

U n i v e r z i t a K a r l o v a v P r a z e

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Diplomová práce

Veronika Slavíčková

Sociologický výzkum televizního chování

Faktory ovlivňující dobu strávenou sledováním televize

Sociological Research of TV Audience Behaviour

Factors Determining The Time Spent Watching TV

Praha 2010

vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Buriánek CSc.

Děkuji vedoucímu mé diplomové práce, doc. PhDr. Jiřímu Buriánkovi, CSc., za odborné rady a připomínky. Děkuji také Asociaci televizních organizací za poskytnutí datového souboru a Mgr. Tomáši Hanzákovi za jeho přípravu a cenné připomínky.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze dne 21.12.2010

Veronika Slavičková

ABSTRAKT A KLÍČOVÁ SLOVA V ČJ A AJ

ABSTRAKT

Diplomová práce pojednává o fenoménu sledování televize a výzkumu televizního chování. V teoretické části práce je sledování televize ukotveno v rámci volnočasových aktivit, pojednána je otázka motivace ke sledování televize a dále je zmíněn i přístup lidí, kteří televizi ze svého života záměrně vylučují. Text neopomíjí ani významné soudobé determinanty sledování televize – internet a digitalizaci televizního vysílání. Následuje představení hlavních metod výzkumu televizní sledovanosti v rámci České republiky. Zbylá část práce má empirický charakter a zaměřuje se na analýzu a identifikaci faktorů, které nejvíce ovlivňují dobu strávenou sledováním televize. Nejprve se tak děje prostřednictvím separátních jednodušších analýz a v závěru práce prostřednictvím hledání regresního modelu, který by co nejlépe predikoval televizní sledovanost u jednotlivců na základě jejich sociodemografických a jiných charakteristik.

Klíčová slova: televize, sledovanost, sledování televize, ATS, peplemetr, TVmetr, televizní divák, výzkum televizního chování

ABSTRACT

The thesis deals with the phenomenon of TV viewing and with TV audience behaviour research. The theoretical part demarcates watching TV within leisure activities and deals with the question of motivation for watching TV as well. It also mentions the approach of people who intentionally try to exclude TV from their life. The text does not omit even the important contemporary determinants of watching TV - Internet and digitization of TV broadcasting. Subsequently, the main methods of TV audience behaviour research in the Czech Republic are introduced. In the empirical part, the main factors that most affect the time spent watching TV are being identified - first through separate elementary analyses and afterwards through searching for a regression model that would best predict the time spent watching TV for individuals and groups based on their socio-demographic and other characteristics.

Keywords: television, time spent watching TV, watching TV, ATS, Peplemeter, TVmeter, TV viewer, TV audience behaviour research

OBSAH

1	ÚVOD – MÉDIA A SPOLEČNOST	8
2	TELEVIZE V DNEŠNÍ SPOLEČNOSTI	11
2.1	Televize v rámci volnočasových aktivit	13
2.2	Proč lidé tráví čas sledováním televize	15
2.3	Život bez televize	18
2.4	Soudobé determinanty televizní sledovanosti	20
2.4.1	Internet.....	20
2.4.2	Digitalizace.....	25
2.5	Budoucnost televizní sledovanosti.....	28
3	ČESKÝ TELEVIZNÍ TRH A MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI.....	32
3.1	Deníčkové výzkumy.....	32
3.2	Mediaprojekt	33
3.3	Elektronické měření sledovanosti	33
3.3.1	TVmetrový výzkum.....	34
3.3.2	Kontinuální výzkum	35
3.3.3	Výzkum životního stylu.....	35
3.3.4	Vliv počasí na sledovanost	36
3.3.5	Trendy ve výzkumu sledovanosti	37
4	VLIV JEDNOTLIVÝCH FAKTORŮ NA ATS.....	38
4.1	Pohlaví.....	41
4.2	Věk.....	41
4.3	Rodinný stav	45
4.4	Typologie životního cyklu	49
4.5	Nejvyšší dokončené vzdělání	51
4.6	Socioekonomické postavení.....	53
4.7	Postavení v zaměstnání.....	55
4.8	Hospodyně a Hlava rodiny	56
4.9	Internet.....	59
4.9.1	Přístup na internet	59
4.9.2	Frekvence přístupu na internet.....	61
4.10	Kraje ČR.....	62
4.11	Čistý měsíční příjem domácnosti	64

4.12 ABCDE klasifikace.....	66
4.12.1 ABCDE klasifikace (CZ).....	68
4.12.2 ABCDE klasifikace (ESOMAR)	70
4.13 Počet osob v domácnosti	71
4.14 Počet dětí do věku 3 let v domácnosti	72
4.15 Vlastnictví Videa a DVD.....	75
4.16 Proměnné, které nevykazují statisticky významné rozdíly v ATS.....	77
5 REGRESNÍ ANALÝZA.....	80
5.1 Expertní model	82
5.2 Složitější regresní model	86
5.3 Jednoduchý regresní model.....	91
6 ZÁVĚR	95

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

ATO	Asociace televizních organizací
ATS	průměrná doba strávená sledováním televize (average time spent)
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
SŠ	střední škola
TV	televize
USA	Spojené státy americké
VOŠ	vyšší odborná škola
VŠ	vysoká škola
ZŠ	základní škola

1 ÚVOD – MÉDIA A SPOLEČNOST

Jakou úlohu hrají v dnešní společnosti média? Účinky masových médií a jejich výzkum jsou v centru zájmu společenských odborníků již od počátku 20. století. V pracích některých sociologů se koncem šedesátých let objevuje zájem o technický pokrok a jeho vliv na vztahy mezi lidmi. Mezi první patřil kanadský sociolog Marshall McLuhan¹, který se zabýval analýzou masových sdělovacích prostředků a odlišil společnost písma a moderní informační společnost, kterou charakterizuje rozvoj audiovizuálních médií. McLuhan dospěl již tehdy k přesvědčení, že informace získávají na důležitosti a nadále budou stále více a více nabývat z celospolečenského hlediska zcela nový význam.

Významným sociologem, jenž je často spojován s první definicí pojmu „informační společnost“, je Američan Daniel Bell. Ten jako první na počátku sedmdesátých let 20. století použil pro popis vývoje společnosti tři stádia: preindustriální, industriální a postindustriální. Preindustriální společnost byla podle něj společností feudální, v níž se lidé zabývali hlavně vlastní obživou prostřednictvím zemědělství. Industriální společnost pak vznikla díky průmyslové revoluci a mnoho jejích rysů převládá dodnes - zejména důraz na věci hmotné, který se projevuje v orientaci na výrobu nadbytečného množství zboží a jeho spotřeby. Tento způsob života se však podle Bella stává stále více neúnosný s ohledem na ekologii a udržitelnost zdrojů, proto nutně dojde k další revoluční proměně způsobu života na zemi a společnost bude do popředí zájmu stavět zejména služby a vědu, informace.² Podstatou nové postindustriální éry je podle Bella posun hodnotových priorit od hodnot materialistických (ekonomická prosperita, hmotné zabezpečení, sociální pořádek) k hodnotám postmaterialistickým (orientace na znalosti a vědění). Postindustriální společnost³, která vzniká jako výsledek vývoje techniky a jeho sociálně politických důsledků, se má stát dominantním systémem a nahradit tak společnost industriální. Informační a komunikační technologie jsou podle Bella těmi prostředky, které umožňují potřebné změny uskutečnit

¹ DVORNÍK, Jiří. *Revue pro média* [online]. 2007-06-29 [cit. 2010-08-20]. Herbert Marshall McLuhan – Člověk, média a elektronická kultura. Dostupné z WWW: <<http://fss.muni.cz/rpm-blog/index.php?archives/103-Herbert-Marshall-McLuhan-lovk,-media-a-elektronicka-kultura.html>>.

² BRDIČKA, Bořivoj. *Role internetu ve vzdělávání* [online]. 2003 [cit. 2010-08-20]. Vliv příbuzných oborů - sociologie. Dostupné z WWW: <<http://it.pedf.cuni.cz/~bovr/role/ka32.htm>>.

³ V pozdějších Bellových pracích je místo označení "postindustriální společnost" používán spíše termín "informační společnost".

a přístup k informacím tak bude hrát stejnou roli, jakou v industriální společnosti sehrály hmotné statky a výrobní prostředky.

Jedním ze způsobů, jak si uvědomit významnost médií v našem životě, je představit si, jak by svět vypadal bez nich. Naše trávení volného času by se změnilo. Také vnímání nás samých by se změnilo. Pravděpodobně bychom byli více v přímém kontaktu s okolím. Změna by tedy velmi silně zasáhla soukromý život většiny z nás.

Ze sociologického hlediska hrají média velmi podstatnou roli téměř ve všech aspektech sociálního života. Sociologická důležitost leží za hranicí samotného obsahu. Média ovlivňují i způsob, jak poznáváme náš svět a jak v něm následně interagujeme s okolím. Mluvit o sociálním světě a nezahrnout do diskuse roli masových médií by znamenalo riskovat opomenutí podstatného elementu současné společnosti. Média představují přemostění mezi jedincovým soukromým životem a vztahem k veřejnému světu, zjednodušeně by se tedy dalo říci, že spoluzprostředkovávají náš vztah k sociálním institucím. Vedle toho jsou důležitá i v soukromém světě, např. v rodině a mezi nejbližšími přáteli.

Slovy Ireny Reifové bývá televizi „... připisována schopnost organizovat denní rozvrh diváků (a v širším měřítku i komunit) a intimní prostor rodiny ...“⁴ Sledování televize totiž „... průměrnému člověku zabírá více času než cokoli jiného vyjma spánku a zaměstnání. Lidé v západních zemích typicky tráví něco mezi polovinou a jednou třetinou svého volného času u televize.“⁵ Televize zejména je tedy v našich životech jakoby všudypřítomná. Nachází se nejen v domácnostech, ale i na veřejných místech jako jsou školy, obchody, nemocnice, čekárny, restaurace. Bývá však mnohými kritizována za vytváření nové, fiktivní reality, kterou pak lidé těžko rozeznávají od té skutečné. Bývá jí vytýkáno, že zprostředkováváním fiktivních prožitků brání prožívání těch reálných, že nabízí příliš zjednodušený či přespříliš negativní obrázek o světě, což vede ke zbytečnému šíření strachu, dále že zobrazováním násilí podněcuje k agresivitě, zejm. v případě dětí a mládeže a v neposlední řadě pak že usurpuje čas, který by člověk plnohodnotně trávil např. rozhovory s blízkými a všeobecně pěstuje v člověku vysokou míru pasivity, což rozvoji člověka a potažmo tedy celé společnosti nepřispívá.

⁴ REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, str. 260.

⁵ CAIRNCROSS, Frances. *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změní naše životy*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-155-X, str. 57.

Jak by ale dnešní společnost vypadala bez přítomnosti televize? Nad touto otázkou by se dalo poměrně zešíroka bádát a zkoumat ji z mnoha rozličných úhlů pohledu - mohli bychom ji nahlížet spektrem různých oborů humanitních i přírodních, inspiraci bychom mohli hledat v historii, citovat aktuální poznatky z oblasti psychologie a skončit třeba futurologickými vizemi. Tato práce si ale za cíl neklade namodelování následků této vize, která z dnešního pohledu zapadá spíše do oblasti science-fiction. Záměr je o něco skromnější – ráda bych fenomén sledování televize v teoretické části mé práce krátce nahlédla spektrem sociologie, poté bych čtenářům obecně představila výzkumy v rámci měření televizní sledovanosti v ČR a následně bych se v empirické části s využitím dat z elektronického měření sledovanosti, která pro účely mé diplomové práce poskytla Asociace televizních organizací (ATO)⁶, pokusila zjistit, které sociodemografické skupiny by byly teoretickým zmizením televize zasaženy nejvíce v tom smyslu, že by náhle čas, aktuálně věnovaný sledování televize, musely vyplnit jinou činností. Budu se zabývat průměrnou dobou, kterou respondenti v roce 2009 trávili sledováním televize a hledat souvislosti s jejich sociodemografickým začleněním a dalšími charakteristikami, které jsou v rámci elektronického měření sledovanosti, resp. TV metrového výzkumu⁷ dostupné.

⁶ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-08-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz>>.

ATO je zájmové sdružení, zajišťující od roku 1997 realizaci a koordinaci společného výzkumu elektronického měření sledovanosti televize v České republice metodou TV metrů, tzv. Projekt elektronického měření – PEM. Cílem sdružení je chránit i společné zájmy členů sdružení související s provozováním televizního vysílání. V současné době jsou řádnými členy ATO provozovatelé televizního vysílání Česká televize, CET 21 spol. s r.o., FTV Prima spol. s r.o. a Asociace komunikačních agentur České republiky, která sdružuje přední agentury působící v oblasti televizní reklamy. Dne 26. 5. 2009 se přidruženým členem ATO stala společnost Barrandov Televizní Studio, a.s., od 15.12.2009 je přidruženým členem i mediální zastupitelství At Media CZ.

⁷ Tzv. TV metrový výzkum je obecně známý spíše jako „peplemetrový výzkum“ (více v následujících kapitolách).

2 TELEVIZE V DNEŠNÍ SPOLEČNOSTI

Co pro nás v dnešní společnosti znamená televize? Jaké plní funkce, jaký význam má pro své příjemce a jak je ovlivňuje? Televize v současné době spolu s počítačem připojeným k internetu patří k v domácnostech nejrozšířenějším masově komunikačním médiím. Svým audiovizuálním sdělením je schopna masově ovlivňovat veřejné mínění, formovat nebo spíše spoluformovat názory a postoje lidí. Fenomén televize upoutává pozornost sociálních vědců, kteří se zabývají zvyky a hodnotami společnosti, značně totiž transformoval životní styl a vedle pozitivních účinků jako je např. šíření informací, osvěty a tím i podpory vzdělanosti můžeme sledovat také jeho negativní působení, kterému se budeme krátce věnovat v jedné z dalších kapitol.

Sledování televizního obsahu prostřednictvím televizního přijímače je zažitou součástí života v mnoha domácnostech. V současnosti pouze mizivé procento (podle ČSÚ zhruba 2 %⁸) českých domácností nevlastní televizor, mnohé rodiny naopak vlastní televizních přijímačů více. Na 100 domácností připadalo v roce 2009 zhruba 132 kusů televizorů (viz Tabulka č. 1). Meziročně dochází v posledních letech k pouze velmi pozvolnému nárůstu počtu televizorů na domácnost.

Tabulka č. 1: Vývoj vybavenosti domácností televizory (počet kusů na 100 domácností)

	2006	2007	2008	2009
počet televizorů	127,5	129,5	131,0	131,8

Pramen: ČSÚ, Statistiky rodinných účtů⁹

Televize mnohdy nahrazuje společnost osamělým lidem, stává se součástí rodiny, vytváří pocit ontologického bezpečí a plní další funkce v naší každodennosti.

Vliv televize a ostatních médií se dnes významně odráží v chování jednotlivců. Média nás v poslední době nezdědky seznamují s případy nebývalého násilí, kterého jsou schopny děti - zřejmě právě pod vlivem jeho masové prezentace v médiích, na základě

⁸ Český statistický úřad : *Vývoj audiovizuálních služeb v letech 1999 až 2004* [online]. 2006-07-10 [cit. 2010-08-28]. Průnik audiovizuálních trhů do domácností. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/\\$File/Kap6.pdf](http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/$File/Kap6.pdf)>.

⁹ Český statistický úřad : *Vývoj audiovizuálních služeb v letech 1999 až 2004* [online]. 2006-07-10 [cit. 2010-08-28]. Průnik audiovizuálních trhů do domácností. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/\\$File/Kap6.pdf](http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/$File/Kap6.pdf)>.

čehož se pro ně násilí stává něčím samozřejmým, každodenním. Média si tedy evidentně do značné míry formují své publikum, i když pochopitelně ne vždy by se tento proces dal nazvat kultivačním.

Média jakožto zprostředkovatelé jsou v dnešní době velice úzce propojená, navzájem si sdělují obsahy, spolupracují a odkazují na sebe navzájem. Na počítači s připojením k internetu je možné sledovat některé televizní kanály v přímém přenosu, jiné televizní stanice nabízí své pořady v archivech na vlastních webových stránkách. Divák již tedy není svázán konkrétním vysílacím časem, ale může si sám zvolit, kdy bude vybraný televizní obsah sledovat. Otevírají se tím nové možnosti, jak sledovat pořady, které nás zajímají, aniž bychom byli vázáni na vysílání televize v přímém přenosu.

V důsledku rozvoje informačních technologií a rychlosti toku informací v dnešním světě vznikají globální média, která umožňují globální, časoprostorově neohraňované vnímání světa a s ním spojenou změnu životního stylu. Globální média spojují různé části světa a jiné kultury. Hodnoty tak díky televizi a zejména pak internetu mnohem snadněji než v minulosti pronikají do našich životů a stávají se jejich přirozenou součástí, můžeme si tedy dovolit hovořit o „televizní“ či „internetové kultuře“.

Příslušné číslo New York Times při příležitosti světového veletrhu, konaného v roce 1939, přineslo tento komentář: „... televize nikdy nebude vážným konkurentem rádia, jelikož by lidé museli sedět s očima přilepenými na obrazovku a průměrná americká rodina na toto nemá čas.“¹⁰ Nezbyvá než konstatovat, že průměrné rodiny, a to zdaleka nejen ve Spojených státech, během 20. století si dostatek času na sezení s „očima přilepenými na obrazovku“ nakonec přece jen našly. Televize se stala nedílnou součástí naší každodennosti a diváka ovlivňuje jak kognitivně, jakožto vedle internetu stále ještě velmi významný zdroj informací, tak emocionálně. Prostřednictvím nabízeného obsahu totiž dokáže vyvolat jak příjemné, tak i nelibé pocity.

¹⁰ Citováno podle: CAIRNCROSS, Frances. *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změní naše životy*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-155-X, str. 57.

2.1 Televize v rámci volnočasových aktivit

Podle zjištění CVVM¹¹ z roku 2009 má čtvrtina obyvatel ČR starší 15 let ve všední den zhruba pouze 1-2 hodiny volného času, třetina obyvatel uvádí zhruba 3-4 hodiny a každý pátý člověk disponuje 5-6 hodinami volného času denně.

Pokud jde o sledování televize, lze ze získaných dat zjistit, že se jedná o velice oblíbenou činnost drtivé většiny obyvatel ČR. Když měli Češi v roce 2009 uvést tři nejčastější způsoby trávení volného času, televize zvítězila - na předních místech svého žebříčku ji uvedlo 41 % dotázaných. V porovnání s rokem 2005 však svůj náskok neudržela, tehdy ji zvolilo 51 % respondentů a následovalo čtení s 37 % a aktivní sport s 26%ním zastoupením. V roce 2009 za sledováním televize následovali svorně sport a čtení, které na prvních třech místech uvedla zhruba třetina respondentů. Každý čtvrtý dotázaný pak uváděl shodně trávení volného času s přáteli nebo s rodinou.¹²

V této souvislosti bychom měli uvést ještě jednu zajímavou skutečnost vyplývající z výzkumu realizovaného rovněž CVVM, tentokrát již v roce 2007, a sice tu, že více než tři čtvrtiny obyvatel ČR starších 15 let sleduje televizní zpravodajství více než 4 dny v týdnu. Denně tuto aktivitu provozuje zhruba třetina obyvatel.¹³

Další, poměrně čerstvé informace o trávení volného času – z dubna roku 2010, přináší výzkum společnosti Factum Invenio¹⁴, který srovnává výsledky dvou vzorků populace – aktivních uživatelů internetu neboli online populaci (tj. těch, kteří využívají internet nejméně jednou týdně) a obyvatel ČR (obecná populace). Oba vzorky čítají přibližně 1000 osob a byly získány metodou kvótního výběru podle základních sociodemografických charakteristik.

Z výsledků výzkumu je patrné, že se lidé ve volném čase věnují převážně pasivním aktivitám. V případě obecné populace ČR převažuje v rámci volnočasových

¹¹ *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2010 [cit. 2010-08-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.cvvm.cas.cz>>.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR.

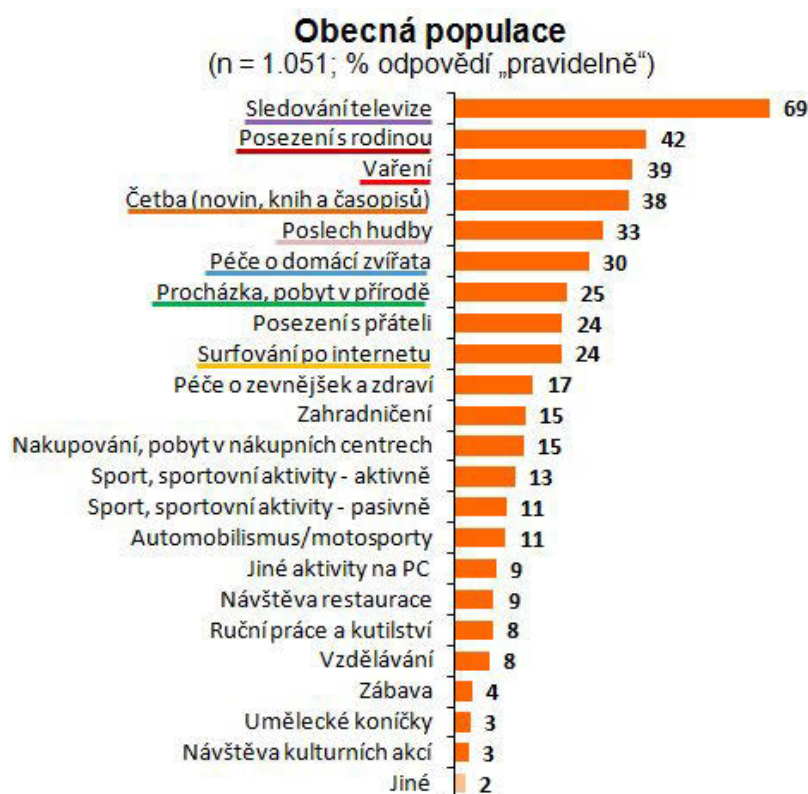
¹² *Centrum pro výzkum veřejného mínění : Tiskové zprávy* [online]. 2010 [cit. 2010-08-29]. Volný čas. Dostupné z WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100994s_oz100114.pdf>.

¹³ *Centrum pro výzkum veřejného mínění : Tiskové zprávy* [online]. 2007-06-20 [cit. 2010-08-29]. Hodnocení informací v médiích. Dostupné z WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100699s_om70620.pdf>.

¹⁴ Data byla pořízena v rámci pravidelného omnibusového šetření a publikována pod záštitou projektu Zpráva o českém internetu, jež připravuje společnost Factum Invenio již od roku 2001.

aktivit sledování televize (jako pravidelnou aktivitu jej označily více než dvě třetiny dotázaných), s větším odstupem následuje posezení s rodinou, vaření, četba (tyto aktivity byly uváděny jako pravidelně vykonávané u zhruba 40 % populace), dále poslech hudby a péče o domácí zvířata (pravidelně provozované necelou jednou třetinou populace), dále pak procházky, a oproti tzv. online populaci, kde surfování po internetu zaujalo první místo, se tato aktivita dělí o osmou příčku společně s posezením s přáteli (mezi pravidelné volnočasové aktivity je řadí zhruba čtvrtina respondentů).

Graf č. 1 – Pravidelné volnočasové aktivity v rámci obecné populace

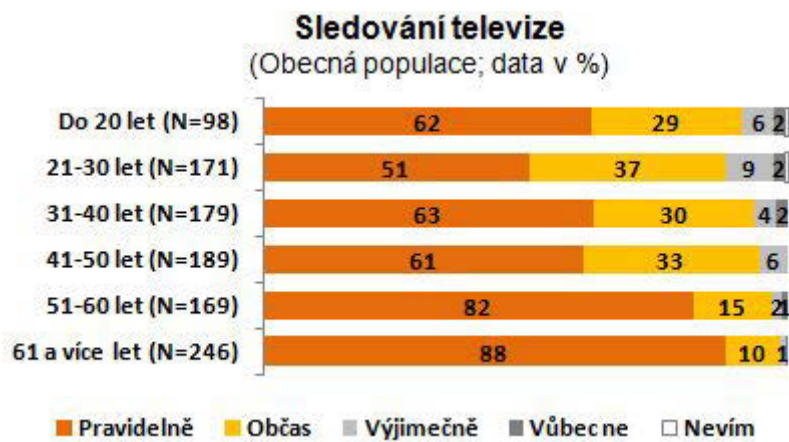


*Pramen: Factum Invenio*¹⁵

Podíl osob pravidelněji sledujících televizi se zvyšuje s věkem, jak ilustruje graf níže. Z respondentů do 20 let věku uvádí sledování televize jako pravidelnou aktivitu 62 % dotázaných (ve věkové skupině 20-30 let pak dokonce jen 51 % dotázaných), oproti tomu u generace nad 60 let je tato frekvence uváděna již 88 % respondentů.

¹⁵ *Factum Invenio: Tiskové zprávy* [online]. 2010-05-21 [cit. 2010-09-05]. Jak trávíme svůj volný čas?. Dostupné z WWW: <http://www.factum.cz/397_jak-travime-svuj-volny-cas>.

Graf č. 2 – Frekvence sledování televize podle věkových skupin



Pramen: Factum Invenio ¹⁶

2.2 Proč lidé tráví čas sledováním televize

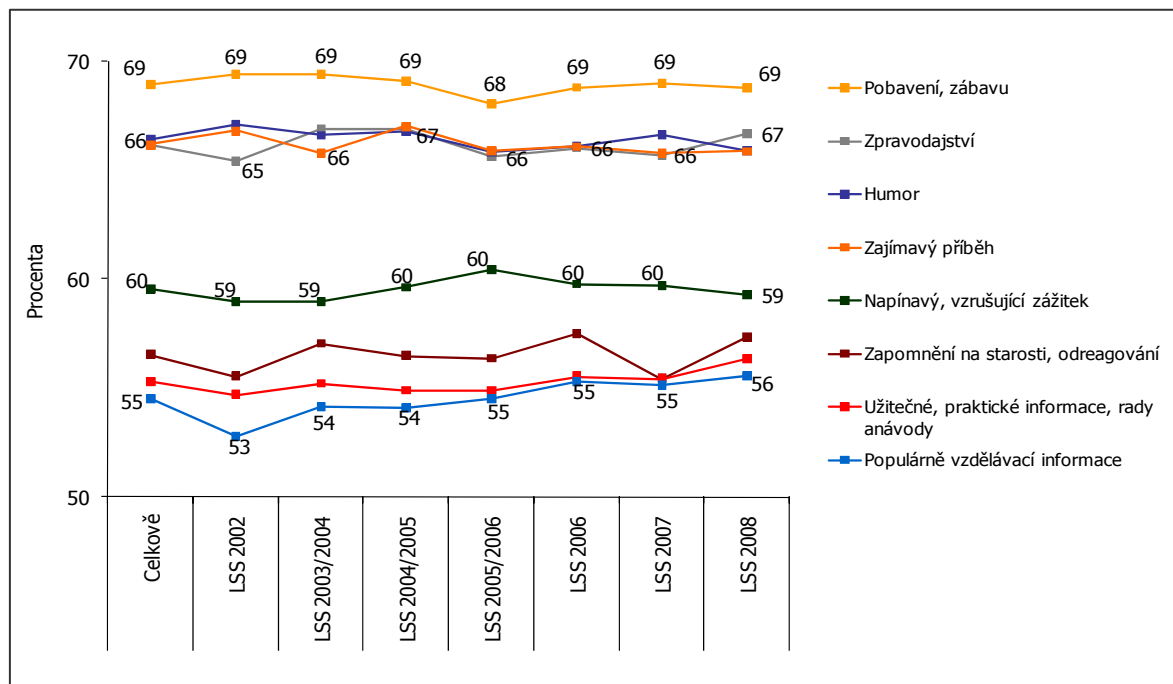
Dosud jsme si nepoložili podstatnou otázku – proč vlastně lidé tráví svůj čas sledováním televize? Nemůžeme očekávat jednoznačnou odpověď u tak rozšířeného média, jakým televize je, nicméně pokusme se identifikovat alespoň ty pohnutky, které jsou v populaci zastoupené nejvíce.

V rámci kapitoly o měření sledovanosti zmiňujeme také výzkum životního stylu, který je mimo jiné zdrojem informací o diváckém očekávání vůči televizi.

¹⁶ *Factum Invenio: Tiskové zprávy* [online]. 2010-05-21 [cit. 2010-09-05]. Jak trávíme svůj volný čas?. Dostupné z WWW: <http://www.factum.cz/397_jak-travime-svuj-volny-cas>.

Graf č. 3 – Mediální chování - očekávání od TV

(věková skupina 15+)



Pramen: ATO – MEDIARESEARCH, LSS 2002-2008 ¹⁷

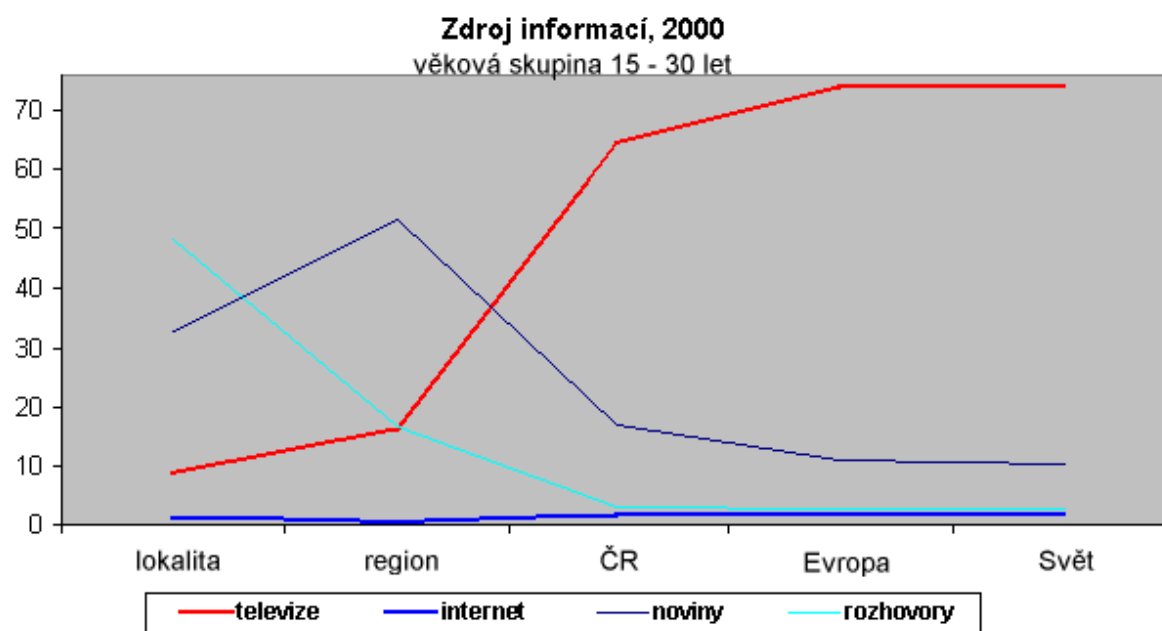
Z šetření ATO v letech 2002-2008 vyplývá, že z více než dvou třetin (69 %) vyhledávají diváci televizi zejména jako zdroj zábavy. S minimálním odstupem (66 %) pak následují další očekávání, kterými jsou zpravodajství, humor a zajímavý příběh. S šestiprocentním odstupem pak následuje očekávání napětí nebo vzrušujícího zážitku. Škálu prvních osmi nejčastějších zdrojů motivace sledování televize pak uzavírají odreagování, užitečné informace a návody a populárně vzdělávací informace, které diváci uvádějí ve více než polovině případů.

Informační společnost si vyžaduje extenzi přístupu jedince k relevantním informačním zdrojům. Televize představovala a stále ještě představuje významný zdroj informací a u konzervativní části populace, která dosud nepodlehla internetu, zůstává spolu s novinami zdrojem klíčovým.

¹⁷ ATO - Asociace televizních organizací: *Workshopy* [online]. 2009 [cit. 2010-09-08]. Workshop 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=168>>.

Zajímavý pohled na jednotlivá média jakožto zdroj informací pro mladé lidi (věkovou skupinu 15-30 let) přinesli P. Sak a K. Saková ve svém příspěvku na konferenci v Brémách v lednu roku 2003.¹⁸ Mimo jiné zde pojednávali o informačních tocích, které jsou podle mínění respondentů relevantní vůči daným prostorovým segmentům sociální reality – lokalitě, regionu, České republice, Evropě a světu. Respondenti odpovídali v roce 2000 na otázku "Z jakého pramenu získáváte převážně informace o dění v...?:" Informačními kanály, které byly respondentům nabídnuty, jsou televize, internet, noviny a rozhovory s druhými.

Graf č. 4 – Hlavní zdroje informací vzhledem danému k úseku sociální reality v roce 2000 (věková skupina 15-30 let)



Pramen: Sak, P; Saková K.: Digitální média a životní styl¹⁹

Zjištění, že s narůstajícím rozsahem sociální reality klesá relevantnost rozhovorů s druhými jakožto hlavního zdroje informací, není příliš překvapivé. Informace na úrovni Evropy či světa získává přes 70 % dotazovaných převážně z televize, s výrazným odstupem pak uvádí jako zdroj informací noviny (10-20 %). Televize naopak byla v tomto ohledu minimálně volena jako zdroj informací lokálního charakteru, jelikož zde byla polovinou respondentů preferována varianta rozhovoru s druhými. Význam televize

¹⁸ Conference of the European Sociological Association's Research Network Sociology of Mass Media and Communication, International University Bremen, January 24 and 25, 2003

¹⁹ SAK, Petr; SAKOVÁ, Karolína. *Insoma* [online]. 2003-01-24 [cit. 2010-09-08]. Digitální média a životní styl. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=168>>.

jako zdroje informací nastupuje až v dimenzi republikové (60-70 %), na úrovni regionu tedy příliš nefungovaly informace získávané prostřednictvím menších kabelových televizí regionálního charakteru (televizi zde zvolilo 10-20 % respondentů). Internet v této době u nás ještě nebyl rozšířen natolik, aby významněji zasáhl do výsledků této části výzkumu, dá se předpokládat, že dnes by při podobném zjišťování zaujímal ve věkové skupině mladých lidí minimálně od úrovně republikové po globální spolu s televizí přední příčky.

2.3 Život bez televize

Sledování televize a trávení volného času pro někoho představují téměř zaměnitelné pojmenování pro chvíle odpočinku, u jiného však evokují dvě naprosto nesourodé kategorie. Někteří lidé se televizi cíleně vyhýbají. Pokud člověk doma televizní přijímač nemá - ať už úmyslně (tj. člověk, který se televize záměrně vzdal, aby byl v jistém směru „svobodnější“ a byl nucen aktivněji a hodnotněji naplňovat svůj volný čas) nebo z jakýchkoliv jiných důvodů, lze z tohoto faktu automaticky usoudit, že je vnímání televizního obsahu zcela zproštěn? Dovolím si tvrdit, že absolutní eliminace televizního sdělení je v dnešní době skoro nemožná, minimálně v euroamerickém prostoru. Ačkoliv se „nedivák“ televiznímu vysílání poctivě vyhýbá, neznamená to, že se z jiných zdrojů nedozvídá, co zrovna v televizi „běží“, pomineme-li v našich poměrech poměrně výjimečné případy úplné společenské izolace.

Existují dokonce i tzv. antitelevizní hnutí, která vedou boj proti televizi nebo se snaží alespoň zasadit o snížení množství, v jakém je televize konzumována. Zakladatelskou organizací tohoto druhu je ve Spojených státech amerických The TV Turnoff Network²⁰, jejímž cílem je zvýšit povědomí o škodlivých účincích nadměrného sledování televize a snaží se svou osvětou podporovat ostatní aktivity, které by vedly ke zvýšení gramotnosti a zkvalitnění produktivního života.

Pro zpopularizování svých idejí pořádá tato organizace dvakrát ročně tzv. TV turnoff week (Týden bez televize), pořádá semináře, přednášky, vydává publikace a navštěvuje školy za účelem propagace alternativních aktivit, které by mladým posluchačům pootevřely dveře „beztelevizního světa“. Čtenáře svých stránek se organizace snaží motivovat pozitivně - rodiče zde najdou rady, jakým způsobem „správně“ zabavit své děti, aby je vedli k aktivnímu způsobu trávení volného času,

²⁰ *Screen Time* [online]. 2008 [cit. 2010-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.tvturnoff.org/>>.

podobně také učitelé zde mohou hledat inspiraci. Vedle těchto pozitivně orientovaných informací na stránkách najdeme i negativní – jako příklad uveďme třeba varování, že i televize vypnutá, avšak ponechaná v pohotovostním režimu, aby bylo možné ji jednoduše zapnout dálkovým ovladačem, spotřebovává elektrickou energii nebo odkazy na výzkumy, které zjistily zvyšující se míru rizika obezity u předškoláků v závislosti na době strávené sledováním televize či přítomnosti televizoru v dětském pokoji. Dále např. uvádí statistiku z roku 2006, která upozorňuje na alarmující skutečnost, kdy průměrná americká domácnost čítá 2,55 osob a připadá na ni 2,73 televizních přijímačů – tato skutečnost je zde doplněna komentářem „We are a society of more televisions than people!“ („Jsme společností více televizorů než lidí!“)²¹

Podobných antitelevizních hnutí a organizací působí po celém světě vícero, jejich zástupce můžeme najít i v České republice v podobě občanského sdružení Beztelevize²², které rovněž pořádá tzv. „Týden bez televize“. Sdružení deklaruje na svých internetových stránkách, že usiluje o „podporu rozvoje kulturních, vzdělávacích, sportovních a osvětových činností směřujících k aktivizaci lidí a snížení jejich závislosti na masových médiích, zejména pak na televizi a popularizaci, zachování a znovuobjevování kulturního a historického dědictví a rozvíjení filosofie trvale udržitelného rozvoje společnosti“. Jako svůj cíl si pak vytyčuje „zvýšení zájmu veřejnosti o hodnoty, které nabízí otevřená občanská společnost v souvislosti s kulturním a historickým dědictvím a sdružování osob, které nevlastní zařízení k příjmu televizního vysílání a jejich zapojování do aktivit souvisejících s posláním sdružení“. I přesto, že smyslem sdružení je zpopularizovat beztelevizní životní styl, nečiní tak negativním vymezováním a poukazováním na to, jak je televize špatná. Snaží se podávat komplexní informace o fenoménu televize a pravidelně vyhlášený „Týden bez televize“ se zaměřuje spíše na nabídku bohaté škály aktivit, které mají dokázat, jak může být život pestrý, pokud se dokážeme vymanit ze závislosti na televizi a žít tak plnohodnotnější život. Během jednoho týdne se volného času člověka, který je zvyklý jej vyplňovat zejména sledováním televize, nashromáždí dostatečné množství na to, aby musel již aktivně hledat jeho alternativní zaplnění. Sdružení nabádá k návštěvám muzeí, kin, výstav, různý manuálních domácím činnostem apod., důležité je vyvarovat se po celou dobu sledování televize i např. filmů na počítači.

²¹ *Screen Time* [online]. 2008 [cit. 2010-09-20]. Factsheet. Dostupné z WWW: <http://www.screentimeinstitute.org/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=10>.

²² *Bez televize* [online]. 2010 [cit. 2010-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.beztelevize.info/>>.

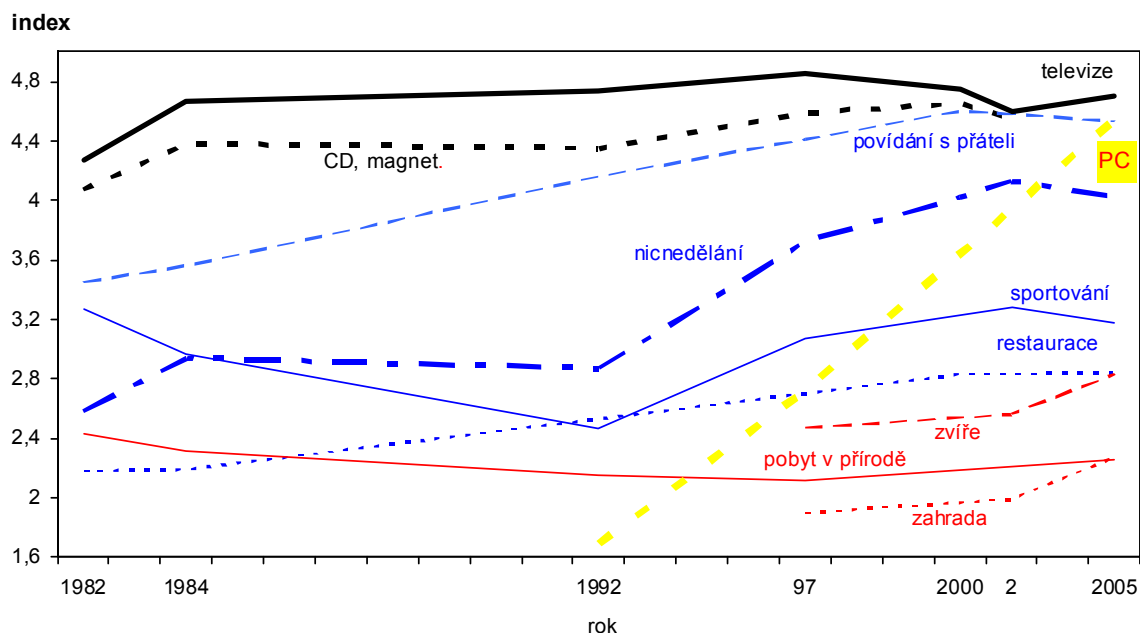
2.4 Soudobé determinanty televizní sledovanosti

V předchozí kapitole jsme nastínili postavení televize v rámci volného času člověka. Na tomto místě je třeba podotknout, že míra televizní sledovanosti je mimo individuálních preferencí každého jedince a dalších faktorů výrazně podmíněna také probíhajícím technologickým rozvojem, v rámci něhož bych ráda krátce pojednala o synergickém působení internetu a televize a vlivu digitalizačního procesu, který na našem území právě probíhá.

2.4.1 Internet

V posledním desetiletí musí televize čelit konkurenci ve formě ostatních mediatypů, zejména pak jednomu silnému soupeři - tím se díky svému dynamickému až radikálnímu nástupu stal Internet (jeho enormní vzestup od r. 1992 naznačuje žlutá křivka na grafu níže).

Graf č. 5 – Vývoj volnočasových aktivit mládeže od roku 1982 do roku 2005 (věková skupina 15-18 let; škála 1-5: 1=nikdy; 5=denně)



Pramen: P. Sak: Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti.²³

²³ SAK, Petr. *Britské listy* [online]. 2006-04-27 [cit. 2010-09-21]. Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/28471.html>>.

Graf ukazuje vývoj vybraných aktivit v rámci trávení volného času mládeže ve věku 15 - 18 let na základě zjištění ze sedmi empirických sociologických výzkumů, které byly pomocí stejné výzkumné metodiky realizovány P. Sakem v rozpětí třiaadvaceti let²⁴.

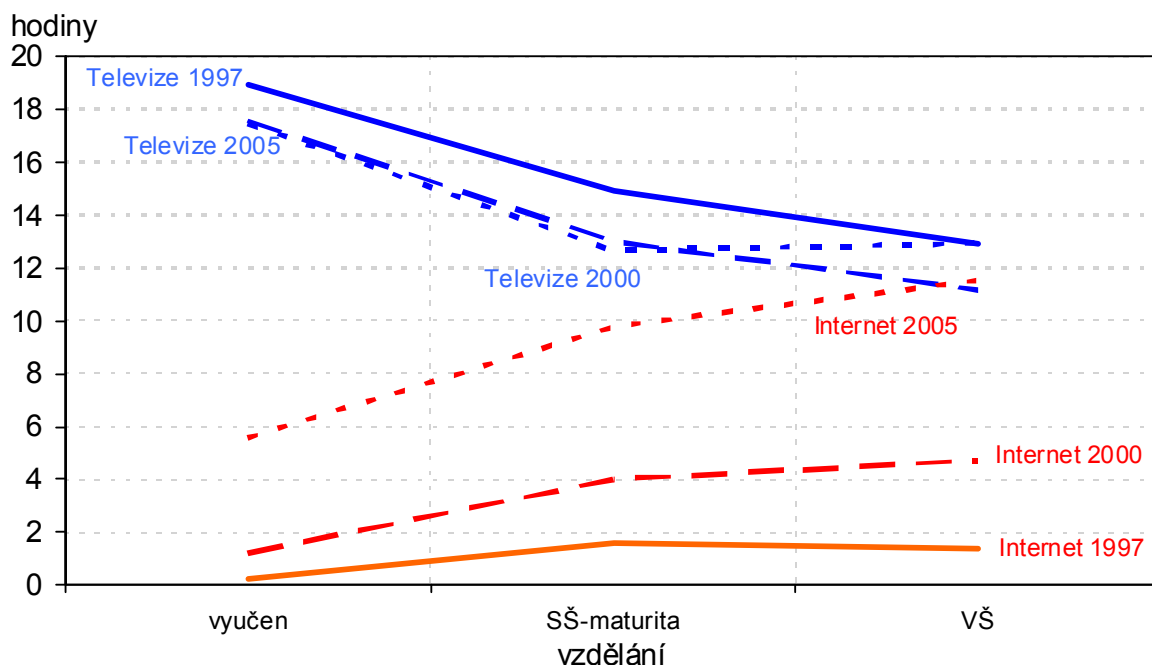
Nástup nových informačních a komunikačních technologií, zejména pak vstup osobního počítače do života mládeže, představuje podle Saka v české společnosti hranici oddělující minulost od budoucnosti digitálního věku: „Digitalizace a nové technologie od devadesátých let nezadržitelně pronikají všemi sférami společnosti a mění život člověka a celé společnosti. Ve volném čase současné mládeže jsou činnosti spojené s počítačem, spolu se sledováním televize, nejčastějšími aktivitami. Již v roce 2000 trávila česká populace s médii třetinu z doby, kdy nespala a dvě třetiny ze svého disponibilního času (bez času v práci a ve škole). Od roku 2000 dále prudce narůstá čas strávený s počítačem, a ještě rychleji z toho roste čas v kyberprostoru a rozvíjí se nová dimenze lidského jsoucná - virtuální realita.²⁵“

Následující graf stejného autora mapuje vývoj objemu času věnovaného sledování televize a aktivitám na internetu v letech 1997, 2000 a 2005 v závislosti na stupni dosaženého vzdělání (časová osa zachycuje týdenní respondentem deklarovaný objem času).

²⁴ Respondent u každé aktivity označoval, v jaké frekvenci ji provozuje. 1 – nikdy, 2 – výjimečně, 3 - občas (alespoň 1x měsíčně), 4 – často (alespoň 1x týdně), 5 - pravidelně (denně či téměř denně). Pro každou aktivitu a věkovou skupinu 15 – 18 let byl spočítán index jako průměr. Body odpovídající hodnotě indexu za každý rok, v němž byl proveden výzkum, tvoří křivku, která vypovídá o vývoji dané aktivity.

²⁵ SAK, Petr. *Britské listy* [online]. 2006-04-27 [cit. 2010-09-21]. Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/28471.html>>.

Graf č. 6 – Objem času věnovaného týdně sledování televize a internetu ve vzdělanostních skupinách v letech 1997, 2000, 2005 (věková skupina 15-30 let)



Pramen: P. Sak: Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti, Referát přednesený na Semináři pořádaném Komisí pro životní prostředí AV ČR Odcizování člověka přírodě, Praha, 27. 4. 2006²⁶

V grafu si můžeme povšimnout dvou základních tendencí - s růstem vzdělání v čase klesá objem času věnovaného sledování televize a roste objem času věnovaného internetu. Zároveň v průběhu času objem času stráveného na internetu narůstá, u skupiny s nejnižším stupněm vzdělání se dokonce v průběhu sledovaného období zněkolikanásobil. U osob s vysokoškolským vzděláním se pomyslné nůžky mezi časem věnovaným televizi a internetu postupně zcela uzavírají a oběma aktivitám respondenti v roce 2005 věnují zhruba stejný objem času.

Podle ATO v prvním kvartálu roku 2010 sledoval televizní pořady v internetových archivech televizních stanic každý desátý člověk.²⁷ Zdaleka se tedy již

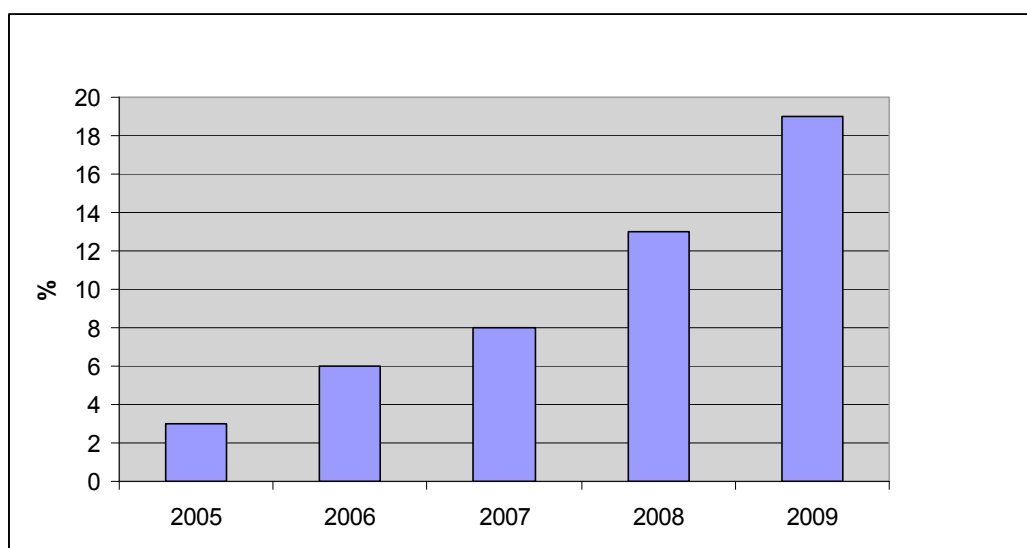
²⁶ SAK, Petr. *Britské listy* [online]. 2006-04-27 [cit. 2010-09-21]. Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/28471.html>>.

²⁷ ATO - Asociace televizních organizací : *Workshopy* [online]. 2010-05-27 [cit. 2010-09-24]. Setkání s novináři 27.5.2010 - prezentace. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=606>>.

nejedná o zanedbatelný podíl, který by mohly televizní stanice a realizátoři výzkumů sledovanosti opomíjet.

Podle evropských statistických šetření²⁸ je v průběhu posledních několika let internet stále častěji využíván mimo jiné k poslechu rádia a sledování televize. Pro tento typ aktivity byl v ČR internet v roce 2005 využíván pouze necelými 3 % populace, podle výsledků šetření z roku 2009 se však během 4 let tento poměr zhruba zšestinásobil.

Graf č. 7 – Použití internetu k poslouchání rádia/sledování televize v ČR



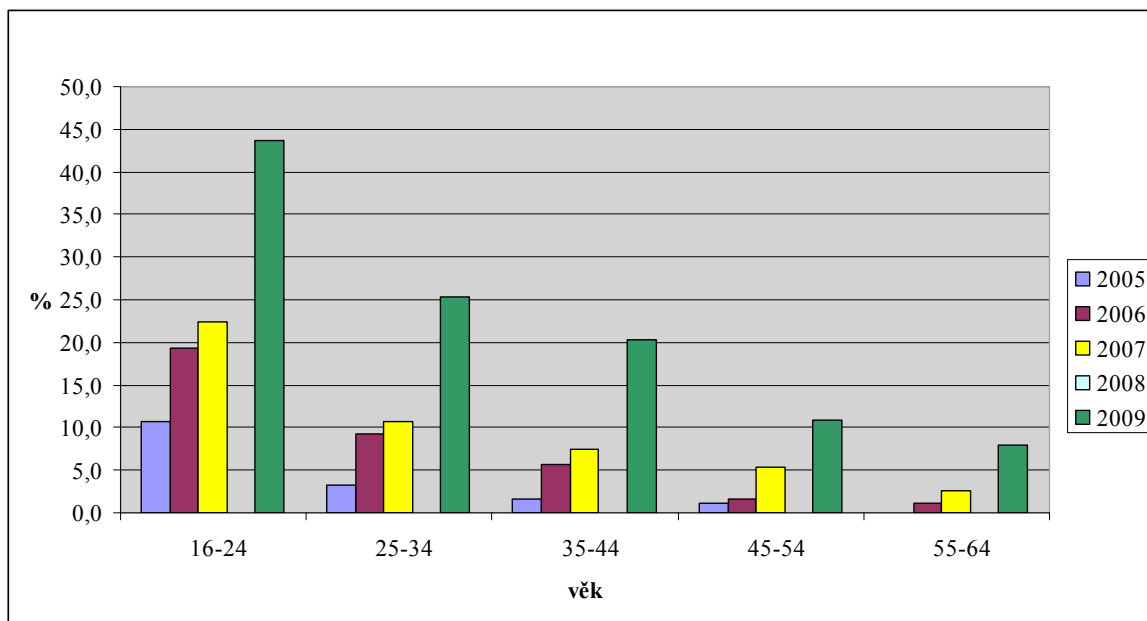
*Pramen: Eurostat*²⁹

Podle zjištění ČSÚ v rámci šetření „Využívání informačních a komunikačních technologií mezi jednotlivci v letech 2005-2009“ má na tomto nárůstu největší zásluhu mladá generace (16-24 let), kde došlo k nárůstu o 33 %, ale ani věkové skupiny 25-34 let a 35-44 let ve využívání internetu pro poslouchání rádia a sledování televize v roce 2009 nezahálí – oproti roku 2005 došlo ke zhruba 20% nárůstu (22% resp. 19%).

²⁸ Eurostat [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Dostupné z WWW: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>>.

²⁹ Eurostat [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Individuals using the Internet for listening to webradio/watching web television. Dostupné z WWW: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00100>>.

Graf č. 8 – Použití internetu k poslouchání rádia/sledování televize podle věku



pozn.: údaje za rok 2008 nejsou k dispozici

Pramen: ČSÚ³⁰

Ještě výraznější změnu v tomto ohledu zaznamenaly evropské statistiky v severských zemích, Velké Británii, na Slovensku a v Nizozemí. V uvedených zemích se jedná o 20-30% nárůst využívání internetu k poslechu rádia a sledování televize mezi lety 2005 a 2009³¹ (podrobněji viz Příloha P1).

Budeme-li pak porovnávat evropské země v absolutních číslech, na jedné straně najdeme státy jako Rumunsko, Itálii, Řecko a překvapivě Rakousko, kde je pro dané účely internet využíván jen 12-15 % populace, na straně druhé pak skandinávské země a Nizozemí, kde tuto aktivitu na internetu provozuje 40-50 % obyvatel a v úplném čele pomyslného žebříčku by pak stál Island s 60 %.³² (podrobněji viz Příloha P1).

Dynamický rozvoj internetu se odráží i v odlišných vzorcích mediálního chování. Pokud dříve bylo běžné večer zapnout televizi a sledovat zprávy, dnes již není neobvyklé současně v tuto chvíli zároveň při sledování televize ještě „surfovat“ na internetu, což může mimo jiné do určité míry zkreslovat výsledky výzkumů, které si kladou za cíl celek volného času rozparcelovat na procenta věnovaná té které volnočasové aktivitě.

³⁰ Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-11-21]. Informační technologie v domácnostech a mezi jednotlivci. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci>.

³¹ Eurostat [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Dostupné z WWW: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>>.

³² Eurostat [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Dostupné z WWW: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>>.

Podle Cairncrossové můžeme očekávat, že „... v bohatých zemích bude mít Internet převládající vliv nad televizí. Kromě soupeření o divákův čas změní Internet některé věci, které umí jen televize... za deset let se televize stane mnohem rozmanitějším médiem a bude sledována v mnohem více místech, než je tomu nyní.“³³ Málokterému prorokovi budoucnosti se jeho předpovědi vyplnily tak jako v případě této citované předpovědi F.Cairncrossové z roku 1997.

2.4.2 Digitalizace

Díky digitalizaci³⁴ televizního vysílání lze očekávat propojování technologií, jejich vyšší mobilitu a interaktivitu, představuje tak další podstatný krok k vytváření multimediálního a virtuálního prostoru a kyberprostoru.

Český televizní divák, který má zakotvené určité divácké stereotypy a je průměrně vybavený informačními a komunikačními technologiemi, je nucen docílit vyšší úrovně gramotnosti ve využívání informačních a komunikačních technologií a přizpůsobit zažitě chování nově nabízeným možnostem.

Zahájení provozu nových digitálních televizních stanic pravděpodobně nepřinese okamžité dramatické změny. Český divák je spíše konzervativní, čemuž nové televizní společnosti musí přizpůsobovat svou programově-marketingovou strategii a teprve postupně se snažit zažitý status quo měnit, přetáhnout diváky stávajících kanálů a změnit tak jejich divácké návyky. Rozhodovat budou zřejmě investice, a to do kvalitních pořadů, lidí – tváří televize a do vlastní propagace značky nové stanice.

Od diváka bude, resp. ve většině územních celků³⁵ již je vyžadována aktivní účast na přechodu z analogového vysílání na digitální. Proces přechodu od něj vyžaduje finanční investici a s ní související rozhodnutí – má možnost výběru (set top box, televize s DVB-T tunerem, kabelová televize, satelit, IPTV) - je tedy nucen se zorientovat v množství nových informací s vypnutím analogového vysílání souvisejících. Většina diváků bude pravděpodobně pečlivě zvažovat možnosti svých investic a rozšiřovat své povědomí o aktuální nabídce na trhu týkající se způsobu příjmu digitálního vysílání, aby zvolili správnou variantu. Tento rozhodovací proces závisí na více faktorech. Jedním

³³ CAIRNCROSS, Frances. *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změní naše životy*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-155-X, str. 83-84

³⁴ Digitalizace je proces postupného vypínání analogového pozemního vysílání a přechod na vysílání digitální (DVB).

³⁵ *DigiZone* [online]. 2010 [cit. 2010-11-23]. Mapy pokrytí zemské digitální televize. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/texty/mapy-pokryti/>>.

z faktorů je kupní síla diváka a dalším pak způsob, jakým se k němu dostanou informace o přechodu na digitální vysílání. I přesto, že naprostá většina občanů už o digitalizaci cosi zaslechla, konkrétní kroky, jakým způsobem přejít na digitální vysílání, jim obvykle nejsou známy nebo mají jen mlhavou představu do doby, než vypnutí analogového signálu zasáhne právě jejich region. Mnoho diváků dříve odkládalo zřízení příjmu digitálního vysílání na poslední chvíli, a následně byli nuceni situaci řešit rychle, aby nepřišli o své oblíbené televizní pořady, podle posledních průzkumů je však již připravenost a informovanost diváků na vysoké úrovni.³⁶

Je všeobecně známo, že digitální vysílání umožní přístup k širší programové nabídce, neméně důležitým dopadem pak bude kvalita obrazu a využití nových technologií obrazu (HD) a zvuku. Z hlediska diváka je rozšíření nabídky televizních programů rozhodně osvěžením a zlepšením stávající nabídky. Na televizním trhu je pro nově vstoupivší hráče rozhodující to, zda dokážou již od samého počátku nabídnout kvalitní program, který diváky osloví, aby nedošlo k počátečnímu zklamání a rezignaci, se kterou by se daná značka těžko vyrovnávala a dlouho zbytečnou chybu napravovala. Také stávající televizní kanály jsou díky konkurenci nových tlačeny k nabídce divácky atraktivnějších pořadů.

Televizní nabídka je již v současné době pro diváka rozšířena o nové stanice, které doplnily ty původní. Vyšší sledovanost budou mít nejspíše i nadále dominantní stanice v závislosti na preferencích diváka, ale ten již má možnost zvolit si i jiné typy pořadů na konkurenčních programech. Nově vzniklé tematické stanice cílí svůj program na více vyhraněné divácké skupiny, „nováčci“ na televizním trhu tak potenciálnímu klientovi kupujícímu reklamní čas nabízejí oslovení konkrétnější cílové skupiny díky pořadu, který ji zajímá. Vytváří se tak poměrně silná konkurence pro současné plnoformátové televize, kterým odchází část diváků přepnutím na jiné kanály, které jim nabízejí program více „šitý na míru“.

Český trh, kterému před začátkem digitalizace dominovaly de facto dvě soukromé televizní stanice (TV Nova a TV Prima) a veřejnoprávní Česká televize, se v průběhu několika posledních let poměrně rychle změnil. Divák má najednou možnost volby a rozprostírá se před ním pestrá nabídka různorodých tematických kanálů. Např. Prima

³⁶ *Digitálně.tv* [online]. 2010-04-12 [cit. 2010-11-23]. Průzkum ukázal velmi dobrou připravenost obyvatel územní oblasti České Budějovice na digitální vysílání. Dostupné z WWW: <<http://www.digitalne.tv/multimedia/101000/100141.pdf>>.

COOL - mladý dynamický kanál, který působí na trhu teprve od poloviny roku 2009, již stabilně po dobu několika měsíců dosahuje v populaci diváků ve věku 15-54 let v celodenním měřítku share³⁷ kolem 4 %³⁸.

Na českém mediálním trhu tedy začal boj o televizního diváka, ale provoz nové televizní stanice vyžaduje nemalou investici, a tak se nabízí otázka, kolik investorů se najde pro financování dalších nových projektů a kolik stanic je vlastně český televizní trh schopen uživit.

Českého diváka čeká doba, kdy se bude muset zorientovat v možnostech digitálního vysílání a také v nabídce nově připravovaných televizních kanálů, které budou usilovat o jeho přízeň. Stávající dominantní stanice budou vystaveny stále většímu konkurenčnímu boji, musí přísně zvažovat ziskovost svých projektů a pečlivě volit programovou skladbu, aby nutný odliv diváka finančně pocítily co nejméně.

Po dobu přechodu analogového vysílání na digitální realizuje ATO speciální výzkum, kterým se snaží monitorovat proces přechodu na digitální vysílání z pohledu diváků v lokalitách, ve kterých tento proces již započal nebo se v blízké době vypnutí analogového zemského vysílání teprve chystá. Cílem je posílení informací o televizní populaci v těchto regionech, tj. zjistit povědomí diváků o tomto procesu, jejich informovanost, obavy, očekávání a reakce na změny, které s sebou digitalizace přináší.

Tabulka č. 2 – Vývoj příjmu digitálního (DVB) vysílání v r. 2009 (% televizních domácností přijímající digitální signál)

	leden 09	duben 09	červenec 09	říjen 09	listopad 09
příjem DVB	52 %	54 %	57 %	63 %	65 %

Pramen: ATO ³⁹

Přehled výše ilustruje postupný nárůst příjmu digitálního vysílání českými domácnostmi v průběhu roku 2009. Na počátku roku 2009 dosáhla na digitální příjem zhruba každá druhá televizní domácnost, koncem roku to bylo už 65 % domácností. Na

³⁷ Share udává podíl na sledovanosti - vyjadřuje počet diváků, kteří sledují daný kanál vůči všem divákům, kteří v daném časovém úseku sledují televizi.

³⁸ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-21]. Měsíční data červenec- září 2010 za skupinu 15-54. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/vysledky/mesicni-data/share/15-54>>.

³⁹ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2009 [cit. 2010-10-21]. Digitální příjem 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/vysledky/trendy-kontinualni-vyzkum/prijem-tv-signalu/digitalni-prijem-2009>>.

počátku března roku 2010 již můžeme hovořit o třech čtvrtinách⁴⁰ televizních domácností a tento poměr i nadále roste. Témata související s příjmem digitálního vysílání tedy již dávno nepojednávají minoritní problematiku blízkého se procesu, nýbrž jsou nutným mapováním velmi aktuální situace a digitalizace jako taková je nezanedbatelným faktorem při monitorování vývoje televizní sledovanosti.

2.5 Budoucnost televizní sledovanosti

Podle Eurodata TV Worldwide z 80 sledovaných zemí ve světě narostla průměrná denní sledovanost televize mezi rokem 2004 a 2007 o 4 minuty, z toho o 2 minuty za poslední rok.

Tabulka č. 3 – Průměrná denní sledovanost v 80 zemích světa (v minutách)

Rok	2004	2005	2006	2007
denní ATS	183	184	185	187

Pramen: Eurodata TV Worldwide

Vývoj elektronických médií zdaleka není ukončen a multimédia jsou jeho dalším stádiem ... hlavní proud vývoje staví zřejmě na audiovizuálním principu televize.⁴¹ Josef Musil se domnívá, že určitého vrcholu vývoje klasické televize bylo v Evropě dosaženo pravděpodobně v letech 1997 – 1998, kdy zde bylo zřízeno 320 nových televizních stanic. Další extenzivní vývoj tohoto média již je zřetelně pomalejší, přičemž společně s postupující digitalizací může postupovat několika základními směry:⁴²

- klasická bezplatná televize;
- placený kanál;
- placené sledované pořady;
- přímý nákup z domu prostřednictvím kabelové TV;
- okamžité individuální předvedení pořadu z nabídky;

⁴⁰ Podle údajů prezentovaných ATO na setkání s novináři dne 27. 5. 2010 mělo k 1. 3. 2010 přístup k digitálnímu vysílání 74% televizních domácností.

⁴¹ MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0, str. 23.

⁴² MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0, str. 23 – 24.

- interaktivní TV, která umožní zásahy do prezentovaného pořadu.

Navzdory všem pesimistickým předpovědím se tedy ukazuje, že televize v konkurenčním boji o diváka s novými médii neztrácí své výsadní postavení, ba naopak, zdá se, že se provozovatelé televizního vysílání chopili nové šance a usilují o vytěžení maxima z komplementárního využití obou fenoménů – televize a internetu a skepsi evidentně nepodléhají.

Podle slov Philippa Delussine, prezidenta Asociace Komerčních Televizí v Evropě⁴³, se televize stále rychle rozvíjí a sledovanost stoupá: „...lidé tráví sledováním televize více času než kdy jindy. Průměrný celosvětový čas strávený sledováním televize byl dle Eurodata TV Worldwide v roce 2008 na úrovni 188 min./den, což představuje hodnotu o minutu vyšší než v roce 2007. Rovněž v samotné Evropě můžeme pozorovat trend směřující k vyšší televizní konzumaci. Ve většině evropských zemí činí průměrná sledovanost více než 200 minut denně neboli sledovanost je vyšší než 23 hodin týdně. Televizi máme na různých platformách a inovativních zařízeních a divák tedy může sledovat audiovizuální obsah kdykoliv, kdekoliv a na jaké platformě chce. Oproti původním 47 národním kanálům vidíme dnes jen v Evropě škálu 3346 kanálů. Ale dívají se lidé televizi jinak? Ano, využívají různé platformy a používají dokonce více mediálních platform naráz. Poslední výzkumy ukazují, že 22 % diváků inklinuje k současnému sledování televize a využívání internetu. V tomto kontextu je jasné, že televize bude hrát i v budoucnu v naší společnosti klíčovou roli...“⁴⁴

Jaký je přínos televize očima Gerharda Zeilera, generálního ředitele skupiny RTL?: „...Dálkové ovládání umožňuje každému učinit individuální rozhodnutí: zda se dívat, kdy se dívat, na co se dívat, kdy přepnout na jiný kanál a konečně, kdy vypnout televizi! Komerční vysílání plní důležitou společenskou úlohu. Sděluje politické informace, ukazuje sociální realitu a baví lidi. Nemůže vyřešit všechny problémy – ani za ně není zodpovědné, ale může přispívat k jejich řešení tím, že na ně ukáže.“⁴⁵

⁴³ *Association of Commercial Television* [online]. 2010 [cit. 2010-11-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.acte.be>>.

⁴⁴ *Association of Commercial Television* [online]. 2009 [cit. 2010-11-12]. Annual report 2009. Dostupné z WWW: <http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=029395>.

⁴⁵ Citováno podle: *Association of Commercial Television* [online]. 2009 [cit. 2010-11-12]. Annual report 2009. Dostupné z WWW: <http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=029395>.

Stejně optimisticky vidí budoucnost televizního vysílání Toyn Cohen, generální ředitel Fremantle Media: „...Často nám říkají, že budoucnost televizního vysílání jako masového média je pryč. To není pravda, ještě ne. Podíl na divácké sledovanosti 4 nejlepších show ve skutečnosti roste, stejně jako absolutní čísla. Televize je masovým médiem více než kdy dříve.“⁴⁶

Slovy Gerharda Zeilera „Televize je a bude i nadále vedoucím médiem. (...) Základní lidská potřeba opřít se, relaxovat a být baven zůstává nezměněna(...)“⁴⁷

V souvislosti s otázkou nad budoucností televize jako masově využívaného média bych ráda uvedla poznatky výzkumné agentury Nielsen, které prezentovala ve svém rychlém přehledu o využívání televize v USA, podle níž ve Spojených Státech zhruba 16 % domácností vlastní pouze jeden televizor, 28 % vlastní dva, téměř čtvrtina domácností vlastní tři televizní přijímače a více než 30 % amerických domácností vlastní dokonce 4 nebo více těchto zařízení. Nielsen dále uvádí, že průměrný Američan sleduje televizi 35 hodin a 34 minut týdně, přičemž podle výsledků za 1.kvartál roku 2010 děti ve věku 2-11 let strávily sledováním televize týdně v průměru 25 hodin a 48 minut, lidé starší 65 let pak dokonce 48 hodin a 54 minut za týden.⁴⁸

Na tomto místě je třeba uvést, že předchozí výroky zazněly z úst lidí, kteří jsou v televizním businessu velmi zainteresovaní a jde tedy o pouhou ukázkou, která nemá ambice popisovat realitu přísně subjektivními měřítky. Vzhledem k jejich zainteresovanosti na tom, aby televizní průmysl i nadále vynášel, ani bychom nemohli očekávat negativistické vize. Tyto pozitivní vizionářské komentáře mohou sehrát úlohu sebenaplňujícího se proroctví. Vzhledem k publiku by si vysoce postavený manažer z televizní společnosti vlastně ani nemohl dovolit aktuální nebo budoucí vývoj kritizovat, aby sebenaplňující se proroctví nenabralo opačný směr.

Nicméně i podle ATO došlo mezi lety 2007-2009 u cílové skupiny 15+, tj. diváků starších 15 let (včetně) v ČR k nárůstu televizní sledovanosti. Jestli však tento trend bude pokračovat i nadále a potvrdí se tak slova odborníků v této kapitole citovaných, ukáže až čas.

⁴⁶ Citováno podle: *Association of Commercial Television* [online]. 2009 [cit. 2010-11-12]. Annual report 2009. Dostupné z WWW: <http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=029395>.

⁴⁷ Citováno podle: *Association of Commercial Television* [online]. 2009 [cit. 2010-11-12]. Annual report 2009. Dostupné z WWW: <http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=029395>.

⁴⁸ *The Nielsen Company* [online]. 2010 [cit. 2010-11-12]. Snapshot of Television Use in the U.S. Dostupné z WWW: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2010/09/Nielsen-State-of-TV-09232010.pdf>>.

Tabulka č. 4: Vývoj průměrné televizní sledovanosti (ATS) v letech 2007-2009 (v minutách za televizní den)

	r. 2007	r. 2008	r. 2009
ATS	194	197	199
meziroční nárůst	N/A	1,5 %	1,0 %

Pramen: ATO - Setkání s novináři 27.5.2010 ⁴⁹

Nabízí se, zakončit tento krátký exkurz do světa mediálních odborníků slovy Cairncrossové, která s výhledem do budoucnosti tvrdí: „Jak přijde průměrný člověk domů z práce, tak se i nyní rozvalí do gauče a bude sledovat televizi ... výběr programů se zvýší; ceny některých programů se zvýší; kvalita obrazu se značně zlepší a lidé si budou vybírat z elektronických seznamů nabídek. Ale i v první čtvrtině příštího století (tedy 21. století – pozn. aut.) bude tato velká relaxační činnost dvacátého století ve své podstatě ležerní zábavou: stále zůstaneme pasivními diváky.“⁵⁰

Podle výše uvedeného tedy nemusíme být pesimističtí ohledně aktuální a snad ani budoucí míry sledovanosti, patříme-li mezi ty, kteří mají z jakéhokoliv důvodu zájem na udržení tohoto média na předních místech v pomyslném žebříčku úspěšnosti médií či pokud jen nahlížíme na fenomén televize jako něco přínosného. Nové technologie a větší interaktivita, kterou přináší, znamenají minimálně příslib toho, že se masivnějšího úpadku televizní sledovanosti v nejbližších letech pravděpodobně nedočkáme.

⁴⁹ ATO - Asociace televizních organizací : *Workshopy* [online]. 2010-05-27 [cit. 2010-09-24]. Setkání s novináři 27.5.2010 - prezentace. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=606>>.

⁵⁰ CAIRNCROSS, Frances. *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změní naše životy*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-155-X, str. 84.

3 ČESKÝ TELEVIZNÍ TRH A MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI

Než přejdeme k historii měření televizní sledovanosti, uvedme nejprve několik důležitých milníků televizního vysílání na území našeho státu. Televizní vysílání na území Československa bylo zahájeno v roce 1953, pravidelné vysílání pak odstartovala Československá televize v únoru roku 1954. Začátek barevného vysílání na území České republiky se datuje rokem 1973 a první komerční stanice - Premiéra TV - začala vysílat v roce 1993 na území Prahy a Středních Čech.⁵¹

3.1 Deníčkové výzkumy

Nejstarší sociologické výzkumy chování českého televizního diváka realizuje Česká televize⁵² od roku 1970. Výzkum je založen na vyplňování tzv. programových deníčků panelem čítajícím původně 500, dnes 750 respondentů, kteří se zpracovateli komunikují prostřednictvím pošty nebo internetu. Panel je průběžně obměňován tak, aby tvořil reprezentativní vzorek dospělé populace České republiky z hlediska pohlaví, věku, vzdělání, bydliště a ekonomické aktivity. Tzv. programové deníčky obsahují většinu vysílaných pořadů a respondenti v nich vyjadřují svou osobní spokojenost s nimi, a to prostřednictvím známek v rozsahu 1 („velmi spokojen“) až 5 („zcela nespokojen, z nichž se pak vypočítává koeficient spokojenosti, který charakterizuje míru uspokojení diváckého očekávání. Do poloviny roku 1997 se tímto výzkumem vedle divácké spokojenosti zjišťovala také sledovanost televizních pořadů.

Od 1. června 1997 je však sledovanost televize v České republice měřena elektronicky prostřednictvím tzv. peplemetrů, resp. TV metrů a deníčkový výzkum nadále slouží vedle dalších výzkumných metod již jen ke zjišťování divácké spokojenosti.⁵³

⁵¹ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-21]. Televizní trh a měření sledovanosti. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/co-je-to-ato/historie/televizni-trh>>.

⁵² Česká televize [online]. 2010 [cit. 2010-10-27]. Sociologický výzkum České televize. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/divacky-ohlas-a-statistiky-vysilani/metodika-vyzkumu/sociologicky-vyzkum-ceske-televize/>>.

⁵³ Česká televize [online]. 2010 [cit. 2010-10-27]. Sociologický výzkum České televize. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/divacky-ohlas-a-statistiky-vysilani/metodika-vyzkumu/sociologicky-vyzkum-ceske-televize/>>.

3.2 Mediaprojekt

Nástup komerčních televizí na český trh s sebou nesl i jistý pokrok ve výzkumu sledovanosti. Mezinárodní reklamní agentury iniciovaly zavedení standardních postupů ve výzkumu sledovanosti médií, jelikož zadavatelům reklamy - svým klientům, chtěly poskytovat relevantní data, aby se tito mohli rozhodnout, kam směřovat své peníze určené pro vlastní propagaci. V reakci na tento nenaplněný požadavek vzniklo Standardizační grémium pro výzkum sledovanosti médií, později přetvořené ve Sdružení komunikačních a mediálních organizací – SKMO. U jejich zrodu stáli lidé z médií, mediálních zastoupení a reklamního průmyslu.

V roce 1993 bylo vypsáno výběrové řízení na realizátora Media Projektu, komplexního multimediálního výzkum čtenosti tisku, poslechovosti rádií a sledovanosti televize, jehož vítězem se stalo konsorcium GfK Praha a Aisa Media (později Median).

Media Projekt byl zahájen již na začátku roku 1994, nicméně výsledky byly stále pouze orientační, neboť sběr dat měl tříměsíční intervaly. Údaje o sledovanosti byly získávány metodou dotazování. Media Projekt používal jednotnou metodiku měření a byl prvním svého druhu v ČR i v postkomunistických zemích. Ročně zachycoval odpovědi 15000 respondentů.⁵⁴

Skutečnou změnu v měření sledovanosti však přinesly až peoplemetry. Teprve výsledky jejich měření umožnily televizím prodávat reklamní časy podle pravidel odvozených ze sledovanosti. Průzkum sledovanosti televizí byl po roce 1996 z Media Projektu vyřazen, mapoval nadále již jen oblast tištěných médií a rádií.

3.3 Elektronické měření sledovanosti

Zadavatelem prvního výzkumu elektronického měření sledovanosti televize v ČR metodou peoplemetrů bylo Sdružení komunikačních a mediálních organizací (SKMO), předchůdce ATO. Od června 1997 zajišťovala elektronické měření sledovanosti pro Asociaci televizních organizací (ATO) prostřednictvím peoplemetrů firma Taylor Nelson Sofres Media, od dubna 2002 je na základě nového tendru zajišťuje dodnes společnost MEDIARESEARCH.⁵⁵

⁵⁴ *RadioTV* [online]. 2006-03-06 [cit. 2010-10-28]. Průzkumy sledovanosti: Od MediaProjektu k TV-metrum. Dostupné z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_tv/t_technika/przkumy-sledovanosti-od-mediaprojektu-k-tv-metrm/>.

⁵⁵ *Mediaresearch* [online]. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaresearch.cz/>>.

3.3.1 TVmetrový výzkum

K měření sledovanosti využívá realizátor přístrojů zvaných peplemetry (resp. TV metry)⁵⁶, což jsou elektronická zařízení, která průběžně shromažďují údaje o sledovanosti televize jednotlivými členy domácnosti. Členové měřené domácnosti ohlašují svoji diváckou přítomnost prostřednictvím speciálního dálkového ovládaní. TV metr pak monitoruje činnost všech televizních přístrojů a souvisejících zařízení, kterými je domácnost vybavena, s přesností na jednu sekundu. Identifikován je každý přijímaný televizní kanál (vysílaný analogově i digitálně, signál přijímaný terestricky-přes anténu, nebo přes satelit či přes kabel). Systém rovněž umožňuje zaznamenávat údaje o nahrávání a přehrávání videa a o užívání teletextu. Kromě vlastního měření jsou TV metry využívány i pro obousměrnou komunikaci s domácnostmi (zaslání zprávy, dotazu, dálková konfigurace zařízení). Z domácností jsou zaznamenána data přenášena ke zpracování do ústředí zpracovatele průběžně během celého dne prostřednictvím SMS zpráv.

Data naměřená v domácnostech panelu jsou každý den ráno ve společnosti Mediaresearch kontrolována a spojována s informacemi o vysílaných programech a s popisy jednotlivých pořadů (vysílací protokoly), které dodávají jednotlivé televize. Výstupem elektronického měření sledovanosti televizních stanic jsou pak data zahrnující detailní informace o sledovanosti jednotlivých kanálů a sociodemografické údaje vztahující se k diváckému vzorku. Data naměřená za uplynulý „televizní den“, tzn. v časovém úseku od 6.00 hod předchozího dne do 6.00 hod, jsou uživatelům k dispozici následující den ráno do 9.00 hod. Uživatelé mají v rámci projektu k dispozici software pro následnou analýzu dat.

Denně je garantováno zpracování údajů od 1650 domácností z 1833 (čítajících dohromady přibližně 4200 jednotlivců), které jsou v panelu zahrnuty, aby výzkum neohrozilo technické nebo lidské selhání. Panel domácností je tedy denně kontrolován z

Společnost MEDIARESEARCH je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (TV metry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.

⁵⁶ Peplemetr je elektronické zařízení, které je připojeno k televizi a slouží zejména k zaznamenávání sledovanosti televize a užívání televizní techniky (videa, satelitu,...) jednotlivými členy, resp. hosty televizní domácnosti, která se účastní měření sledovanosti televize. V ČR je používán tzv. TV metr®, který je zde vyvíjen i vyráběn.

hlediska kvality spolupráce jednotlivých domácností i z hlediska jeho struktury. Měření je uskutečňováno s přesností na vteřinu na reprezentativním panelu televizních domácností v České republice. Panel, se každoročně z jedné čtvrtiny obnovuje. Data o sledovanosti jsou akceptována jako plně věrohodná všemi provozovateli televizního vysílání i ostatními subjekty, např. reklamními agenturami. Na kvalitu poskytovaných dat dohlíží odborná metodologická komise, která mimo jiné také zadává audity zaměřené na komplexní hodnocení projektu z hlediska sociologického a demografického.⁵⁷

3.3.2 Kontinuální výzkum

Elektronický výzkum sledovanosti je doprovázen kontinuálním dotazovacím výzkumem⁵⁸, který probíhá od roku 2001 a v současnosti v 10 vlnách ročně garantuje výstupy z osobních rozhovorů v 9000 domácnostech za rok. Zjišťuje televizní chování českých domácností, vybavenost televizní technikou, možnosti příjmu televizního signálu a jednotlivých stanic, vlastnictví počítače, využití internetu apod. Zachycuje významné změny, které se promítají do mediálního chování, jako je momentálně např. postupné vypínání analogového vysílání a spouštění digitálního pozemního vysílání. Poskytuje časový snímek dnů jednotlivých členů výzkumu a jeho cílem je především zjistit důležité charakteristiky domácností pro kontrolu a zajišťování reprezentativity vzorku domácností zařazených v panelu. Struktura panelu se pravidelně kontroluje a upravuje tak, aby vzorek domácností odpovídal sociodemografickému profilu domácností a jednotlivců v ČR podle nejaktuálnějších dat ČSÚ a zároveň podle nejaktuálnějších poznatků v rámci Kontinuálního výzkumu samotného.

3.3.3 Výzkum životního stylu

Od roku 2002 je na panelu TV metrových domácností prováděn i Výzkum životního stylu, exkluzivní kvantitativní výzkum, který probíhá ve třech ročních vlnách a je zaměřený na podrobné zjišťování mediálního, postojeového a spotřebního chování, tj. např. preference ostatních typů médií, sociální a hodnotové postoje, životní styl, činnosti během dne a aktivity ve volném čase, příjmy a vybavenost domácností. Zjištěné výsledky by měly podchytit nové trendy v mediální konzumaci a uživatelům přinášejí rozšíření analytických možností údajů o sledovanosti.

⁵⁷ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-28]. Popis současného projektu. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/tv-vyzkum/informace-o-projektu>>.

⁵⁸ Pro ATO zpracovává kontinuální výzkum realizátor prostřednictvím agentury STEM/MARK.

3.3.4 Vliv počasí na sledovanost

Do denních dat jsou od podzimu roku 2003 realizátorem výzkumu začleňována i tzv. meteodata, která obsahují údaje o teplotě, oblačnosti a srážkách pro celou republiku i pro jednotlivé regiony, za celý den i po hodinách. Zdrojem těchto dat je Český hydrometeorologický ústav. Cílem je jak zohlednění dlouhodobějšího charakteru počasí na našem území zejména v případě jeho extrémnější podoby, tak vysvětlení některých lokálních výkyvů ve sledovanosti, které mohly být způsobeny např. lokálními intenzivními přeháňkami.

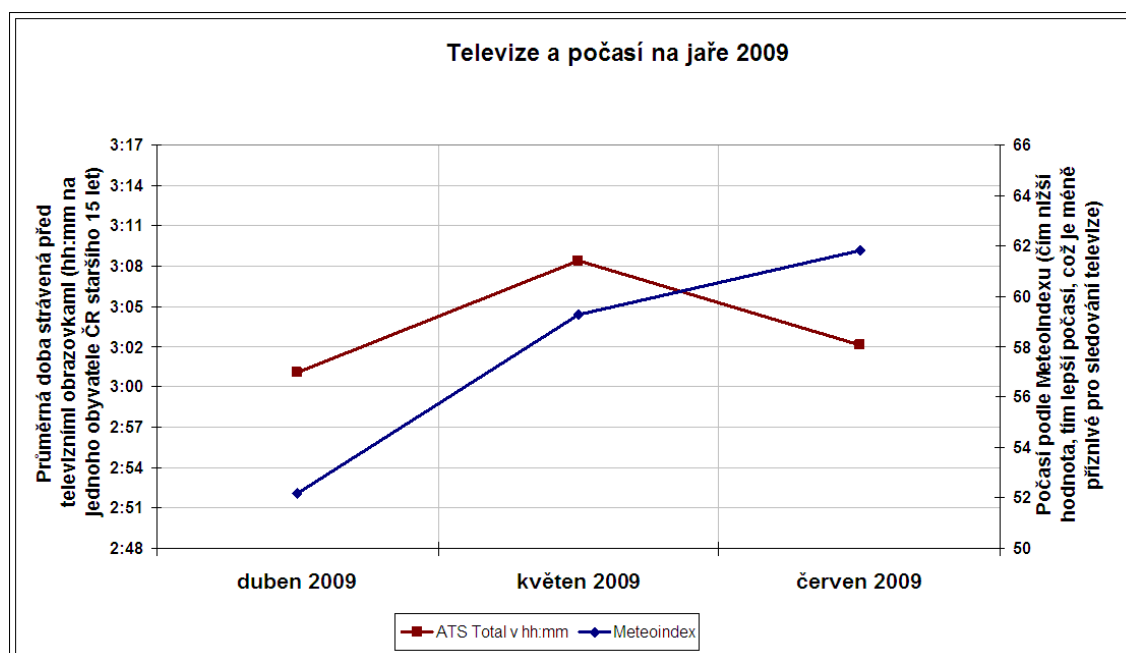
Obecně platí, že lepší počasí přináší nižší sledovanost. Stejně tak s délkou světelného dne se sledovanost snižuje, jelikož lidé mají možnost se do pozdějších hodin věnovat venkovním aktivitám, sportu atp. Zvláště v létě je vliv počasí patrný a srážková činnost či průměrná teplota ovlivňují průměrnou sledovanost na denní bázi. Nadprůměrně teplé léto pak můžeme uvést jakožto příklad dlouhodobější změny počasí schopné významně měnit divácké chování. Televize jsou díky meteodatům schopny lépe odlišit, do jaké míry byly odchylky sledovanosti způsobeny počasím a do jaké míry byly ovlivněny vlastním programem a programem konkurence, jde tedy o jakési „očistění“ dat o sledovanosti.⁵⁹

Dlouhodobé pozorování toho, jak spolu souvisí počty diváků před televizními obrazovkami s průměrnou teplotou a množstvím srážek, pomohlo vyvinout nástroj sloužící k posouzení úspěšnosti nabízených televizních programů. Od roku 2005 je součástí zpracovávaných dat i tzv. meteoindex, což je číslo, které reprezentuje počasí v daný den. Tento index je vypočítáván z proměnných průměrná teplota a celodenní souhrn srážek a nabývá hodnot 0 až 99. Vyšší hodnota meteoindexu představuje horší počasí, nízká hodnota naopak počasí hezké. S proměnnou meteoindex se pracuje při vyhodnocování vlivu počasí na celkovou sledovanost televize.⁶⁰ Principem je myšlenka, že pokud lidé před obrazovkami tráví více času, než by odpovídalo počasí, byly televize úspěšné. Diváci tím, že sledování televizních programů věnují více času, signalizují, že jsou s nabídkou vysílaných programů spokojeni. Pokud je naopak doba strávená sledováním nižší, než byla v dlouhodobém průměru při stejném počasí, měla televizní nabídka rezervy.

⁵⁹ MÁDLE, Jiří. *Český filmový a televizní svaz - FITES* [online]. 2005-08-13 [cit. 2010-11-05]. Teplo i srážky mění sledovanost. Dostupné z WWW: <<http://www.fites.cz/clanky/archiv/teplo-i-srazky-meni-sledovanost/>>.

⁶⁰ ATO - *Asociace televizních organizací* [online]. 2010 [cit. 2010-11-05]. Terminologie. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/tv-vyzkum/metodika-pem-iii/terminologie/>>.

Graf č. 9 – Průměrná sledovanost a meteindex (ve formátu hh:mm)



Pramen: Tisková zpráva Mediaresearch ze dne 29.7.2009⁶¹

Příklad z dubna roku 2009 demonstruje situaci, kdy vzhledem k počasí byly televize velmi úspěšné. Nízká hodnota meteindexu představuje hezké počasí a tedy větší pravděpodobnost, že diváci budou trávit čas jinak než sledováním televize. Program byl ale zřejmě natolik silný, že diváky k televizním obrazovkám přesto přilákal v míře větší, než by se dalo očekávat.

3.3.5 Trendy ve výzkumu sledovanosti

Měření sledovanosti, aby bylo validní, nemůže dlouhodobě zaostávat za technologickým pokrokem v oblasti šíření televizního obsahu prostřednictvím nových kanálů, formátů a forem přenosu. Díky rostoucí vybavenosti českých domácností a rostoucí nabídce videoobsahu (filmy, videa, televizní pořady) roste také jeho konzumace na internetu a zadavatele tedy zajímá kde, kdy a jaká videa, filmy či pořady návštěvníci videoserverů sledují. Diváci mají nyní více alternativ než kdy jindy a pro realizátory výzkumu sledovanosti bude výzvou, aby s novými trendy udrželi krok a byli i nadále schopni mapovat televizní vzorce chování a zvyklosti diváků a poskytovat svým zákazníkům relevantní informace o divácké sledovanosti bez ztráty přesnosti a spolehlivosti.

⁶¹ *Mediaresearch* [online]. 2009-07-29 [cit. 2010-11-05]. TZ Informace o počasí pomáhají posuzovat úspěšnost televizí. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaresearch.cz/aktualita/tz-informace-o-pocasi-pomahaji-posuzovat-uspesnost-televizi>>.

4 VLIV JEDNOTLIVÝCH FAKTORŮ NA ATS

Následující empirická část práce bude vycházet z práce s daty, která pro účely mé diplomové práce poskytla Asociace Televizních Organizací.⁶² Popíšme si nejdříve strukturu datového souboru. Datový soubor sestává z reprezentativního vzorku 4404 respondentů od 4 let věku, u nichž máme k dispozici informaci o průměrné týdenní sledovanosti televize (ATS) v roce 2009, což je závislá proměnná, kterou se budeme zabývat, a dále pak základní individuální a rodinnou sociodemografii a další údaje, které se určitým způsobem vztahují k televiznímu chování.⁶³

Zkratka ATS (z angl. „average time spent“)⁶⁴ udává průměrný čas strávený před televizí. Je to průměrná doba, po kterou jedinec sledoval televizi během daného časového úseku. Pro naše účely budeme tuto veličinu zkoumat a porovnávat vzhledem k týdennímu časovému úseku (v hodinách za týden), v textu uvedené ATS tedy bude značit „průměrnou týdenní ATS“ v rámci dané divácké kategorie (cílové skupiny).

ATS je v datech zaznamenána v hodinách za týden, pro snadnější představu však bude v některých případech v rámci komentářů uváděna i její přibližná hodnota v hodinách za den, ačkoliv jsem si vědoma, že tato informace může být dosti zjednodušující vzhledem k tomu, že se zejména u ekonomicky aktivních respondentů dá očekávat značně odlišné televizní chování v průběhu pracovního týdne, o víkendu a ve dnech pracovního klidu.

Samotná průměrná ATS byla v rámci prevence zkreslení očištěna tak, že byla vypočítána pouze z celých týdnů, kdy byla daná osoba zahrnuta v TVmetrovém měření, což eliminuje případný vliv této „týdenní sezónnosti“. Datový soubor dále obsahuje pouze ty respondenty, kteří byli v panelu zahrnuti minimálně 10 celých týdnů v roce 2009. Panel je průběžně obměňován, a pakliže by do dat byly zahrnuty i osoby, které působily ve výzkumu jen v rámci kratšího časového rozmezí, mohlo by se projevit zkreslení

⁶² Zdrojem veškerých analýz prováděných v empirické části práce bude tento datový soubor, proto nebudeme každý graf či tabulku doplňovat příslušným odkazem zdroj: ATO.

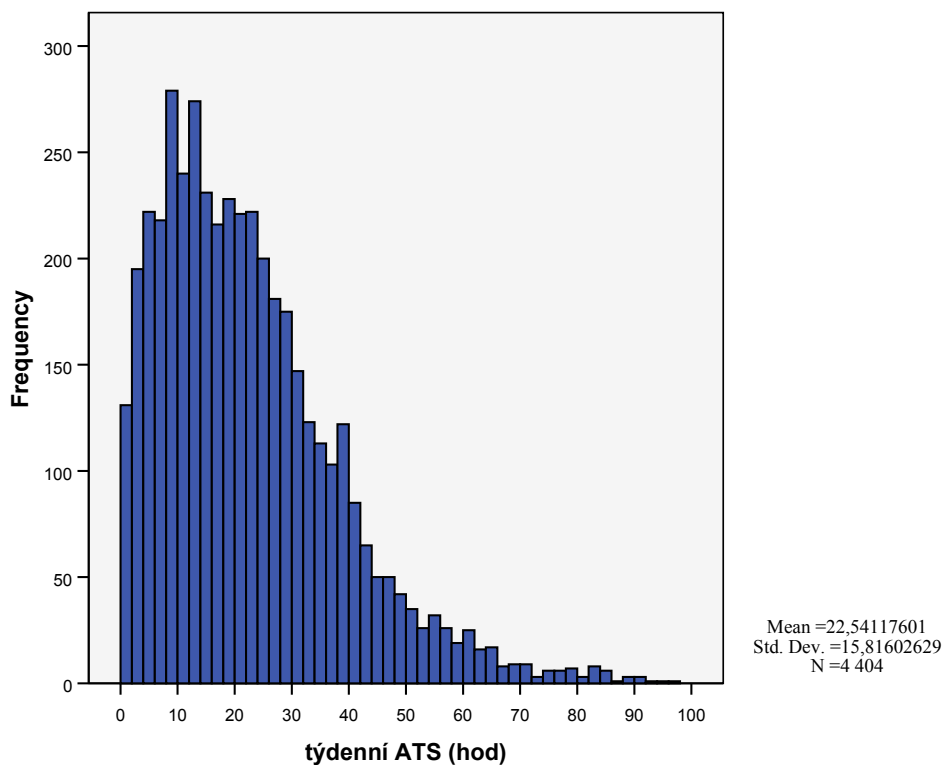
⁶³ Bližší popis datového souboru je k dispozici v příloze P2

⁶⁴ Českým ekvivalentem by byl „průměrný čas strávený sledováním“, i nadále se však v textu budeme držet zavedené odborné terminologie a používat zkratku ATS a její hodnotu budeme zpravidla uvádět v hodinách za týden.

v důsledku sezónních výkyvů v míře televizní sledovanosti v průběhu kalendářního roku.⁶⁵

V této empirické části práce budeme zkoumat hypotézu, zda je sledovanost televize závislá na té které sociodemografické charakteristice či jiné charakteristice z dat, která máme k dispozici. Pomocí histogramu četností si nyní přiblížíme rozložení zkoumané závislé proměnné, tedy ATS.

Graf č. 10 - Histogram četností ATS



Rozložení proměnné ATS se blíží normálnímu rozdělení, nicméně je mírně šikmé, čehož si budeme vědomi zejména při použití t-testů a analýzy rozptylu. Je třeba brát na zřetel fakt, že tyto testy jsou konstruované pro proměnné s normálním rozložením. Naše rozhodnutí nebránit se použití parametrických testů je podpořeno i faktem, že máme poměrně rozsáhlý vzorek (4404 pozorování).

Průměrná týdenní sledovanost televize činila v roce 2009 22,5 hodiny (to odpovídá asi 3,5 hodinám denně). Mediánová hodnota ATS je necelých 20 hod/týden (tj.

⁶⁵ Televizní průmysl vykazuje stejně jako jiné oblasti lidské činnosti jistou sezónnost a pravidelně např. zaznamenává větší „odbyt“ (tj. objem nakoupeného reklamního času, resp. množství televizních diváků, kteří dané reklamní sdělení mají shlédnout) na podzim ve srovnání s letním obdobím, kdy je i programové schéma přizpůsobené očekávané nižší sledovanosti.

necelé 3 hod/denně), hranice dolního kvartilu odpovídá přibližně hodnotě ATS 10,5 hod/týden, hranice horního kvartilu se pak nachází na úrovni 31 hod/týden.

Pro účely dalšího statistického zpracování jsem proměnnou ATS zkatégorizovala a překódováním tak vznikla nová proměnná, která respondenty podle průměrné sledovanosti televize rozděluje do 4 podobně zastoupených skupin.

Tabulka č. 5 -ATS kategorizované do 4 kategorií

ATS	počet	%
méně než 10,5 hod/týden	1106	25,1 %
10,5 - 20,99 hod/týden	1237	28,1 %
21,0 - 31,49 hod/týden	1001	22,7 %
31,5 hod/týden a více	1060	24,1 %
Total	4404	100,0 %

Čtvrtina respondentů sleduje televizi méně než 10,5 hod týdně (tj. méně než 1,5 hod denně), 28 % respondentů věnuje této aktivitě mezi 10,5 a 21 hodinami týdně, což odpovídá zhruba 1,5 – 3 hodinám denně. V další skupině, čítající 22 % z celkového souboru, jsou zastoupeni lidé, kteří sledování televize věnují týdně 21 – 31,5 hodiny, což by v denním měřítku znamenalo 3 – 4,5 hodiny. Poslední necelou čtvrtinu respondentů tvoří „televizní nadšenci“, kteří týdně stráví před televizní obrazovkou více než 31,5 hodiny - pokud by se tedy dívali na televizi každý den stejnou dobu, strávili by touto činností denně minimálně 4,5 hodiny.

Vedle tradičních sociodemografických údajů, jako je např. pohlaví, věk, velikost místa bydliště, kraj a rodinný stav obsahuje datový soubor i socioekonomické postavení, zařazení v rámci typologie životního cyklu nebo informaci o tom, zda je osoba hlavním členem domácnosti starajícím se o běžný chod domácnosti či hlavou domácnosti rozhodující o zásadních záležitostech. Dále máme k dispozici údaje o přístupu na internet, možnosti sledovat televizi přes satelit, kabel a o digitálním příjmu televizního signálu nebo počtu televizorů v domácnosti. Pokud jde o domácnost jako celek, můžeme pracovat s kategorizovaným údajem o jejím čistém měsíčním příjmu či celkovém počtu členů domácnosti.

V následujících kapitolách budeme zkoumat závislost ATS na dané sociodemografické charakteristice či jiném typu dat, jejichž náčrt je popsán v předcházejícím odstavci.⁶⁶

4.1 Pohlaví

Tabulka č. 6 - ATS podle pohlaví

pohlaví	počet	%	týdenní ATS (hod)
muž	2 103	47,8 %	20,89
žena	2 301	52,2 %	24,05

T-test: výstup

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
9,063	0,003	-6,652	4 402	0,000	-3,159	0,475
		-6,670	4 398,118	0,000	-3,159	0,474

Soubor je z 52 % zastoupen ženami, zbývajících 48 % tvoří muži. Existuje statisticky významný rozdíl sledovanosti podle pohlaví - ženy sledují televizi průměrně o 3 hodiny týdně více než muži.

4.2 Věk

Soubor je z hlediska věku zastoupen osobami ve věku od 4 do 92 let. Na zastoupení dětí od velmi nízkého věku je třeba pamatovat a zohlednit jej v budoucích analýzách, kdy v některých případech bude třeba data očistit od respondentů do určitého věku, aby tak nedocházelo ke zkreslení (např. v případě rodinného stavu vyloučením dětských respondentů zajistíme, že kategorie „svobodní“ nebude zatížena skutečností, že obsahuje vedle dospělých svobodných i všechny dětské a mladistvé respondenty).

Děti do 15 let věku představují téměř 13 % všech respondentů. Pokud sledovanou věkovou hranici posuneme o 2 roky výše, tj. zaměříme se na respondenty do 17 let včetně, jednalo by se o 15% část našeho datového souboru.

Tabulka níže ilustruje rozložení souboru poté, co jsme spojitou proměnnou věk kategorizovali do 4 skupin s rozlišením osob do 17 let včetně, 18-35 let, 36-60 let a 61 a

⁶⁶ Detailní přehled proměnných je k dispozici v příloze P2

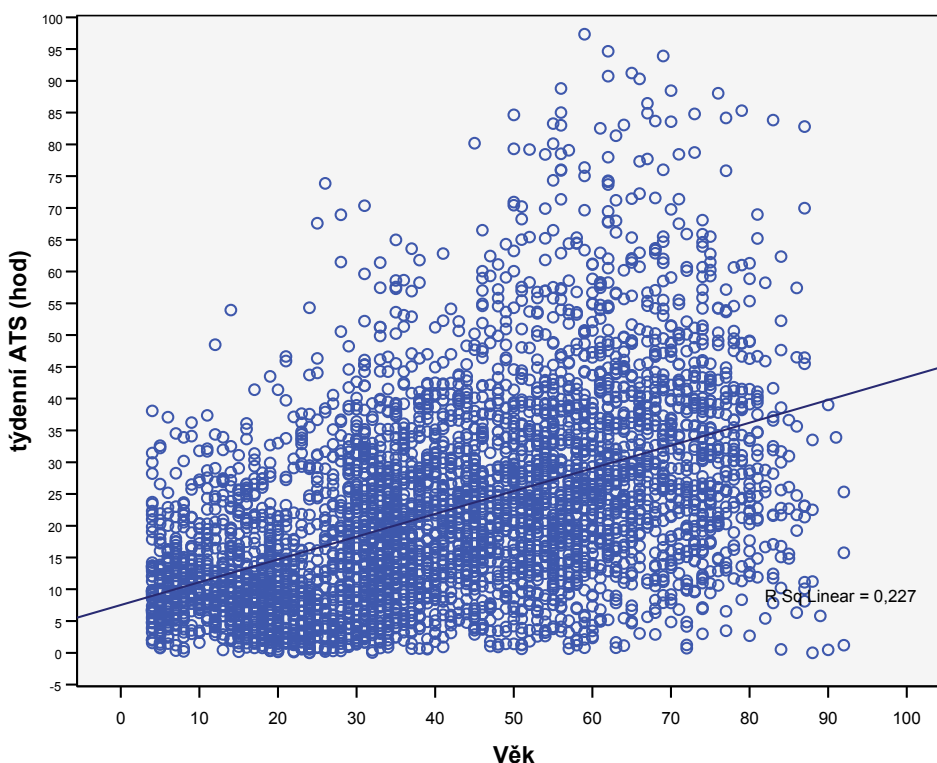
více let. Takto kategorizovaná data slouží pro představu, jakou část datového souboru tvoří nezletilí lidé (cca 15 %) a jakou naopak lidé v poproduktivním věku (cca 22 %).

Tabulka č. 7 - Věk kategorizovaný do 4 kategorií

Věk	počet	%
do 17 let včetně	674	15,3 %
18 - 35 let	1177	26,7 %
36 - 60 let	1579	35,9 %
61 a více let	974	22,1 %
Total	4404	100,0 %

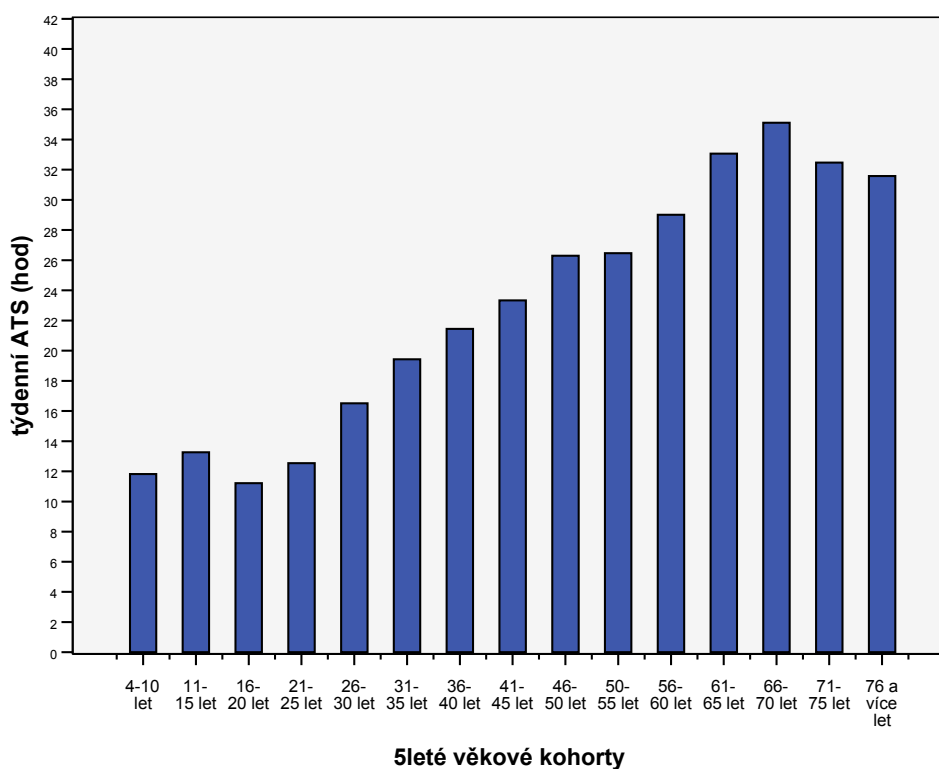
Jelikož věk je z vysvětlujících jediná spojitá proměnná, pojďme závislost ATS na ní nahlédnout grafickým zobrazením typu „scatter plot“. Do grafu jsme pro názornost nechali proložit přímkou, která demonstruje pozitivní závislost. Z grafu je pouhým pohledem náročné posoudit, zda je závislost dokonale monotónní, ale obecně se dá říci, že s rostoucím věkem čas věnovaný sledování televize narůstá.

Graf č. 11 – závislost týdenní ATS a věku



Jiné grafické znázornění, které nám nabídne pohled na ATS, které roste spolu se zvyšujícím se věkem, představuje sloupcový graf zobrazující průměrnou týdenní sledovanost televize v 5letých věkových kohortách.

Graf č. 12 - týdenní ATS podle věku (5leté věkové kohorty)



I sloupcový graf potvrzuje veskrze rostoucí trend ATS v závislosti na věku, linearita je narušena zejména u dětí do 15 let, které sledují televizi více než mladí lidé ve věku 16-20 let, což je zřejmě důsledek skutečnosti, že ve věku 16-20 let mladý člověk obvykle upřednostňuje spíše sociální kontakt s vrstevníky apod. a má zpravidla i větší volnost v nakládání se svým volným časem oproti mladšímu věku, kdy byl jeho denní režim více v režii rodičů. Další nelinearitu můžeme pozorovat u kategorie nad 70 let, kde můžeme sledovat mírně klesající trend ATS. Mimo tyto dvě odchylky v krajních věkových kategoriích však v tomto rozdělení na 5leté věkové kohorty platí pravidlo, že s vyšším věkem můžeme očekávat i vyšší ATS.

Uvedený srovnávací nástroj nám posloužil spíše pro hrubou představu, proto jej doplníme ještě o jednoduchou kontingenční tabulku, ve které se promítnou 3 věkové kategorie (do 34 let, 35- 59 let, 60 a více let) a 4 kategorie podle průměrné sledovanosti, které jsem ze spojitě veličiny ATS připravila v tabulce č. 5. Zastoupení jednotlivých věkových kategorií ukazuje tabulka níže.

Tabulka č. 8 - Věk kategorizovaný do 3 věkových kategorií

věk	počet	%
do 34 let	1754	39,8 %
35 - 59 let	1616	36,7 %
60 a více let	1034	23,5 %
Total	4404	100,0 %

Výstup: Kontingenční tabulka – Chí-kvadrát test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1089,934(a)	6	0
Likelihood Ratio	1141,222	6	0
Linear-by-Linear Association	1005,028	1	0
N of Valid Cases	4404		

0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 235,02.

Tabulka č. 9 – Kontingenční tabulka: ATS x věk

		3 věkové skupiny			Total
		do 34 let	35 - 59 let	60 a více let	
méně než 10,5 hod/týden	Počet	808,0	232,0	66,0	1106,0
	%	46,1 %	14,4 %	6,4 %	25,1 %
10,5 - 20,99 hod/týden	Počet	558,0	490,0	189,0	1237,0
	%	31,8 %	30,3 %	18,3 %	28,1 %
21,0 - 31,49 hod/týden	Počet	259,0	448,0	294,0	1001,0
	%	14,8 %	27,7 %	28,4 %	22,7 %
31,5 hod/týden a více	Počet	129,0	446,0	485,0	1060,0
	%	7,4 %	27,6 %	46,9 %	24,1 %
Total	Počet	1754,0	1616,0	1034,0	4404,0
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Kontingenční tabulka, potažmo test chí-kvadrát, poukázali na statisticky významné rozdíly v ATS mezi danými věkovými kategoriemi. V prvním sloupci u lidí do 34 let je patrné jejich nižší zastoupení se zvyšující se ATS, tato věková skupina tedy ve srovnání s ostatními sleduje televizi nejméně (do kategorie s nejnižší sledovaností, tj. méně než 10,5 hod/týden, spadá téměř polovina respondentů nejmladší věkové kategorie). Opačný trend můžeme v tabulce vysledovat u věkové kategorie 60 a více let – se zvyšující se ATS je tato kategorie stále silněji zastoupena (v kategorii s nejvyšší

sledovaností, tj. 31,5 hod týdně a více se nachází téměř polovina respondentů v tomto věku).⁶⁷

4.3 Rodinný stav

Pokud jde o rozložení souboru podle rodinného stavu, tvoří téměř polovinu respondentů (48 %) lidé se statusem ženatý/vdaná. Následuje skupina svobodných (35 %), přičemž s ohledem na dříve řečené je třeba si uvědomit, že pro korektnější představu bychom zde měli vytvořit kategorii nezletilých, která by právě z kategorie svobodných odebrala absolutních 15 % a na „dospělé svobodné“ by tak připadalo zbylých 20 %. Poslední dvě skupiny, tedy rozvedení a ovdovělí mají podobný poměr zastoupení – 9 % resp. 8 %.

Tabulka č. 10 – ATS podle Rodinného stavu

Rodinný stav	počet	%	týdenní ATS (hod)
svobodný(á)	1553	35,3 %	14,22
ženatý(vdaná)	2094	47,5 %	25,41
rozvedený(á)	417	9,5 %	29,01
vdovec(vdova)	340	7,7 %	34,96
Total	4404	100,0 %	22,54

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	194 572,357	3	64 857,452	314,695	0,000
Within Groups	906 823,509	4 400	206,096		
Total	1 101 395,866	4 403			

I v případě rodinného stavu se pomocí analýzy rozptylu prokázala existence statisticky významného rozdílu v míře sledování televize. Následně jsem použila post hoc test pro zjištění statistické významnosti i mezi jednotlivými rodinnými stavy.

Výstup: post-hoc test LSD

(I) Rodinný stav	(J) Rodinný stav	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ženatý(vdaná)	svobodný(á)	11,19	0,48	0,00	10,24	12,13
	rozvedený(á)	-3,60	0,77	0,00	-5,11	-2,09
	vdovec(vdova)	-9,55	0,84	0,00	-11,19	-7,90

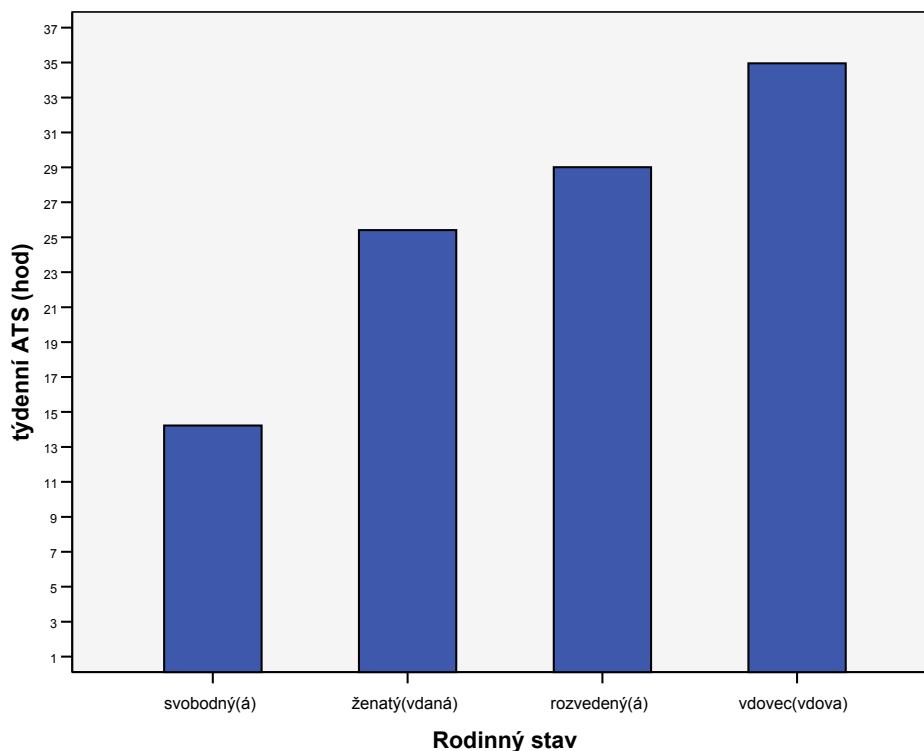
*. The mean difference is significant at the .05 level.

⁶⁷ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua svědčí o významných rozdílech v ATS podle věku.

Rozdíly jsou statisticky významné mezi všemi uvedenými skupinami. Nejmenší rozdíl se projevil mezi skupinou ženatých/vdaných a rozvedených (rozvedení respondenti sledují televizi v průměru o 3,5 hod více než sezdaní), i tento nejmenší rozdíl je však podle výsledku post-hoc testu LSD statisticky významný.

Průměrná sledovanost televize roste s měnícími se rodinnými stavy v pořadí svobodný – ženatý/vdaná – rozvedený – vdovec.

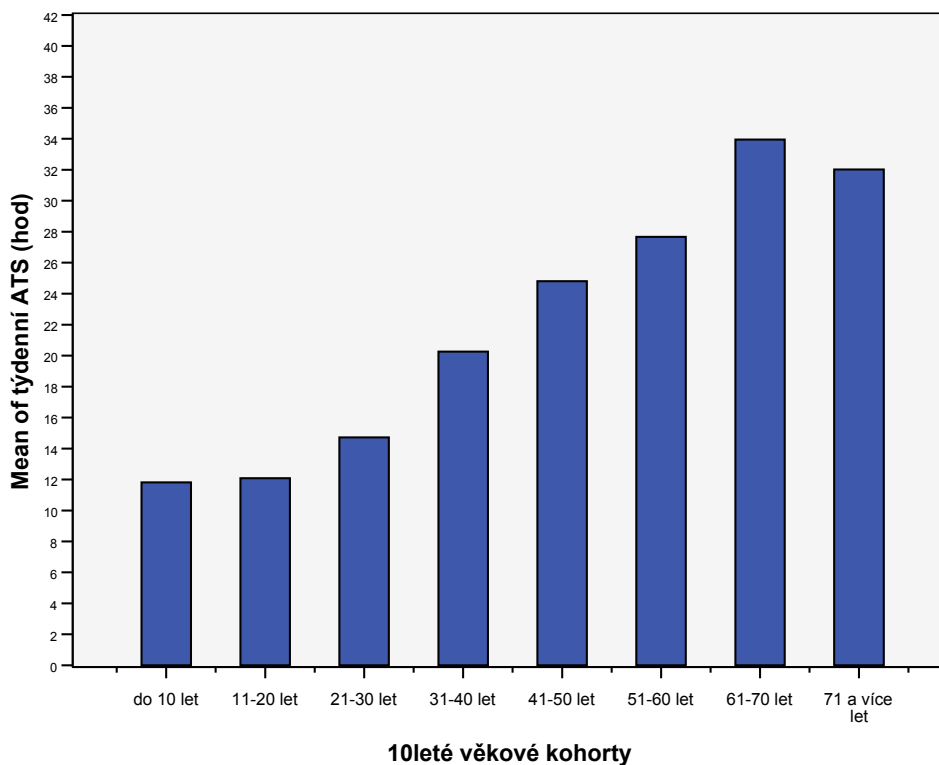
Graf č. 13 – ATS podle rodinného stavu



Vzhledem k tomu, že v daném pořadí většinou prochází rodinnými stavy lidé v závislosti na životním cyklu, je třeba brát na zřetel, že uvedená závislost může být způsobena korelací s věkem, s jehož zvyšováním roste průměrná ATS.

Tuto hypotézu nejprve demonstrujeme na grafickém porovnání výše uvedeného grafu s grafem zachycujícím ATS v rámci desetiletých kohort, do kterých jsem pro tento účel transformovala proměnnou „věk“. První kohorta obsahuje respondenty ve věku do 10 let, druhá ve věku 11-20 let atd., poslední kategorií je vzhledem k nižšímu zastoupení v populaci skupina respondentů ve věku 71 a více let.

Graf č. 14 – ATS podle věku (10leté věkové kohorty)



Na základě tohoto jednoduchého grafického porovnání bychom mohli konstatovat, že průběh průměrné sledovanosti podle rodinného stavu vykazuje podobnost s průběhem podle 10letých věkových skupin. Průměrná ATS svobodných, která se pohybuje na úrovni 14hod/týden, odpovídá zhruba věkové skupině 21-30 let. Průměrná ATS u ovdovělých, tj. zhruba 35 hod/týden by pak odpovídala věkové kategorii 61-70 let. Obě zbylé kategorie (ženatí/vdané a rozvedení/rozvedené) jsou vůči věku poměrně hůře vymežitelné, jelikož ke sňatkům i rozvodům dochází hojně v průběhu produktivního věku jako celku a hranice není úplně jednoznačná i z toho důvodu, že do manželství lidé vstupují i opakovaně a tedy i ve vyšším věku.

Základní představu o zřejmé souvislosti rodinného stavu s věkem jsme si již vytvořili, nyní doplníme ještě jednoduchou kontingenční tabulku, ve které se promítnou 4 kategorie podle průměrné sledovanosti (viz tabulka č. 5). Data byla pro účel této analýzy očištěna o nezletilé respondenty, zkoumaný vzorek tedy v tuto chvíli představuje 3843 respondentů a zastoupení jednotlivých kategorií přibližuje následující tabulka.

Tabulka č. 11 – Rodinný stav u respondentů nad 17 let

Rodinný stav	počet	%
svobodný(á)	992	25,8 %
ženatý(vdaná)	2094	54,5 %
rozvedený(á)	417	10,9 %
vdovec(vdova)	340	8,8 %
Total	3843	100,0 %

Ženatí respondenti a vdané respondentky tvoří po vyloučení osob mladších 16 let nadpoloviční většinu, svobodní zhruba čtvrtinu a na rozvedené a ovdovělé připadá zhruba po jedné desetíně z celé skupiny dotazovaných.

Výstup: Kontingenční tabulka – Chi-kvadrát test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	658,280063	9	6,3991E-136
Likelihood Ratio	623,285662	9	2,1003E-128
Linear-by-Linear Association	446,693615	1	3,7817E-99
N of Valid Cases	3843		

0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 73,26.

Test chí-kvadrát prokázal statisticky významné rozdíly v ATS podle rodinného stavu.

Tabulka č. 12 – Kontingenční tabulka: ATS x Rodinný stav u respondentů nad 17 let

ATS		Rodinný stav				Total
		svobodný(á)	ženatý (vdaná)	rozvedený(á)	vdovec (vdova)	
méně než 10,5 hod/týden	Počet	468	290	48	22	828
	%	47,2 %	13,8 %	11,5 %	6,5 %	21,5 %
10,5 - 20,99 hod/týden	Počet	253	619	105	54	1031
	%	25,5 %	29,6 %	25,2 %	15,9 %	26,8 %
21,0 - 31,49 hod/týden	Počet	161	578	114	89	942
	%	16,2 %	27,6 %	27,3 %	26,2 %	24,5 %
31,5 hod/týden a více	Počet	110	607	150	175	1042
	%	11,1 %	29,0 %	36,0 %	51,5 %	27,1 %
Total	Počet	992	2094	417	340	3843
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Z kontingenční tabulky vyplývá, že se zvyšujícím se ATS klesá zastoupení svobodných a naopak narůstá zastoupení vdovců a vdov. U ženatých/vdaných a rozvedených není trend tak zřetelný, ale můžeme říci, že ve srovnání se svobodnými sledují obě uvedené skupiny televizi více. Ve vzájemném porovnání mezi těmito dvěma kategoriemi se pak ukázalo poměrně obdobné zastoupení v prvních třech kategoriích

podle průměrné televizní sledovanosti. Pokud jde ale o čtvrtou kategorii v rámci ATS (sledování televize v objemu 31,5 hod/týden a více), je zde zastoupeno 36 % ze všech rozvedených oproti 29 % ze všech ženatých/vdaných, tato skutečnost může být vyložena faktem, že po rozvodu lidé potřebují zaplnit nově vzniklý volný čas, který dříve trávili s partnerem a část z něj zřejmě připadne i na sledování televize.⁶⁸

V závěru práce ještě ověříme, jak se budou proměnné věk a rodinný stav projevovat po začlenění do regresního modelu, od kterého si slibují právě očištění vzájemných vlivů jednotlivých proměnných a nalezení co nejjednoduššího, avšak dosti silného modelu pro predikování ATS.

4.4 Typologie životního cyklu

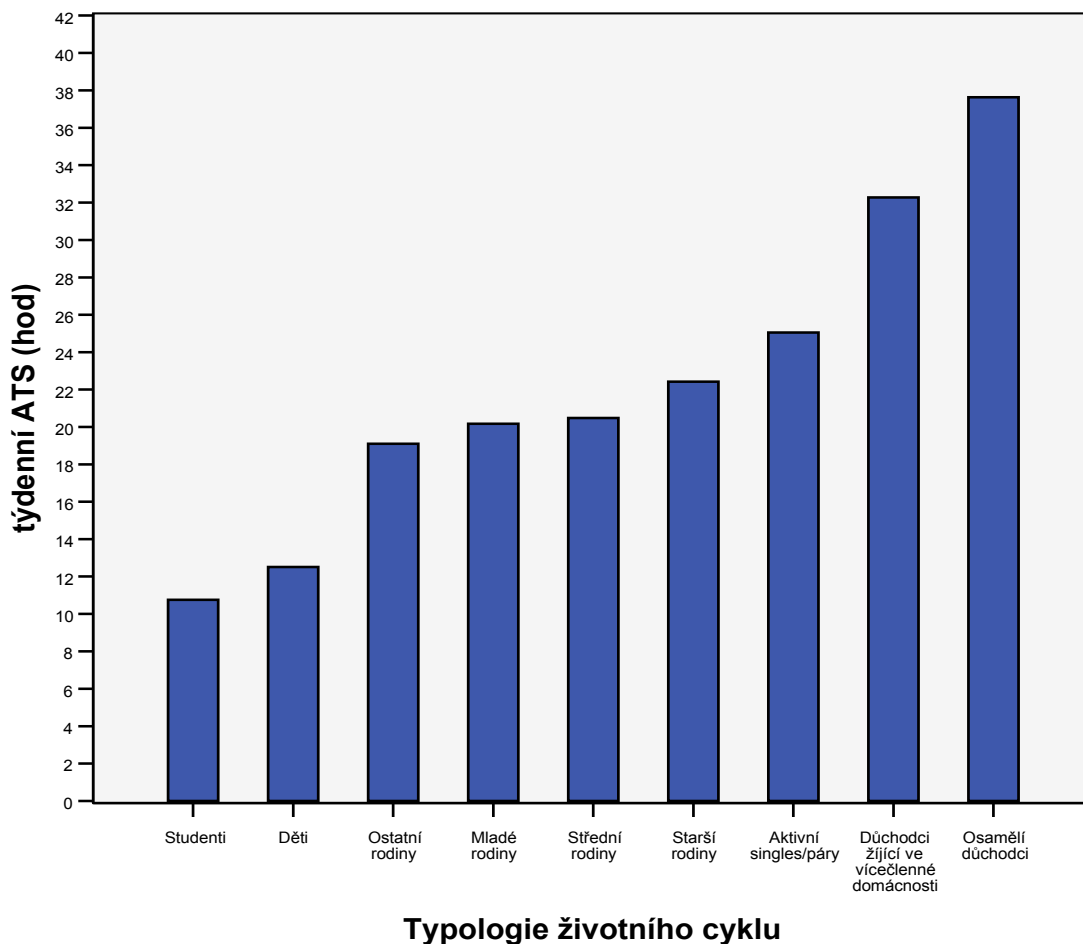
ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	266 942,883	8	33 367,860	175,746	0,000
Within Groups	834 452,982	4 395	189,864		
Total	1 101 395,866	4 403			

Test analýzy rozptylu prokázal u proměnné „typologie životního cyklu“ statisticky významné rozdíly mezi jednotlivými kategoriemi. Rychlé srovnání nabízí graf níže.

⁶⁸ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua svědčí o významných rozdílech v ATS podle rodinného stavu.

Graf č. 15 – ATS podle typologie životního cyklu



Sledovanost televize v souvislosti s životním cyklem nepřináší v porovnání s dříve popisovanými proměnnými výrazné novinky – nejvíce sledují TV důchodci, přičemž ti, kteří žijí ve vícečlenné domácnosti v průměru o zhruba 5 hodin méně než důchodci, kteří žijí osaměle. Nejméně sledují TV děti a studenti, což může být dáno jednak tím, že u dětí mají do určitého věku míru televizní konzumace pod dohledem jejich rodiče, zároveň se zde zřejmě projevuje (zejména v případě studentů) trávení času s internetem na úkor televize. V rámci rodin (mladých, středních, starších a ostatních rodin) můžeme pozorovat maximální rozdíly v průměrné týdenní sledovanosti v řádu hodin. Trochu překvapivá se může zdát hodnota průměrné sledovanosti v kategorii „aktivní singles/páry“, která se ukázala zhruba o 5 hodin vyšší v porovnání např. s hodnotou u „mladých rodin“, která je ale zřejmě vysvětlitelná větším objemem volného času, kterým disponují singles nebo páry v porovnání s rodinami, kde je volný čas úměrně zkrácen kvůli péči o děti a o rodinnou domácnost. Navíc se vesměs nejedná o mladé nesezdané lidi, ale naopak o páry, kteří již většinou mají dospělé děti, které se osamostatnily (průměrný věk v této kategorii je 49 let).

Mladé, střední, starší a ostatní rodiny jsou vymezeny věkem nejstaršího nepracujícího dítěte v domácnosti do 19 let (včetně), konkrétně takto:

- nejstarší dítě ve věku 0-6 let » mladé rodiny
- nejstarší dítě ve věku 7-13 let » střední rodiny
- nejstarší dítě ve věku 14-19 let » starší rodiny
- v rodině není přítomno nepracující dítě do 19 let » ostatní rodiny

V uvedeném pořadí lze v rámci rodin vysledovat narůstající trend ATS, který patrně souvisí se snižujícími se nároky na čas věnovaný péči o děti s tím, jak děti postupně stárnou.

Na závěr této kapitoly připojuji ještě tabulku s přesnými hodnotami průměrné týdenní ATS za jednotlivé kategorie podle typologie životního cyklu seřazenou sestupně podle průměrné týdenní sledovanosti, ze které jsou patrné rozdíly s přesností na dvě desetinná místa.

Tabulka č. 13 – ATS podle Typologie životního cyklu

Typologie životního cyklu	počet	%	týdenní ATS (hod)
Osamělí důchodci	313	7,1 %	37,63
Důchodci žijící ve vícečlenné domácnosti	725	16,5 %	32,27
Aktivní singles/páry	716	16,3 %	25,06
Starší rodiny	557	12,6 %	22,42
Střední rodiny	301	6,8 %	20,48
Mladé rodiny	330	7,5 %	20,17
Ostatní rodiny	508	11,5 %	19,10
Děti	501	11,4 %	12,51
Studenti	453	10,3 %	10,76
Total	4404	100,0 %	22,54

4.5 Nejvyšší dokončené vzdělání

Před započítáním testování proměnné „nejvyšší dokončené vzdělání“ jsem provedla sloučení některých kategorií, abych zajistila jejich dostatečné zastoupení a použitelnost i v závěru práce pro regresní model. Z původních deseti kategorií tedy vzniklo šest. Zůstaly kategorie „Předškoláci“ (pro odpověď „dosud nenavštěvuje školu“) a „Žáci ZŠ“ (pro odpověď „navštěvuje ZŠ nebo první 4 ročníky víceletého gymnázia“). Sloučila jsem pak respondenty s neukončeným základním vzděláním a respondenty se základním vzděláním do kategorie „Základní vzdělání“ a ponechala jsem kategorii „Vyučen“ pro lidi, kteří nedosáhli na maturitu. Další novou skupinu tvoří lidé se středoškolským

vzděláním s maturitou a nástavbovým studiem („SŠ“) a poslední novou kategorií jsou lidé s bakalářským a vyšším vzděláním („VŠ“).

Tabulka č. 14 – ATS podle Nejvyššího dokončeného vzdělání

Nejvyšší dokončené vzdělání	počet	%	týdenní ATS (hod)
Předškoláci	173	3,9 %	11,11
Žáci ZŠ	406	9,2 %	12,96
Základní vzdělání	581	13,2 %	24,11
Vyučení	1457	33,1 %	26,96
SŠ	1340	30,4 %	22,62
VŠ	447	10,1 %	18,99
Total	4404	100,0 %	22,54

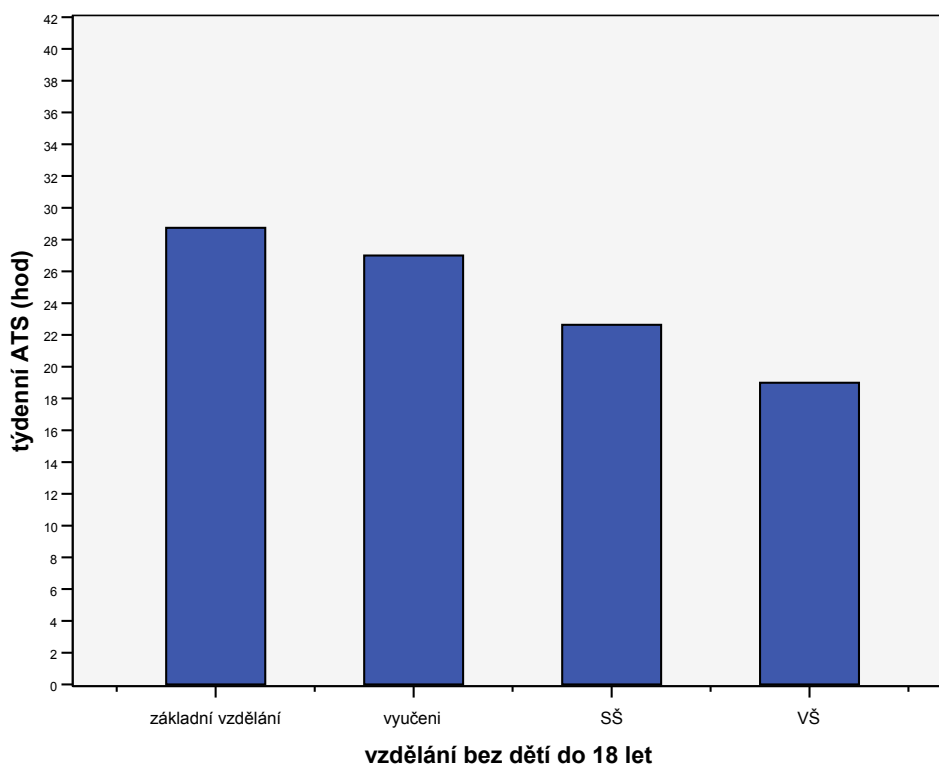
ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	95 355,483	5	19 071,097	83,371	0,000
Within Groups	1 006 040,382	4 398	228,750		
Total	1 101 395,866	4 403			

Test analýzy rozptylu prokázal u proměnné „nejvyšší dokončené vzdělání“ statisticky významné rozdíly mezi jednotlivými kategoriemi.

Nejméně času sledováním televize tráví děti předškolního a školního věku. Ukázalo se však navíc, že přítomnost respondentů, kteří ještě studují SŠ a správně tedy uvádějí jen dokončené základní vzdělání, zřejmě způsobuje zkreslení hodnot ATS u kategorie „základní vzdělání“ (viz tabulka výše, ve které je zaznamenána vyšší ATS u respondentů vyučených (26,96) oproti respondentům se základním vzděláním (24,11)). Abychom se tohoto zkreslení zbavili, vyloučili jsme respondenty do 18 let věku (včetně) a následující graf již odpovídá všeobecné představě o rovnici „vyšší vzdělání = méně času stráveného sledováním televize“. Musíme si být vědomi skutečnosti, že jsme se sice zbavili nejsilněji zkreslujícího faktoru, ale dále by bylo v ideálním případě třeba celý soubor rozlišit na respondenty, u nichž je aktuální nejvyšší dokončené vzdělání finálním statutem a na ty, kteří jsou v procesu jeho zvyšování, tedy studující (zejm. vyučení, kteří si doplňují středoškolské vzdělání a středoškoláci, kteří studují VŠ). V tuhle chvíli se spokojíme s tímto neúplným očištěním zejména vzhledem ke skutečnosti, že i za těchto okolností již můžeme pozorovat trend klesajícího ATS s narůstajícím vzděláním.

Graf č. 16 – ATS podle vzdělání u respondentů nad 18 let



V rámci dospělé populace nejvíce televizi sledují lidé se základním vzděláním, následují vyučení a i nadále směrem k vyššímu vzdělání pak průměrná ATS postupně klesá (přesné hodnoty ATS viz tabulka níže).

Tabulka č. 15 – ATS podle Nejvyššího dokončeného vzdělání u respondentů nad 18 let

Nejvyšší dokončené vzdělání od 19 let	počet	%	týdenní ATS (hod)
základní vzdělání	421	11,5 %	28,75
vyučení	1455	39,7 %	26,99
SŠ	1339	36,6 %	22,63
VŠ	447	12,2 %	18,99
Total	3662	100,0 %	24,62

4.6 Socioekonomické postavení

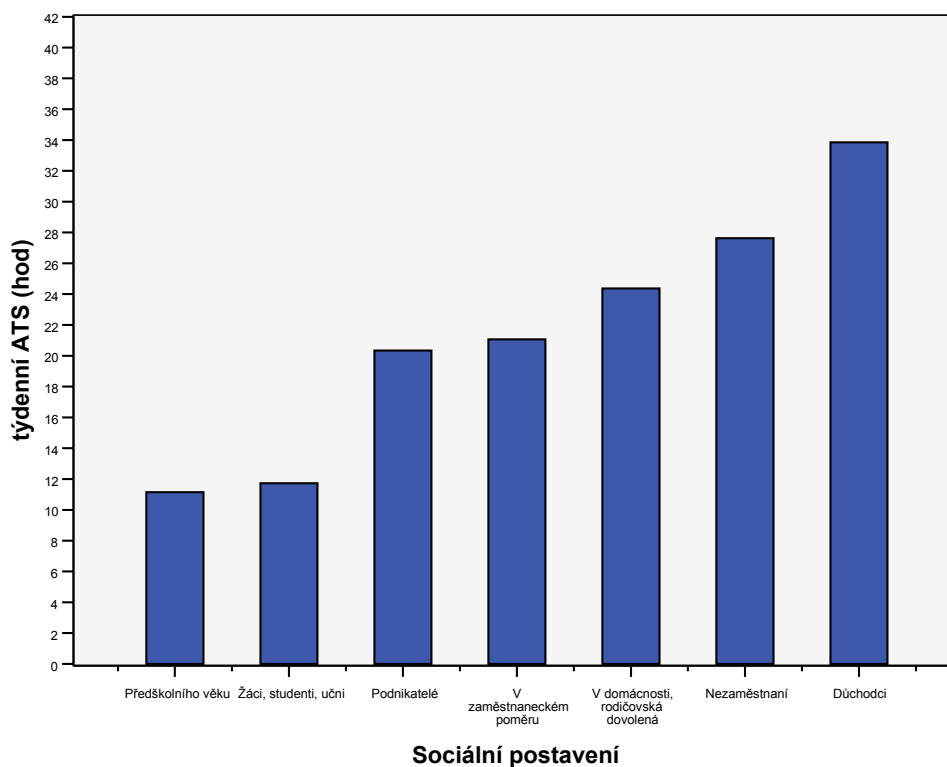
ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	266 047,006	13	20 465,154	107,550	0,000
Within Groups	835 348,860	4 390	190,284		
Total	1 101 395,866	4 403			

Test analýzy rozptylu prokázal u proměnné „socioekonomické postavení“ statisticky významné rozdíly mezi jednotlivými kategoriemi.

Rozložení dle socioekonomického postavení ukazuje výrazné rozdíly mezi ekonomicky aktivními a neaktivními a do určité míry odráží věkový trend – důchodci sledují televizi nejvíce, studenti a děti nejméně.

Graf č. 17 – ATS podle socioekonomického postavení



V rámci skupiny ekonomicky aktivních se neprojevily výraznější rozdíly v závislosti na tom, zda je respondent v zaměstnaneckém poměru, soukromě podniká bez zaměstnanců, s méně či více zaměstnanci, proto jsem původní jemné členění překategorizovala tak, aby zároveň jednotlivé kategorie byly dostatečně zastoupené pro zamýšlený regresní model. Níže uvádím výsledek po provedené rekategorizaci v podobě grafu i tabulky s přesnými hodnotami.

Tabulka č. 16 – ATS podle Socioekonomického postavení

Sociálně-ekonomické postavení	počet	%	týdenní ATS (hod)
Předškolního věku	176	4,0 %	11,14
Žáci, studenti, učni	784	17,8 %	11,73
Podnikatelé	221	5,0 %	20,34
V zaměstnaneckém poměru	1765	40,1 %	21,06
V domácnosti, rodičovská dovolená	211	4,8 %	24,37
Nezaměstnaní	147	3,3 %	27,63
Důchodci	1100	25,0 %	33,85
Total	4404	100,0 %	22,54

4.7 Postavení v zaměstnání

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	617,450	5	123,490	0,668	0,648
Within Groups	337 611,524	1 827	184,790		
Total	338 228,973	1 832			

Proměnná postavení v zaměstnání je očištěna od ekonomicky neaktivních respondentů, vzorek tedy v tomto případě čítá 1833 jedinců. Rozdíly v ATS mezi kategoriemi nejsou podle výsledku testu ANOVA statisticky významné.

Podle postavení v zaměstnání byli ekonomicky aktivní jedinci v datovém souboru zařazeni do následujících kategorií:

- Pracovník bez podřízených
- Nižší vedoucí pracovník (1-5 podřízených)
- Vedoucí pracovník (6 a více podřízených, bez podřízených útvarů)
- Vyšší vedoucí pracovník (s podřízenými pracovníky útvarů)
- Vrcholový manažer, zástupce ředitele s 6 a více podřízenými
- Ředitel podniku

Jelikož se nepodařilo zamítnout hypotézu o shodě průměrů a současně se ukázalo velmi nízké zastoupení 2 nejvyšších manažerských kategorií, sloučením 4 nejvyšších kategorií do nové kategorie „manažer“ jsem vytvořila jsem novou kategorizaci pro pozdější použití v regresním modelu a zahrнула do ní z původních missingových hodnot i novou kategorii „ekonomicky neaktivní“.

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4064,22392	3	1354,7413	5,43214242	0,000999087
Within Groups	1097331,64	4400	249,39355		
Total	1101395,87	4403			

Po uvedených úpravách vykazuje proměnná statisticky významné rozdíly mezi kategoriemi.

Tabulka č. 17 – ATS podle Postavení v zaměstnání po rekatégorizaci

Postavení v zaměstnání	počet	%	týdenní ATS (hod)
Bez podřízených	1500	34,1 %	21,52
Nižší vedoucí pracovník	192	4,4 %	21,08
Manažer	141	3,2 %	20,75
Ekonomicky neaktivní	2571	58,4 %	23,34
Total	4404	100,0 %	22,54

ATS je v případě ekonomicky aktivních respondentů poměrně málo diferencována a pohybuje se na úrovni kolem 21 hod/týden, nicméně se zvyšujícím se manažerským postavením mírně klesá.

4.8 Hospodyně a Hlava rodiny

Dalšími zkoumanými proměnnými byly „hospodyně“, která vyjadřuje, zda je osoba tzv. hospodyní, tj. osobou starající se o běžný chod domácnosti a „hlava rodiny“, která udává, zda je osoba tzv. hlavou domácnosti, tj. osobou přinášející do ní největší příjem a zpravidla rozhodující o zásadních záležitostech. Obě uvedené proměnné jsou dichotomické a testováním jsme mohli zamítnout nulovou hypotézu o shodě průměrů.

T-test: výstup (hospodyně)

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
46,391	0,000	-22,554	4 402	0,000	-10,311	0,457
		-22,021	3 612,032	0,000	-10,311	0,468

Tabulka č. 18 – ATS: Hospodyně

Hospodyně	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	2553	58,0 %	18,21
ano	1851	42,0 %	28,52

„Hospodyně“ sledují televizi v průměru přes 28 hod/týden, zatímco „nehospodyně“ touto aktivitou tráví týdně v průměru o 10 hodin méně.

T-test: výstup (hlava rodiny)

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
39,855	0,000	-19,679	4 402	0,000	-9,104	0,463
		-19,214	3 624,645	0,000	-9,104	0,474

Tabulka č. 19 – ATS: Hlava rodiny

Hlava rodiny	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	2544	57,8 %	18,70
ano	1860	42,2 %	27,80

Osoby s označením „hlava rodiny“ sledují televizi v průměru přes 27 hod týdně, zatímco osoby, které označení „hlava rodiny“ nenesou, touto aktivitou tráví týdně v průměru necelých 19 hodin.

Nabízí se otázka, jak bude situace vypadat v případě, že použijeme třídění druhého stupně, kdy každou z uvedených proměnných budeme analyzovat se současným rozdělením podle pohlaví. Dá se předpokládat, že „hospodyněmi“ budou převážně ženy, pak by i vyšší průměrná sledovanost odpovídala dříve uvedeným diferencím podle pohlaví. U „hlavy rodiny“ by se naopak dalo podle zažitých stereotypů odhadnout, že osobou, která přináší největší příjem, budou spíše muži, což by ale bylo v rozporu s předchozími zjištěními o průměrné sledovanosti podle pohlaví.

Jelikož ale odpověď na otázku, zda je daná osoba hospodyní či hlavou rodiny, máme k dispozici od všech respondentů, bylo by lépe uvedené hypotézy ověřovat na datech očištěných od osob, které s největší pravděpodobností nebudou vystupovat jako „hospodyně“ či „hlava rodiny“ z prostého důvodu a tím je věk. Dětem a mladistvým bývá taková role přirozeně odpírána z toho důvodu, že žijí ve společné domácnosti s osobami, na kterých jsou závislí jak z hlediska finančního, tak pokud jde o rozhodování podstatných záležitostí a zajišťování chodu domácnosti.

Odfiltrováním osob mladších 18 let dostáváme datový soubor čítající 3730 respondentů. Stále se zde budou nacházet mladí lidé, kteří např. studují a žijí ve společné domácnosti se svými rodiči, ale zkreslení už nebude tak silné, jako před úpravou datového souboru. Nejprve tedy znovu otestujeme hypotézu o shodě průměrů.

Tabulka č. 20 – ATS: Hospodyně u respondentů od 18 let

Hospodyně	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	1880	50,4 %	20,26
ano	1850	49,6 %	28,53

V případě proměnné hospodyně se izolováním nezletilých mimo analýzu výsledek změnil pouze mírně. Rozdíly v průměrné týdenní sledovanosti se ukázaly jako statisticky významné, přičemž „hospodyně“ sledují televizi v průměru přes 28 hod/týden, zatímco „nehospodyně“ touto aktivitou tráví týdně v průměru o 8 hodin méně.

Tabulka č. 21 – ATS: Hlava rodiny u respondentů od 18 let

Hlava rodiny	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	1870	50,1 %	20,94
ano	1860	49,9 %	27,80

Ani u proměnné „hlava rodiny“ nedošlo redukcí respondentů k nějak zásadní změně – máme zde statisticky významný rozdíl v průměrné týdenní sledovanosti, přičemž osoby s označením „hlava rodiny“ sledují televizi v průměru přes 27 hod týdně, zatímco osoby, které označení „hlava rodiny“ nenesou, touto aktivitou tráví týdně v průměru necelých 21 hodin.

Následně tedy můžeme přejít ke zkoumání rozložení dle pohlaví. Kontingenční tabulky ukázaly statisticky významnou závislost mezi proměnnými „hospodyně“ a „pohlaví“ a nejinak tomu je u proměnných „hlava rodiny“ a „pohlaví“.

Tabulka č. 22 – Kontingenční tabulka: Hospodyně x Pohlaví

Hospodyně		Pohlaví		Total
		muž	žena	
ne	Počet	1481	399	1880
	%	78,8 %	21,2 %	100,0 %
ano	Počet	260	1590	1850
	%	14,1 %	85,9 %	100,0 %
Total	Počet	1741	1989	3730
	%	46,7 %	53,3 %	100,0 %

Označení hospodyně jsme zaznamenali v souladu s původními předpoklady ve větší míře u žen, které tvoří 86 % všech, kteří na otázku, zda zastávají roli hospodyně, odpověděli ano, a na muže zde tedy připadá zbylých 14 %.⁶⁹

⁶⁹ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua prokázala významné rozdíly v zastoupení hlavy rodiny podle věku (hodnoty adj. reziduí 38,1 : -38,1).

Tabulka č. 23 – Kontingenční tabulka: Hlava rodiny x Pohlaví

Hlava rodiny		Pohlaví		
		muž	žena	Total
ne	Počet	529	1341	1870
	%	28,3 %	71,7 %	100,0 %
ano	Počet	1212	648	1860
	%	65,2 %	34,8 %	100,0 %
Total	Počet	1741	1989	3730
	%	46,7 %	53,3 %	100,0 %

Hlavu rodiny pak opět v souladu s původním předpokladem o převaze mužů představují z 65 % muži, na ženy pak připadá 35% podíl z osob, které na otázku, zda jsou hlavou rodiny, odpověděly kladně.⁷⁰

Vedle pohlaví budou pravděpodobně obě proměnné ovlivněny i rodinným stavem, jelikož v případě jednočlenných domácností (např. vdovy, vdovci) je jasně dáno, že osamoceně žijící osoba zastává obě role a stejně tak je tomu v případě osob, které žijí sice ve vícečlenné domácnosti, ale bez partnera (např. matky a otcové, kteří po rozvodu žijí s dětmi sami) – jediný dospělý pak oproti běžnému rozdělení, kdy jeden z partnerů je spíše hlavou rodiny (obvykle muž) a druhý hospodyní (většinou žena), supluje i roli chybějícího partnera a zastává roli hospodyně i hlavy rodiny zároveň. Do určité míry by se vliv této skutečnosti dal odfiltrovat např. vyloučením osob, u kterých máme informaci o tom, že žijí v jednočlenné domácnosti, hůře už však by bylo prováděno očištění od druhého popsaného případu. Spokojme se v tuhle chvíli s tím, že obě proměnné zřejmě ponесou částečně podobnou informaci jako již zmiňované pohlaví, rodinný stav a věk a uvidíme, jak se vzájemný vliv očistí v regresním modelu.

4.9 Internet

4.9.1 Přístup na internet

Tabulka č. 24 – ATS podle možnosti přístupu na Internet

Přístup na internet	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	1613	36,6 %	28,74
ano	2791	63,4 %	18,96

⁷⁰ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua prokázala významné rozdíly v zastoupení hlavy rodiny podle věku (hodnoty adj. reziduí 19,8 : -19,8).

T-test: výstup (přístup na internet)

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
119,497	0,000	20,697	4 402	0,000	9,775	0,472
		19,325	2 720,325	0,000	9,775	0,506

Respondenti byli mimo jiné rozlišeni také na ty, kteří mají přístup na internet a ty, kteří přístup nemají. Tato proměnná zahrnuje přístup na internet kdekoliv (z domova, z práce, internetové kavárny apod.). Rozdíl v průměrné sledovanosti se ukázal jako statisticky významný, přičemž lidé bez přístupu na internet sledují televizi průměrně zhruba 29 hodin týdně, oproti tomu lidé s přístupem na internet pouze 19 hodin týdně.

Protože surfování na internetu je fenoménem, který se ve větší míře týká spíše mladší a střední generace, otestujme si hypotézu, že mezi lidmi s připojením převládá mladší a střední generace a naopak ve skupině bez připojení k internetu jsou výrazně více zastoupeny osoby pokročilejšího věku.

Tuto hypotézu ověříme pomocí třídění druhého stupně, kde použijeme kategorizaci podle věku na 3 věkové skupiny (do 34 let, 35-59 let a osoby starší než 59 let).

Výstup: Kontingenční tabulka – Chí-kvadrát test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	841,6965651	2	1,6901E-183
Likelihood Ratio	833,7975892	2	8,7731E-182
Linear-by-Linear Association	699,8845802	1	3,1681E-154
N of Valid Cases	4404		

0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 378,71.

Tabulka č. 25 – Kontingenční tabulka: Přístup na internet x Věk

Přístup na internet		3 věkové skupiny			Total
		do 34 let	35 - 59 let	60 a více let	
ne	Počet	371	476	766	1613
	%	21,2 %	29,5 %	74,1 %	36,6 %
ano	Počet	1383	1140	268	2791
	%	78,8 %	70,5 %	25,9 %	63,4 %
Total	Počet	1754	1616	1034	4404
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Test chí-kvadrát prokázal statisticky významné rozdíly v přístupu na internet vzhledem k věku. Kontingenční tabulka naznačuje správnost původního odhadu, jelikož

mezi seniory (60 a více let) je připojení k internetu přítomno pouze ve 26 % případů, kdežto u mladé a střední generace se jedná o zhruba 79 % resp. 71 % případů.⁷¹

4.9.2 Frekvence přístupu na internet

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	104931,8156	5	20986,36312	92,6255443	5,55691E-93
Within Groups	996464,05	4398	226,5720896		
Total	1101395,866	4403			

Pomocí ANOVA jsme zjistili statistickou významnost rozdílů ATS mezi jednotlivými kategoriemi podle frekvence přístupu na internet.

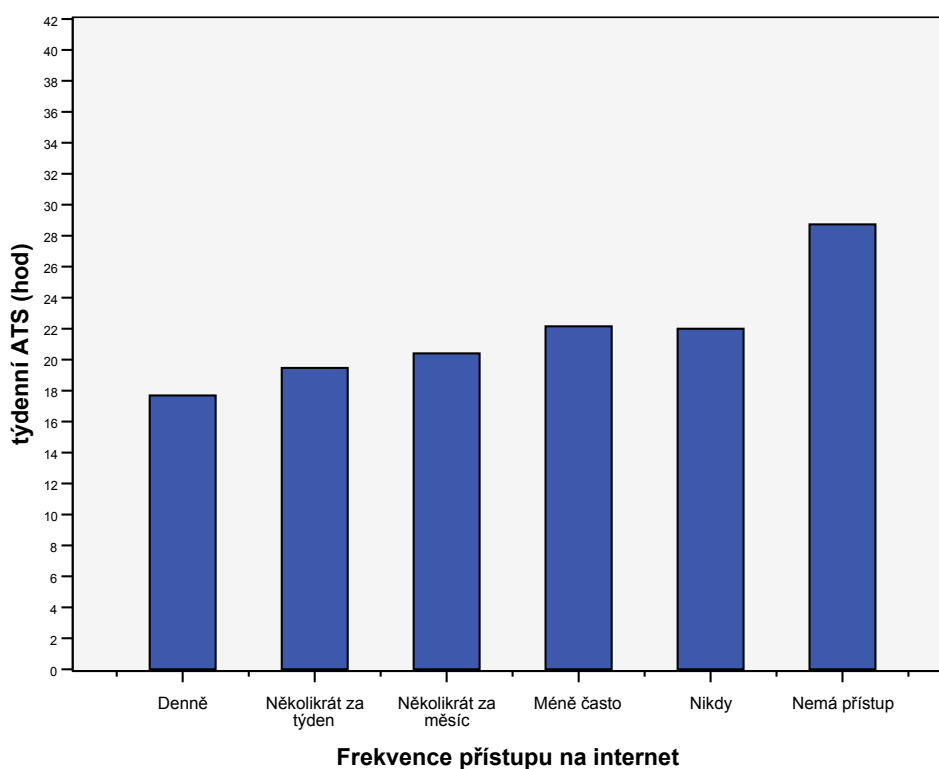
Tabulka č. 26 – Frekvence přístupu na Internet

	počet	%	týdenní ATS (hod)
Denně	1539	34,9 %	17,68
Několikrát za týden	582	13,2 %	19,46
Několikrát za měsíc	238	5,4 %	20,40
Méně často	133	3,0 %	22,15
Nikdy	299	6,8 %	21,99
Nemá přístup	1613	36,6 %	28,74
Total	4404	100,0 %	22,54

Se snižující se frekvencí přístupu na internet roste televizní sledovanost. Tato proměnná bude pravděpodobně do jisté míry korelovaná věkem, na základě dřívějších analýz víme, že osoby, které na internet nemají vůbec přístup, jsou ve velké míře zástupci starší generace a naopak, ti, kdo využívají internet denně, budou zřejmě z převážné části mladí respondenti, teenageři a děti.

⁷¹ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua prokázala významné rozdíly v přístupu na internet podle věku (hodnoty adj. reziduí – věkové skupiny vzestupně: 17,3 : 7,5 : -28,6).

Graf č. 18 – ATS podle frekvence přístupu na internet



4.10 Kraje ČR

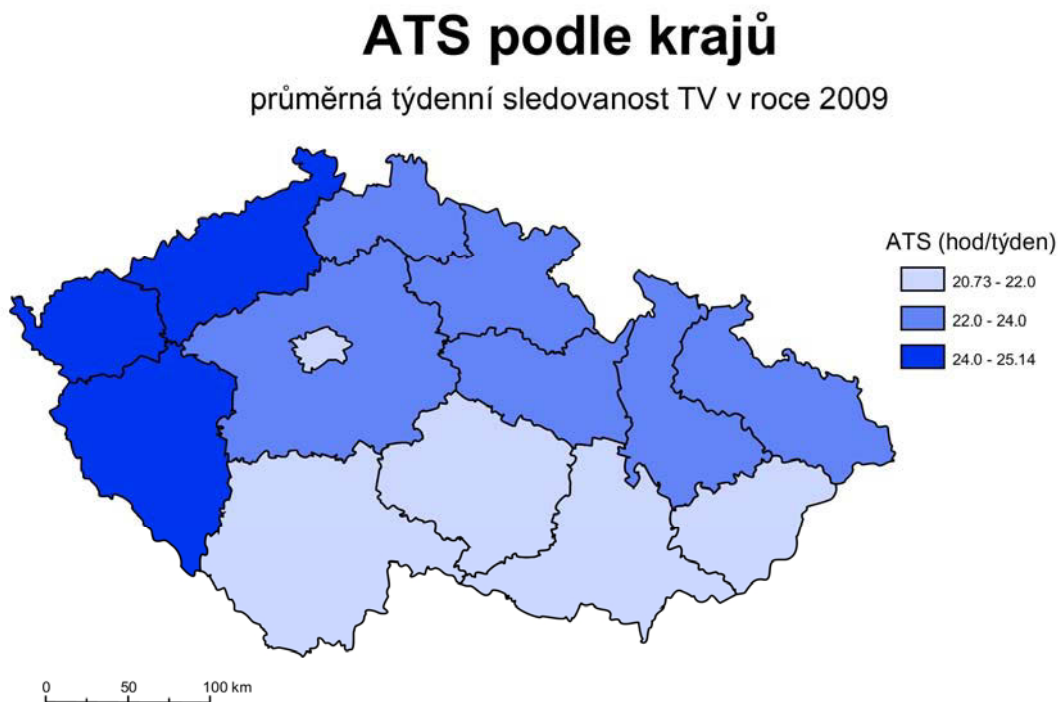
ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8 415,115	13	647,317	2,600	0,001
Within Groups	1 092 980,750	4 390	248,971		
Total	1 101 395,866	4 403			

Mezi jednotlivými kraji se pomocí statistiky ANOVA podařilo prokázat statisticky významné rozdíly v průměrné sledovanosti televize.

Území České republiky bychom mohli podle sledovanosti TV rozdělit na 3 části - západní část, která vykazuje nejvyšší sledovanost TV (přes 24 hod/týden), dále jižní část, která společně s Prahou zastupuje na našem území sledovanost nejnižší (do 22 hod/týden) a ostatní kraje (severovýchod), kde se průměrná sledovanost TV pohybuje v rozmezí 22-24 hod/týden.

Graf č. 19 – ATS podle krajů



zdroj: data z TVmetrového šetření z r.2009

Kartogram⁷² výše zobrazuje popsanou skutečnost poměrně názorně, avšak identifikace okolností, které rozdíl v rámci území naší republiky způsobují, by zřejmě vyžadovala hlubší zkoumání okolností historického a sociodemografického vývoje v jednotlivých krajích. Podnětem k diskusi by mohla být hypotéza, že uvedené souvisí např. s mírou nezaměstnanosti a stářím populace na daném území.

⁷² Kartogram byl vytvořen s využitím programu Mapový generátor [online] Dostupný z WWW: <<http://www.egeografie.cz/index.php?dok=0124>>.

Tabulka č. 27 – ATS podle krajů

kraj	ATS
Plzeňský kraj	25,14
Ústecký kraj	25,12
Karlovarský kraj	24,83
Liberecký kraj	23,23
Moravskoslezský kraj	22,85
Pardubický kraj	22,67
Středočeský kraj	22,53
Královéhradecký kraj	22,45
Olomoucký kraj	22,22
Jihočeský kraj	21,90
Praha	21,29
Vysočina	21,25
Zlínský kraj	21,23
Jihomoravský kraj	20,73

Kraji s nejvyšší sledovaností jsou Plzeňský společně s Ústeckým, naopak nejnižší sledovanost televize byla v roce 2009 zaznamenána v kraji Jihomoravském. Rozdíl mezi jednotlivými stranami tohoto žebříčku sledovanosti činí zhruba 4,5 hodiny týdně. Ráda bych poukázala na skutečnost, že Praha není krajem s nejnižší průměrnou sledovaností, jak by se dalo předpokládat vzhledem ke koncentraci vzdělanosti a vyšší průměrnou mzdou oproti ostatním územním celkům, řadí se však do skupiny krajů s nízkou sledovaností v porovnání v rámci všech krajů.

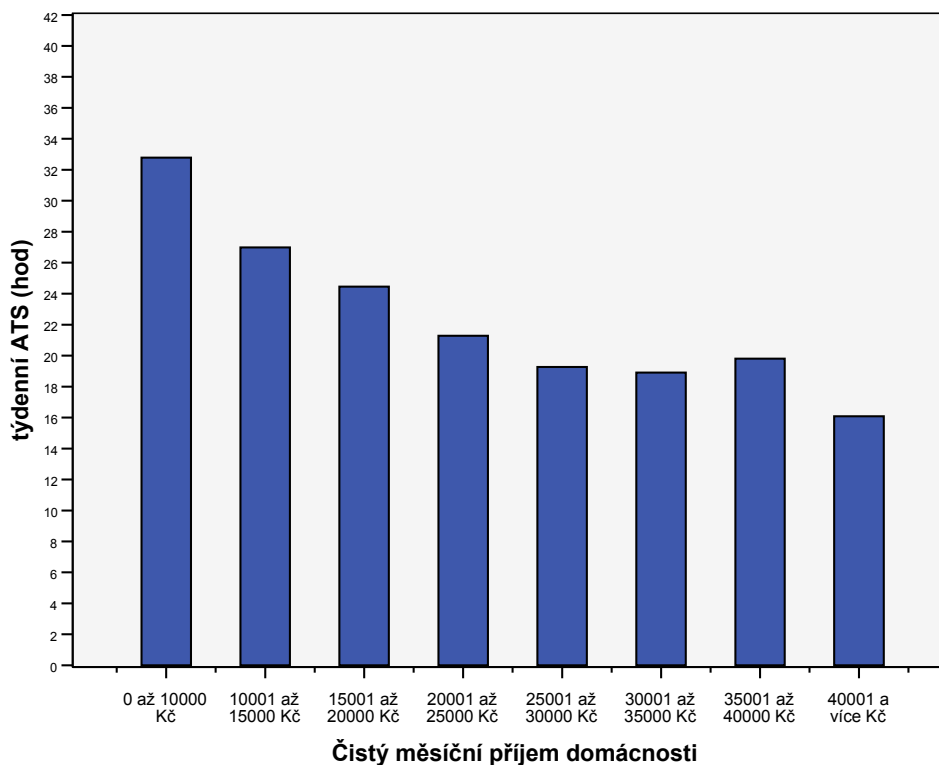
4.11 Čistý měsíční příjem domácnosti

ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	83865,7106	7	11980,8158	51,76030018	2,76511E-71
Within Groups	1017530,155	4396	231,4672782		
Total	1101395,866	4403			

Zjistili jsme statisticky významné rozdíly ve sledovanosti televize podle příjmu domácnosti.

Graf č. 20 – ATS podle čistého měsíčního příjmu domácnosti



Graf výše ukazuje, že s rostoucím příjmem domácnosti sledovanost televize klesá (jedinou disharmonií můžeme pozorovat v kategorii 35001-40000 Kč). Rodina, která disponuje více finančními prostředky, je může investovat do aktivního trávení volného času a ti členové, kteří do domácnosti ony finanční prostředky přinášejí, věnují určitý objem času právě jejich vydělávání. Nízkopříjmové kategorie budou spíše zastoupeny ekonomicky neaktivními lidmi (důchodci, nezaměstnanými), kteří disponují relativně větším množstvím volného času i v čase obvyklé pracovní doby, a ten mohou vyplňovat sledováním televize spíše, než ekonomicky aktivní lidé, kteří televizor zapínají nejdříve s příchodem ze zaměstnání. Z dřívějších poznatků také vyplývá, že s nižším vzděláním můžeme pozorovat větší objem času stráveného sledováním televize a jelikož nižší vzdělání do určité míry může předznamenávat nižší příjmy, můžeme z hlediska vyšší sledovanosti u domácností s nižšími příjmy usuzovat na pravděpodobné nižší vzdělání výdělečně činných osob v takové domácnosti a s tím spojenou vyšší tendenci ke sledování televize v porovnání s osobami s vyšším vzděláním.

Tabulka č. 28 – ATS podle čistého měsíčního příjmu domácnosti

Čistý měsíční příjem domácnosti	počet	%	týdenní ATS (hod)
0 až 10 000 Kč	362	8,2 %	32,79
10 001 až 15 000 Kč	543	12,3 %	26,99
15 001 až 20 000 Kč	961	21,8 %	24,45
20 001 až 25 000 Kč	713	16,2 %	21,29
25 001 až 30 000 Kč	778	17,7 %	19,27
30 001 až 35 000 Kč	349	7,9 %	18,91
35 001 až 40 000 Kč	338	7,7 %	19,80
40 001 a více Kč	360	8,2 %	16,08
Total	4404	100,0 %	22,54

Přesné údaje o sledovanosti v jednotlivých příjmových kategoriích přináší tabulka výše. Z důvodu nízkého zastoupení kategorie 0-5000 a 5001-10000 byly tyto sloučeny do jedné a totéž jsem provedla u kategorií 40001-45000 a 45001 a více, aby bylo zajištěno dostatečné zastoupení všech kategorií.

4.12 ABCDE klasifikace

Přibližme si nejprve tuto proměnnou, resp. klasifikaci, jež odpovídá mezinárodnímu standardu sdružení ESOMAR⁷³ a standardně se používá u nás i ve světě. Nabízí další pohled na respondenty výzkumu díky tomu, že jednotlivé skupiny obsahují podobné jednotlivce z hlediska postavení ve společnosti a ekonomické úrovně. ABCDE klasifikace umožňuje posuzování socioekonomického postavení jednotlivců ve společnosti na základě jejich ekonomické aktivity a ekonomické síly. Třídí jednotlivé domácnosti resp. respondenty z hlediska jejich sociálního a ekonomického zařazení, a jakožto odvozená proměnná tak vypovídá o sociálním zařazení domácnosti (charakter práce, konkrétní profese hlavy domácnosti atd.) a také o jejím ekonomickém zařazení (vybavení domácnosti, příjem domácnosti atd.).

⁷³ *Esomar* [online]. 2010 [cit. 2010-11-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.esomar.org/>>.

ESOMAR je organizace sdružující poskytovatele výzkumu, jejímž účelem je zajištění kvality výzkumu trhu, spotřebitelů a společností.

K dispozici máme 2 proměnné, které se od sebe nepatrně liší:⁷⁴

- Socioekonomická klasifikace „ABCDE (ESOMAR)“ je konstruována shodně s klasifikací v ostatních vyspělých evropských zemích.
- Socioekonomická klasifikace „ABCDE CZ“ je od klasifikace „esomarovské“ odvozena, zařazení do tříd je však ještě pro použití v České republice upraveno pomocí příjmu domácnosti, což je proměnná, která podle výzkumů Sociologického ústavu AV nejvíce stratifikuje českou populaci. Tato klasifikace tak vyrovnává některé nesrovnalosti českého trhu ve srovnání se zahraničím, kdy některé profese (zejména v intelektuální sféře) mají u nás slabší ekonomickou sílu a naopak zde nalezneme silnější ekonomické postavení profesí, které jsou v evropském měřítku sociálně slabší.

Základem pro zařazení domácnosti do té které kategorie jsou proměnné, týkající se hlavy domácnosti:

- povolání
- postavení v zaměstnání (u ekonomicky neaktivních je otázka týkající se zaměstnání nahrazena otázkou na úroveň vybavenosti domácnosti)
- nejvyšší dokončené vzdělání

Postupným rekódováním těchto proměnných je v rámci zpracování dat každé hlavě rodiny a následně tedy i celé domácnosti a všem jejím členům přiřazena kategorie a výsledkem celého algoritmu je klasifikace domácností a jejích členů na A - nejvyšší, B, C, D, E – nejnižší. Od „ABCDE (ESOMAR)“ klasifikace se potom odvozuje česká varianta, tedy „ABCDE CZ“ klasifikace, která, jak již bylo zmíněno, koriguje jisté odchylky v příjmu některých druhů profesí v ČR od ostatních zemí EU.

Popišme si prostřednictvím přehledové tabulky ve stručnosti jednotlivé hodnoty proměnných týkajících se vždy hlavy rodiny. Dané proměnné vedou k zařazení domácnosti do příslušné kategorie v rámci ABCDE klasifikace. Každá kategorie je ve schématu popsána podle toho, jaký socioekonomický status (SES) daná rodina zastává,

⁷⁴ ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-11-23]. Klasifikace ABCDE. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/klasifikace-abcde>>.

jaké je postavení v zaměstnání a vzdělání hlavy rodiny a následně jsou uvedeny příklady typických povolání, které hlava rodina může zastávat.

Tabulka č. 29 – popis kategorií v rámci ABCDE klasifikace

kategorie	SES	povolání a vzdělání	příklady povolání
A	nejvyšší	vysoce prestižní zaměstnání, nejvyšší úroveň vzdělání (min. Bc.)	generální ředitel, náměstek, velkopodnikatel, vyšší státní úředník, právník, architekt, lékař, vysoce profesionalizovaný odborník z oblasti matematiky, statistiky a výpočetní techniky, společenských věd a umění, voják z povolání s vysokou hodností atp.
B	nadprůměrný	a) vysoce prestižní zaměstnání ale nižší úroveň vzdělání nebo b) nejvyšší vzdělání a nižší řídicí funkce	vedoucí organizace, ředitel, vedoucí referátu, starosta, odborných pedagogický pracovník, pracovník vědy, kultury, voják z povolání, odborný pracovník obchodu s VŠ vzděláním atp.
C	průměrný	a) v nižších řídicích funkcích s nejvýše SŠ vzděláním nebo b) v manuálních i nemanuálních profesích s vyšším vzděláním (alespoň Bc.)	malý podnikatel a živnostník, technik, úředník, obsluha technických zařízení, laborant, technik, voják z povolání s nižší hodností, obchodní agent
D	průměrný až mírně podprůměrný	a) SŠ zaměstnaný v administrativě, obchodu, službách, drobný podnikatel, řemeslník, kvalifikovaný manuální pracovník, mistr nebo zemědělec nebo b) s nižším vzděláním (bez maturity) pracující ve středním a nižším managementu.	kvalifikovaný manuální pracovník, mistr nebo instruktor odborného výcviku, nižší úředník, nižší technický personál
E	nejnižší	nejvyšší vzdělání SŠ s maturitou, většinou však jen ZŠ vzdělání nebo SŠ bez maturity	nekvalifikovaní manuální pracovníci, pomocní dělníci a nekvalifikovaní pracovníci zemědělství (rybáři, farmáři apod.).

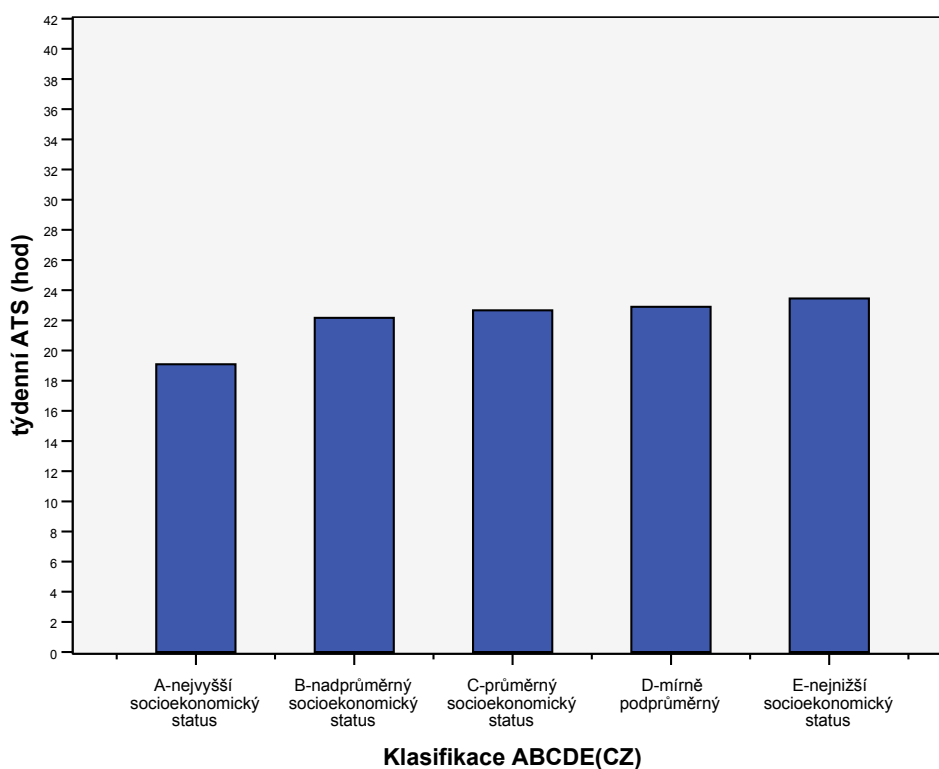
4.12.1 ABCDE klasifikace (CZ)

ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5421,497012	4	1355,374253	5,440174068	0,000228687
Within Groups	1095974,369	4399	249,1417069		
Total	1101395,866	4403			

Původní proměnná klasifikace ABCDE(CZ) byla ještě detailněji rozdělena v rámci kategorie C na dvě podskupiny a v rámci kategorie E na 3 podskupiny. Provedla jsem sloučení těchto podskupin z důvodu získání vyšší zastoupenosti jednotlivých kategorií. ANOVA prokázala statisticky významné rozdíly v ATS mezi kategoriemi.

Graf č. 21 – ATS podle klasifikace ABCDE(CZ)



Tabulka č. 30 – ATS podle klasifikace ABCDE(CZ)

ABCDE(CZ)	počet	%	týdenní ATS (hod)
A-nejvyšší socioekonomický status	377	8,6 %	19,09
B-nadprůměrný socioekonomický status	323	7,3 %	22,17
C-průměrný socioekonomický status	1596	36,2 %	22,67
D-mírně podprůměrný	1259	28,6 %	22,90
E-nejnižší socioekonomický status	849	19,3 %	23,45
Total	4404	100,0 %	22,54

Z grafu a zejména z tabulky je patrné, že se snižujícím se socioekonomickým statusem se sledovanost televize zvyšuje, významné rozdíly můžeme pozorovat zejména u respondentů s nejvyšším socioekonomickým statusem (ATS 19 hod/týden) vůči ostatním. Skupiny se statusem nadprůměrným až podprůměrným jsou si hodnotou ATS relativně blízké (ATS v rozmezí 22-23 hod/týden), avšak rostoucí trend je stále zachován. Kategorie s nejnižším socioekonomickým postavením svou hodnotou

průměrné sledovanosti mírně odskakuje na 23,5 hod/týden. Na české klasifikaci podle socioekonomického postavení jsme tedy ověřili obecně rozšířenou hypotézu o tom, že lidé s vyšším socioekonomickým statusem spíše vyhledávají jiný způsob trávení volného času než je sledování televize.

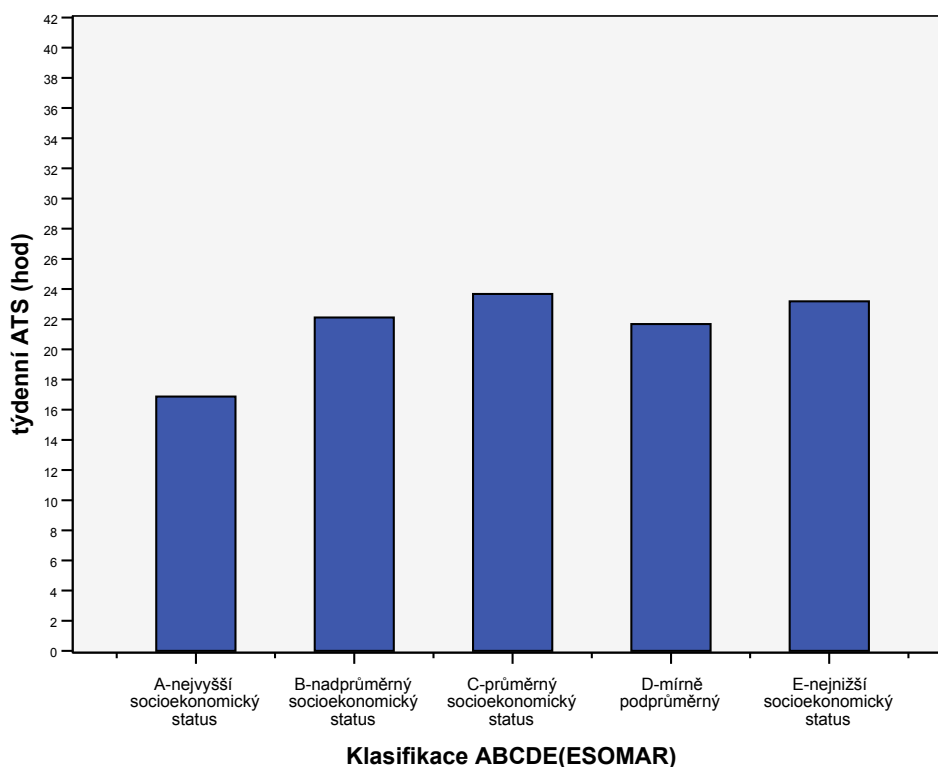
4.12.2 ABCDE klasifikace (ESOMAR)

ANOVA:výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12004,53723	4	3001,134308	12,11868452	8,4897E-10
Within Groups	1089391,328	4399	247,6452213		
Total	1101395,866	4403			

I klasifikace ESOMAR strukturuje respondenty podle ATS tak, že mezi nimi existují statisticky významné rozdíly.

Graf č. 22 – ATS podle klasifikace ABCDE(ESOMAR)



Tabulka č. 31 – ATS podle klasifikace ABCDE(ESOMAR)

ABCDE(ESOMAR)	počet	%	týdenní ATS (hod)
A-nejvyšší socioekonomický status	281	6,4 %	16,87
B-nadprůměrný socioekonomický status	321	7,3 %	22,12
C-průměrný socioekonomický status	1207	27,4 %	23,67
D-mírně podprůměrný	869	19,7 %	21,68
E-nejnižší socioekonomický status	1726	39,2 %	23,19
Total	4404	100,0 %	22,54

Na rozdíl od české varianty této klasifikace zde nenalzáme postupné narůstání / klesání se změnou statusu směrem dolů či nahoru. Je možné, že se zde právě projevuje důvod, kvůli kterému byla klasifikace pro českou republiku upravena, a sice ten, že některé profese jsou u nás odlišně finančně ohodnocené v relaci k ostatním oproti situaci v ostatních vyspělých evropských zemích.

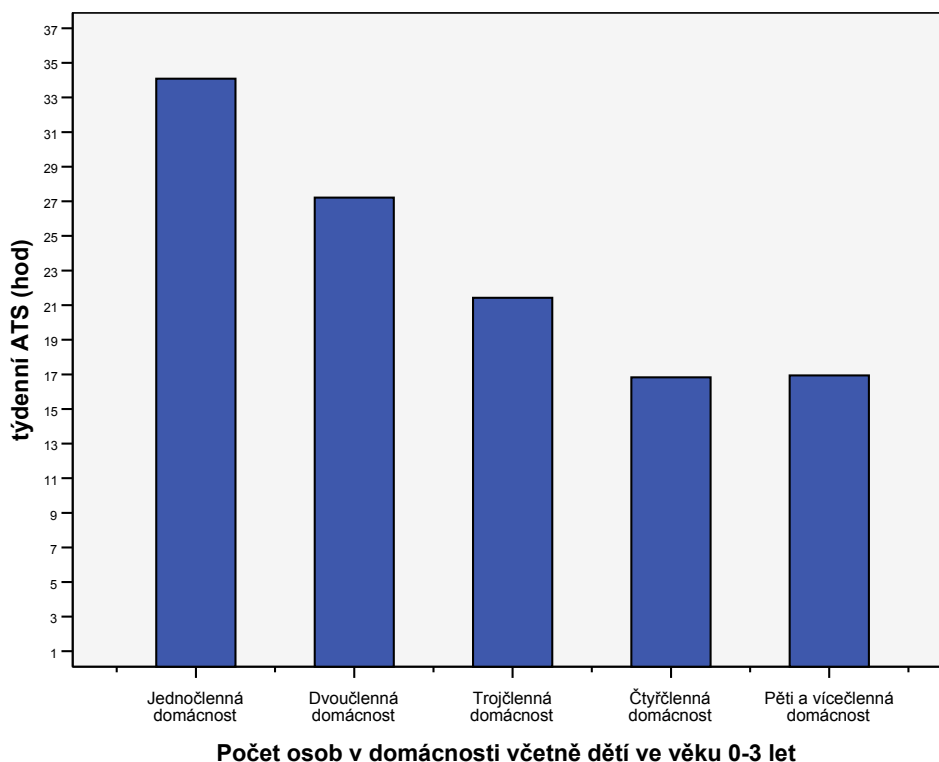
4.13 Počet osob v domácnosti

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	150 837,092	4	37 709,273	174,511	0,000
Within Groups	950 558,774	4 399	216,085		
Total	1 101 395,866	4 403			

I počet osob v domácnosti nám zkoumaný vzorek strukturuje tak, že mezi kategoriemi existují statisticky významné rozdíly v televizní sledovanosti.

Graf č. 23 – ATS podle celkového počtu osob v domácnosti



Ukázalo se, že čím je v domácnosti více členů, tím méně času tráví sledováním televize. Tento trend můžeme zdůvodnit argumentem, že vícečlenné domácnosti mají více práce spojené s péčí o vícečlennou rodinu, díky tomu tedy mají výrazně méně času

na sledování TV. V jednočlenných a dvoučlenných domácnostech budou také více zastoupeni důchodci, kteří, jak vyplývá z předchozích analýz, věnují sledování televize obecně nejvíce času, naopak ve vícečlenných domácnostech budou patrně přítomny děti a program dne jejich rodičů je vedle pracovních aktivit věnován i péči o ně, v porovnání s penzisty tedy tolik volného času na sledování televize nezbyvá.

Tabulka níže přináší informace o zastoupení jednotlivých kategorií a o průměrné sledovanosti v každé z nich.

Tabulka č. 32 – ATS podle počtu členů domácnosti (včetně dětí do 3 let věku)

Počet členů domácnosti	počet	%	týdenní ATS (hod)
Jednočlenná domácnost	505	11,5 %	34,09
Dvoučlenná domácnost	1146	26,0 %	27,21
Trojčlenná domácnost	975	22,1 %	21,42
Čtyřčlenná domácnost	1235	28,0 %	16,83
Pěti a vícečlenná domácnost	543	12,3 %	16,94
Total	4404	100,0 %	22,54

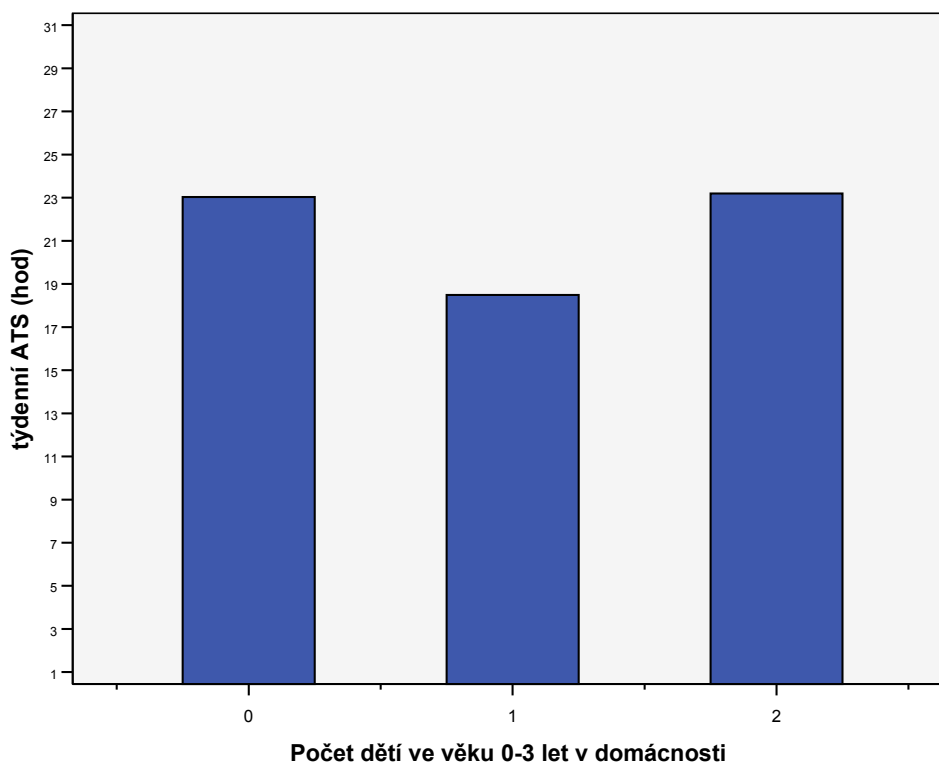
4.14 Počet dětí do věku 3 let v domácnosti

ANOVA: výstup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8 835,303	2	4 417,651	17,795	0,000
Within Groups	1 092 560,563	4 401	248,253		
Total	1 101 395,866	4 403			

Rozdíly v průměrné týdenní sledovanosti v rámci proměnné „počet dětí ve věku 0-3 let“ se ukázaly jako statisticky významné.

Graf č. 24 – ATS podle počtu dětí ve věku do 3 let



Tabulka č. 33 – ATS podle počtu dětí do 3 let věku v domácnosti

počet dětí ve věku 0-3 let	počet	%	týdenní ATS (hod)
0	3873	87,9 %	23,03
1	480	10,9 %	18,49
2	51	1,2 %	23,20
Total	4404	100,0 %	22,54

Vzhledem k nedostatečné zastoupenosti respondentů, kteří měli v daný moment dvě děti do věku 3 let, bude pro účely regresní analýzy tato proměnná překódovaná na novou, dichotomickou proměnnou, která respondenty rozliší na skupinu, která alespoň jedno dítě do 3 věku má a skupinu, která je nemá.

Nižší zastoupení tohoto jevu (dvou dětí ve věku do 3 let) v datovém souboru je poměrně přirozené, jelikož na zastižení dané rodiny v tomto rozmezí omezeném věkem obou dětí není příliš mnoho prostoru, navíc v dnešní době, kdy se průměrný počet dětí narozený jedné ženě pohybuje na úrovni 1,5⁷⁵, jsou dvě děti již nadprůměrným počtem.

⁷⁵ Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-12-21]. Pohyb obyvatelstva – 1. až 3. čtvrtletí 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/coby121310.doc>>.

Nabízí se tedy otázka, co nám tato skutečnost říká v souvislosti s faktem, že tito lidé tráví výrazně více času (o 5 hod/týden) sledováním televize ve srovnání s respondenty z domácností s jedním dítětem.

Pokud vezmeme v úvahu, že ve skupině bez malých dětí je naprostá většina populace (88 %), je třeba vzít na vědomí skutečnost, že zde jsou přítomni téměř všichni starší lidé a důchodci, kteří teoreticky budou průměrnou sledovanost v rámci této skupiny zvyšovat (i když vzhledem k přítomnosti ostatních respondentů nijak extrémně), je otázkou, čím je způsobená přibližně stejná ATS u respondentů se 2 malými dětmi. Nabízí se odpověď, že by zde mohli být ve velké míře zastoupeni lidé s nižším vzděláním a nižším socioekonomickým statutem, u nichž je vícečetná rodina a děti narozené s malými časovými rozestupy běžnější než v rodinách vzdělanějších a s vyšším socioekonomickým statutem.

Tabulka č. 34 – Kontingenční tabulka: počet dětí do 3 let x klasifikace ABCDE (CZ)

Počet dětí ve věku 0-3 let		Klasifikace ABCDE(CZ)					Total
		A -nejvyšší socioekon. status	B -nadprůměrný socioekon. status	C - průměrný socioekon. status	D -mírně podprůměrný socioekon. status	E -nejnižší socioekon. status	
0	Počet	340	294	1442	1091	706	3873
	%	8,8 %	7,6 %	37,2 %	28,2 %	18,2 %	100,0 %
1	Počet	33	29	139	154	125	480
	%	6,9 %	6,0 %	29,0 %	32,1 %	26,0 %	100,0 %
2	Počet	4	0	15	14	18	51
	%	7,8 %	0,0 %	29,4 %	27,5 %	35,3 %	100,0 %
Total	Počet	377	323	1596	1259	849	4404
	%	8,6 %	7,3 %	36,2 %	28,6 %	19,3 %	100,0 %

Uvedenou hypotézu jsem se pokusila podpořit kontingenční tabulkou s použitím klasifikace ABCDE(CZ), která ukázala, že ve skupině „E“ je zastoupeno 35 % respondentů z domácností, které měly v danou chvíli 2 děti ve věku 0-3 roky a toto procento je skutečně o něco vyšší než ve zbytku populace. V rámci domácností s jedním dítětem v tomto věku do kategorie s nejnižším socioekonomickým statutem spadá 26 % a v domácnostech bez takto malých dětí dokonce jen 18 % respondentů. Vzhledem k tomu,

že v kategorii „2dětných“ bylo zastoupeno pouze 51 respondentů, však existuje jisté riziko zkreslení výsledku díky výskytu náhodného jevu.⁷⁶

4.15 Vlastnictví Videa a DVD

Podkladem pro další analýzu bylo testování shody průměru ATS v domácnostech podle toho, zda jsou nebo nejsou vybaveny videem a zda jsou či nejsou vybaveny DVD přehrávačem.

T-test: výstup (Video)

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
20,259	0,000	4,455	4 402	0,000	2,123	0,477
		4,481	4 398,558	0,000	2,123	0,474

Tabulka č. 35 – ATS podle vlastnictví Videa

Video	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	2336	53,0 %	23,54
ano	2068	47,0 %	21,42

T-test: výstup (DVD)

F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
21,033	0,000	6,397	4 402	0,000	3,224	0,504
		6,150	2 625,035	0,000	3,224	0,524

Tabulka č. 36 – ATS podle vlastnictví DVD

DVD	počet	%	týdenní ATS (hod)
ne	1459	33,1 %	24,70
ano	2945	66,9 %	21,47

V obou případech se prokázal statisticky významný rozdíl ve sledovanosti – lidé, jejichž domácnost je vybavena videem a lidé, kteří disponují DVD přehrávačem, sledují televizi v průměru zhruba 21 hodin týdně. Oproti tomu domácnosti nevybavené videem v průměru o 2 hodiny za týden více a domácnosti, které postrádají DVD přehrávač o 3 hodiny týdně více.

⁷⁶ Dvě buňky (kategorie A a B u 2dětných) byly nedostatečně zastoupené; pouze orientačně tedy chí-kvadrát test: Sig.=0,000.

Jednoduchý závěr této analýzy by se tedy dal shrnout větou, že lidé, jejichž domácnosti jsou vybaveny jinými zdroji audiovizuální zábavy, než je televizní vysílání, tráví méně času sledováním televize (a část svého volného času tedy pravděpodobně věnují sledování filmů na videu nebo na DVD, což je ale jen domněnka, kterou nemáme možnost v rámci nám dostupných dat ověřit.)

Další hypotézou je, že se i za tímto rozdílem skrývá působení proměnné věk, jelikož mladé domácnosti bývají technologicky více vybavené než domácnosti starších lidí, kteří sledují televizi v průměru nejvíce. Pro ověření jsem použila kontingenční tabulku, která prokázala pravdivost hypotézy o závislosti proměnných, tudíž rozdíly ve sledovanosti televize mezi majiteli/nemajiteli DVD přehrávače jsou dány primárně věkem, ne vlastněním nebo nevlastněním DVD.

Tabulka č. 37 – Kontingenční tabulka: DVD x věkové skupiny

DVD		3 věkové skupiny			Total
		do 34 let	35 - 59 let	60 a více let	
ne	Počet	382	450	627	1459
	%	26,2 %	30,8 %	43,0 %	100,0 %
ano	Počet	1372	1166	407	2945
	%	46,6 %	39,6 %	13,8 %	100,0 %
Total	Počet	1754	1616	1034	4404
	%	39,8 %	36,7 %	23,5 %	100,0 %

Mezi majiteli DVD přehrávačů převládají mladí lidé (47 %), poměrně rozšířené jsou i u střední generace (39 %), nejméně jsou naopak přehrávačem DVD vybaveny domácnosti lidí ve věku nad 60 let (14 %).⁷⁷

Podobně dopadlo i ověření přes kontingenční tabulku v případě vlastnictví videa – poukázalo na významně nižší podíl domácností vybavených videem v rámci domácností respondentů ve věku nad 60 let⁷⁸ a i zde se tedy dá předpokládat, že proměnná ATS je závislá na věku stejně tak jako vybavenost videem, proto vlastnění videa není samo o sobě čistým vlivem, který bychom v ideálním případě našli v závěru empirické části práce pomocí regresní analýzy.

⁷⁷ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua prokázala významné rozdíly mezi majiteli DVD podle věku (hodnoty adj. reziduí – věkové skupiny vzestupně: 13,0 : 5,7 : -21,5).

⁷⁸ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000; Adjustovaná rezidua prokázala významné rozdíly mezi majiteli Videu podle věku (hodnoty adj. reziduí – věkové skupiny vzestupně: 3,0 : 4,5 : -8,6).

4.16 Proměnné, které nevykazují statisticky významné rozdíly v ATS

Rozdíly v průměrné týdenní ATS mezi kategoriemi jednotlivých proměnných uvedených v přehledové tabulce níže se neukázaly být statisticky významné.

Tabulka č. 38 – Přehled proměnných, u nichž se rozdíly v ATS neukázaly jako statisticky významné

	výsledek t-test / ANOVA (Sig.)	kategorie	počet	%	týdenní ATS(hod)
kabelová TV	0,347	ne	3324	75,5 %	22,41
		ano	1080	24,5 %	22,93
satelit	0,325	ne	3147	71,5 %	22,39
		ano	1257	28,5 %	22,91
digitální příjem TV	0,069	ne	3163	71,8 %	22,27
		ano	1241	28,2 %	23,23
osoba pečující o dítě	0,825	ne	3958	89,9 %	22,53
		ano	446	10,1 %	22,68
počet funkčních televizorů v domácnosti	0,766	1	2848	64,7 %	22,43
		2	1329	30,2 %	22,68
		3 a více	227	5,2 %	23,10
velikost místa bydliště (počet obyvatel)	0,105	do 999	756	17,2 %	21,93
		1.000-4.999	918	20,8 %	22,36
		5.000-19.999	839	19,1 %	23,31
		20.000-99.999	962	21,8 %	23,29
		100.000 a více	929	21,1 %	21,76

U některých, jako např. příjem televizního vysílání přes satelit nebo kabelovou televizi či digitální příjem, by pokus o interpretaci ze sociologického hlediska zřejmě příliš neobstál a pro vytváření hypotéz v této oblasti by pravděpodobně byla potřeba minimálně hlubší technická znalost celé problematiky příjmu signálu, je-li tento jev jednoznačně interpretovatelný.

V případě proměnné „osoba pečující o dítě“ je třeba nezaměňovat ji s informací, zda je daná osoba na mateřské nebo rodičovské dovolené, pak by se dala předpokládat vyšší ATS vzhledem ke zbytku populace, ovšem osoba pečující o dítě ve starším věku je již ekonomicky aktivní a díky nutnosti péče o dítě má času vyhrazeného pro případné sledování televize spíše méně.

Proměnná „počet funkčních televizorů v domácnosti“ evokuje představu, že se zvyšujícím se počtem televizorů se bude průměrná ATS zvyšovat, jelikož můžeme usuzovat, že více než jeden televizor do domácnosti si pořídí spíše televizní nadšenci, aby jim v případě rozdílných programových preferencí mezi členy domácnosti neunikl jejich oblíbený televizní pořad atp. Je ale třeba i v tomto případě brát na zřetel fakt, že ve vybavenosti domácností televizory můžeme očekávat jinou situaci u lidí v důchodovém věku a u lidí v produktivním věku nebo dětí. Starší lidé v důchodu televizi sledují průměrně více než zbytek populace a budou obvykle vlastnit jen jednu televizi, kterou obvykle sledují se svým partnerem, jedná-li se o více než jednočlennou domácnost. Dochází tím tedy ke zvyšování průměrné ATS v rámci „jednotelevizních domácností“ a televizní fanoušci, kteří jsou v domácnosti vybaveni více televizními přijímači, tím mohou ztrácet svůj potenciální náskok v objemu času věnovaného sledování televize. Podívejme se, jak se tyto hypotézy budou jevit v rámci interpretace kontingenční tabulky, která zachycuje závislost počtu televizorů na příslušném věkovém zařazení.

Tabulka č. 39 – Kontingenční tabulka: počet televizorů v domácnosti x věkové skupiny

Počet funkčních televizorů v domácnosti		do 34 let	35 - 59 let	60 a více let	Total
1	Počet	1076	992	780	2848
	%	37,8 %	34,8 %	27,4 %	100,0 %
	Adj. Rezidua	-3,8	-3,5	8,3	
2	Počet	573	531	225	1329
	%	43,1 %	40,0 %	16,9 %	100,0 %
	Adj. Rezidua	2,9	3,0	-6,7	
3 a více	Počet	105	93	29	227
	%	46,3 %	41,0 %	12,8 %	100,0 %
	Adj. Rezidua	2,0	1,4	-3,9	
Total	Počet	1754	1616	1034	4404
	%	39,8 %	36,7 %	23,5 %	100,0 %

Z tabulky vyplývá, že se zvyšujícím se počtem televizorů v domácnosti je daná kategorie méně zastoupena lidmi nejvyšší věkové kategorie. Těmi je naopak sycena zejména kategorie domácností s jedním televizorem (viz adjustovaná rezidua), což hovoří ve prospěch naší hypotézy o možné korelaci počtu televizorů v domácnosti s věkem respondenta.⁷⁹

⁷⁹ Všechny buňky byly dostatečně zastoupené; chí-kvadrát test: Sig.=0,000.

Proměnná velikost místa bydliště podobnou hodnotou průměrné televizní sledovanosti sdružuje dva opačné konce škály – respondenty z měst nad 100 000 obyvatel a respondenty z nejmenších měst/vesnic. V době satelitních městeček a hromadného „útěku“ rodin za bydlením mimo ruch velkoměst, avšak stále v rozumné dojezdové vzdálenosti za prací v nich, by bylo zřejmě nesprávné očekávat, že mladí lidé a rodiny aktivně trávící svůj volný čas budou výhradně spadat do velkých měst a co do počtu obyvatel nejmenší místa budou naopak osídlena starousedlíky a staršími lidmi, sledujícími televizi v každé volné chvíli. Jednoznačná interpretace je zde opět úkolem nelehkým a nezbyvá než počkat, jak se i tyto samostatně nediferencující proměnné zachovají v regresním modelu, který by měl odstranit vzájemné vlivy jednotlivých proměnných. Nebudeme tedy ty, u nichž se rozdíly mezi kategoriemi neukázaly být statisticky významnými, apriori odsuzovat, a naopak je spolu s ostatními do regresní analýzy zkusíme zahrnout.

5 REGRESNÍ ANALÝZA

V předchozí kapitole jsme se zabývali vlivem jednotlivých proměnných na průměrnou týdenní ATS, resp. hledali jsme statisticky významné rozdíly v ATS mezi danými skupinami respondentů, které ta která proměnná rozlišuje. V mnoha případech jsme však došli k závěru, že vliv dané proměnné zřejmě není úplně čistý a v některých případech se nám podařilo i identifikovat, která skrytá proměnná může diferenciaci způsobovat a námi zkoumaná proměnná se tak může jevit jako falešně významná (viz např. kapitola 6.15 – vlastnictví videa a DVD, které se ukázalo být z velké míry determinováno věkem respondentů, jak jsme ověřili přes kontingenční tabulku). Cílem této kapitoly je najít ideální regresní model, tedy takový, jehož vysvětlující síla a tudíž i predikční schopnost by byly co možná nejvyšší a díky němuž se nám oproti postupným analýzám individuálních proměnných podaří očistit jejich vzájemný vliv. Budeme používat lineární regresní model pracující s kategoriálními proměnnými. Parametry modelu budou odhadnuty metodou nejmenších čtverců.

Ještě před přistoupením k samotné regresní analýze jsem pomocí „General Linear Model - Univariate“ v SPSS otestovala každou proměnnou zvlášť a tabulka níže nabízí ucelený přehled koeficientů determinance (R^2), dává nám tedy nahlédnout vysvětlující sílu jednotlivých proměnných. Sloupec počtu stupňů volnosti (df) udává počet hodnot, které nabývá daná proměnná, snížený o jednu. Sloupec „Sig.“ udává statistickou významnost rozdílů v průměrné ATS mezi kategoriemi.⁸⁰

⁸⁰ Hodnoty df a Sig. odpovídají těm, jaké nabývaly při testování jednotlivé proměnné v kapitole 4.

Tabulka č. 40 - vysvětlující síla jednotlivých proměnných

Source	df	Sig.	R ²
LIFECYCLE	8	0,000	0,242
SOCSTAT_r	6	0,000	0,240
AGEpo10	7	0,000	0,240
MARTIALST	3	0,000	0,177
HOUSEMEMB	4	0,000	0,137
HOUSEWIFE	1	0,000	0,104
INETFREQ	5	0,000	0,095
INETCON	1	0,000	0,089
educ_r	5	0,000	0,087
FAMHEAD	1	0,000	0,081
INCOME	7	0,000	0,076
inethome	1	0,000	0,073
ABCD_ES	7	0,000	0,021
SEX	1	0,000	0,010
DVD	1	0,000	0,009
REGION	13	0,001	0,008
ABCD_CZ	7	0,000	0,007
DETI03	1	0,000	0,007
HOUSE2TV	1	0,000	0,005
HOUSE2	1	0,000	0,004
VIDEO	1	0,000	0,004
WORKSTAT_r	3	0,001	0,004
VILSIZE	4	0,105	0,002
DVBT	1	0,069	0,001
TELETEXT	1	0,067	0,001
NURSE	1	0,849	0,000
CAB	1	0,347	0,000
SAT	1	0,325	0,000
COUNT_TV	2	0,766	0,000

R² zde kvantifikuje výsledky, které jsme zjistili již dříve. Jako nejsilnější se ukázaly proměnné *typologie životního cyklu*, *sociální postavení* a *věk kategorizovaný po 10 letech*, z nichž každá sama o sobě vysvětluje 24 % variability ATS. Následuje *rodinný stav* se schopností vysvětlit necelých 18 %, dále *počet osob v domácnosti*, který samostatně dokáže vysvětlit téměř 14 % variability proměnné ATS a *hospodyně*, což je proměnná, jejíž koeficient determinace ukázal, že je schopna samostatně vysvětlit přes 10 % variability ATS. Na opačném konci žebříčku se pak vyskytují proměnné *počet funkčních televizorů v domácnosti*, *satelitní příjem TV*, *kabelový příjem TV*, *osoba pečující o dítě*, *teletext*, *digitální příjem TV* a *velikost míst bydliště*, které nevysvětlují samy o sobě prakticky žádný podíl variability ATS. Výsledky těchto minimalistických „regresních modelů“ nejsou nijak v rozporu se závěry analýz v kapitole č. 4 – v horní části tabulky se nachází proměnné, které se již dříve vůči ATS ukázaly jako statisticky

významné a naopak ve spodní části jsou ty, u nichž rozdíly v ATS statisticky významné nebyly.

Všechny uvedené proměnné byly již v průběhu jednodušších analýz transformovány tak, aby zajistily dostatečné zastoupení každé kategorie (min. 100 pozorováními), nyní tedy můžeme přejít k samotné regresní analýze.

5.1 Expertní model

Nejdříve zkusím, na základě dosavadního poznání problematiky sledovanosti televize, navrhnout jednoduchý regresní model, který bude obsahovat mnou vytipované proměnné, jež se jeví jako dobře uchopitelné nebo se ukázaly jako dostatečně diverzifikující.

Do expertního modelu jsem se rozhodla použít těchto 6 proměnných: *věk*, *pohlaví*, *sociální postavení*, *vzdělání*, *počet funkčních televizorů v domácnosti* a *přístup na internet z domova*. Podívejme se nyní na výstup tohoto regresního modelu.

Tabulka č. 41 – Výstup z expertního regresního modelu

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	336053,459	22	15275,157	87,439	0,00000000
Intercept	368772,080	1	368772,080	2110,938	0,00000000
AGEpo10	35552,984	7	5078,998	29,073	0,00000000
SEX	1384,701	1	1384,701	7,926	0,00489376
educ_r	15707,639	5	3141,528	17,983	0,00000000
SOCSTAT_r	28062,655	6	4677,109	26,773	0,00000000
COUNT_TV	5186,094	2	2593,047	14,843	0,00000038
inethome	4611,893	1	4611,893	26,400	0,00000029
Error	765342,407	4381	174,696		
Total	3339088,594	4404			
Corrected Total	1101395,866	4403			

a R Squared = ,305 (Adjusted R Squared = ,302)

Tento expertním odhadem vytvořený model vysvětluje zkoumanou proměnnou ATS z necelé jedné třetiny - hodnota koeficientu determinace je 0,305, což znamená, že model vysvětluje 30,5 % variability závislé proměnné ATS. Příspěvek všech zařazených proměnných je v tomto modelu statisticky významný. Jako nejslabší se projevila proměnná pohlaví (Sig. 0,0049), kterou jsem do modelu zařadila vzhledem k tomu, že se používá jako jedna z hlavních sociodemografických charakteristik a je tedy běžně dostupná ve výzkumech různého typu.

Podle testové hodnoty F patří mezi faktory, které model sytí nejvíce: věk ($F=29,073$), sociálně-ekonomické postavení ($F=26,773$) a možnost připojení k internetu z domova ($F=26,4$). Naopak nejslabší testovou hodnotu F můžeme nalézt u proměnné pohlaví ($7,926$), což opět dokládá, že je nejslabším článkem celého expertního modelu.

Podívejme se nyní na tabulku odhadnutých parametrů (B) jednotlivých kategorií v rámci do modelu zařazených proměnných. Poslední kategorie každé proměnné je vždy použita jako referenční kategorie a má hodnotu parametru nastavenou na hodnotu nula, hodnoty parametrů ostatních kategorií se tedy vždy vymezují právě vůči ní.

Tabulka č. 42 – expertní model - přehled odhadnutých parametrů

Parameter Estimates

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	16,548	7,924	2,088	0,037	1,014	32,082
[AGEpo10=1,00]	-11,028	2,230	-4,946	0,000	-15,400	-6,657
[AGEpo10=2,00]	-10,477	1,773	-5,911	0,000	-13,953	-7,002
[AGEpo10=3,00]	-7,926	1,251	-6,336	0,000	-10,379	-5,474
[AGEpo10=4,00]	-3,593	1,172	-3,066	0,002	-5,890	-1,295
[AGEpo10=5,00]	1,315	1,181	1,114	0,265	-1,000	3,631
[AGEpo10=6,00]	1,891	1,059	1,786	0,074	-0,184	3,967
[AGEpo10=7,00]	3,077	0,863	3,564	0,000	1,384	4,769
[AGEpo10=8,00]	0,000
[SEX=1]	-1,177	0,418	-2,815	0,005	-1,996	-0,357
[SEX=2]	0,000
[educ_r=1,00]	8,183	7,874	1,039	0,299	-7,253	23,620
[educ_r=2,00]	8,827	1,404	6,288	0,000	6,075	11,579
[educ_r=3,00]	7,091	0,941	7,534	0,000	5,245	8,936
[educ_r=4,00]	6,032	0,741	8,137	0,000	4,579	7,485
[educ_r=5,00]	3,560	0,731	4,870	0,000	2,127	4,994
[educ_r=6,00]	0,000
[SOCSTAT_r=1,00]	3,998	7,780	0,514	0,607	-11,255	19,251
[SOCSTAT_r=2,00]	3,563	7,828	0,455	0,649	-11,784	18,911
[SOCSTAT_r=5,00]	12,456	7,826	1,592	0,112	-2,887	27,798
[SOCSTAT_r=6,00]	0,573	7,678	0,075	0,940	-14,479	15,626
[SOCSTAT_r=7,00]	9,041	7,841	1,153	0,249	-6,331	24,414
[SOCSTAT_r=9,00]	10,798	7,831	1,379	0,168	-4,555	26,152
[SOCSTAT_r=12,00]	0,000
[COUNT_TV=1]	-3,392	0,923	-3,677	0,000	-5,201	-1,584
[COUNT_TV=2]	-1,333	0,953	-1,399	0,162	-3,202	0,535
[COUNT_TV=3]	0,000
[inethome=,00]	2,377	0,463	5,138	0,000	1,470	3,283
[inethome=1,00]	0,000

a This parameter is set to zero because it is redundant.

Díky této tabulce máme nyní možnost jednoduše predikovat hodnotu ATS pro každého respondenta, u něhož bychom měli k dispozici informaci o jeho věku, pohlaví,

sociálním postavení, vzdělání, počtu televizorů a možnosti přístupu na internet z domova. Jako základ výpočtu vždy poslouží hodnota „Intercept“, k níž pak dle zařazení budeme přičítat hodnotu parametru („B“) podle kategorie, do které daný respondent přísluší.

Náš model bude např. respondentovi, který je mužem ve věku 31-40 let se vysokoškolským vzděláním, který je aktuálně v zaměstnaneckém poměru, vlastní dva televizory a má doma připojení k internetu, predikovat týdenní ATS o téměř 5 hodin nižší, než respondentovi, který má všechny charakteristiky stejné, pouze je ve věku 41-50 let.

Postup výpočtu predikovaného ATS pro prvního muže na základě tabulky č.42 je následující:

16,548 (hodnota intercept)

-1,177 (muž: SEX=1)

-3,593 (věk 31-40 let: AGEpo10=4)

+ 0 (VŠ vzdělání: educ_r=6,00)

+ 3,998 (v zaměstnaneckém poměru: SOCSTAT_r=1,00)

-1,333 (2 televizory: COUNT_TV=2)

+ 0 (má připojení k internetu: inethome=1,00)

Predikované ATS = 14,443

U mladšího muže (ve věku např. 37 let) bychom tedy mohli očekávat, že sleduje televizi v průměru 14 hodin týdně, u staršího muže (ve věku např. 44 let) by náš model již predikoval průměrnou týdenní ATS o 5 hodin vyšší, tedy zhruba 19 hodin týdně.

Pokud jde o proměnnou *věk*, i v našem expertním modelu platí, že s rostoucím věkem ATS roste. Rozdíl v týdenní ATS mezi nejmladšími (4-10 let) a nejstaršími respondenty (61 a více let) činí zhruba 11 hodin.

V případě *pohlaví* model předpovídá mírně vyšší sledovanost u žen v porovnání s muži (cca o 1 hodinu týdně).

Vzdělání nám mezi vysokoškoláky a respondenty se základním vzděláním v průměrné týdenní sledovanosti staví rozdíl 7 hodin, s rostoucím vzděláním predikovaná ATS klesá.

Podle *sociálního postavení* nacházíme největší rozdíl v predikované ATS mezi předškoláky a důchodci (12,5 hod/týden ve prospěch důchodců).

Podle *počtu televizorů v domácnosti* expertní model předurčuje lidem se zvětšujícím se počtem televizorů vyšší sledovanost televize. Rozdíl v ATS u respondenta z domácnosti vybavené jedním televizorem a u jiného respondenta, který je vybaven třemi televizory, činí přes 3 hodiny zatýden. Pro porovnání bych ráda na tomto místě doplnila, že rozdíl v průměrné ATS mezi těmito kategoriemi respondentů byl v rámci samostatné analýzy zhruba 0,7 hod/ týden. Rozdíl je dán schopností regresního modelu separovat parciální vliv dané proměnné od ostatních, přičemž v tomto případě šlo zřejmě zejména o očištění od korelace věkem. Má původní hypotéza o možném zkreslení výsledku analýzy rozdílů ATS dle počtu televizorů v domácnosti, kdy jsem odhadovala silné zkreslení hodnoty ATS u jednotelevizních domácností díky vyšší míře zastoupení důchodců, kteří v této kategorii táhnou ATS směrem nahoru k vyšším hodnotám, se tak opět potvrzuje. Díky očištění od korelací se také proměnná *počet televizorů v domácnosti* ukázala jako statisticky významná, dokonce významnější než např. *pohlaví*, které se v testování parametrickými testy jevílo v porovnání s ní mnohem slibněji. *Počet televizorů v domácnosti* se původně zařadil do skupiny proměnných, které neprokázaly statistickou významnost rozdílů v ATS (viz kapitola 4.16).

Lidé bez *připojení k internetu z domova* podle tohoto modelu sledují televizi o více než 2 hodiny více než ti, kteří doma internetem disponují. Na základě t-testu vyšel rozdíl mezi uvedenými kategoriemi na 8,5 hodiny za týden (u respondentů s připojením na internet z domova byla vypočítána průměrná ATS 18,8 hod/týden, u respondentů, kteří připojení k internetu z domova nemají pak 27,35 hod/týden). Značný pokles tohoto rozdílu v rámci expertního regresního modelu můžeme přičíst skutečnosti, že regrese očistila proměnnou od korelace s *věkem* (starší osoby sledují televizi více a internet doma v takové míře jako mladší generace nemají) a se *vzděláním* (osoby s nižším vzděláním, které obecně televizi sledují více, jsou připojením k internetu z domova vybaveny méně, než osoby s vyšším vzděláním). Nasčítáním korelace proměnné *připojení k internetu z domova* s oběma uvedenými proměnnými jsme v t-testu dostali obrázek o čtyřnásobně větším rozdílu než je ten reálný, regresní analýzou podložený.

K očištění korelací (zejména s proměnnou *věk*) došlo u většiny proměnných a proto se rozdíly mezi jednotlivými kategoriemi oproti individuálnímu posuzování na základě výsledků parametrických testů změnily.

5.2 Složitější regresní model

Pro vytvoření dalších modelů jsem použila opět General Linear Model – Univariate, postupovala jsem však tentokrát nikoliv podle vlastního úsudku, ale metodou backward. Poté, co jsem v SPSS odhadla model se všemi zkoumanými proměnnými, jsem postupně odebírala ty proměnné, které se neukázaly jako statisticky významné a sledovala, zda jejich vyřazením příliš neklesne vysvětlující síla modelu. Výchozím kritériem pro vyřazení proměnné byla její v porovnání s ostatními vysoká p-hodnota, avšak vždy jsem vyřazení velmi zvažovala v tom ohledu, zda se proměnná nemůže vyřazením jiné, s ní korelované, ukázat jako cenná a zda tedy nebude bezpečnější danou proměnnou v modelu zatím ponechat a počkat, zda významně neposílí vyřazením jiné proměnné.

Tabulka č. 43 - Výstup počátečního regresního modelu se všemi proměnnými se zachycením pořadí jejich postupného vyřazování

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

pořadí odstraňování	Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Corrected Model	380493,756	90	4227,708	25,293	,000
	Intercept	17307,360	1	17307,360	103,546	,000
13	SEX	139,011	1	139,011	,832	,362
2	MARTIALST	155,369	3	51,790	,310	,818
15	LIFECYCLE	1333,810	7	190,544	1,140	,335
	HOUSEWIFE	2665,526	1	2665,526	15,947	,000
	FAMHEAD	4905,834	1	4905,834	29,351	,000
4	NURSE	58,172	1	58,172	,348	,555
	INETCON	414,071	1	414,071	2,477	,116
5	INETFREQ	392,376	4	98,094	,587	,672
16	REGION	3296,607	13	253,585	1,517	,103
14	VILSIZE	1027,170	4	256,792	1,536	,189
6	HOUSE2	102,631	1	102,631	,614	,433
	HOUSE2TV	209,466	1	209,466	1,253	,263
9	INCOME	1199,200	7	171,314	1,025	,411
8	ABCD_CZ	1232,306	7	176,044	1,053	,391
	ABCD_ES	2877,375	7	411,054	2,459	,016
	HOUSEMEMB	1741,397	4	435,349	2,605	,034
	CAB	289,899	1	289,899	1,734	,188
11	SAT	158,949	1	158,949	,951	,330
3	DVBT	46,195	1	46,195	,276	,599
	DETI03	538,432	1	538,432	3,221	,073
	COUNT_TV	7532,665	2	3766,332	22,533	,000
12	VIDEO	154,481	1	154,481	,924	,336
	DVD	1257,750	1	1257,750	7,525	,006
7	TELETEXT	108,778	1	108,778	,651	,420
	educ_r	5324,856	5	1064,971	6,371	,000
	SOCSTAT_r	8208,753	5	1641,751	9,822	,000
1	WORKSTAT_r	41,690	2	20,845	,125	,883
10	inethome	97,264	1	97,264	,582	,446
	AGEpo10	10614,980	7	1516,426	9,072	,000
	Error	720902,110	4313	167,146		
	Total	3339088,594	4404			
	Corrected Total	1101395,866	4403			

a. R Squared = .346 (Adjusted R Squared = .332)

Koeficient determinace u tohoto komplexního modelu s množstvím proměnných je 34,6 %. Nadále se tedy budeme snažit, aby s ubývajícími proměnnými jeho hodnota nijak výrazně nepoklesla. Sloupec nalevo zaznamenává pořadí, v jakém jsem postupně odebírala proměnné, aby vznikl výsledný regresní model. Z maximalistického modelu jsem postupnou eliminací 16 proměnných dospěla k následujícímu modelu:

Tabulka č. 44 – Výstup výsledného „velkého regresního modelu“**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	368803,464	36	10244,541	61,068	0,00000000
Intercept	283857,721	1	283857,721	1692,082	0,00000000
HOUSEWIFE	6472,726	1	6472,726	38,584	0,00000000
FAMHEAD	6752,066	1	6752,066	40,249	0,00000000
INETCON	1515,153	1	1515,153	9,032	0,00266822
HOUSE2TV	1575,733	1	1575,733	9,393	0,00219148
ABCD_ES	4941,349	7	705,907	4,208	0,00012367
HOUSEMEMB	4138,831	4	1034,708	6,168	0,00006032
COUNT_TV	8305,294	2	4152,647	24,754	0,00000000
DVD	1460,339	1	1460,339	8,705	0,00319005
educ_r	6194,088	5	1238,818	7,385	0,00000066
SOCSTAT_r	28673,235	6	4778,872	28,487	0,00000000
AGEpo10	17152,757	7	2450,394	14,607	0,00000000
Error	732592,402	4367	167,756		
Total	3339088,594	4404			
Corrected Total	1101395,866	4403			

a. R Squared = .335 (Adjusted R Squared = .329)

Vysvětlující schopnost tohoto modelu oproti maximalistické verzi se všemi proměnnými klesla jen minimálně (o pouhé jedno procento) vzhledem ke skutečnosti, že počet proměnných byl zredukován o šestnáct. Každá z ponechaných jedenácti proměnných se ukázala jako statisticky významná. Těchto zbývajících jedenáct proměnných vysvětluje 33,5 % variability závislé proměnné ATS.

Tabulka č.45 velký regresní model - přehled odhadnutých parametrů

Parameter Estimates

Dependent Variable:týdenní ATS (hod)

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	19,766	7,898	2,503	,012	4,282	35,250
[HOUSEWIFE=0]	-3,592	,578	-6,212	,000	-4,726	-2,458
[HOUSEWIFE=1]	0 ^a
[FAMHEAD=0]	-3,633	,573	-6,344	,000	-4,755	-2,510
[FAMHEAD=1]	0 ^a
[INETCON=0]	1,535	,511	3,005	,003	,534	2,536
[INETCON=1]	0 ^a
[HOUSE2TV=0]	1,709	,558	3,065	,002	,616	2,802
[HOUSE2TV=1]	0 ^a
[ABCD_ES=1]	-4,844	1,302	-3,720	,000	-7,397	-2,291
[ABCD_ES=2]	-1,661	1,226	-1,355	,176	-4,065	,743
[ABCD_ES=3]	-1,712	1,063	-1,611	,107	-3,796	,372
[ABCD_ES=4]	-1,413	1,099	-1,286	,199	-3,568	,742
[ABCD_ES=5]	-,280	1,029	-,272	,786	-2,298	1,738
[ABCD_ES=6]	-,246	,980	-,251	,802	-2,167	1,675
[ABCD_ES=7]	1,555	1,474	1,055	,291	-1,334	4,444
[ABCD_ES=8]	0 ^a
[HOUSEMEMB=1]	4,090	1,130	3,619	,000	1,874	6,305
[HOUSEMEMB=2]	3,001	,791	3,794	,000	1,450	4,553
[HOUSEMEMB=3]	2,834	,717	3,952	,000	1,428	4,240
[HOUSEMEMB=4]	1,006	,677	1,487	,137	-,320	2,333
[HOUSEMEMB=5]	0 ^a
[COUNT_TV=1]	-4,236	,921	-4,597	,000	-6,043	-2,430
[COUNT_TV=2]	-1,454	,940	-1,547	,122	-3,296	,389
[COUNT_TV=3]	0 ^a
[DVD=0]	-1,341	,454	-2,950	,003	-2,231	-,450
[DVD=1]	0 ^a
[educ_r=1.00]	6,050	7,732	,782	,434	-9,109	21,209
[educ_r=2.00]	6,297	1,463	4,305	,000	3,430	9,165
[educ_r=3.00]	4,429	1,054	4,202	,000	2,363	6,496
[educ_r=4.00]	3,912	,845	4,632	,000	2,257	5,568
[educ_r=5.00]	1,642	,792	2,073	,038	,089	3,194
[educ_r=6.00]	0 ^a

[SOCSTAT_r=1.00]	2,960	7,630	,388	,698	-11,998	17,917
[SOCSTAT_r=2.00]	1,950	7,678	,254	,799	-13,102	17,003
[SOCSTAT_r=5.00]	11,919	7,675	1,553	,121	-3,129	26,966
[SOCSTAT_r=6.00]	1,365	7,526	,181	,856	-13,390	16,120
[SOCSTAT_r=7.00]	8,259	7,690	1,074	,283	-6,818	23,335
[SOCSTAT_r=9.00]	10,420	7,678	1,357	,175	-4,633	25,473
[SOCSTAT_r=12.00]	0 ^a
[AGEpo10=1.00]	-6,312	2,251	-2,804	,005	-10,725	-1,899
[AGEpo10=2.00]	-6,119	1,815	-3,372	,001	-9,677	-2,561
[AGEpo10=3.00]	-4,701	1,306	-3,599	,000	-7,262	-2,140
[AGEpo10=4.00]	-1,925	1,209	-1,592	,112	-4,296	,446
[AGEpo10=5.00]	2,205	1,211	1,821	,069	-,169	4,580
[AGEpo10=6.00]	2,281	1,066	2,140	,032	,191	4,370
[AGEpo10=7.00]	3,020	,855	3,533	,000	1,344	4,695
[AGEpo10=8.00]	0 ^a

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Porovnáme-li proměnné, které naplňují tento velký model s proměnnými v expertním modelu, můžeme konstatovat, že sofistikovanou metodou postupného odebírání statisticky nevýznamných proměnných byla naprosto eliminována pouze proměnná *pohlaví*. Proměnnou *připojení k internetu z domova* (inethome) nahradila proměnná *možnost připojení k internetu* (INETCON), které jsou do určité míry zaměnitelné a i tato druhá „internetová proměnná“ by zřejmě fungovala podobně dobře i v expertním modelu. Další čtyři z proměnných expertního modelu v konkurenci ostatních ve velkém modelu zcela obstály a zůstaly tedy přítomny. Jedná se o *věk*, *sociální postavení*, *vzdělání* a *počet funkčních televizorů v domácnosti*.

Proměnné *hospodyně a hlava domácnosti* v tomto modelu zřejmě do určité míry suplují roli proměnné *pohlaví*, jelikož, jak jsme prokázali v jednodušších samostatných analýzách, tyto v sobě nesou právě i informaci o pohlaví, kdy mezi hospodyněmi převládají spíše ženy a mezi hlavami rodin naopak muži.

Nově se nám zde objevuje proměnná *televizor v druhém domově*, které jsme v samostatných analýzách nevěnovali pozornost. Tato proměnná přináší informaci o tom, zda má respondent i tzv. druhý domov (v našich poměrech se jedná zejména o chaty a chalupy vzhledem k masové oblibě možnosti pravidelného úniku z ruchu města do menších lokalit blíže k přírodě) a sama o sobě se mi jeví jako nesnadno interpretovatelná. Vedle ní existuje v TVmetrových datech informace o tom, zda respondent disponuje

nějakým druhým domovem, která může do jisté míry korelovat s jistým ekonomickým zázemím rodiny, jelikož ne každý si může finančně dovolit vlastnit nemovitost, natož pak druhou nemovitost. Vzhledem ke skutečnosti, že takových respondentů je v celém vzorku 837 a 666 z nich uvádí, že mají televizor v druhém domově, můžeme říci, že televize je důležitým společníkem, bez něhož se neobejde ani druhý domov většiny lidí, které takový mají.

Statisticky významná v regresním modelu vyšla i proměnná *ABCDE(Esomar)*, která vykazuje téměř dokonalou monotonii a naznačuje, že se zvyšujícím se socioekonomickým statusem sledovanost klesá, čímž očišťuje výsledky analýz z kapitoly 5.12, kdy esomarovská kategorizace vykazovala v ATS jistou disharmonii a věnovali jsme se tedy primárně české variantě klasifikace ABCDE, která sama o sobě vykazala podobný trend jako nyní regresním modelem očištěná proměnná *ABCDE(Esomar)*, tj. že se zvyšujícím se socioekonomickým statusem sledovanost klesá.

V modelu sehrává důležitou úlohu i proměnná *počet členů v domácnosti*, která, stejně jako samostatná analýza na základě testování analýzy rozptylu, ukazuje, že s rostoucím počtem členů domácnosti ATS klesá. Interpretace se v tomto případě nebude od té původní nijak lišit, monotonie se jeví podobně, jako ona původní a tudíž zůstaneme u hypotézy, že s narůstajícím počtem členů domácnosti klesá objem volného času z důvodu nutné péče o děti apod. Osamocené žijící osoby naopak vyhledávají televizi o něco více, aby jim vyplnila místo v jinak prázdné domácnosti.

Poslední proměnnou, která se ukázala jako statisticky významná v tomto modelu, je *vlastnictví DVD*, které po očištění od korelace s věkem vykazuje opačný trend než při původním zkoumání – osoby vlastníci DVD budou podle tohoto modelu sledovat televizi o něco více než hodinu oproti těm, kteří DVD nemají. Interpretace v tomto případě není příliš složitá – nabízí se vysvětlení, že lidé, kteří si pořídí DVD, mají ke sledování audiovizuální tvorby o něco blíže a vyhledávají ji nejen ve formě přehrávání DVD, ale i sledováním televizního vysílání. Původní více než tříhodinový rozdíl v týdenní ATS se snížil zhruba na třetinu a navíc otočil ve prospěch majitelů DVD.

5.3 Jednoduchý regresní model

Postupným odebráním dalších proměnných jsem dospěla k modelu, který se jeví jako stále ještě dosti silný vzhledem ke skutečnosti, že pracuje s pouze šesti proměnnými. Zdá se, že se podařilo najít optimální podmnožinu regresorů, jelikož tento model

vysvětluje stále ještě 32,1 % variability závislé proměnné ATS. Cílem v případě jednoduchého modelu bylo nalézt model s co nejmenším počtem proměnných avšak dostatečně silně vysvětlující zkoumanou skutečnost. Model o šesti proměnných je snadněji interpretovatelný v porovnání se složitějším, který zahrnoval proměnných jedenáct, avšak koeficient determinace klesl pouze nepatrně a u „malého modelu“ klesla vysvětlující síla absolutně pouze o 1,4 % ve srovnání s „velkým modelem“.

Tabulka č. 46 - Výstup výsledného „malého regresního modelu“

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	353303,620 ^a	22	16059,255	94,047	0,00000000
Intercept	390482,552	1	390482,552	2286,756	0,00000000
HOUSEWIFE	14806,371	1	14806,371	86,710	0,00000000
FAMHEAD	14684,353	1	14684,353	85,995	0,00000000
COUNT_TV	7378,054	2	3689,027	21,604	0,00000000
educ_r	21952,606	5	4390,521	25,712	0,00000000
SOCSTAT_r	29367,260	6	4894,543	28,664	0,00000000
AGEpo10	17360,608	7	2480,087	14,524	0,00000000
Error	748092,245	4381	170,758		
Total	3339088,594	4404			
Corrected Total	1101395,866	4403			

a. R Squared = .321 (Adjusted R Squared = .317)

Z velkého modelu jsme postupně odebrali tyto proměnné: *televize v druhém domově, vlastnictví DVD, možnost využití internetu, počet členů domácnosti a klasifikace ABCDE(Esomar)*. Všechny tyto proměnné byly statisticky významné, proto figurovaly ve velkém modelu. V porovnání s posledními zbylými zde však drobné odchylky v jejich významnosti existovaly a proto byly zvoleny k vyřazení právě tyto, ne jiné.

Role *televize v druhém domově* byla z mého pohledu ve velkém modelu nsnadno interpretovatelná a z okolností, které mohly vést k tomu, že pro malý model v porovnání s ostatními proměnnými neuspěla, bych se přikláněla k variantě, že mohla nést částečně stejnou informaci o síle ekonomického zázemí jako *klasifikace ABCDE(Esomar)*, což způsobilo její vyřazení. Samotná *klasifikace ABCDE(Esomar)* možná neuspěla díky teoretické spojitosti s proměnnou vzdělání, jelikož sama je z velké míry konstruována na základě vzdělání hlavy domácnosti a také na proměnné *socioekonomické postavení*. *Vlastnictví DVD* může být do určité míry korelované s počtem televizorů v domácnosti, jelikož ekonomicky silnější domácnost a technicky vybavená DVD by s určitou

pravděpodobností měla vlastnit více než jeden televizor. Trochu překvapivé by se mohlo zdát vyřazení proměnné *Možnost přístupu na internet*, která sice od samého počátku patřila mezi statisticky signifikantní, avšak o něco méně, než proměnné, které v malém modelu zůstaly, jelikož danou skutečnost vysvětlují silněji.

Tabulka č. 47 - malý regresní model - přehled odhadnutých parametrů

Parameter Estimates

Dependent Variable: týdenní ATS (hod)

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	21,187	7,835	2,704	,007	5,827	36,548
[HOUSEWIFE=0]	-4,612	,495	-9,312	,000	-5,583	-3,641
[HOUSEWIFE=1]	0 ^a
[FAMHEAD=0]	-4,627	,499	-9,273	,000	-5,605	-3,648
[FAMHEAD=1]	0 ^a
[COUNT_TV=1]	-4,003	,913	-4,387	,000	-5,792	-2,214
[COUNT_TV=2]	-1,520	,942	-1,614	,107	-3,368	,327
[COUNT_TV=3]	0 ^a
[educ_r=1.00]	9,711	7,781	1,248	,212	-5,543	24,965
[educ_r=2.00]	9,559	1,379	6,931	,000	6,855	12,262
[educ_r=3.00]	8,035	,917	8,759	,000	6,237	9,834
[educ_r=4.00]	6,757	,720	9,383	,000	5,345	8,169
[educ_r=5.00]	3,596	,721	4,986	,000	2,182	5,010
[educ_r=6.00]	0 ^a
[SOCSTAT_r=1.00]	3,644	7,691	,474	,636	-11,434	18,723
[SOCSTAT_r=2.00]	2,731	7,740	,353	,724	-12,443	17,906
[SOCSTAT_r=5.00]	12,614	7,735	1,631	,103	-2,550	27,778
[SOCSTAT_r=6.00]	1,328	7,589	,175	,861	-13,550	16,205
[SOCSTAT_r=7.00]	8,810	7,751	1,137	,256	-6,385	24,005
[SOCSTAT_r=9.00]	10,478	7,738	1,354	,176	-4,693	25,649
[SOCSTAT_r=12.00]	0 ^a
[AGEpo10=1.00]	-7,261	2,236	-3,248	,001	-11,645	-2,878
[AGEpo10=2.00]	-7,003	1,786	-3,921	,000	-10,504	-3,502
[AGEpo10=3.00]	-4,750	1,277	-3,720	,000	-7,254	-2,247
[AGEpo10=4.00]	-2,889	1,156	-2,498	,013	-5,155	-,622
[AGEpo10=5.00]	1,198	1,157	1,035	,301	-1,070	3,466
[AGEpo10=6.00]	1,958	1,044	1,875	,061	-,089	4,006
[AGEpo10=7.00]	2,771	,853	3,248	,001	1,098	4,444
[AGEpo10=8.00]	0 ^a

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Proměnnými, které se ukázaly jako nejpodstatnější a nejsilněji vysvětlující faktory pro predikci ATS, jsou *hospodyně, hlava rodiny, vzdělání, počet televizorů v domácnosti, sociální postavení a věk*. U sociálního postavení a věku se dalo jejich silné postavení v modelu předpokládat už ze samostatných regresních minianalýz, kdy každá z uvedených proměnných sama o sobě vysvětlovala 24 % diference ATS. Stejnou výchozí pozici však měla i proměnná *životní cyklus*, která nakonec z důvodu korelovanosti s jinými proměnnými neobstála ani pro velký regresní model. *Věk* se ale v našich analýzách od samého počátku jevil jako proměnná ovlivňující průběžné výsledky množství jiných proměnných, jeho výsadní postavení je tedy nezpochybnitelné.

Ne příliš překvapivou skutečností je, že i setrvání proměnné *vzdělání*, jelikož do určité míry předurčuje preferovaný způsob trávení volného času. Vysokoškoláci obvykle vyhledávají aktivnější způsob trávení volného času vzhledem ke spíše intelektuální povaze jejich zaměstnání, oproti tomu lidé, kteří mají práci manuální nebo fyzicky náročnou pak jako kompenzaci volí spíše pasivnější způsob trávení volného času.

Naopak překvapivým výsledkem je z mého pohledu setrvání proměnných *hospodyně* a *hlava rodiny* až do fáze malého regresního modelu – původně jsem očekávala, že budou naopak vyřazeny kvůli korelovanosti s proměnnou pohlaví, která však v „souboji“ s nimi neobstála.

Největším překvapením (a to i přesto, že jsem v kapitole 5.16 predikovala její možnou významnou roli) je pro mě proměnná *počet televizorů v domácnosti*, která se do malého modelu probíjela z pozice outsidera, kdy se již v rámci analýzy rozptylu odchylky neukázaly být statisticky významné.

Pokud bychom měli porovnat tento výsledný malý model s modelem expertním, je třeba podotknout, že malý model vysvětluje větší podíl variability závislé proměnné ATS (32,1 %) oproti expertnímu modelu, který postihuje vysvětlení 30,5 % variability ATS. Na druhou stranu v expertním modelu jsou použity tradičnější (tedy snadněji získatelné), snáze uchopitelné a interpretovatelné proměnné a tedy méně zpochybnitelné než proměnné v malém modelu. Pro využití v praxi pro orientační predikci ATS by byl zřejmě lépe využitelný expertní model, jelikož získat např. informaci o zařazení respondenta v rámci pohlaví je snazší a obvyklejší než se dotazovat nebo v rámci sekundární analýzy rozlišovat, zda je hospodyně nebo hlavou rodiny.

6 ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo krátce pojednat téma sledování televize očima sociologie, dále pak představit měření televizní sledovanosti a s ním související výzkumy v ČR. V rámci nosné, empirické části práce, jsme si pak za cíl stanovili provedení analýzy jednotlivých sociodemografických a jiných charakteristik dostupných v rámci dat z elektronického měření sledovanosti za účelem identifikace těch faktorů, které míru sledování televize, resp. proměnnou ATS (průměrnou sledovanost televize) ovlivňují nejvíce.

Stanovené cíle byly naplňovány postupně v pořadí, v jakém byly stanoveny - sledování televize jsme nejprve ukotvili v rámci volnočasových aktivit, dále jsme se zabývali motivací ke sledování televize a teoreticky jsme pojednali aktuální determinanty sledování televize, kterými jsou internet a digitalizace televizního vysílání. Jako přemostění teoretické a empirické části textu jsme použili představení metod měření televizní sledovanosti v ČR, které posloužilo jako uvedení do práce s datovým souborem. Postupovali jsme od jednodušších analýz (t-test, ANOVA) přes třídění druhého stupně (kontingenční tabulky) až po vícerozměrnou analýzu dat, konkrétně vytváření regresních modelů pro čistější a co nejlepší predikci ATS. Průběžně jsme interpretovali výsledky jednotlivých analýz, které se ve většině případů jeví jako logicky uchopitelné a sociologicky interpretovatelné.

Pokud jde o regresní analýzu, ukázalo se její použití vzhledem k interpretaci výsledků jako velmi přínosné, jelikož všechny tři vytvořené regresní modely (tzn. expertní, velký i malý model) projevily schopnost očistit proměnné od vzájemných korelací a nabídnout tak přesnější vysvětlení vlivu jednotlivých faktorů na zkoumanou proměnnou ATS.

Koeficient determinace se vyvíjel následovně: Expertní model: 30,5 % - Model s použitím všech proměnných před započítáním hledání silného a interpretovatelného modelu: 34,6 % - Velký model o 11 proměnných: 33,5 % - Malý model o 6 proměnných: 32,1 %. Koeficient determinace byl sice logicky nejvyšší v případě modelu zahrnujícího všechny testované proměnné, avšak jeho stabilita a interpretovatelnost není valná díky přítomnosti značného množství statisticky nevýznamných vysvětlujících proměnných (buď díky jejich silné vzájemné korelaci či díky irelevanci ve vztahu k vysvětlované ATS).

Největší vliv na ATS mají proměnné související s věkem a dále sociální postavení a vzdělání. Toto je zcela v souladu s našimi očekáváními. Použití regresního modelu nám však umožnilo kvantifikovat parciální vlivy těchto jednotlivých proměnných, tj. průměrný dopad na ATS např. při změně věku při zachování stejného sociálního postavení a vzdělání.

Užitečnost regresního modelování se projevila také na příkladu proměnné "*Počet televizorů v domácnosti*". Absolutní vliv na ATS je díky negativní korelaci s věkem nulový, avšak parciální vliv je již významný (lidé s více televizory jsou silnějšími televizními diváky).

Opačným směrem zapůsobil regresní model na jinou proměnnou, kterou jsem původně považovala za jednoho z favoritů, který by případně mohl svou sílu obhájit i v malém regresním modelu. Tou proměnnou je *pohlaví*, které funguje jako významný diverzifikační faktor v rámci zkoumání rozličných jevů, avšak pokud jde o vliv na sledování televize, jeho vliv se po očištění regresním modelem neobhájl.

Koeficient determinace modelů na úrovni (pouze) kolem 32 % svědčí o poměrně velkém prostoru zcela individuálních osobních preferencí při utváření ATS jednotlivce. Ostatně ani člověk sám, je-li dotázán na množství času, které věnuje za určité období sledování televize, nemá přesnou představu o skutečném rozsahu.

Data o televizní sledovanosti jsou tak bohatá, že skýtají nepřeborné množství dílčích otázek, které je možné se snažit zodpovědět nebo alespoň odpovědi hledat a v zájmu televizních stanic je na mnohé otázky odpovědi znát. Empirická část této diplomové práce se zaměřila na malý, avšak zásadní a sociologicky zajímavý výsek z celého spektra informací, které elektronické měření sledovanosti a přidružené výzkumy nabízejí. Jak by se tedy dalo na tuto diplomovou práci navázat a na co by případně bylo možné se více zaměřit? V rámci dostupných dat by bylo např. možné se detailněji zabývat ATS u dětských diváků a teenagerů nebo zkoumat korelace mezi sledovaností jednotlivců, např. vliv ATS rodičů na sledovanost u jejich dětí. Zajímavé by bylo i např. sledovat kontinuální vývoj determinantů ATS, pokud bychom vedle dat z roku 2009 měli k dispozici srovnatelná data např. za rok 1999 a 2004. Srovnání ATS a vlivu jednotlivých faktorů se nabízí zkoumat i z pohledu mezinárodního, což by ovšem znamenalo nutnost získat srovnatelná data např. v rámci několika evropských zemí s odlišným historickým a sociokulturním vývojem (postkomunistické versus západní země, horkokrevný jih versus chladný sever atp.). Pokud by ATO a její jednotliví členové souhlasili s poskytnutím

detailnějších dat za aktuálně analyzovaný rok 2009, mohli bychom se pustit do zkoumání sledovanosti v rámci různých dnů v týdnu nebo časových bloků v rámci dne, případně zkoumat odlišnosti v sociodemografii a televizním chování diváků jednotlivých stanic. Případně by propojením s dalšími informacemi, týkajícími se námi zkoumaného vzorku respondentů, bylo zajímavé zkoumat, kdo v domácnosti rozhoduje o tom, který kanál bude zvolen, sleduje-li televizi více členů domácnosti najednou nebo se zabývat rozdíly mezi respondenty deklarovanou sledovaností a skutečnou sledovaností.

Tyto a podobné otázky si jistě skrze zaměstnance oddělení výzkumu kladou majitelé a provozovatelé jednotlivých televizních stanic dnes a denně. Znat diváka, jeho pohnutky, reakce a očekávání, je klíčem k úspěšnému provozování televizního businessu, protože i v tomto odvětví platí, že nabídka by měla odpovídat poptávce a v ideálním případě by „prodejce“ měl být schopen do jisté míry predikovat budoucí vývoj a pružně na něj reagovat. Tuto situaci mu mohou usnadnit právě kvalitní analýzy dat z měření sledovanosti a doprovodných výzkumů, budou-li se tyto i nadále rozvíjet a reagovat na situaci na trhu u nás i ve světě.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Bibliografie:

- BEDRNOVÁ, Eva. NOVÝ, Ivan. *Moc, vliv, autorita*. Praha: Management Press, 2001. ISBN 80-7261-053-8.
- BEZDÍČEK, Viktor. ŽANTOVSKÝ, Petr. *Média a moc*. Praha: Votobia, 2000. ISBN 80-7220-085-2.
- BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, Praha, 1995. ISBN 80-85850-11-7.
- CAIRNCROSS, Frances. *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změní naše životy*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-155-X.
- FISCHER, Pavel a kol. *Člověk a média*. Sborník příspěvků z konference v Centru Mariapoli. Praha: Hnutí fokoláre, 2002.
- JIRÁK, Jan a kol. *Média a násilí*. Praha: Corona, 2005. ISBN 80-903363-5-3.
- JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím. Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.
- MIČIENKA, Marek. JIRÁK, Jan a kol. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
- MUSIL, Josef a kol. *Etika a regulace médií*. Sborník příspěvků 3. konference Člověk a média. Praha: Hnutí fokoláre, 2003.
- MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.
- MUSIL, Josef. *Komunikace v informační společnosti*. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2007. ISBN 978-80-86723-39-6.
- MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0.

POSPÍŠIL, Jan. ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003, ISBN 80-204-1037-6.

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SAK, Petr. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80- 86432- 27-7.

SAK, Petr. SAKOVÁ, Karolína. *Mládež na křižovatce. Sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*, Praha: Svoboda, Servis 2004. ISBN 80-86320-33-2.

VLASTNÍK, Jiří. *Televizní násilí a zákon. Vliv televizního násilí na kriminalitu dětí a mládeže a jeho zákonná úprava*. Praha: Votobia, 2005. ISBN 80-7220-245-6.

Internetové zdroje:

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-21]. Měsíční data 15-54. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/vysledky/mesicni-data/share/15-54>>.

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2009 [cit. 2010-10-21]. Digitální příjem 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/vysledky/trendy-kontinualni-vyzkum/prijem-tv-signalu/digitalni-prijem-2009>>.

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-21]. Televizní trh a měření sledovanosti. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/co-je-to-ato/historie/televizni-trh>>.

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-11-05]. Terminologie. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/tv-vyzkum/metodika-pem-iii/terminologie>>.

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-10-28]. Popis současného projektu. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/tv-vyzkum/informace-o-projektu>>.

ATO - Asociace televizních organizací: Workshopy [online]. 2009 [cit. 2010-09-08]. Workshop 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=168>>.

ATO - Asociace televizních organizací: Workshopy [online]. 2010-05-27 [cit. 2010-09-24]. Setkání s novináři 27.5.2010 - prezentace. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=606>>.

ATO - Asociace televizních organizací [online]. 2010 [cit. 2010-11-23]. Klasifikace ABCDE. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/klasifikace-abcde>>.

Association of Commercial Television [online]. 2009 [cit. 2010-11-12]. Annual report 2009. Dostupné z WWW: <http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=029395>.

Bez televize [online]. 2010 [cit. 2010-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.beztelevize.info/>>.

BRDIČKA, Bořivoj. *Role internetu ve vzdělávání* [online]. 2003 [cit. 2010-08-20]. Vliv příbuzných oborů - sociologie. Dostupné z WWW: <<http://it.pedf.cuni.cz/~bobr/role/ka32.htm>>.

Centrum pro výzkum veřejného mínění : Tiskové zprávy [online]. 2010 [cit. 2010-08-29]. Volný čas. Dostupné z WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100994s_oz100114.pdf>.

Centrum pro výzkum veřejného mínění : Tiskové zprávy [online]. 2007-06-20 [cit. 2010-08-29]. Hodnocení informací v médiích. Dostupné z WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100699s_om70620.pdf>.

Česká televize [online]. 2010 [cit. 2010-10-27]. Sociologický výzkum České televize. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/divacky-ohlas-a-statistiky-vysilani/metodika-vyzkumu/sociologicky-vyzkum-ceske-televize/>>.

Český statistický úřad : Vývoj audiovizuálních služeb v letech 1999 až 2004 [online]. 2006-07-10 [cit. 2010-08-28]. Průnik audiovizuálních trhů do domácností. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/\\$File/Kap6.pdf](http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/t/A7002A5096/$File/Kap6.pdf)>.

Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-12-21]. Informační technologie v domácnostech a mezi jednotlivci. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci>.

Digitálně.tv [online]. 2010-04-12 [cit. 2010-11-23]. Průzkum ukázal velmi dobrou připravenost obyvatel územní oblasti České Budějovice na digitální vysílání. Dostupné z WWW: <<http://www.digitalne.tv/multimedia/101000/100141.pdf>>.

DigiZone [online]. 2010 [cit. 2010-12-23]. Mapy pokrytí zemské digitální televize. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/texty/mapy-pokryti/>>.

- DVORNÍK, Jiří. *Revue pro média* [online]. 2007-06-29 [cit. 2010-08-20]. Herbert Marshall McLuhan – Člověk, média a elektronická kultura. Dostupné z WWW: <<http://fss.muni.cz/rpm-blog/index.php?/archives/103-Herbert-Marshall-McLuhan-lovk,-media-a-elektronicka-kultura.html>>.
- Esomar* [online]. 2010 [cit. 2010-11-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.esomar.org/>>.
- Eurostat* [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Individuals using the Internet for listening to webradio/watching web television. Dostupné z WWW: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00100>>
- Factum Invenio : Tiskové zprávy* [online]. 2010-05-21 [cit. 2010-09-05]. Jak trávíme svůj volný čas?. Dostupné z WWW: <http://www.factum.cz/397_jak-travime-svuj-volny-cas>.
- MÁDLE, Jiří. *Český filmový a televizní svaz - FITES* [online]. 2005-08-13 [cit. 2010-11-05]. Teplo i srážky mění sledovanost. Dostupné z WWW: <<http://www.fites.cz/clanky/archiv/teplo-i-srazky-meni-sledovanost/>>.
- Mediaresearch* [online]. 2009-07-29 [cit. 2010-11-05]. TZ Informace o počasí pomáhají posuzovat úspěšnost televizí. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaresearch.cz/aktualita/tz-informace-o-pocasi-pomahaji-posuzovat-uspesnost-televizi>>.
- RadioTV* [online]. 2006-03-06 [cit. 2010-10-28]. Průzkumy sledovanosti: Od MediaProjektu k TV-metrům. Dostupné z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_tv/t_technika/przkumy-sledovanosti-od-mediaprojektu-k-tv-metrm/>.
- SAK, Petr. *Britské listy* [online]. 2006-04-27 [cit. 2010-09-21]. Odcizování přírodě – důsledek či příčina krize člověka a společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/28471.html>>.
- SAK, Petr; SAKOVÁ, Karolína. *Insoma* [online]. 2003-01-24 [cit. 2010-09-08]. Digitální média a životní styl. Dostupné z WWW: <<http://www.ato.cz/download.php?id=168>>.
- Screen Time* [online]. 2008 [cit. 2010-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.tvturnoff.org/>>.
- Screen Time* [online]. 2008 [cit. 2010-09-20]. Factsheet. Dostupné z WWW: <http://www.screentimeinstitute.org/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=10>.
- The Nielsen Company* [online]. 2010 [cit. 2010-11-12]. Snapshot of Television Use in the U.S. Dostupné z WWW: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2010/09/Nielsen-State-of-TV-09232010.pdf>>.

PŘÍLOHY

Příloha P1 – Využití internetu k poslouchání rádia/sledování televize

% uživatelů (16-74 let), kteří uvedené služby využili za poslední 3 měsíce

geo\time	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EU (27 countries)	:	:	7	10	11	15	20	24
EU (25 countries)	:	:	:	10	12	16	21	25
EU (15 countries)	:	:	:	11	12	16	22	26
Euro area	:	:	:	10	11	15	20	23
Belgium	:	:	:	:	11	13	15	20
Bulgaria	:	:	6	:	11	10	13	17
Czech Republic	:	2	3	3	6	8	13	19
Denmark	8	12	16	19	27	34	37	42
Germany	3	4	8	:	12	15	21	23
Estonia	:	:	13	15	17	21	19	31
Ireland	:	2	3	4	9	10	:	16
Greece	3	3	4	4	5	8	16	15
Spain	:	:	:	24	:	17	23	25
France	:	:	:	:	10	17	24	25
Italy	:	:	:	5	5	8	9	13
Cyprus	:	:	12	9	9	13	12	16
Latvia	:	:	9	11	17	20	24	31
Lithuania	:	7	8	11	17	20	19	27
Luxembourg	6	9	15	19	22	29	36	38
Hungary	:	:	3	7	12	16	18	19
Malta	:	:	:	8	10	14	21	22
Netherlands	:	:	:	20	28	35	45	51
Austria	2	4	3	5	7	7	13	14
Poland	:	:	6	6	10	13	18	19
Portugal	:	6	8	9	11	14	17	19
Romania	:	:	2	:	4	6	7	12
Slovenia	:	:	6	10	15	23	26	36
Slovakia	:	:	6	6	8	11	17	25
Finland	6	10	12	17	20	24	33	39
Sweden	13	15	13	21	28	33	42	50
United Kingdom	4	10	10	15	15	18	26	35

Eurostat [online]. 2010 [cit. 2010-09-30]. Individuals using the Internet for listening to webradio/watching web television. Dostupné z WWW:

<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00100>>

Příloha P2 – Popis datového souboru – seznam proměnných a číselník kategorií

Název sloupce	Popis	Číselník
domacnost	číslo domácnosti	
osoba	číslo osoby (v rámci domácnosti)	
ID_SEX	Pohlaví	ano
age	Věk v letech	
ID_MARITALST	Rodinný stav	ano
ID_LIFECYCLE	Typologie životního cyklu	ano
ID_EDUCATION	Nejvyšší dokončené vzdělání	ano
ID_SOCIAL_STATUS	Sociálně-ekonomické postavení	ano
ID_WORK_STATUS	Postavení v zaměstnání	ano
HOUSEWIFE	Je osoba tzv. "hospodyní", tj. osobou starající se o běžný chod domácnosti (1 = ANO, 0 = NE)?	
FAMILYHEAD	Je osoba tzv. "hlavou" domácnosti, tj. osobou přinášející do ní největší příjem a zpravidla rozhodující o zásadních záležitostech (1 = ANO, 0 = NE)?	
NURSE	Osoba pečující o dítě (1 = ANO, 0 = NE)	
INETCONNECT	Přístup na internet kdekoli (1 = ANO, 0 = NE)	
ID_INETFREQ	Frekvence přístupu na internet	ano
ID_REGION	Kraj	ano
ID_VILAGE_SIZE	Velikost místa bydliště	ano
HOUSE2	Existence druhého domova (1 = ANO, 0 = NE)	
HOUSE2TV	Možnost sledovat v druhém domově televizi (1 = ANO, 0 = NE)	
house_income	Čistý měsíční příjem domácnosti	ano
ID_SOCIAL_CLASS_CZ	ABCDE klasifikace CZ	ano
ID_SOCIAL_CLASS_ES	ABCDE klasifikace ESOMAR	ano
ID_HOME_INTERNET_TYPE	Typ připojení k internetu v domácnosti	ano
VD_NORM	Velikost domácnosti (počet osob v ní žijících, včetně dětí ve věku 0-3 let, které nejsou měřené)	ano
CAB	Kabel (1 = ANO, 0 = NE)	
SAT	Satelit (1 = ANO, 0 = NE)	
RECEIVE_DVBT	Satelit (1 = ANO, 0 = NE)	
cnt_deti_0_3	Počet dětí ve věku 0-3 let v domácnosti	
cnt_TV	Počet funkčních televizorů v domácnosti	ano
video	Video (1 = ANO, 0 = NE)	
DVD	DVD (1 = ANO, 0 = NE)	
teletext	Teletext (1 = ANO, 0 = NE)	
ATS	Průměrný čas strávený (Average Time Spent) sledováním televize (hod/týden) za kompletní týdny, kdy osoba šla do ostrých dat (očištěno o sezónnost)	

ID_SEX	Popis
1	muž
2	žena

ID_MARITALST	Popis
99	neuvedeno
1	svobodný(á)
2	ženatý(vdaná)
3	rozvedený(á)
4	vdovec(vdova)

ID_LIFECYCLE	Popis
99	neuvedeno
1	Aktivní singles/páry
2	Mladé rodiny
3	Střední rodiny
4	Starší rodiny
5	Ostatní rodiny
6	Děti
7	Studenti
8	Osamělí důchodci
9	Důchodci žijící ve vícečlenné domácnosti

ID_EDUCATION	Popis
99	neuvedeno
1	Dosud nenavštěvuje školu
2	Navštěvuje základní školu nebo první 4 ročníky osmiletého gymnázia
3	Neukončené základní vzdělání
4	Dokončené základní vzdělání
5	Vyučen bez maturity
6	Středoškolské s maturitou
7	Nástavbové studium, absolvování dvou nebo více středních škol
8	Vyšší odborné vzdělání
9	Vysokoškolské - magisterské, vědecká příprava
10	Vysokoškolské - bakalářské

ID SOCIAL STATUS	Popis
99	neuvedeno
1	V zaměstnaneckém poměru
2	Soukromý(á) podnikatel(ka) bez zaměstnanců
4	Soukromý(á) podnikatel(ka) s 10 a více zaměstnanci
5	Pracující důchodce
6	Pracující student, učeň
7	Nezaměstnaní
8	Nepracující důchodci
9	Ostatní s vlastním zdrojem obživy
10	Žáci, studenti, učni
11	Osoby v domácnosti
12	Děti předškolního věku a ostatní závislé osoby
13	Osoby na rodičovské dovolené
15	Soukromý(á) podnikatel(ka) s 1-5 zaměstnanci
16	Soukromý(á) podnikatel(ka) s 6-9 zaměstnanci

ID WORK STATUS	Popis
99	neuvedeno
1	Pracovník bez podřízených
2	Nižší vedoucí pracovník (1-5 podřízených)
3	Vedoucí pracovník (6 a více podřízených, bez podřízených útvarů)
4	Vyšší vedoucí pracovník s podřízenými útvary pracovníků
5	Vrcholový manažer, zástupce ředitele s 6 a více podřízenými
6	Ředitel podniku

ID INETFREQ	Popis
99	neuvedeno
1	Denně
2	Několikrát za týden
3	Několikrát za měsíc
4	Méně často
5	Nikdy

ID_REGION	Popis
1	(Hl. m.) Praha
2	Středočeský kraj
3	Jihočeský kraj
4	Plzeňský kraj
5	Karlovarský kraj
6	Ústecký kraj
7	Liberecký kraj
8	Královéhradecký kraj
9	Pardubický kraj
10	Vysočina
11	Jihomoravský kraj
12	Olomoucký kraj
13	Zlínský kraj
14	Moravskoslezský kraj

ID_VILAGE_SIZE	Popis
1	do 999
2	1.000-4.999
3	5.000-19.999
4	20.000-99.999
5	100.000 a víc

house_income	Popis
1	0 až 6000 Kč
2	6001 až 10000 Kč
3	10001 až 15000 Kč
4	15001 až 20000 Kč
5	20001 až 25000 Kč
6	25001 až 30000 Kč
7	30001 až 35000 Kč
8	35001 až 40000 Kč
9	40001 až 50000 Kč
10	50001 a více Kč

ID_SOCIAL_CLASS_CZ ID_SOCIAL_CLASS_ES	Popis
1	A
2	B
3	C1
4	C2
5	D
6	E1
7	E2
8	E3

ID_HOME_INTERNET_TYPE	Popis
99	neuveďeno
1	Pomocí telefonní linky (Dial up)
2	Pomocí mobilního telefonu
3	Pomocí širokopásmového připojení (kabelová TV, WiFi, bezdrát, ADSL)
4	Nevím
5	Nemáme doma internet

VD_NORM	Popis
1	Jednočlenná domácnost
2	Dvoučlenná domácnost
3	Trojčlenná domácnost
4	Čtyřčlenná domácnost
5	Pěti a vícečlenná domácnost

cnt_TV	Popis
1	1
2	2
3	3 a více

Příloha P3 – Přehled proměnných použitých v regresních modelech

proměnná	kategorie	název kategorie	počet
Pohlaví (SEX)	1	muž	2103
	2	žena	2301
Rodinný stav (MARTIALST)	1	svobodný(á)	1553
	2	ženatý(vdaná)	2094
	3	rozvedený(á)	417
	4	vdovec(vdova)	340
Typologie životního cyklu (LIFECYCLE)	1	Aktivní singles/páry	716
	2	Mladé rodiny	330
	3	Střední rodiny	301
	4	Starší rodiny	557
	5	Ostatní rodiny	508
	6	Děti	501
	7	Studenti	453
	8	Osamělí důchodci	313
	9	Důchodci žijící ve vícečlenné domácnosti	725
Hospodyně (HOUSEWIFE)	0	ne	2553
	1	ano	1851
Hlava rodiny (FAMHEAD)	0	ne	2544
	1	ano	1860
Osoba pečující o dítě (NURSE)	0	ne	3958
	1	ano	446
Přístup na internet (INETCON)	0	ne	1613
	1	ano	2791
Frekvence přístupu na internet (INETFREQ)	1	Denně	1539
	2	Několikrát za týden	582
	3	Několikrát za měsíc	238
	4	Méně často	133
	5	Nikdy	299
	99	Nemá přístup	1613
Kraj (REGION)	1	Praha	499
	2	Středočeský kraj	452
	3	Jihočeský kraj	274
	4	Plzeňský kraj	264
	5	Karlovarský kraj	115
	6	Ústecký kraj	411
	7	Liberecký kraj	186
	8	Královéhradecký kraj	264

	9	Pardubický kraj	204
	10	Vysočina	205
	11	Jihomoravský kraj	443
	12	Olomoucký kraj	280
	13	Zlínský kraj	263
	14	Moravskoslezský kraj	544
Velikost místa bydliště (VILSIZE)	1	do 999	756
	2	1.000-4.999	918
	3	5.000-19.999	839
	4	20.000-99.999	962
	5	100.000 a více	929
Druhý domov (HOUSE2)	0	ne	3567
	1	ano	837
TV v druhém domově (HOUSE2TV)	0	ne	3738
	1	ano	666
Čistý měsíční příjem domácnosti (INCOME)	2	0 až 10000 Kč	362
	3	10001 až 15000 Kč	543
	4	15001 až 20000 Kč	961
	5	20001 až 25000 Kč	713
	6	25001 až 30000 Kč	778
	7	30001 až 35000 Kč	349
	8	35001 až 40000 Kč	338
	9	40001 a více Kč	360
	ABCDE klasifikace CZ (ABCD_CZ)	1	A
2		B	323
3		C1	661
4		C2	935
5		D	1259
6		E1	501
7		E2	248
8		E3	100
ABCDE klasifikace ESOMAR (ABCD_ES)	1	A	281
	2	B	321
	3	C1	704
	4	C2	503
	5	D	869
	6	E1	1384
	7	E2	137
	8	E3	205
Počet osob v domácnosti včetně dětí ve věku 0-3 let (HOUSEMEMB)	1	Jednočlenná domácnost	505
	2	Dvoučlenná domácnost	1146
	3	Trojčlenná domácnost	975
	4	Čtyřčlenná domácnost	1235
	5	Pěti a vícečlenná domácnost	543
Kabelová TV (CAB)	0	ne	3324

	1	ano	1080
Satelit (SAT)	0	ne	3147
	1	ano	1257
Digitální příjem TV (DVBT)	0	ne	3163
	1	ano	1241
Počet dětí ve věku 0-3 let v domácnosti (DETI03)	0	Ne	3873
	1	Ano	531
Počet funkčních televizorů v domácnosti (COUNT_TV)	1	1	2848
	2	2	1329
	3	3 a více	227
Video (VIDEO)	0	ne	2336
	1	ano	2068
DVD (DVD)	0	ne	1459
	1	ano	2945
Teletext (TELETEXT)	0	ne	691
	1	ano	3713
Vzdělání (educ_r)	1,00	Předškoláci	173
	2,00	Žáci ZŠ	406
	3,00	Základní vzdělání	581
	4,00	Vyučení	1457
	5,00	SŠ	1340
	6,00	VŠ	447
Sociální postavení (SOCSTAT_r)	1,00	V zaměstnaneckém poměru	1765
	2,00	Podnikatelé	221
	5,00	Důchodci	1100
	6,00	Žáci, studenti, učni	784
	7,00	Nezaměstnaní	147
	9,00	V domácnosti, rodičovská dovolená	211
Postavení v zaměstnání (WORKSTAT_r)	1,00	Bez podřízených	1500
	2,00	Nižší vedoucí pracovník	192
	3,00	Vyšší vedoucí pracovník	141
	99,00	Ekonomicky neaktivní	2571
Internet doma (inethome)	0,00	Ne	1940
	1,00	Ano	2464
10leté věkové kohorty (AGEpo10)	1,00	4-10	323
	2,00	11-20	559
	3,00	21-30	519
	4,00	31-40	766
	5,00	41-50	566
	6,00	51-60	697
	7,00	61-70	531
	8,00	71+	443