



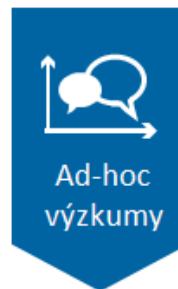
Mediální
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc
výzkumy



Vývoj
technologií

Velikonoční svátky

27. 3. 2018

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9,

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

e-mail: median@median.cz

Zpracováno exkluzivně pro:

 **Český rozhlas**

Metodika výzkumu

Velikost vzorku	N = 1 013 respondentů ve věku 18 a více let
Termín dotazování	26. 3. 2018 – 27. 3. 2018
Metoda sběru dat	Telefonické dotazování vyškolenými tazateli (CATI) N = 449 Osobní sběr vyškolenými tazateli (CAPI) N = 564
Výběr	CATI – náhodný výběr pevných a mobilních linek s kontrolou sociodemografických kvót respondentů CAPI – kvótní výběr
Reprezentativita	výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: <ul style="list-style-type: none">• základních sociodemografií (kraj, věk, pohlaví, vzdělání, velikosti obce)• ekonomického statusu, výsledků voleb do PSP 2017 a 2. kola prezidentských voleb 2018 (dovážení dat)
Realizátor a zadavatel	výzkum realizovala společnost MEDIAN s.r.o. (člen SIMAR) exkluzivně pro Český rozhlas
Statistická chyba	Náhodná statistická odchylka činí +/- 1,5 procentního bodu u postojů, které zastává 5 % respondentů až +/- 3,5 procentních bodů u postojů, které zastává 50 % respondentů.
Kontroly	V osobním sběru je kontrolováno min. 30 % rozhovorů pomocí kontroly nahrávek CAPI a zpětného kontaktování respondentů. CATI sběr je kontrolován pomocí náslechnů rozhovorů.

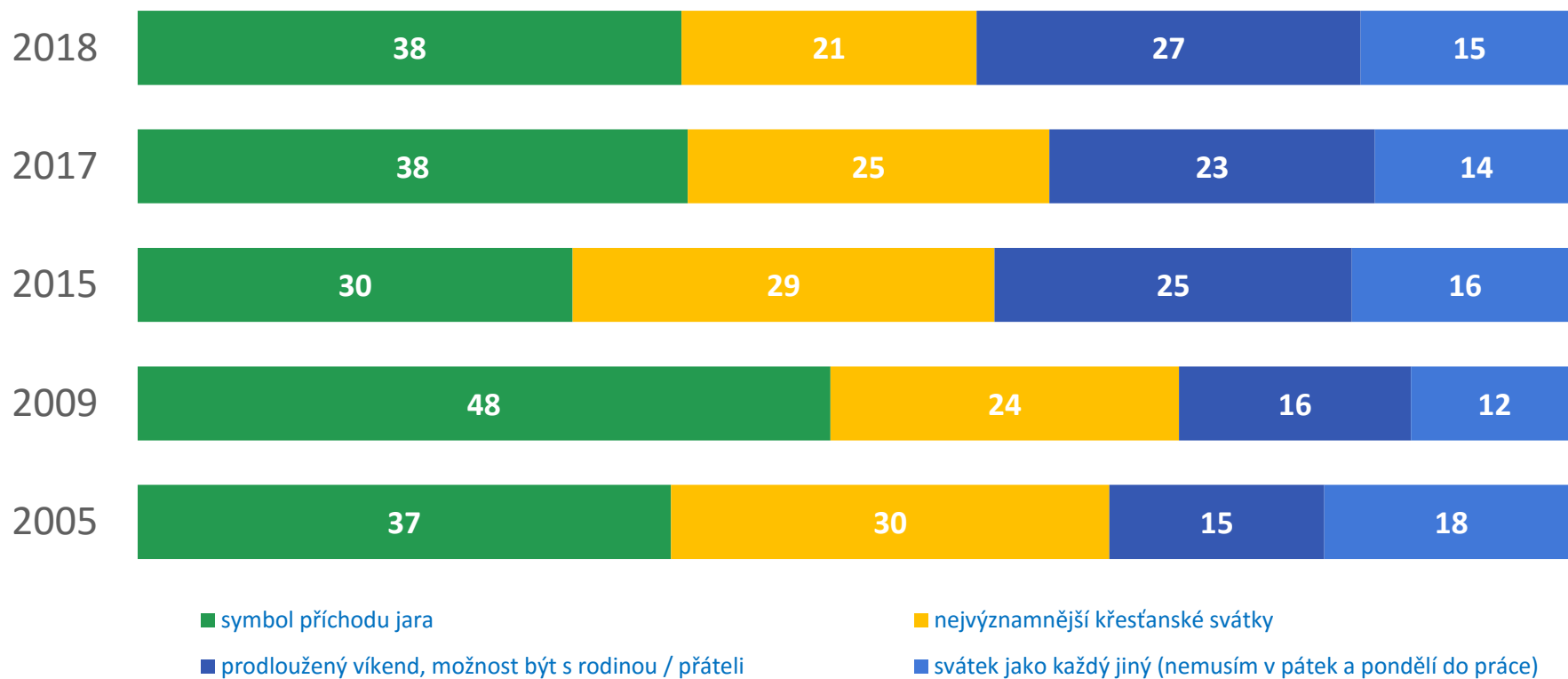


MEDIAN



VELIKONOČNÍ SVÁTKY

Velikonoce jsou především...

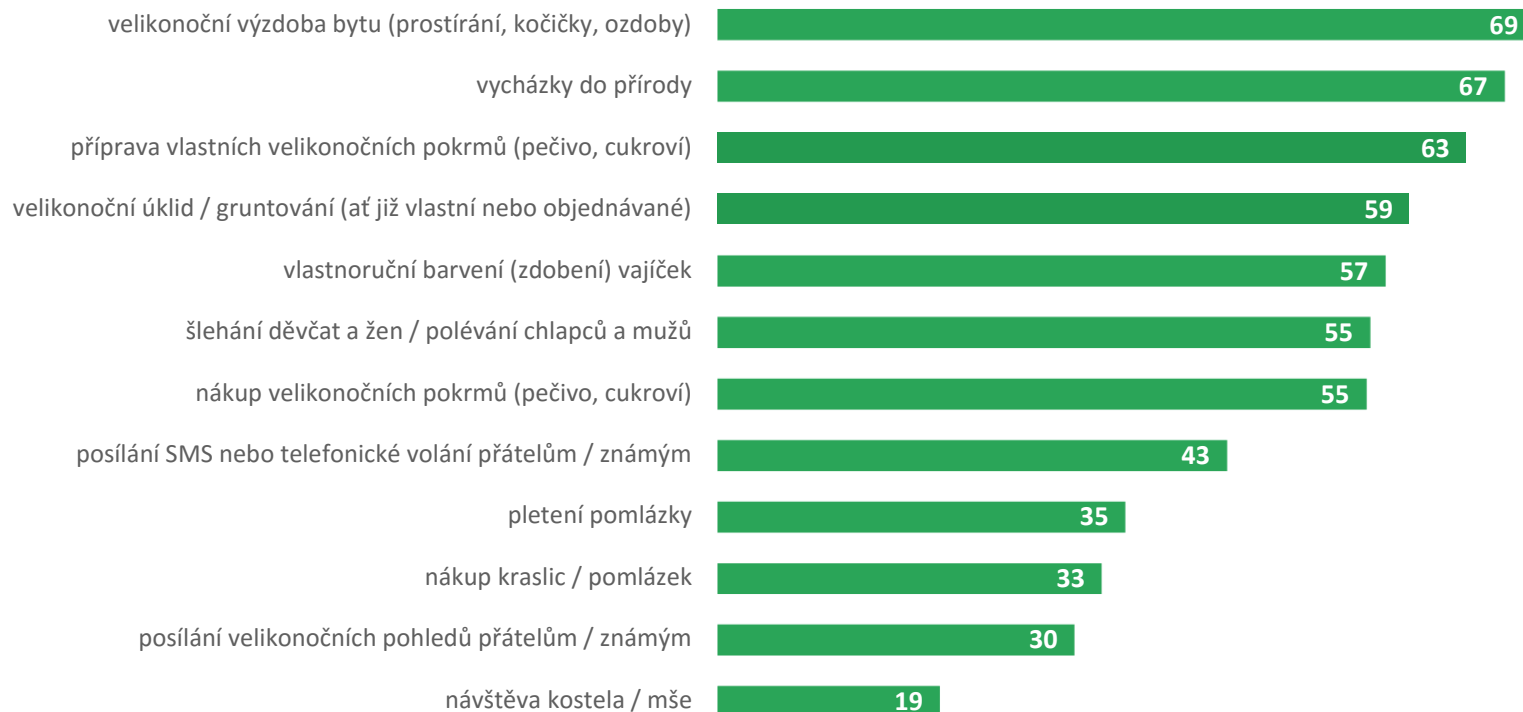


OT01. Čím jsou pro Vás osobně Velikonoce především?

Nejčastěji vnímají lidé Velikonoce jako symbol příchodu jara. Zřejmá je souvislost se silou projevů jara před Velikonocí – v roce 2009 se v tomto období teploty pohybovaly kolem 20 stupňů, naopak v roce 2015 sněžilo a teploty nepřesahovaly 8 °C. Zavedení Velkého Pátku jako svátečního dne zatím nijak viditelně nepřispívá vnímání Velikonoc jako křesťanského svátku. Naopak mohlo posílit vnímání Velikonoc jako prodlouženého víkendu či dalšího volna (nárůst oproti minulým letům). Častěji Velikonoce jako symbol jara vidí starší lidé (nad 60 let 50 %), zatímco mladší a ekonomicky aktivní lidé vidí svátky jako příležitost být s rodinou a přáteli (shodně 35 %). Velikonoce vnímá jako oslavu nejvýznamnějšího křesťanského svátku pouze pětina populace, častěji pak lidé nad 60 let (27 %).

N = 1013

Velikonoční zvyky

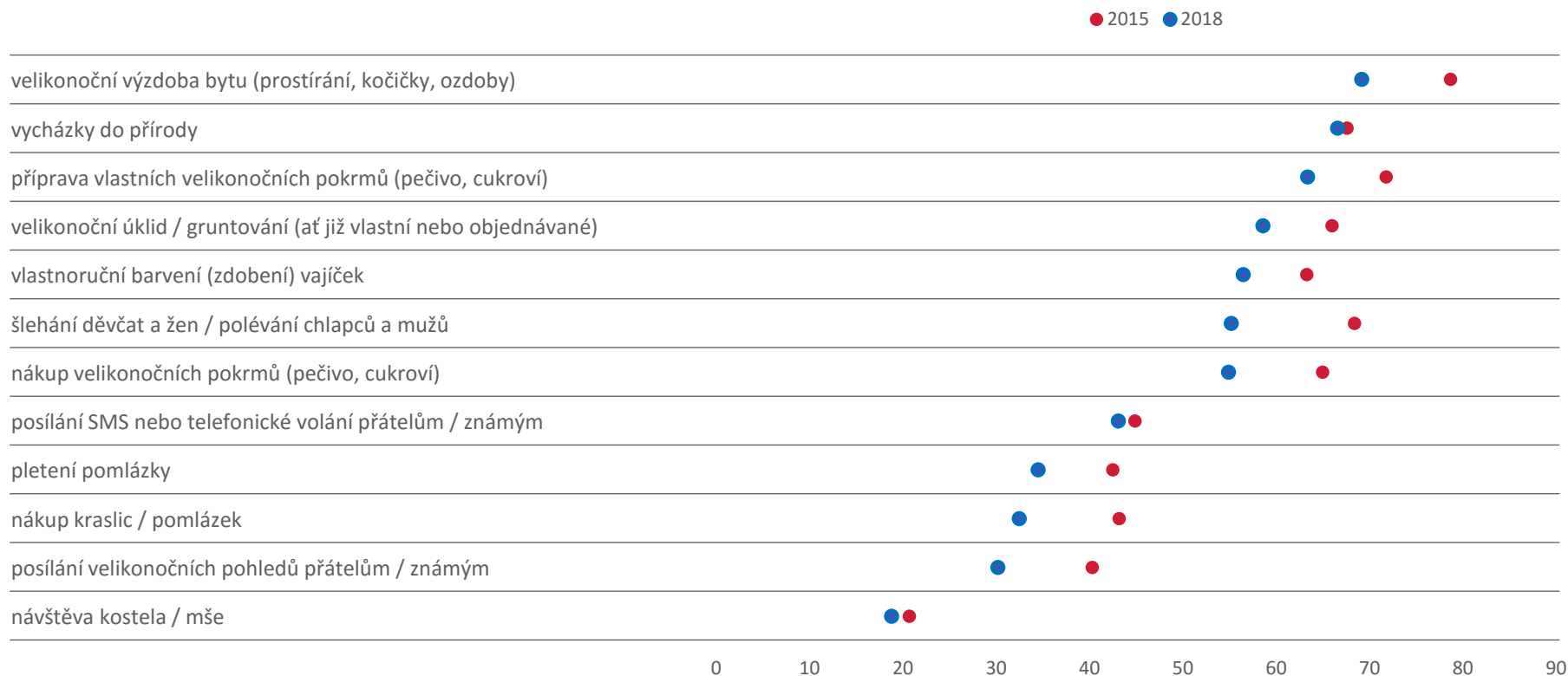


OT02. Dodržujete ve Vaší domácnosti nějaké velikonoční rituály (zvyky)?

Mezi trávením Velikonoc u Čechů vede zaměření na domácí rituály a práce (výzdoba, velikonoční pokrmy, úklid atd.) a zvyky, které ale nejsou čistě křesťanské. Do kostela podle vlastních slov chodí necelá pětina respondentů. Zvyky se generačně liší – mezi staršími lidmi je výrazně častější chození do kostela (25 %) ale i zaměření na některé tradiční činnosti (úklid, příprava zvláštních pokrmů, posílání přání). Mladší generace „prožívá“ svátky celkově méně.

N = 1 013

Velikonoční zvyky – srovnání vývoje



OT02. Dodržujete ve Vaší domácnosti nějaké velikonoční rituály (zvyky)?

Ve srovnání s rokem 2015 je zřejmý obecný odklon od dodržování téměř všech křesťanských či „jarních“ tradic spjatých přímo s Velikonocemi – beze změny zůstávají pouze vycházky do přírody, návštěva kostela a telefonický kontakt s přáteli. Na ústupu jsou zejména tradice spojené s fyzickým vyplácením (šlehání, polévání) a samotnou pomlázkou (pletení / nákup pomlázky).

*Seřazeno sestupně dle roku 2018; N 2018 = 1 013 / N 2015 = 1 000



MEDIAN



STRUKTURA VZORKU

Struktura vzorku – Sociodemografie I

	%
Pohlaví	
Muž	49
Žena	51
Věková skupina	
18–29 let	18
30–44 let	29
45–59 let	23
60 let a více	30
Dosažené vzdělání	
Základní	14
Vyučen / Střední škola bez maturity	35
Středoškolské s maturitou	34
Vysokoškolské	17

Struktura vzorku – Sociodemografie II

	%
VMB	
do 999 obyv.	17
1 000–4 999 obyv.	22
5 000–19 999 obyv.	18
20 000–99 999 obyv.	22
100 000 a více obyv.	21
Region	
Praha	12
Středočeský	11
Jihočeský	6
Plzeňský	6
Karlovarský	3
Ústecký	8
Liberecký	4
Královéhradecký	5
Pardubický	5
Vysočina	5
Jihomoravský	11
Olomoucký	6
Zlínský	6
Moravskoslezský	12

O nás

MEDIAN, s.r.o je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, včetně oficiálních mediálních měření a MML-TGI.

Garance kvality

MEDIAN je členem odborných sdružení:

SIMAR
ESOMAR
TGI Network
American Marketing Association.

Kontakt

Daniel Prokop
gsm: 608 333 902
daniel.prokop@median.cz

MEDIAN
Národních hrdinů 73
Praha 9, 190 12
www.median.cz
Tel: + 420 225 301 111

