

# **Příloha 1 - Smlouvy o dílo o realizaci výzkumu MEDIA PROJEKT 2022 - 2026**

## **ROZSAH, OBSAH, METODIKA A TECHNICKÉ ZAJIŠTĚNÍ VÝZKUMU**

### **1. Metodika výzkumu**

Výzkum je realizován metodou osobních rozhovorů (face to face) (tzv. CAPIf2f), metodou dálkových rozhovorů prováděných online (screen to screen) (tzv. CAPIs2s), metodou dálkových rozhovorů prováděných online za pomoci technického doprovodu na straně respondenta (asistované screen to screen) (tzv. CAPIs2sa), metodou rozhovorů prostřednictvím on-line webového dotazníku CAWI a metodou telefonického CATI spojeného s fúzí dat (tzv. CATI fúze) zjištěných v jeho rámci s daty zjištěnými ostatními metodami na principu pravděpodobnostní fúze. Při dotazování face to face, screen to screen (CAPIs2s) a asistované screen to screen (CAPIs2sa) se používá záznam informací do PC/notebooku/tabletu. Podrobnosti metodiky jsou zpracovány v dalších odstavcích této přílohy.

Dotazování probíhá v kalendářních čtvrtletích roku. Čtvrté čtvrtletí roku je ukončeno 17. prosince tak, aby průběh dotazování nebyl narušen vánočními svátky.

Každé čtvrtletí je rozděleno do 3 měsíčních fází, fáze probíhá vždy od 2. dne v měsíci do 1. dne v měsíci následujícím.

### **2. Struktura výzkumu a dotazníku**

Výzkum má 3 základní součásti, jimž odpovídá i struktura dotazníku:

- 1) výběr lokality dotazování
- 2) výběr respondenta podle kvótního předpisu
- 3) provedení dotazovacího interview podle dotazníku

přítom dotazník pro dotazování metodou osobních rozhovorů (face to face) (CAPIf2f), metodou dálkových rozhovorů prováděných online (screen to screen), (CAPIs2s) metodou dálkových rozhovorů prováděných online za pomoci technického doprovodu na straně respondenta (asistované screen to screen), (CAPIs2sa) metodou rozhovorů prostřednictvím on-line webového dotazníku CAWI má tyto části:

- A) popis respondenta a jeho domácnosti
- B) mediální chování
- C) technická data,

dotazování metodou telefonického CATI (CATI fúze) spojeného s fúzí dat zjištěných v jeho rámci s daty zjištěnými ostatními metodami na principu pravděpodobnostní fúze je popsáno v samostatném článku této metodiky.

1) Výběr lokality je prováděn tak, aby bylo dotazování prováděno rovnoměrně podle počtu obyvatel ve všech okresech České republiky

2) Výběr respondenta podle kvótního předpisu je nastaven tak, aby výsledný vzorek respondentů v maximální dosažitelné míře respektoval strukturu populace.

Zjišťují se následující okruhy informací o respondentovi a jeho domácnosti:

- kvantitativní ukazatele sledovanosti médií (kontakt s titulem, počet kontaktů neboli frekvence kontaktu respondenta s výtiskem čteného titulu v průběhu periody jeho vydání a čas strávený s titulem)
- identifikace respondenta a jeho domácnosti: (region, velikost místa bydliště, okres, den v týdnu, povolání, počet zaměstnanců, postavení v zaměstnání, stav, osobní příjem, příjem domácnosti, postavení v zaměstnání přednosti domácnosti, povolání přednosti domácnosti, počet zaměstnanců přednosti domácnosti, počet všech osob v domácnosti, počet výdělečně činných osob v domácnosti,

rozhodovací pravomoc v zaměstnání, vybavenost domácnosti a osobní (20 + 6 položek), uvažované koupě a sledování rozsahu zájmů na zařízeních ke konzumaci elektronického obsahu, přístup na internet, frekvence užití internetu.

3) Technická data jsou záznamy skutečností pro vnitřní potřebu realizátorů a pro účely metodické kontroly výzkumu. Z nich budou zadavatelům pro účely kontroly k dispozici kvartál, fáze, průběh návštěvy, datum rozhovoru, délka rozhovoru a číslo tazatele.

### 3. Výběr respondentů

1) Kvótní výběr respondentů pro dotazování CAPI face to face.

Cílovou populací výzkumu jsou všichni obyvatelé České republiky ve věku 12 až 79 let.

Tazatel obdrží přesně vymezené území (většinou obec, část obce, seznam ulic, případně na mapě ohraničeném území) v jednom dotazovacím místě (obci), kde postupně kontaktuje respondenty. Při úspěšném kontaktu se pokusí provést rozhovor tak, aby byla dodržena požadovaná výsledná struktura výběrového vzorku.

Tazatel může v jednom domě s méně než 10 byty uskutečnit pouze 1 rozhovor, v ostatních případech 2 rozhovory. V rámci výběru respondenta jsou aplikovány následující kvótní znaky:

a. Kategorie pohlaví

- muž
- žena

b. Kategorie vzdělání (3 úrovně)

- nižší (bez vzdělání + základní + vyučen)
- střední s maturitou
- vysokoškolské

c. Kategorie věk (5 skupin)

- 12-17 let
- 18-29 let
- 30-44 let
- 45-59 let
- 60-79 let

d. Kategorie počet členů domácnosti bez ohledu na věk (3 skupiny)

- 1 členná
- 2-3 členná
- 4 a více členná

Konkrétní zastoupení jednotlivých kategorií (níže) bude nastaveno na základě výsledků ČSÚ ze SLBD 2021 až budou dostupné, jinak se budou používat z roku 2011. Hodnoty jednotlivých kvót budou následně aktualizovány 1x ročně v závislosti na dostupných podkladech od ČSÚ a na základě dostupných informací z VŠPS (Výběrové šetření pracovních sil, realizátor ČSÚ).

Kombinace kvót v krajích

Kvóty podle pohlaví a věku budou aplikovány ve všech krajích stejné (kvóty pro rok 2018) a budou aktualizovány podle SLDB 2021 až budou dostupné.

Populace ČR 12-79 let		N	%
Pohlaví	Muži	4360582	50%
	Ženy	4434262	50%
Věk	12-17	552 184	6
	18-29	1 466 498	17
	30-44	2 502 395	28
	45-59	2 035 333	23
	60-79	2 233 234	25

Podle vzdělání rozlišíme 4 skupiny krajů, v nichž budou aplikovány rozdílné kvóty:

1. Prahu (vyšší podíl osob s VŠ)
2. Jihomoravský (vyšší podíl osob s VŠ, ale jiný než v Praze)
3. Středočeský, Jihočeský, Plzeňský, Liberecký, Královohradecký, Pardubický, Vysočina, Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský (průměrný podíl osob s VŠ)
4. Karlovarský, Ústecký (nižší podíl osob s VŠ).

Populace 12-79 dle pohlaví a vzdělání			ČR	Kraj			
				Praha	Karlovarský + Ústecký	Jihomoravský	Ostatní kraje
Celkem	Vzdělání	Bez maturity	49	27	58	45	52
		S maturitou	33	38	31	32	32
		VŠ	18	35	11	23	15
Celkem			100	100	100	100	100

Podle počtu členů domácnosti bude odlišená Praha (vyšší podíl jednočlenných domácností) od ostatních krajů.

Populace ČR		Praha	Ostatní
Počet členů domácnosti	1	19	14
	2-3	54	50
	4+	27	36
	Celkem	100	100

Křížené kvóty budou za kraj x vzdělání a kraj x počet členů domácnosti. Realizátoři se budou snažit, aby sesbíraný vzorek co nejvíce odpovídal struktuře populace i v ostatních kombinovaných znacích, součástí kvótních předpisů však jiné kombinace nebudou. V rámci aktualizace na základě údajů z ČSÚ nebo VŠPS může docházet i ke změně rozdělení podle krajů případně k nastavení jiných podílů mezi muži a ženami v relevantních skupinách.

V průběhu dotazování budou po jednotlivých fázích provádění terénního dotazování sledovány počty rozhovorů realizovaných v jednotlivých okresech a naplněnost předepsané struktury vzorku. V každém čtvrtletí budou průběžně analyzovány výpadky v jednotlivých okresech a kategoriích kvótně předepsaných znaků. Výpadky budou průběžně doplňovány tak, aby struktura podle okresů a podle základní demografie co nejlépe odpovídala proporcionalnímu zastoupení.

2) Rozhovor s respondentem může být proveden formou **CAWI**. Podíl takto získaných rozhovorů bude v roce 2022 činit 15 % z celkového počtu uskutečněných rozhovorů a dále může být navyšován podle ustanovení článku VI. smlouvy. Rozsah zjišťovaných otázek bude shodný s rozsahem zjišťovaným v CAPI podobě. Některé formulace mohou být uzpůsobeny odlišné formě dotazování bez přítomnosti zkušeného a proškoleného tazatele. Ze všech rozhovorů realizovaných formou CAWI bude nejméně 66 % respondentů rekrutováno stejným postupem (F2F nebo CATI), jakým jsou získáváni respondenti pro CAPI rozhovory (včetně dotazování OZS). Konkrétně tzn.:

A) tazatel na vymezeném území vybere konkrétního respondenta dle zadaného kvótního předpisu (viz *článek 3, bod 2*). Osloveného respondenta požádá o vyplnění on-line dotazníku na základě linku (odkazu na dotazník) a unikátního přístupového kódu, které předá ve vytištěné podobě i s instrukcemi k vyplnění.

B) alternativní postup probíhá metodou CATI rekrutace - obvolání náhodně vylosovaných telefonních čísel a oslovení jejich uživatelů splňujících kvótní předpis s žádostí o vyplnění on-line dotazníku (v případě souhlasu zaslán informační email s unikátním linkem pro vstup do on-line dotazníku).

C) max. v 1/ 1/3 případech proběhne výběr pro CAWI přímým dotazováním v rámci on-line panelů realizátorů na základě kvótních kritérií.

3) U rozhovorů CAPI screen to screen probíhá rekrutace kombinací více možných způsobů, aby byla stejně kvalitní jako výběr respondentů face-to-face. Jedná se o následující postupy, které budou zastoupené přibližně třetinovým podílem:

A) náhodnou telefonní rekrutací CATI, kdy se cíleně vyhledávají respondenti ochotní zúčastnit se S2S výzkumu, domlouvá se s nimi datum a čas rozhovoru či preferovaná platforma.

B) náhodným výběrem z CAPI S2S databází realizátorů, které obsahuje respondenty, kteří již některý výzkum realizovaný metodou S2S s výjimkou výzkumu MEDIA PROJEKT absolvovali a dali nám souhlas s dalším oslovením v budoucnosti. Z těchto respondentů jsou dle kvót/lokality/vytíženosti vybíráni respondenti pro MP

C) výběr respondentů prostřednictvím CAWI panelů obou realizátorů

Menší počet rozhovorů bude rekrutován rovněž skrze tazatelskou F2F síť realizátorů.

4) Specifickým způsobem, který vyvažuje zasažení také neinternetové populace je asistované CAPI screen to screen (CAPIaS2S), kdy při rozhovoru se zástupcem neinternetové populace je k dispozici osoba (obvykle) jemu blízká v úloze technické podpory. Rekrutace je zajištěna rovnoměrně prostřednictvím následujících způsobů: náhodná telefonická rekrutace, tazatelská síť F2F a prostřednictvím CAWI panelů.

5) CATI respondenti budou oslovováni na náhodně generovaných telefonních číslech. Struktura CATI dotazované části vzorku bude odpovídat struktuře populace v kritériích určených článkem 3, odst. 1 Metodiky, proto je možné v některých případech zamítnout rozhovor s respondentem patřící do skupiny, která je již naplněna. Důvodem, proč CATI struktura musí odpovídat populaci, je datová fúze. Nereprezentativita v CATI sekci by mohla mít za následek nedostatek dárců (viz vysvětlení principu fúze v kapitole Průběh rozhovoru) v některých skupinách a přílišné opakování stejných dárců, čímž by docházelo k nárůstu statistické odchylky.

Obtížně zastizitelné skupiny (OZS) vytipované na základě porovnání dat z MEDIA PROJEKTU a následujících zdrojů (SLDB, VŠPS, ISPV), budou dotazovány kombinací metodiky CATI rekrutace z databází realizátorů nebo kvótním výběrem s následným CAPI screen to screen rozhovorem, CAWI dotazníkem nebo CAPI face to face dotazováním. OZS jsou definovány jako kombinace vzdělání

(přednostně vysokoškoláci) a klasifikace zaměstnání, případně postavení v zaměstnání. (řídící pracovníci, podnikatelé, odborní a vědečtí pracovníci, odborní pracovníci ve zdravotnictví, IT, úředníci veřejné správy na středních a vyšších postech, projektanti a architekti, právníci, ekonomové apod.)

Dotazují se ekonomicky aktivní osoby ve věku 20-65 let, žijící ve městech nad 20000 obyvatel. Jedná se o osoby s VŠ vzděláním (minimálně 80 %), případně SŠ (podnikatelé a OSVČ do 20 %).

Vnitřní struktura OZS:

- Zaměstnanci – řadoví pracovníci s VŠ = 33 % ± 10%
- Zaměstnanci – řídící pracovníci s VŠ = 33 % ± 10%
- OSVČ – podnikatelé bez zaměstnanců = cca 25 % ± 10%
- Podnikatelé se zaměstnanci = cca 10 % ± 10%

Celkový podíl takto dotazovaných respondentů se bude pohybovat okolo 5 % z celkového počtu respondentů.

Zavedení metody CATI a datové fúze nepovede k poklesu podílu zastoupení OZS v celkovém vzorku ve srovnání se skutečným poměrem v celé populaci.

V případě úspěšného kontaktu s cílovou osobou proběhne řízený rozhovor tazatele s respondentem se záznamem zjištěných skutečností do notebooku nebo prostřednictvím CAWI dotazníku.

#### 4. Průběh rozhovoru

Rozhovor probíhá prostřednictvím tazatele podle dotazníku naprogramovaného v notebooku nebo na on-line platformě CAWI (formou samovyplnění). Rozhovor bude začínat zjištěním základních informací o domácnosti (nejprve počet členů domácnosti a jejich věk pro výběr cílové osoby), následně pohlaví, vzdělání, ekonomická aktivita a postavení v domácnosti). Dále bude pokračovat:

- dotazování na kontakt s deníky s pomocí názvů a log deníků (zobrazovaná velikost loga je maximální v rámci vymezeného prostoru o rozměrech – výška 338 pixelů, šířka – 80 pixelů) distribuovaných v daném regionu se záznamem na škále s povinnou odpovědí na každý titul (od četl včera po nečetl v posledních 14 dnech). Po zjištění kontaktu se všemi deníky se pro deníky čtené v posledních 14 dnech položí dotaz na frekvenci četby (pořadí deníků celostátní placené abecedně, regionální placené abecedně).
- dotazování na kontakt se zdarma distribuovanými deníky s pomocí názvů a log (viz rozměry stejné jako u deníků) zdarma distribuovaných deníků v daném regionu se záznamem na škále s povinnou odpovědí na každý titul (od četl včera po nečetl v posledních 14 dnech). Po zjištění kontaktu se všemi deníky se pro deníky čtené v posledních 14 dnech položí dotaz na frekvenci četby (celostátní zdarma abecedně, regionální zdarma abecedně, regionální seznamy).
- analogickým dotazováním na kontakt a frekvenci četby s pomocí názvů suplementů, uvedení nosičů včetně loga nosiče a log suplementů (viz rozměry stejné jako u deníků) pro suplementy (pořadí podle abecedního seznamu nosičů, pro konkrétní nosič pořadí suplementů podle dne v týdnu, kdy suplement vychází, regionální suplementy abecedně, regionální seznamy).
- úvodní dotaz na čtenost časopisů včera, na čtenost časopisů v posledních 7 dnech a na čtenost časopisů v posledních 14 dnech. Spontánní odpověď se zakódováním.
- dotazování na kontakt s časopisy (nejdříve blok k placeným časopisům, následně bezplatným časopisům) opět s pomocí názvů a log (viz rozměry stejné jako u deníků) bez rozlišení periodicity se záznamem na škále s povinnou odpovědí na každý titul (od četl včera až po nečetl v posledních 12 měsících) a frekvenci četby pro tituly s kontaktem do 12násobku periody vydání.
- pořadí titulů bude individualizované na principu kombinace vybraných sociodemografií a fáze životního cyklu. Respondent bude po úvodním screeningu v dotazníku přiřazen do jedné z disjunktních skupin. Tyto skupiny speciálně vytvořené pro účely řazení časopisů zohledňují

následující charakteristiky: pohlaví a věk, vzdělání a ekonomickou aktivitu, sociální postavení, počet členů domácnosti, výskyt dětí v domácnosti a jejich věk, velikost místa bydliště. V každé vytvořené skupině je fixováno pořadí prvních 20 nejčtenějších titulů podle průměru indexu čtenosti a indexu afinity v této cílové skupině na základě posledních oficiálních dat.

- Index čtenosti se vypočte jako podíl čtenosti časopisu ve skupině k průměrné čtenosti časopisů ve skupině. Index afinity se vypočte vydělením podílu čtenosti časopisu v cílové skupině podílem čtenosti časopisu v populaci. Do seřazení (rankingu) pro respondenta vstupují i regionální tituly a tituly zdarma. V případě chybějících dat o nově zařazovaných titulech bude příslušný index definován explicitně jako 100 a tituly se shodným indexem budou řazeny abecedně.
- Struktura disjunktních rozkladů vychází z analýzy posledních dostupných dat.  
Poté budou zjišťovány identifikace respondenta a identifikace jeho domácnosti.

Již v průběhu rozhovoru bude kontrolována řada logických vazeb mezi proměnnými, čímž bude možno případné nesrovnalosti zpřesnit přímo s respondentem.

Při rozhovorech vedených formou screen to screen respondent odpovídá tazateli prostřednictvím telekonference (např. Zoom či Skype apod.). Respondent vidí loga a může na ně reagovat, sám si může určit dotazovací tempo. U asistovaného screen to screen je specifikem asistence blízké/známé osoby respondenta, která slouží jako technická podpora. To znamená, že danému respondentovi je „zprostředkován“ PC či notebook, představena dotazovací situace, „je propojen s tazatelem“ a dál je již asistence omezena na nezúčastněného pozorovatele, který je k dispozici jen v případě technických problémů respondenta (nedochází tak k ovlivnění odpovědí).

U rozhovorů vedených metodou CATI bude nejprve zjištěna podrobná identifikace respondenta a jeho domácnosti, která bude sloužit jako podklad pro vlastní datovou fúzi. Dále bude rozhovor doplněn o další otázky, u kterých se prokáže, že zlepšují celkovou kvalitu fúze. Celková délka rozhovoru by neměla překročit 15 minut. Celý soubor dotázaný prostřednictvím CATI bude označen jakou soubor tzv. Příjemců. Soubor respondentů dotázaný CAPI a CAWI bude souborem tzv. Dárců. Následně proběhne vlastní fúze, jejímž principem bude nalézt co nejpodobnější Dárce pro každého Příjemce a Příjemci pak připojit čtenosti od Dárce. Pro každé médium nebo skupinu médií mohou být ke stejnému Příjemci nalezeni různí Dárci, protože pro každé médium nebo skupinu mohou být zvoleny jiné spojovací proměnné nebo mohou mít spojovací proměnné různé důležitosti (váhy) podle toho, jak silný je vztah mezi četbou titulu a danou proměnnou. Individuálně budou tímto postupem nafúzovány všechny tituly se čteností v delším období větší než 1,5 %. Čtenost ostatních titulů bude připojována od stejného nejbližšího Dárce.

## 5. Prováděné kontroly

Data budou posílána elektronicky do výpočetních center realizátorů, kde proběhne následná SW kontrola správnosti dotazníků, případně budou dočištěny některé logické vazby.

Kontrola proběhne u min. 30 % uskutečněných rozhovorů dle Standardu SIMAR.

Dále proběhnou kontroly:

- a) logické kontroly konzistence dotazníků
- b) průběžně po fázích vyhodnocování návratu dotazníků z okresů
- c) kontrola technických parametrů práce tazatelů v rozsahu:
  - 1) pořadové číslo tazatele
  - 2) počet zadaných rozhovorů
  - 3) z toho
    - a. počet kompletních rozhovorů

- b. počet vyřazených kompletních či neúplných dotazníků
- c. počet dotazníků ke zpracování
- 4) počet provedených kontrol rozeslaných respondentům
- 5) počet navrácených odpovědí z kontrol
  - a. z toho počet bez chyby
  - b. počet s malou chybou
  - c. počet s vážnou chybou
- 6) přehled naplněnosti kvót v regionech

Ve stejné struktuře bude rozšířen i souhrnný Control Report.

d) automatické pořizování zvukového záznamu několika sekvencí CAPI rozhovoru, každá část o délce nejvýše 2 min. (V některých případech se může stát, že respondent uplatní své právo a s provedením kontrolní nahrávky nebude souhlasit. To však neznamená, že nebude do výzkumu zařazen.) Zadavatelům budou pro účely kontroly k dispozici nahrávky, pořízené se souhlasem respondenta, které budou v dostatečné technické kvalitě, a bude v nich zabezpečena ochrana individuálních údajů.

Zadavatelé budou do 15 pracovních dnů po publikování standardních zpráv (viz SMR níže) informováni o průběhu provádění výzkumu - Control Report (CR). Obsahem Control Reportu bude protokol vážení a protokol o kontrole technických parametrů práce tazatelů.

f) kontroly rozhovorů CATI, CAPI (a)S2S budou probíhat ve shodě s kontrolami klasických CAPI F2F rozhovorů (nahrávky, konzistence, průměrná délka)

g) kontroly rozhovorů provedených metodou CAWI navíc respektují následující parametry:

- 1) respondenti na online panelech realizátorů jsou telefonicky či poštovně verifikováni
- 2) konzistence ve vyplňování (logické vazby, či kontrolní otázky pozornosti)
- 3) průměrná délka rozhovorů (vylučování extrémně rychlých respondentů, tzv. klikačů)

## 6. Výpočet a prezentace intervalů spolehlivosti

K výpočtu intervalu spolehlivosti bude používán vzorec

$$\left( n * \frac{K}{N} - 1,96 * s * \frac{K}{N}, n * \frac{K}{N} + 1,96 * s * \frac{K}{N} \right),$$

kde  $n$  je počet úspěšných pokusů,  $N$  je rozsah vzorku,  $K$  je velikost populace a  $s^2 = \frac{n * (N - n)}{N}$ .

V každé zprávě SMR a AMR bude uvedena tabulka intervalů spolehlivosti pro projekční hodnoty dle výše uvedeného vzorce.

## 7. Vážení

Po spojení datových souborů budou data převážena. Převažovat se bude podle základních ukazatelů a jejich kombinací. K vážení bude použita metoda vícefaktorové iterace. Vážít se bude kvartálně. Jako teoretické četnosti budou použity poslední dostupné údaje ČSÚ ze sčítání lidu aktualizované dle ročních aktualizací ČSÚ. Informace o vzdělání a kombinace se vzděláním budou aktualizovány jednou ročně podle posledních dostupných výsledků VŠPS.

Definice faktorů vážení:

pohlaví, věk, kraj, velikost obce, vzdělání, počet členů domácnosti, den v týdnu

Při vážení bude zohledněna potřeba proporcionálního zastoupení následujících kombinací faktorů:

pohlaví x věk

pohlaví x kraj

pohlaví x vzdělání

věk x kraj

věk x vzdělání

kraj x velikost místa bydliště

kraj x vzdělání

kraj x počet členů domácnosti.

Uvedený rozsah vážení je základní a bude použit v případě, že nebude dohodnut rozsah jiný. V případě, že v průběhu výzkumu nebude již zvolený způsob vážení prokazatelně a opakovaně splňovat kritéria, na jejichž základě byl vybrán, přistoupí realizátoři po dohodě se zadavateli k definici nového typu vážení, které by daná kritéria splňovalo. Rozsah vah bude maximálně 0,4 – 2,5, v případě dat za obtížně zastižitelné skupiny bude uplatněna váha 1. Kritériem je to, zda se podaří vzorek zvážit v zadaných mezích (0,4 – 2,5) a zda jsou postiženy všechny charakteristiky, které mohou ovlivnit mediální chování respondenta s dostatečně kvalitní oporou.

## **9. Zpracování, obsah a periodicitu výstupů**

Výsledky výzkumu budou zpracovány v následující podobě:

Do výsledků výzkumu budou zařazeny všechny tiskové tituly, které jsou zadavateli určeny jako výstupová média a zároveň splňují podmínku, že byly měřeny po celou dobu odpovídající publikovanému období. Do výsledků výzkumu budou zařazeny jen ty tiskové tituly z těch, které splňují ostatní metodologické podmínky pro zařazení, které byly po celou dobu, za níž jsou výsledky sestaveny, součástí systému ověřování nákladu ABC ČR. V tištěných ani elektronických výstupech nebudou publikovány tituly, které nedosáhly hranice čtenosti na vydání 24 000 čtenářů, a také média již neexistující v době publikování výsledků, nebude-li dohodnuto jinak.

Do dotazování a zpracování budou zařazeny jen Unii vydavatelů schválené tituly, ke kterým zadavatelé dodají loga v předepsaném formátu a rozměrech a v souladu s harmonogramem.

### **A) Standard Media Report (dále jen SMR)**

Tento výstup bude publikován pro tisková média po každém čtvrtletí za období 12 měsíců zpět v termínech podle harmonogramu a bude obsahovat standardní ukazatele tiskových médií v hlavních cílových skupinách.

### **B) Analytic Media Report (dále jen AMR)**

Tento výstup bude publikován po každém čtvrtletí za období 12 měsíců zpět, v termínech podle harmonogramu a bude obsahovat sadu informací pro jednotlivá tisková média.

### **C) Primární data (dále jen PD)**

Tento výstup bude předáván každé čtvrtletí za období odpovídající publikovaným zprávám zároveň s jejich publikací.

### **D) Metodika**

Tento výstup bude publikován pro tisková média po každém čtvrtletí

### **E) On-line prohlížeč výstupů**

V rámci něj budou zpřístupněna data za každý klouzavý rok vybranému spektru uživatelů



## F) Data pro software Media Office

Tento výstup bude předáván uživatelům softwaru každé čtvrtletí za období odpovídající publikovaným zprávám zároveň s jejich publikací. Součástí těchto dat budou v případě realizace modulu sledování kvality čtení údaje umožňující zobrazení ukazatele „tiskového GRP“. Tato data nejsou jinak samostatně dostupná.

Podobu modulu kvality čtení i výstupních dat může upravovat zvláštní dokument.

A) V SMR budou publikovány standardní ukazatele v hlavních cílových skupinách.

Standardní ukazatele pro tisková média: Čtenost v delším období, stálí a pravidelní čtenáři, čtenost v periodě vydání, index afinity.

Cílové skupiny:

celá populace,

věkové skupiny (věk 12 - 19 let, 20 - 29 let, 30 - 39 let, 40 - 49 let, 50 - 59 let, 60 - 69 let, 70 - 79 let)

pohlaví (muž, žena)

kraje (Praha, Střední Čechy, Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Královehradecký, Pardubický, Vysočina, Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský, Moravskoslezský)

velikost místa bydliště (do 1000 ob., 1000 - 5000 ob., 5000 – 20 000 ob., 20 000 – 100 000 ob., nad 100 000 ob.)

vzdělání (2 skupiny - střední s maturitou nebo VŠ, vysokoškolské)

ekonomická pozice (vedoucí pracovníci, podnikatelé)

příjem domácnosti (2 skupiny např. 17 500 a více, 25 000 a více)

příjem jednotlivce (2 skupiny např. 8 000 a více, 12 500 a více)

pozice v domácnosti (přednosta domácnosti, hospodyně)

socioekonomická klasifikace ABCD Esomar a ČR, klasifikace podle ATO.

B) AMR tisk bude obsahovat sadu informací pro jednotlivá média.

Objem informací pro jednotlivá média se bude lišit podle jejich čtenosti. Kritériem bude čtenost na vydání. Pro média, jejichž sledovanost je v projekci na populaci alespoň 72 000, bude publikována standardní analýza.

Pro média se čteností od 24 000 do 72 000 čtenářů bude publikována stručná analýza a média s ještě nižší čteností nebudou v této zprávě uvedena vůbec.

Vydavatelé titulů mohou obdržet výsledky na vlastní žádost separátně jen pro vlastní informaci. I toto předání se uskuteční prostřednictvím Unie vydavatelů.

Standardní analýza bude obsahovat následující ukazatele: čtenost na vydání pro deníky a časopisy, strukturu čtenářské/posluchačské obce podle sociodemografických ukazatelů (pohlaví, věk, vzdělání, děti v domácnosti, příjem domácnosti, příjem respondenta, zaměstnanecká pozice, povolání, klasifikace ABCD Esomar a ČR, klasifikace podle ATO, postavení v zaměstnání, počet osob v domácnosti, vybavenost domácnosti, kraj, velikost sídla a přístup na internet a frekvence přístupu) doplněnou indexem afinity jednotlivých cílových skupin. Graficky budou znázorněny indexy vybraných cílových skupin, analýza frekvence (stálí, pravidelní, příležitostní) ve skupině čtenářů v delším období a ve skupině čtenářů na vydání.

Stručná analýza bude obsahovat následující ukazatele: čtenost na vydání pro deníky a časopisy, strukturu čtenářské obce podle aglomerovaných sociodemografických ukazatelů (pohlaví, věk, vzdělání, příjem domácnosti, příjem respondenta, ekonomická aktivita, počet osob v domácnosti, děti v domácnosti a pozice v domácnosti, klasifikace ABCD Esomar a ČR doplněnou indexem. Graficky budou znázorněny indexy vybraných cílových skupin.

C) Primární data budou v elektronické podobě v ASCII tvaru. Pro konverzi dat musí každá vlna dat obsahovat 4 následující soubory:

**1. Kódovací klíč (\*\_kod.doc).** Soubor bude obsahovat popis proměnných s následující specifikací:

- a) Název proměnné
- b) Rozsahy hodnot včetně nedefinované hodnoty
- c) Pozice proměnné v datovém souboru (řádek, sloupec, počet pozic).

Proměnné budou textového charakteru s přípustnými znaky číslice a mezera.

Dále bude tento soubor obsahovat popisky hodnot proměnných.

**2. Datový soubor (\*.fix).** V tomto souboru budou uloženy vlastní ASCII data. Délky jednotlivých řádků budou shodné s údaji v kódovacím klíči. Proměnné mohou nabývat pouze hodnot v rozsahu specifikovaného v souboru \*\_kod.

**3. První stupeň (\*.prs),** v němž budou uloženy nevážené počty jednotlivých hodnot pro všechny otázky, které budou součástí dodávky dat.

**4. Soubor definic (\*\_uka.doc),** v němž budou uloženy definice odvozených proměnných a odvozených ukazatelů, jež budou použity v tištěných výstupech, pokud nebudou součástí datového souboru.

Zadavatelé mohou v případě potřeby požádat o poskytování primárních dat v ASCII v uspořádání CSV.

D) Metodika bude obsahovat následující informace:

Základní informace o výzkumu

Definice pojmů

Metodiku výzkumu

Pomůcky pro dotazování (papírová maketa dotazníku, seznam médií)

Popis uložení dat v datovém souboru (popis a kódovací klíč)

Struktura základního souboru (populace 12 – 79 let)

Struktura vzorku (porovnání populace, váženého a neváženého vzorku) - podklady k porovnání vzorku s populací použité při vážení v aktuálním čtvrtletí (tj. vždy druhé čtvrtletí v rámci dat, ke kterým je metodika zpracována) dodá realizátor 1 v termínu podle harmonogramu.

Struktura datového souboru (demografické třídění)

Popis ABCDE klasifikací

Realizátoři se zavazují neměnit bezdůvodně formát předávaných souborů v průběhu kontraktu. Součástí každé dodávky dat budou pro potřeby kontrol správnosti kontrolní tabulky obsahující tabulku základních ukazatelů čtenosti všech publikovaných tiskových médií včetně odvozených ukazatelů (údaje budou ve vážené projekci).