

Zaznamenání seriálu „Táta jako máma“

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR

6. září 2006





Obsah

Hlavní cíle výzkumu	4
Metodika	4
Struktura souboru	5
Hlavní zjištění	6
Detailní analýza	8
1. Zaznamenání seriálu Táta jako máma	8
1.1. Zaznamenání seriálu na ČT1 nebo na internetu	8
1.2. Počet zaznamenaných dílů seriálu	11
2. Hodnocení seriálu Táta jako máma	13
3. Odezva na seriál	17
4. Angažovanost mužů v péči o dítě	22
Řešitelský tým Factum Invenio	26
Přílohy	27
1. Dotazník	27
2. Tabulky z SPSS	28

Hlavní cíle výzkumu

MPSV ČR se obrátilo na společnost Factum Invenio dne 15. 8. 2006 s požadavkem na vypracování nabídky na omnibusový výzkum trhu.

Hlavní cíle výzkumu:

- zjistit zda lidé zaznamenali seriál Táta jako máma na ČT či na www stránkách
- zjistit v jaké míře lidé sledovali seriál
- zjistit základní hodnocení seriálu
- zjistit názor lidí na větší angažovanost otců v péči o děti

Metodika

Na základě požadavků klienta a charakteru výzkumu byla zvolena metoda Factum Omnibus:

- klasický vícetematický výzkum formou osobního dotazování s využitím MDA,
- rozhovory s respondenty provádějí zkušení a vyškolení tazatelé,
- sběr a přenos dat je zajištěn prostřednictvím technologie MDA,
- dotazován je výběrový soubor cca 1000 osob, vybraný kvótním postupem, který reprezentuje populaci ČR ve věku od 15 let.

Standardní identifikace respondentů:

- pohlaví,
- věk,
- vzdělání,
- region,
- velikost místa bydliště,
- počet osob v domácnosti,
- počet dětí do 18 let,
- rodinný stav,
- zaměstnání,
- hrubý příjem domácnosti,
- ABCDE klasifikace.

Terénní šetření (sběr dat): 24. – 30. 8. 2006.

Zpracování dat probíhalo standardním způsobem ve statistickém programu SPSS.

Struktura souboru

		Celkem – repre struktura vzorku populace	
		abs. počet	%
Celkem		1031	100
Pohlaví	Muž	499	48,4
	Žena	532	51,6
Věk	Do 29 let	261	25,3
	30-44 let	265	25,7
	45-59 let	263	25,5
	60 a více	242	23,5
Vzdělání	Základní - nevyučen	98	9,5
	Základní – vyučen	362	35,1
	Střední bez maturity	148	14,3
	Střední s maturitou	322	31,2
	Vysokoškolské	101	9,8
Kraj	Praha	122	11,8
	Středočeský	116	11,3
	Jihočeský	63	6,1
	Plzeňský	56	5,4
	Karlovarský	30	3,0
	Ústecký	82	7,9
	Liberecký	43	4,2
	Hradecký	55	5,3
	Pardubický	51	4,9
	Vysočina	51	4,9
	Jihomoravský	114	11,1
	Olomoucký	64	6,2
	Zlínský	59	5,8
	Moravskoslezský	125	12,2
Velikost místa bydliště	Do 499	91	8,8
	500 – 1999	189	18,3
	2000 – 4999	105	10,2
	5000 - 19999	190	18,5
	20000 - 99999	243	23,6
	100000 a více	213	20,7

Hlavní zjištění

- **Seriál Táta jako máma na ČT1 či na internetu zaznamenala třetina obyvatel ČR. Z těch, kdo existenci seriálu zaznamenali, vidělo 82 % alespoň jeden díl.**
 - Větší odezvu měl seriál u žen a lidí s vysokoškolským vzděláním.
 - Naopak nejméně oslovil mladé a svobodné lidi.

- **Seriál Táta jako máma je hodnocen jako zajímavý a originální a většině lidí se líbil. Rozhodně si lidé nemyslí, že by to bylo vymyšlené či něco, co se skutečným životem nemá nic společného.**

- **Podle téměř dvou pětín lidí, kteří sledovali seriál, by to takto mohlo fungovat i v jejich domácnosti.**
 - Tento názor je nejpřijatelnější pro mladé lidi do 29 let a lidi svobodné.
 - Naopak lidé nad 60 let se s tímto názorem ztotožnit spíše nedokáží.

- **Třetina obyvatel ČR uvádí, že od doby, kdy ČT1 vysílala seriál Táta jako máma, zaznamenala více příspěvků na toto téma v médiích.**

- **Nadpoloviční většina lidí v České republice se domnívá, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit.**
 - Tento názor zastávají výrazně více ženy než muži.

Náměty, které z výzkumu vzešly

→ Výsledky naznačují, že seriál je částí populace, která viděla alespoň nějaký díl, vnímán jako vhodná forma komunikace daného tématu – líbil se, byl zajímavý, originální a zároveň působil *důvěryhodně*. Situace zobrazované v seriálu jsou vnímány jako reálné a ne jako smyšlené, což naznačuje potenciál této formy komunikace pro změnu genderových stereotypů v české společnosti. Důležitým zjištěním je ovšem zároveň vnímání určitého „propagačního“ či „přesvědčujícího“ momentu v rámci seriálu, které může změně stereotypního vnímání rodičovských rolí naopak bránit.

→ Zajímavým zjištěním je rovněž skutečnost, že seriál pronikl méně k mladším věkovým kategoriím a ke svobodným. Rozdíly ve vnímání mohou být spojeny s odlišným životním stylem různých věkových skupin (v tomto smyslu je třeba vzít v úvahu například čas, kdy se seriál vysílal), svou roli může rovněž hrát relevance zobrazovaného tématu v různých fázích životního cyklu jednotlivce (svobodní lidé mohou realitu vlastního rodičovství vnímat jako relativně vzdálenou a komunikace tohoto typu jim tedy není blízká). Ve vztahu k této skupině populace (budoucí rodiče) je ovšem možné hledat prostor pro komunikaci jiného druhu, která by jí byla bližší.

→ Třetina obyvatel ČR uvádí, že od doby vysílání seriálu zaznamenala v médiích více příspěvků na toto téma. Zde může působit i **subjektivní faktor zvýšené pozornosti k tématu** – lidé, kteří seriál viděli a zaujal je, si začnou více všimnout příspěvků s podobnou tematikou. V tomto smyslu výsledky naznačují mírné zvýšení citlivosti české populace vůči této problematice.

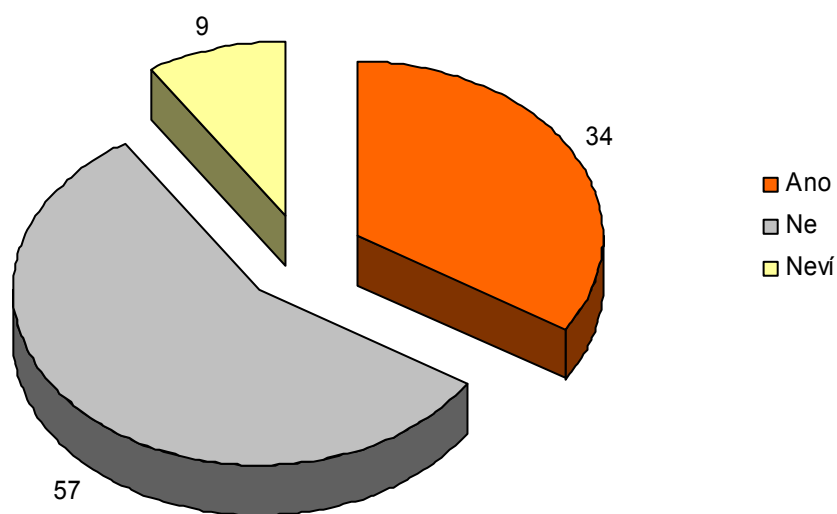
→ Pozornost věnovaná seriálu *Táta jako máma* a obdobné problematice obecně je ve velice úzkém vztahu s postoji obyvatel ČR k participaci mužů na péči o děti. Lidé, kteří se domnívají, že by se muži měli více podílet na péči o děti, zaznamenali existenci seriálu častěji, hodnotí jej pozitivněji a zaznamenali rovněž častěji více příspěvků na toto téma od doby vysílání seriálu než část populace s opačným názorem. Je tedy zřejmé, že seriálu se do značné míry daří zasáhnout především tu část populace, která již ve svých postojích určitý odstup od tzv. tradiční dělby rolí v rodině naznačuje. Konzervativnější část populace se daří zasáhnout méně. V tomto ohledu se lze zaměřit na detailnější zkoumání názorů a postojů obou částí populace – pochopení způsobů, jakými jsou stereotypní rodičovské role udržovány a ve kterých ohledech lze naopak hledat další potenciál ke změně.

Detailní analýza

1. Zaznamenání seriálu Táta jako máma

1.1. Zaznamenání seriálu na ČT1 nebo na internetu

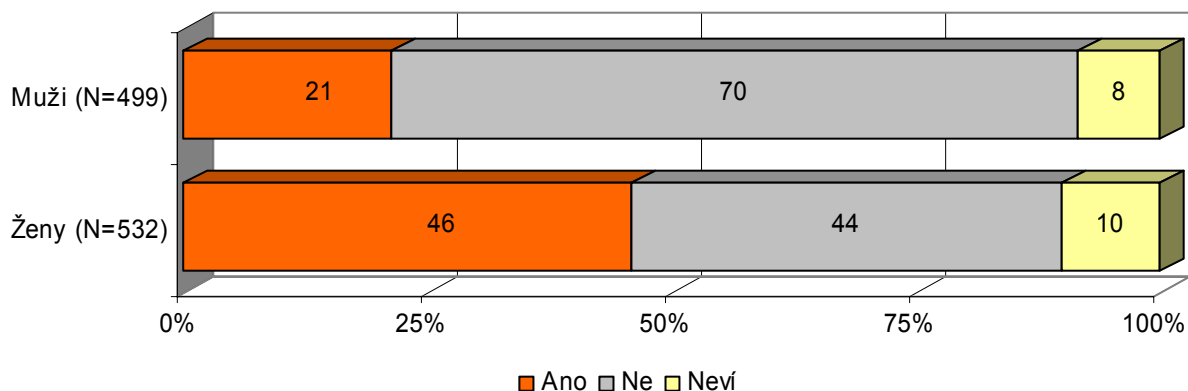
**T1. Zaznamenal/a jste seriál "Táta jako máma" na ČT1 nebo na internetových stránkách MPSV?
(N=1031, data v %)**



- Seriál „Táta jako máma“ zaznamenala celkem třetina obyvatel České republiky.

Podrobnější analýza

T1. Zaznamenal/a jste seriál "Táta jako máma" na ČT1 nebo na internetových stránkách MPSV? (data v %)



- Výrazně častěji seriál zaznamenaly ženy než muži (46 % versus 21 %).

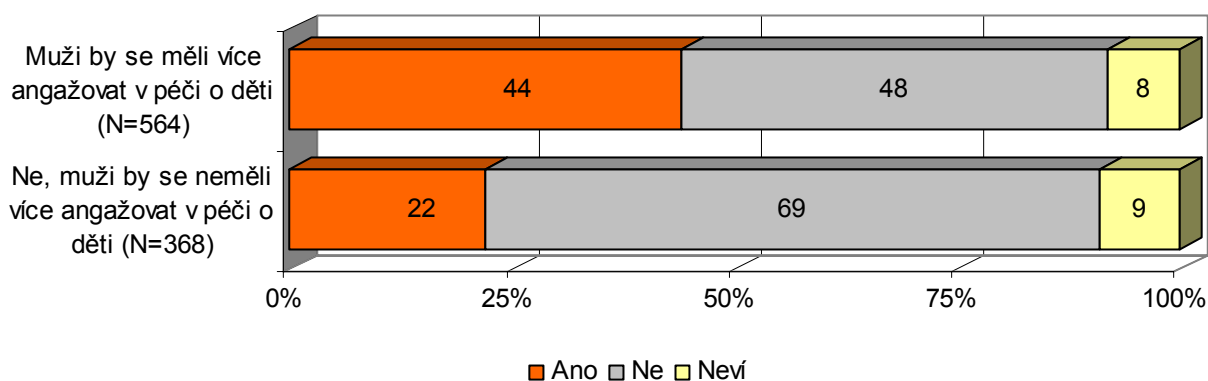
		Total		Zaznamenal/a jste seriál Táta jako máma na ČT1 nebo na internetových stránkách Ministerstva práce a sociálních věcí?		
		Count	Col %	Ano	Ne	Neví
				Row %	Row %	Row %
Věk	Do 29 let	261	25,3	24,7	64,5	10,8
	30-44 let	265	25,7	38,1	52,8	9,1
	45-59 let	263	25,5	38,6	53,7	7,7
	60 a více let	242	23,5	34,5	56,5	9,0
Vzdělání	Základní - nevyučen	98	9,5	27,7	61,8	10,5
	Základní - vyučen	362	35,1	34,1	57,2	8,7
	Střední bez maturity	148	14,3	30,0	55,9	14,0
	Střední s maturitou	322	31,2	34,6	57,6	7,8
	Vysokoškolské	101	9,8	43,2	49,9	6,8
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	542	52,6	35,7	55,9	8,4
	Svobodný/-á	259	25,1	23,5	65,2	11,3
	Rozvedený/-á	145	14,1	41,6	52,6	5,8
	Vdovec/-a	86	8,3	41,6	45,1	13,3

- Častěji seriál zaznamenali také lidé s vysokoškolským vzděláním (43 %) a lidé rozvedení (42 %).
- Naopak méně často seriál zaznamenali mladí lidé do 29 let a svobodní lidé.

		Total		Zaznamenal/a jste seriál Táta jako máma na ČT1 nebo na internetových stránkách Ministerstva práce a sociálních věcí?		
		Count	Col %	Ano	Ne	Neví
				Row %	Row %	Row %
Kraj	Praha	122	11,8	35,7	55,4	8,8
	Středočeský kraj	116	11,3	26,2	65,4	8,4
	Jihočeský kraj	63	6,1	38,3	45,4	16,2
	Plzeňský kraj	56	5,4	33,8	51,4	14,8
	Karlovarský kraj	30	3,0	22,3	70,2	7,5
	Ústecký kraj	82	7,9	28,8	55,6	15,6
	Liberecký kraj	43	4,2	32,5	57,2	10,3
	Hradecký kraj	55	5,3	39,4	43,7	16,9
	Pardubický kraj	51	4,9	37,7	58,2	4,1
	Kraj Vysočina	51	4,9	24,6	64,9	10,5
	Jihomoravský kraj	114	11,1	30,8	66,4	2,8
	Olomoucký kraj	64	6,2	50,4	49,6	0,0
	Zlínský kraj	59	5,8	34,9	45,9	19,2
	Moravskoslezský kraj	125	12,2	37,8	58,3	3,9
	Velikost místa bydliště	Do 499	91	8,8	34,0	57,0
500-1999		189	18,3	29,5	63,6	6,9
2000-4999		105	10,2	41,4	52,1	6,5
5000-19999		190	18,5	28,5	59,7	11,9
20000-99999		243	23,6	36,5	51,5	12,0
Přes 100000		213	20,7	36,3	56,8	6,9

- Seriál zaznamenali nejvíce obyvatelé Olomouckého kraje (50 %).

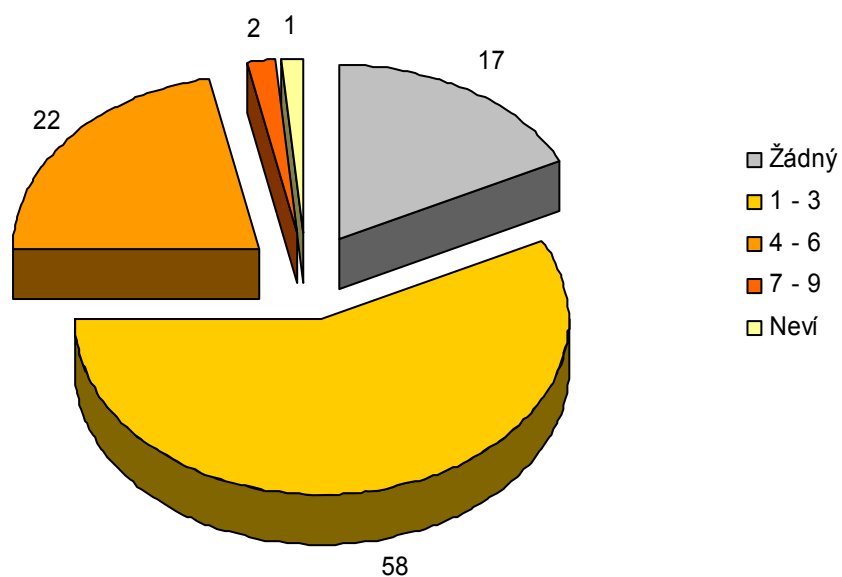
T1. Zaznamenal/a jste seriál "Táta jako máma" na ČT1 nebo na internetových stránkách MPSV? (data v %)



- Lidé vyslovující se pro větší angažovanost mužů v péči o děti zaznamenali existenci seriálu relativně častěji.

1.2. Počet zaznamenaných dílů seriálu

T2: Kolik dílů jste asi viděl/a?
(N=350, data v %)



- Z lidí, kteří zaznamenali seriál Táta jako máma, jich více jak polovina viděla 1 – 3 díly, 22 % vidělo 4 – 6 dílů a 2 % dokonce 7 – 9 dílů.

Podrobnější analýza

		Total		Kolik dílů jste asi viděl/a?				
		Count	Col %	Žádný	1 - 3	4 - 6	7 - 9	Neví
				Row %	Row %	Row %	Row %	Row %
Total		350	100,0	17,4	57,5	21,7	1,9	1,4
Pohlaví	Muž	106	30,3	25,7	55,8	16,2	1,1	1,3
	Žena	244	69,7	13,9	58,3	24,1	2,2	1,5
Věk	Do 29 let	64	18,4	23,4	56,6	19,4	0,6	
	30-44 let	101	28,8	16,1	68,3	14,8	0,8	
	45-59 let	102	29,0	11,9	56,0	25,4	4,3	2,5
	60 a více let	84	23,9	21,2	47,2	27,4	1,2	3,0
Vzdělání	Základní - nevyučen	27	7,7	1,4	82,8	15,8		
	Základní - vyučen	123	35,3	20,8	48,2	26,6	4,4	
	Střední bez maturity	44	12,7	10,0	64,5	20,0	2,6	3,0
	Střední s maturitou	112	31,9	20,9	56,9	18,9		3,3
	Vysokoškolské	44	12,5	16,5	62,8	20,7		
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	193	55,2	15,8	56,5	24,3	2,1	1,3
	Svobodný/-á	61	17,4	28,2	63,5	8,3		
	Rozvedený/-á	60	17,2	11,3	56,1	26,1	2,4	4,1
	Vdovec/-a	36	10,2	18,3	55,4	23,5	2,8	

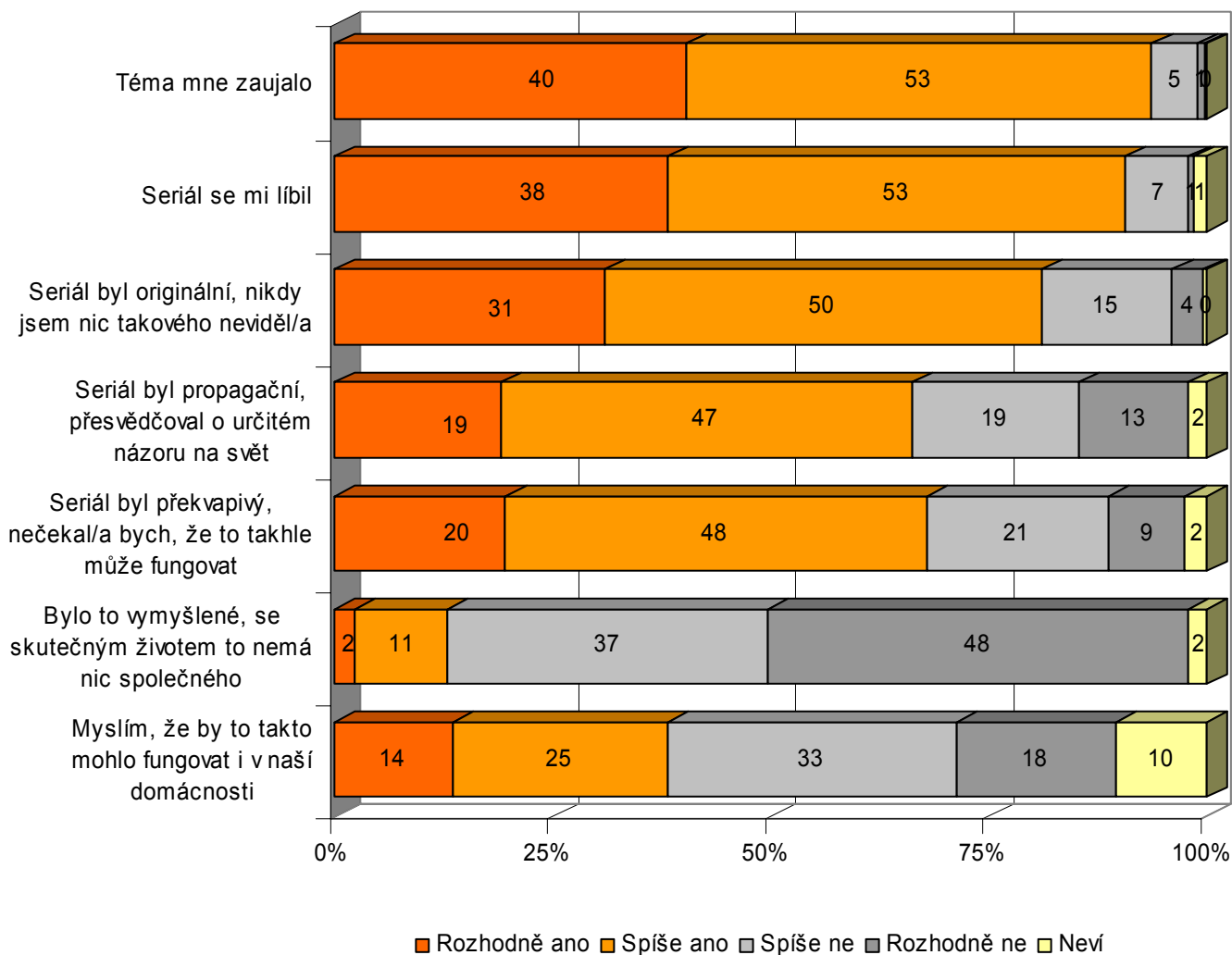
- Seriál častěji sledovaly opět ženy než muži.
- Nejméně dílů viděli opět mladí lidé, či svobodní.

		Total		Kolik dílů jste asi viděl/a?				
		Count	Col %	Žádný	1 - 3	4 - 6	7 - 9	Neví
				Row %	Row %	Row %	Row %	Row %
Kraj	Praha	44	12,5	17,3	65,4	14,3		3,0
	Středočeský kraj	30	8,7	24,7	46,0	29,4		
	Jihočeský kraj	24	6,9	21,8	43,7	34,5		
	Plzeňský kraj	19	5,4	2,6	75,3	15,8		6,3
	Karlovarský kraj	7	1,9		82,9			17,1
	Ústecký kraj	24	6,7		66,9	33,1		
	Liberecký kraj	14	4,0	21,2	54,5	16,1	8,1	
	Hradecký kraj	22	6,2	17,3	45,2	34,3	3,1	
	Pardubický kraj	19	5,4	23,9	39,9	17,3	18,9	
	Kraj Vysočina	13	3,6	6,4	64,5	26,0	3,1	
	Jihomoravský kraj	35	10,0	13,3	78,0	8,7		
	Olomoucký kraj	32	9,2	53,1	38,4	8,5		
	Zlínský kraj	21	5,9	12,2	65,5	22,3		
	Moravskoslezský kraj	47	13,5	8,1	55,7	31,8	1,6	2,8

- Obyvatelé Olomouckého kraje sice seriál zaznamenali, ale více jak polovina z těchto lidí neviděla žádný díl.
- Výraznější rozdíly jsou pouze v kraji Jihomoravském, kde je nejvíce lidí, kteří zaznamenali 1 – 3 díly seriálu.

2. Hodnocení seriálu Táta jako máma

T3: Jak byste tento seriál hodnotil/a?
(N=284, data v %)

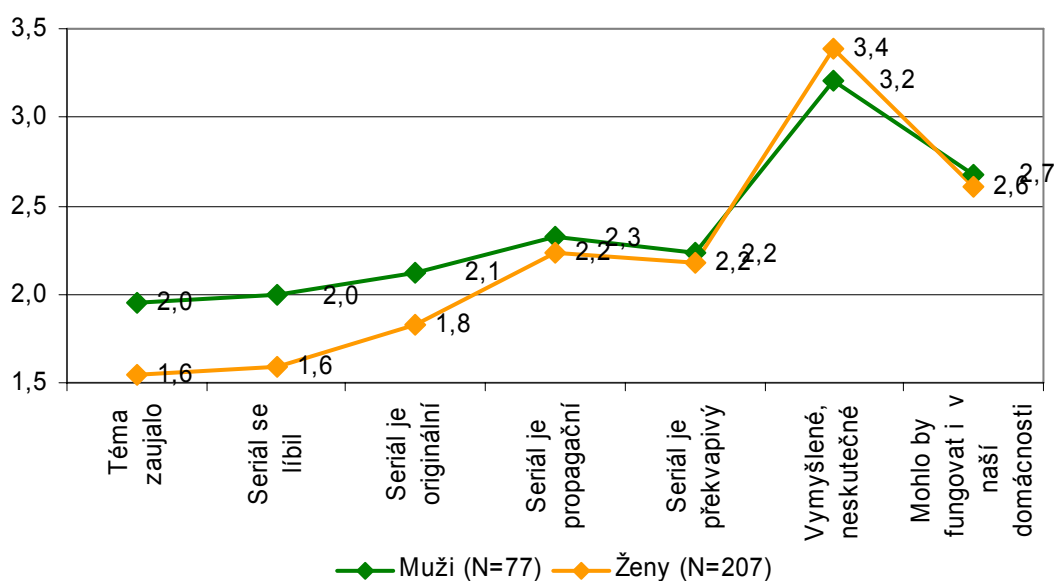


- Lidé, kteří viděli alespoň jeden díl seriálu Táta jako máma ho považují zejména za zajímavý a originální a většině se líbil.
- Rozhodně si lidé nemyslí, že by to bylo vymyšlené či něco, co se skutečným životem nemá nic společného.
- Podle téměř dvou pětín lidí, kteří sledovali seriál, by to takto mohlo fungovat i v jejich domácnosti.

Podrobnější analýza

Hodnocení na škále od 1 do 4, kde 1=rozhodně ano (rozhodně s výrokem souhlasím) až 4=rozhodně ne (rozhodně nesouhlasím).

T3: Jak byste tento seriál hodnotil/a?
(průměry)



- Názory žen a mužů se výrazněji liší ve třech parametrech, a to: téma mne zaujalo, seriál se mi líbil a seriál je originální. V těchto parametrech je hodnocení žen pozitivnější než mužů.
- V ostatních parametrech nejsou rozdíly v hodnocení tak výrazné.

Hodnocení na škále od 1 do 4, kde 1=rozhodně ano (rozhodně s výrokem souhlasím) až 4=rozhodně ne (rozhodně nesouhlasím).

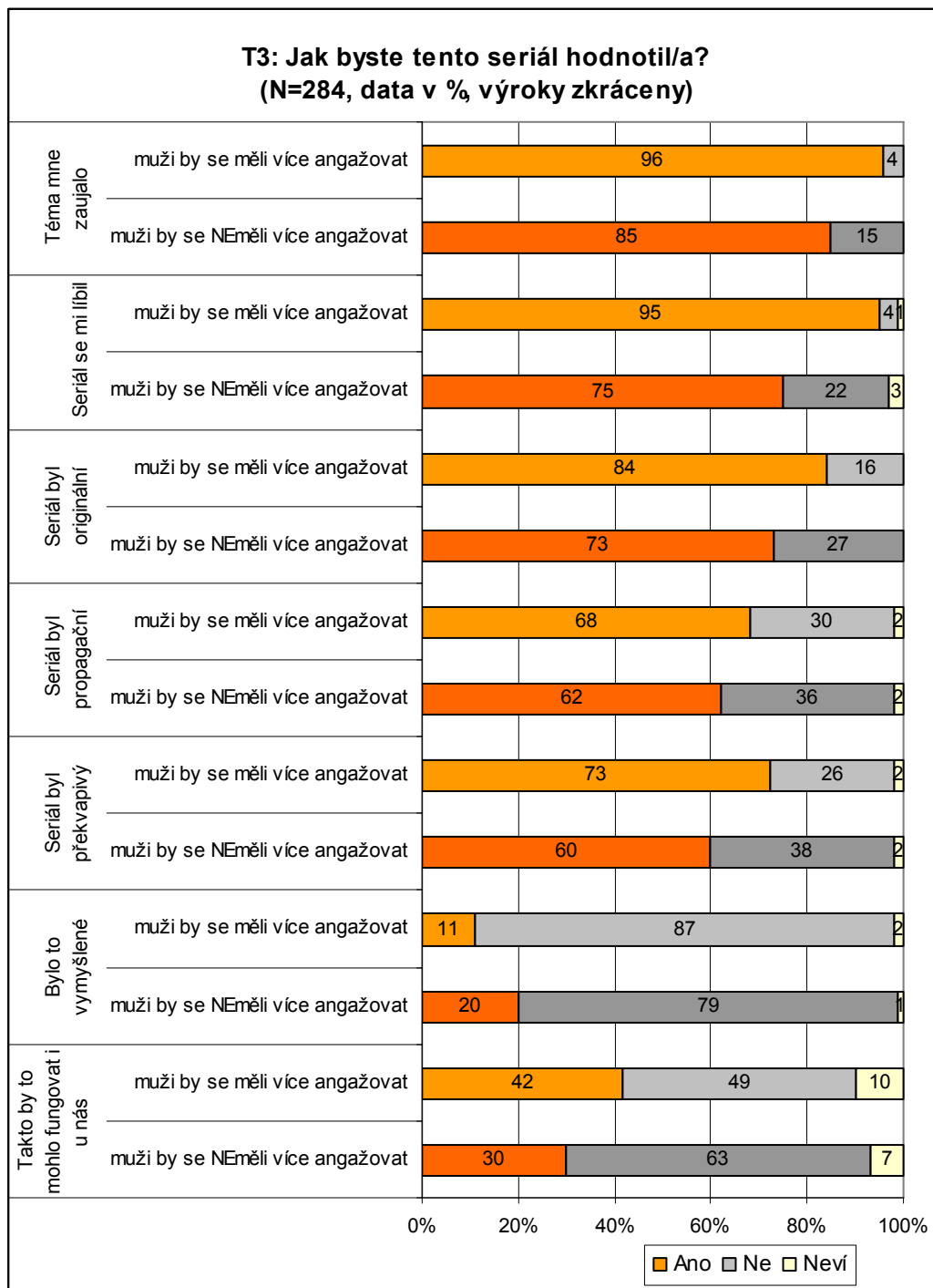
		Téma mne zaujalo	Serál se mi líbil	Seriál byl originální	Seriál byl propagační	Seriál byl překvapivý	Bylo to vymyšlené	Myslím, že by to takto mohlo fungovat i u nás doma
Věk	Do 29 let	1,82	1,74	2,04	2,23	2,18	3,22	2,27
	30-44 let	1,65	1,76	1,92	2,35	2,38	3,35	2,55
	45-59 let	1,60	1,62	1,82	2,16	2,14	3,43	2,53
	60 a více let	1,65	1,70	1,93	2,29	2,03	3,27	3,15
Vzdělání	Základní - nevyučen	1,69	1,75	1,86	1,97	2,31	2,92	3,15
	Základní - vyučen	1,59	1,60	1,91	2,19	2,05	3,42	2,53
	Střední bez maturity	1,76	1,84	1,86	2,37	2,25	3,28	2,54
	Střední s maturitou	1,74	1,74	1,98	2,35	2,22	3,33	2,60
	Vysokoškolské	1,54	1,68	1,84	2,33	2,37	3,46	2,72
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	1,60	1,67	1,84	2,23	2,22	3,38	2,60
	Svobodný/-á	1,85	1,74	1,90	2,19	2,16	3,19	2,28
	Rozvedený/-á	1,73	1,85	2,16	2,39	2,33	3,36	2,81
	Vdovec/-a	1,60	1,52	1,88	2,23	1,85	3,30	2,91

		Téma mne zaujalo	Serál se mi líbil	Seriál byl originální	Seriál byl propagační	Seriál byl překvapivý	Bylo to vymyšlené	Myslím, že by to takto mohlo fungovat i u nás doma
Velikost místa bydliště	Do 499	2,00	1,99	2,18	2,05	2,48	2,90	2,32
	500-1999	1,65	1,69	1,98	2,09	1,93	3,34	2,40
	2000-4999	1,32	1,42	1,37	2,68	2,03	3,56	2,18
	5000-19999	1,68	1,67	2,03	2,45	2,61	3,35	2,75
	20000-99999	1,65	1,68	1,95	2,05	2,16	3,27	2,67
	Přes 100000	1,69	1,76	1,85	2,39	2,05	3,50	3,00

- Téma zaujalo více střední a starší věkovou skupinu lidí, lidi s vysokoškolským vzděláním či se základním (vyučené). Naopak nejméně toto téma zaujalo nejmladší věkovou skupinu lidí, lidi svobodné a se středoškolským vzděláním.
- Názor, že by to takto mohlo fungovat i u nás doma, je nejpříjemnější pro mladé lidi do 29 let a lidi svobodné. Naopak lidé nad 60 let se s tímto názorem ztotožnit spíše nedokáží.

Hodnocení na škále od 1 do 4, kde 1=rozhodně ano (rozhodně s výrokem souhlasím) až 4=rozhodně ne (rozhodně nesouhlasím).

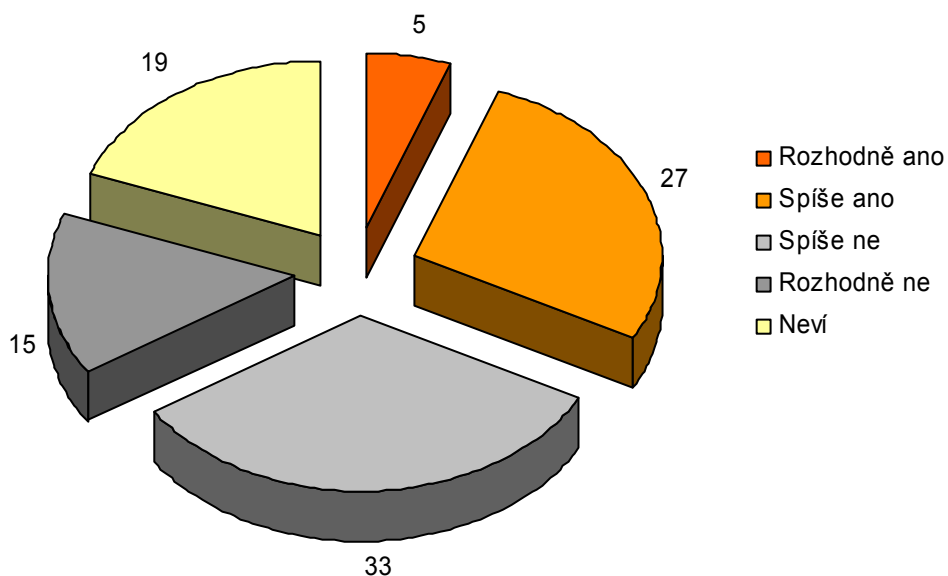
V následujícím grafu Ano=rozhodně ano + spíše ano, Ne=rozhodně ne + spíše ne. Výroky byly vzhledem k rozsahu grafu zkráceny.



- Lidé, kteří se domnívají, že čeští muži by se měli více angažovat v péči o děti, hodnotí seriál pozitivněji ve všech sledovaných charakteristikách.

3. Odezva na seriál

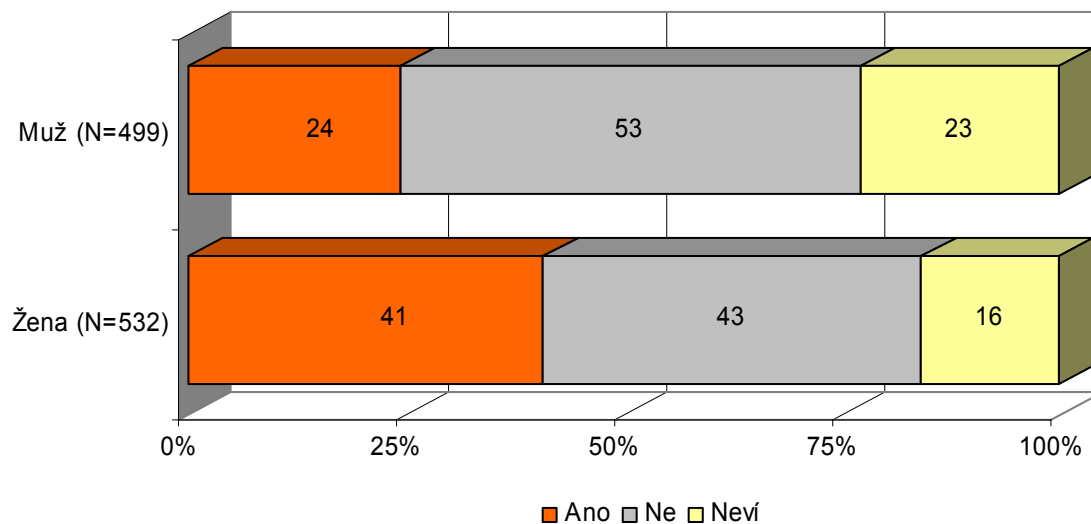
**T4: Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto
téma v médiích?
(N=1031, data v %)**



- Zhruba třetina obyvatel ČR uvádí, že od doby, kdy ČT vysílala seriál Táta jako máma, zaznamenala více příspěvků na téma otců na rodičovské dovolené (resp. větší angažovanosti otců při výchově dětí).

Podrobnější analýza

T4: Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto téma v médiích?
(data v %)

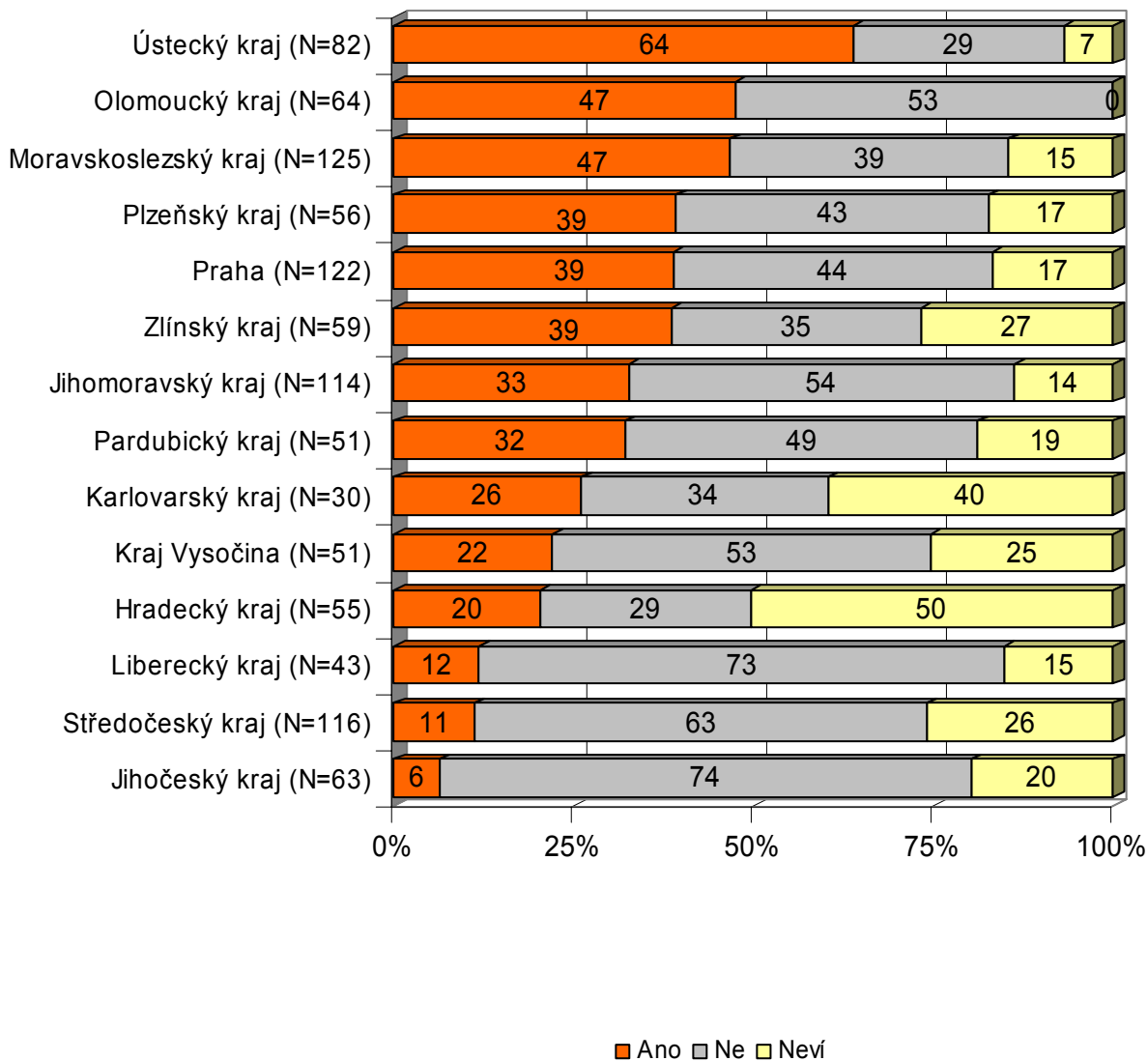


- Větší počet příspěvků na danou problematiku zaznamenali častěji:
 - ženy než muži,
 - lidé, kteří uváděli, že viděli seriál Táta jako máma.

		Total		Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto téma v médiích?		
		Count	Col %	Ano	Ne	Neví
				Row %	Row %	Row %
Věk	Do 29 let	261	25,3	30,0	46,0	24,0
	30-44 let	265	25,7	34,7	48,3	16,9
	45-59 let	263	25,5	36,6	47,1	16,2
	60 a více let	242	23,5	29,9	50,8	19,3
Vzdělání	Základní - nevyučen	98	9,5	29,8	42,2	28,0
	Základní - vyučen	362	35,1	28,8	50,3	20,8
	Střední bez maturity	148	14,3	36,1	47,9	16,0
	Střední s maturitou	322	31,2	34,7	48,4	16,9
	Vysokoškolské	101	9,8	39,9	44,1	16,0
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	542	52,6	36,1	46,5	17,4
	Svobodný/-á	259	25,1	27,8	47,2	25,0
	Rozvedený/-á	145	14,1	33,5	51,3	15,3
	Vdovec/-a	86	8,3	27,2	54,5	18,3

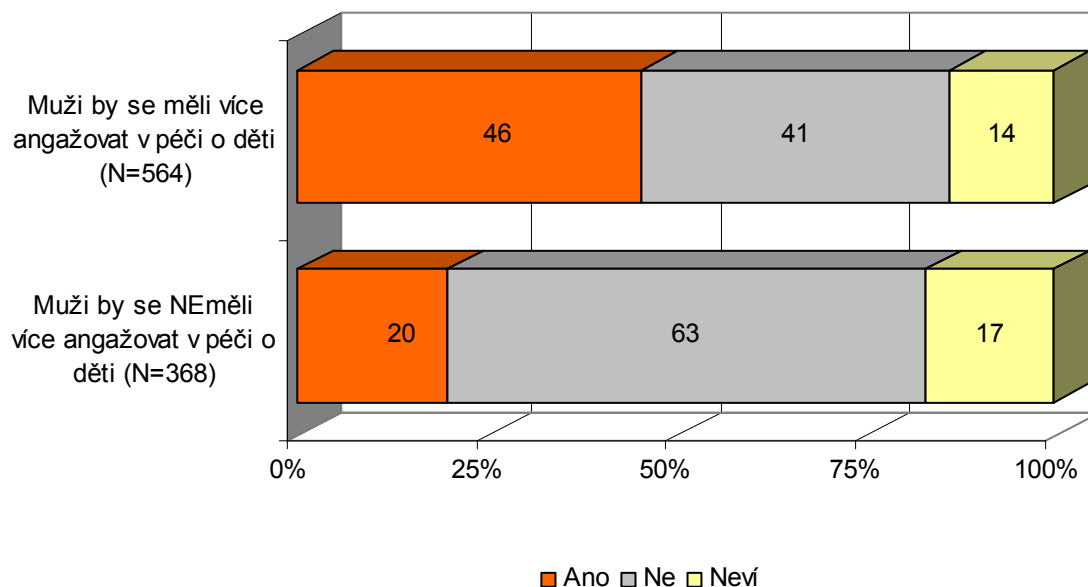
- Větší počet příspěvků na toto téma zaznamenali více ženatí / vdané (36 %), nejméně často pak svobodní lidé.
- V dělení podle věku nejsou patrné žádné významné rozdíly.

T4: Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto téma v médiích? (data v %)



- Větší počet příspěvků na téma angažovanosti otců při výchově dětí zaznamenali zejména obyvatelé:
 - Ústeckého kraje,
 - Olomouckého kraje,
 - Moravskoslezského kraje.

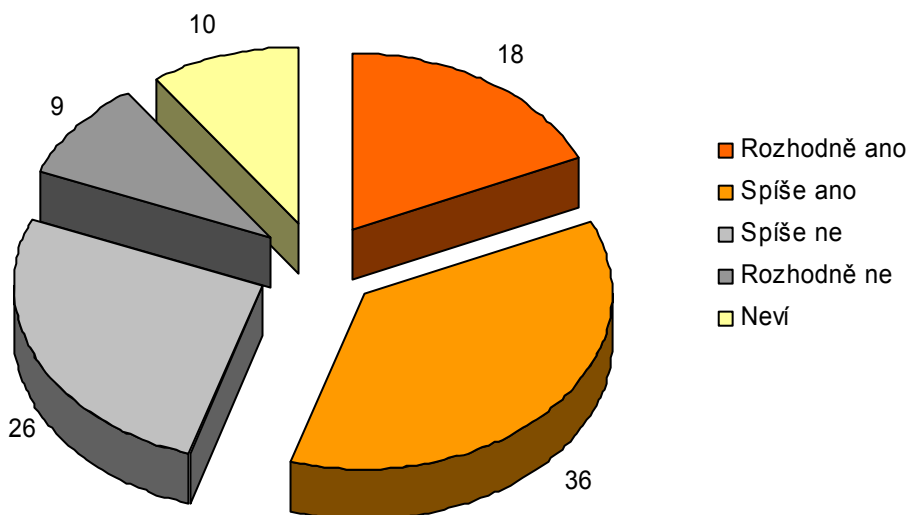
**T4: Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto téma v médiích?
(data v %)**



- Větší počet příspěvků na téma angažovanosti otců při výchově dětí zaznamenali rovněž častěji lidé, kteří se domnívají, že muži by se měli více angažovat v péči o děti.

4. Angažovanost mužů v péči o dítě

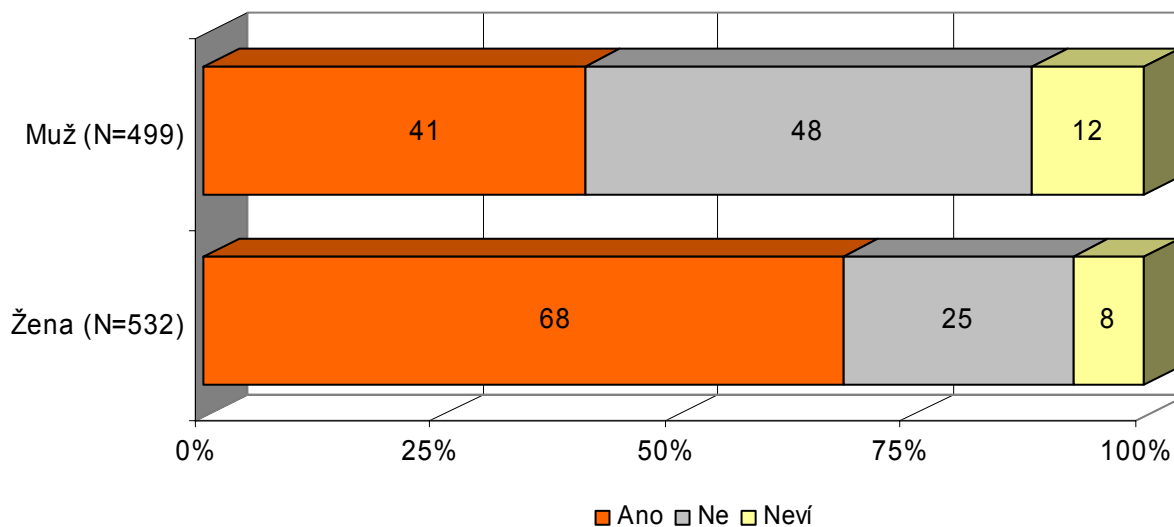
T5: Myslíte si, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit?
(N=1031, data v %)



- Podle nadpoloviční většiny lidí v České republice by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit.

Podrobnější analýza

T5: Myslíte si, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit? (data v %)

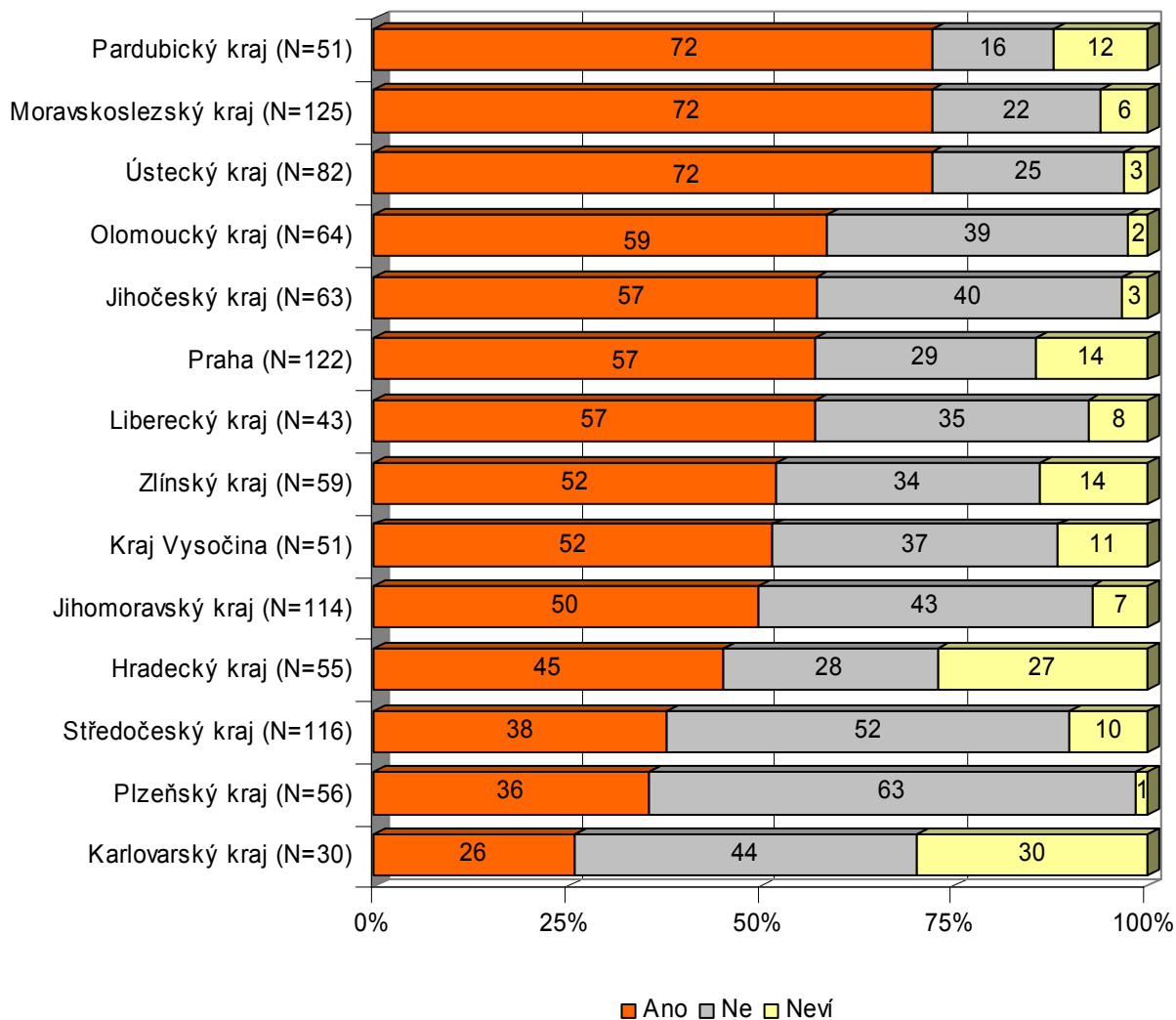


- Větší angažovanost ze strany mužů v péči o děti by uvítaly zejména ženy (68 % versus 41 %).

		Total		Myslíte si, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit?		
		Count	Col %	Ano	Ne	Neví
				Row %	Row %	Row %
Věk	Do 29 let	261	25,3	51,4	33,8	14,8
	30-44 let	265	25,7	54,9	38,9	6,3
	45-59 let	263	25,5	54,6	36,0	9,4
	60 a více let	242	23,5	58,2	33,8	8,0
Vzdělání	Základní - nevyučen	98	9,5	50,0	27,3	22,7
	Základní - vyučen	362	35,1	53,9	37,5	8,6
	Střední bez maturity	148	14,3	53,3	38,7	8,0
	Střední s maturitou	322	31,2	54,7	36,8	8,4
	Vysokoškolské	101	9,8	64,0	29,0	6,9
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	542	52,6	56,1	36,1	7,8
	Svobodný/-á	259	25,1	48,5	36,4	15,1
	Rozvedený/-á	145	14,1	55,4	34,7	9,9
	Vdovec/-a	86	8,3	63,7	32,2	4,2

- Nevyjasněný názor na větší angažovanost mužů při výchově dětí mají zejména mladí lidé, lidé svobodní a lidé se základním vzděláním bez vyučení.

**T5: Myslíte si, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit?
(data v %)**



- Názor, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, zazněl zejména v následujících krajích:
 - Pardubický,
 - Moravskoslezský,
 - Ústecký.

Řešitelský tým Factum Invenio

Hlavní kontaktní osoba:

	<p>Soňa Machová Project Manager machova@factum.cz +420 224 805 660</p>
---	--

V případě jakýchkoliv otázek či nejasností nás, prosím, kontaktujte.



Jan Herzmann
Managing Director
herzmann@factum.cz
+420 224 805 650



Iva Petrová
Research Director
petrova@factum.cz
+420 224 805 655



Iva Pecáková
Project Manager
pecakova@factum.cz
+420 224 805 659

Přílohy

1. Dotazník

T1	Od května do července letošního roku vysílala Česká televize na programu ČT1 cyklus dokumentů Ministerstva práce a sociálních věcí Táta jako máma. Seriál se vysílal vždy v neděli večer a pojednával o otcích v rolích matek. V různých dílech seriálu vystupovali muži, kteří umožnili svým partnerkám chodit do zaměstnání a sami zůstali doma s dětmi. Muži, kteří se starají o zdravé i nemocné děti, muži, kteří s dětmi žijí sami a podobně. Zaznamenal/a jste tento seriál na ČT1 nebo na internetových stránkách Ministerstva práce a sociálních věcí, www.mpsv.cz? Slyšel/a jste o něm?	
ANO	1	
NE	2	
NEVÍ	9	

POKUD OT. T1 = 1		
T2	A sledoval/a jste osobně alespoň některé díly? Mohl/a jste je sledovat v televizi nebo také na internetu. Kolik dílů jste asi viděl/a?	
žádný	1	
1 – 3	2	
4 – 6	3	
7 - 9	4	
NEVÍ	9	

POKUD OT. T2 = 2,3 NEBO 4 (VIDĚL/A ALESPON 1 DÍL)		
T3	Jak byste tento seriál hodnotil/a? Přečtu vám několik parametrů a vy je prosím ohodnotte na škále od 1 do 4, kde 1=rozhodně ano, 2=spíše ano, 3=spíše ne, 4=rozhodně ne. 9=NEVÍ, NEODPOVĚDĚL	
a	téma mne zaujalo	1 2 3 4 9
b	seriál se mi líbil	1 2 3 4 9
c	seriál byl originální, nikdy jsem nic takového neviděl/a	1 2 3 4 9
d	seriál byl propagační, přesvědčoval o určitém názoru na svět	1 2 3 4 9
e	seriál byl překvapivý, nečekal/a bych, že to takhle může fungovat	1 2 3 4 9
f	bylo to vymyšlené, se skutečným životem to nemá nic společného	1 2 3 4 9
g	myslím, že by to takto mohlo fungovat i v naší domácnosti	1 2 3 4 9

ODPOVÍDAJÍ VŠICHNI		
T4	Myslíte si, že tímto seriálem Ministerstvo práce a sociálních věcí spolu s tvůrci dokumentu otevřeli téma tatinků na rodičovské dovolené? Zaznamenal/a jste od té doby větší počet příspěvků na toto téma v médiích?	
Rozhodně ano	1	
Spíše ano	2	
Spíše ne	3	
Rozhodně ne	4	
NEVÍ	9	

ODPOVÍDAJÍ VŠICHNI		
T5	Myslíte si, že by se čeští muži měli více angažovat v péči o děti, a to i za cenu utlumení vlastních pracovních aktivit?	
Rozhodně ano	1	
Spíše ano	2	
Spíše ne	3	
Rozhodně ne	4	
NEVÍ	9	

2. Tabulky z SPSS