

HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE

2023

Motto

„Česká televize dbá při naplňování zákonem a Kodexem uloženého závazku veřejné služby o uspokojení potřeb občana – televizního diváka. Za tímto účelem systematicky a pravidelně získává a analyzuje údaje o potřebách a přáních jednotlivých diváckých skupin i o tom, jak odvysílané pořady hodnotí. Každé programové rozhodnutí musí přihlídnout k výsledkům takto prováděných reprezentativních výzkumů, přičemž se ovšem uplatňuje výrazně odlišný způsob v zadávání a vyhodnocování dostupných dat oproti komerčním provozovatelům televizního vysílání, a to především zacílením na kvalitativní ukazatele.“

Kodex České televize, čl. 1 odst. 1.3

OBSAH

ÚVOD	4
A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ (RQI)	
Celek ČT	13
Kanály ČT	18
Žánry	36
B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ	
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie	42
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání	72
CÍL 3 – Podpora kultury	77
CÍL 4 – Podpora sportu	92
CÍL 5 – Prezentace regionů České republiky, Evropy a světa	104
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	116
C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	150
Dětští diváci	155
Náboženské skupiny, národnostní/etnické menšiny, hendikepovaní a LGBT	159
PŘÍLOHY	164

POZADÍ, HISTORIE A PŘÍNOSY PROJEKTU

- Zákon o České televizi č. 483/1991 Sb. a Kodex České televize definují celou řadu obecných i konkrétních požadavků na televizní vysílání veřejné služby. Zároveň je vyžadováno pravidelné sledování míry naplňování těchto požadavků.
- Evropské země s dlouholetou tradicí veřejné služby, například Velká Británie, Nizozemsko či Německo, monitorují naplňování jejich principů již mnoho let. Česká televize je na poli měření veřejné hodnoty aktivní od roku 2011.
- Při definování prvotních principů hodnocení ČT využila celou řadu zahraničních postupů a inspiračních zdrojů, ať už se jednalo o metodiku RQIV britské BBC, německý Drei-Stufen-Test, nástroje nizozemské NPO pro měření kvality, jedinečnosti a hodnoty vysílání či trackingové výzkumy zaměřené na percepci vysílání belgické RTBF.
- Výstupy z měření a hodnocení slouží k realizaci dohledu Rady ČT nad plněním úkolů veřejné služby Českou televizí, na interní úrovni poskytují zpětnou vazbu pro sestavování programu, pro lepší a efektivnější řízení či kvalitnější kontrolu procesů v rámci České televize.
- Principy přijaté v průběhu posledních let Českou televizí a jí definované postupy se nyní na oplátku prosazují v evropském měřítku. Nejen proto hodlá ČT nadále podporovat smysluplný rozvoj měření a hodnocení veřejné služby.

EVALUACE METODIKY

- Metodika hodnocení je pravidelně podrobována evaluacím ze strany odborníků z akademické sféry, kteří se zabývají fungováním médií.
- V letech 2015-2016 posudek vypracovali specialisté z Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Na základě jejich doporučení došlo ke změně v metodice hodnocení kvality zpravodajských pořadů. Vedle posouzení obsahové vyváženosti jednotlivých příspěvků bylo přikročeno k celistvému hodnocení prezentace významných domácích i zahraničních událostí, ke kterým v daném období došlo.
- Na jaře 2019 se dalšího posouzení ujal doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., z katedry politologie a mezinárodních vztahů Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Jeho doporučení vedla k řadě parciálních změn především v prezentaci výsledků hodnocení.
- V roce 2020 bylo osloveno oborové sdružení SIMAR se žádostí o posouzení metodiky Denního kontinuálního výzkumu (DKV) ČT. Posouzení se zabývalo základní metodologií výzkumu, konstrukcí a výpočtem kvalitativních parametrů a způsobem zpracování, interpretace a prezentace dat. Autoři pod vedením výkonné ředitelky sdružení SIMAR Ing. Hany Huntové v závěrech konstatovali, že DKV využívá dobrých a prověřených postupů a nabízí kvalifikované a použitelné výstupy. Posouzení také obsahovalo řadu dílčích doporučení, která byla v následujících měsících zavedena do praxe DKV.

Hodnocení je realizováno pomocí tří metodických přístupů, vzájemně odlišných typem zjišťovaných indikátorů plnění veřejné služby:

1. indikátory vycházející z **měřitelného chování a postojů veřejnosti**;
2. indikátory vycházející z **expertního posouzení** plnění zásad definovaných Kodexem ČT;
3. indikátory vycházející z tzv. „**tvrdých dat**“, např. z databáze odvysílaných pořadů PROVYS.

Tato zpráva hodnotí ČT ze tří úhlů:

I. Vývoj základních ukazatelů RQI

Jak se vyvíjejí **základní ukazatele charakterizující úroveň vysílání veřejné služby**, tedy jeho *zásah, kvalita a dopad (Reach, Quality, Impact)*.

II. Plnění obecných cílů

Jak ČT naplňuje **základní standardy požadované po médiích veřejné služby**, a to jak z hlediska konkrétních požadavků definovaných Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání, Zákonem o ČT a Kodexem ČT, tak z hlediska mezinárodně uznávaných principů veřejnoprávního vysílání.

III. Vysílání pro specifické divácké skupiny

Jak jsou vysíláním ČT zasaženi **diváci z jednotlivých sociodemografických a dalších diváckých skupin** a jaké specifické pořady jsou jim nabízeny.

TYPY INDIKÁTORŮ A DAT

Základním stavebním kamenem všech hodnocení jsou indikátory. Pracujeme se třemi typy indikátorů, které se vzájemně odlišují typem dat, která využívají:

I. Indikátory vycházející z **měřitelného chování diváků a měřitelných postojů veřejnosti**:

- **Elektronické měření sledovanosti ATO** (peoplemetry) – výzkum sledovanosti TV;
- **Monitoring nových médií** – sledovanost kanálů online, sledovanost webového archivu, spokojenost s webovými stránkami ČT, dosah sociálních sítí ČT a podobně;
- **Denní kontinuální výzkum (DKV)** – dlouhodobý interní výzkum ČT, modifikovaný pro potřeby měření veřejné hodnoty;
- **Trackingový výzkum** – pravidelný výzkum s půlroční periodicitou.

II. Indikátory vycházející z **expertních analýz** naplňování definovaných principů:

- **Expertní posouzení** – kvalitativní odborné rozborů a posudky orientované na různé oblasti vysílání ČT (na zpracování významných kauz, programovou skladbu a podobně);
- **Obsahová analýza** – specifický typ expertního posouzení zaměřený na různé programové typy, například na zpravodajské, publicistické a diskusní pořady.

III. Indikátory vycházející z tzv. „**tvrdých dat**“:

- **Databáze odvysílaných pořadů PROVYS**

Všechny sledované indikátory vycházejí ze zdrojů uvedených na následujících dvou listech.

PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ (1/2)

I. INTERNÍ ZDROJE DAT

• Denní kontinuální výzkum ČT (DKV) ¹	panel 1 000 respondentů, celkem 1 451 287 hodnocení pořadů za rok 2023
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	85 589 pořadů za rok 2023*
• online tracking ČT (OLT)	10 029 respondentů za rok 2023

II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ ²

• ATO - Nielsen	- Elektronické měření sledovanosti (peoplemetry), PEM-D - měření videoobsahu ³	Panel 1 900 domácností
	- Výzkum pro nastavení deduplikace ³	5 026 respondentů
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum ⁴	min. 1 000 respondentů/vlnu
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	40 553 příspěvků za rok 2023
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu	25 825 příspěvků za rok 2023
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok 2023
• NMS Market Research	- Vyhodnocení dat z online trackingu ČT	

PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ (2/2)

II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ (POKRAČOVÁNÍ)

<ul style="list-style-type: none"> PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D. 	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z FSV UK a FF UPOL ⁵	1 téma za rok 2023 - Konsolidační balíček
<ul style="list-style-type: none"> Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D. Mgr. Johana Kotišová, Ph.D. 	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z FSV MUNI a Vrije Universiteit Brussel	1 téma za rok 2023 - Střelba na FF UK

III. DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE DAT

<ul style="list-style-type: none"> NetMonitor 	-	Výzkum návštěvnosti internetu v České republice zadávaný sdružením SPIR ⁶	
<ul style="list-style-type: none"> University of Oxford, Reuters Institute 	-	Digital News Report 2023	Minimálně 2 000 respondentů za každý prezentovaný stát

OBECNÉ METODOLOGICKÉ POZNÁMKY

- Pokud není u grafů uvedeno jinak, tak průměrným týdenním zásahem (reachem) je myšlen počet diváků v populaci 15+, kteří daný týden sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut. Zdrojem dat je elektronický výzkum sledovanosti ATO - Nielsen (dříve též ATO - Nielsen Admosphere nebo ATO - Mediaresearch). Zásah je uváděn v procentech diváků.
- Podíl na publiku (share) je průměrem za příslušné období, založeným na vteřinových datech sledovanosti.
- Zdrojem diváckého hodnocení pořadů podle kritérií spokojenosti, vnímané originality a míry zaujetí je denní kontinuální výzkum – DKV ČT. Výzkum probíhá na cílové skupině diváků ve věku 15+.
- V přehledových tabulkách v části *A. Vývoj hlavních ukazatelů – RQI* a v tabulce „Zásah vysílání a souhlas s výroky v jednotlivých cílových skupinách“ v části *C – Míra uspokojování potřeb různých diváckých skupin* uvádíme vedle hodnoty indikátoru za rok 2023 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2022 a průměr hodnot indikátoru z let 2017-2021. Stejně časové členění je použito také ve většině přehledových grafů.
- Výstupy z trackingu ČT jsou reprezentativní pro televizní populaci 18+.
- V grafech označených symbolem **K** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny koeficienty daných indikátorů na stupnici 0-100 %. Koeficient je vypočítán z průměru odpovědí na škále 1: rozhodně souhlasím až 4: rozhodně nesouhlasím.
- V grafech označených symbolem **S** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny prosté součty podílů odpovědí 1: rozhodně souhlasím + 2: spíše souhlasím, tzv. TOP2BOX.

HLAVNÍ PŘEHLED ZA ROK 2023

Zdroje: ATO – Nielsen*, Tracking ČT **

70 %

*

obyvatel ČR je každý týden
zasaženo vysíláním ČT.

65 %

**

obyvatel ČR si myslí,
že je ČT důvěryhodná.

68 %

**

obyvatel ČR si myslí, že je ve
zpravodajských a
publicistických pořadech ČT
dáván dostatečný prostor
názorům odborníků.

63 %

**

obyvatel ČR si myslí, že ve
vysílání ČT v dostatečné míře
dostávají prostor různé
názory a úhly pohledu.

69 %

**

obyvatel ČR si myslí, že ČT
významně přispívá k rozvoji
vzdělanosti svých diváků.

70 %

**

obyvatel ČR si myslí,
že ČT má mezi televizemi
vedoucí postavení v oblasti
kulturních pořadů.

71 %

**

obyvatel ČR si myslí, že ČT
přináší divákům i pořady,
které ostatní TV nevysílají.

55 %

**

obyvatel ČR si myslí, že je ČT
inovativní.

* Populace 15+

** Populace 18+, součet podílu odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“ (TOP2BOX)

A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ – RQI

ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY RQI

- Primární rámec tohoto přístupu k hodnocení plnění úkolů veřejné služby byl definován v britské BBC. Principem je měření základních ukazatelů, které charakterizují „výkon“ média veřejné služby.
- Původní britská metodika byla v letech 2011 a 2012 modifikována pro podmínky České republiky a specificky pro vysílání České televize. Od té doby je dále upřesňována a doplňována, přičemž v současné době sledujeme tři základní veličiny:
 1. *Zásah vysílání* (Reach),
 2. *Kvalitu vysílání* (Quality),
 3. *Dopad vysílání* (Impact).

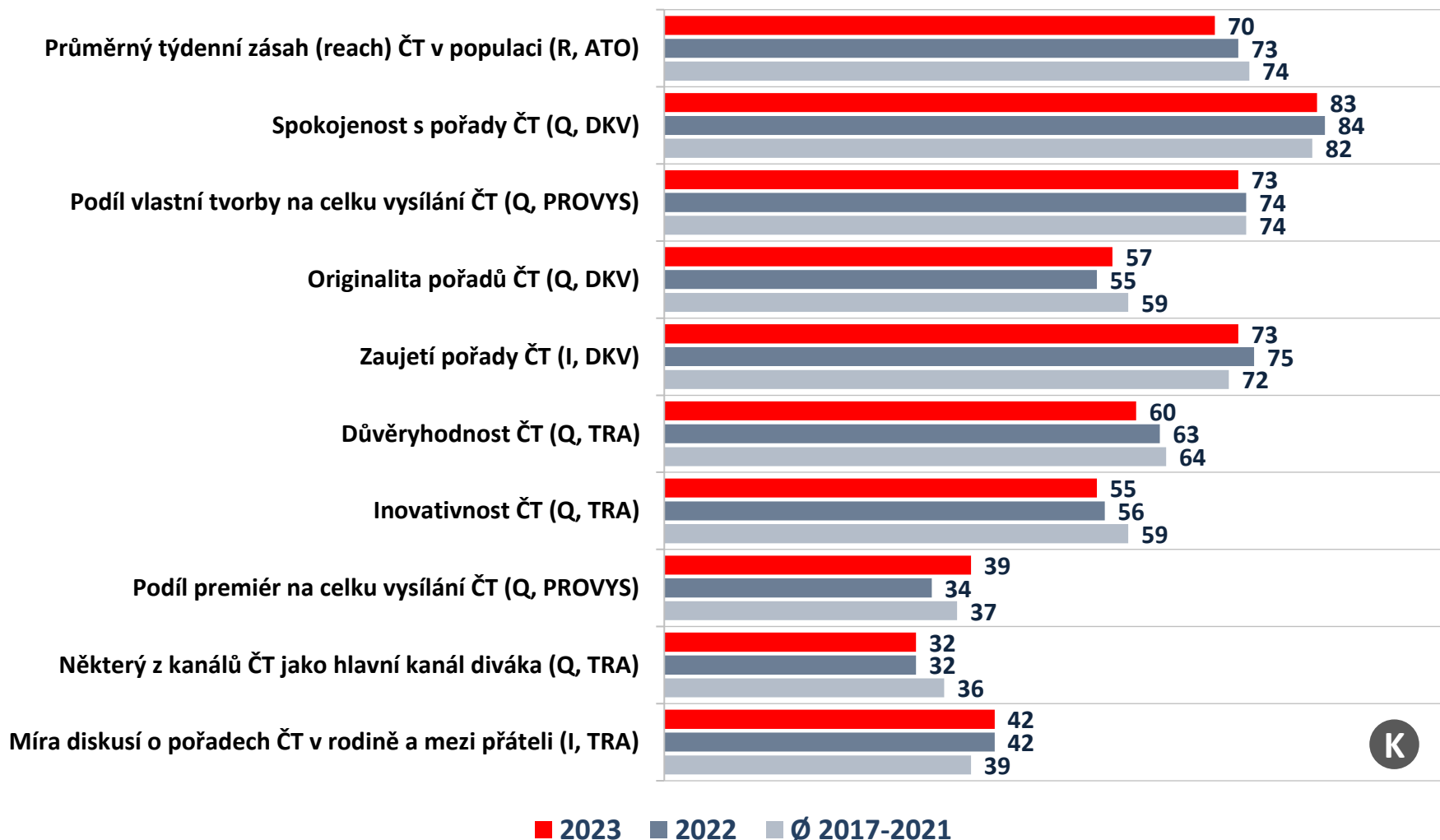
Hodnoty jednotlivých veličin jsou určovány prostřednictvím měření jim příslušných indikátorů.
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele RQI jsou posuzovány
 - a) na úrovni celé ČT,
 - b) na úrovni jednotlivých kanálů,
 - c) na úrovni hlavních žánrů.

Poznámka: V grafech na následujících stranách v závorce uvádíme, ke které veličině je konkrétní indikátor přiřazený (R=zásah; Q=kvalita; I=dopad), a jaká data jsou zdrojem hodnoty indikátoru.

RQI – CELEK ČT

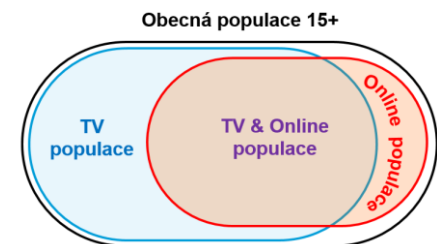
INDIKÁTORY ZÁSAHU (R), KVALITY (Q) A DOPADU (I) PRO ČT JAKO CELEK

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v %



2023: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM *

Zdroje: ATO – Nielsen, NetMonitor, TV populace



	Průměrný týdenní zásah TV vysíláním ČT (ATO)		Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT (NetMonitor)		Relativní navýšení zásahu TV vysíláním ČT díky online obsahu ČT
	podíl	počet v tis.	podíl	počet v tis.	
Populace 15+	70 %	5 769	12 %	1 059	3 %
Muži 15+	69 %	2 748	13 %	533	3 %
Ženy 15+	71 %	3 020	12 %	526	2 %
15-24 let	29 %	266	12 %	125	19 %
25-34 let	45 %	455	14 %	154	10 %
35-44 let	64 %	853	18 %	250	4 %
45-54 let	78 %	1 224	15 %	241	1 %
55 a více let	88 %	2 972	8 %	289	0,4 %
Základní 25+	68 %	384	5 %	28	1 %
SŠ bez maturity 25+	77 %	1 994	9 %	229	1 %
SŠ s maturitou 25+	75 %	1 934	13 %	331	1 %
VŠ 25+	77 %	1 192	20 %	345	5 %

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize za rok 2023 činil 70 %**, meziročně tak došlo k jeho poklesu o 3 procentní body (dále p.b.). Nižší zásah souvisí s meziročním poklesem celkového počtu diváků sledujících televizní vysílání. **Zásah České televize je srovnatelný s úrovní, kterou si pro své vysílání stanovila britská BBC (70 %).**
- V souladu s metodikou britské BBC předkládáme již čtvrtým rokem také **celkový průměrný týdenní zásah České televize televizním vysíláním a online obsahem**. Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT dosáhl v minulém roce 12 %, což představuje 1,059 milionu dospělých diváků. **Zásah vysílání ČT se díky online obsahu relativně navýšil o 3 %**. Navýšení bylo patrné zejména v mladších věkových kategoriích: ve skupině 15-24 let činilo 19 %, ve skupině 25-34 let 10 %.
- **Hodnocení kvalitativních parametrů bylo v roce 2023 stabilní, jen s drobnými změnami oproti předchozím letům**. Koeficient celkové spokojenosti s pořady České televize **dosáhl hodnoty 83 %**, meziročně šlo o pokles o 1 p.b. Ve srovnání s průměrem let 2017-2021 však jde o 1 p.b. vyšší hodnotu. Vnímaná originalita pořadů stoupla meziročně o 2 p.b. na úroveň 57 %, míra zaujetí poklesla o 2 p.b. na 73 %.

KOMENTÁŘ

- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil 73 %.** Jak v porovnání s rokem 2022, tak s průměrem za období let 2017-2021 se jedná o mírný pokles o 1 p.b. Příčinou bylo především zastavení kanálu ČT3, který z vlastní tvorby vycházel.
- **Podíl premiér na celku vysílání dosáhl hodnoty 39 %, přičemž u koeficientu indikátoru registrujeme meziroční nárůst o 5 p.b.** I v tomto případě souvisí vyšší podíl premiérového vysílání s absencí programu ČT3 (podrobněji k ČT3 v části *RQI – Kanály ČT*), důvodem je ale také nárůst premiér na programech ČT2, ČT sport, ČT:D a ČT art.
- **Koeficient inovativnosti ČT poklesl o 1 p.b. na úroveň 55 %.**
- **Koeficient důvěryhodnosti České televize činil 60 %, což bylo ve srovnání s rokem 2022 o 3 p.b. méně.** Celkový souhlas (součet odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“) s výrokem „Česká televize je důvěryhodná“ dosáhl 65 %.
- I přes opakované útoky nejen ze strany dezinformační scény, ale i z řad veřejných činitelů, a navzdory kauzám některých výrazných tváří ČT z poslední doby, **je možné důvěryhodnost České televize, zpravodajského kanálu ČT24 i zpravodajské relace Události hodnotit stále jako silně nadprůměrnou**, výraznou měrou překračující úroveň naprosté většiny ostatních tuzemských zpravodajských zdrojů (podrobněji v části *Cíl 1*).
- **Koeficient indikátoru *Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli* dosáhl stejně jako v roce 2022 hodnoty 42 %.**

RQI – KANÁLY ČT

PŘEHLED ZA ROK 2023

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2023 (2022; Ø 2017-2021)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art	ČT3 ***
Zásah (reach) 15+	70 (73;74)	60 (62;63)	35 (35;38)	25 (27;28)	20 (21;21)	8 (10;12)	6 (7;6)	--- (15;---
Zásah (reach) 4-12 let	---	---	---	---	---	36 (38;45)	---	---
Podíl (share) 15+	30 (31;30)	16 (16;16)	4 (4;4)	4 (5;4)	3 (4;3)	---	1 * (1;1) *	---
Podíl (share) 4-12 let	---	---	---	---	---	30 ** (30;28) **	---	---
Spokojenost	83 (84;82)	82 (83;82)	86 (86;84)	81 (83;81)	87 (87;85)	---	86 (87;85)	---
Originalita	57 (55;59)	53 (54;57)	67 (64;69)	60 (53;54)	51 (50;56)	---	73 (66;69)	---
Zaujetí	73 (75;72)	71 (73;69)	82 (83;80)	69 (70;70)	77 (75;72)	---	86 (85;78)	---
Hlavní kanál	32 (32;36)	17 (16;21)	3 (2;3)	7 (9;6)	4 (4;5)	1 (1;1)	0 (0;0)	---
Podíl premiér	39 (34;37)	29 (30;30)	21 (18;21)	69 (72;71)	55 (53;50)	19 (18;16)	20 (19;20)	---
Podíl vlastní tvorby	73 (74;74)	81 (80;81)	42 (40;50)	100 (100;99)	97 (97;96)	32 (31;30)	59 (57;56)	---

* Údaj za časový úsek 20.00 – 6.00, kdy ČT art vysílá

** Údaj za časový úsek 6.00 – 20.00, kdy ČT :D vysílá

*** Začátek vysílání 23. 3. 2020, konec vysílání 31. 12. 2022

VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU VE SKUPINĚ 15+ (R)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

Stanice	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	60	62	64	64	63	63
ČT2	35	35	38	37	38	38
ČT24	25	27	29	30	25	27
ČT sport	20	21	22	15	22	24
ČT :D	8	10	10	12	12	12
ČT art	6	7	7	7	6	5
ČT3	---	15	15	10	---	---

KOMENTÁŘ

- **Jak již bylo zmíněno výše, průměrný týdenní zásah kanálů České televize v roce 2023 meziročně poklesl o 3 p.b. na hodnotu 70 %.** Za snížením celkového zásahu stojí výrazněji stanice ČT1, ČT24 a ČT :D (shodně -2 p.b.). O 1 p.b. klesl zásah ČT sport a ČT art. Na nižším zásahu divácké obce vysíláním ČT se pochopitelně podepsala i absence programu ČT3.
- **Hodnoty koeficientů kvalitativních indikátorů jednotlivých programů ČT zůstaly buď nezměněny, nebo u nich došlo k mírnému poklesu.** Stanicemi, s nimiž diváci vyjádřili největší spokojenost, byly v roce 2023 ČT sport (hodnota koeficientu 87 %), ČT2 a ČT art (shodně 86 %). Meziročně došlo k velmi mírnému poklesu divácké spokojenosti u programů ČT1 (o 1 p.b. na 82 %) a ČT24 (o 2 p.b. na 81 %).
- **Výrazně nadprůměrné hodnoty zbylých dvou kvalitativních parametrů, tedy vnímané originality a míry zaujetí, vykázaly programy ČT2 a ČT art.** Koeficient originality stoupl u ČT24 z 53 % na 60 %, u ČT art ze 66 % na 73 %. Pokud jde o míru zaujetí, u všech kanálů byly zaznamenány pouze drobné výkyvy, a to v rozsahu ± 2 p.b.
- **Na hodnotě 32 % zůstal podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize. Vlajková stanice ČT1 je hlavním televizním programem pro 17 % diváků (+ 1 p.b.), zpravodajský kanál ČT24 pro 7 % (-2 p.b.), ČT2 pro 3 % (+1 p.b.) a ČT sport i nadále pro 4 % dospělých diváků.**
- **ČT zaznamenala meziročně poměrně výrazný nárůst podílu premiér ve vysílání, a to o 5 p.b. na hodnotu 39 %.** V detailu došlo k navýšení premiérového vysílání u kanálů ČT2 (+3 p.b.), ČT sport (+2 p.b.), ČT :D s ČT art (shodně +1 p.b.). Naopak pokles jsme zaznamenali u stanic ČT24 (-3 p.b.) a ČT1 (-1 p.b.). Tyto spíše kosmetické změny pochopitelně nemohou vysvětlit celkový nárůst podílu premiér. K tomu došlo především v důsledku zastavení vysílání stanice ČT3, která své vysílání plnila primárně z archivních zdrojů. Podíl repríz u ní v roce 2022 činil plných 86 %.
- **V meziročním srovnání mírně poklesl podíl vlastní tvorby za celou ČT (o 1 p.b. na úroveň 73 %), a to přesto, že u většiny jednotlivých kanálů došlo spíše k mírnému nárůstu podílu.** Také v tomto případě hledejme za změnou program ČT3, který v roce 2023 již ve vysílání chyběl. V roce 2022 přitom činil podíl původních pořadů na ČT3 82 %, což mělo na celek nezanedbatelný vliv.

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

<u>Skupina 15+</u>	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	16,36	16,10	16,68	16,97	16,54	15,80
ČT2	4,31	4,06	3,91	3,94	4,27	4,26
ČT24	4,44	4,91	5,17	5,50	3,94	4,38
ČT sport	3,32	3,74	3,73	1,93	3,50	4,06
ČT :D	1,04	1,09	1,17	1,25	1,38	1,30
ČT art	0,42	0,40	0,39	0,42	0,37	0,33
ČT3 *	---	1,16	1,28	0,85	---	---
ČT celkem	29,88	31,47	32,34	30,86	29,99	30,13

<u>Skupina 4+</u>	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	16,08	15,74	16,26	16,49	16,04	15,31
ČT2	4,18	3,94	3,79	3,85	4,11	4,10
ČT24	4,30	4,73	4,99	5,30	3,76	4,17
ČT sport	3,30	3,70	3,66	1,89	3,43	3,99
ČT :D	1,82	1,95	2,11	2,19	2,39	2,31
ČT art	0,42	0,41	0,39	0,41	0,37	0,33
ČT3 *	---	1,12	1,23	0,81	---	---
ČT celkem	30,10	31,58	32,43	30,94	30,11	30,21

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT V PRIME TIME (19.00 – 22.00)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

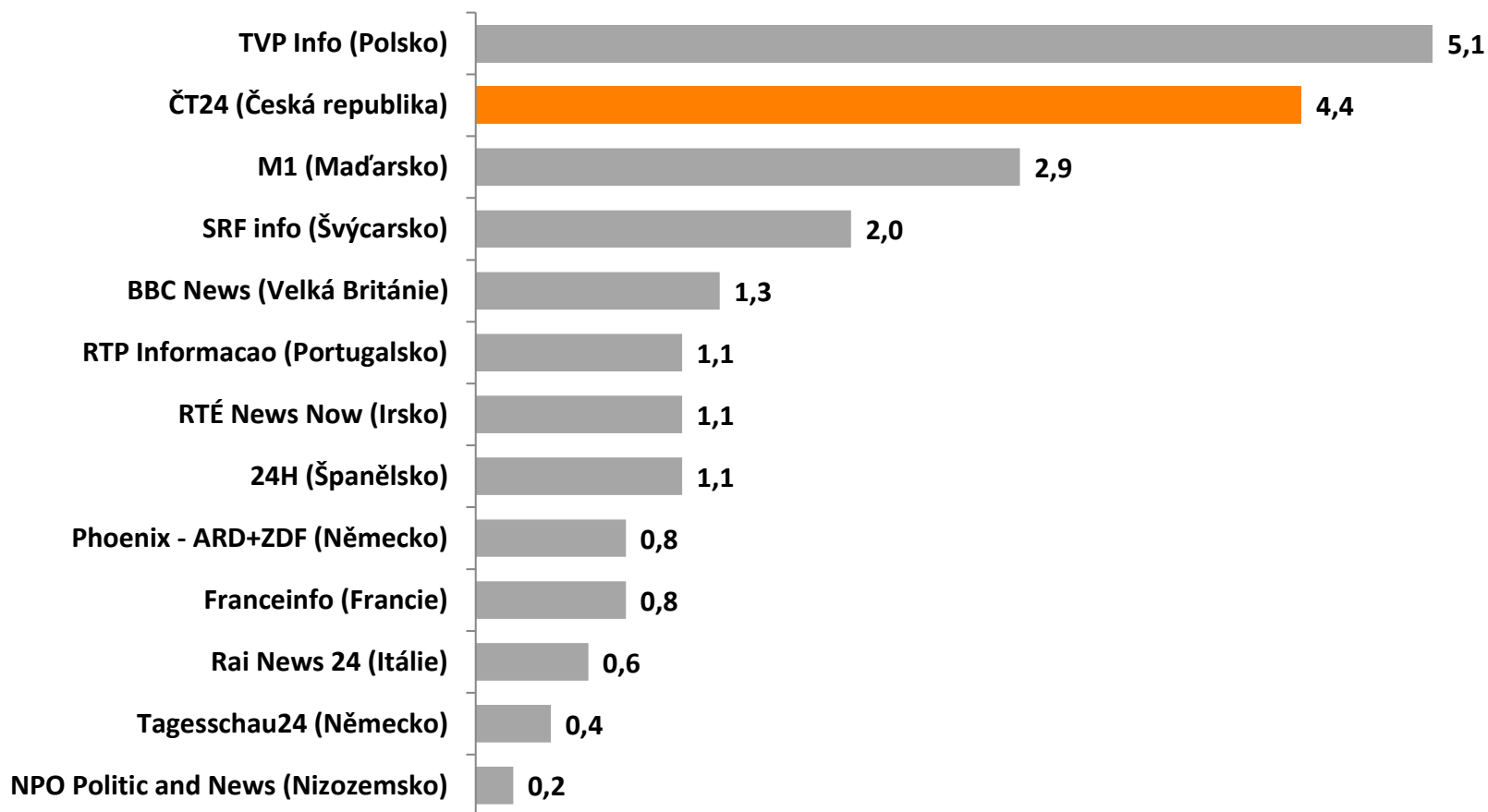
<u>Skupina 15+</u>	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	20,09	19,68	20,36	20,43	18,55	18,52
ČT2	3,93	3,83	3,71	3,75	3,73	3,79
ČT24	2,46	2,76	2,66	2,78	2,21	2,55
ČT sport	2,48	2,54	2,50	1,03	2,64	2,93
ČT :D	0,51	0,53	0,55	0,63	0,59	0,58
ČT art	0,73	0,72	0,70	0,74	0,66	0,53
ČT3 *	---	1,12	1,11	0,08	---	---
ČT celkem	30,20	31,19	31,59	29,45	28,37	28,90

<u>Skupina 4+</u>	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	19,88	19,35	20,01	20,06	18,21	18,13
ČT2	3,82	3,72	3,60	3,63	3,59	3,65
ČT24	2,41	2,68	2,58	2,71	2,13	2,45
ČT sport	2,49	2,54	2,47	1,01	2,63	2,90
ČT :D	1,00	1,01	1,08	1,15	1,04	1,05
ČT art	0,75	0,74	0,71	0,76	0,68	0,55
ČT3 *	---	1,09	1,08	0,07	---	---
ČT celkem	30,36	31,13	31,54	29,38	28,28	28,72

2023: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



Zdroje: ATO – Nielsen, jednotlivé státy EBU, v %

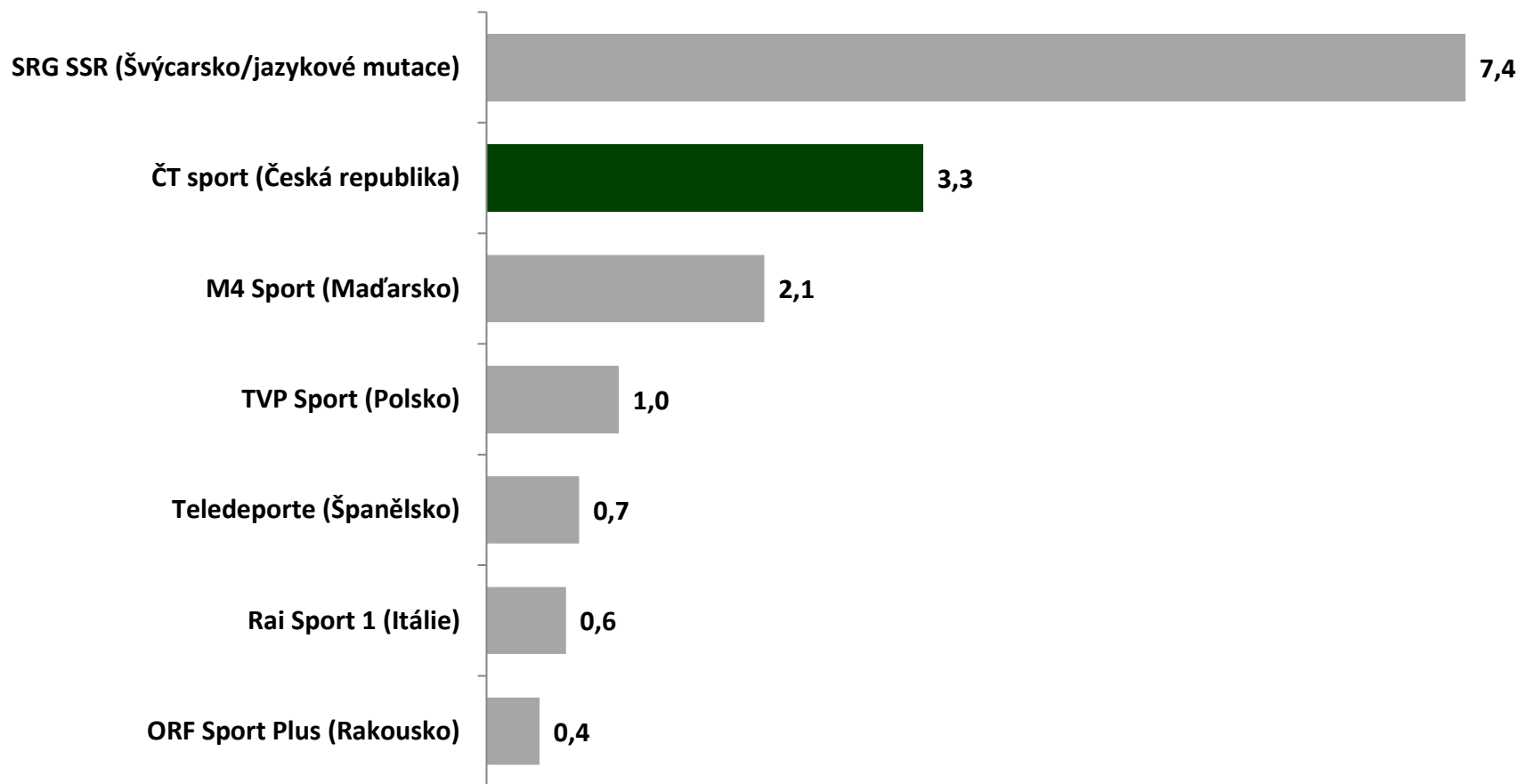


CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), NPO Politic and News (6+), Franceinfo (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

2023: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



Zdroje: ATO – Nielsen, jednotlivé státy EBU, v %

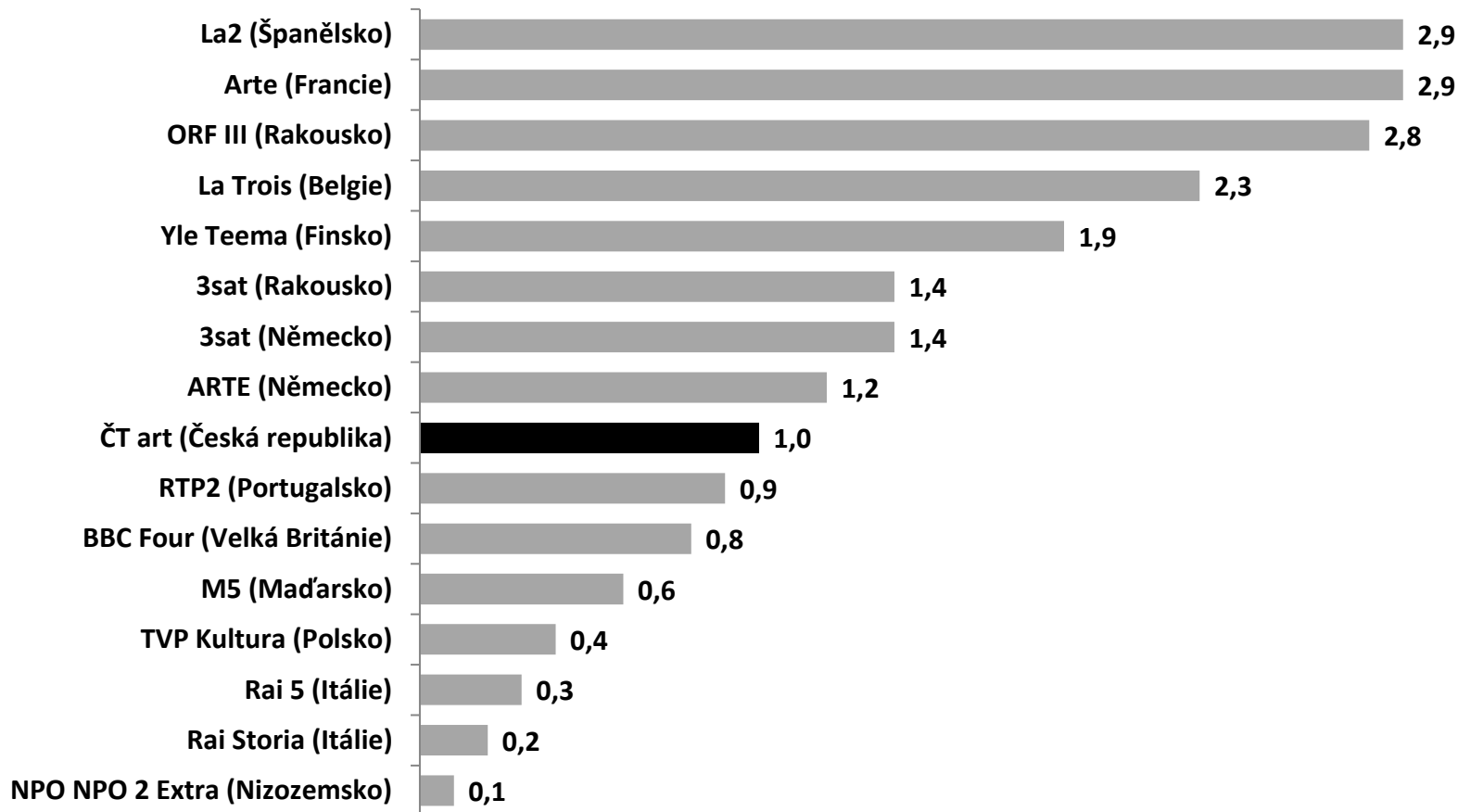


CS 15+ s výjimkou TVP Sport (16+) a ORF Sport Plus (12+)

2023: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



Zdroje: ATO – Nielsen, jednotlivé státy EBU, v %

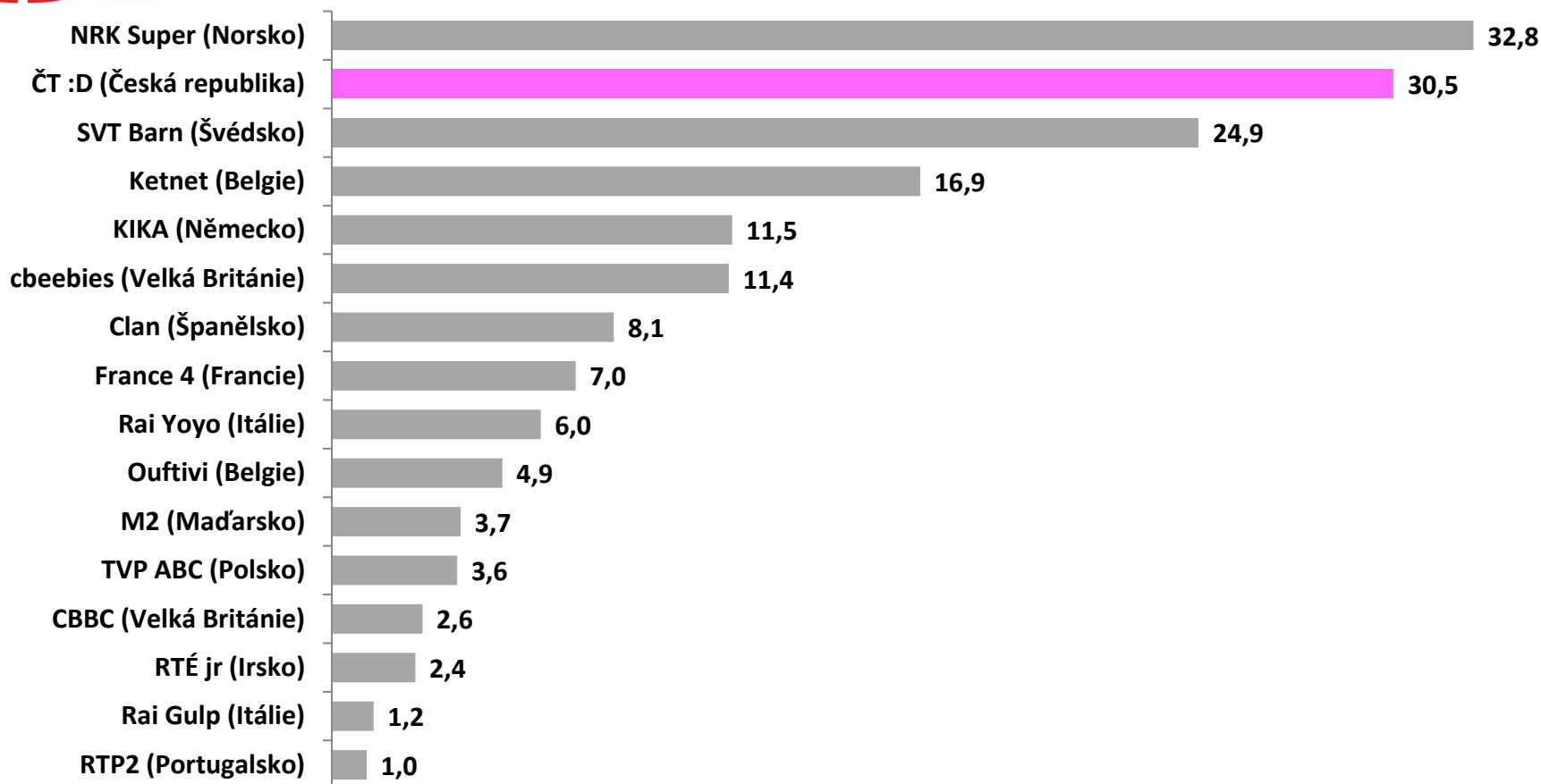


CS 15+ s výjimkou TVP Kultura (16+), ORF III, 3sat Rakousko (12+), NPO 2 Extra (6+), Arte, M5 (4+), 3sat Německo a ARTE Německo (3+)

2023: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



Zdroje: ATO – Nielsen, jednotlivé státy EBU, v %



CS 4-12 s výjimkou TVP ABC (4-15), France 4, Ouftivi, Rai Yoyo, Rai Gulp, RTÉ jr, RTP2 (4-14), KIKA (3-13), NRK Super (2-12) a SVT Barn (3-11)

VÝVOJ SPOKOJENOSTI S POŘADY PODLE KANÁLŮ A PODLE DIVÁCKÝCH SKUPIN U ČT :D (Q)

Zdroj: DKV ČT, v %

Stanice	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	82	83	82	83	83	82
ČT2	86	86	86	86	84	83
ČT24	81	83	81	83	81	80
ČT sport	87	87	87	86	84	84
ČT art	86	87	86	87	84	84
ČT3 *	---	87	87	87	---	---



Divácká skupina	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Rodiče a děti celkem	84	85	87	88	88	88
Děti celkem	87	88	89	90	90	93
Děti do 6 let	90	92	93	95	95	93
Děti 7-9 let	87	88	90	93	93	93
Děti 10-12 let	80	80	83	84	85	88
Rodiče celkem	81	80	81	84	83	80
Matky	81	81	83	85	83	83
Otcové	80	80	80	83	80	78

Poznámka: Kvalitativní parametry vysílání jsou u ČT :D zjišťovány odlišně než u ostatních kanálů ČT. Diváci, a to jak dětští, tak dospělí, hodnotí programovou nabídku ČT :D jako celek na klasické školní stupnici 1 až 5. Výsledné průměrné hodnoty jsou pak převedeny na koeficient 0-100 %. Hodnoty za ČT :D tak nejsou přímo srovnatelné s ostatními kanály ČT.

ORIGINALITA POŘADŮ (Q) A ZAUJETÍ POŘADY (I)

Zdroj: DKV ČT, v %

ORIGINALITA POŘADŮ (Q)

Stanice	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	53	54	55	56	59	60
ČT2	67	64	64	66	72	73
ČT24	60	53	45	52	64	56
ČT sport	51	50	50	56	57	64
ČT art	73	66	59	65	72	82
ČT3 *	---	61	60	69	---	---

ZAUJETÍ POŘADY (I)

Stanice	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ČT1	71	73	75	74	69	65
ČT2	82	83	84	84	80	75
ČT24	69	70	70	76	73	61
ČT sport	77	75	80	82	71	63
ČT art	86	85	78	83	82	80
ČT3 *	---	84	83	87	---	---

KOMENTÁŘ

- Česká televize dosáhla v roce 2023 ve skupině diváků starších 15 let podílu na publiku 29,88 %. Pošesté za sebou se tak stala nejvyhledávanější televizní skupinou v České republice, a to i přes ukončení vysílání programu ČT3. V rámci cílové skupiny 4+ činil celodenní podíl na divácích 30,10 %.
- Výrazný byl odstup České televize od hlavních komerčních televizních skupin: Náskok před skupinou Nova činil 2,84 p.b., před skupinou Prima 2,31 p.b.
- V hlavním vysílacím čase (19-22 hodin) dosáhla Česká televize ve skupině 15+ podílu na publiku 30,20 %. Meziročně se jedná o pokles o 0,99 p.b., zapříčiněný především absencí ČT3. Podobného podílu na publiku dosáhla Česká televize také v cílové skupině 4+, ve které činil v hlavním vysílacím čase 30,36 %.
- Uvedené výsledky jsou mimořádné i vzhledem k menšímu počtu programů, které má ČT ve srovnání s hlavní konkurencí ve svém portfoliu, a také s ohledem na fakt, že v podzimním vysílání roku 2023 se již projevila úsporná opatření týkající se hlavně programu ČT1. Konkrétně šlo o omezení premiérových titulů jen na pondělní a sobotní hlavní vysílací čas. Hlavních stanice Novy a Primy přitom vysílaly v jednotlivých týdnech premiérové pořady obvykle v šesti dnech.
- Podíl hlavního programu ČT1 na publiku meziročně vzrostl o 0,26 p.b. na 16,36 %. Hodnota podílu odpovídá průměru posledních 10 let, a to i přes pokračující fragmentarizaci televizního trhu a poklesu objemu finančních prostředků vkládaných do výroby pořadů. **Velmi úspěšné byly v cílové skupině 15+ prakticky všechny premiérové cykly odvysílané na ČT1:** *Docent* (průměrná sledovanost 2,1 milionů diváků při podílu 47,45 %), *Místo zločinu České Budějovice* (1,61 mil.; 37,28 %), *Volha* (1,29 mil.; 31,27 %), *Kukačky II* (1,25 mil.; 32,70 %), *OKTOPUS* (1,21 mil.; 30,90 %) nebo dvanáctá řada *StarDance* (1,62 mil.; 41,74 %). Tradičně velmi dobrý byl výkon vánočního schématu České televize.

KOMENTÁŘ

- **Celodenní podíl programu ČT2 na sledovanosti překročil stejně jako v roce 2022 čtyřprocentní hranici, meziročně došlo k navýšení o 0,25 p.b. na 4,31 %.** Nárůst podílu jsme zaznamenali také v hlavním vysílacím čase, a to i přes stále narůstající konkurenci filmových a dokumentárních stanic. **Nadprůměrný divácký zájem zaznamenaly ve skupině 15+ cykly vlastní tvorby *Modrá krev III*** (průměrná sledovanost 544 tisíc diváků při podílu 14,15 %), *Příběhy starých hospod* (481 tis.; 12,47 %) nebo *Stopy Járy Cimrmana* (280 tis.; 8,10 %), a také solitérní dokumenty vlastní tvorby *Jaroslav Hašek, skutečný a neznámý* (sledovanost 224 tisíc diváků při podílu 5,61) nebo *Černí Češi* (222 tis.; 7,60 %). Velmi dobře si vedly i víkendové akviziční filmy vysílané na ČT2.
- **Podíl sportovní stanice ČT sport na vysílání se meziročně snížil o 0,42 p.b. na hodnotu 3,32%.** Za poklesem stojí především neolympijský rok a absence globálně sledované sportovní události, jakou byl v roce 2022 fotbalový šampionát v Kataru. K i tak pozitivnímu výsledku ČT sport nicméně přispěly významné sportovní akce jako MS v hokeji, MS v atletice, biatlon a další zimní sporty, ale i domácí a mezinárodní fotbalové soutěže. Ve srovnání se sportovními programy evropských televizí veřejné služby se z hlediska podílu na divácích kanál ČT sport umístil na druhém místě, hned za švýcarskou televizí.
- **Podíl zpravodajské stanice ČT24 na sledovanosti činil 4,44 %, meziročně došlo k poklesu o 0,47 p.b.** Čtyřladvacítka i přesto zůstala dominantním zpravodajským kanálem na českém televizním trhu, komerční stanice CNN Prima News měla mezi diváky méně než poloviční záběr. Hojně sledovaný byl zpravodajský servis České televize kolem prezidentských voleb a následné inaugurace nového prezidenta ČR, nebo při korunovaci Karla III. Výrazný zájem diváků vzbudilo také zpravodajské pokrytí prosincové tragické události na Filozofické fakultě UK. **V celoevropském srovnání se ČT24 stala mezi sledovanými televizemi veřejné služby zpravodajským kanálem s druhým nejvyšším podílem na sledovanosti** po polské TVP. Na předních příčkách se přitom umísťuje dlouhodobě.

KOMENTÁŘ

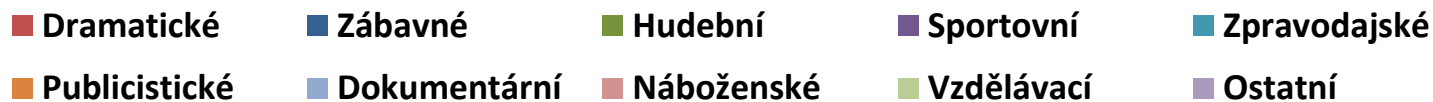
- **Podíl kulturního kanálu ČT art na publiku přesáhl v minulém roce jednocentní hranici (1,04 % v čase vysílání ČT art, tedy mezi 20. a 6. hodinou).** Jedná se o druhý nejlepší výsledek od začátku vysílání v roce 2013. Nejsledovanějším pořadem ČT art byl v minulém roce *Korunovační koncert pro Karla III.*, odvysílaný v neděli 7. května (sledovanost 143 tisíc diváků při podílu 5,12 %). Stanice ČT art skončila v mezinárodním srovnání kanálů orientovaných na kulturu přibližně uprostřed pole, hned za německou ARTE. Pro představu, britská BBC Four dosáhla mírně nižšího podílu na divácích než ČT art (0,8 %).
- **Podíl programu ČT :D na dětském publiku ve věku 4-12 let dosáhl jak v celé vysílací ploše (6-20 hodin), tak v hlavním vysílacím čase (17-20 hodin) nejvyšších hodnot od začátku vysílání v roce 2013.** Ve svém celku dosáhlo Děčko podílu na dětských divácích 30,50 % při nárůstu 0,63 p.b., v hlavním čase pak 32,37 % při navýšení o 1,77 p.b. Program ČT :D je tradičně úspěšnější u mladších dětí ve věku 4-9 let, mezi kterými dosáhl celkový podíl na sledovanosti 34,55 %, v hlavním čase pak 36,79 %. Sledovanost se nicméně zvýšila i mezi staršími dětmi ve věku 10-12 let. Česká televize jako celek zůstává u dětského diváka ve věku 4-12 let suverénně nejvyhledávanějším tuzemským vysílatelem. Podíl v dětské cílové skupině činil v čase 6-20 hodin 41,94 %, což je nejvíce v historii měření sledovanosti. U mladších dětí ve věku 4-9 let to bylo dokonce 44,72 %. Ve srovnání s dětskými programy evropských televizí veřejné služby je kanál ČT :D na druhé pozici, hned za norským NRK Super.
- **Klíčový kvalitativní parametr hodnocení České televize, tedy spokojenost, je jako celek dlouhodobě stabilní, v meziročním porovnání došlo k jeho drobnému poklesu o 1 p.b. na 83 %.** Na stejné úrovni jako v roce 2022 zůstala spokojenost s pořady stanic ČT2 (86 %) a ČT sport (87 %). K poklesu o 1 p.b. došlo u kanálů ČT1 (na 82 %) a ČT art (na 86 %), o 2 p.b. pak u ČT24 (na 81 %). Vysílání stanice ČT :D nejlépe hodnotí diváci, kterým je primárně určena, tedy děti ve věku do 6 let (hodnota koeficientu 90 %). Hodnocení vysílání ČT :D rodiči dosáhlo hodnoty 81 %. Mezi nejlépe hodnocené cykly určené dětem řadí rodiče ***Večerníček*** nebo pořad ***Tamtam***. Oproti tomu děti hodnotily nejlépe seriál ***Mira, královský detektiv*** a cyklus ***Zachraň se, kdo můžeš!***

KOMENTÁŘ

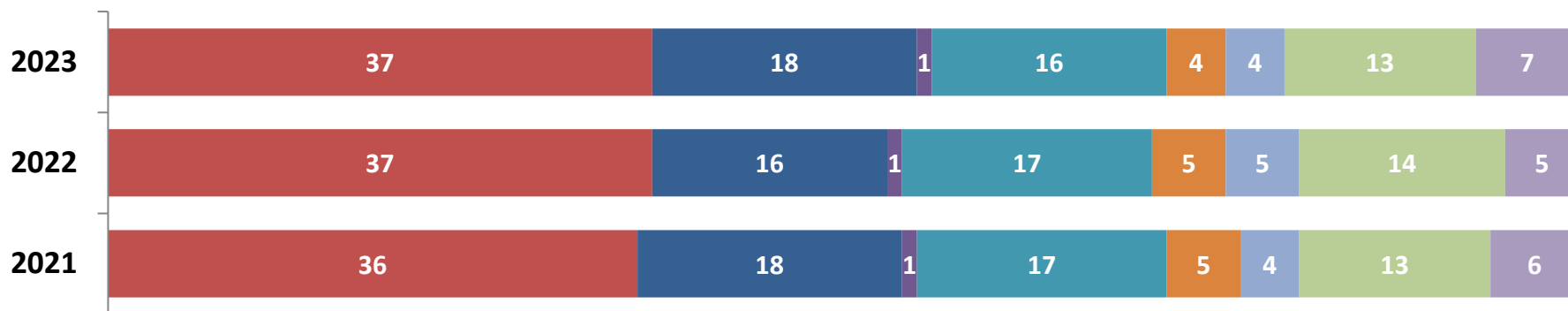
- **V rámci domácí premiérové dramatické tvorby byli v roce 2023 diváci spokojeni především s cykly *Kukačky 2* (hodnota koeficientu 86 %) a *Docent* (84 %).** Z akvizičních titulů se nejlépe dařilo britským seriálům *Všechny velké a malé bytosti III* (93 %) a *Zavolejte porodní sestřičky XI* (91%). Zábavným pořadům vévodily *Toulavá kamera* (89 %) a dvanáctá řada taneční show *StarDance* (88 %). Na ČT2 patřily mezi výrazně kladně hodnocené cykly *Útulek pro záchranu šimpanzů Jane Goodallové* (92 %) a *Sto divů světa II* (91 %). Na ČT art se nejlépe hodnoceným pořadem stal akviziční seriál *Tohle jsme my* (91 %). K nejpozitivněji přijatým pořadům se zařadil také dokumentární film o herci Petru Kostkovi (91 %).
- Také v uplynulém roce se ukázalo, že divácké hodnocení ČT24 posiluje při přenášení aktuálních společensky významných událostí. V prvním pololetí uplynulého roku vévodily žebříčku přenosy z inaugurace nového prezidenta republiky (90 %) a z korunovace britského krále Karla III. (88 %). Ve druhém pololetí šlo o *Poslední rozloučení s K. Schwarzenbergem* (92 %) a speciál ČT24 ke střelbě na FF UK v Praze (88 %).
- **Z hlediska dalších dvou kvalitativních parametrů, tedy originality a míry zaujetí, na tom byla podobně jako v roce 2022 nejlépe stanice ČT art, následovaná ČT2.** Koeficient míry originality ČT art činil 73 %, koeficient míry zaujetí dokonce 86 %.

ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

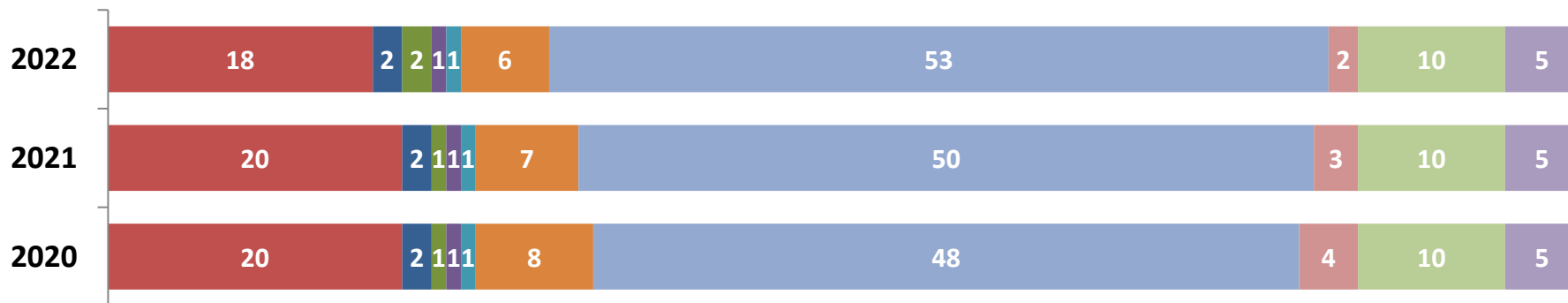
Zdroj: PROVYS ČT, v %



ČT1



ČT2



KOMENTÁŘ

- **Pouze k drobným změnám došlo v žánrové struktuře hlavního kanálu ČT1.** Na jeho vysílání mají stabilně nejvyšší podíl dramatické pořady, v posledních dvou letech to bylo 37 %. Podíl zábavných pořadů se zvýšil meziročně o 2. p.b. na 18 %, za nárůstem stojí zejména taneční soutěž *StarDance*. V porovnání s rokem 2022 došlo k poklesu podílu zpravodajských, publicistických, dokumentárních a vzdělávacích pořadů o 1 p.b.
- Pokud jde o žánrovou strukturu programu ČT2, registrujeme zde další nárůst podílu **dokumentárních pořadů, tentokrát o 3 p.b. na hodnotu 53 %.** Meziročně stabilní zůstal podíl vzdělávacích pořadů (10 %), pokles jsme zaznamenali u pořadů dramatických (-2 p.b.), publicistických a náboženských (shodně -1 p.b.).

RQI – ŽÁNRY

PŘEHLED ZA ROK 2023

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2023 (2022; Ø 2017-2021)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	40 (42;44)	21 (22;23)	55 (57;58)	38 (39;41)	4 (7;5)	30 (32;34)	17 (19;19)	1 (1;1)	22 (22;22)	23 (25;30)
Spokojenost	80 (81;80)	81 (83;81)	82 (83;82)	84 (86;85)	86 (87;86)	86 (88;85)	84 (86;83)	84 (90;84)	84 (84;83)	**
Originalita	51 (46;50)	58 (60;63)	56 (57;61)	60 (60;63)	69 (63;71)	70 (68;70)	62 (64;68)	73 (63;71)	48 (44;49)	**
Zaujetí	65 (67;64)	73 (77;74)	74 (72;72)	76 (79;76)	83 (83;83)	85 (86;83)	74 (83;79)	77 (88;83)	74 (72;65)	**
Hlavní kanál ČT	48 (50;59)	46 (49;55)	*	14 (17;22)	*	36 (37;43)	34 (38;40)	*	57 (56;57)	48 (46;33)
Podíl premiér	76 (78;78)	28 (26;26)	14 (10;13)	23 (10;20)	16 (10;15)	14 (12;13)	48 (42;50)	19 (19;23)	59 (58;54)	18 (16;16)
Podíl vlastní tvorby	100 (100;99)	99 (99;99)	27 (23;31)	96 (96;96)	83 (89;79)	32 (34;43)	89 (94;90)	98 (99;99)	97 (97;95)	35 (35;36)

* Hlavní kanál u těchto programových typů není v rámci trackingového výzkumu ČT zjišťován.

** Kvalitativní parametry dětských pořadů jsou měřeny odlišnou metodikou než u ostatních programových typů.

SPOKOJENOST (Q), ORIGINALITA (Q) A MÍRA ZAUJETÍ (I) PREMIÉROVÝMI POŘADY

Zdroj: DKV ČT, v % [2023 (2022; Ø 2017-2021)]

	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady
Spokojenost	80 (83;80)	84 (86;84)	84 (86;86)	86 (86;84)	83 (86;83)	86 (90;86)
Originalita	58 (62;64)	58 (59;63)	69 (62;71)	69 (65;70)	61 (64;66)	79 (63;71)
Zaujetí	72 (75;71)	75 (77;75)	82 (79;82)	83 (84;80)	73 (81;76)	86 (86;83)

KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší průměrný týdenní zásah v populaci 15+ tradičně vykazují dramatické pořady (55 %), následované pořady zpravodajskými (40 %) a zábavnými (38 %).** Meziroční pokles zásahu o 1-3 p.b. prakticky u všech žánrů souvisí s poklesem celkového počtu diváků v porovnání s lety 2020-2022, kdy konzumaci médií ovlivňovaly mimořádné události. Nejprve přišla pandemie covidu, hned po jejím odeznění propukla válka na Ukrajině. Obě události způsobily výrazný nárůst zájmu o zpravodajství, první z nich měla zároveň přímý dopad na životní rytmus domácností, které trávily výrazně více času doma, a tedy i u televizních obrazovek.
- **Také spokojenost s většinou žánrů poklesla o 1-2 p.b.** K mírnému poklesu o 1 p.b. došlo u zpravodajských (80 %), dramatických (82 %) a hudebních pořadů (86 %), o 2 p.b. poklesla spokojenost s publicistickými (81 %), zábavnými (84 %), dokumentárními (86 %) a vzdělávacími pořady (84 %). Skokový pokles o 6 p.b. na úroveň 84 % jsme zaznamenali u náboženských pořadů, což je nicméně hodnota shodná s průměrem let 2017 až 2021. Meziroční pokles spokojenosti náboženských pořadů dáváme do souvislosti s pořadu *Uchem jehly*, který se přestal vysílat na konci roku 2022 a který dosahoval vždy nadprůměrné divácké hodnocení.
- V případě náboženských pořadů ale zároveň meziročně výrazně narostla **vnímaná originalita** (73 %; +10 p.b.), významné navýšení sledujeme také u hudebních (69 %; +6 p.b.), zpravodajských (51 %; +5 p.b.) a sportovních pořadů (48 %; +4 p.b.). Pokles o 2 p.b. jsme zaznamenali u publicistických a vzdělávacích pořadů.
- **Míra zaujetí** byla v roce 2023 v porovnání s předchozím rokem vyšší u dramatických a sportovních pořadů (shodně 74 %; +2 p.b.). Pokles registrujeme především u náboženských (77 %; -11 p.b.) a vzdělávacích pořadů (74 %; -9 p.b.), v menší míře se ale týkal také pořadů publicistických (73 %; -4 p.b.), zpravodajských (65 %; -2 p.b.), zábavných (76 %; -3 p.b.) a dokumentárních (85 %; -1 p.b.).
- **Sledování zpravodajských pořadů na některém z kanálů ČT preferovalo 48 % diváků, u publicistických pořadů to bylo 46 %** (meziroční pokles o 2 p.b., resp. 3 p.b.). Pokles dáváme do souvislosti nejen s dalším posilováním zpravodajského kanálu CNN Prima News, ale také se zahušťování mediálního prostoru online zpravodajskými pořady a podcasty. 36 % diváků označilo některý z kanálů ČT jako hlavní pro sledování dokumentárních pořadů (pokles o 1 p.b.), 48 % pro sledování dětských pořadů (posílení o 2 p.b.).

KOMENTÁŘ

- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, v roce 2023 to bylo 76 %** (meziroční pokles o 2 p.b.). U náboženských pořadů zůstal podíl nezměněný (19 %) a u všech ostatních narostl. Nejvíce, o 13 p.b., to bylo u zábavných pořadů, shodně o 6 p.b. u pořadů vzdělávacích a hudebních. Pozitivní změnu u většiny programových typů dáváme i v tomto případě do souvislosti s absencí stanice ČT3 v roce 2023.
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských, publicistických, zábavných, náboženských a sportovních pořadů se tradičně blíží k hranici 100 %.** Nárůst podílu vlastní tvorby jsme zaznamenali pouze u dramatických pořadů (27 %; +4 p.b.). K poklesu oproti roku 2022 došlo u hudebních (83 %; -4 p.b.), dokumentárních (32 %; -2 p.b.) a vzdělávacích pořadů (89 %; -6 p.b.). U ostatních programových typů zůstal podíl vlastní tvorby stabilní.
- Z hlediska **spokojenosti s premiérovými tituly** jsou nejlépe hodnoceny dokumentární a náboženské pořady (hodnota koeficientu shodně 86 %). U většiny programových typů nicméně došlo k poklesu spokojenosti o 2-4 p.b.
- **Celková míra vnímané originality premiérových titulů** meziročně poklesla o 1-4 p.b. u dramatických, zábavných a vzdělávacích pořadů. K výraznému nárůstu došlo u náboženských pořadů (hodnota koeficientu 79 %; +16 p.b.), k mírnějšímu pak u pořadů hudebních (69 %; +7 p.b.) a dokumentárních (69 %; + 4 p.b.).
- V případě **míry zaujetí premiérovými tituly** jsme zaznamenali výraznější pokles u vzdělávacích pořadů (73 %; -8 p.b.), mírnější pak u dramatických, zábavných a dokumentárních pořadů (v rozsahu 1-3 p.b.).

B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ

ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY

- S ohledem na požadavky kladené zákonem č. 231/2001, o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákonem 483/1991, o České televizi, a Kodexem České televize, bylo definováno šest základních cílů, které by mělo vysílání České televize naplňovat. Jsou jimi
 1. poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie,
 2. podpora vzdělanosti a vzdělávání,
 3. podpora kultury,
 4. podpora sportu,
 5. prezentace regionů České republiky, Evropy a světa,
 6. rozvoj nových médií a vysílacích služeb.
- Šest uvedených obecných cílů reflektuje širokou škálu požadavků definovaných shora uvedenými normami. Cíle jsou naplňovány prostřednictvím jednotlivých programových typů (žánrů), např. zpravodajstvím, publicistikou, dokumenty, vzdělávacími, dramatickými, sportovními či dětskými pořady, jejichž výrobu ukládá ČT jako jeden z hlavních úkolů veřejné služby Zákon o ČT. Pro jednotlivé programové typy (žánry) přitom zejména Kodex ČT definuje zásady, jež musí vysílání České televize dodržovat.
- Míra naplňování zásad je hodnocena pomocí sad indikátorů pro jednotlivé žánry, jejichž úroveň je vyhodnocována na základě měřitelných postojů a chování veřejnosti, měřitelných „tvrdých“ dat, domácích nebo mezinárodních srovnání, či třeba prostřednictvím kvalitativních obsahových analýz a expertních posouzení.

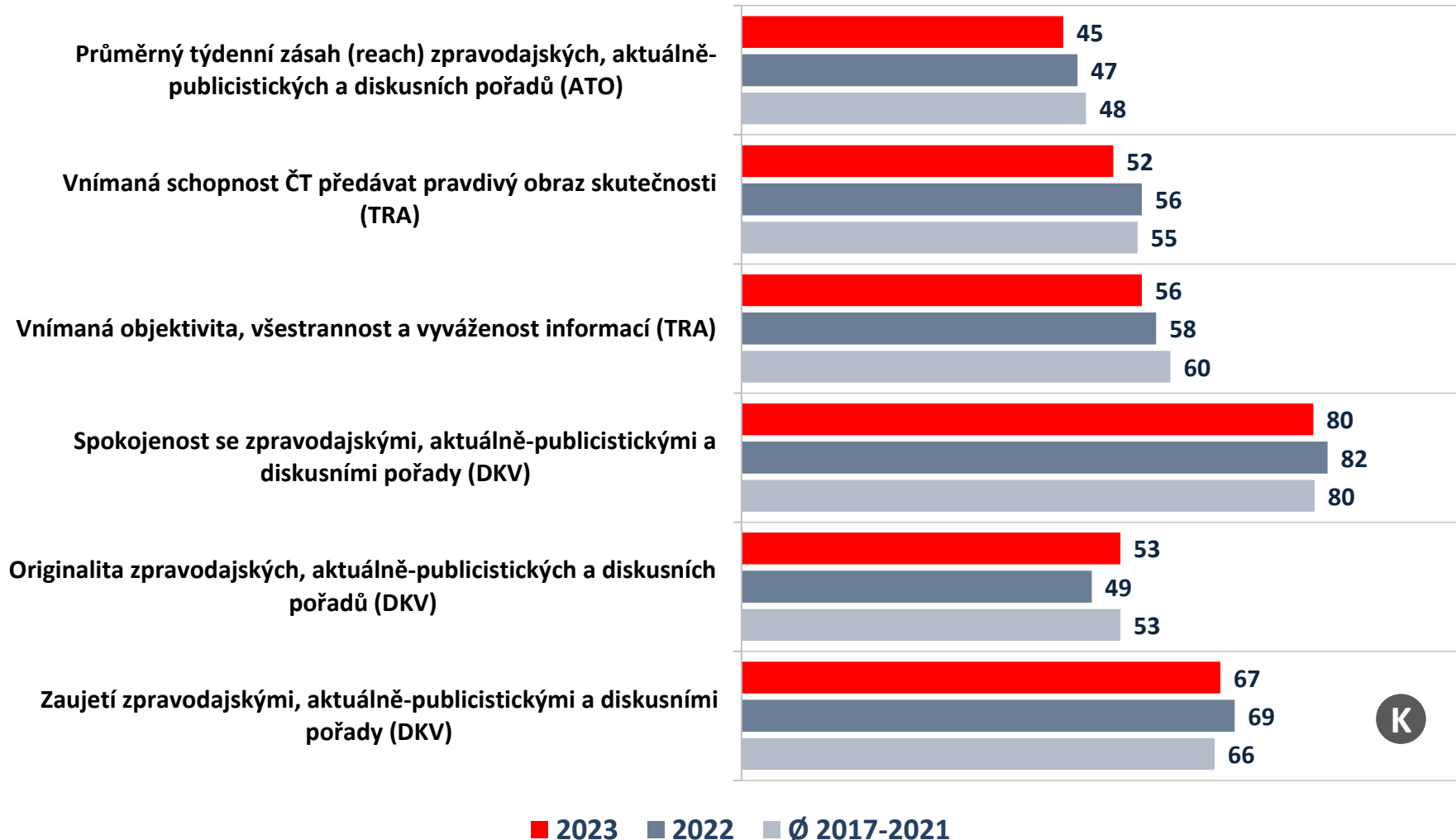
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 1

- „Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivitu a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“ (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, § 31 odst. 3)
- „Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů...“ (Zákon o ČT, § 2 odst. 2 písm. a)
- „Programy České televize umožňují svobodné šíření, výměnu, případně konfrontaci informací, názorů a postojů. Základní smysl jejího působení spočívá ve vytváření otevřeného prostoru pro veřejnou rozpravu o otázkách veřejného zájmu a pro sdělování rozmanitých zkušeností či prožitků vnímání světa, který diváky obklopuje.“ (Kodex ČT, čl. 1 odst. 1.2)
- „Prvořadým úkolem České televize je zprostředkovávat informace ve zpravodajských a aktuálně publicistických pořadech. Divákům poskytuje informace důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.1)
- „Aktuálně-publicistické pořady České televize nabízejí především kritickou reflexi reality, musí jít do hloubky věcí, zjišťovat pravé příčiny jevů a popsat rozsah následků.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.3)
- „Ve zpravodajství a aktuální publicistice Česká televize dbá na přesnost a nestrannost, spočívající především ve zjišťování a ověřování skutečností.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.6)
- „Česká televize je při získávání a zpracovávání informací plně podřízena imperativu zjistit a divákům zprostředkovat pravdivý obraz skutečnosti a v případech, kdy to pro nemožnost opatřit si všechny informace není beze zbytku uskutečnitelné, postupovat s cílem pravdě se maximálně přiblížit.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.8)
- „Česká televize nesmí odvyšlat informaci, jejíž původ není znám. Je povinna seznámit diváky se zdrojem vysílané informace s výjimkou obecně známých skutečností a informací převzatých od renomovaných zpravodajských agentur, které ji zásobují informacemi na základě platné smlouvy.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.11)

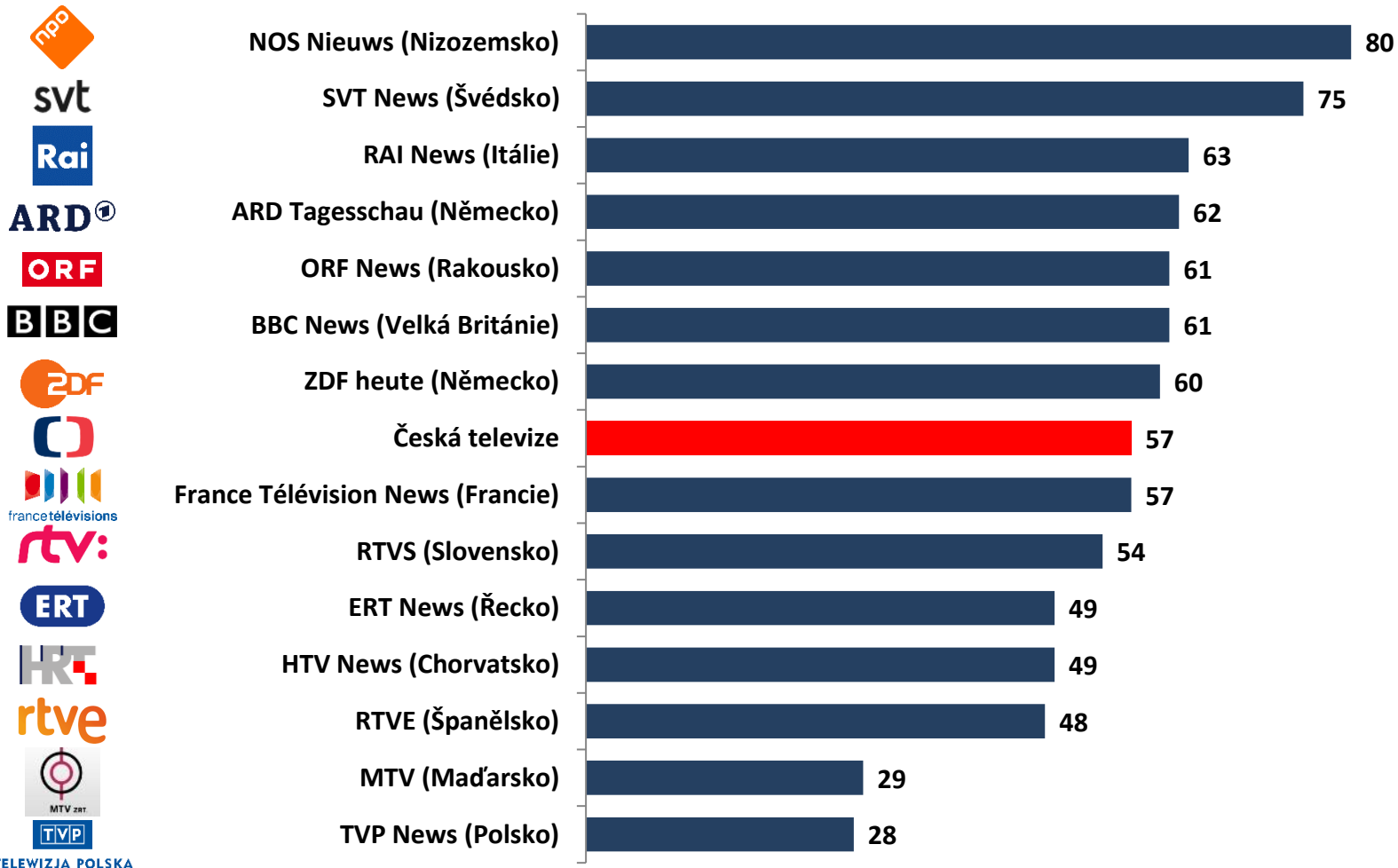
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, DKV ČT, v %



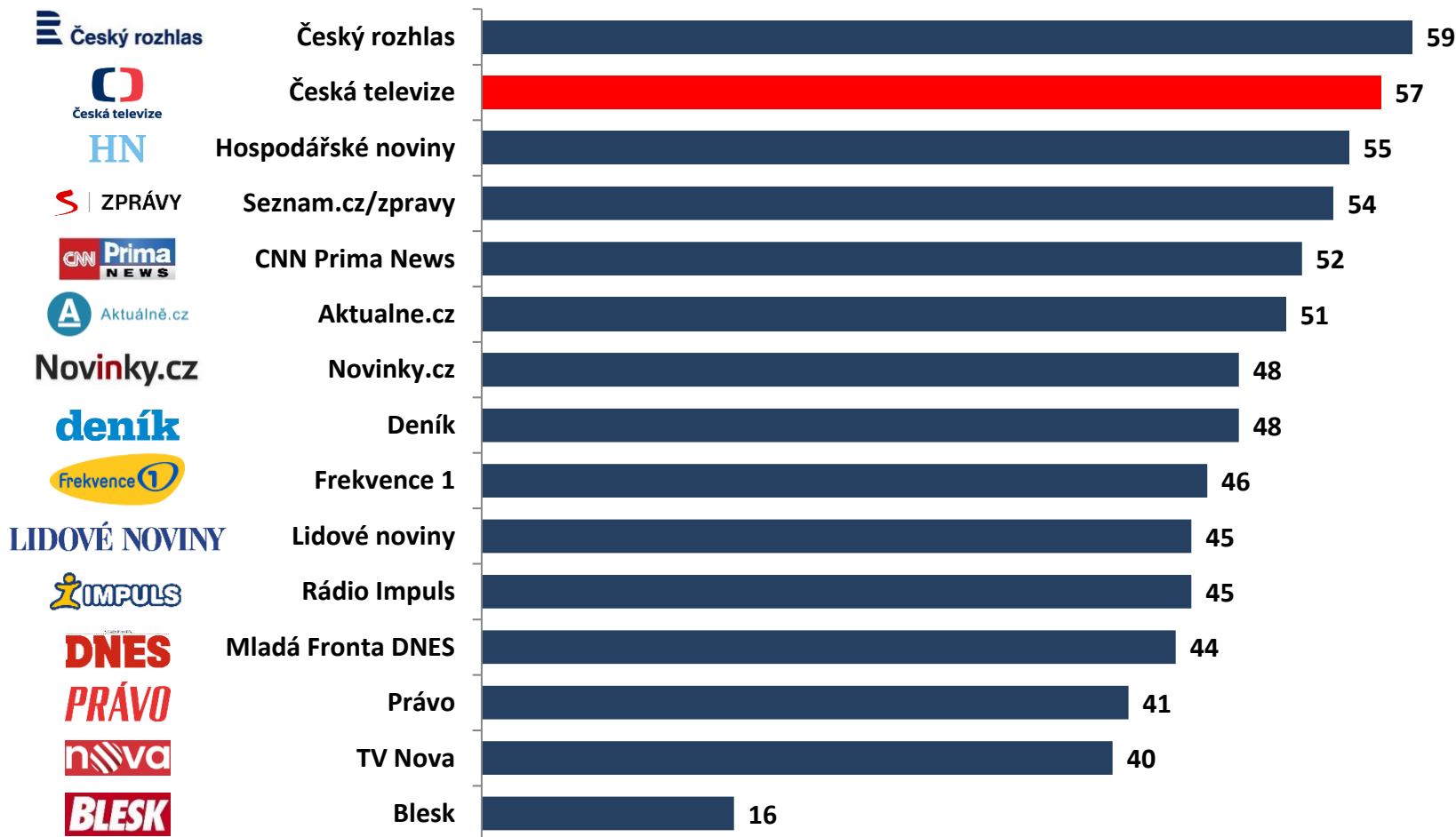
2023: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2023, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)



2023: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2023, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)

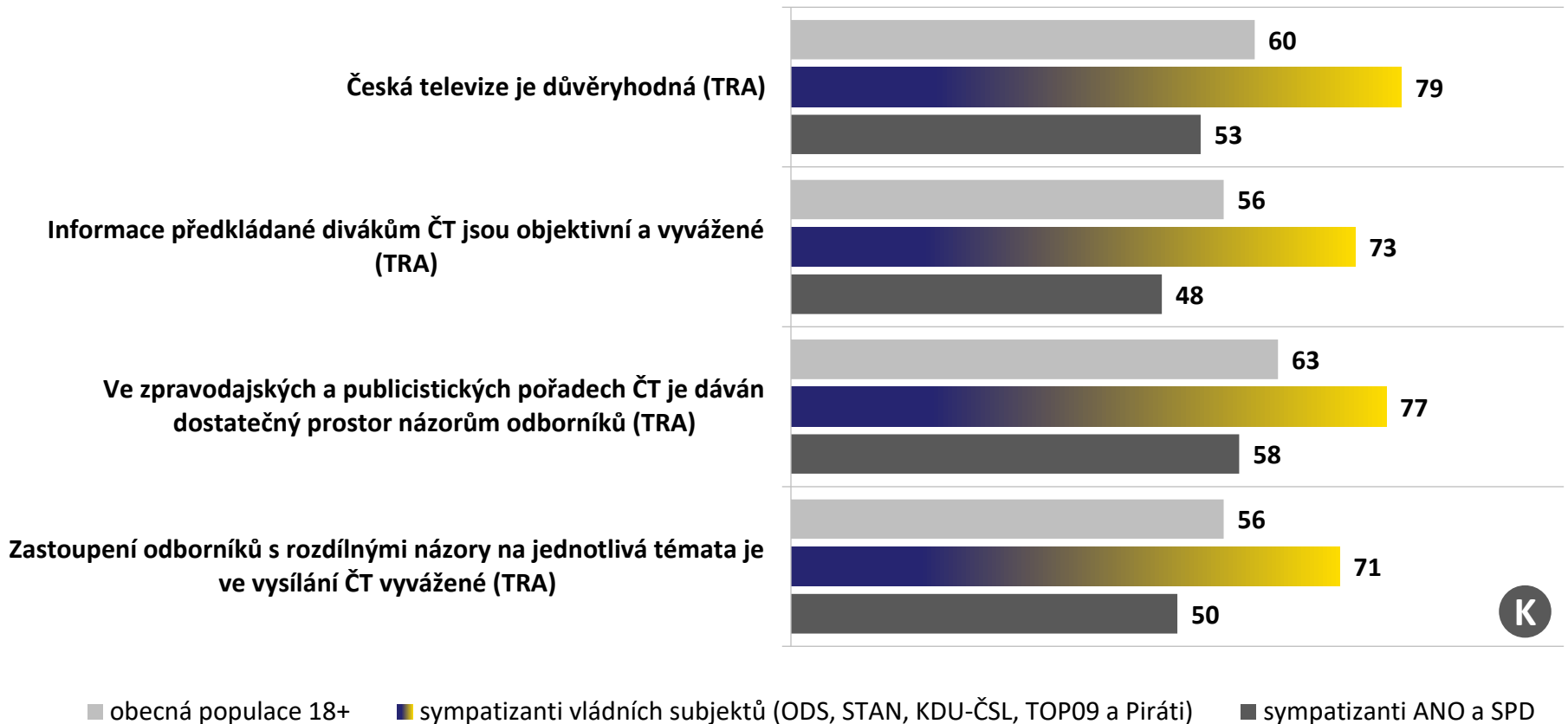


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v populaci 15+ v roce 2023 meziročně mírně poklesl, a to na hodnotu 45 % (-2 p.b.).** Pokud jde o konkrétní témata, největší pozornost věnovali diváci prezidentských volbám konaným za začátku roku a následné inauguraci nového prezidenta Petra Pavla. Dalšími výrazně sledovanými událostmi byla korunovace britského panovníka Karla III. nebo speciály k tragické střelbě na FF UK.
- **Rovněž spokojenost s výše uvedenými typy pořadů poklesla o 2 p.b. na hodnotu koeficientu 80 %, což odpovídá průměru za roky 2017-2021.** Stejný pohyb jsme zaznamenali také u koeficientu míry zaujetí (67 %; -2 p.b.), naopak koeficient vnímané originality meziročně vzrostl o 4 p.b. na 53 %.
- I nadále mezi diváky **převládá názor, že ČT poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace** (hodnota koeficientu 56 %). Koeficient mapující schopnost **ČT předávat divákům pravdivý obraz skutečnosti** se snížil o 4 p.b., ale stále je mírně pozitivní (hodnota 52 %).
- **V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic dosáhla Česká televize na hodnotu 57 %** (podíl respondentů, kteří na stupnici 0-10 ohodnotili důvěryhodnost ČT známkou 6 a více). **Výsledek ČT je srovnatelný s významnými veřejnoprávními evropskými vysíláři, jakými jsou německá ZDF či France Télévisions.**
- **Součástí výzkumu realizovaného institutem Reuters a Univerzitou v Oxfordu je tradičně také hodnocení důvěryhodnosti hlavních zpravodajských zdrojů v jednotlivých státech.** Česká televize se v tomto ohledu umístila na druhé příčce, těsně za Českým rozhlasem (ČT 57 %; ČRo 59 %), třetí skončily Hospodářské noviny (55 %). Další významná zpravodajská média, např. Seznam Zprávy, CNN Prima News, Aktualne.cz, Novinky.cz nebo Deník N vykázala nižší hodnocení důvěryhodnosti zpravodajství.

2023: VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT MEZI PŘÍZIVCI VLÁDNÍCH SUBJEKTŮ A PŘÍZIVCI OSTATNÍCH SUBJEKTŮ ZASTOUPENÝCH V POSLANECKÉ SNĚMOVNĚ PARLAMENTU ČR

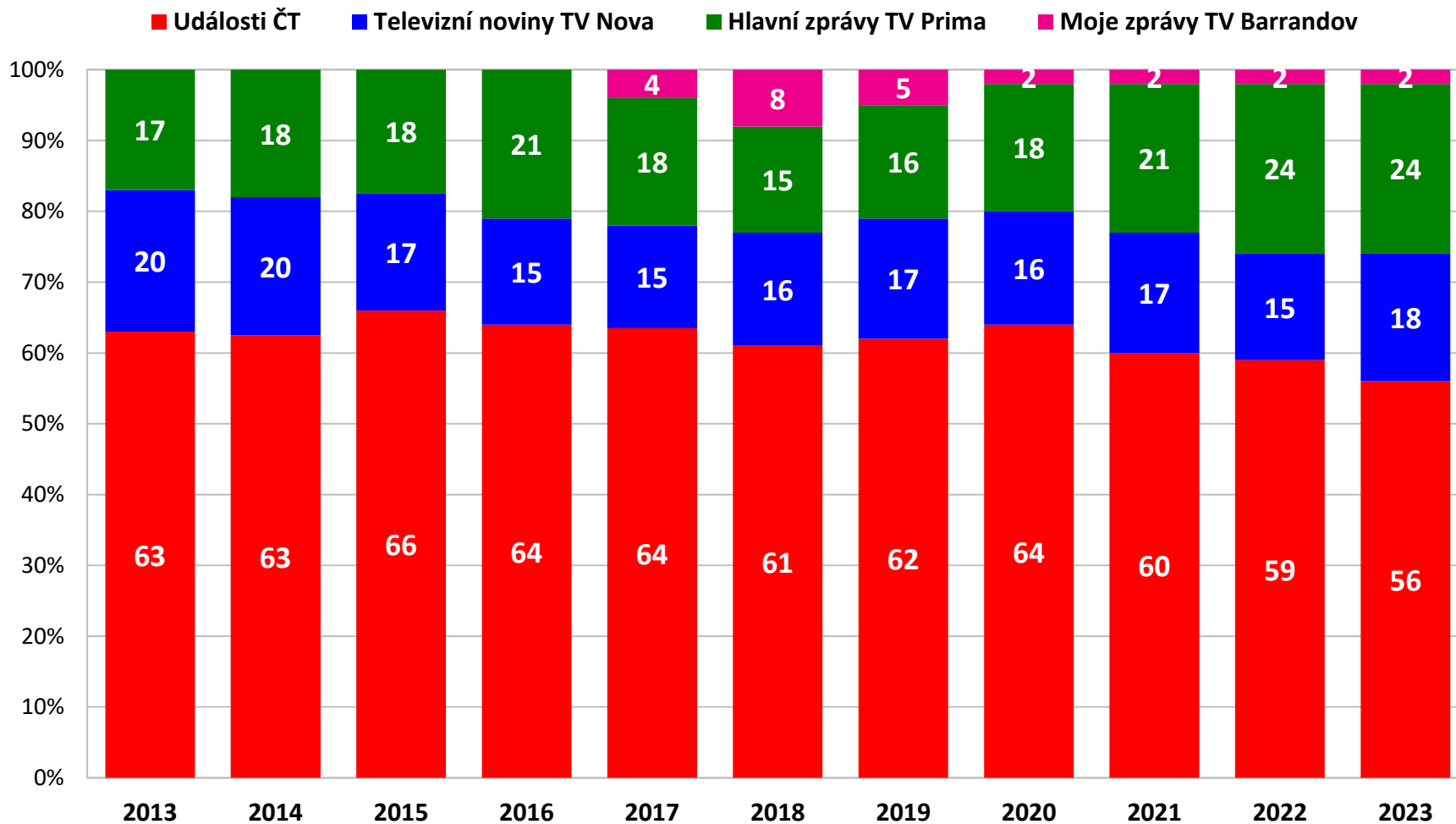
Zdroj: Tracking ČT, v %



K

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT

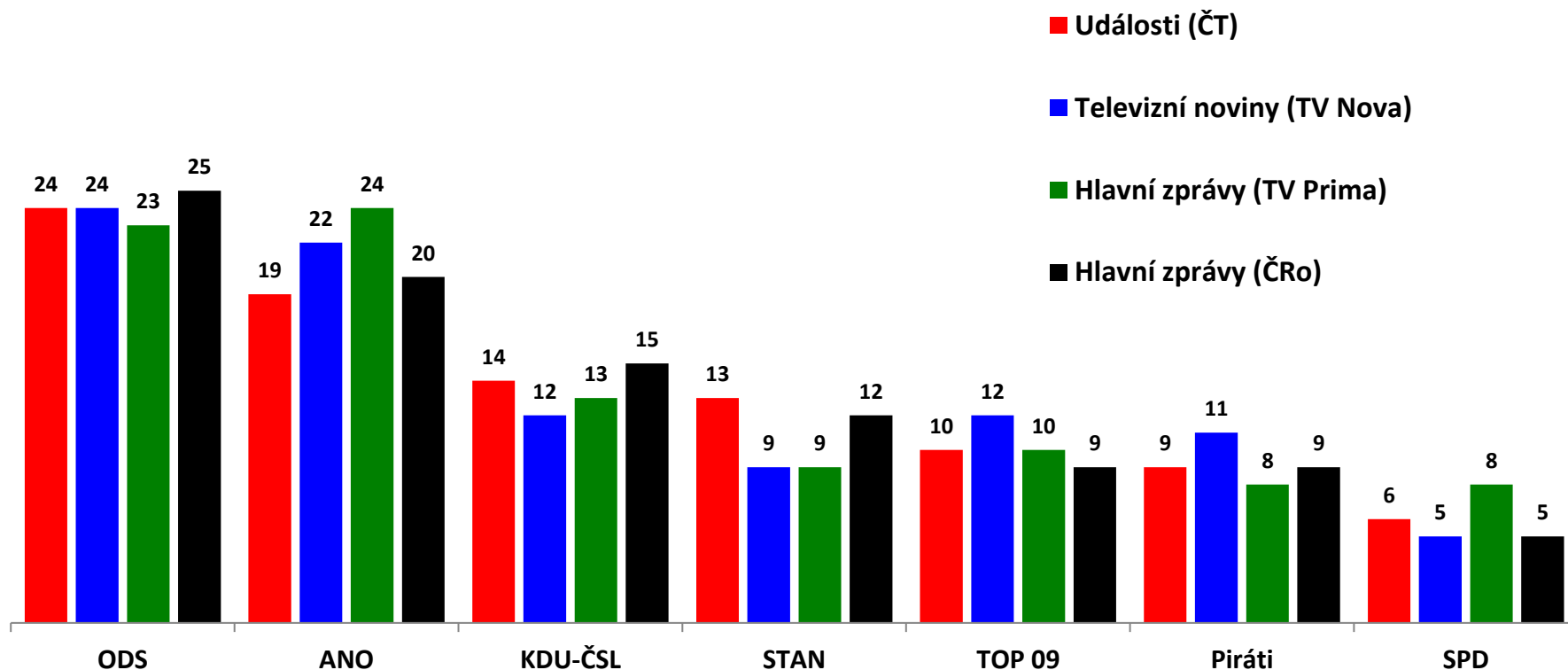
- **Příznivci vládních politických subjektů považují ve svém celku Českou televizi za důvěryhodnou instituci (hodnota koeficientu 79 %); celkově mírně pozitivní hodnocení registrujeme i u zastánců opozičních stran zastoupených v Poslanecké sněmovně (53 %).** V obou skupinách v souhrnu převládá názor, že ČT ve svých zpravodajských a publicistických pořadech dává dostatečný prostor názorům odborníků. (77 %, resp. 58 %). Mezi příznivci koalice také výrazně dominuje mínění, že *odborníci ve vysílání ČT jsou zastoupeni vyváženě s ohledem na rozdílné názory na jednotlivá témata* (71 %), ovšem podporovatelé opozice jsou v tomto bodu rozpolcení (50 %). Koeficient indikátoru *objektivnosti a vyváženosti informací předkládaných divákům* dosáhl hodnoty 73 % u sympatizantů koalice a 48 % u podporovatelů opozičních hnutí.
- Z výše uvedeného je patrné, že **sympatizanti stran zastoupených ve vládě jsou v porovnání s příznivci opozičních hnutí ANO a SPD při hodnocení jednotlivých aspektů zpravodajství a publicistiky obecně výrazně pozitivnější** (rozdíl činí 19-26 p.b.). Takto zásadní rozdíl může souviset jak s dlouhodobou snahou zpochybnit důvěryhodnost České televize ze strany některých významných představitelů opozičních stran, tak i s útoky různých alternativních a dezinformačních médií a s cílenou kritikou televize na sociálních sítích, kde prakticky chybí jakákoliv odborná oponentura.

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

- **Události ČT jsou dlouhodobě vnímány jako jednoznačně nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajská relace na českém televizním trhu.** *Události* takto v trackingovém výzkumu označilo 56 % diváků starších 18 let (meziročně - 3 p.b.), zatímco *Hlavní zprávy TV Prima* považovala za nejdůvěryhodnější přibližně čtvrtina dotázaných (24 %). *Televizní noviny TV Nova* vnímá jako nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajskou relaci 18 % respondentů.

2023: PODÍL SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

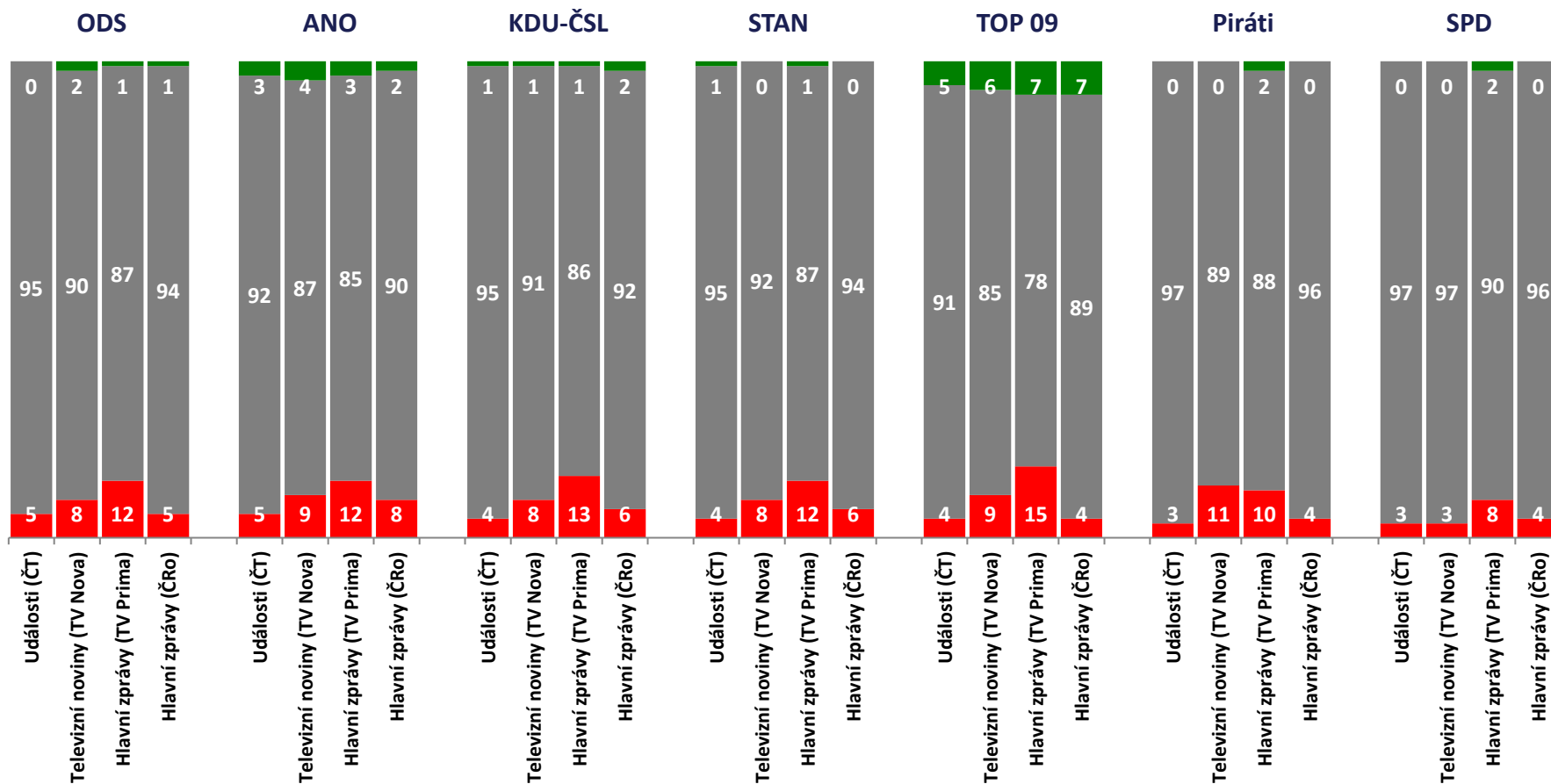
Zdroj: Media Tenor, v %



2023: TÓN MEDIALIZACE SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní



PROSTOR VĚNOVANÝ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM SUBJEKTŮM V HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACI ČT UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, počet zmínek

Celkové počty zmínek o jednotlivých politických subjektech v pořadu *Události*
(7 nejčastěji zmiňovaných stran a hnutí, v závorce uvádíme meziroční procentní změnu)

	ODS	ANO	KDU-ČSL	STAN	TOP 09	PIRÁTI	SPD	CELKEM 7 STRAN
2023	3 481	2 806	2 028	1 968	1 525	1 378	931	14 117
	(-11 %)	(+5 %)	(+6 %)	(-22 %)	(+12 %)	(-16 %)	(-21 %)	(-7 %)
2022	3 926	2 678	1 908	2 513	1 360	1 647	1 183	15 215
	(+55 %)	(-58 %)	(+36 %)	(+75 %)	(+9 %)	(-6 %)	(+34 %)	(-3 %)
2021	2 540	6 453	1 402	1 436	1 250	1 754	881	15 716
	(+32 %)	(-10 %)	(+75 %)	(+104 %)	(+101 %)	(+65 %)	(+82 %)	(+23 %)

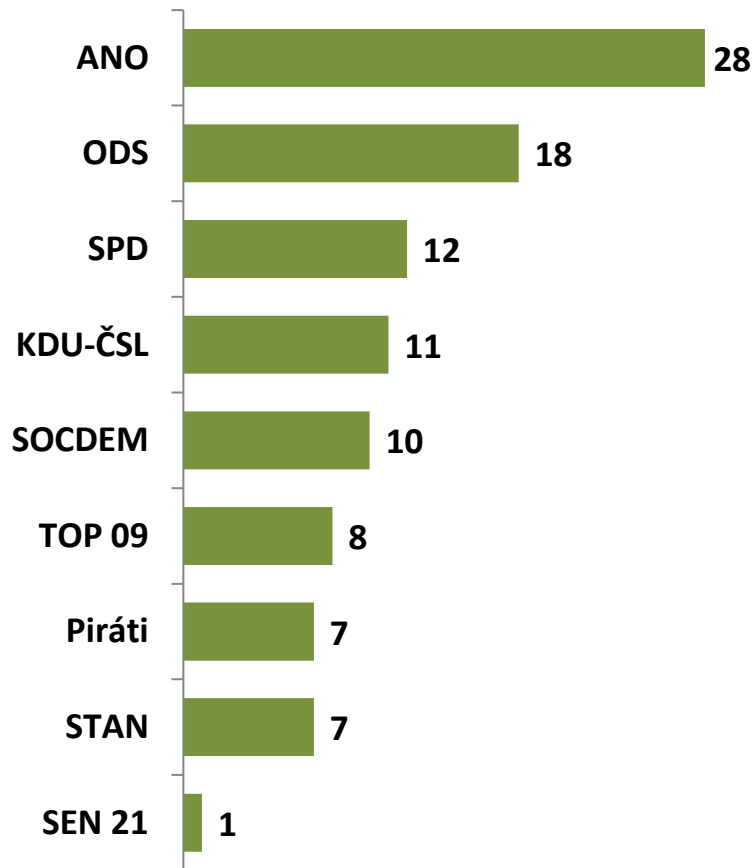
KOMENTÁŘ

- **Hlavní zpravodajské relace ČT, TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu v loňském roce vykazovaly malé rozdíly v relativní intenzitě, s jakou se věnovaly jednotlivým politickým uskupením. Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství měla ve většině případů nejsilnější vládní strana ODS, výjimkou byly – stejně jako v roce 2022 – *Hlavní zprávy* na Primě, kde bylo ještě častěji než ODS zmiňováno hnutí ANO. Ve zbylých relacích se hnutí ANO umístilo na druhém místě, následováno menšími subjekty podílejícími se na koalici v pořadí KDU-ČSL, STAN, TOP 09 a Piráti. Opozičnímu hnutí SPD hlavní zpravodajské relace věnovaly 5-8 % z celkové plochy vyhrazené politickým uskupením (v případě ČT to bylo 6 %).**
- **Tón medializace politických subjektů v pořadu *Události* vykazoval v porovnání s jinými zpravodajskými relacemi podobně nízké podíly pozitivních a výrazně nižší podíly negativních výpovědí (především v porovnání s *Hlavními zprávami* TV Prima), což svědčí o vysoké míře postojové neutrality zpravodajství České televize.** Například v případě hnutí ANO byl podíl negativních výpovědí v jednotlivých médiích následující: ČT 5 %, Nova 9 %, Prima 12 % a ČRo 8 %. V porovnání s rokem 2022 registrujeme u všech sledovaných relací nárůst pozitivních výpovědí o TOP 09 na cca dvojnásobek, což úzce souvisí s referováním o osobě zesnulého bývalého předsedy strany Karla Schwarzenberga. Nejnižší podíl negativních zmínek byl ve všech čtyřech případech zaznamenán u hnutí SPD (ČT 3 %, Nova 3 %, Prima 8 % a ČRo 4 %).
- **V roce 2023 byla v pořadu *Události* nejčastěji zmiňována nejsilnější vládní strana ODS, a to v 3 481 případech, což je v porovnání s rokem 2022 o 11 % méně. Hlavnímu opozičnímu subjektu, hnutí ANO, patřilo celkem 2 806 zmínek, meziročně šlo o nárůst o 5 %.** Další v pořadí byla s počtem 2 028 zmínek KDU-ČSL (+6 %), následována hnutím STAN s 1 968 zmínkami. U hnutí STAN došlo k výraznému propadu zmínek o více než pětinu, důvodem byla nicméně předchozí intenzivní medializace Starostů v roce 2022, a to v souvislosti s kauzou „Dozimetr“. Následují TOP09 (1 525 zmínek), Piráti (1 378) a SPD (931). V případě posledně jmenovaného hnutí došlo meziročně k poklesu počtu zmínek o 21 %, přibližně na úroveň roku 2021. Důvodem byla i v tomto případě skokově vyšší medializace v roce 2022, zejména v souvislosti s komunálními volbami a volbami prezidentskými.

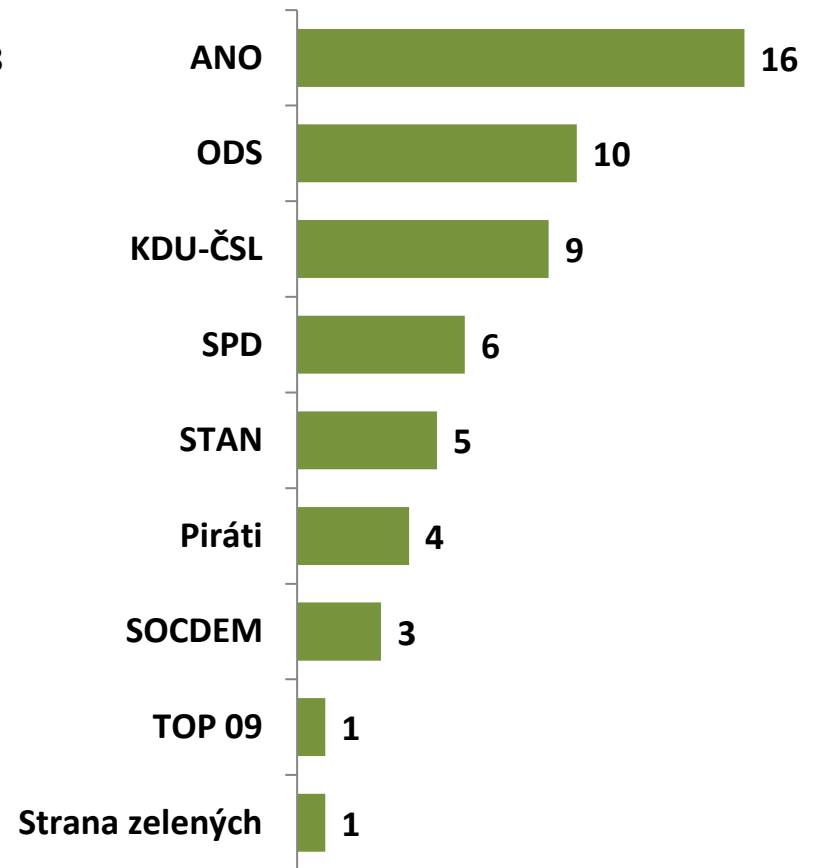
2023: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



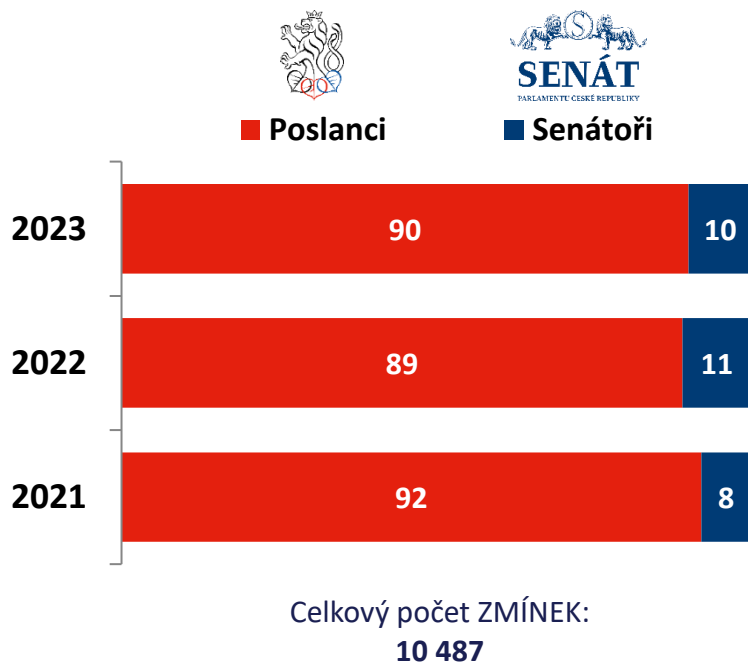
MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



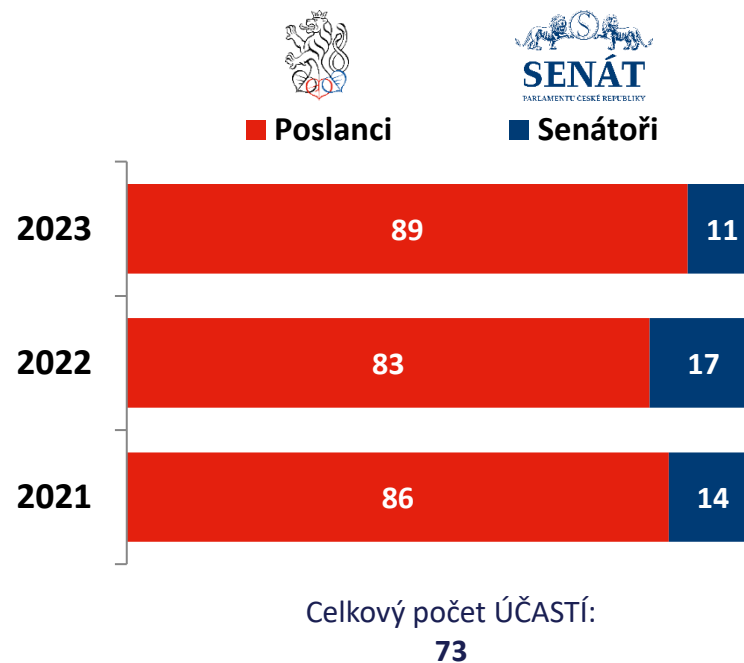
PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZMÍNEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

PODÍL NA ZMÍNKÁCH O ZÁKONODÁRCÍCH V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



PODÍL NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH



KOMENTÁŘ

ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

- **Nejčastějšími diskutéry v pořadu *Otázky Václava Moravce* byli v roce 2023 zástupci opozičního hnutí ANO s 28 účastmi, na vládní ODS připadlo o deset hostů méně (18). Třetí v pořadí bylo hnutí SPD s 12 účastníky debat.**
- **V pořadu *Máte slovo s M. Jílkovou se nejčastěji objevovali rovněž hosté z hnutí ANO (16 účastí), následovaní představiteli vládních subjektů ODS (10) a KDU-ČSL (9).***

POSLANCI A SENÁTOŘI

- **V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslanci a poslankyně nad senátory a senátorkami (90 % vs. 10 %). Ve srovnání s rokem 2022 zůstal poměr v podstatě nezměněn.**
- **Hosté z Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegy a kolegyněmi z horní komory Parlamentu objevovali častěji také v diskusních pořadech (89 % vs. 11 %). Meziročně se nepoměr mírně navýšil.**

2023: VYVÁŽENOST ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Zdroj: Media Tenor

Pořad	Žánrová specifikace pořadu	Počet zkoumaných příspěvků	Počet příspěvků s nálezem k posouzení vyváženosti
Události	všeobecné zpravodajství	600	15
Události v regionech (Praha + Brno + Ostrava)	regionální zpravodajství	200	13
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	3

585 z 600 náhodně vybraných příspěvků odvysílaných v relaci Události bylo analýzou společnosti Media Tenor vyhodnoceno jako obsahově vyvážených. V případě pořadu Události v regionech (pražská, brněnská a ostravská relace) bylo jako obsahově vyvážených vyhodnoceno 187 příspěvků z 200. U Zpráv ve 23 byly téměř všechny zkoumané příspěvky vyhodnoceny jako vyvážené.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.; PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.

KONSOLIDAČNÍ BALÍČEK (1/2)

- **Medializace** tématu „Konsolidační balíček“ byla **spuštěna tiskovou konferencí vlády**, tedy naplánovanou událostí, která svým načasováním a obsahem vyvolala okamžité velmi intenzivní mediální pokrytí napříč českou mediální krajinou.
- Vzhledem k závažnosti tématu věnovala Česká televize tématu **mimořádný prostor**. Zejména v prvních dnech po tiskové konferenci téma vyplňovalo většinu relace Události. Poskytnutý prostor byl vzhledem k závažnosti tématu relevantní.
- **Jazyková prezentace** tématu konsolidačního vládního balíčku **byla z většiny nepříznaková**, bez výraznějšího užití hodnoticích výrazů nebo subjektivnějších řečových strategií.
- **Subjektivněji laděné řečové postupy** či osobněji laděné repliky jsou detekovány zejména **v debatách a rozhovorech**: zde je také určitý prostor pro větší odstup moderátorů od vlastních komentářů; to se netýká reformulací či vysvětlování řečeného vlastními slovy.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.; PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.

KONSOLIDAČNÍ BALÍČEK (2/2)

- Základním mechanismem konstrukce textů reportážních příspěvků je **zpravidla uvádění dvou kontrastních pohledů**, typicky návrh daňového balíčku vs. jeho kritika ze strany opozice a odborů.
- Téma bylo **spojeno s několika hlavními narativními rámci**, které se objevovaly během celé doby a vzhledem ke zpracovávané materii byly logicky volené. Patřily mezi ně: *změna sazeb DPH, důchodová reforma, změna daně z nemovitostí, protesty opozice a odborů proti konsolidačnímu balíčku*.
- **Využité vizualizace byly rutinního charakteru** a tematicky předvídatelné. Neobjevovaly se vizualizace, které by některého z aktérů či stran denotativně negativizovaly či znevýhodňovaly.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.; Mgr. Johana Kotišová, Ph.D.

STŘELBA NA FF UK (1/5)

Přístup ČT k pokrývání střelby na FF UK lze celkově hodnotit jako uměřený, věcný, korektní a poskytující dobrou službu veřejnosti. ČT také postupovala obecně v souladu s Kodexem ČT. Z analýzy vyplývají následující závěry:

- **Reakce ČT na útok byla velice promptní (nejrychlejší ze tří analyzovaných televizních stanic); ČT rychle reagovala i na postupné zpřesňování informací.** V souladu s čl. 19.1 Kodexu ČT zprostředkovala divákům informace o mimořádné události, která ohrozila nebo narušila běžný život. Rozsah pokrytí byl adekvátní vážnosti dopadů na studentstvo FF UK, akademickou obec, obyvatelstvo Prahy i celé České republiky. ČT v souladu s čl. 5.2 a čl. 19.3 Kodexu ČT **o události informovala věcně, rychle, přesně, zpočátku věnovala pozornost především aktuálnímu vývoji události a její prognóze a poté se věnovala analýze příčin a důsledků.** Dílčí nepřesnosti se týkaly nepřesných parafrází zdrojů, kvůli kterým byly někdy neověřené informace prezentovány jako fakta, a v jednom případě nepřesného uvedení zdroje.
- **Analyzované vysílání ČT pokrylo všechna klíčová témata pojící se s událostí a dostalo rolím a úkolům, jež mají média (zvláště média veřejné služby) v čase krize naplňovat:** informovalo, monitorovalo a zpětně hodnotilo postup bezpečnostních složek, analyticky otevíralo složitější témata, jako je bezpečnost ve školách nebo podmínky držení zbraní, obšírně informovalo o možnostech psychologické pomoci a snažilo se posilovat společenskou soudržnost a solidaritu.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.; Mgr. Johana Kotišová, Ph.D.

STŘELBA NA FF UK (2/5)

- **ČT dala ve sledovaném období prostor široké škále mluvčích:** a) svědkům a svědkyním události, zasaženým osobám, pozůstalým a také zástupcům a zástupkyním univerzit (34); b) expertům a expertkám (24), především z oblasti bezpečnosti a psychologie; c) politikům a političkám (20); d) představitelům a představitelkám jednotlivých složek integrovaného záchranného systému a orgánů činných v trestním řízení (27); a e) dalším zdrojům (7), například z řad církve.
- **V souladu s čl. 19.5 Kodexu ČT činnost štábu ČT na místě nijak nepřekážela poskytování pomoci.** Ve vysílání ČT ovšem nastaly tři momenty, kdy nebyla dodržena zásada nezveřejňovat informace, které by mohly narušit probíhající zásah, komplikovat práci záchranných složek či vystavit riziku osoby na místě (šlo o dvojí verbální sdělení informace o pohybu ukrývajících se osob a jedno zobrazení ukrývajících se osob a zasahujícího policisty). Všechny tři případy nastaly v období, kdy ještě nebylo známo, zda je střelec eliminován a zda nemá komplice.
- **Z hlediska práce s nejistotou a působení proti šíření misinformací a dezinformací platí, že ČT se držela informací poskytovaných zasahujícími složkami, případně politickými aktéry.** ČT, až na ojedinělé dílčí nepřesnosti, korektně reprodukovala a parafrázovala oficiální sdělení, odkazovala na zdroje informací a opakovaně upozorňovala také na to, které informace zatím nejsou ověřené.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.; Mgr. Johana Kotišová, Ph.D.

STŘELBA NA FF UK (3/5)

- **Reportování ČT bylo z hlediska formy a stylu věcné a střízlivé, bez zbytečné melodramatičnosti a patosu.** V souladu s čl. 1.7 Kodexu ČT vysílání v divácích neodůvodněně nevyvolávalo pocity úzkosti či strachu, v souladu s čl. 19.3 Kodexu ČT v projevech redaktorů ani při využívání vizuálního materiálu a rozhovorů nepřevažovaly emoce a ČT událost nevyžívala ke zvyšování sledovanosti.
- **ČT neodvysílala záběry, které by bylo možné považovat za zcela zjevně drastické;** pracovala ale s citlivými a znepokojivými zobrazeními. Ty sice vždy měly informační hodnotu, ale v případě zvláště znepokojivých záběrů doporučujeme na jejich odvysílání publikum dopředu upozornit a také omezit využívání citlivých záběrů jako prostých ilustračních záběrů.
- **Postup ČT ohledně zveřejňování jména pachatele nebyl jednotný.** V samotném mimořádném vysílání ČT24 ani v Událostech identita střelce odhalena nebyla; ve vysílání ČT ale tato informace zazněla v pořadu Události v regionech. Zde se přikláníme k praxi neopakovat jméno střelce bez zvláštního důvodu a doporučujeme také sjednocení postupu.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.; Mgr. Johana Kotišová, Ph.D.

STŘELBA NA FF UK (4/5)

- **ČT s jedinou výjimkou (zveřejnění videa zachycujícího policejní zásah natočeného novinářem nacházejícím se v blízkosti zasahujícího policisty) dodržovala pravidlo nezobrazovat plnou podobu pachatele.** I zde doporučujeme sjednotit přístup a podobu pachatele ve všech případech upravovat páskou nebo rozostřením obličeje (pokud situace nevyžaduje opak, například byl-li by pachatel hledán policií). ČT v souladu s čl. 17 Kodexu ČT7 zobrazovala pachatele během jeho střelby výjimečně a obvykle z dobrých důvodů. Za nevhodné ale považujeme užívání záběrů na mířícího střelce a konkrétní vražednou zbraň použitou při útoku jako ilustračních snímků v kontextu debat o legislativě upravující držení zbraně nebo o prověřování spojitosti střelby na FF UK s vraždami v Klánovicích.
- **Ve vysílání ČT byla věnována poměrně velká pozornost typu a účinnosti použité zbraně. Ne vždy bylo přítom zjevné, proč je tak podrobné informování nezbytné.** Zde se přikláníme k praxi minimalizovat pozornost zbraním a postupům pachatele, a to kvůli omezení rizika nápodoby.
- **Ve vysílání ČT jsme nezaznamenaly žádné prvky explicitní či implicitní heroizace útočníka ani živení mýtu osamělého vlka či vyvrhele.** ČT se také vystříhala spekulací o duševním onemocněním střelce. K diskuzi je adekvátnost ojediněle použitého slovního spojení „šílený střelec“.

2023: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.; Mgr. Johana Kotišová, Ph.D.

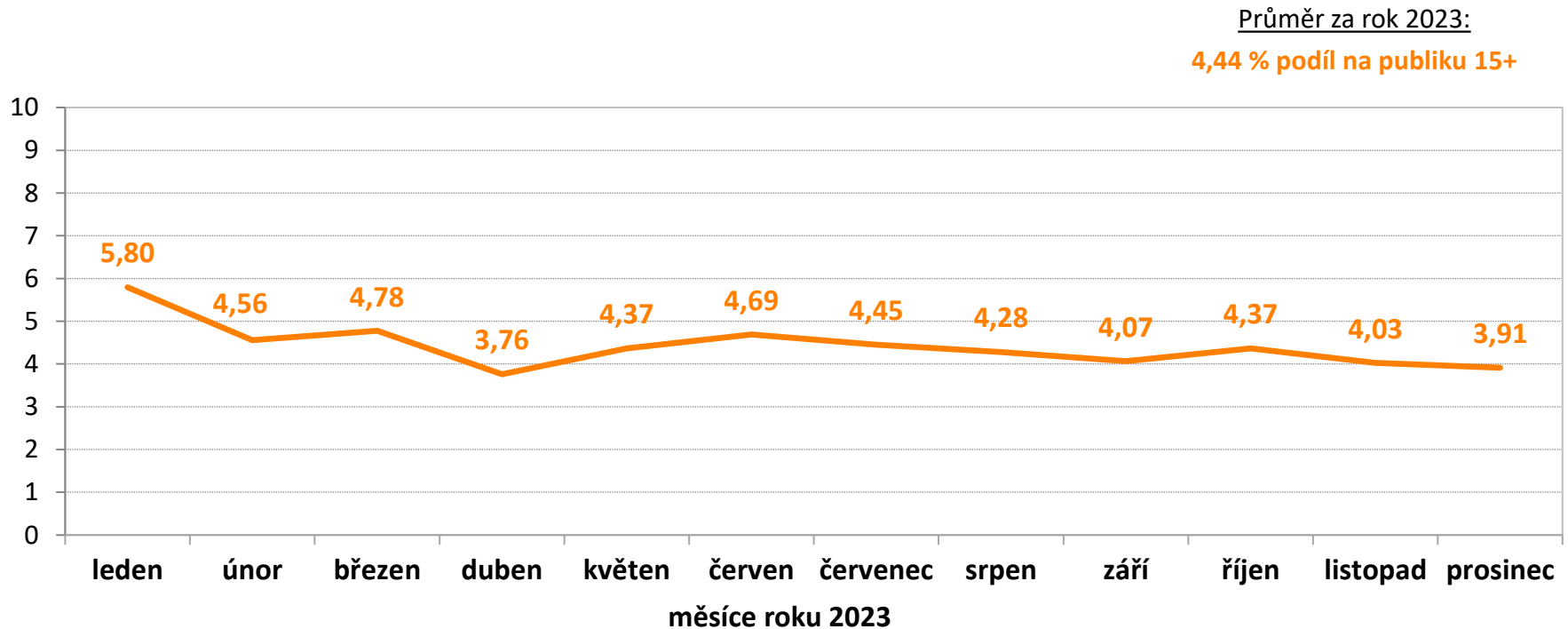
STŘELBA NA FF UK (5/5)

- **ČT nezobrazila „detailní záběry na mrtvé, raněné či šokem vyšinuté lidi“**; postupovala tak v souladu s článkem 17.6 Kodexu ČT, podle kterého lze výjimečně zařadit i tyto záběry, což se ale nestalo. V analyzovaném vysílání ČT jsme identifikovaly několik potenciálně citlivých zobrazení přeživších. Domníváme se, že vzhledem k mimořádně vypjaté životní situaci, ve které se zobrazované osoby nacházely, je vhodné tyto záběry vždy upravit tak, aby tyto osoby nebylo možné identifikovat, což se ne vždy dělo. Považujeme také za vhodné používat tyto citlivé záběry pouze v situacích, kdy je to z novinářského hlediska nevyhnutelné, a nepracovat s nimi jako s běžnými ilustračními záběry.
- **V analyzovaném vysílání ČT se neobjevilo nic, co by naznačovalo neetický přístup novinářů a novinářek k lidem přímo nebo nepřímo zasaženým střelbou.** ČT v souladu s čl. 15.1 Kodexu ČT respektovala právo každého učinit předmětem svobodného rozhodnutí, co ze svého soukromí zpřístupní jiným osobám, a v souladu s čl. 16.5 k natáčení respondenty nijak nenutila. I tak ale v analýze upozorňujeme na několik míst, kde by bylo možné rozhovory se svědky či blízkými přeživších vést poněkud citlivěji.

2023: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

Zdroj: ATO – Nielsen, průměrný podíl na publiku v % (CS 15+)

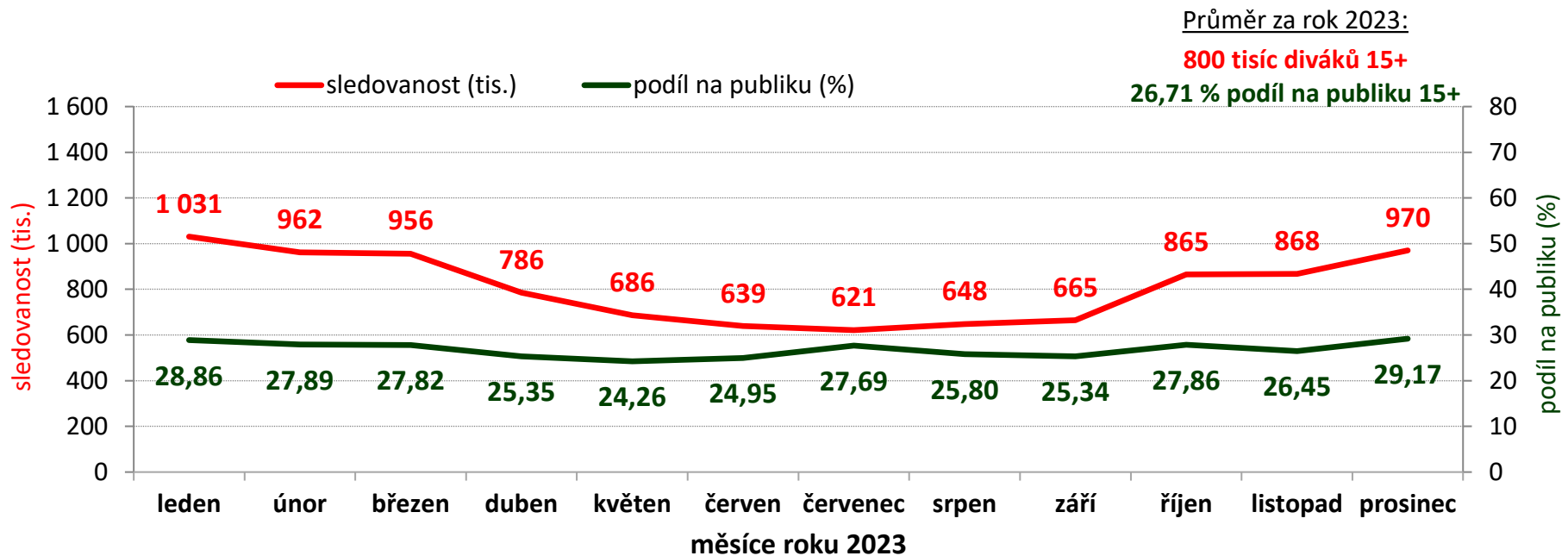
- Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl v roce 2023 hodnoty 4,44 %. Celkově ČT24 svým vysíláním oslovila 73 % dospělé populace ČR, tj. téměř 6 milionů diváků.
- Nejúspěšnějšími měsíci roku 2023 byly z hlediska podílu na sledovanosti leden s 5,80 % a březen se 4,78 %. V průběhu ledna se odehrála dvě kola prezidentské volby, v březnu pak následná vysoce sledovaná inaugurace nového prezidenta Petra Pavla.



2023: SLEDOVANOST A PODÍL POŘADU UDÁLOSTI NA PUBLIKU (ČT1 + ČT24)

Zdroj: ATO – Nielsen, průměrná sledovanost v tisících diváků a průměrný podíl na publiku v % (CS 15+)

- **Hlavní zpravodajskou relaci ČT *Události* v roce 2023 průměrně sledovalo na programech ČT1 a ČT24 800 tisíc diváků starších 15 let,** což je nižší hodnota než ve zpravodajsky exponovaných letech 2020-2022, kdy měli občané nadstandardní potřebu čerpat informace o covidové pandemii, válce na Ukrajině a souvisejících tématech.
- **Průměrný podíl na sledovanosti *Událostí* (ČT1 + ČT24) dosáhl v roce 2023 úrovně 26,71 %.** V porovnání s rokem 2022 se jedná o pokles o 1,05 p.b. Nejvyššího výkonu (29,17 %) dosáhl pořad v prosinci, kdy došlo k tragické střelbě na Univerzitě Karlově a také k poslednímu rozloučení se zesnulým Karlem Schwarzenbergem.
- **Absolutní sledovanost *Událostí* odpovídala v minulém roce průměru dekády, která předcházela pandemii koronaviru a válce na Ukrajině (tedy letům 2011-2019).**



VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

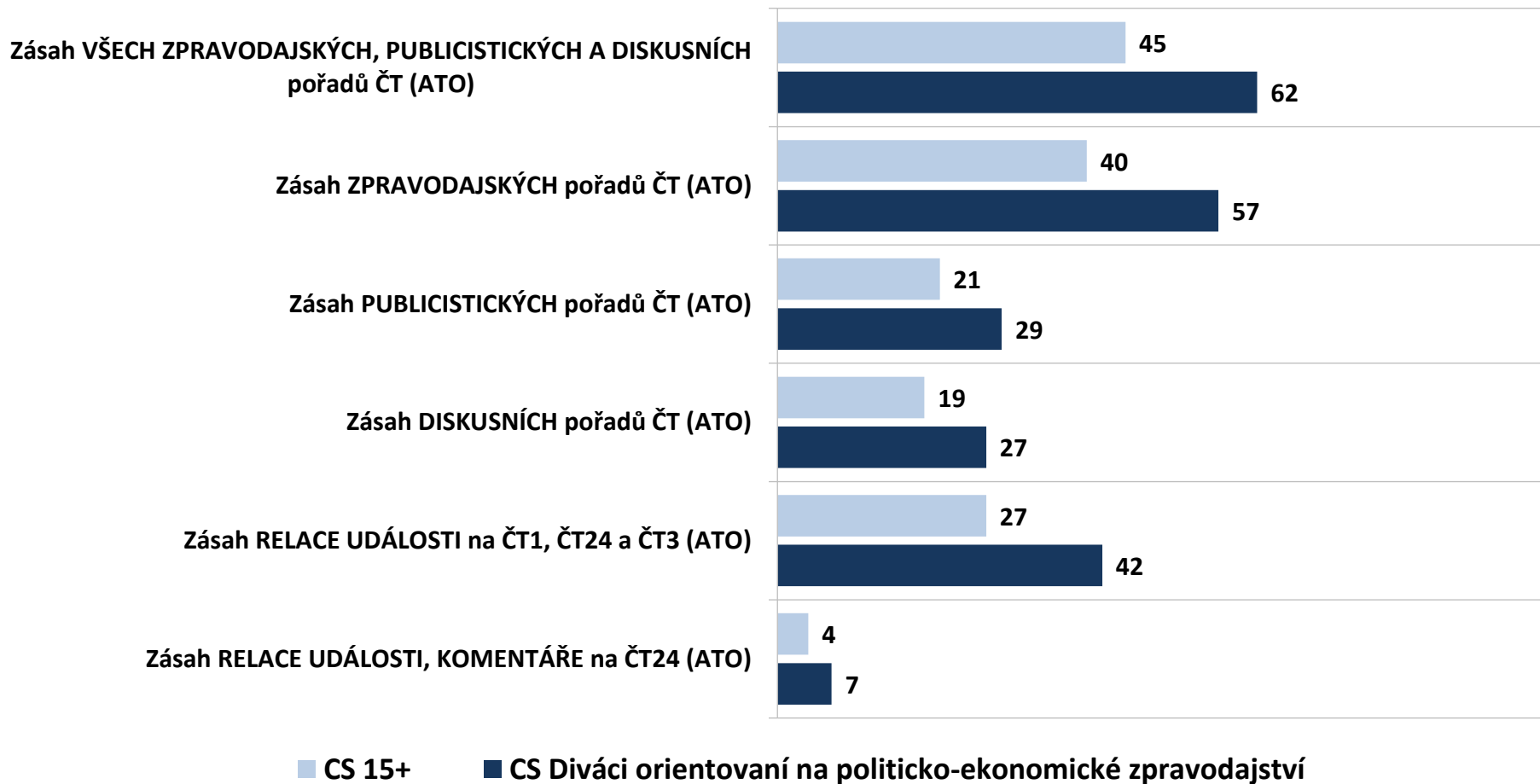
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

Definice divácké skupiny

Diváckou skupinu orientovanou na zpravodajství tvoří diváci, kteří od sledování televizního vysílání intenzivně očekávají zpravodajské informace a denně nebo téměř denně v denním tisku nebo na internetu vyhledávají aktuální zprávy z politiky a ekonomiky a související odborné komentáře.

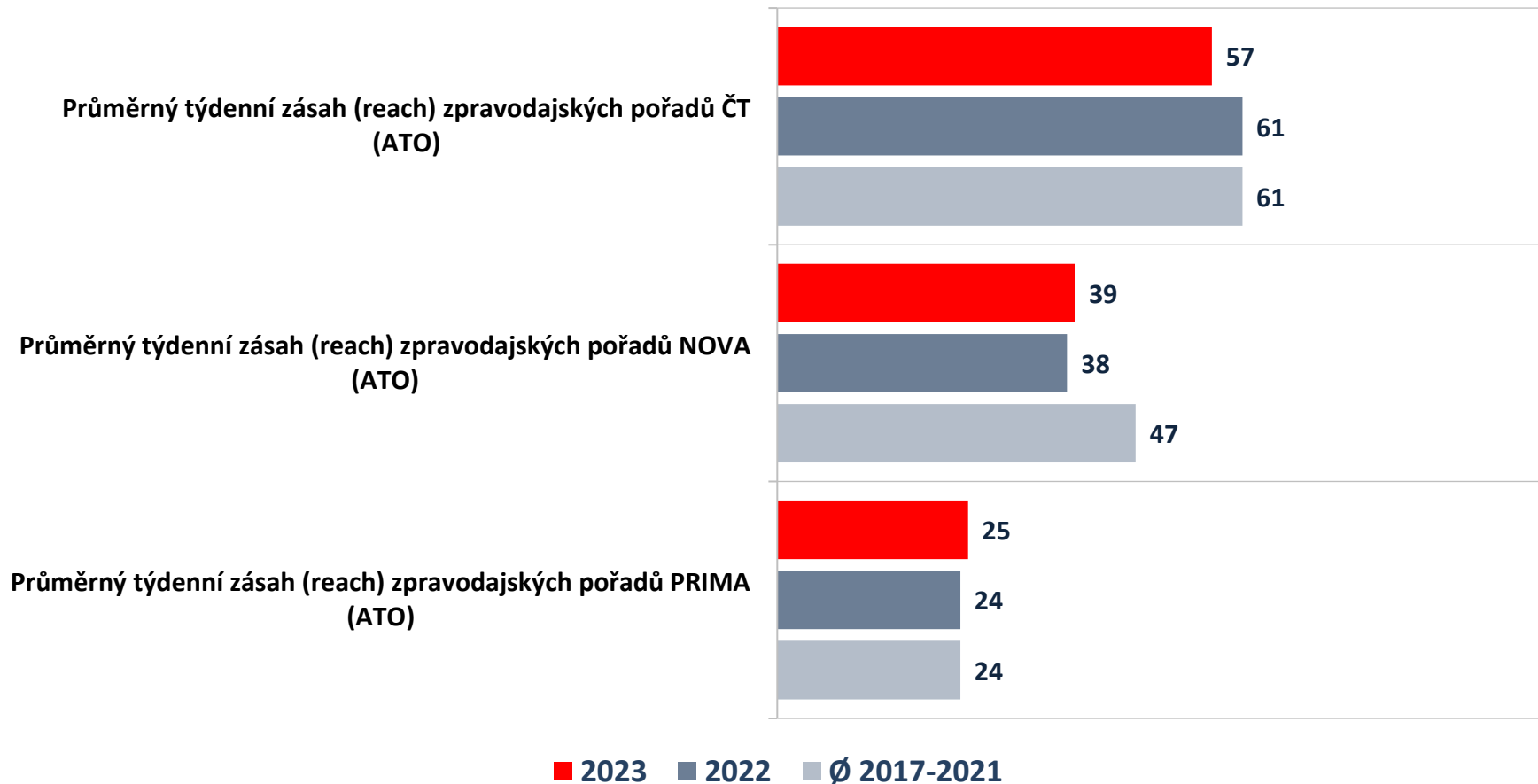
2023: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %



ZÁSAH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ ČT A HLAVNÍCH KOMERČNÍCH STANIC MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

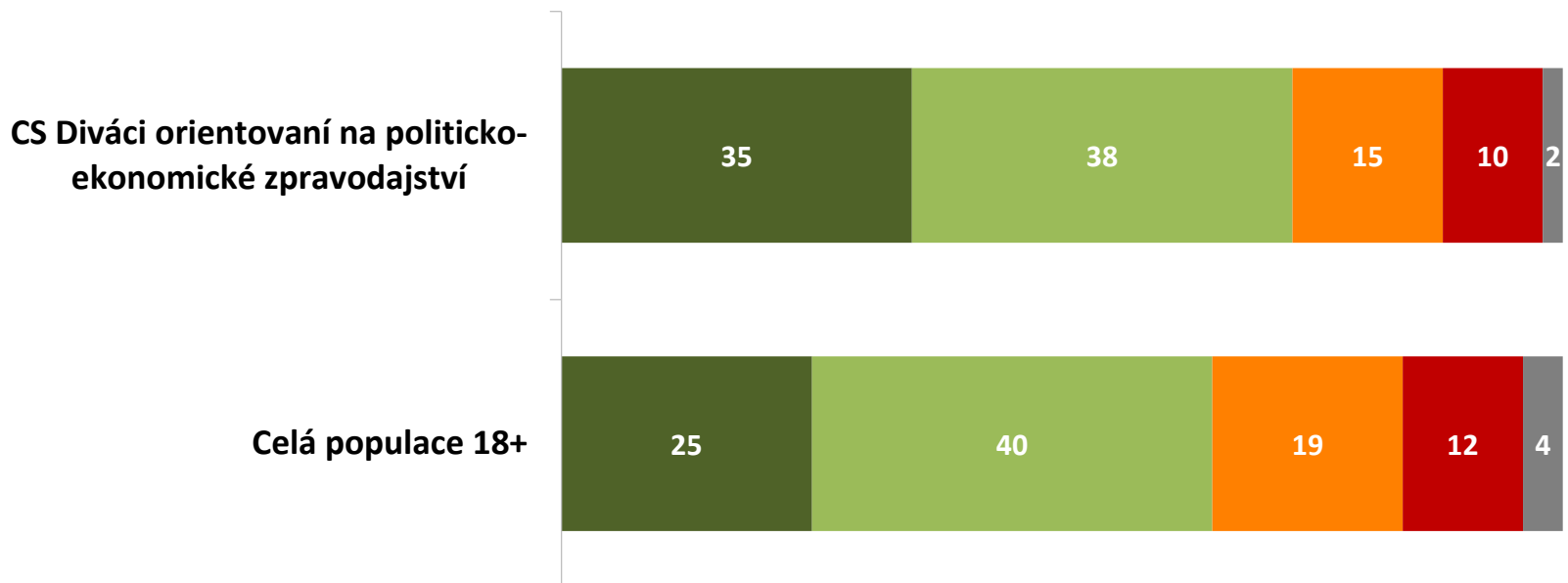


2023: SOUHLAS S VÝROKEM „ČESKÁ TELEVIZE JE DŮVĚRYHODNÁ“ MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ V POROVNÁNÍ S POPULACÍ 18+

Zdroj: Tracking ČT, v %

Otázka: Do jaké míry souhlasíte s výrokem „Česká televize je důvěryhodná?“

■ Rozhodně souhlasím ■ Spíše souhlasím ■ Spíše nesouhlasím ■ Rozhodně nesouhlasím ■ Nevím, bez odpovědi



KOMENTÁŘ

Poznámka: Komentáře na této straně se týkají výhradně divácké skupiny orientované na politicko-ekonomické zpravodajství.

- **Průměrný týdenní zásah celkem zpravodajských, publicistických a diskusních pořadů ČT v cílové skupině diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství dosáhl v minulém roce 62 %, což představuje o 17 p.b. vyšší hodnotu než v obecné populaci 15+.**
- Z jednotlivých podtypů jsme u diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství zaznamenali nejvyšší průměrný týdenní zásah zpravodajskými pořady – 57 %. Průměrný týdenní zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině 29 %, resp. 27 %.
- **Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují výrazně vyšší počet diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic Nova (rozdíl 18 p.b.) a Prima (rozdíl 32 p.b.).**
- **Celkem 73 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá Českou televizi jako důvěryhodnou. U celé dospělé populace činí tato hodnota 65 %*.**

* Jedná se o součet podílů odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“ na otázku „Do jaké míry osobně souhlasíte s výrokem Česká televize je důvěryhodná?“, která je součástí trackingu ČT.

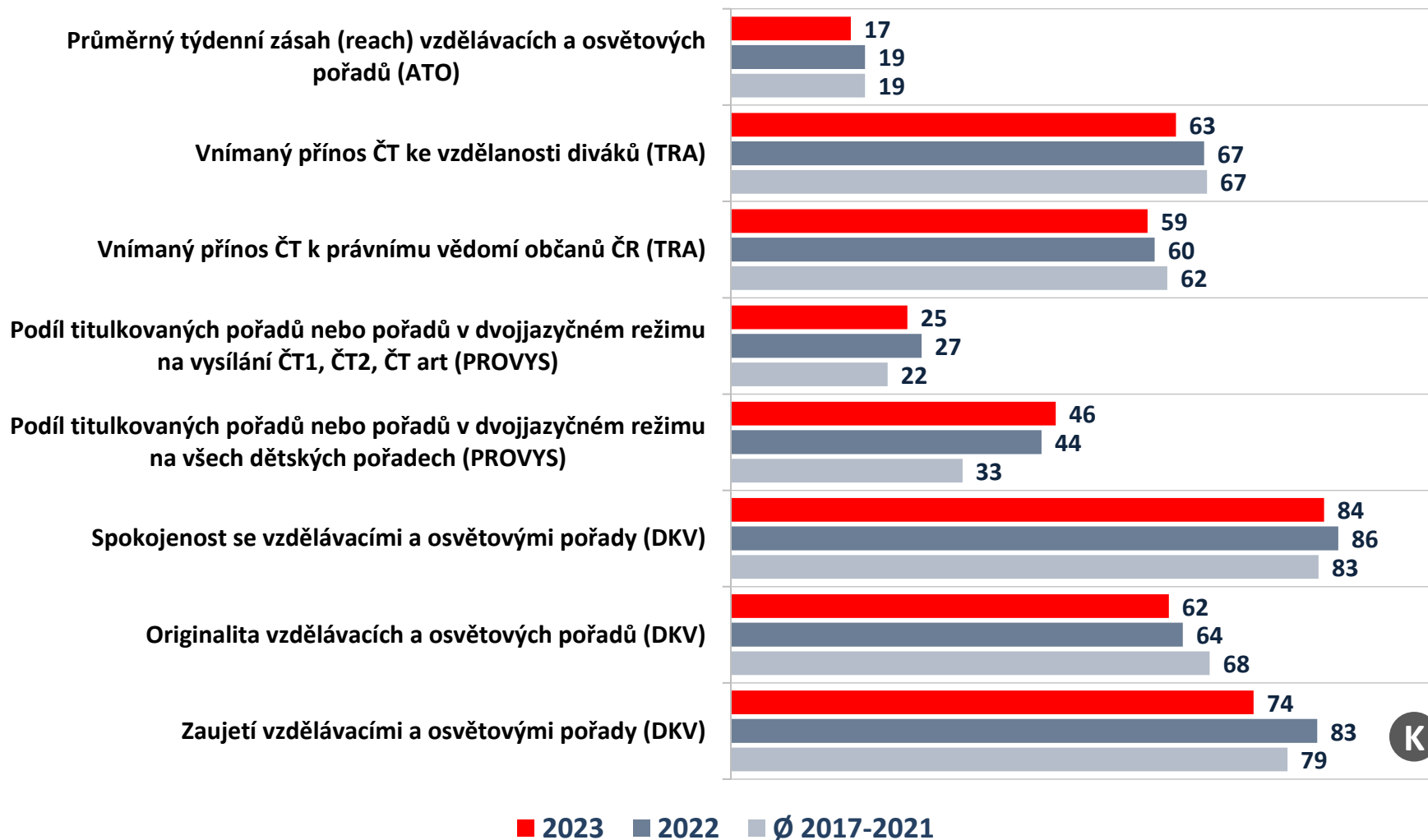
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 2

- *„Česká televize vytváří a v programu vyčleňuje pevné místo pro populárně vzdělávací a osvětové pořady určené různým věkovým i zájmovým skupinám. Využívá výhod a zvláštních forem, jež poskytuje televizní komunikace, a vhodně tak doplňuje zdroj pramenů, z nichž lidé mohou získávat poznání. Tam, kde je to možné a vhodné, doplní uvedení vzdělávacího či osvětového pořadu nabídkou dalších zdrojů informací o tématu včetně publikace vzdělávacích informací na vlastních internetových stránkách (e-learning).“ (Kodex ČT, čl. 10 odst. 10.1)*
- *„Ve skladbě vzdělávacích pořadů České televize je značná pozornost věnována pořadům přispívajícím k znalosti cizích jazyků.“ (Kodex ČT, čl. 10 odst. 10.2)*
- *„Česká televize se podílí na obecně prospěšných kampaních zaměřených na osvětu bezplatným vysíláním upoutávek nebo informativních materiálů (spotů).“ (Kodex ČT, čl. 10 odst. 10.3)*
- *„Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména: ... přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky.“ (Zákon o ČT, § 2 odst. 2 písm. b)*

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v %



2023: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Bilance	finanční gramotnost	10	4
V exekuci	finanční gramotnost	6	4
Drahé Česko,... ?	finanční gramotnost	30	5
Dodejme si energii	energetická gramotnost	12	3
Newsroom ČT24	mediální gramotnost	38	30
Co je ti? Nic.	sociální dokument	1	1
Děti narozené dvakrát	pěstounství	6	4
Jak se dělá dobrá škola	školství	10	4
Architektura 58-89	umění	8	3
Mistři starých řemesel	historie	8	3
Pražská záchranka	zdraví	3	2
Alenka v říši GIFů II	počítač	13	3
Datová Lhota II	počítač	10	1
Wifina	počítač	42	20
S Jakubem v Africe	přírodní vědy	13	6
Akce: rekonstrukce!	bydlení, design	12	5
V pohybu!	sport	12	3
Po jedné stopě do Afriky	cestování	18	8
ArtZóna	všeobecný kulturní rozhled	40	34
Zprávičky	zpravodajství	365	30
Československý vesmír	věda	6	3
České počasí	věda	10	4
Zvěd III	věda	5	1
Santini - Cesta barokního génia	osobnosti	1	1
Jaroslav Hašek, skutečný a neznámý	osobnosti	1	1

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady ČT dosáhl v roce 2023 hodnoty 17 %.** Meziročně i ve srovnání s průměrem let 2017-2021 jde o pokles o 2 p.b. Nižší zásah souvisí s jistým poklesem diváckého zájmu o vzdělávací pořady v porovnání s obdobím covidové pandemie a také s obecně klesajícím celkovým počtem diváků, zejména ve věkových kategoriích mezi 18 a 44 lety.
- **Koeficient míry souhlasu s výrokem *ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků* dosáhl úrovně 63 %, což je o 4 p.b. nižší hodnota než v minulých letech.** Koeficient výroku *ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů* je aktuálně na úrovni 59 %; meziročně došlo jen k drobnému poklesu o 1 p.b.
- **Podíl titulkovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu poklesl loni o 2 p.b. na hodnotu 25 %.** Hodnota indikátoru tak vybočila z dlouhodobějšího trendu, kdy jsme zaznamenávali spíše její nárůst.
- **Nadále nicméně rostl podíl titulkovaných pořadů na dětských pořadech, v roce 2023 činil již 46 %.** V meziročním srovnání se jedná o zlepšení o 2 p.b., v porovnání s průměrem období let 2017-2021 dokonce o 13 p.b.
- **Koeficient spokojenosti se vzdělávacími pořady se stále drží na velmi vysoké úrovni, i když meziročně mírně poklesl z 86 % na 84 %.** Koeficient vnímané originality dosáhl v roce 2023 na hodnotu 62 % (-2 p.b.), koeficient míry zaujetí poklesl výrazněji, konkrétně na 74 % (-9 p.b.).

KOMENTÁŘ

Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla také v roce 2023 velmi pestrá. Jmenujme na tomto místě alespoň některé zásadní tituly:

- **Finanční gramotnost** byla tématem cyklu *V exekuci* a některých dílů pořadu *Bilance* (oba tituly na ČT1). Otázkám zvládnutí nelehké ekonomické situace domácností byl zasvěcen cyklus *Drahé Česko, ...?* (ČT24), problematice energií zase série *Dodejme si energii* (ČT1).
- **Mediálnímu vzdělávání** se i v roce 2023 věnoval pořad *Newsroom ČT24*, pro děti byly připraveny pořady *Alenka v říši GIFů*, *Datová Lhota II* a také pravidelná zpravodajská relace *Zprávičky*.
- **Tématu psychických problémů dětí** a dostupnosti psychiatrické dětské péče byl věnován dokument *Co je ti? Nic*. Významným počinem mapujícím pozitivní tendence v oblasti **školního vzdělávání** se stal cyklus *Jak se dělá dobrá škola*. Příkladem vzdělávacího pořadu z **lékařského prostředí** byl pořad *Pražská záchranka*, problematice **pěstounské péče** se zase věnoval pořad *Děti narozené dvakrát*. **Přírodními vědami** se zabýval cyklus *České počasí* a **cestováním** série *Po jedné stopě*, tentokrát z afrického kontinentu.
- Česká televize odvysílala v roce 2023 také celou řadu **původních dokumentů**. Na podzim to byl dokument o **covidové pandemii** *Velké nic*, **probíhající rusko-ukrajinský konflikt** připomenul titul *Osmý den války*, **zdravotní tematice**, konkrétně umělému oplodnění, se věnoval dokument *Reprodukce 2.0*. Natočena byla i celá řada dokumentů věnovaných **významným kulturním osobnostem**, např. *Jiří Anderle a jeho lidská komedie*, *Chantal Poullain - Moje životní odysea*, *Michael Kocáb - rocker versus politik* a *Lásky Petra Štěpánka*. **Mnoho z nich bylo odvysíláno na hlavním programu ČT1 v sobotním hlavním čase.**

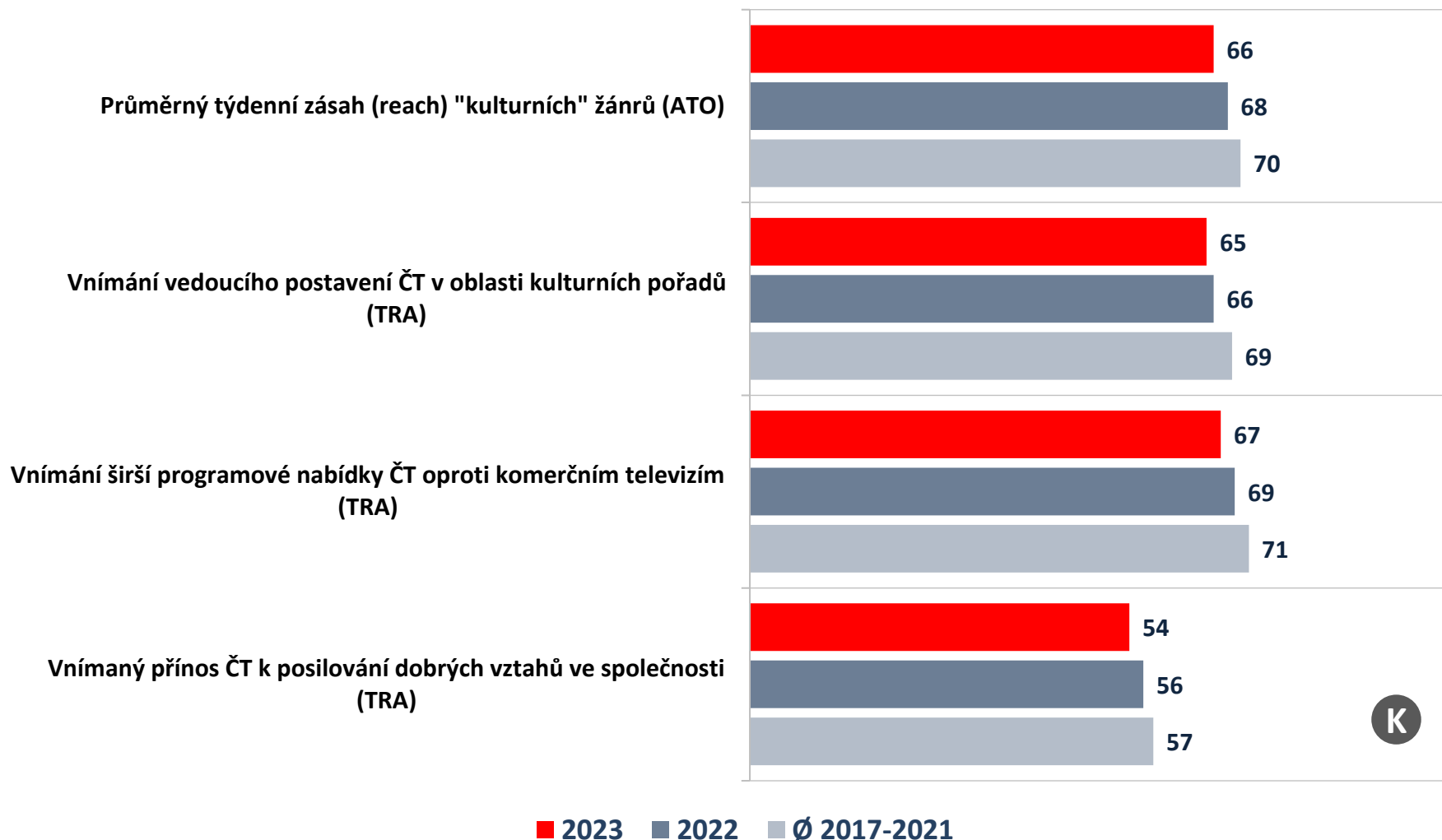
CÍL 3 – Podpora kultury

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 3

- *„Česká televize přispívá k pěstování a rozvoji kultury a umění v České republice. Má proto za povinnost nabízet divákům žánrově i svým zaměřením rozmanité pořady, které mohou diváky kulturně a umělecky obohacovat. V celku svého programu přinese ucelený přehled o umělecké tradici a aktuálním kulturním dění doma i v zahraničí. Divákům zprostředkovává umělecky hodnotnou filmovou, dramatickou, hudební a výtvarnou tvorbu z domácí i světové scény. Součástí skladby uměleckých pořadů jsou také díla dokumentární tvorby včetně děl nezávislých producentů. Česká televize musí dostát prvořadému závazku původní tvorby uměleckých pořadů a bude ctít nejvyšší profesionální kritéria umělecké tvorby.“* (Kodex ČT, čl. 8 odst. 8.1)
- *„Česká televize si musí být vědoma, že se diváci, resp. jednotlivé divácké skupiny vzájemně odlišují svým kulturním a uměleckým cítěním a žánry či uměleckými směry, které upřednostňují. Povinností České televize je uspokojit pokud možno celé spektrum diváckých skupin.“* (Kodex ČT, čl. 8 odst. 8.2)
- *„(ČT) Dbá na to, aby programová schémata obsahovala významný podíl původní tvorby, zvláště celovečerních filmů, dramatické tvorby a dalších tvůrčích počinů, a má na zřeteli potřebu spolupráce s nezávislými výrobci a filmovým sektorem.“* (Kodex ČT, Preambule)

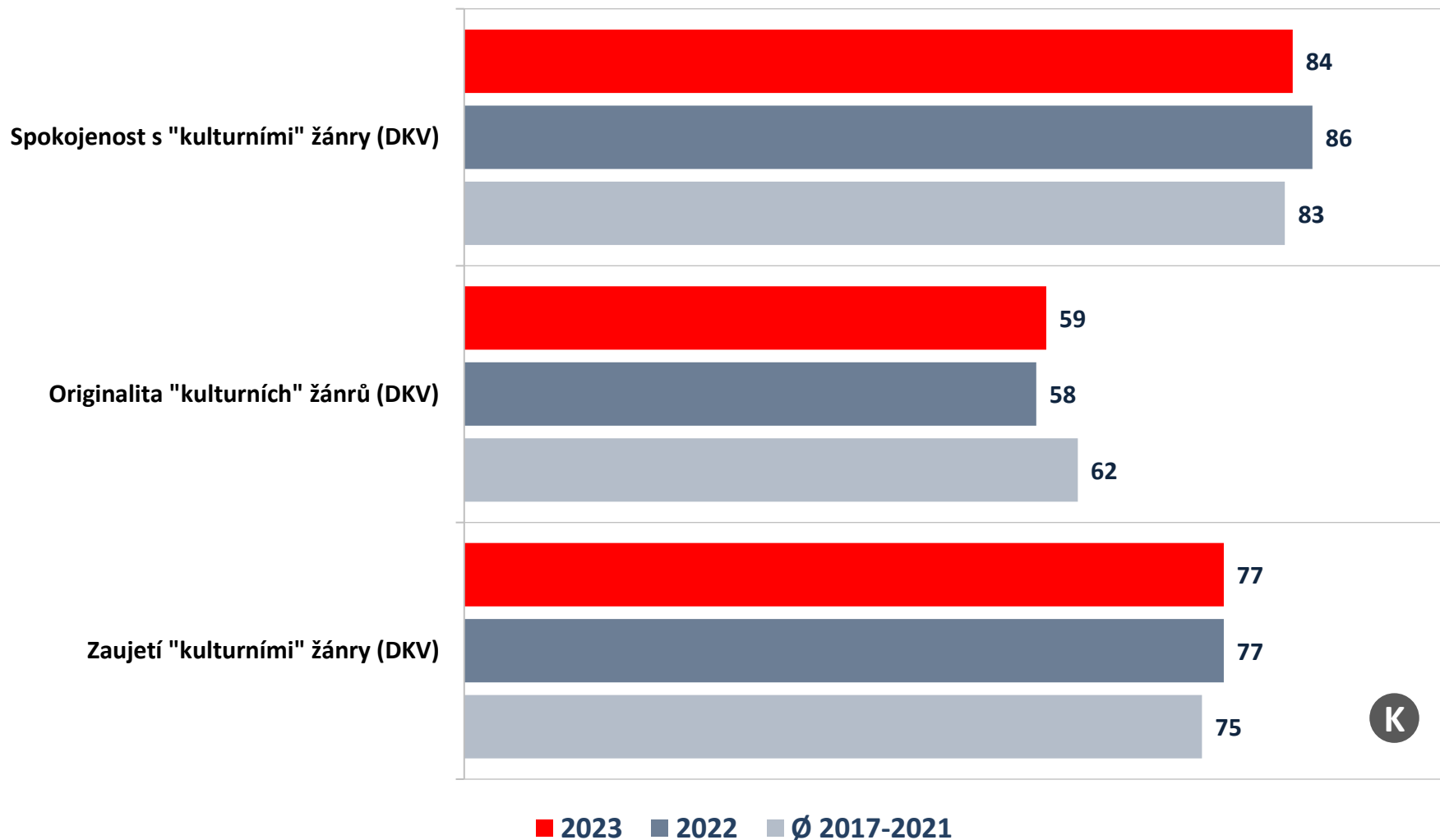
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v %



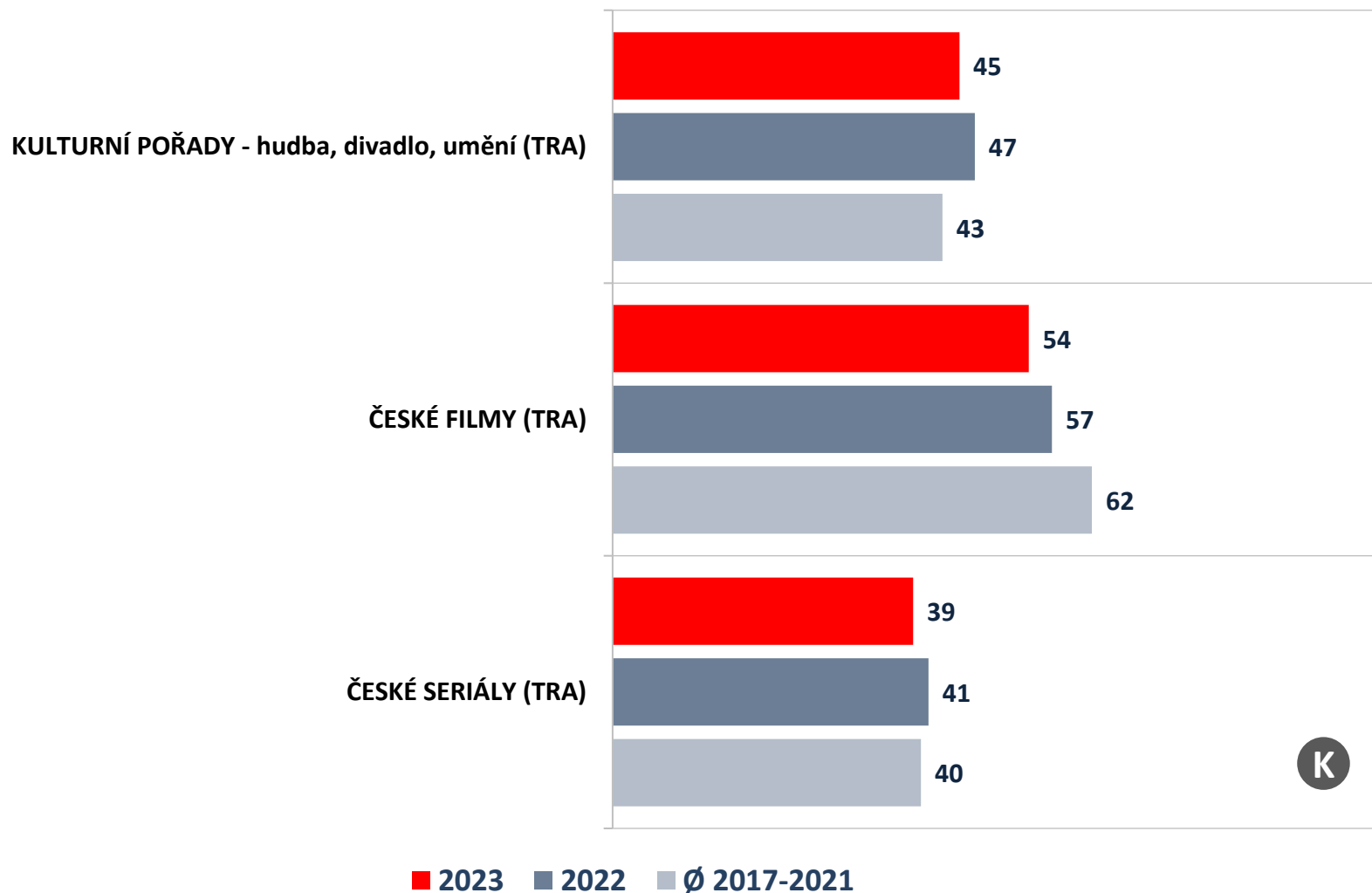
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ KULTURNÍMI ŽÁNRY

Zdroj: DKV ČT, v %



PODÍL DIVÁKŮ, KTEŘÍ VNÍMAJÍ NĚKTERÝ KANÁL ČT ZA HLAVNÍ PRO ...

Zdroj: Tracking ČT, v %

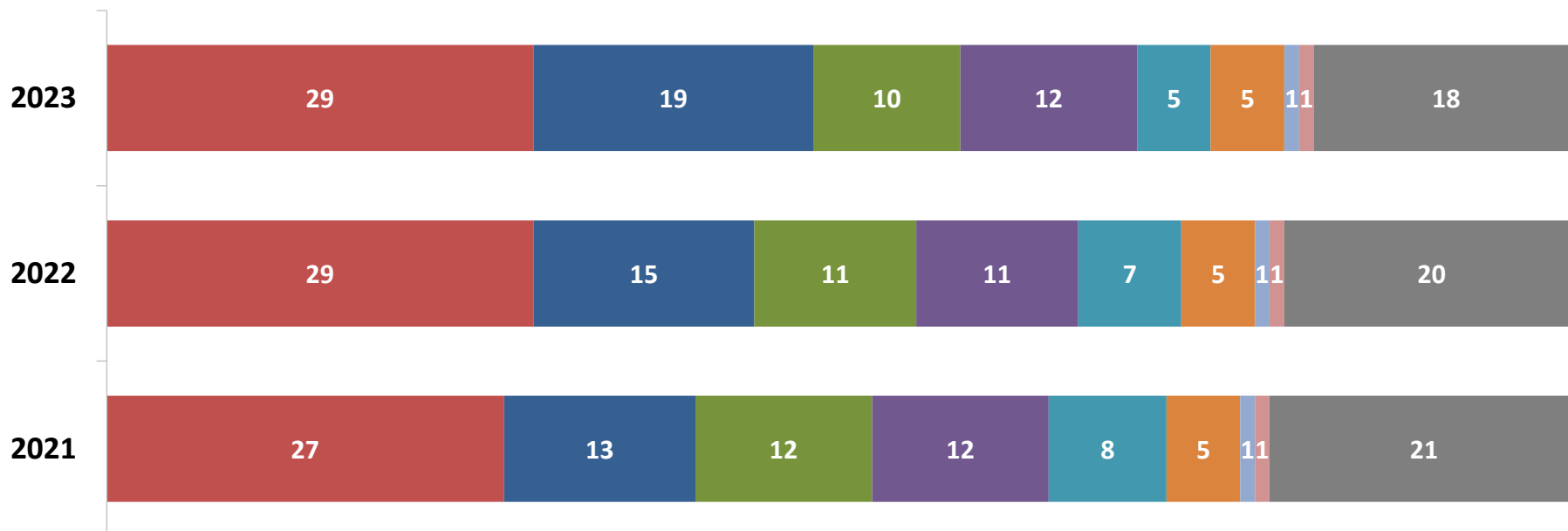
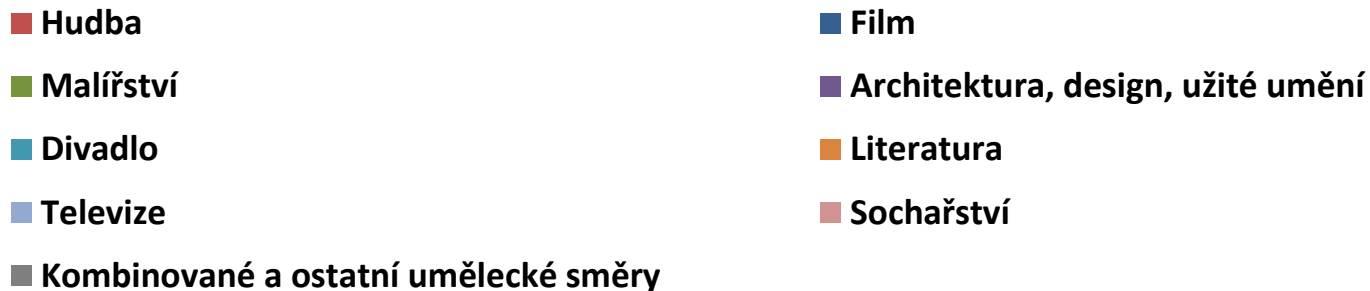


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů činil v minulém roce 66 %.** V porovnání s rokem 2022 se jednalo o pokles o 2 p.b., je však třeba vzít v úvahu, že v roce 2023 již nevysílal kanál ČT3, který k celkovému zásahu (i k dalším indikátorům týkajícím se kulturních žánrů) nezanedbatelně přispíval.
- **Koeficienty kvalitativních indikátorů vycházejících z trackingového šetření** (spokojenost, vnímaná originalita a míra zaujetí) **byly v případě kulturních žánrů velmi stabilní**, v porovnání s rokem 2022 jsme zaznamenali jen drobné pohyby v rozpětí od -2 p.b. u spokojenosti do +1 p.b. u originality.
- **Jako svůj hlavní kanál v oblasti kulturních pořadů vnímá některý z programů ČT skoro polovina diváků (45 %)**, což je oproti roku 2022 mírný pokles (-2 p.b.). I v tomto případě vnímáme jednorázovou souvislost s ukončením vysílání kanálu ČT3, z dlouhodobějšího hlediska však registrujeme trendový růst hodnoty daného indikátoru, což nepochybně souvisí se zvýšeným úsilím České televize nabídnout divákům prostřednictvím obrazovky divadelní hry, koncerty a další kulturní události, a to včetně přímých přenosů.
- Podíl diváků, kteří vnímají kanály ČT jako hlavní pro sledování českých filmů se snížil o 3 p.b. na 54 %. Pokles o 2 p.b. na hladinu 39 % jsme zaznamenali u podílu diváků, pro které je ČT hlavním zdrojem českých seriálů.

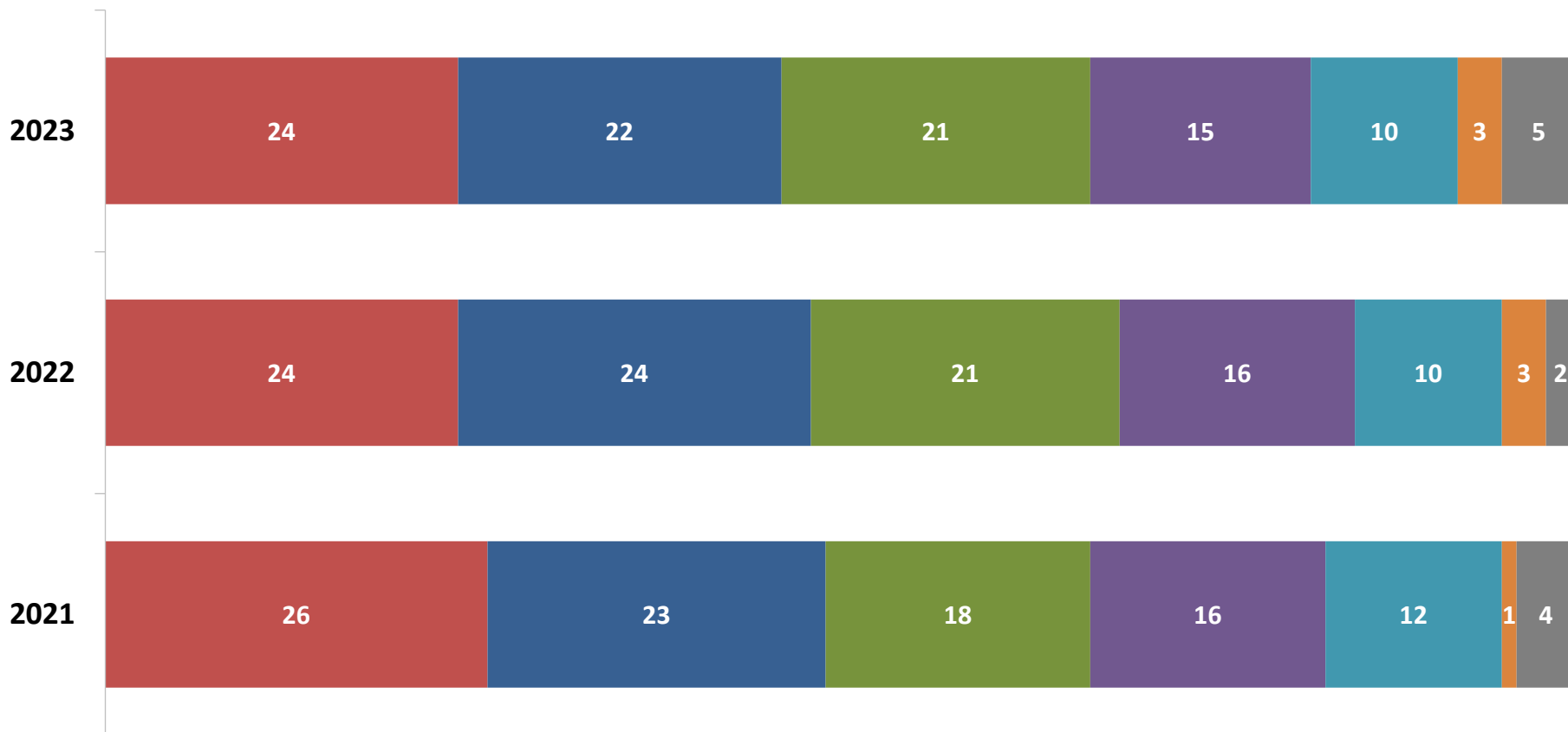
PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



2023: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)

49. Letní filmová škola Uherské Hradiště

63. Zlín Film Festival – Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně

Bohemia JazzFest 2023

Colours of Ostrava

Dvořákova Praha

FAMUFEST 2023

JAZZFESTBRNO 2023

Metronome Prague

Mezinárodní festival animovaných filmů Anifilm 2023

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět

Mezinárodní hudební festival Pražské jaro

MFDF Ji.hlava

MFF Karlovy Vary

Pražské Quadriennale

Rock for people

Serial Killer

Signal Festival

Smetanova Litomyšl

Světový romský festival Khamoro 2023

Zlatý Ámos

2023: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
Adventní koncerty ČT	Centrum pro rodinu a sociální péči Ostrava; Otevřená okna; Cesta životem bez bariér; Medica Třinec
Benefiční open air koncert České filharmonie	Člověk v tísni
Benefiční speciál pořadu Kde domov můj?	Aliance žen s rakovinou prsu - Bellis; ParaCENTRUM Fenix; Tichý svět - chráněná pracoviště; Autis Centrum; Fosa
Benefiční speciál pořadu Zázraky přírody	Pomozte dětem
Ceny Fóra dárců	Fórum dárců
Český den proti rakovině	Liga proti rakovině
Koncert hvězd proti bezmoci	Alsa
Koncert pro Svatovítské varhany	Nadační fond Svatovítské varhany
Koncert pro Zelenou Horu	Post Bellum
Slunce svítí všem	Nadační fond Slunce svítí všem
StarDance pro Paraple	Centrum Paraple
Světlo pro Světlušku	Nadační fond Českého rozhlasu - Světluška
Tříkrálový koncert	Charita ČR

KOMENTÁŘ

- **Stejně jako v předchozích letech, byly i v roce 2023 hudební tituly nejčastějším typem uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Jejich podíl zůstal meziročně nezměněn, tedy na úrovni 29 %. V rozsahu prostoru věnovaného jednotlivým typům uměleckých pořadů následují filmy (nárůst o 4 p.b. na 19 %), architektura, design a užité umění (12 %) a malířství (10 %).
- **Na poli dokumentárních pořadů měly největší podíl tituly věnované humanitním vědám (24 %),** těsně následované přírodopisnými či cestopisnými pořady (22 %, -2 p.b.) a dokumenty věnovanými přírodním vědám (21 %).
- **Česká televize mediálně podporuje celou řadu kulturních akcí,** některé již mnoho let. V roce 2023 se ČT partnersky podílela např. na *MFF Karlovy Vary*, festivalu dokumentárních filmů *Jeden Svět*, hudebnímu festivalu *Colours of Ostrava* nebo soutěži o nejlepšího učitele *Zlatý Ámos*.
- **Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů.** Z těch nejvýznamnějších, které Česká televize v roce 2023 mediálně zaštitila, můžeme jmenovat projekty *Pomozte dětem*, *Světlo pro světlušku* nebo tradiční *Adventní koncerty ČT*.
- **Několik desetiletí trvající aktivita ČT na tomto poli se nepochybně odráží také ve vysoké míře konformity s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty. S výrokem souhlasí 85 % diváků starších 18 let.**

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

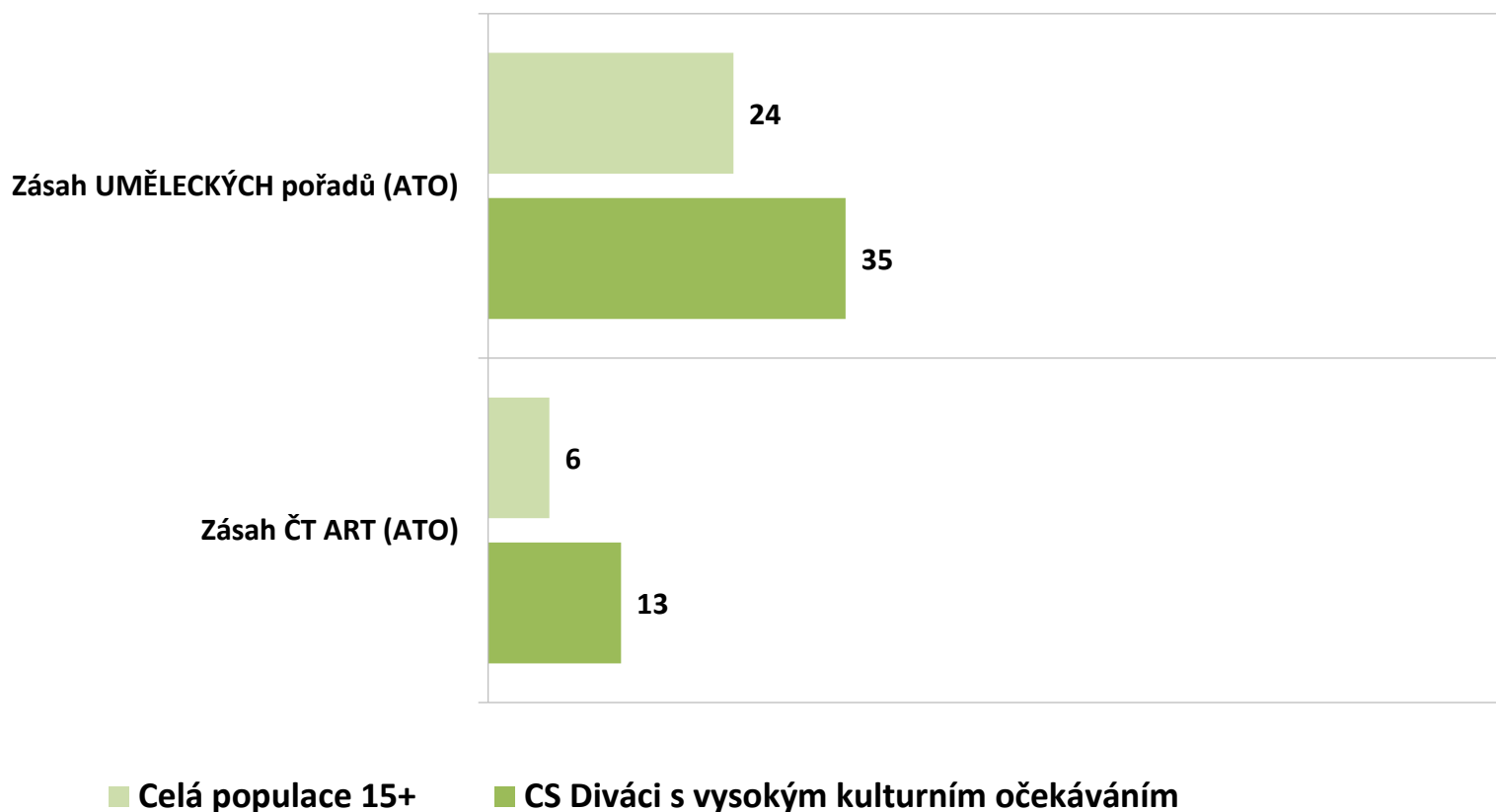
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

Definice divácké skupiny

Diváckou skupinu orientovanou na kulturu tvoří diváci, kteří od sledování televizního vysílání intenzivně očekávají kulturní zážitek a denně či téměř denně se věnují četbě knih, nebo se alespoň 1x týdně věnují poslechu vážné hudby, anebo alespoň 1x měsíčně navštěvují muzea, galerie, umělecké výstavy či navštíví koncert, divadelní představení, taneční představení, operu či balet.

2023: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

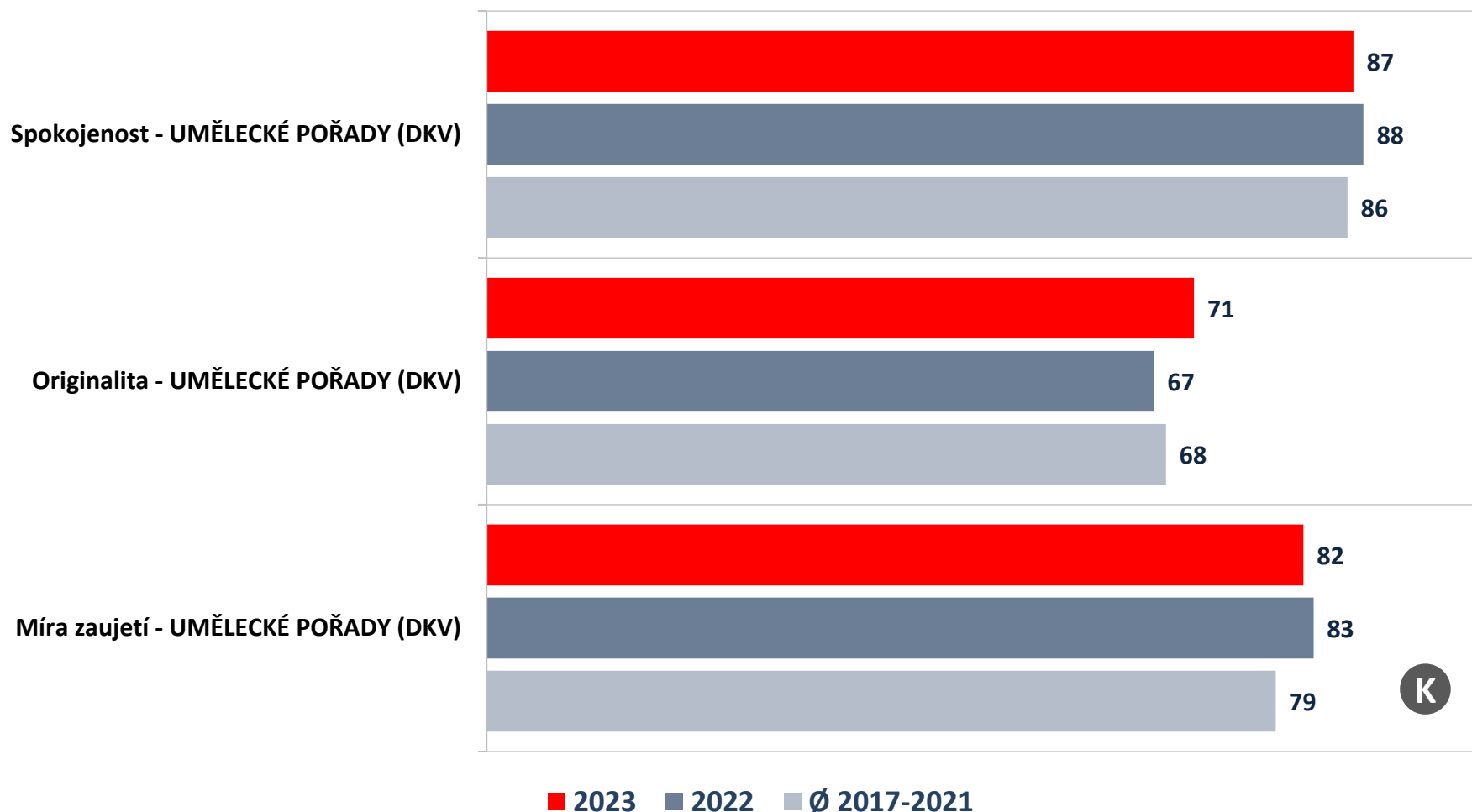
Zdroj: ATO – Nielsen, v %



* „Umělecké pořady“ zahrnují všechny pořady ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka.

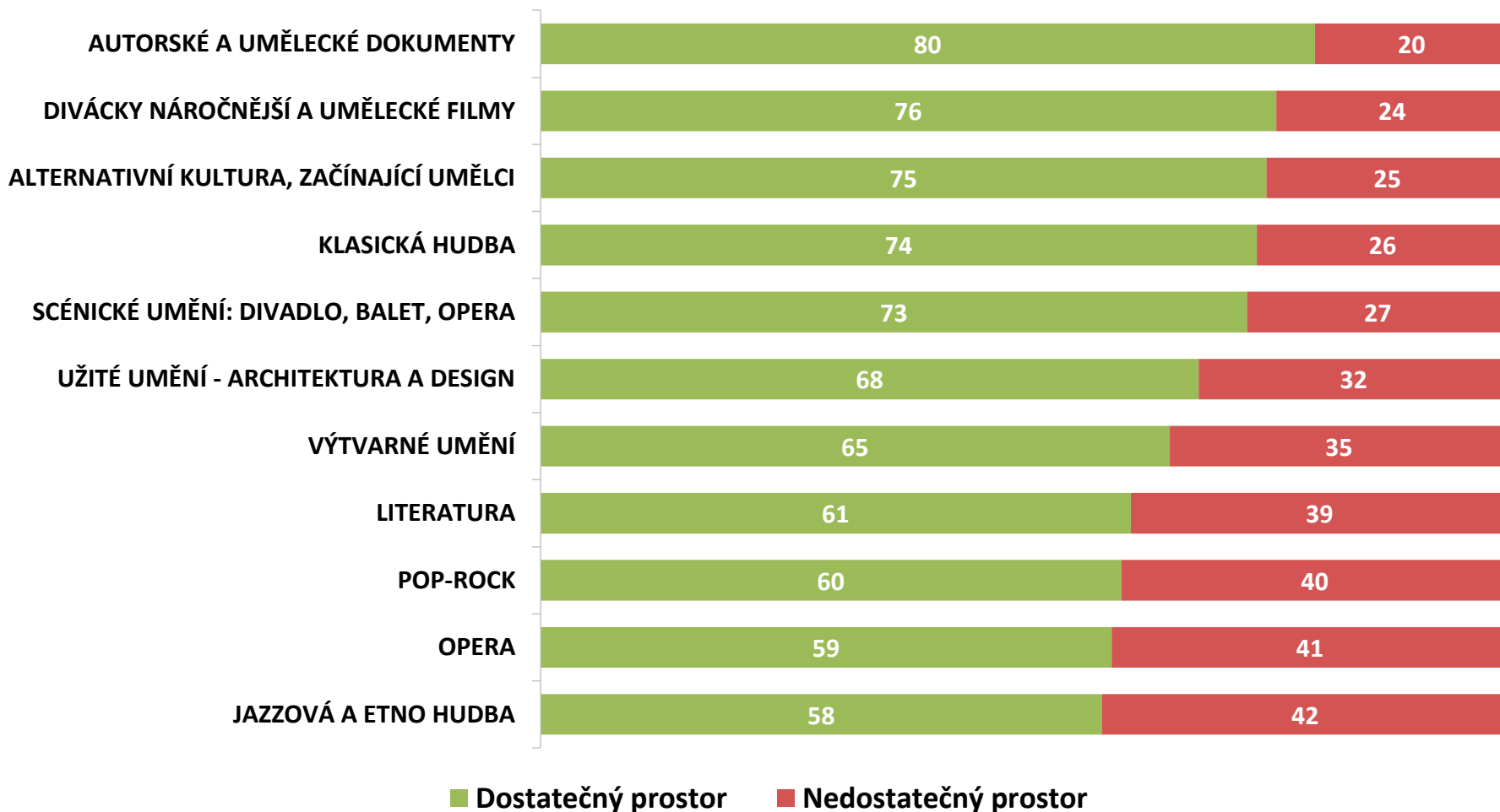
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ UMĚLECKÝMI POŘADY VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

Zdroj: DKV ČT, v %



2023: POSTOJ DIVÁKŮ ČT ART K PROSTORU, KTERÝ JE VE VYSÍLÁNÍ VĚNOVÁN JEDNOTLIVÝM UMĚLECKÝM ŽÁNŘŮM

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah uměleckých pořadů ČT** (pořady na ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka) činil **v roce 2023 v obecné populaci 15+ 24 %, v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním pak 35 %.**
- **Samotný kanál ČT art v průměru každý týden zasáhl 13 % diváků s vysokým kulturním očekáváním,** jeho zásah v obecné populaci 15+ byl přitom přibližně poloviční.
- **Spokojenost s uměleckými pořady** byla loni mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním opět velmi vysoká, činila 87 %. **Nadprůměrné hodnoty jsme zaznamenali také u dalších kvalitativních ukazatelů,** tedy koeficientu vnímané originality uměleckých pořadů (71 %) a koeficientu míry zaujetí (82 %). **Nadále platí, že mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním dosahují koeficienty kvalitativních indikátorů uměleckých pořadů vyšších hodnot než v obecné populaci 15+.**
- **ČT art podle diváků vytváří dostatečný prostor pro jednotlivé umělecké žánry.** Spokojenost panuje zejména s vysílací plochou, která je věnována autorským a uměleckým dokumentům, filmům pro náročnějšího diváka, alternativní kultuře, klasické hudbě a scénickému umění. Uměleckými žánry, po jejichž větším zastoupení volají diváci nejčastěji, jsou jazzová a etnická hudba, pop-rock či opera.

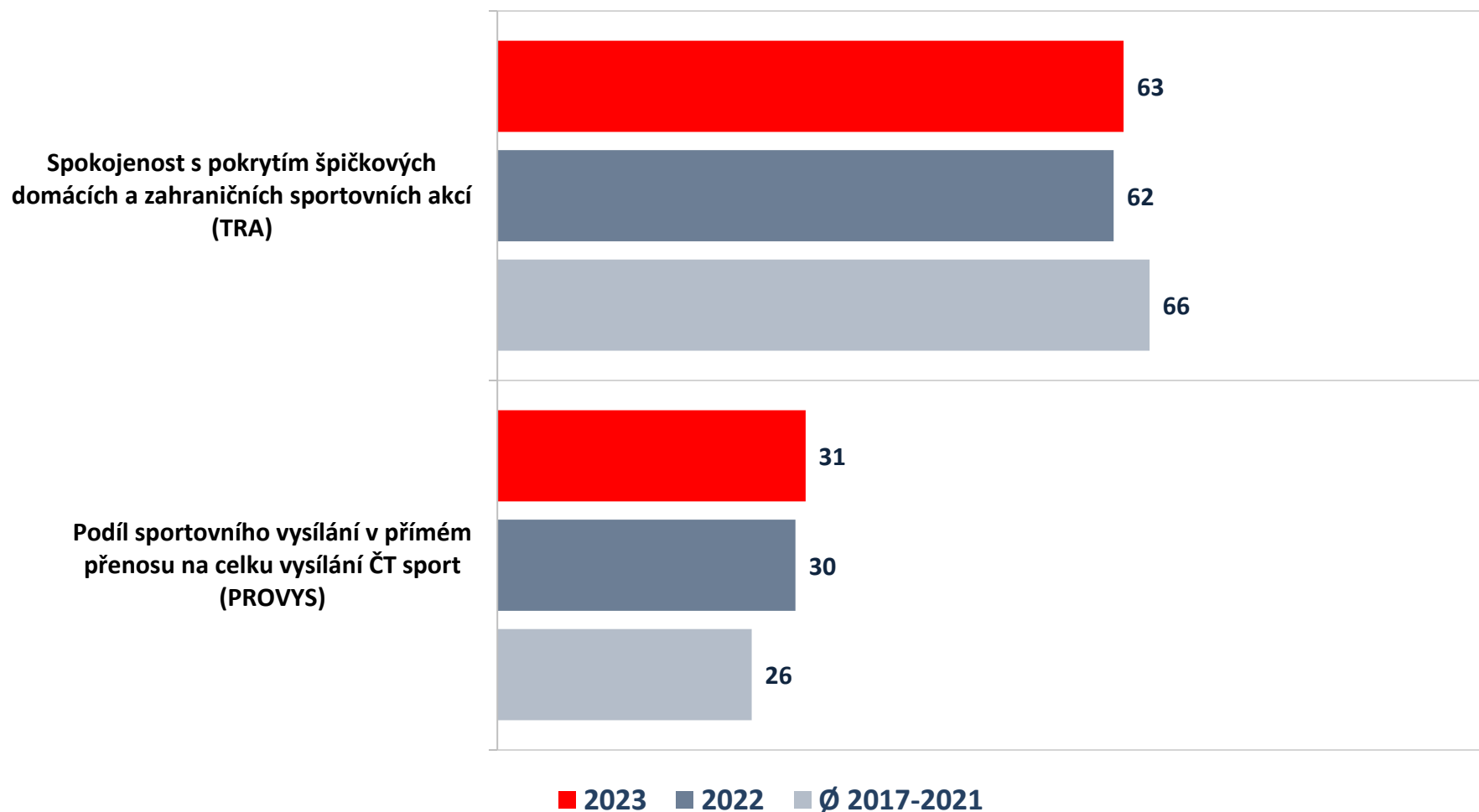
CÍL 4 – Podpora sportu

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 4

- *„Česká televize přibližuje sport především jako zábavu nebo hru, ale současně také jako významnou součást lidské kultury.“* (Kodex ČT, čl. 12 odst. 12.5)
- *„V pořadech se sportovní a tělovýchovnou tematikou přibližuje Česká televize špičkové domácí a zahraniční sportovní akce a věnuje pozornost informování o dalších podobách sportu včetně žákovských a dorosteneckých kategorií, výkonnostního a rekreačního sportu či nových sportovních odvětví.“* (Kodex ČT, čl. 12 odst. 12.1)
- *„Česká televize tradičně věnuje obsáhlý prostor olympijským hrám a olympijskému hnutí.“* (Kodex ČT, čl. 12 odst. 12.2)
- *„Česká televize rovněž věnuje pravidelnou pozornost paralympijskému sportu včetně přiblížení soutěží paralympijských her.“* (Kodex ČT, čl. 12 odst. 12.3)

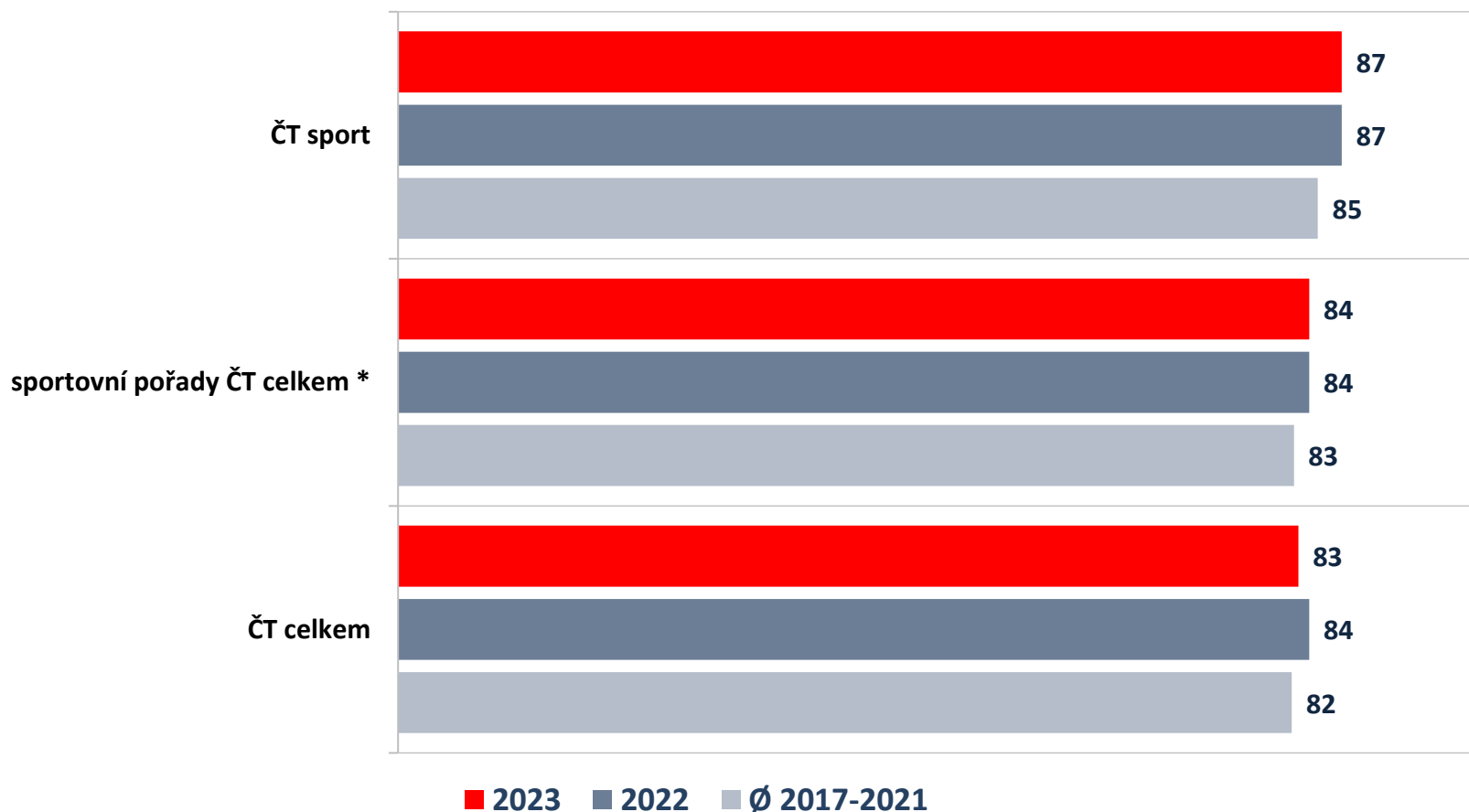
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: Tracking ČT, PROVYS ČT, v %



SPOKOJENOST S VYSÍLÁNÍM KANÁLU ČT SPORT A SPORTOVNÍCH POŘADŮ *

Zdroje: DKV ČT, v %

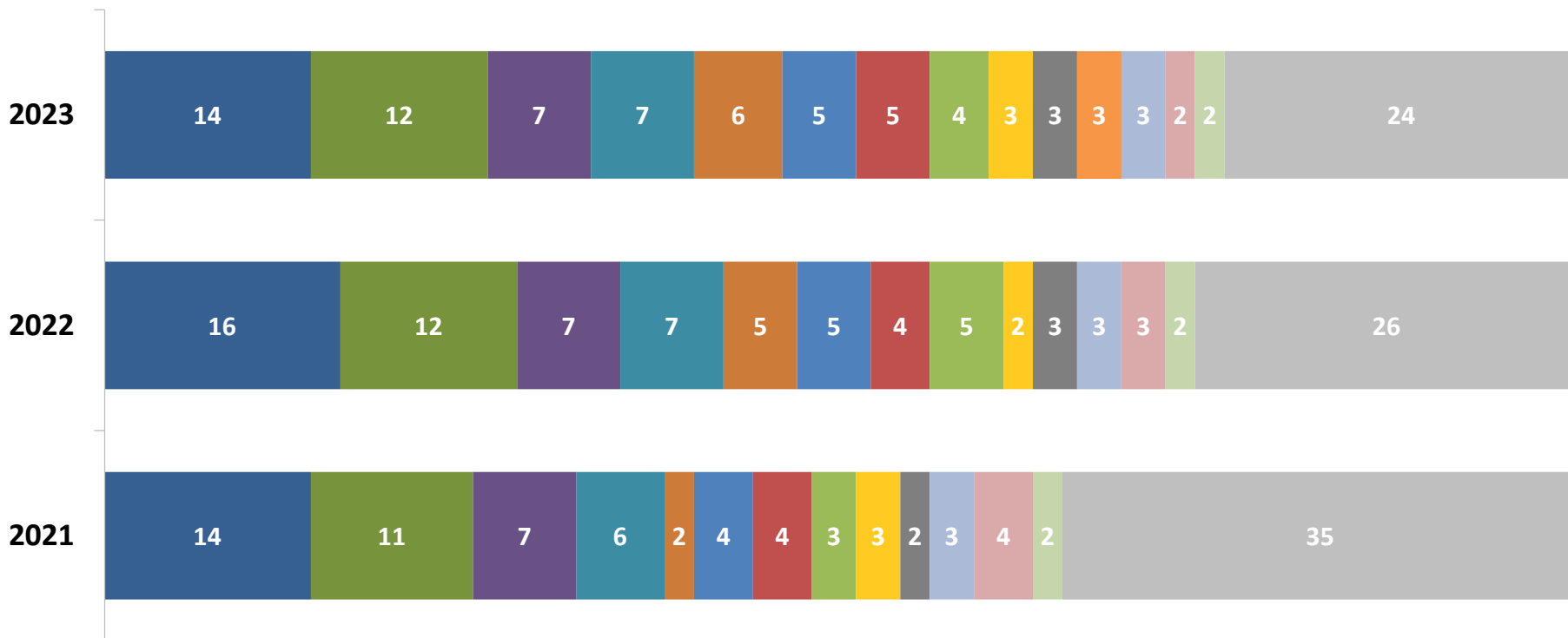


* Sportovní pořady zahrnují celé sportovní vysílání České televize. Společně s vysíláním ČT sport to jsou přímé přenosy umístěné na programu ČT2 a každodenní sportovní zpravodajství Branky, body, vteřiny na programech ČT1 a ČT24.

PODÍL JEDNOTLIVÝCH SPORTŮ NA SPORTOVNÍM VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroj: PROVYS ČT, v %

- Fotbal
- Lední hokej
- Lyžování (sjezd., klas., skoky)
- Cyklistika
- Basketbal
- Volejbal
- Motorismus závodní
- Lehká atletika
- Házená
- Krasobruslení
- Ragby
- Biatlon
- Tenis
- Florbal
- Ostatní a komb. sporty



KOMENTÁŘ

- **Koeficient spokojenosti s pokrytím špičkových sportovních akcí dosáhl v minulém roce hodnoty 63 %. Oproti roku 2022 jde o nepatrný nárůst o 1 p.b.**, v porovnání s roky 2017-2021 je to ale o 3 p.b. méně. Za příčinu klesajícího hodnocení považujeme v první řadě strukturální změny ve vlastnictví vysílacích práv na přenosy z nejméně atraktivnějších sportů, které zčásti přešly (a dále přecházejí) na placené komerční kanály.
- **Podíl přímých sportovních přenosů se v posledním roce zvýšil jen nepatrně (o 1 p.b. na 31 %)**, oproti průměru let 2017-2021 se však jedná o nárůst o 5 p.b.
- **Spokojenost s vysíláním stanice ČT sport dosáhla 87 % a udržela se tak na stejné úrovni jako v roce 2022.** Také u celku sportovních pořadů zůstala spokojenost na stabilní úrovni, v tomto případě 84 %.
- **Sportem s nejvyšším podílem na celku sportovního vysílání ČT zůstává nadále fotbal (14 %)**, u kterého došlo nicméně k poklesu o 2 p.b., a to hlavně kvůli absenci velkého šampionátu. V těsném závěsu za fotbalem je lední hokej s 12% podílem na sportovním vysílání, se 7 % následují lyžování (klasické i alpské disciplíny) a cyklistika. Podílu mezi 4-6 % vysílací plochy stabilně dosahují basketbal, volejbal, motosport a lehká atletika. Díky extenzivnímu pokrytí ložského světového šampionátu ve Francii se do žebříčku prosadilo také ragby s 3% podílem.

2023: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ AKCE

Zdroj: ATO – Nielsen, 4+, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Akce	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v biatlonu 2023 Německo	536	27,63	1 949	11	547
SP v biatlonu	431	22,40	2 852	7	438
Kvalifikace na EURO 2024	399	13,73	2 402	14	413
MS v hokeji 2023 Finsko a Lotyšsko	386	16,39	4 790	22	408
MS v hokeji U20 2023 Kanada *	377	15,56	2 400	22	399
Euro Hockey Tour **	232	9,31	2 708	6	237
Evropská a Konferenční liga UEFA	206	7,92	2 463	7	213
Billie Jean King Cup 2023	185	8,12	1 790	3	188
MOL Cup	181	6,78	1 633	6	187
MS v atletice 2023 Maďarsko	166	9,26	1 923	3	169
Buly - Tipsport ELH	157	5,49	3 050	4	161
MS v cyklokrosu 2023 Nizozemsko	145	7,57	626	2	147
Davis Cup 2023	141	5,66	1 980	2	143
SP v alpském lyžování 2022/23	131	7,40	2 477	2	133

Poznámka: Do průměrů jsou započítány i přenosy vysílané na ČT2.

* MS v hokeji U20 probíhá tradičně na přelomu roku, do průměru jsou proto započítány i přenosy z konce roku 2022.

** Euro Hockey Tour: Carlson Hockey Games, Beijer Hockey Games, Karjala Cup, Swiss Ice Hockey Games

2023: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY

Zdroj: ATO – Nielsen, 4+, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Přenos	Datum	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2023: Česko – Švýcarsko	21.05.	1 185	32,11	2 497	58	1 243
MS v hokeji 2023: Česko – Lotyšsko	15.05.	1 147	30,48	2 351	63	1 210
MS v hokeji 2023: Česko – Kazachstán	14.05.	1 081	27,98	2 271	47	1 128
MS v hokeji 2023: Kanada – Česko	23.05.	1 055	50,68	1 900	78	1 133
MS v hokeji 2023: Slovensko – Česko	12.05.	906	47,91	1 579	59	965
MS v hokeji 2023: Norsko – Česko	20.05.	892	52,52	1 416	46	938
MS v hokeji 2023: USA – Česko	25.05.	867	48,71	1 648	77	944
MS v hokeji 2023: Česko – Slovinsko	18.05.	857	44,85	1 683	63	920
MS v hokeji do 20 let 2023: Česko – Švédsko	04.01.	825	24,38	1 615	42	867
MS v biatlonu 2023: Mass Start Ž / Oberhof	19.02.	732	30,90	834	12	744
SP v biatlonu 2022/23: Stíhací závod Ž / Nové Město	04.03.	723	31,12	834	9	732
SP v biatlonu 2022/23: Smíšená štafeta / Nové Město	05.03.	683	26,50	945	11	695
MS v biatlonu 2023: Štafeta Ž / Oberhof	18.02.	680	31,85	827	11	691
MS v biatlonu 2023: Mass Start M / Oberhof	19.02.	677	25,89	876	10	687
SP v biatlonu 2022/23: Mass Start Ž / Ruhpolding	15.01.	646	26,22	819	8	654

2023: PŘEHLED A SLEDOVANOST MISTROVSTVÍ SVĚTA VYSÍLANÝCH V ROCE 2023

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Akce	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v biatlonu 2023 Německo	13	536	27,63	1 949	11	547
MS v hokeji 2023 Finsko a Lotyšsko	58	386	16,39	4 790	22	408
MS v hokeji U20 2023 Kanada *	7	377	15,56	2 400	22	399
MS v atletice 2023 Maďarsko	16	166	9,26	1 923	3	169
MS v cyklokrosu 2023 Nizozemsko	6	145	7,57	626	2	147
MS v alpském lyžování 2023 Francie	23	120	8,07	1 654	2	122
MS v ragby 2023 Francie	48	118	4,69	1 983	4	121
MS v hokeji žen 2023	7	110	5,08	1 283	3	114
MS v klasickém lyžování 2023 Slovinsko	23	109	5,85	1 503	1	110
MS v plážovém volejbalu 2023	4	101	4,21	453	2	104
MS v letním biatlonu 2023 Slovensko	5	102	7,16	554	1	103
MS v hokeji U18 2023	5	80	2,70	854	3	83
MS ve vodním slalomu 2023 Londýn	3	73	6,12	534	1	74
MS v rychlobruslení 2023	4	66	1,75	531	1	66
MS ve florbalu žen 2023	8	63	4,70	873	2	65
MS v cyklistice 2023 Skotsko	27	57	3,04	1 238	1	59
MS Juniorů v biatlonu 2023 Kazachstán	5	56	4,90	416	1	57
MS ve freestyle lyžování 2023	8	53	4,61	666	0	53
MS v házené žen 2023	28	47	1,68	1 359	1	48
MS ve snowboardingu 2023	7	48	4,97	576	0	48
MS v malém fotbalu 2023	5	47	2,61	318	1	48
MS ve fotbale žen 2023	22	42	4,47	969	1	43
MS ve veslování 2023 Srbsko	4	38	3,56	384	1	38
MS v krasobruslení Japonsko 2023	10	29	3,16	531	0	29
MS v basketbalu mužů 2023	18	27	2,59	622	1	28
MS v házené mužů 2023	22	26	0,73	749	1	27
MS ve fotbale U17 Indonésie 2023	3	24	2,02	207	0	25

2023: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA MLÁDEŽ A JUNIORY

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Akce/Přenos/Pořad	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji U20 2023 Kanada *	7	377	15,56	2 400	22	399
Kvalifikace na ME ve fotbale U21	3	105	3,88	653	2	108
ME ve fotbale U21 2023	18	93	3,97	1 423	3	96
MS v hokeji U18 2023	5	80	2,70	854	3	83
Světové dny mládeže v Lisabonu	1	69	3,90	155	0	69
Přátelské utkání U21 ve fotbale	3	59	2,49	393	1	60
Biatlon: MS Juniorů 2023 Kazachstán	5	56	4,90	416	1	57
Vodní slalom: MS juniorů U23 Polsko	1	52	3,60	102	0	52
ME ve fotbale žen U19 2023	4	48	2,08	562	1	49
ME juniorek U18 v softballu: Česko – Itálie	1	36	1,99	143	1	37
ME ve fotbale U19 2023	3	30	1,25	278	1	30
ME ve fotbale mužů U17 2023 Indonésie	3	24	2,02	207	0	25
Nohejbal: MS U21 Česko	1	24	1,23	55	0	24
Fotbal: Planeo Cup Pohár mládeže 2023	13	21	2,21	261	0	22
Olympiáda dětí a mládeže 2023	61	20	1,79	540	0	21
ME ve fotbale žen U17 2023 Maďarsko	3	18	0,93	157	0	18
ME ve fotbale U20 2023 Argentina	4	17	1,21	223	0	18
Olympiáda dětí a mládeže 2024	2	15	0,39	57	0	15
Sjezd na divoké vodě: MS juniorů a U23	1	11	1,23	17	0	11
Vodní slalom: ME juniorů ve slalomu Slovensko	1	10	1,00	18	0	10
Cyklistika: MČR mládeže	1	9	0,92	14	0	9
Mistrovství ČR kategorie B a juniorů Black Cup	1	7	0,74	15	0	7
Sálová cyklistika: MČR juniorů	1	5	0,72	6	0	5
Dráhová cyklistika: Český pohár mládeže	1	3	0,31	5	0	3

2023: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA HENDIKEPOVANÉ SPORTOVCE A NA SENIORY

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Akce/Přenos/Pořad	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v paralukostřelbě Česko 2023	3	35	2,42	187	0	35
MS v parahokeji 2023 Kanada	5	15	1,44	214	0	15
Ceny Českého paralympijského výboru	1	9	0,23	27	0	9
Paralympijský magazín	11	9	0,67	86	0	9
Archiv D	51	8	0,95	386	0	8
Sokolský zpravodaj	41	5	0,67	141	0	5
Tenis: Wheelchair Czech Open 2023	1	4	0,45	3	0	4

2023: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA UNIVERZITNÍ A AMATÉRSKÝ SPORT

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, živá v TV +TS0-3, CS 4+

Akce/Přenos/Pořad	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
Náš fotbal živě	5	34	2,56	387	0	34
S ČT sport na vrchol	27	33	2,11	617	0	34
Magazín Náš fotbal	9	29	2,23	274	0	30
Letní světové univerzitní hry 2023	11	20	1,10	330	0	20
Zimní světové univerzitní hry 2023	11	18	0,88	209	0	18
Univerzitní liga ledního hokeje 2023/24	4	18	0,61	377	0	18

KOMENTÁŘ

- **Sportovní událostí s nejvyšší průměrnou sledovaností bylo v minulém roce Mistrovství světa v biatlonu v Německu.** Přenosy sledovalo průměrně 547 tisíc diváků ve věku 4+, podíl přenosů na publiku činil 27,63 %. Na průměrnou sledovanost **přes 300 tisíc diváků dosáhly ještě přenosy ze SP v biatlonu, kvalifikace na EURO 2024 a hokejové šampionáty jak dospělých, tak juniorů do 20 let.**
- **Čtyři jednotlivé přímé přenosy překročily v roce 2023 milionovou hranici průměrné sledovanosti.** Vůbec nejsledovanějším přenosem bylo utkání na MS v ledním hokeji Česko - Švýcarsko s 1,243 milionem diváků a podílem na sledovanosti 32,11 %.
- **Historicky nejsledovanějším přenosem ČT sport z MS v hokeji do 20 let bylo loňské semifinále Česko - Švédsko s 867 tisíci diváků a podílem na sledovanosti 24,38 %. Tato akce se zároveň stala nejsledovanější sportovní událostí zaměřenou na mládež a juniory.**
- **ČT odvysílala v loňském roce přenosy z celkem 27 různých mistrovství světa.** Kromě již zmíněného biatlonu a hokejových šampionátů také z MS ve fotbale žen, atletiky, cyklokrosu, zimních sportů, ragby, plážového volejbalu, florbalu, basketbalu či házené.
- **Pokud jde o sport hendikepovaných,** zařadila Česká televize do vysílání například přenosy z MS v paralukostřelbě či parahokeji nebo tenisové turnaje vozíčkářů. Pravidelným pořadem mapujícím sport hendikepovaných je *Paralympijský magazín*.
- **Primárně divákům z řad seniorů** byla určena série archivních sportovních dokumentů *Archiv D* nebo pravidelný *Sokolský zpravodaj*.
- **Amatérský sport** měl na obrazovkách své zastoupení v podobě pořadu *Náš fotbal*, v rámci kterého mohli diváci mimo jiné sledovat utkání z okresních přeborů nebo A. tříd. Již tradičním titulem je reality show *S ČT sport na vrchol*, která amatérským lyžařům nabízí možnost poměřit své lyžařské schopnosti s ostatními.
- **Univerzitní sport** reprezentovaly zejména přenosy ze *Zimních a Letních světových univerzitních her 2023*.

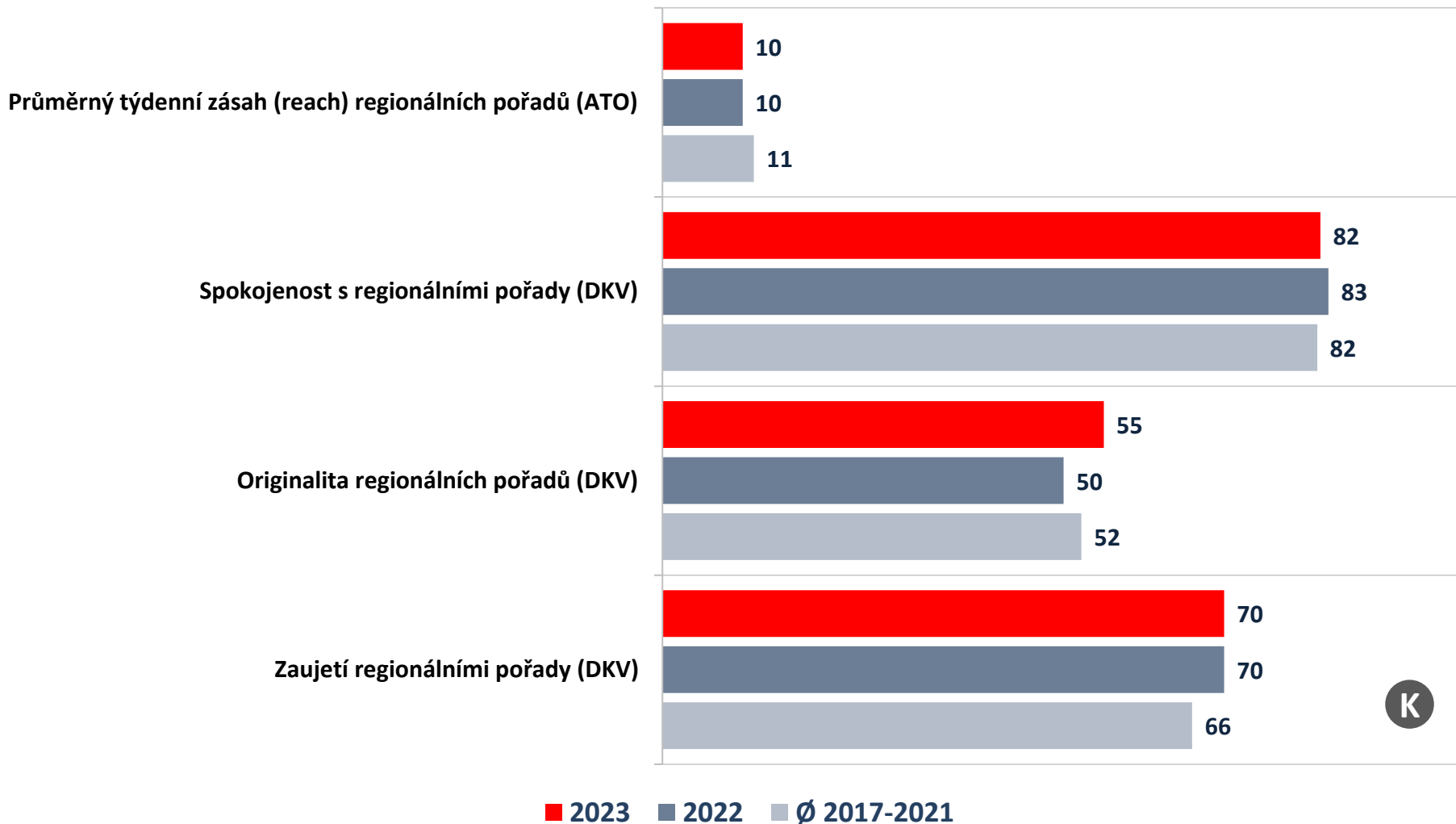
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 5

- „(ČT) v oblasti zpravodajských a publicistických pořadů zajišťuje regionální vysílání prostřednictvím televizních studií České televize (dále jen "televizní studia") pro území jejich působnosti. Regionální vysílání každého televizního studia musí vyváženě obsahovat příspěvky z celého území jeho působnosti...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. d)
- „Časový rozsah regionálního vysílání zpravodajských a publicistických pořadů podle § 3 odst. 1 písm. c) činí u Televizního studia Brno a Televizního studia Ostrava alespoň 25 minut denně;“ (Zákon o ČT, § 12 odst. 3)
- „Podíl vysílání televizních studií na celostátních vysílacích okruzích musí činit minimálně 20 % celkového vysílacího času České televize v měsíčním úhrnu.“ (Zákon o ČT, § 12 odst. 4)
- „Provozovatel televizního vysílání je povinen tam, kde je to proveditelné, vyhradit pro evropská díla nadpoloviční podíl celkového vysílacího času každého svého programu. Do celkového vysílacího času programu, z něhož se určuje podíl vysílacího času vyhrazeného pro evropská díla, se nezapočítává čas určený vysílání zpravodajských pořadů, sportovních událostí, soutěží, teletextu, reklamy a teleshoppingu.“ (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, § 42)
- „Pevné místo v programu zaujímá regionální zpravodajství.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.1)

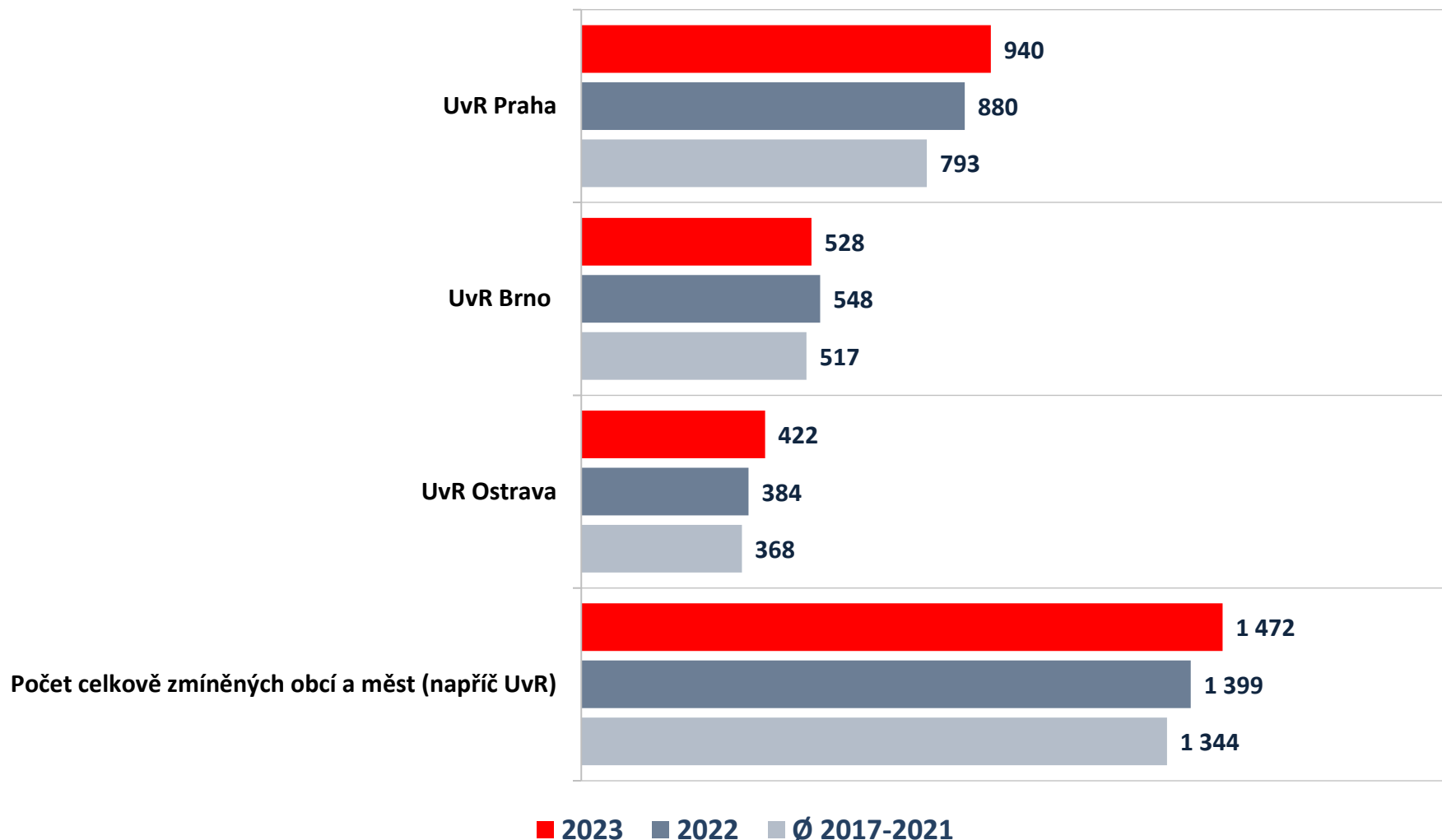
ZÁSAH, SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ REGIONÁLNÍMI POŘADY

Zdroje: ATO – Nielsen, DKV ČT, v %



POČET MĚST A OBCÍ ZMÍNĚNÝCH V POŘADU UDÁLOSTI V REGIONECH

Zdroj: Media Tenor, počet měst a obcí



PODÍL JEDNOTLIVÝCH STUDIÍ NA VYSÍLÁNÍ ČT JAKO CELKU, ČT1 A ČT2

Zdroj: PROVYS ČT, v %



	2023	2022	2021	2020	2019	2018
TS Brno	10	10	10	9	10	10
TS Ostrava	9	9	10	9	9	10
ČT Praha	81	81	80	82	81	80



	2023	2022	2021	2020	2019	2018
TS Brno	15	15	14	14	15	14
TS Ostrava	10	10	12	12	11	12
ČT Praha	75	75	74	74	74	74



	2023	2022	2021	2020	2019	2018
TS Brno	11	11	12	11	12	12
TS Ostrava	15	14	14	14	14	15
ČT Praha	74	75	74	75	74	73

KOMENTÁŘ

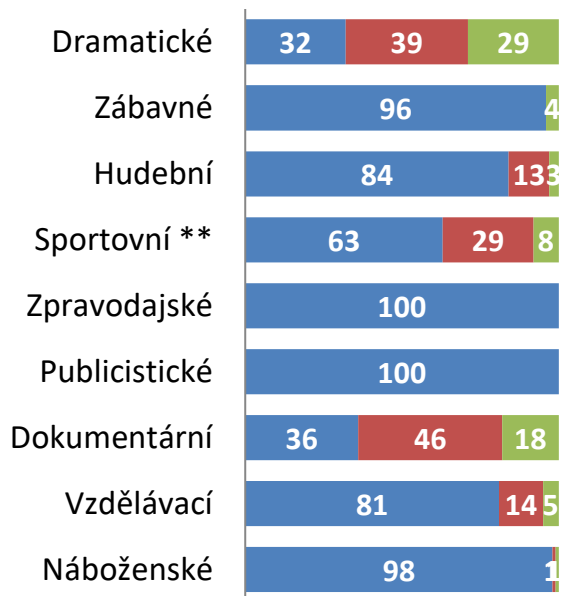
- **Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů ČT dosáhl v roce 2023 hodnoty 10 %, což je stejný výsledek jako v roce 2022.**
- **3. dubna 2023 začalo vysílání dvou nových regionálních zpravodajských studií: Jihozápad (Plzeň, České Budějovice) a Severovýchod (Hradec Králové, Ústí nad Labem).** Počet mutací podvečerního pořadu *Události v regionech* tak narostl na pět, vedle dvou nových jsou to ještě tradiční Praha a Střední Čechy, Jižní Morava a Severní Morava. V porovnání s rokem 2022 sledovanost pořadu *Události v regionech* v nových regionech Jihozápad a Severovýchod mírně vzrostla, což dokládá zájem diváků o místní a regionální dění.
- **Koeficient spokojenosti diváků s regionálními pořady dosáhl hodnoty 82 % a je dlouhodobě stabilní.**
- V roce 2023 bylo v pořadu *Události v regionech* **zmíněno celkem 1 472* různých měst a obcí České republiky.** V porovnání s rokem 2022 i dlouhodobým průměrem došlo k nárůstu absolutního počtu zmíněných sídel.
- **Podíl regionálních studií TS Brno a TS Ostrava na vysílání ČT1 a ČT2 v roce 2022 výrazně převyšoval stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, podíl na vysílání regionálních studií zůstal meziročně nezměněn (TS Brno 10 % a TS Ostrava 9 %).

PODÍL DOMÁCÍCH, EVROPSKÝCH A MIMOEVROPSKÝCH POŘADŮ NA VŠECH POŘADECH PODLE JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

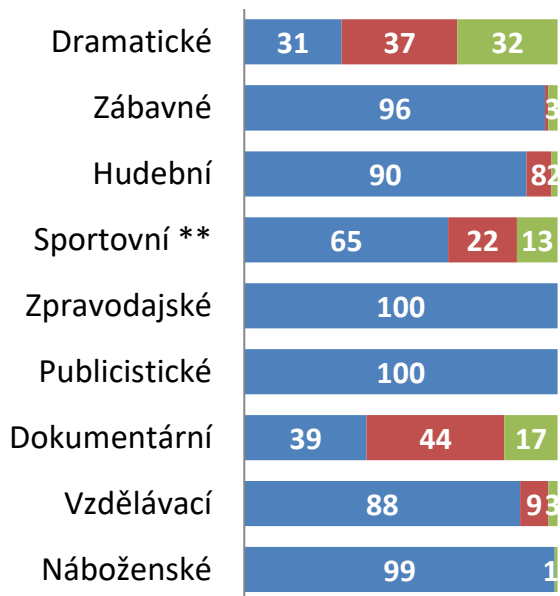
2023

- Domácí tvorba
- Evropská tvorba *
- Mimoevropská tvorba



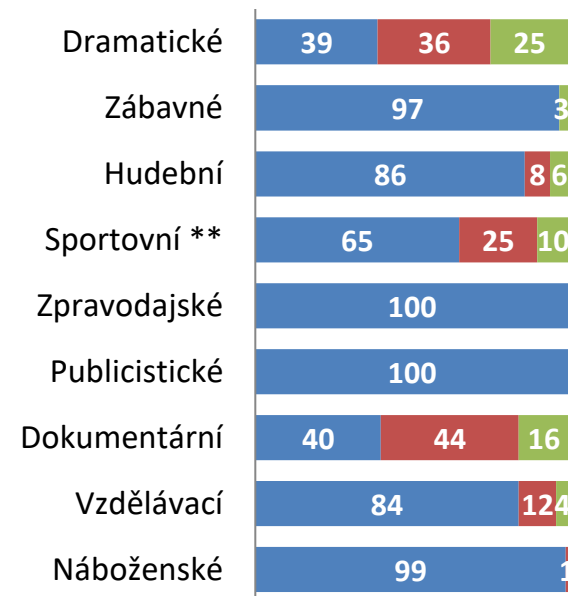
2022

- Domácí tvorba
- Evropská tvorba *
- Mimoevropská tvorba



2021

- Domácí tvorba
- Evropská tvorba *
- Mimoevropská tvorba

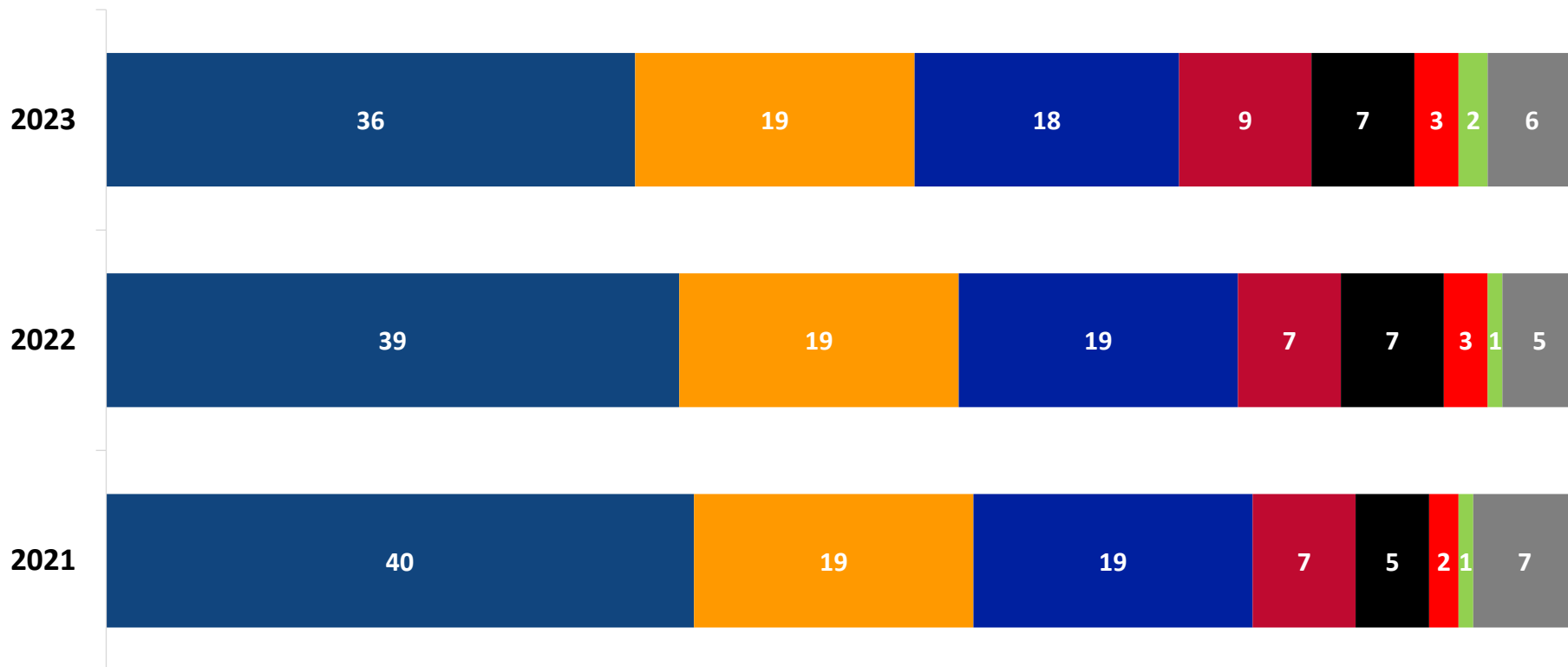
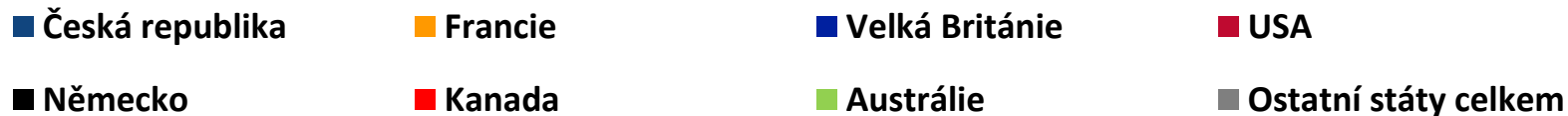


* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

** U sportovních pořadů jsou do evropské a mimoevropské tvorby započítávány i pořady vyrobené ČT, ovšem na území jiného státu.

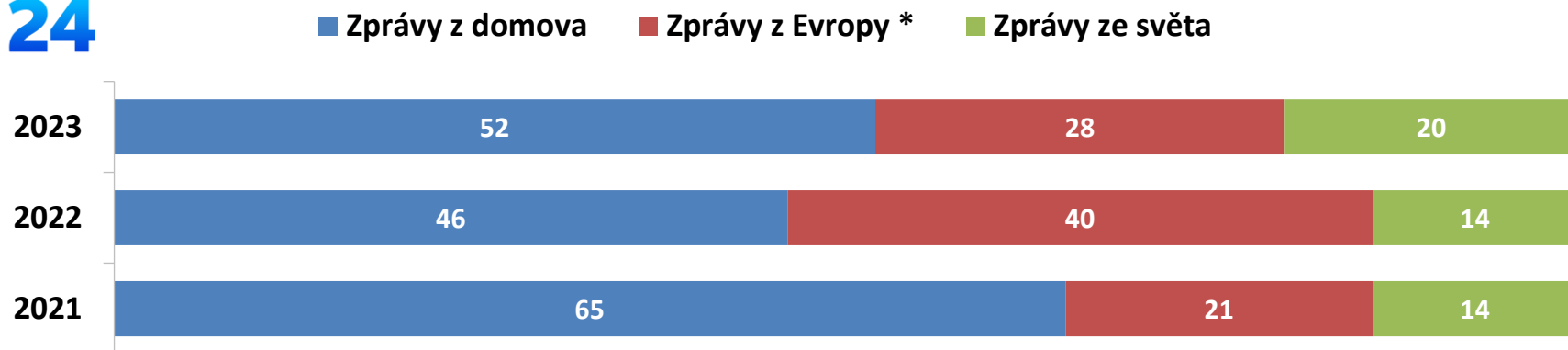
ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

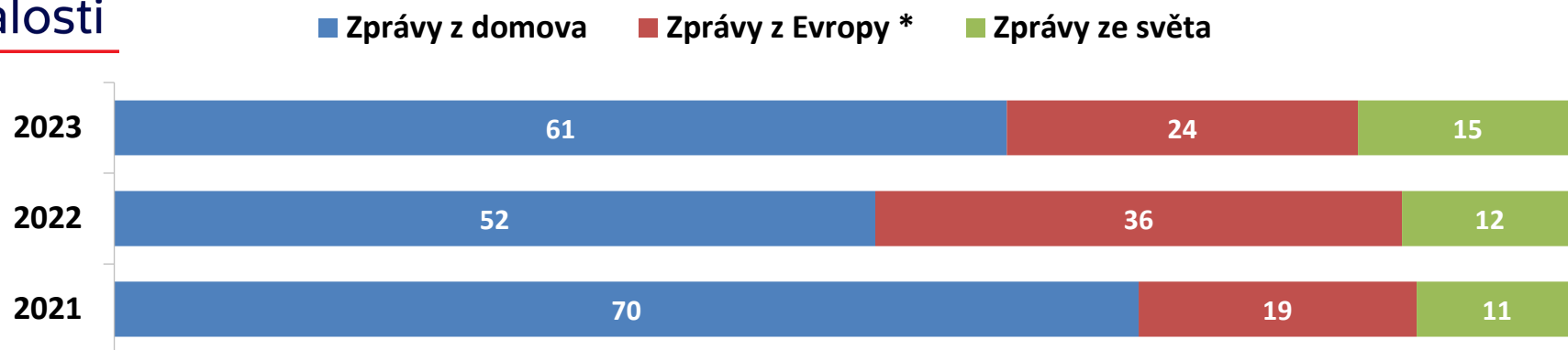


PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %



Události



* Do kategorie „zprávy z Evropy“ jsou zahrnuty všechny zprávy týkající se členských států Rady Evropy s výjimkou České republiky.

KOMENTÁŘ

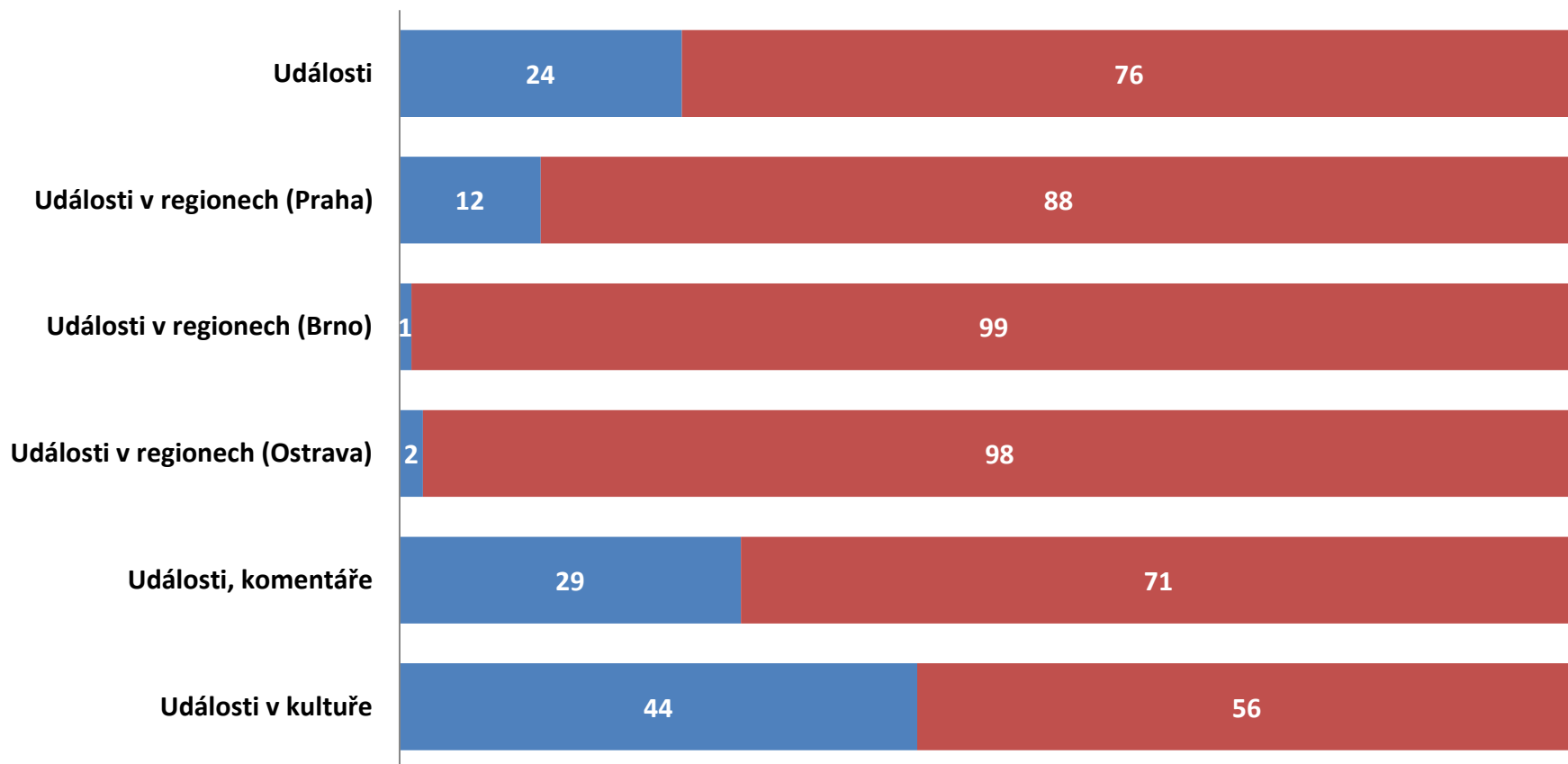
- **Podíl domácí tvorby na zábavných, zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí byl i v roce 2023 absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby (evropské či mimoevropské) jsme zaznamenali u dramatických pořadů (podíl 68 %, meziročně -1 p.b.) a dokumentárních pořadů (64 %, +3 p.b.).
- **Meziroční pokles podílu domácí tvorby u hudebních a vzdělávacích pořadů je třeba dát do souvislosti s ukončením vysílání kanálu ČT3, kde byly tyto žánry významně zastoupeny.**
- Již zmíněný nárůst podílu zahraničních dokumentárních pořadů ve vysílání ČT byl způsoben mírně vyšším zastoupením zámořské produkce (z USA a Austrálie). **Nadále však platí, že Česká televize výrazně nejčastěji přebírá dokumenty z Velké Británie a Francie.** Podíl domácí tvorby na vysílací ploše dokumentů byl v minulém roce nadále více než třetinový (36 %).
- **I když v roce 2023 došlo k poklesu podílu zpráv z Evropy ve vysílání ČT24 ze 40 % na 28 %, stále je to výrazně více než před zahájením ruské agrese na Ukrajině** (v roce 2021 činil podíl 21 %). Nadpoloviční většina zpravodajství ČT24 se nicméně na rozdíl od roku 2022 již týkala domácích událostí (52%, v roce 2022 to bylo 46 %). Identický trend můžeme sledovat u hlavní zpravodajské relace *Události*: podíl zpráv z Evropy klesl z 36 % na 24 %, podíl domácích zpráv narostl z 52 % na 61 %.

2023: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

Zdroj: Media Tenor, v %

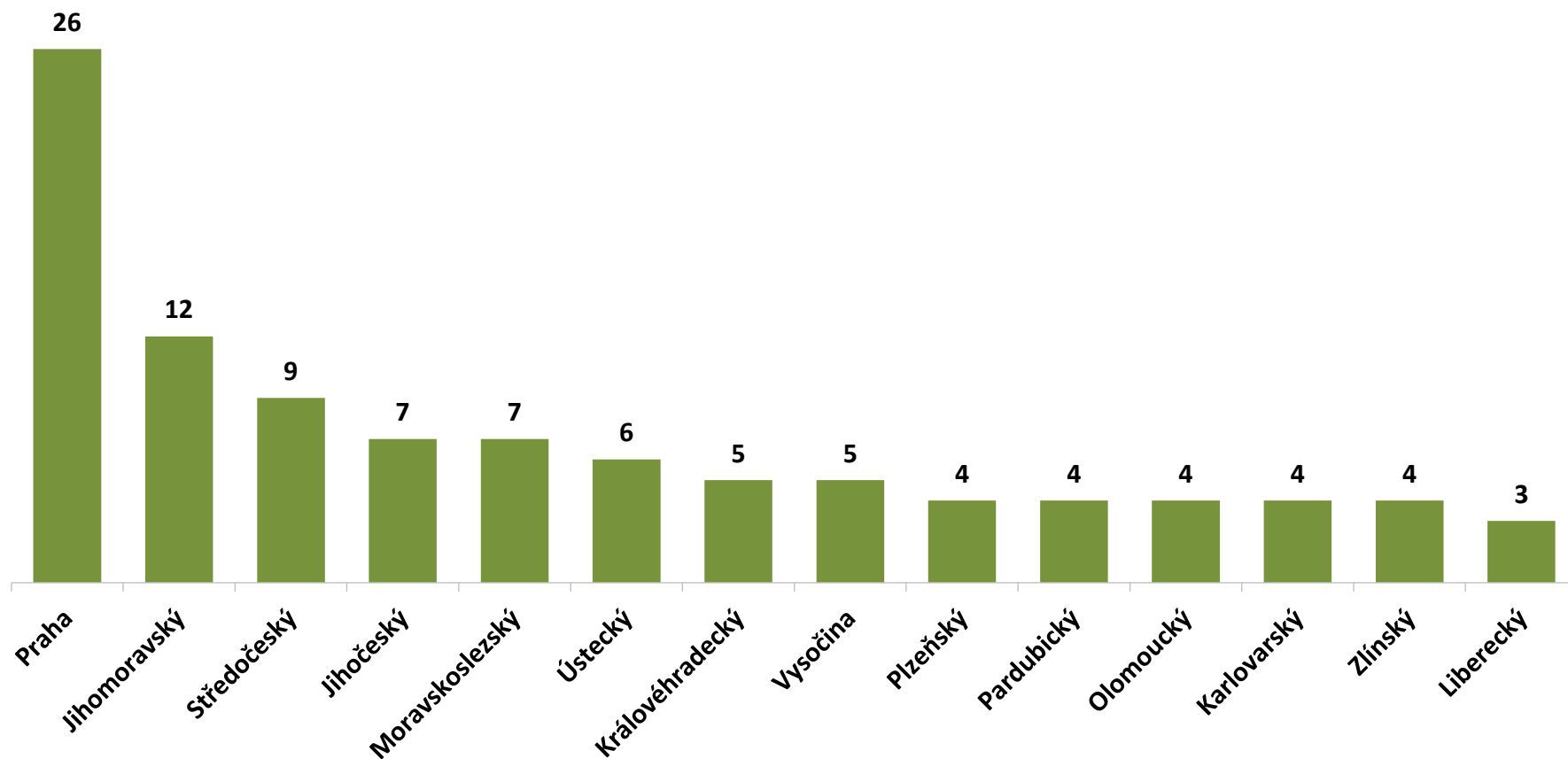
■ Praha

■ Ostatní regiony



2023: PODÍL ZPRÁV TÝKAJÍCÍCH SE JEDNOTLIVÝCH KRAJŮ ČR NA REGIONÁLNÍM ZPRAVODAJSTVÍ POŘADU UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, v %



KOMENTÁŘ

- **Podíl příspěvků o Praze na regionálním obsahu hlavní zpravodajské relace *Události* činil v minulém roce 24 %.** V rámci *Událostí, komentářů* se tématy souvisejícími s Prahou zabývalo 29 % všech regionálních příspěvků. V *Událostech v kultuře* byl jejich podíl dokonce 44 %, což dáváme do souvislosti s faktem, že v Praze sídlí celá řada významných kulturně-společenských institucí, jakými jsou divadla, muzea, koncertní sítě apod. Zároveň právě do Prahy za svými vystoupeními často míří velká světová umělecká jména.
- **Rovněž u podílu zpráv z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství *Události* je ve srovnání s krajskou populací patrné výrazně vyšší poměrné zastoupení příspěvků vázaných na metropoli.** Je to přirozeně dáno tím, že v Praze sídlí Parlament, Úřad vlády, všechna ministerstva, prezident i řada centrálních institucí. Pokud bychom Prahu nebrali v potaz, pak by podíl témat a událostí vázaných na ostatní kraje víceméně odpovídal jejich podílu na populaci. Z řady by mírně vybočoval Jihomoravský kraj zahrnující Brno, ve kterém rovněž sídlí řada celostátních a regionálních institucí.

CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 6

Česká televize se dlouhodobě zabývá rozvojem a implementací nových technologií do struktury vysílání. Legislativní rámec se v této oblasti omezuje spíše na obecná konstatování, která uvádíme níže, ale která již plně nereflektují rychlý vývoj v oblasti komunikací a informačních technologií.

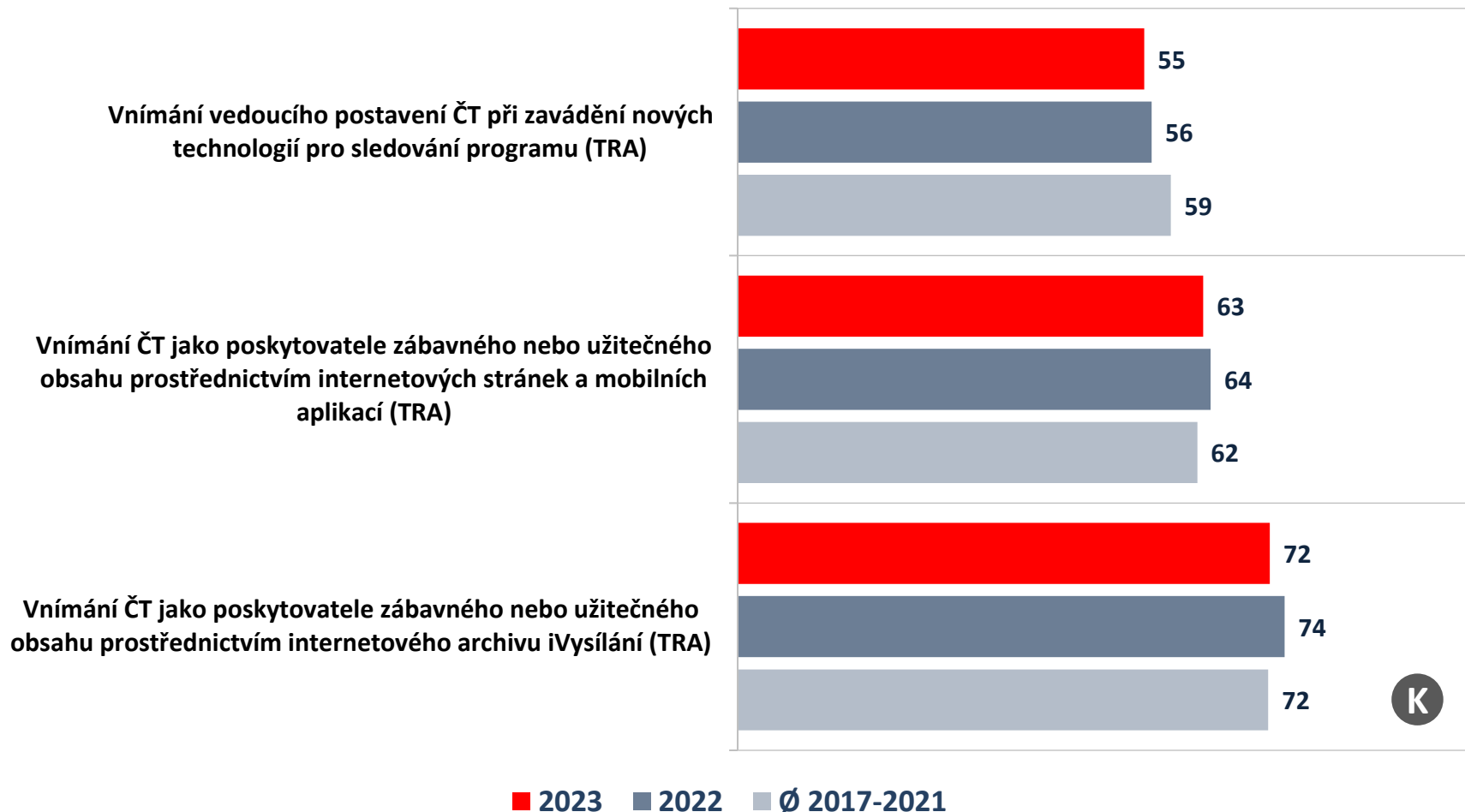
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. k)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... m) poskytuje veřejnosti informace a obsah podle § 2 odst. 1 prostřednictvím internetových stránek a aplikací České televize.“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. m)
- „Poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání je povinen zajistit, aby audiovizuální mediální služba na vyžádání neobsahovala sdělení záměrně zpracované tak, aby mělo vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by jej tato osoba vědomě vnímala, a aby nepodněcovala k nenávisti ...“ (Zákon 132/2010 sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, § 6 odst. 2)
- „Poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání je povinen zajistit, aby audiovizuální mediální služba na vyžádání, jejíž obsah může vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahuje pornografii a hrubé samoučelné násilí, byla dostupná pouze tak, aby děti a mladiství neměli běžně možnost obsah této audiovizuální mediální služby na vyžádání vidět nebo slyšet.“ (Zákon 132/2010 sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, § 6 odst. 3)

Nad rámec zákonného vymezení má Česká televize definovány další vlastní cíle, mezi něž patří především:

- přispívat ke zlepšování obsahu ČT vytvářením kanálů pro permanentní komunikaci s diváky,
- využívat nové technologické možnosti k alternativní distribuci obsahu směrem k divákům tak, aby výsledkem byla komfortnější dosažitelnost služeb ČT bez ohledu na čas a místo.

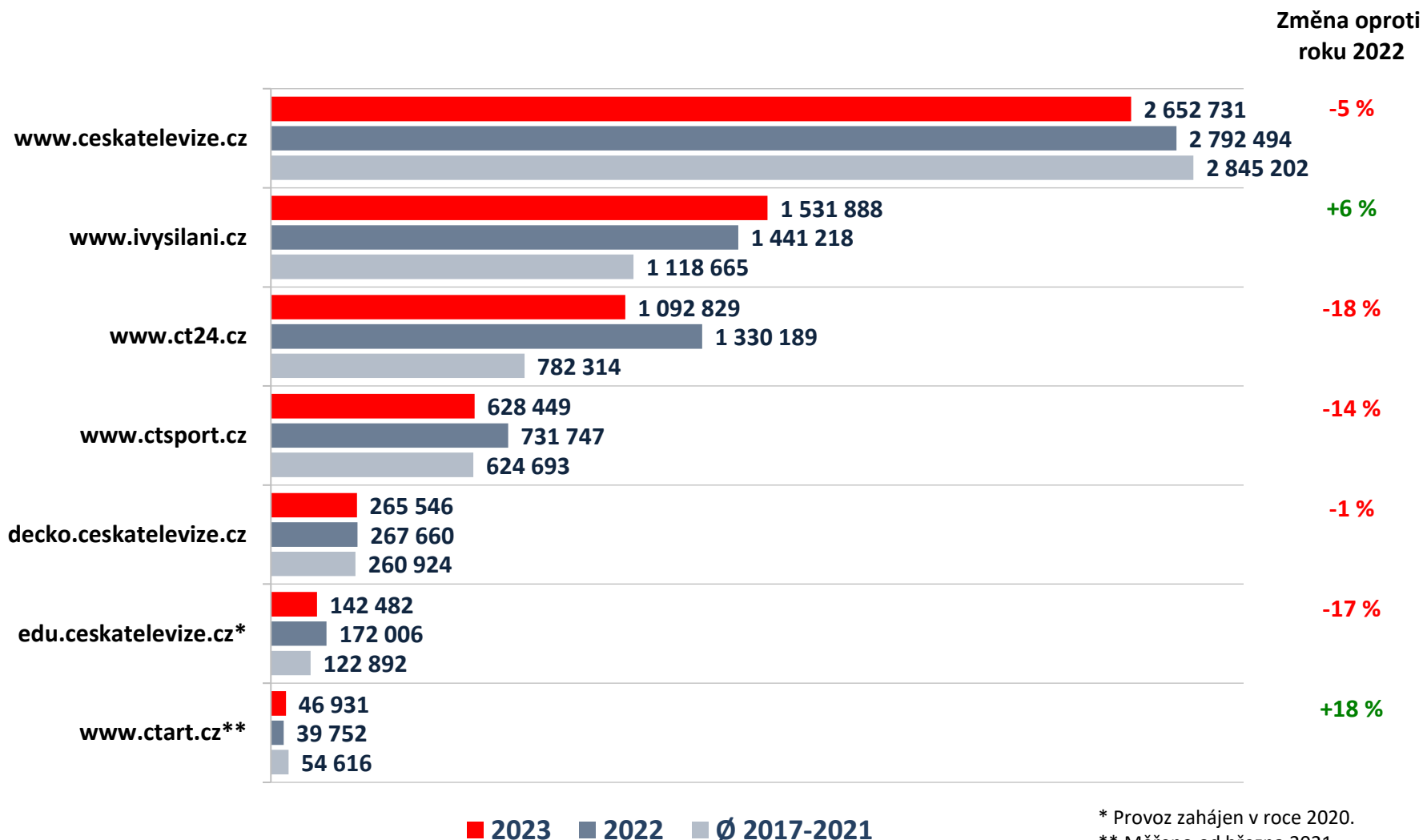
VNÍMÁNÍ ČT V SOUVISLOSTI SE ZAVÁDĚNÍM NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A POSKYTOVÁNÍM online OBSAHU

Zdroj: Tracking ČT, v %



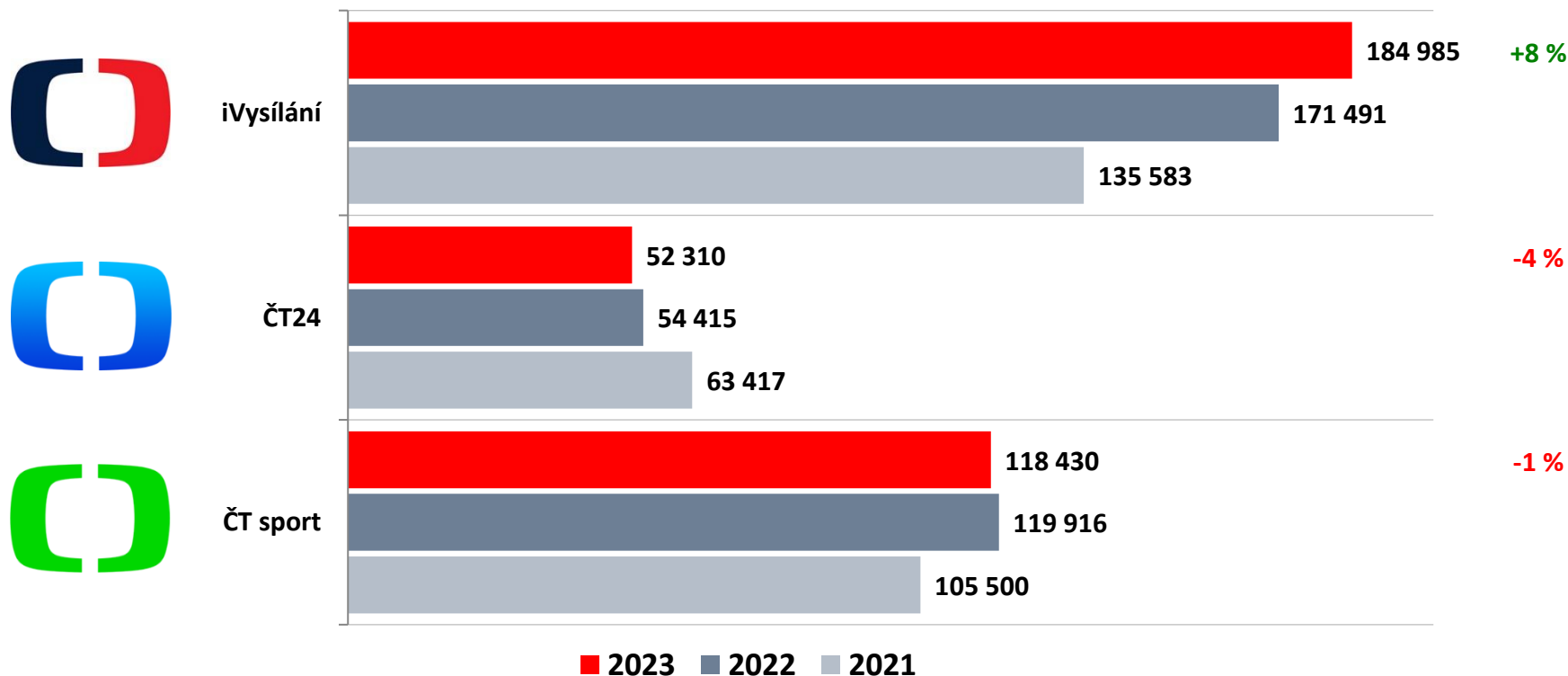
PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

Zdroj: NetMonitor, počet unikátních uživatelů za měsíc, populace 4+



PRŮMĚRNÝ POČET AKTIVNÍCH UŽIVATELŮ MOBILNÍCH APLIKACÍ ČT SE SYSTÉMEM ANDROID A iOS ZA MĚSÍC

Zdroj: Google Analytics

Změna oproti
roku 2022

KOMENTÁŘ

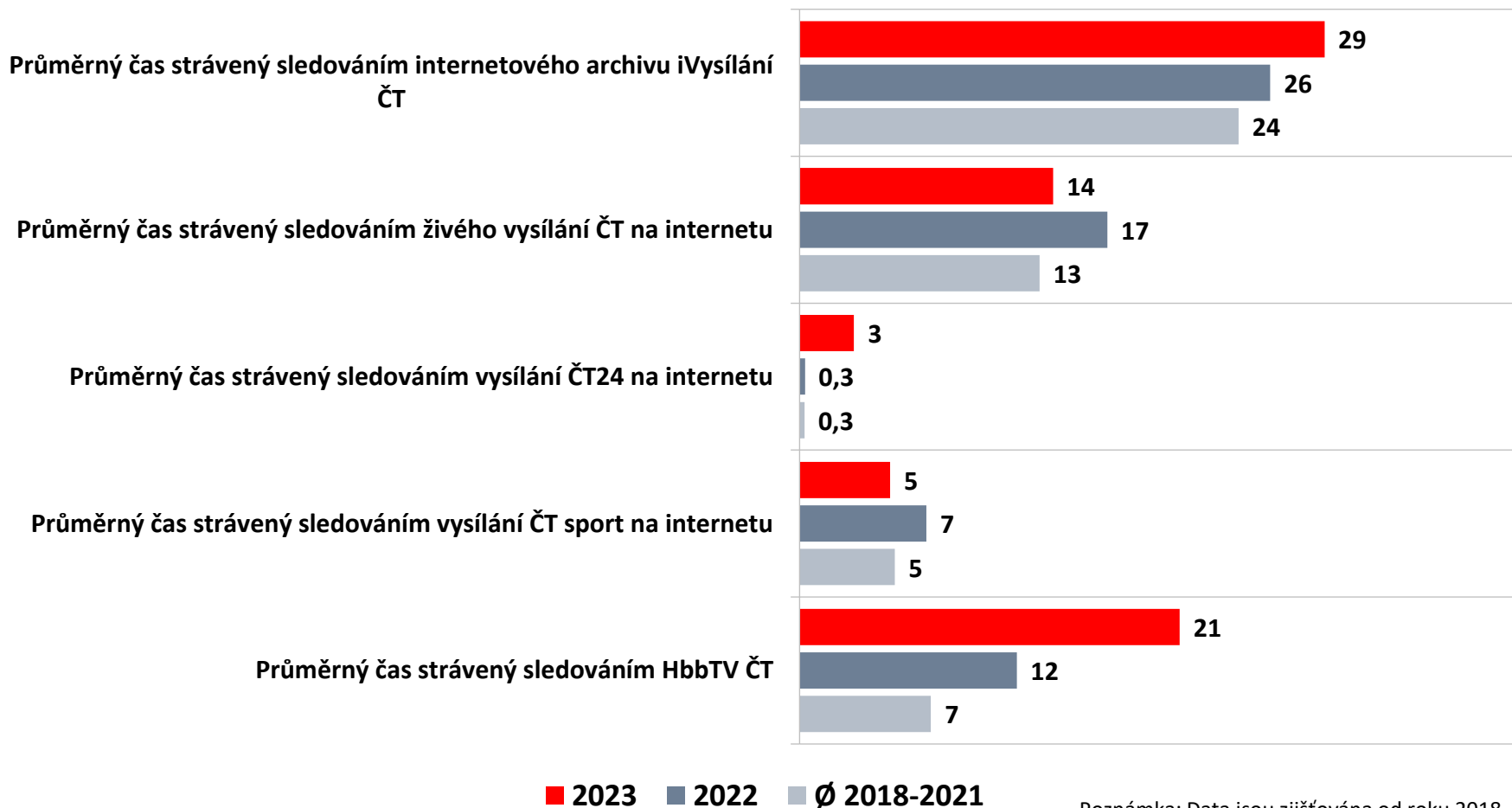
- **Koeficient indikátoru *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* dosáhl úrovně 55 %.** Oproti roku 2022 se jedná o pokles o 1 p.b. Rovněž koeficient indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací* poklesl o 1 p.b., a to na hodnotu 63 %. O 2 p.b. meziročně poklesl koeficient indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetového archivu iVysílání* a vrátil se tak na průměr období let 2017-2021.
- **V roce 2023 poklesla meziročně návštěvnost většiny webů ČT.** Předchozí rok 2022 byl totiž velmi bohatý jak na výrazné zpravodajské (začátek ruské agrese na Ukrajině), tak sportovní události (ZOH Peking, MS ve fotbale v Kataru), což se logicky odrazilo ve skokovém navýšení návštěvnosti a online provozu v porovnání s rokem 2021.
- **Centrální web ceskatelevize.cz navštívilo v roce 2023 více než 2,6 miliónu uživatelů v průměru za měsíc, což je ale o 5 % méně než v roce 2022.**
- **Průměrná měsíční návštěvnost webu ČT24 činila necelých 1,1 milionu unikátních uživatelů.** To je o 18 % méně než v průměrném měsíci roku 2022. Důvodů poklesu je více: vedle přeci jen již polevujícího zájmu o válku na Ukrajině došlo k částečnému omezení dostupnosti v důsledku změn v české legislativě (omezení provozu generovaného sociálními sítěmi, přísná definice souhlasu s cookies). Nejsilnějšími měsíci webu ČT24 byly leden, kdy proběhly prezidentské volby, a prosinec, kdy došlo k tragické střelbě na FF UK.
- **V roce 2023 přišlo na web iVysílání každý měsíc v průměru více než 1,5 milionu uživatelů, což je o 6 % více než v roce 2022.** Nejsilnějším měsícem byl prosinec, kdy iVysílání navštívilo více než 1,9 milionu uživatelů, kteří si zde vedle jiného přehrávali štědrovečerní premiérovou pohádku *Klíč svatého Petra* a další vánoční tituly. V prosinci zároveň vrcholila oblíbená soutěž *StarDance*.

KOMENTÁŘ

- **Návštěvnost webu ČT sport činila v roce 2023 v průměru 628 tisíc uživatelů měsíčně, oproti roku 2022 to bylo o 14 % méně.** Jak jsme již naznačili, hlavním důvodem poklesu byla absence velkých sportovních událostí, které v roce 2022 nechyběly, ať už šlo o únorové Zimní olympijské hry v Pekingu nebo MS ve fotbale v Kataru na samém konci roku. Nejsilnějším měsícem roku 2023 byl pro web ČT sport květen, kdy probíhalo MS v hokeji.
- **Na interaktivní web decko.cz přišlo v loňském roce průměrně 266 tisíc uživatelů za měsíc, což je téměř shodný výsledek jako v roce 2022.** Nejsilnějším měsícem byl s 379 tisíc uživateli prosinec, kdy byl tradičně spuštěn oblíbený interaktivní *Adventní kalendář*. Na webu decko.cz dobře fungovala také velká prázdninová hra *Konec telky?!* a celoroční hra *Úžasně umění*.
- **Na vzdělávací web ČT edu ve čtvrtém roce jeho existence přišlo o 17 % méně uživatelů než v předchozím roce.** Každý měsíc ho navštívilo i tak více než 142 tisíc unikátních uživatelů. Žáci, studenti i pedagogové zde měli k dispozici téměř 12 tisíc výukových videí a více než 3,6 tisíc různých pracovních listů. Zajímavé je, že ačkoliv návštěvnost stránek byla o poznání nižší, zmíněné materiály byly v roce 2023 staženy uživateli cca 1,7milionkrát, což značí meziroční nárůst o 50 %. Souvisí to s neustále se zvyšujícím se počtem pracovních listů, které jsou postupně na web umisťovány.
- **Kulturně zaměřený web ČT art v roce 2023 navštívilo každý měsíc v průměru téměř 47 tisíc unikátních uživatelů.** Stránky tak zaznamenaly nejvyšší relativní změnu návštěvnosti ze všech webů ČT (+18 %).
- **Průměrný měsíční počet uživatelů mobilní aplikace iVysílání se meziročně zvýšil o 8 %.** Každý měsíc aplikaci využilo v průměru 185 tisíc uživatelů. Aplikaci ČT sport spustilo měsíčně 118 tisíc uživatelů mobilních zařízení (-1 %), aplikaci ČT24 pak 52 tisíc uživatelů (-4 %). Drobný meziroční pokles u aplikací ČT24 a ČT sport souvisí s nižším zájmem diváků o zpravodajství (v roce 2022 válka na Ukrajině) a sport (v roce 2022 ZOH a MS ve fotbal).
- **Zároveň je na místě zmínit, že od léta 2022 je deklarovaný počet uživatelů aplikací ČT nižší než počet reálný, odhadem o 8-10 %.** Hlavním důvodem je nevydaný souhlas s ukládáním cookies do zařízení ze strany části uživatelů. Ti, kteří souhlas nedali, se následně neobjevují ve statistikách Google Analytics.

ČAS STRÁVENÝ SLEDOVÁNÍM ARCHIVU ČT A ŽIVÉHO VYSÍLÁNÍ ČT NA INTERNETU V POPULACI 4+

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v minutách za měsíc



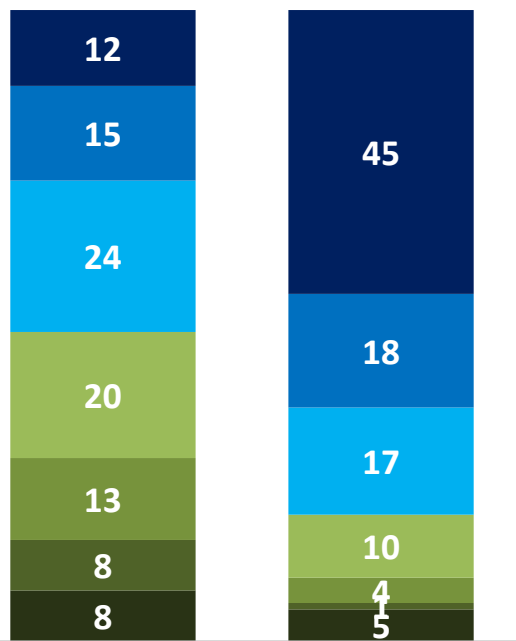
Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2018.

2023: DEMOGRAFICKÝ PROFIL DIVÁKŮ SLEDUJÍCÍCH ONLINE VYSÍLÁNÍ ČT A DIVÁKŮ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v %

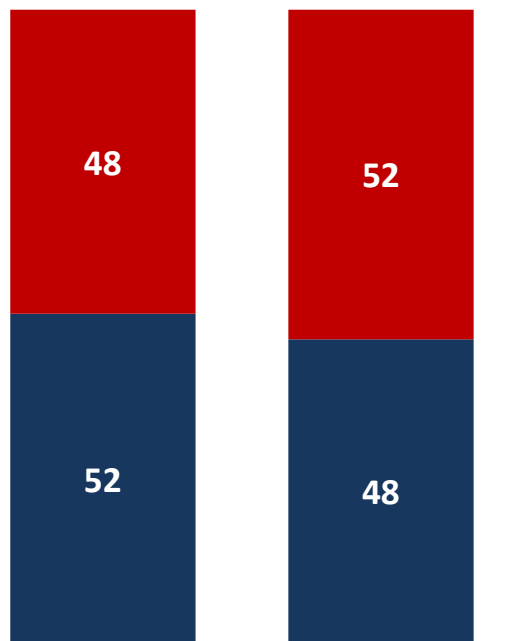
Profil podle VĚKU

- 4-14 let
- 15-24 let
- 25-34 let
- 35-44 let
- 45-54 let
- 55-64 let
- 65+



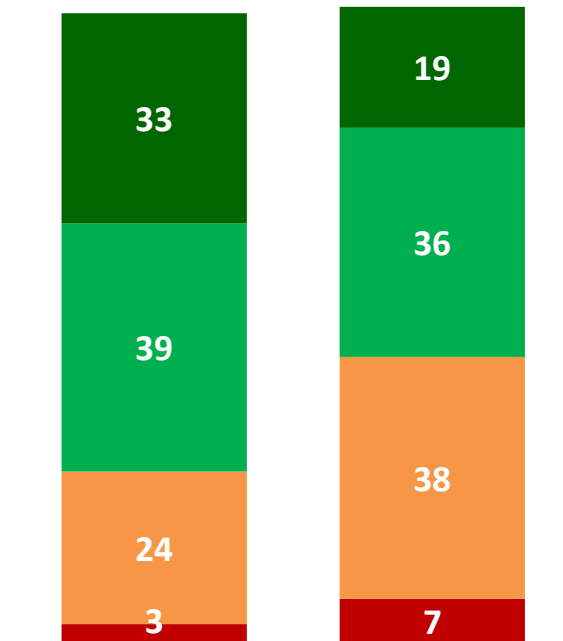
Profil podle POHLAVÍ

- Muži
- Ženy



Profil podle VZDĚLÁNÍ

- ZŠ
- SŠ s mat.
- Vyučení bez mat.
- VŠ



KOMENTÁŘ

- **Diváci strávili v roce 2023 sledováním videoobsahu České televize v průměru 58 minut za měsíc** (kumulovaně za archiv ČT a živé vysílání na internetu). Meziročně se jedná nárůst o 13 minut.
- **Čas strávený sledováním videoobsahu internetového archivu ČT, tedy služby iVysílání, činil v průměru 29 minut za měsíc na diváka.** Jedná se o vůbec nejvyužívanější online službu České televize, v porovnání s rokem 2022 narostl čas sledování o 3 minuty.
- Téměř na dvojnásobek – z 12 na současných 21 minut - narostl meziročně čas, který diváci v průměru měsíčně strávili sledováním videoobsahu HbbTV ČT.
- Sociodemografický profil diváků sledujících vysílání ČT online a diváků tradičního televizního vysílání se v některých charakteristikách liší. **„online populace“ je oproti té televizní v průměru výrazně mladší, má celkově vyšší vzdělání a muži v ní mírně převažují nad ženami.**
- Ve srovnání s rokem 2022 došlo ve struktuře diváků sledujících vysílání České televize online jen k minimálním posunům.

2023: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících diváků

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Klíč svatého Petra	2 078	946	132	52 %
Tři zlaté dukáty	1 926	557	72	33 %
Docent	1 718	469	126	35 %
Zátopek	1 693	274	50	19 %
StarDance XII	1 530	228	50	18 %
Prvok, Šampón, Tečka a Karel	1 300	218	40	20 %
Místo zločinu České Budějovice	1 261	420	104	42 %
Princ Mamánek	1 227	264	35	25 %
Zbožňovaný	1 119	238	55	26 %
Mimořádná událost	1 005	217	43	26 %
Kukačky 2	1 001	329	119	45 %
Volha	926	436	147	63 %
OKTOPUS	897	364	105	52 %
Betlémské světlo	804	139	28	21 %
Osada 2	794	338	109	56 %
Poslední závod	791	196	49	31 %
Buko	619	184	29	34 %
Slovo	489	99	17	24 %
Dobré ráno, Brno!	355	257	98	100 %

2023: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících diváků

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Modrá krev III	445	122	19	32 %
Příběhy starých hospod	376	132	24	41 %
V karavanu po Maďarsku	270	73	12	31 %
Stopy Járy Cimrmana	235	62	12	32 %
Po jedné stopě do Afriky	212	46	12	28 %
Marie Antoinetta	188	48	20	36 %
Vigil	34	42	12	155 %
Iveta	34	16	14	91 %

KOMENTÁŘ

- Pro Českou televizi je vedle živého vysílání důležitá také odložená sledovanost pořadů v televizi a na internetu. Ta s postupující vybaveností domácností moderními technologiemi přispívá k živé sledovanosti stále větší měrou. **V roce 2023 připadlo z celkového času, který diváci strávili s Českou televizí, 89 % na živé sledování v televizi, 8 % na odložené sledování a 3 % na sledování přes internet, ať už živě nebo z archivu.**
- **Cyklem, u kterého jsme zaznamenali nejvyšší příspěvek odložené sledovanosti ke sledovanosti celkové, se v roce 2023 stal seriál *Volha*, jehož jednotlivé díly si odloženě na internetu přehrál v průměru 147 tisíc diváků, 436 tisíc dalších pak v „chytrých“ televizích. Navýšení činilo 63 %. V absolutních číslech se odložená sledovanost nejvíce prosadila u **premiérové štědrovečerní pohádky Karla Janáka *Klíč svatého Petra***. Tu si odloženě přehrál 132 tisíc uživatelů na internetu a 946 tisíc v televizi.**
- V jarní sezóně v odložené sledovanosti bodovala také minisérie *Docent* (126 tisíc zhlédnutí na internetu; 469 tisíc v TV), rodinný seriál *Kukačky 2* (119 tisíc; 329 tisíc) a krimisérie *Místo zločinu České Budějovice* (104 tisíc; 420 tisíc). Na podzim zaujaly diváky seriály *Osada 2* (109 tisíc; 338 tisíc) a *OKTOPUS* (105 tisíc; 364 tisíc).
- Z cyklů vysílaných na ČT2 vykazaly nejvyšší odloženou sledovanost *Příběhy starých hospod* (24 tisíc zhlédnutí na internetu; 132 tisíc v TV) a *Modrá krev III* (19 tisíc; 122 tisíc), ze seriálů pak akviziční *Marie Antoinetta* (20 tisíc; 48 tisíc).
- Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek ve vysílání i aktivitami na sociálních sítích.

2023: PŘEHLED „WEB ONLY“ POŘADŮ NA IVYSÍLÁNÍ

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících diváků

VLASTNÍ TVORBA

Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost
Pickupeři	13. 12.	6	86 913	10,6	66 %
Šotouši	3. 6.	3	55 449	11,2	63 %
Skejty a lopaty	4. 5.	5	34 482	4,8	70 %
V proudu	7. 6. + 22. 6.	6	10 396	1,1	49 %

ZAHRANIČNÍ TVORBA

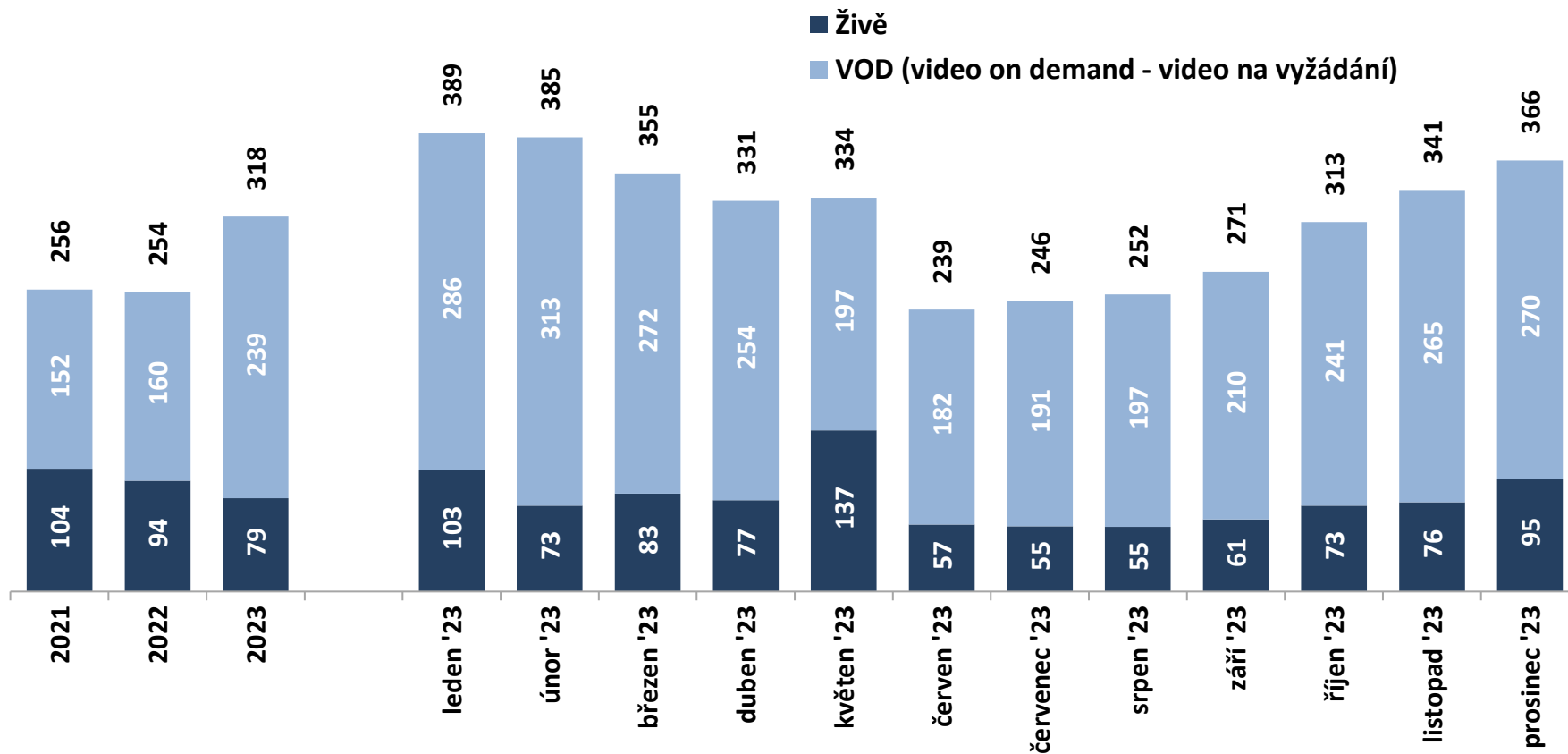
Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost
Most I. - IV.	16. 11.	38	2 001 969	25,1	44 %
Normální lidi	12. 5.	12	412 833	10,6	49 %
The IT Crowd I. - IV.	1. 4.	24	307 103	8,5	61 %
Tančírna na hlavní třídě I. - III.	14. 10.	9	167 113	7,5	42 %

KOMENTÁŘ

- **V prosinci roku 2021 byla spuštěna nová podoba videoplatformy iVysílání**, jejímž cílem se nově stalo také oslovení mladších cílových skupin, které běžné televizní vysílání konzumují jen sporadicky. Od té doby byla zejména mladým divákům na iVysílání nabídnuta celá řada pořadů či cyklů, které jsou dostupné výlučně online, ať už přes webové prohlížeče, mobilní aplikaci nebo platformu HbbTV.
- V roce 2023 byly do iVysílání zařazeny čtyři nové původní cykly, souhrnně nazývané „web only“, a velký počet akvizičních filmů a seriálů. **Divácky nejvyhledávanějším z nich byl desetidílný původní cyklus Šotouši**, jehož každý díl si v iVysílání přehrálo v průměru 11,2 tisíc diváků ve věku 4+. Diváci s oblibou sledovali také docusoap *Pickupeři* (10,6 tisíc) nebo pětidílnou sérii *Skejty a lopaty* (4,8 tisíc).
- **Výhradně na iVysílání najdeme také několik akvizičních seriálů, třeba severský Most** (4 řady, 38 epizod), jehož každý díl si přehrálo v průměru 28 tisíc diváků.
- Celkový počet spuštěných „web only“ pořadů se na celkovém počtu zhlédnutých videí v rámci iVysílání podílel v jednotlivých měsících od 3 % do 10 %.

2023: VIDEOOBSAH* – VÝVOJ OBJEMU ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS) ČESKÁ TELEVIZE, VŠECHNA VIDEO (CELKOVÝ ODSLEDOVANÝ ČAS V TISÍCÍCH HODIN ZA DEN)

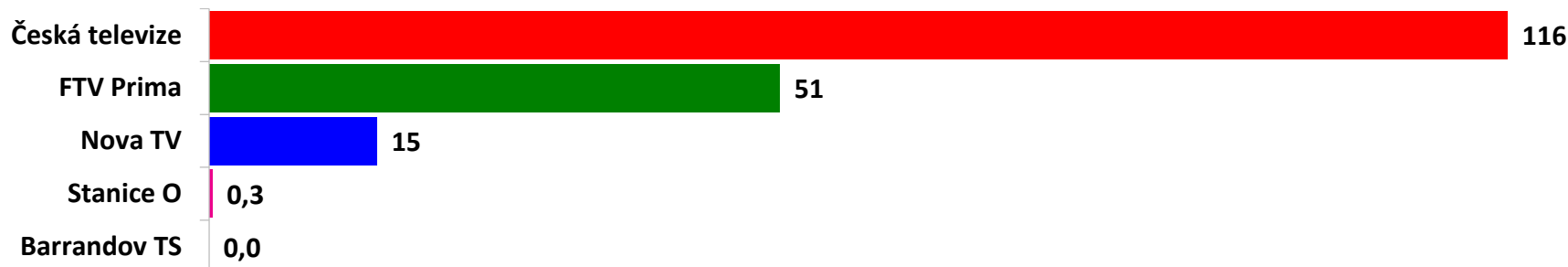
Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících hodin za den



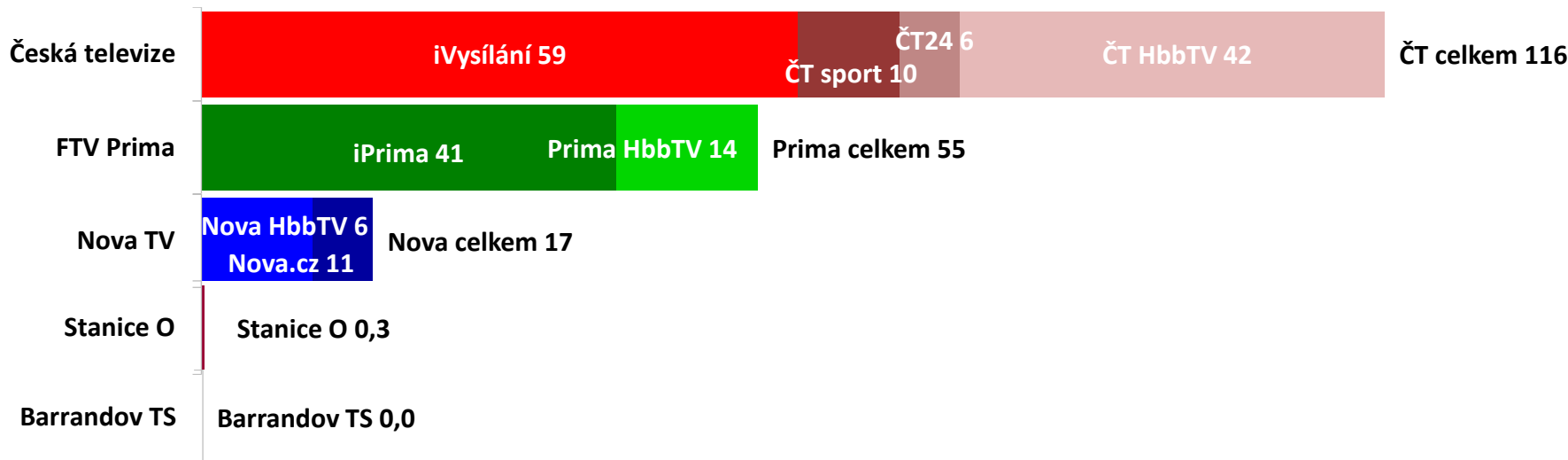
2023: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v milionech hodin

VŠECHNA VIDEO BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



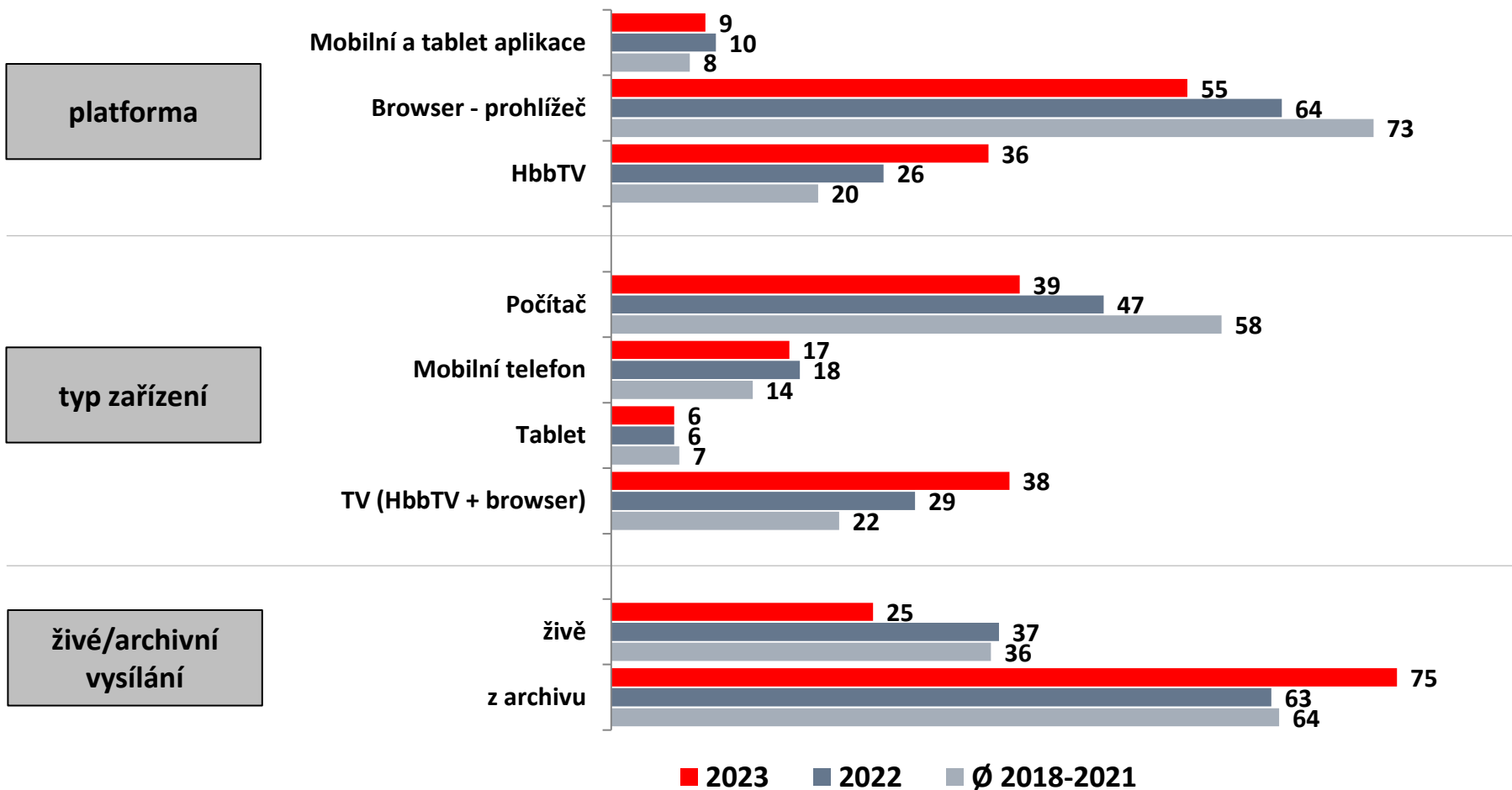
VŠECHNA VIDEO VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že Nova TV a FTV Prima měří jen část svého videoobsahu a TV Barrandov a Stanice O měří pouze prohlížeče, nikoliv mobilní a tabletové aplikace či HbbTV.

VIDEOBSAH ČT – PODÍL ODSLEDOVANÉHO ČASU DLE PLATFORMEM, TYPU ZAŘÍZENÍ A TYPU VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v %



KOMENTÁŘ

- **V roce 2023 diváci na webech České televize odsledovali každý den v průměru 318 tisíc hodin videoobsahu*, což znamená meziroční nárůst o 25 %.** Z celkového času připadlo 79 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 239 tisíc hodin na videoobsah z archivu. Výrazně nejvíce odsledovaných hodin (živě nebo z archivu) jsme zaznamenali v lednu a v únoru (389 tisíc, resp. 385 tisíc hodin) v souvislosti s prezidentskými volbami a novými pořady zařazenými do archivu České televize na začátku roku.
- **Za celý rok 2023 diváci České televize odsledovali 116 milionů hodin pořadů. Česká televize se tak výraznou měrou podílela na celkovém měřeném videoobsahu, a to z více než 60 %.** S odstupem následovala TV Prima (55 mil. hodin), TV Nova (17 mil.) a stanice O (0,3 mil.).
- **Diváci sledovali videoobsah ČT především prostřednictvím prohlížečů, přes které bylo přehráno 55 % celkového objemu.** Meziročně však tato forma sledování oslabila o 9 p.b., a to ve prospěch HbbTV.
- **Přes HbbTV byla přehrána již více než třetina videoobsahu ČT (36 %).** Obliba tohoto způsobu konzumace pořadů v posledních letech konstantě roste, a to díky neustále se zvyšujícímu počtu domácností vybavených chytrým televizorem s tzv. červeným tlačítkem, které je branou do světa HbbTV. Na konci roku 2023 bylo v ČR takových domácností již 1,3 milionu.
- 25 % videoobsahu ČT bylo přehráváno živě, značný podíl na tom měly sportovní a zpravodajské přenosy. 75 % odsledovaného času bylo přehráno z archivu.
- **Od roku 2024 budou do měření videoobsahu zařazeny i aplikace nainstalované v chytrých televizích.**

VIDEOOBSAH ČT – POČTY SPUŠTĚNÍ (VIEWS*) VIDEÍ ČESKÉ TELEVIZE

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D

V roce 2023 jsme na internetu zaznamenali v průměru 871 tisíc spuštění videí České televize denně (o rok dříve to bylo 706 tisíc). Nejvíce spuštění – v průměru těsně nad jeden milion – připadlo díky prezidentským volbám a novým pořadům v archivu České televize na leden a únor.

Videa na jednotlivých webech ČT a v mobilních aplikacích byla přehrávána následovně:

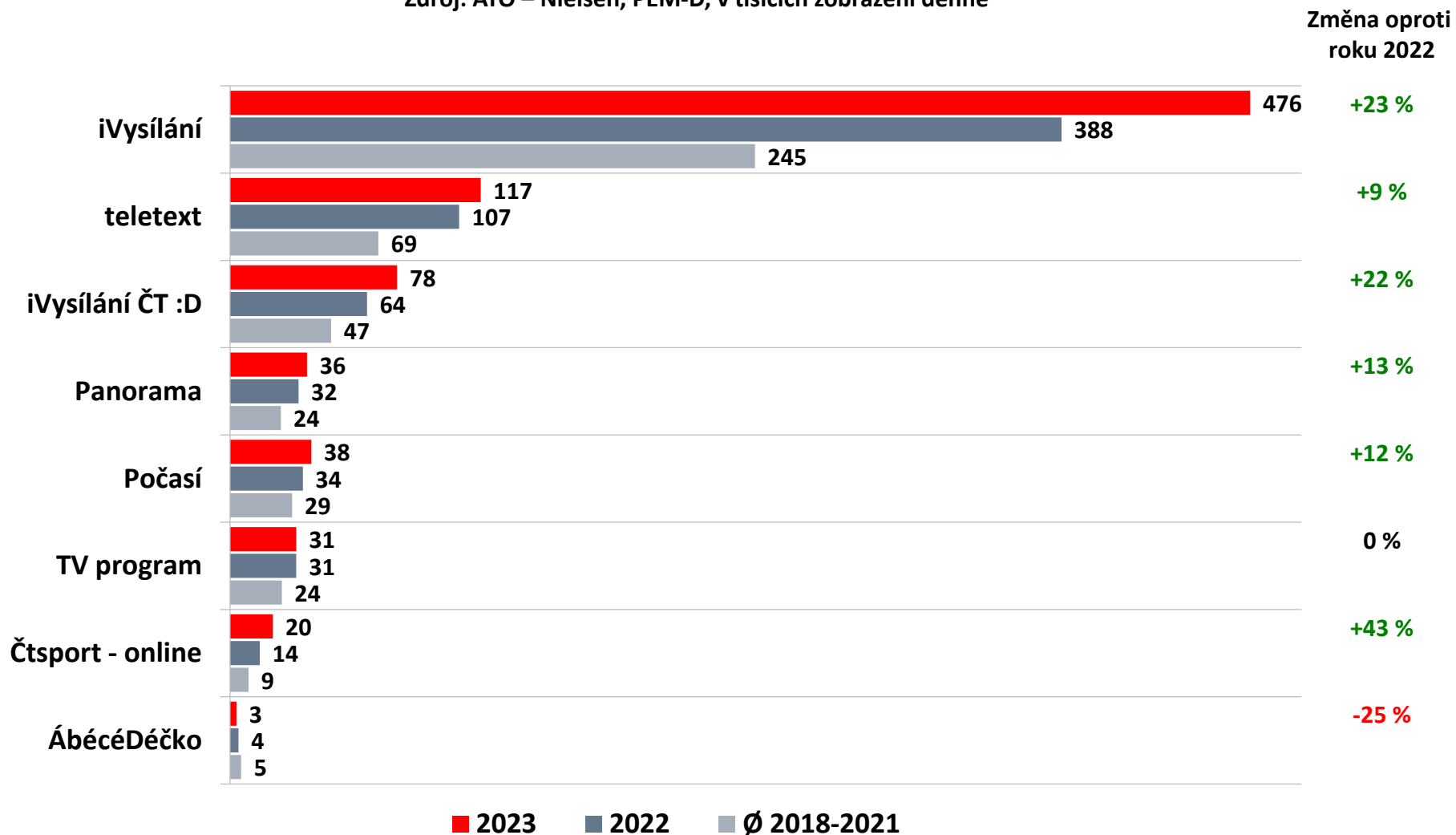
- Na webu a v mobilní aplikaci **ČT24** bylo spuštěno v průměru 37 tisíc videí denně. Z hlediska stráveného času se jednalo o 5 % veškerého videoobsahu ČT**.
- Na webu **ČT :D** bylo spuštěno denně v průměru 34 tisíc videí.
- Web **ČT edu** vykázal v průměru 9 tisíc spuštěných videí denně.
- Na webu a v mobilní aplikaci **ČT sport** bylo spuštěno v průměru 80 tisíc videí denně. Z hlediska stráveného času se jednalo o 8 % veškerého videoobsahu ČT.
- **iVysílání** vykázalo na webu a v mobilní aplikaci denně v průměru 427 tisíc spuštěných videí. Z hlediska stráveného času se jednalo o 51 % veškerého videoobsahu ČT.
- Prostřednictvím **HbbTV** bylo spuštěno v průměru 327 tisíc videí denně, jednalo se o 36 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.

* U videoobsahu rozlišujeme tzv. views, neboli počet spuštění videa, a dále čas strávený sledováním v minutách či hodinách

** Videoobsahem ČT rozumíme jakékoli video umístěné na webu ČT, v mobilní aplikaci ČT nebo v nabídce HbbTV, ať už se jedná o pořad České televize nebo jiné video, typicky krátký zpravodajský příspěvek, sportovní sestřih či doplňkové video pro děti.

HBBTV STATICKÝ OBSAH – TOP APLIKACE

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících zobrazení denně



Poznámka: V grafu jsou zobrazeny pouze nejpoužívanější aplikace.

KOMENTÁŘ

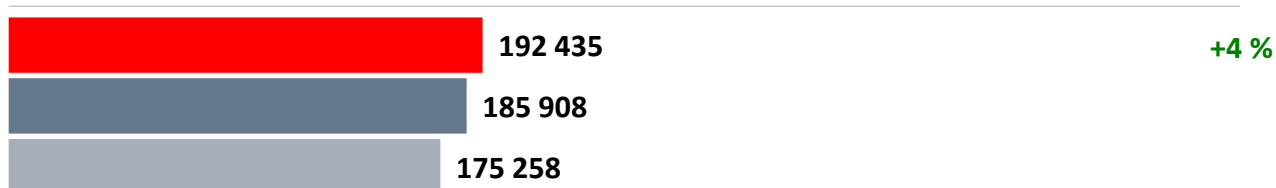
- Česká televize již řadu let nabízí divákům využívání služeb HbbTV. Aplikace ČT, prostřednictvím kterých je HbbTV využíváno, byly v posledních třech letech výrazně inovovány. Ve srovnání s ostatními televizemi je služba HbbTV České televize nejpoužívanější a v rámci jednotlivých digitálních produktů ČT u ní sledujeme nejvyšší růst.
- **Nejčastěji využívanou aplikací je dlouhodobě iVysílání**, které bylo přes HbbTV v roce 2023 denně zobrazeno v průměru 476tisíckrát. Používání aplikace zaznamenalo výrazný meziroční nárůst o 23 %. Čísla rostla také u dalších aplikací, např. u iVysílání ČT :D to bylo o 14 tisíc zobrazení denně více (+22 %).
- **Počet automatických zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 7,4 milionu**, záměrně bylo červené tlačítko využito 216tisíckrát za den. Během vysílání pořadu *Dobré ráno, Brno!* a v průběhu MS v ledním hokeji nabídla Česká televize divákům také služby dostupné pomocí modrého tlačítka. Ke sportovním událostem navíc zprovoznila speciální aplikace.
- Vedle standardního měření HbbTV máme k dispozici i tzv. unikátní metriky, které kvantifikují jedinečné přístupy k HbbTV v delším časovém období, typicky za týden či měsíc. Díky tomu můžeme konstatovat, že **HbbTV České televize v roce 2023 každý měsíc využilo v průměru 809 tisíc unikátních diváků, což značí v meziročním rovnání nárůst o 62 tisíc.**

POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), počet fanoušků k závěru časového období

 **Česká televize**

Změna oproti
roku 2022



Instagram



Tik Tok



■ 2023 ■ 2022 ■ 2021

* Tik Tok profil České televize byl založen v závěru roku 2021.

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

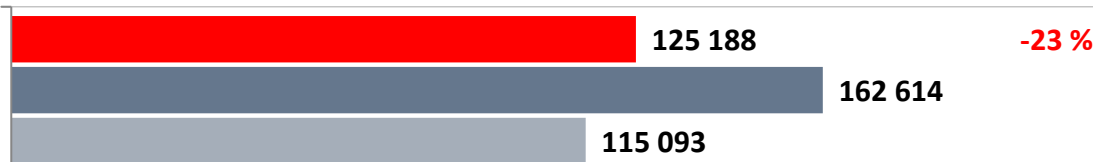
Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), průměrné denní imprese/dosah



Změna oproti
roku 2022



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH *

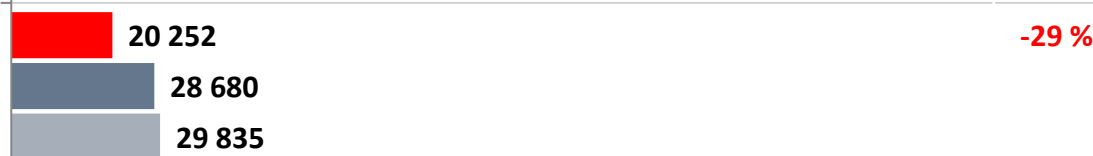


PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE **



Instagram

PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH ***



Tik Tok

PRŮMĚRNÝ DOSAH ZA JEDEN
PUBLIKOVANÝ PŘÍSPĚVEK****



■ 2023 ■ 2022 ■ Ø 2018-2021

* Definice dosahu (reach) podle Facebooku = Počet lidí, kterým se jakýkoli obsah měřené stránky nebo o měřené stránce zobrazil na jejich obrazovce. Jedná se o unikátní FB účty (tzv. Unique Users).

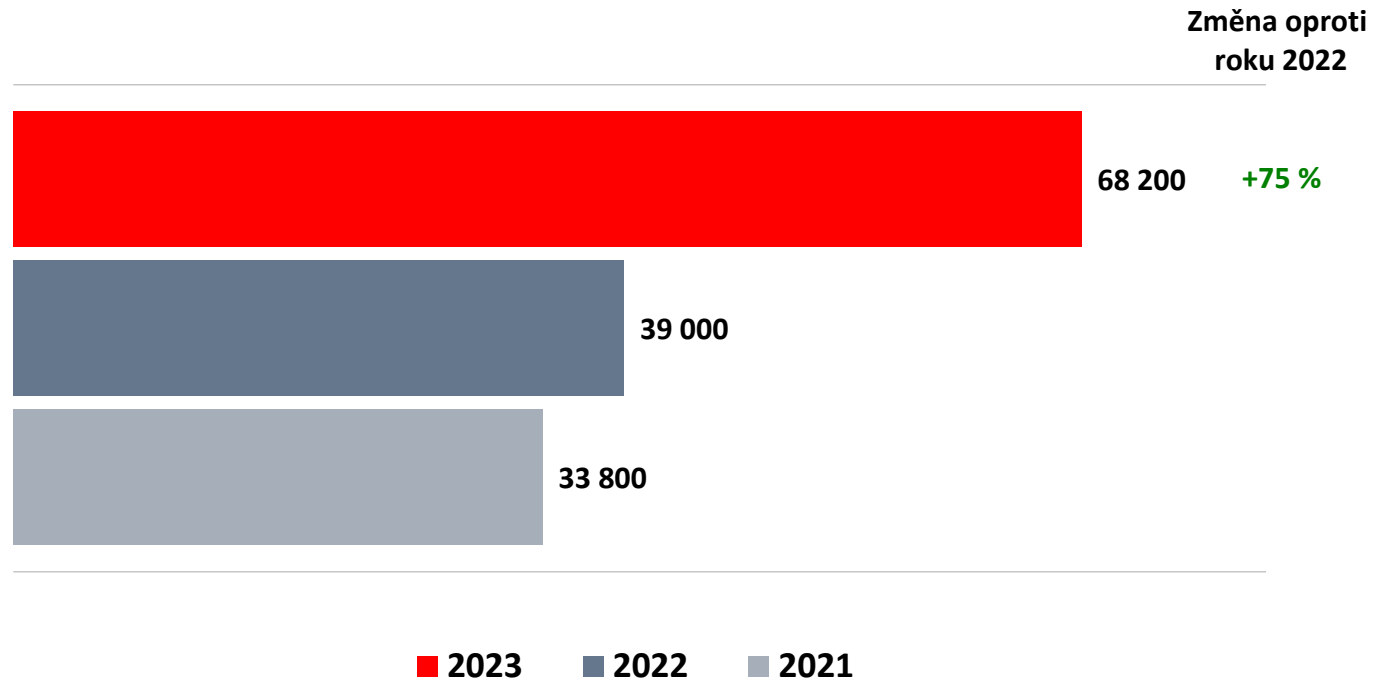
** Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživateli Twitteru.

*** Definice zásahu (reach) podle Instagramu = Průměrný počet unikátních účtů (tzv. Unique Users), kterým se zobrazily posty měřené stránky ve vybraném časovém období.

**** Tik Tok účet České televize byl založen v závěru roku 2021. Statistika průměrného denního dosahu není u Tik Tok profilu České televize k dispozici. Proto je zde uveden průměrný dosah jednoho publikovaného příspěvku.

POČET ODBĚRATELŮ YOUTUBE KANÁLU ČESKÉ TELEVIZE

Zdroj: YouTube, počet odběratelů k závěru časového období



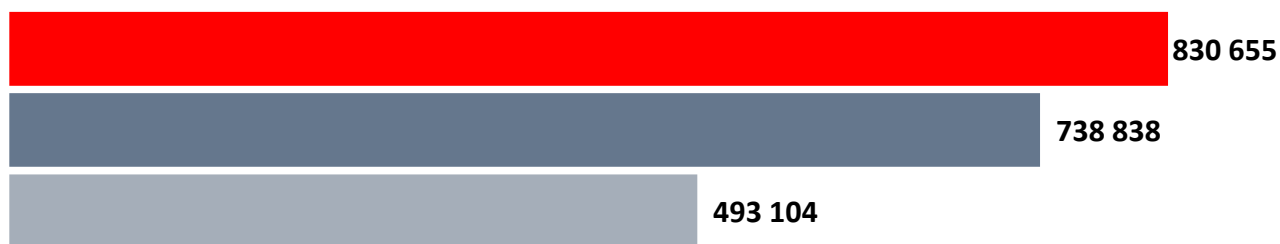
POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), počet fanoušků k závěru časového období

Změna oproti
roku 2022

+2 %



+12 %



+11 %

■ 2023 ■ 2022 ■ 2021

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), průměrné denní imprese/dosah

Změna oproti
roku 2022



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH*

800 249

-25 %

1 060 953

1 249 157



PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE**

1 139 452

-21 %

1 434 795

803 426



PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH***

144 206

+7 %

135 196

53 365

■ 2023 ■ 2022 ■ Ø 2018-2021

*Definice dosahu (reach) podle Facebooku = Počet lidí, kterým se jakýkoli obsah měřené stránky nebo o měřené stránce zobrazil na jejich obrazovce. Jedná se o unikátní FB účty (tzv. Unique Users).

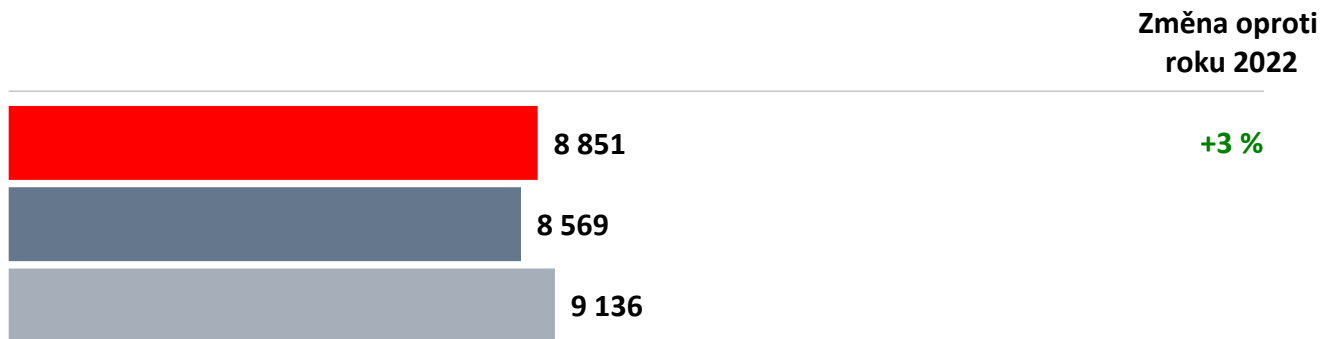
**Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživatelům Twitteru.

*** Definice zásahu (reach) podle Instagramu = Průměrný počet unikátních účtů (tzv. Unique Users), kterým se zobrazily posty měřené stránky ve vybraném časovém období.

POČET PŘÍSPĚVKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), počet příspěvků



■ 2023 ■ 2022 ■ 2021

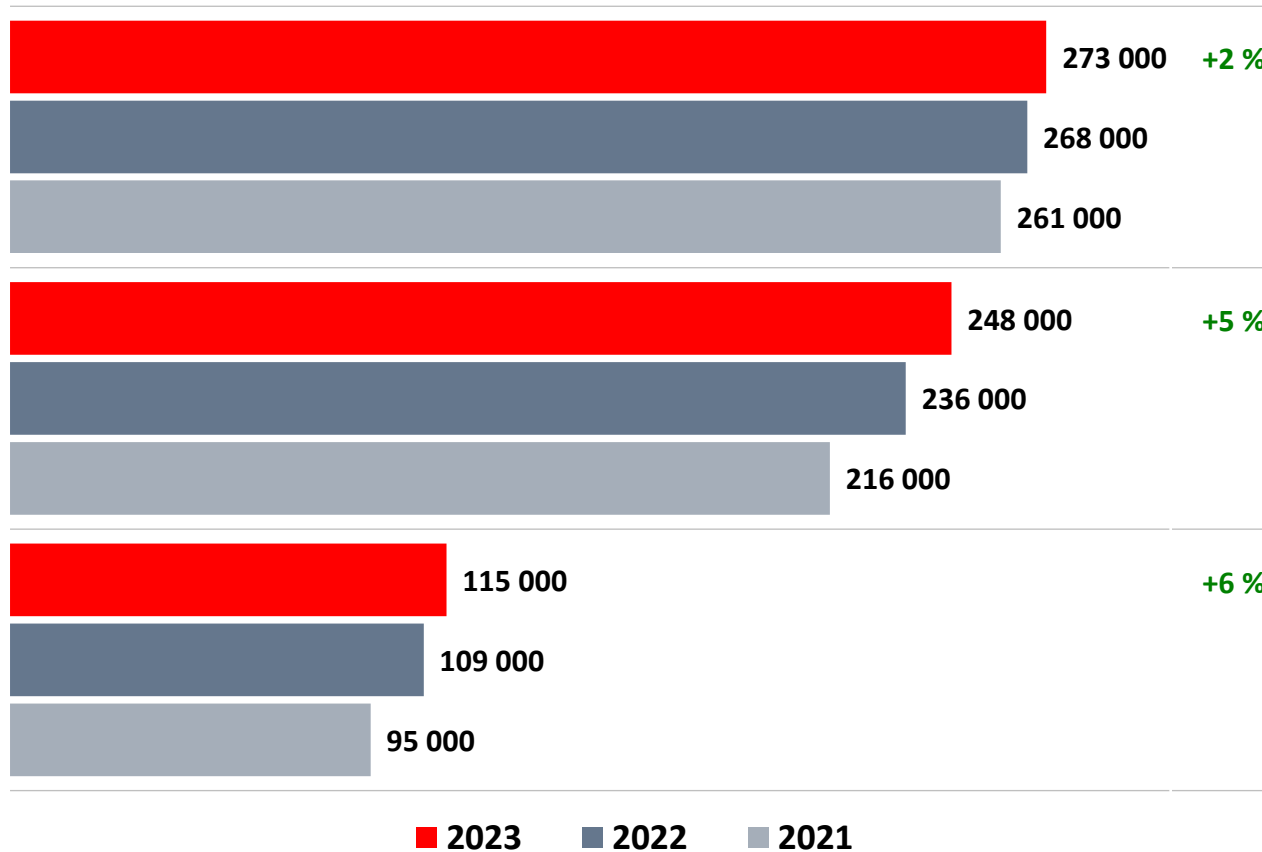
POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), počet fanoušků k závěru časového období



Změna oproti
roku 2022



KOMENTÁŘ

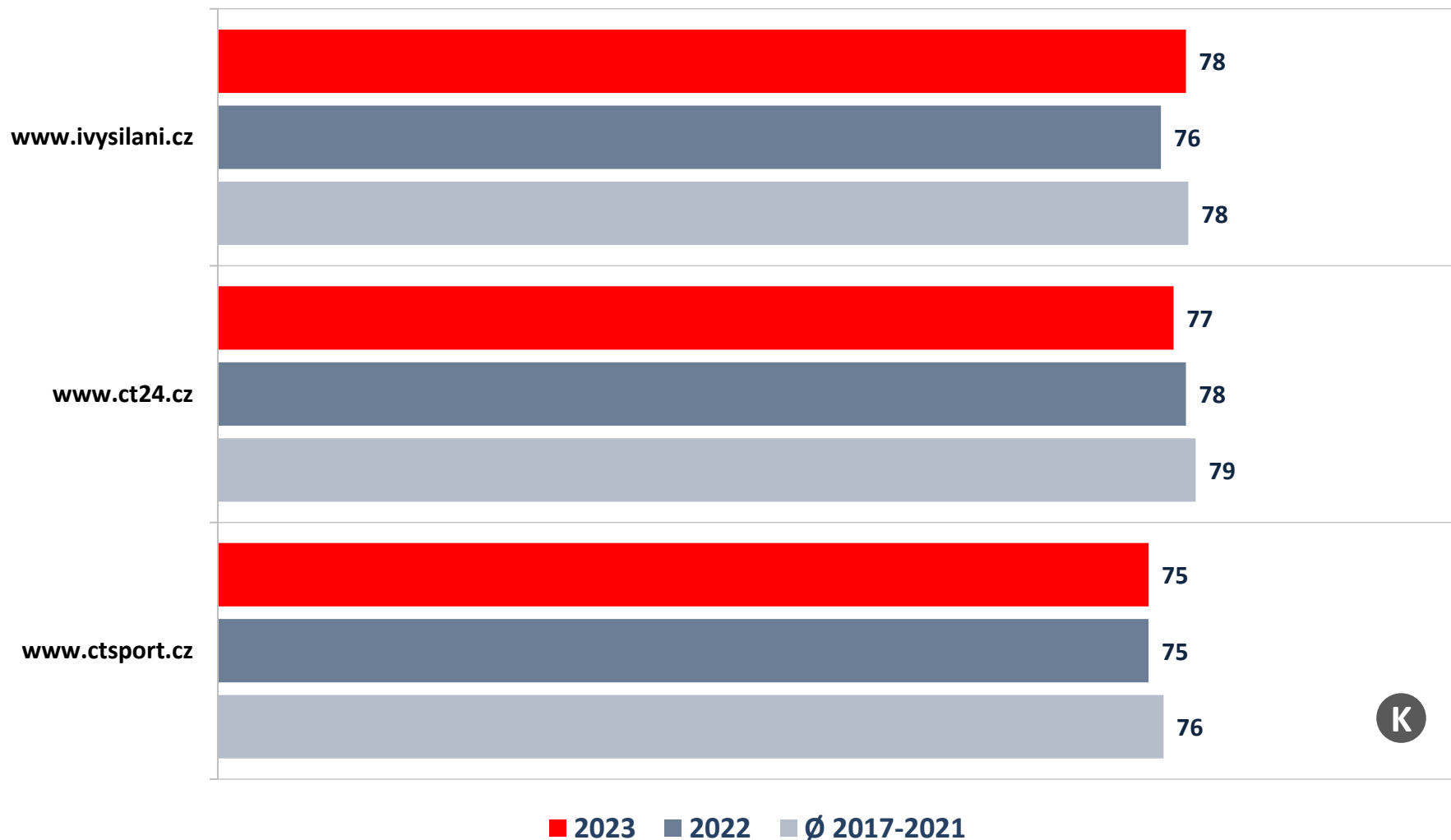
- **Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své korporátní profily, na nichž propaguje vysílaný obsah a své další aktivity.**
- **Profily ČT na čtyřech hlavních platformách, tedy Facebooku, X (dříve Twitteru), Instagramu a TikToku, zaznamenaly meziroční nárůst fanouškovské základny.** V absolutních číslech se to nejvíce týkalo sítě X se 17 tisíci novými příznivci (celkem 412 tisíc), v relativním vyjádření pak TikToku se 14% meziročním nárůstem (celkem 66 tisíc). Na Instagramu ke konci roku 2023 stoupl počet fanoušků na bezmála 145 tisíc, tedy meziročně o 6 %. Facebookový profil ČT měl ke konci roku více než 192 tisíc fanoušků, což znamená nárůst o 4 %.
- **Poměrně zásadní plošný pokles průměrného denního dosahu či impresí příspěvků na měřených sociálních sítích souvisí s novou politikou provozovatelů při nastavení algoritmů pro zobrazení.** Přesto, že se počet příspěvků na všech čtyřech profilech ČT meziročně dramaticky nezměnil, jejich dosah či impresie klesly meziročně o více než polovinu v případě X a TikToku a zhruba o čtvrtinu u Facebooku a Instagramu. Ze všech sociálních sítí registrujeme nejvyšší průměrný denní dosah – více než 125 tisíc uživatelů – u profilu ČT na Facebooku.
- **Základna odběratelů videí ČT na síti YouTube se rozrostla na 68 tisíc osob.** V porovnání s koncem roku 2022 se jedná o razantní nárůst o 75 %.

KOMENTÁŘ

- Sociální sítě se v posledních letech stávají stále relevantnější platformou pro čerpání zpravodajských informací. Stanice ČT24 je proto **aktivní na nejvýznamnějších z nich, konkrétně na Facebooku, X a Instagramu.**
- **Profil ČT24 na síti X získal za 12 měsíců minulého roku 92 tisíc nových fanoušků,** což znamená 12% meziroční nárůst. Celkově jich tak na konci roku měl téměř 831 tisíc. Podobnou relativní změnu počtu sledujících jsme zaznamenali také u Instagramu ČT24, nárůst činil 11 % na celkových 373 tisíc příznivců. Facebookový účet čtyřicetadvacítka zaznamenal během roku 2023 navýšení počtu fanoušků z 567 na 576 tisíc (+2 %).
- **Stejně jako v případě korporátního profilu ČT, došlo i u ČT24 k silnému meziročnímu poklesu dosahu na Facebooku a síti X, a to přibližně o čtvrtinu.** I přesto počet impresí příspěvků publikovaných v profilu ČT24 na síti X dosáhl téměř 1,14 milionu denně, na Facebooku to bylo 800 tisíc. Meziroční nárůst průměrného denního zásahu profilu ČT24 na Instagramu na 144 tisíc souvisí primárně s vyšším počtem příspěvků na této platformě.
- **Celkový počet příspěvků publikovaných v roce 2023 na Facebooku ČT24** se v porovnání s předchozím rokem zvýšil o 3 %, celkově jich bylo bezmála 9 tisíc. **Příspěvků umístěných na síti X bylo necelých 14 tisíc,** což je o 5 % méně než v roce 2022.
- **Rovněž stanice ČT sport sdílí obsah na sociálních sítích,** a z hlediska počtu uživatelů si nevedla vůbec špatně. Na Facebooku měla stanice ke konci uplynulého roku 273 tisíc fanoušků (+2 %), na platformě X 248 tisíc sledujících (+5 %) a na Instagramu 115 tisíc fanoušků (+6 %).

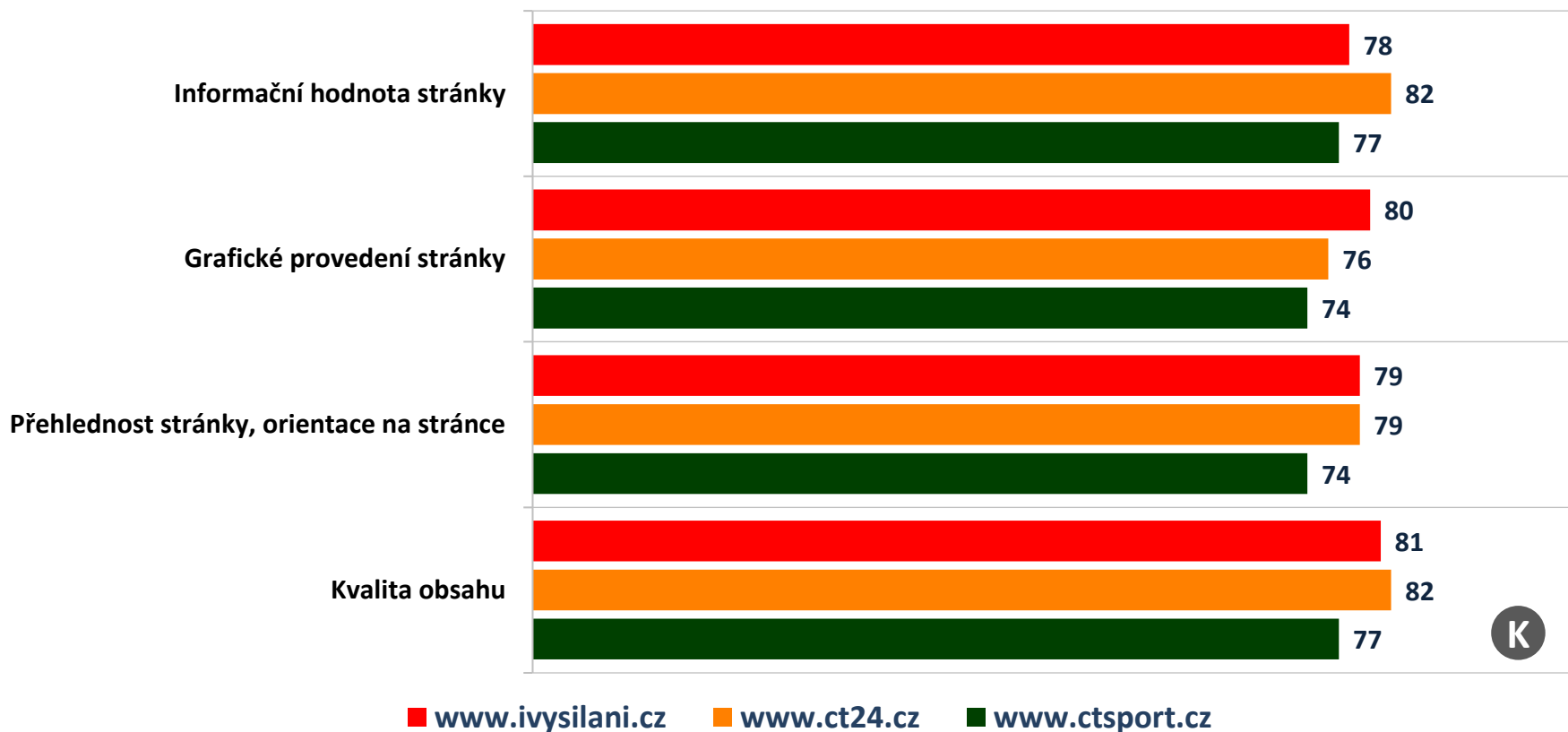
CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

Zdroj: online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %



2023: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

Zdroj: online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %

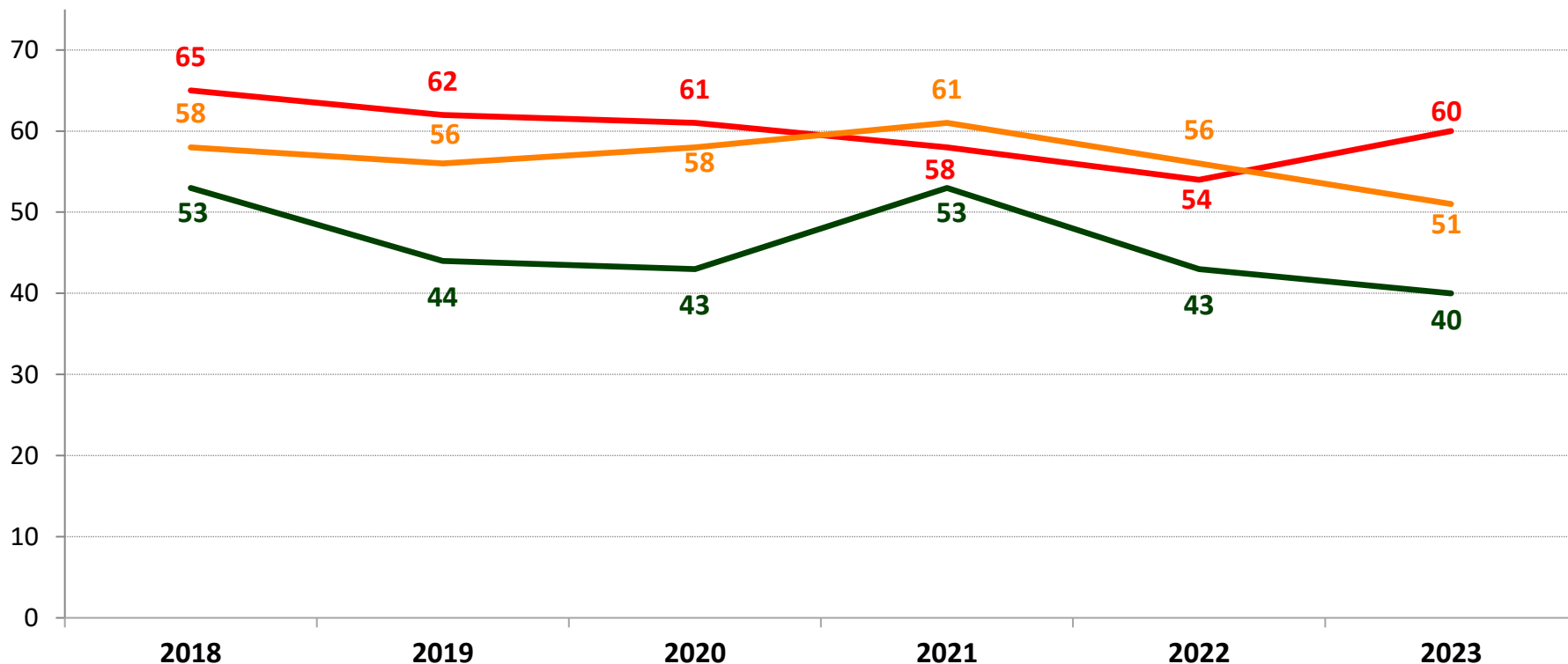


Poznámka: Hodnoty uvedené v grafu jsou koeficienty daných indikátorů na stupnici 0-100 %. Koeficient je vypočítán z průměru odpovědí na škále 1-10, kde 1 znamená nejhorší hodnocení a 10 znamená nejlepší hodnocení.

NET PROMOTER SCORE VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT

Zdroj: online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research,
skór loajality diváků na stupnici -100; +100 (NPS)

— www.ivysilani.cz — www.ct24.cz — www.ctsport.cz



Poznámka: Indikátor NPS vychází z mezinárodně uznávané definice. Jeho hodnota je rozdílem procentního zastoupení těch, kteří na otázku „Nakolik je pravděpodobné, že byste doporučil/a zhlédnutí této webové stránky známému nebo kolegovi? 0 znamená, že byste stránku rozhodně nedoporučil/a 10 znamená, že byste stránku určitě doporučil/a“ odpověděli 9 až 10 (loajální) a těch, kteří odpověděli 0 nebo 6 (neloajální). Hodnoty okolo 30 bodů jsou považovány za průměrné, hodnoty nad 50 znamenají velmi nadprůměrnou hodnotu loajality.

KOMENTÁŘ

- **Všechny tři internetové stránky ČT sledované v rámci online trackingu, tedy iVysílání, ČT24 a ČT sport, jsou nadále hodnoceny velmi pozitivně.** O 2 p.b. narostl koeficient internetových stránek iVysílání (na 78 %), hodnocení ČT sport zůstalo beze změny (75 %) a koeficient zpravodajského webu ČT24 klesl o 1 p.b. na 77 %.
- **Stále velmi nadprůměrně jsou hodnoceny také jednotlivé aspekty internetových stránek ČT,** tedy jejich informační hodnota, grafické provedení, přehlednost a kvalita obsahu. Jednotlivé koeficienty dosáhly u všech sledovaných webů a u všech kritérií vždy minimálně hodnoty 74 %. **Vůbec nejvíce návštěvníci oceňují informační hodnotu a kvalitu obsahu webu ČT24** (koeficient shodně 82 %). Ve srovnání s ostatními měřeními internetovými stránkami dosáhl mírně nižšího hodnocení jednotlivých parametrů sportovní web ČT sport.
- **Také tzv. NET PROMOTER SCORE (NPS), neboli míra loajality diváků na stupnici -100 až +100, je u všech tří sledovaných webů stále na vysoké úrovni.** NPS iVysílání narostl o 6 bodů na +60 a vrátil se tak na úroveň let 2019-2020. U zpravodajského webu ČT24 ukazatel NPS meziročně poklesl o 5 bodů na hodnotu +51. Horší hodnocení mohlo být projevem jisté únavy uživatelů z delší dobu stagnující a již lehce zastaralé podoby stránek. Podzimní měření proběhlo ještě před plánovanou změnou podoby webu na přelomu listopadu a prosince 2023. Jak ji uživatelé přijmou, ukáže jarní vlna trackingového výzkumu. U webu ČT sport jsme v roce 2023 zaznamenali pokles deklarované loajality o 3 body na hodnotu +40.
- **Všechny hodnoty NPS jsou vzhledem k obecně uznávaným standardům nadprůměrné, loajalitu návštěvníků k uvedeným webovým stránkám tak lze interpretovat jako velmi až mimořádně vysokou.**

C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ PRO RŮZNÉ DIVÁCKÉ SKUPINY

V rámci Hodnocení plnění veřejné služby ČT je samostatně sledováno uspokojování diváckých potřeb:

- skupin definovaných pohlavím, věkem a nejvyšším dosaženým vzděláním,
- dětského diváka,
- věřících,
- příslušníků národnostních/etnických menšin,
- hendikepovaných,
- LGBT+ osob,
- diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství (viz Cíl 1) a na kulturu (viz Cíl 3).

Nároky kladené v této oblasti zákony a Kodexem ČT lze shrnout do následujících základních bodů:

- „*Provozovatel vysílání je ze zákona povinen sestavovat programovou skladbu tak, aby ve svém vysílání poskytoval vyváženou nabídku pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, pohlaví, barvu pleti, víru, náboženství, politické či jiné smýšlení, národnostní, etnický nebo sociální původ a příslušnost k menšině.*“ (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, § 31 odst. 4)
- „*Česká televize bude usilovat o to, aby maximum diváckých skupin našlo na obrazovce témata, která je zajímají. Zvláště nebude v celku svého programu vylučovat žádnou z diváckých skupin nebo téma takové skupině vlastní. Současně však ve své programové skladbě bude klást i důraz na prostor pro menšinové žánry a témata, která ostatní provozovatelé televizního vysílání v České republice ve svém programu nenabízejí buď vůbec, nebo jen v omezené míře.*“ (Kodex ČT, čl. 1 odst. 1.4)
- „*(ČT) Vytváří a strukturuje programová schémata a programy, které mohou zaujmout širokou veřejnost, a přitom zůstávají vnímavými vůči potřebám menšinových skupin.*“ (Kodex ČT, Preambule)
- „*Česká televize přistupuje k dětskému divákovi především s cílem pomáhat mu objevovat a přijímat za vlastní hodnoty slušnosti, vzdělanosti, pracovitosti a úcty k životnímu prostředí. Tomuto úkolu přizpůsobuje skladbu a charakter pořadů určených dětskému publiku.*“ (Kodex ČT, čl. 2 odst. 2.1)
- „*Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že opatřuje alespoň 70 % vysílaných pořadů skrytými nebo otevřenými titulky a alespoň 2 % vysílaných pořadů vyrábí v českém znakovém jazyce nebo opatřuje simultánním tlumočením do českého znakového jazyka pro osoby se sluchovým postižením a dále alespoň 10 % vysílaných pořadů zpřístupňuje pro osoby se zrakovým postižením.*“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. j)

ZÁSAH VYSÍLÁNÍ A SOUHLAS S VÝROKY V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v % [2023 (2022; Ø 2017-2021)]

	Průměrný týdenní zásah vysílání ČT v jednotlivých skupinách (ATO)	Souhlas s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům.“ (TRA)	Souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.“ (TRA)
Populace 18+	72 (74;76)	58 (62;64)	71 (71;74)
Muži 18+	71 (72;75)	59 (65;63)	72 (73;75)
Ženy 18+	73 (76;77)	58 (59;64)	70 (70;73)
18-24 let	28 (30;32)	65 (63;54)	71 (67;71)
25-34 let	45 (47;54)	49 (58;56)	69 (70;74)
35-44 let	64 (70;75)	63 (59;67)	81 (77;78)
45-54 let	78 (79;82)	63 (67;68)	76 (72;77)
55-64 let	86 (87;88)	54 (66;65)	64 (73;73)
65 nebo více let	89 (92;92)	57 (60;67)	64 (67;70)
Základní 18+	52 (58;66)	56 (62;60)	61 (67;66)
Středoškolské bez maturity 18+	76 (78;79)	56 (65;65)	66 (67;70)
Středoškolské s maturitou 18+	71 (73;75)	58 (61;64)	72 (72;77)
Vysokoškolské 18+	76 (78;78)	65 (60;63)	81 (78;80)

2023: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %



KOMENTÁŘ

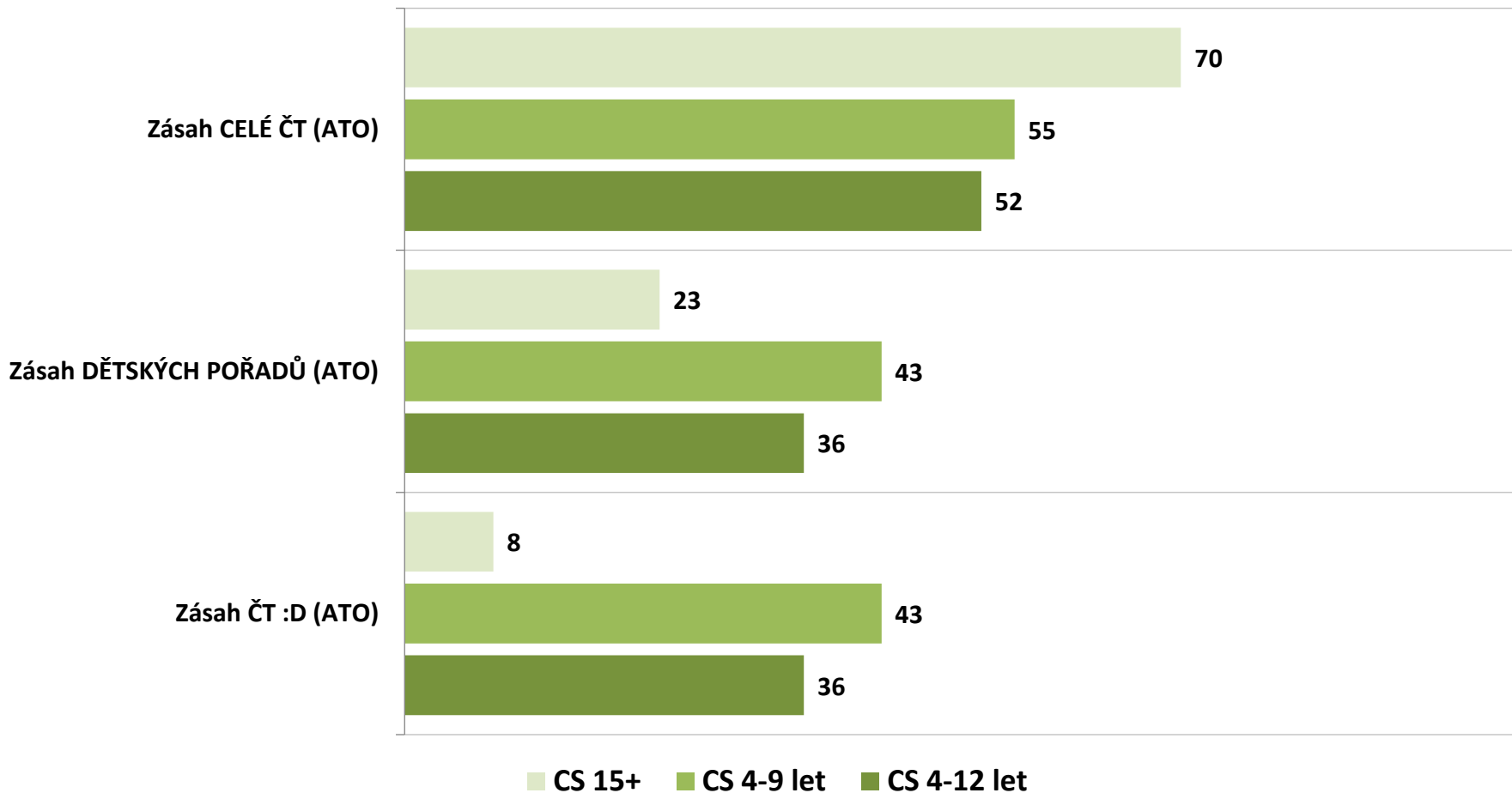
- **Celkový průměrný týdenní zásah vysíláním České televize ve skupině 18+ poklesl oproti divácky velmi exponovanému roku 2022 o 2 p.b. na hodnotu 72 %.**
- **U žen byl zaznamenán pokles o 3 p.b., u mužů o 1 p.b.**
- **K poklesu zásahu došlo u všech sledovaných věkových skupin.** Nejvíce (o 6 p.b.) to bylo u diváků ve věku 35-44 let, u ostatních věkových skupin pak o 1-3 p.b. Nadále přitom platí přímá úměra mezi zvyšujícím se věkem diváků a zásahem České televize: Na jedné straně je vysíláním zasažena jen necelá třetina diváků do 24 let (28 %), na straně druhé devět z deseti seniorů a seniorek nad 65 let (89 %).
- **Pokud jde o vzdělanostní kategorie, o 6 p.b. se snížil zásah ČT mezi diváky se základním vzděláním.** U ostatních vzdělanostních skupin došlo k mírnému poklesu zásahu o 2 p.b.
- Česká televize oslovuje diváky nejen televizním vysíláním, ale prostřednictvím internetu. Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT dosáhl v minulém roce 12 %. **Relativní navýšení zásahu vysílání ČT činilo díky online obsahu 3 %. Toto navýšení je patrné zejména v mladších cílových skupinách:** Ve skupině do 24 let činí 19 %, v kategorii 25-34 let 10 %.

KOMENTÁŘ

- **Celková míra souhlasu s výrokem ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům, poklesla meziročně o 4 p.b. na hodnotu 58 %.** S výrokem souhlasilo o 6 p.b. méně mužů a o 1 p.b. méně žen než v roce 2022. Meziroční nárůst míry souhlasu s výrokem registrujeme mezi nejmladšími diváky ve věku 18-24 let (+2 p.b.) a lidmi ve věku 35-44 (+4 p.b.). K výraznému poklesu naopak došlo ve věkových kategoriích 55-64 let a 25-34 let, konkrétně o 12, resp. 9 p.b. V ostatních věkových kategoriích jsme zaznamenali meziroční pokles v rozpětí 3-4 p.b. Zatímco u diváků se základním a středním vzděláním se souhlas s výrokem meziročně snížil, u diváků s vysokoškolským vzděláním naopak vzrostl.
- **Stejnou hodnotu (71 %) jako v roce 2022 jsme zaznamenali u celkového souhlasu s výrokem ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.** S výrokem souhlasil stejný podíl žen jako v roce 2022, u mužů to bylo o 1 p.b. méně. Nárůst o 4 p.b. jsme zaregistrovali mezi nejmladšími diváky ve věku 18-24 let a také mezi lidmi v produktivním věku 35-54 let. Výrazný pokles souhlasu s výrokem registrujeme u divácké skupiny ve věku 55-64 let (-9 p.b.). O 6 p.b. poklesl souhlas také mezi diváky se základním vzděláním, naopak o 3. b. se zvýšil u vysokoškoláků.
- **Celková úroveň spokojenosti s pořady ČT dosáhla v roce 2023 hodnoty 83 %. Ženy dlouhodobě hodnotí pořady ČT o něco pozitivněji než muži,** což se potvrdilo i vloni. V rámci jednotlivých věkových skupin vykazují nadprůměrnou spokojenost diváci ve věku 25-34 a 45-54 let. Naopak lehce podprůměrné hodnoty spokojenosti sledujeme u nejmladších diváků ve věku 18-24 let a dále u publika v kategoriích 35-44 a 55-64 let.

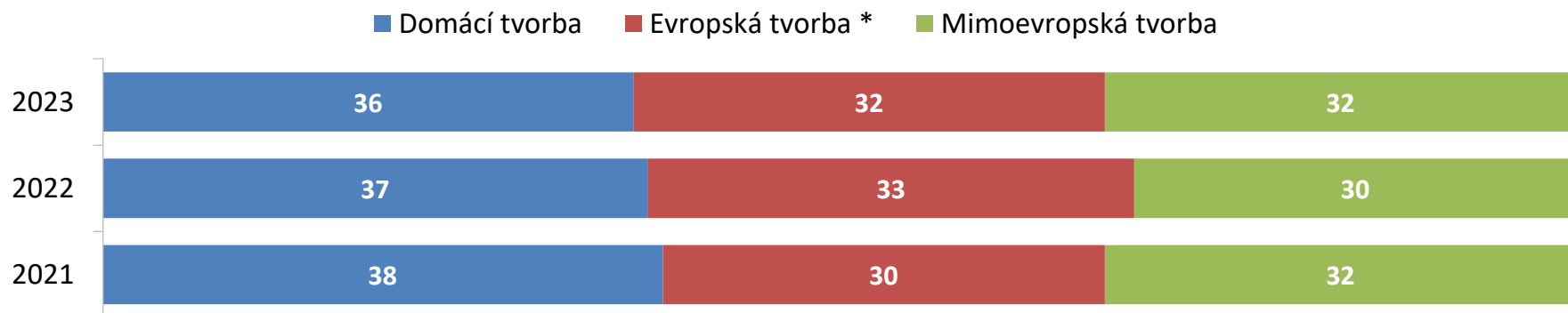
2023: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

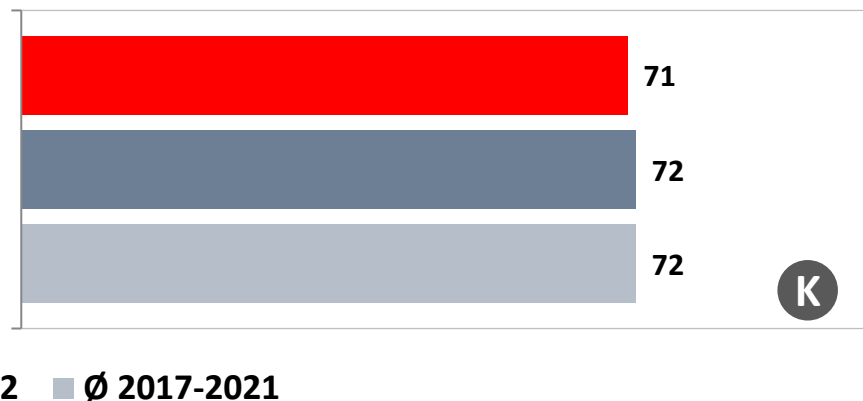


PODÍL DOMÁCÍ, EVROPSKÉ A MIMOEVROPSKÉ TVORBY NA DĚTSKÝCH POŘADECH, VNÍMÁNÍ PŮSOBNÍ ČT NA DĚTSKÉHO DIVÁKA

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



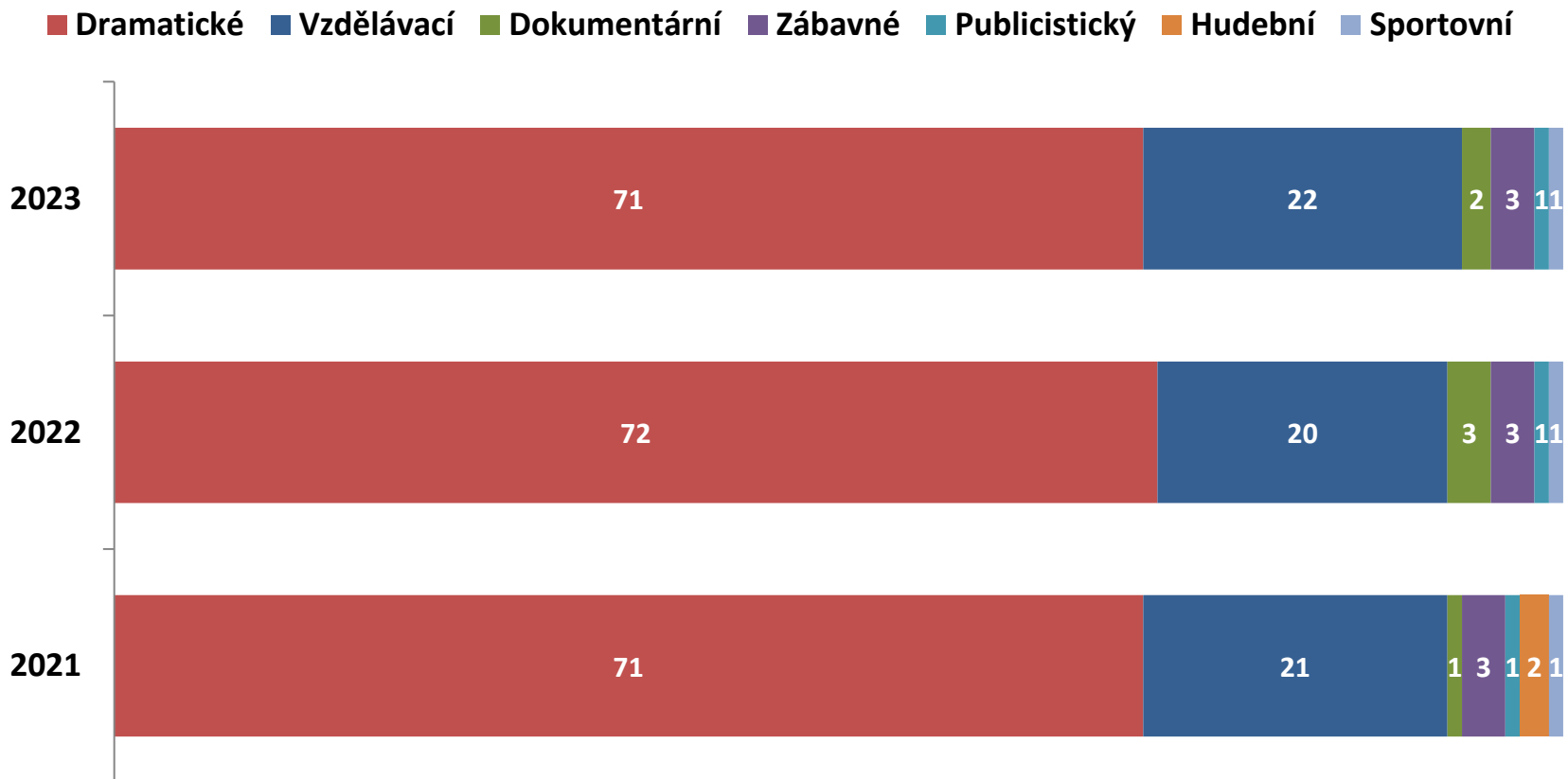
Vnímání ČT jako televize prezentující ve vysílání pro děti hodnoty slušnosti, vzdělanosti, úcty k národnostním menšinám a k životnímu prostředí. (TRA)



* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

PODÍL JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ NA VŠECH DĚTSKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah vysíláním celé České televize činil v roce 2023 mezi dětmi ve věku 4-9 let 55 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 52 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady činil ve skupině 4-9 let 43 %, stejně jako zásah vysílání samotné ČT :D.**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech zůstává dlouhodobě stabilní, v roce 2023 poklesl o 1 p.b. na hodnotu 36 %.** K poklesu o 1 p.b. došlo také u podílu odvysílané dětské evropské tvorby, naopak o 2 p.b. narostl podíl tvorby mimoevropské.
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, v roce 2023 to bylo 71 % (meziročně -1 p.b.).** Druhým nejfrekventovanějším dětským formátem byly v minulém roce vzdělávací pořady s podílem 22 % (+2 p.b.). Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v letech 2021 a 2022, tedy v řádu nízkých jednotek procent.

2023: VÝČET HLAVNÍCH POŘADŮ ČT TÝKAJÍCÍCH SE NÁBOŽENSKÝCH SKUPIN, NÁRODNOSTNÍCH/ETNICKÝCH MENŠIN, HENDIKEPOVANÝCH A LGBT OSOB

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Zaměření	Počet	Celková stopáž v hodinách
Cesty víry	náboženské skupiny	18	8
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	39	16
Babylon	národnostní/etnické menšiny	38	16
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	12	5
Khamoro 2022	národnostní/etnické menšiny	1	1
Zprávy v českém znakovém jazyce	hendikepovaní	360	58
Televizní klub neslyšících	hendikepovaní	20	9
Klíč	hendikepovaní	20	9
Paralympijský magazín	hendikepovaní	12	4
Parahokej: MS 2023	hendikepovaní	37	10
Ceny Českého paralympijského výboru	hendikepovaní	1	1
Slunce svítí všem	hendikepovaní	1	1
Máte slovo s M. Jílkovou (Manželství pro všechny)	LGBT	1	1
Události, komentáře	LGBT	6	5
Interview ČT24	LGBT	4	2
V širších souvislostech	LGBT	2	1

2023: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Adventní bohoslužba	1	1
Bohoslužba z Velehradu	1	2
Bohoslužba za zemřelé	1	1
Modlitba za domov 2023	1	1
Mše svatá za vlast	1	1
Mše za oběti zla	1	1
Národní svatováclavská pouť 2023	1	2
Novoroční ekumenická bohoslužba	1	1
Urbi et Orbi	2	1
Vánoční bohoslužba	1	1
Velikonoční bohoslužba	1	1
Velkopáteční bohoslužba	1	1
Zádušní mše svatá za zesnulého Karla Schwarzenberga	1	2

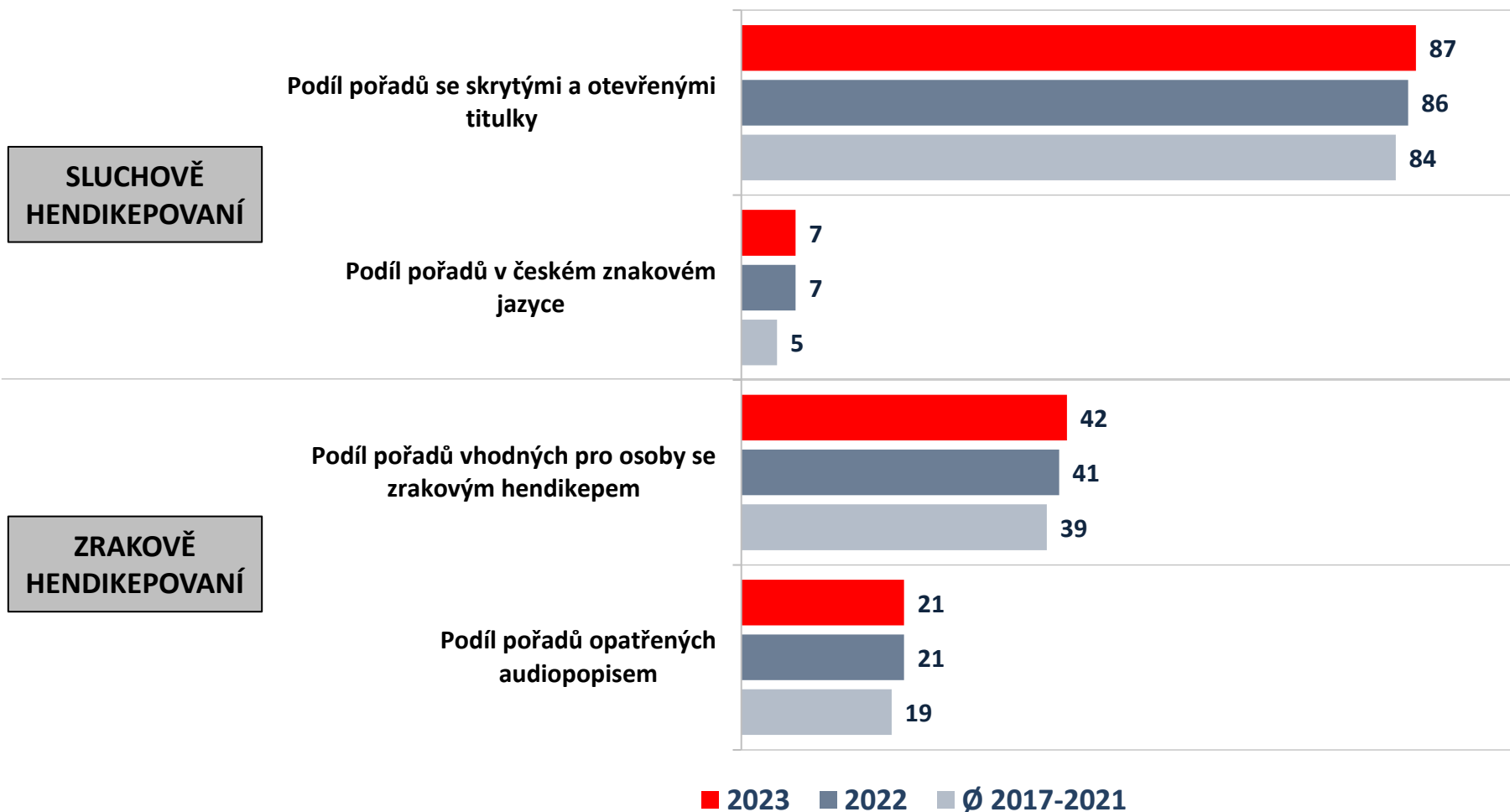
2023: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ MENŠINY ŽIJÍCÍ V ČR

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Babylon	různé	38	16
Sousedé	různé	12	5
Khamoro 2022	Romové	1	1
Osmý den války	ukrajinská	1	2
Přetržená pouta	ruská / ukrajinská	1	2

ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny, hendikepované spoluobčany a LGBT.** Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2023 právě těmito skupinám.
- **Věřícím** byly věnovány tradiční premiérové tituly jako *Cesty víry*, *Křesťanský magazín* nebo četné přenosy bohoslužeb napříč hlavními církvemi působícími v ČR. Česká televize se ve svých pořadech věnovala vedle křesťanství také dalším významným náboženským směrům, jakými jsou islám, buddhismus, hinduismus nebo judaismus.
- **Pro národnostní a etnické menšiny** připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Romům byl věnován pořad k jejich mezinárodnímu dni *Khamoro*. Osudu Ukrajinců žijících v Česku se věnoval film *Osmý den války*.
- **Hendikepovaným spoluobčanům** byly určeny tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce* nebo *Klíč*. Pozornost byla věnována také sportu hendikepovaných, a to v rámci pořadu *Paralympijský magazín* nebo při přenosech parahokeje, paralukostřelby či tenisu vozíčkářů.
- **Tématu LGBT** se ČT dlouhodobě věnuje v rámci svých diskuzních a zpravodajských pořadů nebo v novém cyklu *V širších souvislostech*.
- **Pokud jde o neslyšící diváky**, zákon předepisuje České televizi opatřit skrytými titulky 70 % odvysílaných pořadů, tlumočení do českého znakového jazyka musejí obsahovat minimálně 2 % pořadů. **Tyto kvóty Česká televize dlouhodobě nejen naplňuje, ale výrazně překračuje. V roce 2023 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 87 % pořadů České televize, 7 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.**
- **Pro zrakově hendikepované opatřila ČT audiopopisem v minulém roce 21 % svých pořadů.**

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 1/4

Historie Denního kontinuálního výzkumu (DKV) sahá až do roku 1971, kdy byl při tehdejší Československé televizi v odboru výzkumu programu a diváka založen tzv. deníčkový výzkum. Ten s metodologickými obměnami probíhá nepřetržitě dodnes. **Výstupy DKV se využívají především jako zpětná vazba tvůrcům programu a jednotlivých pořadů.** Kvalitativní parametry jsou také nedílnou součástí zprávy o hodnocení plnění veřejné služby.

Výzkum je založen na kontinuálním panelu hodnotitelů. Nábor do panelu respondentů probíhá dopisem, který je adresován náhodně vybranému vzorku koncesionářů. Do tohoto výběru jsou z dat ČSÚ zahrnuty kvóty, aby bylo dodrženo poměrné zastoupení všech krajů Česka. Každý z oslovených koncesionářů má poté možnost zaregistrovat sebe a až tři další rodinné příslušníky. **Respondenti mají na výběr vedle tradiční papírové i elektronickou formu spolupráce přes internet.** Spolupracovat nemohou osoby v pracovněprávním vztahu k ČT nebo jiné televizní stanici a také osoby pracující v oblasti sociologických výzkumů. Po vyjádření souhlasu s účastí na výzkumu se respondent přesouvá do tzv. zásobníku, z něhož je panel doplňován. **Jednotlivé divácké skupiny jsou charakterizovány věkem, pohlavím a dosaženým vzděláním.**

Panel tvoří vždy celkem 1 000 aktivních hodnotitelů ve věku 16 a více let. Pro účely výzkumu je spravován a doplňován kontinuálně na týdenní bázi. Maximální délka spolupráce s respondentem je stanovena na 104 týdnů (2 roky). Komunikaci s účastníky výzkumu mají na starost pracovníci ČT. Každý půlrok je v průměru obměňována čtvrtina respondentů. Po dovršení (dvouleté) spolupráce může být respondent znovu osloven až za dalších 10 let.

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 2/4

Hodnocení programu probíhá pomocí deníčků obsahujících seznam pořadů vysílaných mezi 6:00 a 24:00. Prostřednictvím deníčků lze hodnotit pořady na všech programech ČT a na hlavních kanálech TV Nova a TV Prima. Hodnocení využívá stupnici od 1 do 10, kdy 1 je nejhorší hodnocení a 10 nejlepší hodnocení. **Aby mohly být výsledky považovány za validní, musí být v analýzách u jednotlivých cílových skupin vždy nejméně 50 hodnocení.**

$$\text{Průměrná spokojenost} = \frac{\sum(\text{hodnocení respondenta} \times \text{váha respondenta v týdnu})}{\sum \text{vah všech respondentů}}$$

Vedle primární otázky na spokojenost jsou respondenti dotazováni také na vyjádření postoje k dalším dvěma výroky. První se týká **originality** a zní „**Pořad byl neobvyklý, jiný než pořady stejného žánru.**“ Druhý sleduje **míru zaujetí** tvrzením „**Pořad mne velmi zaujal, zapůsobil na mne.**“ K výroky se hodnotitelé vyjadřují dichotomicky zaškrtnutím možnosti souhlasím x nesouhlasím.

Důležitou součástí jsou i divácké připomínky, které umožňují plastičtější interpretaci číselných ukazatelů. Prostor pro napsání připomínky mají diváci na konci deníčků nebo v případě webu v kontextovém okně.

Validita získávaných údajů je ověřována dotazováním v ad-hoc výzkumech. Dalším z nástrojů kontroly je komunikace s respondentem a také připomínky k pořadům. Respondenti využívající online portál jsou jednou ročně vyzýváni k aktualizaci údajů na svém profilu.

V rámci DKV funguje motivační program založený na sběru virtuálních bodů, které si respondenti mohou vyměnit za odměny ve formě dárkových předmětů nebo vstupenek na kulturní akce.

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 3/4

Zadavatel výzkumu:	Česká televize
Realizátor výzkumu:	Česká televize, Útvar výzkumu a analýz
Cíl výzkumu:	Nepřetržité sledování kvalitativních parametrů spojených s televizním vysíláním
Způsob sběru dat:	Na vlastním panelu respondentů prostřednictvím webového nebo papírového dotazníku obsahujícího seznamy pořadů
Základní soubor:	Televizní populace České republiky starší 16 let
Počet respondentů:	N = 1 000 v panelu, který se kontinuálně vytváří každý týden; 70 % respondentů hodnotí pořady elektronicky prostřednictvím webové aplikace, 30 % je hodnotí poštovní formou.
Termín dotazování:	1x týdně, každý týden v průběhu celého roku
Délka dotazníku:	Od 2 do 10 minut
Návratnost:	Pošta 79 %, online 59 %

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 4/4

Kontrola sběru dat:	Zaznamenané odpovědi respondentů jsou při následném zpracování kontrolovány v pracovním softwaru. Dále jsou za účelem ověření identity průběžně kontrolovány odevzdané osobní dotazníky a připomínky k pořadům. Používání nesprávné stupnice nebo spolupráce na výzkumu jiným než vybraným respondentem je komunikována s pověřenými pracovníky ČT.
Vážení dat:	Datový soubor je převažován podle sociodemografických charakteristik (kombinace pohlaví, vzdělanostních a věkových skupin). Oporou při stanovení kvót jsou aktuální data Českého statistického úřadu.
Počet hodnocení za rok:	1 048 097 (průměr posledních 10 let)
Počet unikátních hodnotitelů:	1 705 (2023)
Statistická významnost:	Od 0,2 bodu na škále 1-10 (platí při 350 hodnoceních na hladině spolehlivosti 95 %).
Zpracování dat:	Primárně probíhá každý týden na vlastním softwaru a dále pro účely analýz v programu Adwind Kite.

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (1/3)

Nielsen

- Nielsen je výzkumná agentura se zázemím nadnárodní společnosti. Nabízí široké portfolio produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat.
- Elektronické měření sledovanosti televize v ČR realizuje pro ATO od roku 2002 (do roku 2015 pod jménem Mediaresearch). Součástí je i výzkum životního stylu, spotřebního a mediálního chování LSS.
- Nielsen je členem profesních sdružení ESOMAR a SIMAR.
- Součástí skupiny Nielsen je i společnost Adwind Software, která ČT od roku 2013 poskytuje software pro práci s daty z výzkumu sledovanosti.

KANTAR CZ

- KANTAR CZ je přední českou agenturou zabývající se výzkumem veřejného mínění. Agentura byla založena v roce 1990 a nyní spadá do mezinárodní sítě Taylor Nelson Sofres (TNS). TNS je součástí nadnárodní skupiny Kantar, největšího globálního hráče na poli výzkumu trhu a veřejného mínění.
- KANTAR CZ je členem profesních sdružení ESOMAR (Evropská společnost pro výzkum trhu a veřejného mínění) a SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění) a zakládá si na striktním dodržování oborových etických zásad.
- KANTAR CZ realizuje pro ČT od roku 2013 trackingový výzkum.

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (2/3)

Media Tenor

- Media Tenor je ve střeoevropském prostoru významnou společností specializující se výhradně na analýzu obsahu médií. Media Tenor působí na českém trhu od roku 1996, původně jako sdružení InnoVatio – Media.
- Společnost s českými vlastníky je zapojena do mezinárodní asociace kanceláří Media Tenor International. Mezinárodní asociace je dlouhodobým knowledge partnerem OECD.
- Základem nabídky společnosti je analýza mediální publicity, na kterou navazuje monitoring médií, monitoring a analýzy sociálních sítí a diskusních fór a komunikační poradenství. Analytický a konzultační servis společnosti Media Tenor využívá široká škála veřejných i privátních subjektů. S Českou televizí spolupracuje společnost Media Tenor na dlouhodobé bázi.

NMS Market Research

- NMS Market Research je česko-slovenská agentura pro výzkum trhu, poskytující od roku 1999 komplexní služby napříč výzkumnými metodami a technikami.
- V České republice stála NMS Market Research u zavádění metody online průzkumu a vybudovala jeden z prvních online panelů respondentů.
- NMS Market Research je členem profesních sdružení SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění) a ESOMAR (Evropská společnost pro výzkum trhu a veřejného mínění).
- NMS Market Research spolupracuje s Českou televizí od roku 2015 a v současné době zpracovává výsledky průzkumu spokojenosti návštěvníků webů České televize (online tracking).

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (3/3)

NetMonitor

- Rozsáhlý výzkumný projekt, jehož cílem je poskytnout informace o návštěvnosti internetu a sociodemografickém profilu jeho návštěvníků v České republice.
- Zadavatelem projektu je SPIR, realizátorem je společnost Gemius S.A. ve spolupráci se společností Nielsen (dříve Nielsen Admosphere nebo Mediaresearch).
- Výzkum je prováděn tzv. hybridním přístupem, tedy měřením jak na straně měřeného serveru (site-centric), tak na straně internetového prohlížeče uživatele (user-centric).

PŘÍLOHA 3

INFORMACE K ELEKTRONICKÉMU MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI (1/2)

Zadavatel výzkumu:	ATO (Asociace televizních organizací), ČT jako člen ATO
Realizátor výzkumu:	Nielsen, a.s.
Období výzkumu:	1. 1. 2023 - 31. 12. 2027
Cíl výzkumu:	dlouhodobé crossplatformní elektronické měření sledovanosti televize a videoobsahu
Způsob sběru dat:	elektronicky pomocí měřících zařízení TV metrů (peoplemetrů) připojených k televizorům v domácnostech tvořících výzkumný panel
Základní soubor:	jednotlivci starší 4 let z domácností v ČR s funkčním televizorem
Počet respondentů:	cca 4 290 jednotlivců starších 4 let žijících v 1 900 domácnostech
Termín dotazování:	kontinuální měření, denní zpracování a dodávka dat na vteřinové bázi
Vážení dat:	Výběrový soubor jednotlivců starších 4 let je denně vážen na komplexní sadu vážících proměnných: pohlaví x věk, vzdělání, ekonomická aktivita, regiony NUTS2, velikost obce, velikost domácnosti, počet televizorů v domácnosti, příjem TV přes satelit, příjem TV přes kabel nebo IPTV.

PŘÍLOHA 3

INFORMACE K ELEKTRONICKÉMU MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI (2/2)

Rozpětí statistické chyby u podílu stanic na vysílání (share) v CS 15+ na hladině spolehlivosti 95 %:

Share stanice	Rozpětí statistické chyby
~1 %	± 0,11 p.b.
~4 %	± 0,21 p.b.
~15 %	± 0,41 p.b.

Rozpětí statistické chyby u sledovanosti pořadů (rating) v CS 15+ na hladině spolehlivosti 95 %:

Rating pořadu	Počet epizod	Rozpětí statistické chyby
~100 000 diváků	1 epizoda	± 16 000 diváků
~100 000 diváků	10 epizod	± 11 000 diváků
~1 000 000 diváků	1 epizoda	± 54 000 diváků
~1 000 000 diváků	10 epizod	± 42 000 diváků

PŘÍLOHA 4

METODIKA MĚŘENÍ CELKOVÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM

- Česká televize do roku 2019 pracovala samostatně s
 - týdenním zásahem televizního vysílání ČT, poskytovaným Asociací televizního vysílání a
 - zásahem webů ČT, poskytovaným sdružením SPIR.
- **Díky zavedení nové metodiky je od roku 2020 možné výše zmíněné zdroje kombinovat.** K tomu účelu je použita metoda tzv. „deduplikace“, jejímž cílem je zjistit, jaký je reálný překryv mezi zásahem televizní populace a zásahem online populace vysíláním ČT.
- Díky informacím získaným deduplikací je ČT schopna kvantifikovat, o kolik byl sledováním obsahu poskytovaného ČT na online platformách navýšen standardní zásah vysílání ČT.
- K nastavení správných parametrů deduplikačního přepočtu slouží data získaná výzkumem na Českém národním panelu (ČNP). Výzkum realizuje exklusivně pro Českou televizi agentura Nielsen, sběr dat probíhá na internetové populaci 15+ metodou CAWI. Při sběru dat jsou dodržovány všechny standardy asociace ESOMAR a sdružení SIMAR.

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (1/3)

Zadavatel výzkumu:	Česká televize
Realizátor výzkumu:	KANTAR CZ s.r.o.
Realizace:	Aktuální smlouva pro roky 2023-2026; vysoutěženo v roce 2022 jako veřejná zakázka ve zjednodušeném podlimitním řízení v souladu s § 53 zákona
Požadavky ČT na realizátora:	Členství ve sdružení SIMAR, nerealizace výzkumů pro politické subjekty
Cíl výzkumu:	Dlouhodobé sledování chování televizních diváků a získání zpětné vazby. Mezi klíčová a stálá témata výzkumu patří: postoj k televizním stanicím, divácké preference a očekávání, image televizních stanic, hodnocení zpravodajství, postojové výroky, asociace s ČT. Pravidelnou součástí dotazníku je blok ad-hoc otázek pro aktuální potřeby ČT. Výstupy z trackingového výzkumu mimo jiné slouží k hodnocení plnění veřejné služby České televize, které je předkládáno Radě ČT.
Základní soubor:	Televizní populace ČR 18+ (sledují TV alespoň 1–2x v týdnu)
Počet respondentů:	N = 1 000 v každé vlně
Termín dotazování:	2-3 týdny v průběhu dubna a května a 2-3 týdny v průběhu listopadu a prosince

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (2/3)

- Způsob sběru dat:** Kombinace metod CASI (Computer Aided Self-Interviewing) s kvótním výběrem z online panelu domácností Kantar myMAP a CATI (Computer Aided Telephone Interviewing) s využitím náhodného generování telefonních čísel. Každou ze zmíněných metod je v příslušné vlně realizováno 500 rozhovorů, celkem tedy 1 000 rozhovorů na vlnu. Response rate (úspěšnost realizace rozhovoru) se v případě telefonického dotazování pohybuje okolo 10 %.
- Délka dotazníku:** cca 15 minut
- Kontrola sběru dat:** Data procházejí čištěním a logickou kontrolou, následně jsou zpracována za pomoci statistického softwaru SPSS. Telefonický sběr dat podléhá kontinuálnímu monitoringu supervizorů v reálném čase. Veškeré telefonické rozhovory jsou nahrávány a v případě potřeby poskytnuty objednateli.
- Vážení dat:** Datový soubor je převažován podle sociodemografických charakteristik (kombinace pohlaví a věkových skupin, kraj, velikost místa bydliště a vzdělání). Oporou při stanovení kvót jsou aktuální data Českého statistického úřadu.

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (3/3)

Zpracování dat:

Pro účely roční zprávy Hodnocení veřejné služby ČT jsou vždy spojována data z obou vln výzkumu realizovaných v daném kalendářním roce. Není-li tedy u konkrétních výstupů uvedeno jinak, činí minimální velikost vzorku u celoroční zprávy 2 000 respondentů.

Rozpětí statistické chyby při N = 1 000 na hladině spolehlivosti 95 %:

Danou odpověď uvedlo	Rozpětí statistické chyby
5 % dotázaných	± 1,2 p.b.
25 % dotázaných	± 2,5 p.b.
50 % dotázaných	± 2,8 p.b.
75 % dotázaných	± 2,5 p.b.
95 % dotázaných	± 1,2 p.b.

PŘÍLOHA 6

METODIKA OBSAHOVÉ ANALÝZY AUTORŮ:

PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.; PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.

Pro analýzu mediální prezentace významných událostí ve zpravodajských pořadech České televize byla použita kombinace těchto kvalitativních metod:

- a) **analýza rámcování** (framing analyses) zaměřená na to, jak byly události tematizovány a které informace byly zdůrazněny jako klíčové;
- b) **nominalizace hlavních aktérů** všímající si toho, jak jsou pojmenovávání hlavní aktéři z hlediska neutrality a případné příznakovosti jazyka;
- c) **vizuální reprezentace** tématu; jaké vizuální znaky byly použity pro reprezentaci aktérů a tématu jako celku.
- d) **lingvistická analýza** jazykové prezentace tématu zejména s využitím sledování příznakových a hodnotících jazykových prostředků a subjektivních strategií moderátorů,

Metodologické zdroje:

Sedláková, R., *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*, Grada, 2014

Trampota, T., Vojtěchovská, M., *Metody výzkumu médií*, Portál, 2010