

Materiál pro RČT:

Informace o měření veřejné hodnoty vysílání v roce 2012

Vytvořeno na základě harmonogramu předkládání materiálu RČT Usnesení 07/01/13 v r. 2013:

Datum předání: 28. února 2013

Vytvořil: Renata Týmová, vedoucí výzkumu programu a auditoria

Předkládá: Petr Dvořák, generální ředitel



HODNOCENÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY

Podklady pro zprávu Rady ČT o činnosti ČT
za rok 2012

Předkládá: Mgr. Renata Týmová, VPA ČT, únor 2013

ÚVOD



DŮVODY PRO REALIZACI PROJEKTU

Důvody, pro které se Česká televize a Rada ČT rozhodly systematicky sledovat úroveň a míru naplňování veřejné služby, kterou má ČT zajišťovat, lze shrnout do následujících bodů:

- Zákon o České televizi 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.
- Země s dlouholetou tradicí médií veřejné služby - například Velká Británie či Nizozemí - mají procesy monitorující naplňování principů veřejné služby již nastavené, jiné západoevropské státy je zavádějí. Jedná se o logický vývoj a Česká televize by se ve středo- a východoevropském prostoru ráda stala průkopnicí měření hodnoty poskytované médii veřejné služby.
- Výstupy z měření a hodnocení slouží k realizaci dohledu Rady ČT nad plněním úkolů veřejné služby Českou televizí.
- Na interní úrovni poskytuje hodnocení zpětnou vazbu pro sestavování programu, pro lepší a efektivnější řízení či kvalitnější kontrolu procesů v rámci České televize.



PRINCIPY HODNOCENÍ

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

- Indikátory vycházející z měřitelného chování a postojů veřejnosti,
- Indikátory vycházející z expertního posouzení plnění zásad definovaných Kodexem ČT,
- Indikátory vycházející z tzv. „tvrdých dat“, např. z databáze odvysílaných pořadů AOP.

Plnění úkolů veřejné služby ČT je přitom hodnoceno ze tří úhlů, tj. podle:

- Míry naplňování mezinárodně uznávaných obecných cílů stanovených pro média veřejné služby, modifikovaných pro podmínky ČT, podle konkrétních zásad definovaných Zákonem o ČT a Kodexem ČT – Výstupy typu 1
- Míry uspokojování potřeb různých diváckých skupin, jehož sledování vyžaduje Kodex ČT – Výstupy typu 2
- Vývoje základních ukazatelů charakterizujících úroveň vysílání veřejné služby, tj. podle Zásahu, Kvality a Dopadu vysílání (tzv. Metodiky RQI) – Výstupy typu 3



VÝCHODISKA PRO HODNOCENÍ PLNĚNÍ ÚKOLŮ VEŘEJNÉ SLUŽBY

Vznik médií veřejné služby financovaných nezávisle na trhu je reakcí na následující skutečnosti:

- Tlak reklamního trhu na média vede k jejich stále se zvyšující koncentraci a orientaci na ty, které inzerenti chtějí oslovit a získat především, tj. většinového diváka (posluchače, čtenáře).
- Zkušenost ukázala, že koncentrace na většinového diváka vede například k poklesu úrovně informovanosti veřejnosti a názorové rozmanitosti vysílání či k absenci kulturních pořadů určených diváckým skupinám s náročným uměleckým vkusem.

Posuzování vysílání veřejné služby se odvíjí od definice toho, co je ve veřejném zájmu. Existuje celá škála názorů, kterou lze přiblížit třemi gradujícími příklady:

- Ve veřejném zájmu je jakákoli činnost, pokud je prospěšná alespoň některým skupinám populace a nikomu jinému neškodí.
- Zájem většiny veřejnosti je shodný s „veřejným zájmem“ a primární úlohou médií je tedy dávat většinovým posluchačům a divákům to, „co chtějí“.
- Činnost, má-li být ve veřejném zájmu, musí být prospěšná všem členům společnosti, neboť veřejnost jsou „všichni“.



VÝCHODISKA PRO HODNOCENÍ PLNĚNÍ ÚKOLŮ VEŘEJNÉ SLUŽBY

Je zřejmé, že většinové postoje veřejnosti jsou pro definici a posuzování vysílání veřejné služby velmi významné. Není ale možné spoléhat jen na většinový názor veřejnosti, například proto, že:

- Většinové očekávání a vkus veřejnosti odpovídá postojům většinového diváka a přizpůsobování vysílání těmto názorům má tedy obdobné dopady jako tlak reklamního trhu.
- Oslabení měřítek estetiky i etiky ve společnosti často vede k povrchním a rychle se měnícím požadavkům na vysílání.

Mnoho zemí proto navíc přijalo normativy, které pro národní média veřejné služby stanovují cíle, rámce i konkrétní požadavky. Příklady normativů z ČR a Velké Británie:

- Česká republika Zákon o ČT a Kodex ČT
- Velká Británie Charta BBC

Vedle posuzování plnění veřejné služby samotnými diváky je druhým pilířem hodnocení arbitrární (expertní) posuzování míry naplňování požadavků, které vyplývají ze zmíněných normativů.

Projekt „Hodnocení plnění úkolů veřejné služby Českou televizí“ oba přístupy (divácké a expertní hodnocení) plně implementuje a respektuje.



Základ stavebním kamenem všech hodnocení jsou indikátory. Používáme tři 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) a Monitoring nových médií – Kvantitativní výzkum sledovanosti TV, sledovanost kanálů on-line, data z webového archivu
- DKV (Denní kontinuální výzkum) – Stávající výzkum ČT, modifikovaný pro potřeby měření veřejné hodnoty
- Trackingový výzkum – Nový pravidelný výzkum s půlroční periodicitou, který sjednocuje a nahrazuje dřívější externí výzkumy realizované Českou televizí

II. Indikátory vycházející z **expertního posouzení** plnění zásad definovaných Kodexem ČT

- Expertní posouzení – Kvalitativní odborné rozborů a posudky orientované na různé oblasti vysílání ČT (například skladbu programu v rámci jednotlivých programových typů).
- Obsahová analýza – Speciální případ expertního posouzení zaměřeného na různé programové typy, například na zpravodajské, publicistické a diskusní pořady.

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

- Databáze odvysílaných pořadů (AOP)



TŘI TYPY HODNOCENÍ A POUŽITÉ TYPY INDIKÁTORŮ

Jak bylo uvedeno shora, při hodnocení jsou využívány tři rozdílné, vzájemně se doplňující úhly pohledu. Z následující tabulky je patrné, že každý z těchto typů hodnocení využívá různé typy indikátorů:

	Indikátory I (měřitelné chování a postoje)	Indikátory II (expertní posouzení)	Indikátory III (tvrdá data)
Tři typy hodnocení (úhly pohledu):			
1. Hodnocení plnění šesti obecných cílů	✓	✓	✓
2. Identifikace míry uspokojování potřeb různých diváckých skupin , především těch orientovaných na zpravodajství a kulturu.	✓		
3. Vývoj základních ukazatelů (RQI) na úrovni <ul style="list-style-type: none">• České televize jako celku,• jednotlivých kanálů a• jednotlivých žánrů.	✓		✓



VÝCHODISKA PRO INTERPRETACI HODNOT

- V tuto chvíli nelze arbitrárně stanovit, zda hodnoty jednotlivých indikátorů jsou s ohledem na plnění veřejné služby „vysoké“, v pásmu průměru nebo „nízké“. Velká většina indikátorů byla na podzim 2012 měřena poprvé a přitom se jedná o proměnné, u kterých se standardy budují dlouhou dobu.
- Celé měření získá další nový rozměr na konci roku 2013, kdy bude možné hodnoty indikátorů porovnávat meziročně. V tu chvíli bude již možné říci, zda se daný indikátor plnění veřejné služby vyvíjí „k lepšímu“ nebo „k horšímu“. Z tohoto důvodu byl v případě indikátorů se čtyřpólovou hodnotovou škálou (například v případě výstupů z trackingového výzkumu souhlas s výrokem: určitě souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, určitě nesouhlasím) zkonstruován **INDEX INDIKÁTORU, který se vypočítává podle váhy (tedy % objemu) jednotlivých typů odpovědí - např.: v případě 100% odpovědí určitě souhlasím je hodnota indexu 100%; v případě 100% odpovědí určitě nesouhlasím je hodnota indexu 0%.**
- Absolutní hodnoty indikátorů se liší, některé jsou relativně nízké, nežádka v řádu jednotek procent. To ovšem neznamená, že by veřejná služba v dané oblasti byla naplňována „pouze z tolika procent“. Indikátory nejsou koncipovány tak, že je vždy možné dosahovat hodnot blížících se 100%. Například lze jen těžko očekávat vysoké hodnoty u indikátoru „inovativnost“ programu. Abychom jich dosáhli, znamenalo by to radikálně měnit program mezi každými měřeními, což jistě není žádoucí. Průběžné udržení určité míry inovace (obnovy) programu je ovšem na místě.
- Základní ukazatele plnění veřejné služby, které máme k dispozici za aktuální období (2011 – 2012), jsou natolik pozitivní, že lze oprávněně vyloučit zásadní nedostatky plnění veřejné služby na úrovni skupin dílčích indikátorů. Souvztažnost (korelace) mezi hodnotami základních ukazatelů a dílčích indikátorů je brána v potaz při interpretaci dat.

A. OBECNÉ CÍLE



ŠEST OBECNÝCH CÍLŮ PRO MÉDIA VEŘEJNÉ SLUŽBY, MODIFIKOVANÝCH PRO PODMÍNKY ČESKÉ TELEVIZE

Vysílání České televize by mělo usilovat o dosažení následujících šesti cílů:

1. Zvyšování informovanosti občanů, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie
2. Podpora vzdělanosti a vzdělávání
3. Stimulace kreativity a kvality v kultuře (chápané v širokém slova smyslu)
4. Prezentace České republiky, jejích regionů a komunit
5. Přibližování (představování) světa občanům České republiky
6. Poskytování výtvarných nových telekomunikačních technologií a služeb veřejnosti

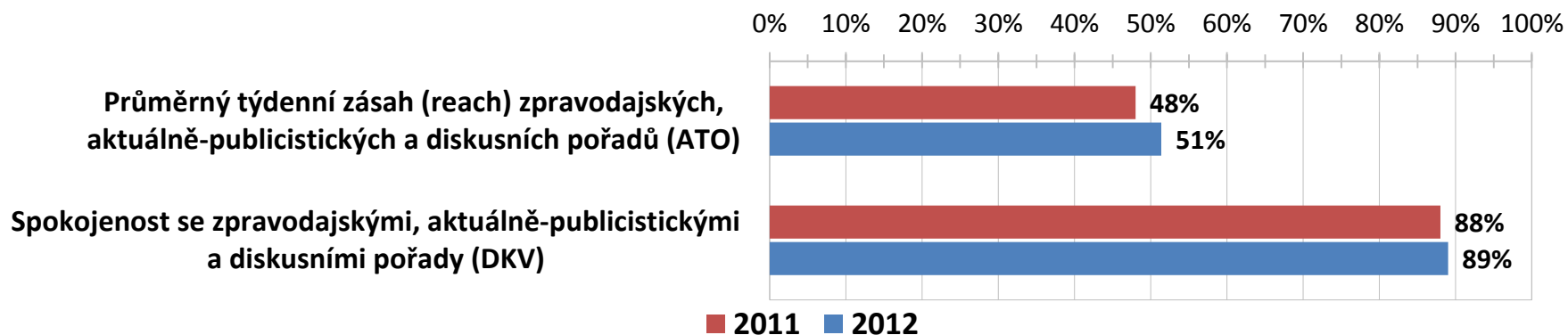
A1. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 1



ZÁSAH A SPOKOJENOST SE ZPRAVODAJSKÝMI POŘADY ČT

- Na některý ze zpravodajských, aktuálně-politických či diskusních pořadů ČT se v roce 2012 každý týden alespoň 15 min nepřetržitě dívalo 51% české populace 15+, což je o tři p.b. více než v roce 2011. Tato veličina nazývaná zásah (reach) se používá pro zjišťování míry oslovení populace v případě médií veřejné služby.
- Oproti předchozímu roku vzrostla spokojenost se zpravodajskými, aktuálně-politickými a diskusními pořady ČT o jeden p.b.

Zdroj: ATO Mediaresearch, DKV ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.

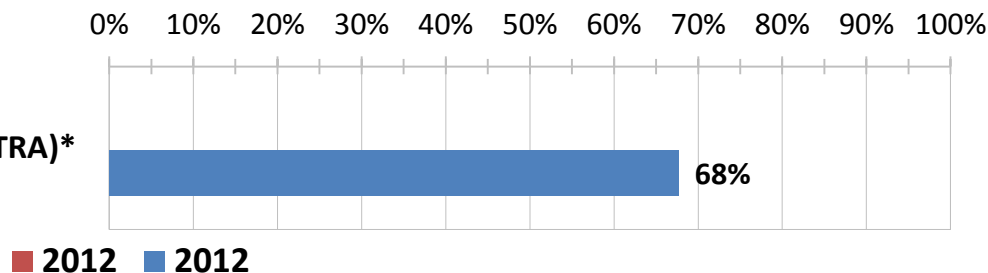


OBJEKTIVITA, VYVÁŽENOST A VŠESTRANNOST (RŮZNORODOST) INFORMACÍ POSKYTOVANÝCH ČT

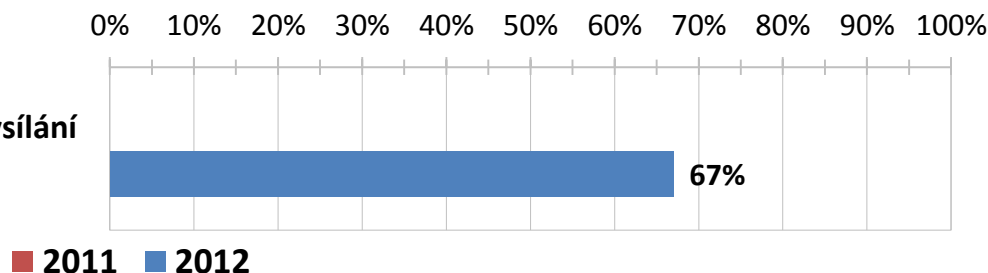
- 83% populace 18+ je spíše nebo určitě přesvědčeno, že ČT předkládá objektivní a vyvážené informace. Index tohoto indikátoru je 68%.
- 84% populace 18+ je spíše nebo určitě přesvědčeno, že ve vysílání ČT dostávají v dostatečné míře prostor různé názory a úhly pohledu na jednotlivá témata. Index indikátoru je 67%.

Zdroj: Tracking ČT

Vnímaná objektivita a vyváženost informací (TRA)*



Vnímaná rozmanitost názorů prezentovaných ve vysílání
ČT (TRA)*

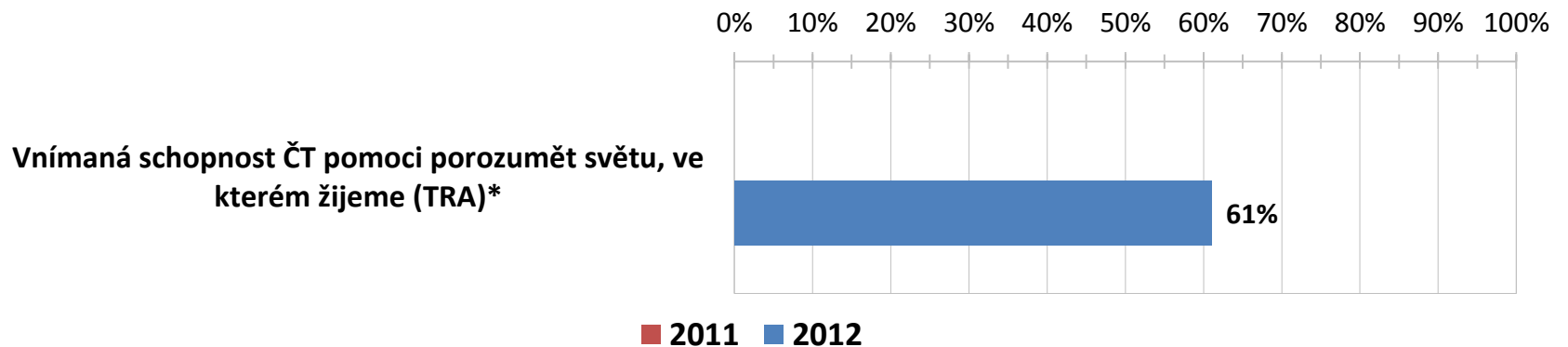


Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



- 70% populace 18+ si myslí, že ČT pomáhá porozumět světu, ve kterém žijeme. Index tohoto indikátoru je 61%.

Zdroj: Tracking ČT



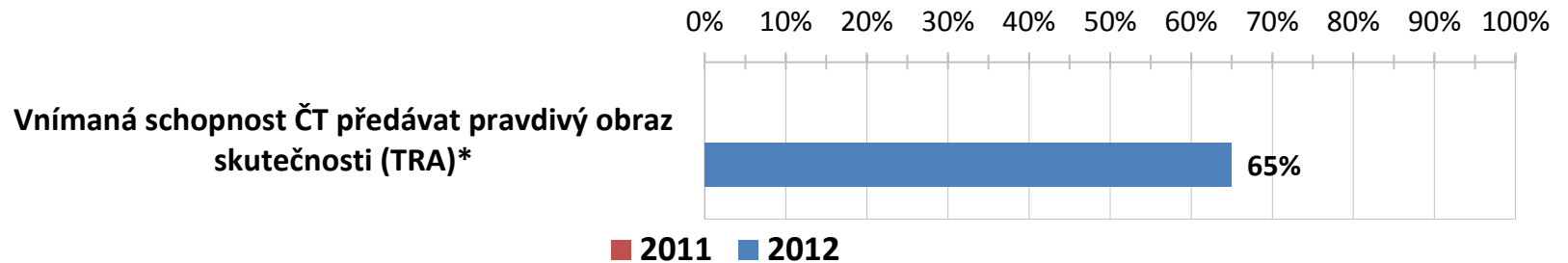
Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PODÁVÁNÍ PRAVDIVÉHO OBRAZU SKUTEČNOSTI

- 79% dospělé populace je toho názoru, že ČT předkládá divákům pravdivý a nezkreslený obraz skutečnosti. Index toho indikátoru je 65%.

Zdroj: Tracking ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PROSTOR VĚNOVANÝ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM STRANÁM

- Vládní strany se podílí na celkové prezentaci politických stran 57%, opoziční strany v poslanecké sněmovně 35% a strany mimo poslaneckou sněmovnu 8%.

Zdroj: Media Tenor

	ČSSD	KSČM	LIDEM	ODS	TOP 09	VV
Podíl šesti nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství v pořadu Události v roce 2012	19%	5%	5%	33%	19%	11%



ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN V DISKUSNÍCH POŘADECH

- Nejčastěji jsou do diskusních pořadů zváni představitelé ČSSD, poměr činitelů vládních a opozičních stran je však ve svém celku přibližně vyrovnaný. K relativně nižší účasti mimoparlamentních politických stran a hnutí je potřeba dodat, že jejich představitelé jsou zváni do diskusního pořadu Politické spektrum, jehož se činovníci parlamentních stran neúčastní.

	ČSSD	ODS	TOP09	KSČM	neza- řazený	VV	Lidem	STAN	SZ	Piráti	KDU- ČSL	SsČR
OVM 1. část	33	26	21	9	8	6	3	2	2	1	0	0
OVM 2. část	31	21	22	9	7	6	5	1	1	1	3	1
celkem	64	47	43	18	15	12	8	3	3	2	3	1

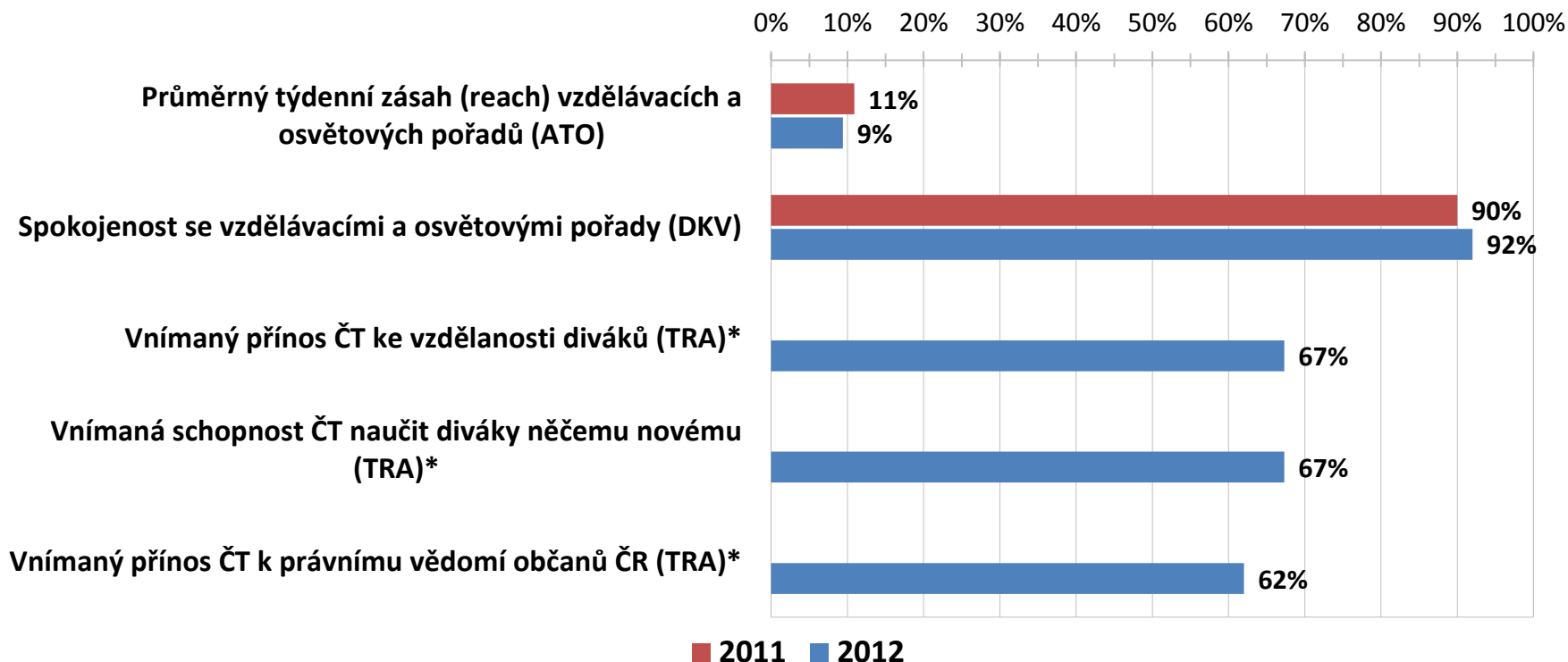
A2. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 2



OBECNÉ INDIKÁTORY PODPORY VZDĚLANOSTI A VZDĚLÁVÁNÍ

- Meziroční průměrný týdenní zásah vzdělávacích pořadů v populaci 15+ poklesl o 2 p.b. Současně vzrostla spokojenost se vzdělávacími pořady o 2 p.b. Jde o relativně obvyklý fenomén, neboť sledovanou skupinu pořadů opouštějí první ti, kteří jsou méně spokojeni a zůstává tvrdé divácké jádro, deklarující vyšší spokojenost.
- 83% populace 18+ zastává názor, že ČT významně přispívá ke vzdělanosti (index indikátoru 67%); 81% si myslí, že ČT nabízí řadu pořadů, při jejichž sledování se naučí něco nového (index indikátoru 67%); 75% pak souhlasí s tím, že ČT významně přispívá k právnímu vědomí obyvatel (index indikátoru 62%).

Zdroj: ATO Mediaresearch, DKV ČT, Tracking ČT



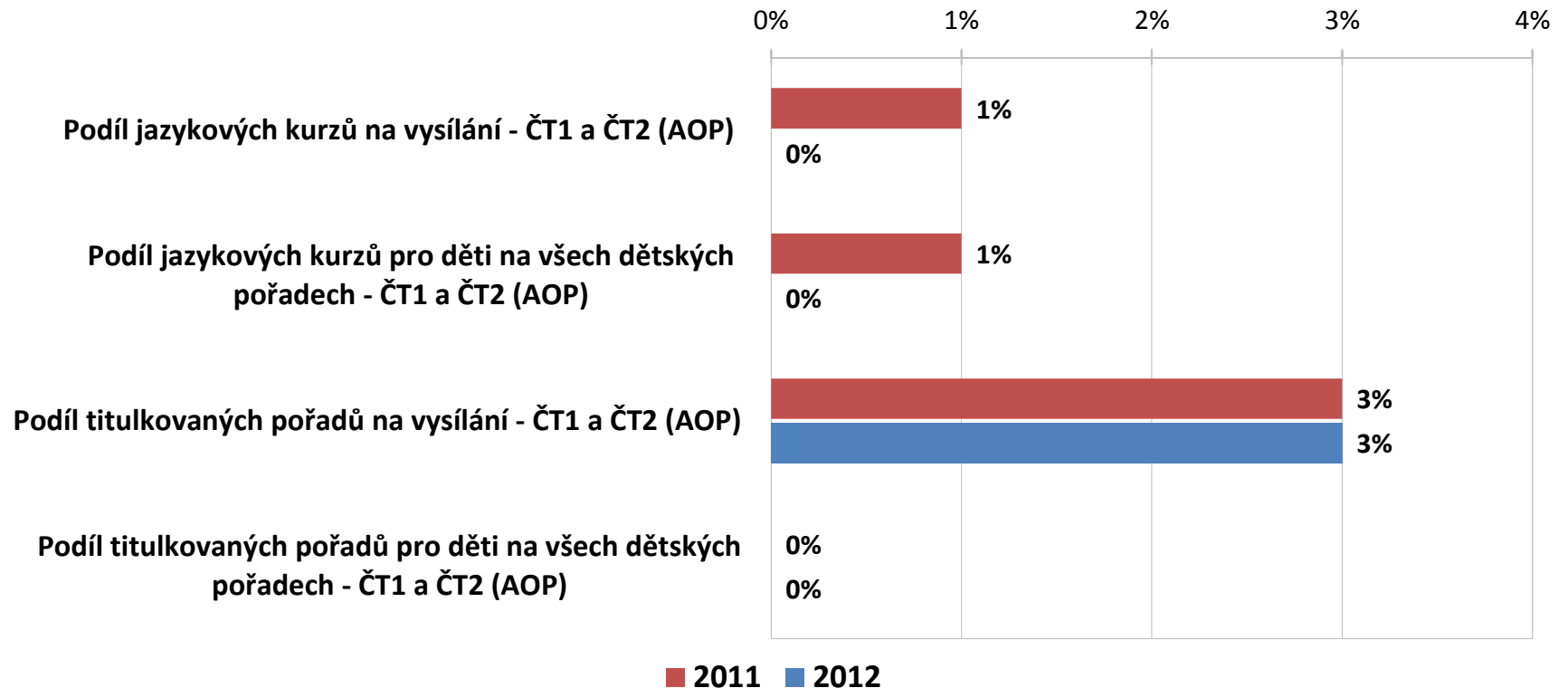
Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PODPORA JAZYKOVÉHO VZDĚLÁVÁNÍ

- V roce 2012 ČT nevysílala žádné jazykové kurzy pro děti ani pro dospělé. Podíl titulovaných pořadů zůstal na stejné úrovni jako v roce 2011.
- Předpokládáme, že v příštích letech by se měla situace na poli jazykového vzdělávání výrazně zlepšit. Cesta ke zlepšení by měla vést skrze nové kanály ČT, tedy ČT D a ČT Art.

Zdroj: AOP ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.

A3. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 3

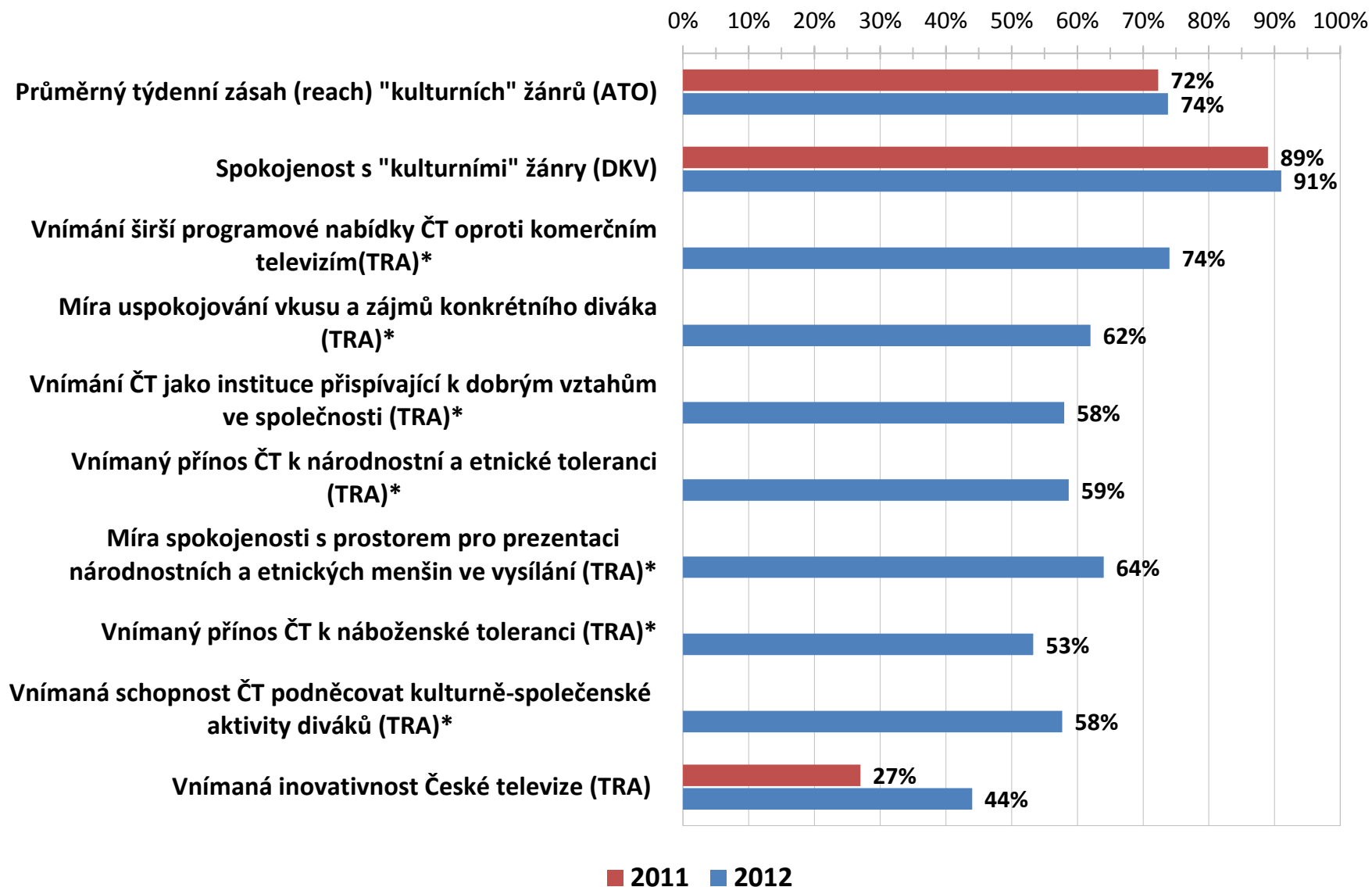


OBCENÉ INDIKÁTORY KULTURNÍCH POŘADŮ (V ŠIROKÉM POJETÍ)

KOMENTÁŘ KE GRAFU NA NÁSLEDUJÍCÍ STRANĚ

- Zásah kulturních pořadů (chápaných v širokém slova smyslu) meziročně vzrostl o 2 p.b., konkrétně ze 72 % na 74 %. O dva procentní body (z 89 % na 91 %) vzrostla také spokojenost s těmito pořady.
- 89% populace 18+ soudí, že ČT přináší divákům i pořady, které komerční TV nevysílají (index indikátoru 74%).
- 70% populace 18+ spíše nebo určitě souhlasí s tím, že ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají jejich vkusu a zájmům (index indikátoru 62%).
- 68% populace 18+ souhlasí s tím, že ČT přispívá k budování a posilování dobrých vztahů mezi lidmi a v celé společnosti (index indikátoru 58%).
- 70% populace 18+ soudí, že vysílání ČT jako celek napomáhá k národnostní a etnické toleranci (index indikátoru 59%).
- 77% populace je názoru, že ČT dává ve svém vysílání dostatečný prostor pro prezentaci kultury a života národnostních a etnických menšin v ČR (index indikátoru 64%).
- 61% populace 18+ soudí, že vysílání ČT jako celek napomáhá k náboženské toleranci (index indikátoru 53%).
- 67% obyvatel ČR 18+ je spíše nebo určitě přesvědčeno, že ČT dokáže své diváky přimět k různým kulturně-společenským aktivitám. Index tohoto indikátoru činí 58%.

Zdroj: ATO Mediaresearch, DKV ČT, Tracking ČT



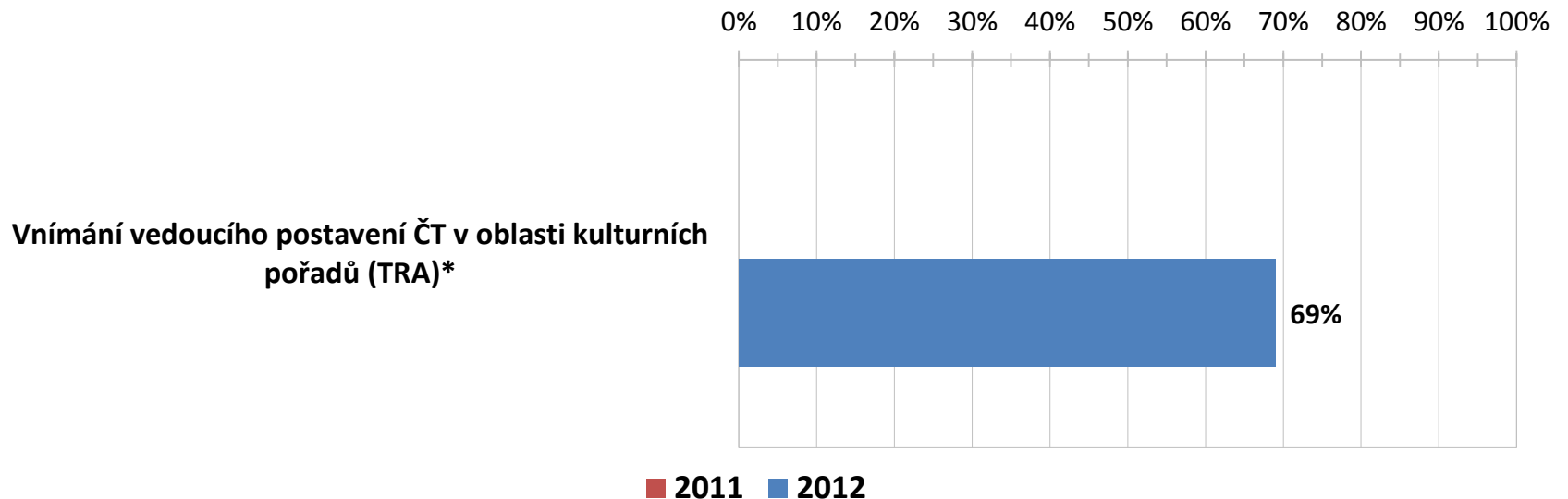
Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PŮSOBNÍ ČT V OBLASTI KULTURNÍCH POŘADŮ

- 81% populace 18+ je toho názoru, že ČT má mezi televizemi vedoucí postavení v oblasti kulturních pořadů (index indikátoru 69%).

Zdroje: Tracking ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PŮSOBENÍ ČT V OBLASTI KULTURNÍCH POŘADŮ

- ČT má v očích diváků mezi ostatními TV dominantní postavení v oblasti ryze kulturních pořadů (tj. hudba, divadlo, umění) a českých filmů.
- Vedoucí postavení si ČT udržuje také na poli českých seriálů.

Zdroj: Tracking ČT

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
KULTURNÍ POŘADY - hudba, divadlo, umění (TRA)*

60%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
ČESKÉ FILMY (TRA)*

59%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
ZAHRANIČNÍ FILMY (TRA)*

6%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
ČESKÉ SERIÁLY (TRA)*

41%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
ZAHRANIČNÍ (TRA)*SERIÁLY

4%

Podíl diváků, kteří vnímají některý kanál ČT za hlavní pro
ZÁBAVNÉ POŘADY (TRA)

25%
27%

■ 2011 ■ 2012

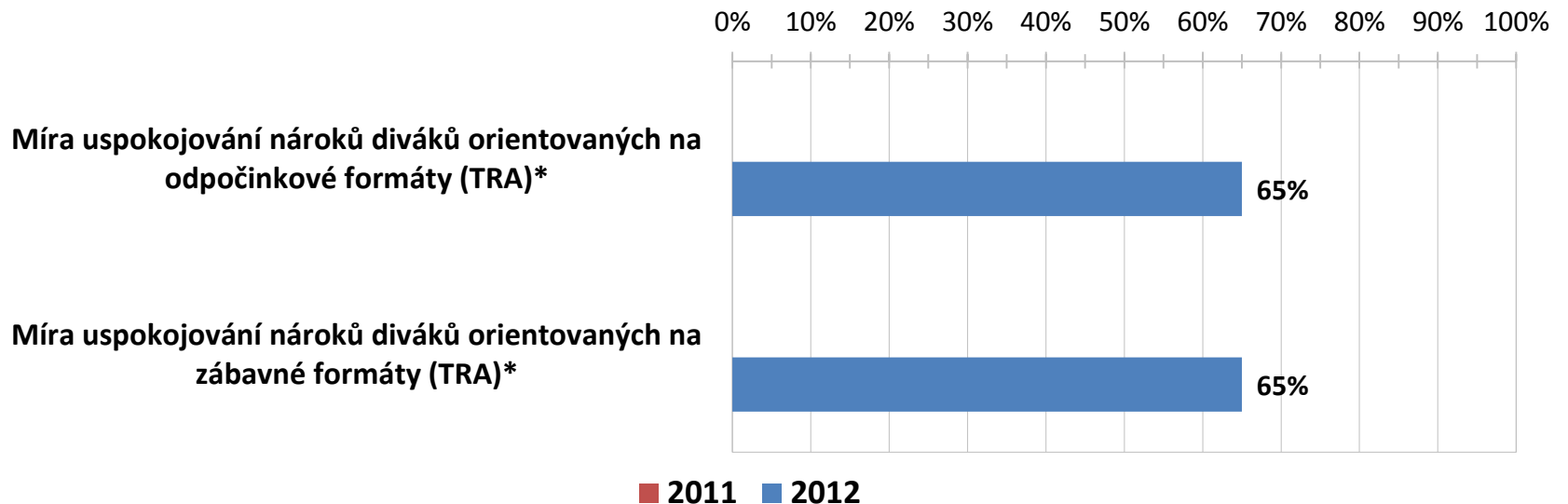
Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PŮSOBNÍ ČT V OBLASTI ODPOČINKOVÝCH A ZÁBAVNÍCH FORMÁTŮ

- 77% populace 18+ uvádí, že si při sledování ČT odpočine (index indikátoru 65%).
- Shodně 77% populace 18+ deklaruje, že se při sledování ČT dokáže dobře pobavit (index indikátoru činí rovněž 65%).

Zdroje: Tracking ČT



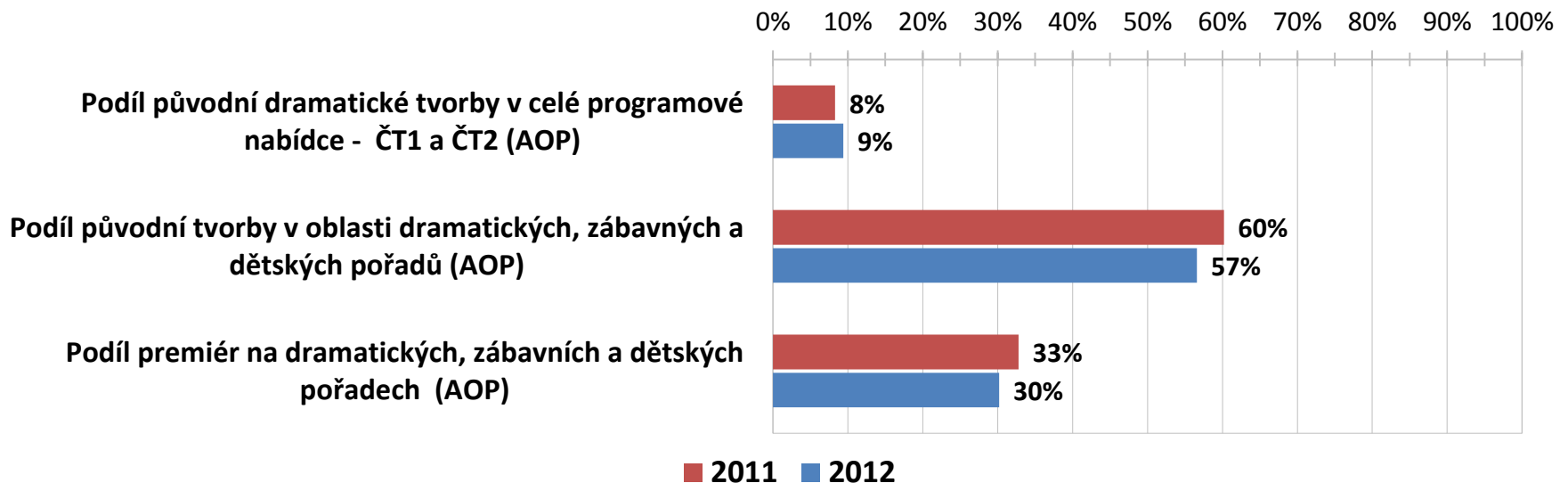
Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PODÍL PŮVODNÍ TVORBY A PREMIÉR V OBLASTI DRAMATICKÝCH, ZÁBAVNÝCH A DĚTSKÝCH POŘADŮ

- Podíl původní dramatické tvorby v celé programové nabídce ČT1 a ČT2 vzrostl meziročně z 8% na 9%.
- Podíl původní tvorby v oblasti dramatických, zábavních a dětských pořadů činil v minulém roce 57 %, což značí pokles o 3 p.b. oproti minulému roku.
- Také podíl premiér na všech dramatických, zábavních a dětských pořadech v roce 2012 mírně poklesl (ze 33 % na 30 %).
- Oba zmíněné poklesy jsou do značné míry způsobeny přechodným obdobím a celkovou restrukturalizací ČT, která byla započata teprve nedávno, a jejíž pozitivní efekty by se měly projevit v následujícím období.

Zdroje: AOP ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.

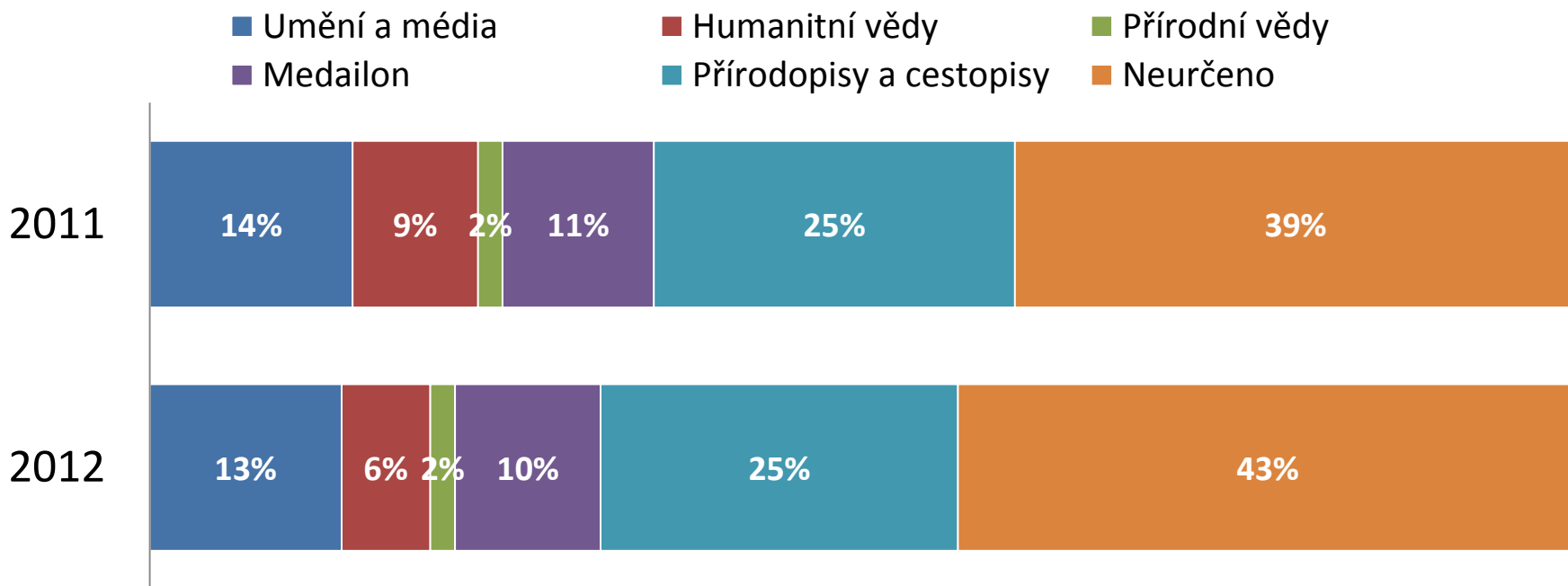


STRUKTURA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

- V oblasti dokumentárních pořadů jsme zaznamenali především meziroční snížení podílu dokumentů orientovaných na humanitní vědy (z 9 % na 6 %).
- Naopak nárůst zaznamenala kategorie nerozlišených pořadů, do kterých spadají převážně historické dokumenty.

Podíl jednotlivých pod-žánrů na dokumentárních pořadech

Zdroj: AOP ČT



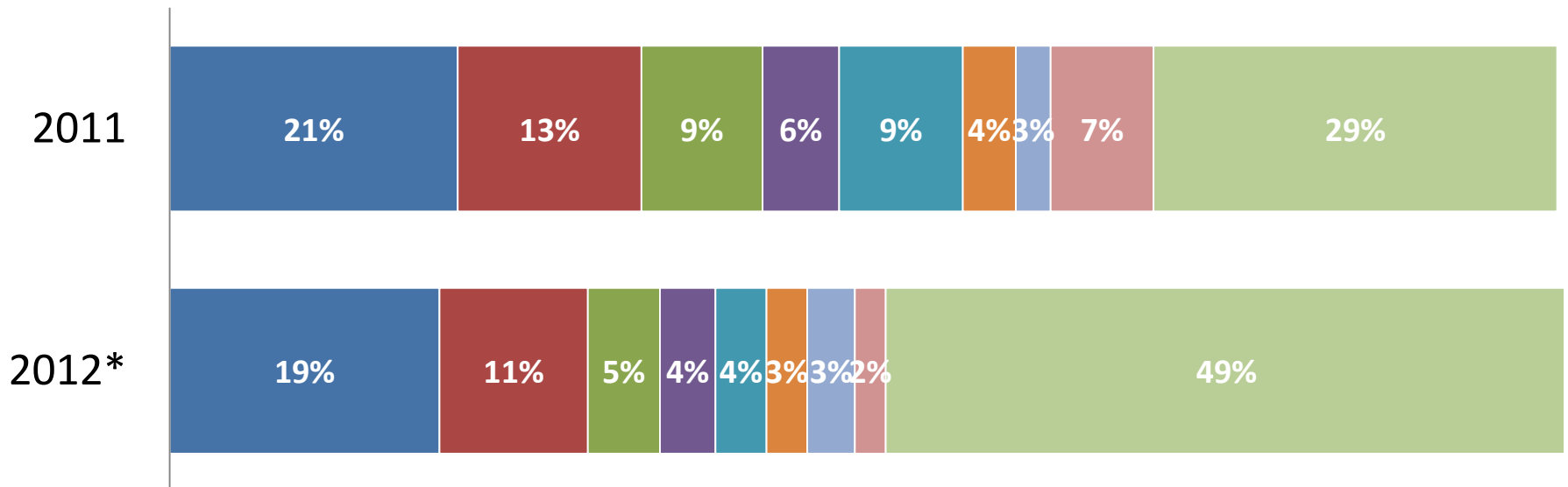
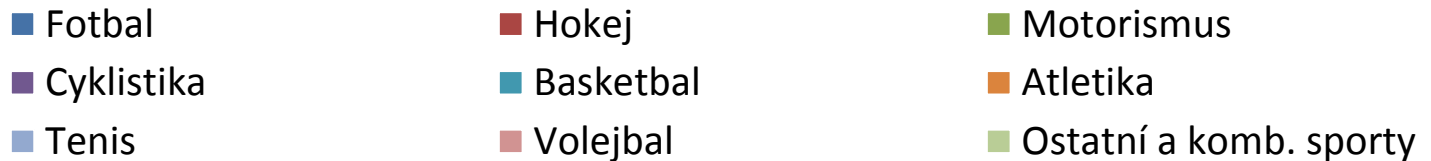


STRUKTURA SPORTOVNÍCH POŘADŮ

- V roce 2012 došlo oproti předchozímu roku k výraznému nárůstu podílu menších a kombinovaných sportovních odvětví.
- Hlavní příčinou je extenzivní vysílání ČT z Olympijských her v Londýně, kdy byl a) věnován prostor i relativně okrajovým sportům, které v neolympijských letech nejsou v popředí zájmu; b) docházelo ke kombinování živých přenosů z různých sportovních odvětví v rámci jednoho bloku vysílacího schématu (tedy v rámci jednoho pořadu).

Podíl jednotlivých sportů na sportovním vysílání ČT

Zdroj: AOP ČT

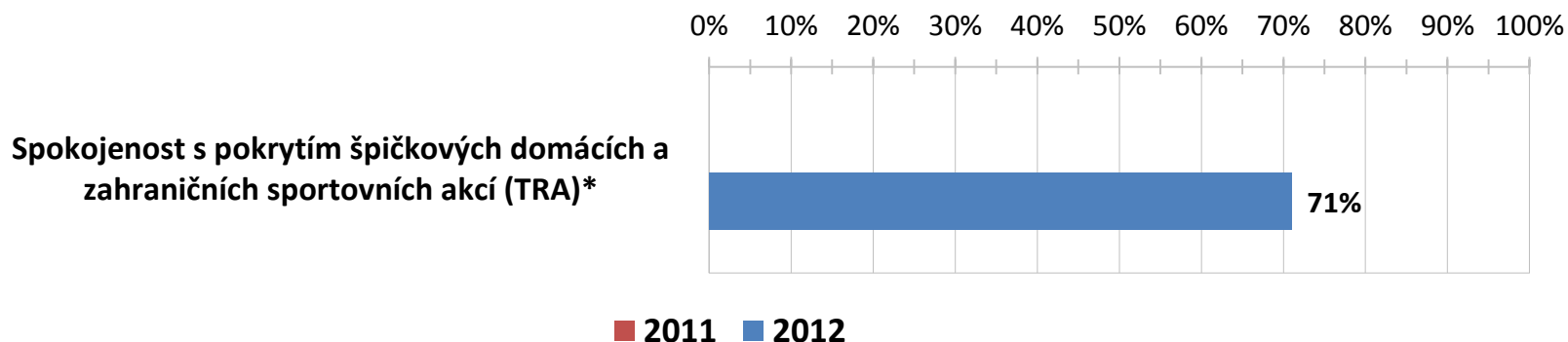




SPOKOJENOST SE SPORTOVNÍMI POŘADY

- Mezi žánry, prostřednictvím kterých je naplňován cíl „Stimulace kreativity a kvality v oblasti kultury (v širokém smyslu)“, řadí mezinárodní konvence i sportovní pořady.
- 71% populace je spokojeno s pokrytím špičkových domácích a zahraničních akcí.

Zdroj: Tracking ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



VÝKONNOST JEDNOTLIVÝCH PROGRAMOVÝCH TYPŮ

- Největší podíl na naplňování daného cíle mají dramatické pořady s konstantním zásahem 58 % populace 15+. Spokojenost s dramatickými pořady vzrostla z 88 % na 90 % a dostala se tak na průměrnou úroveň celé ČT.
- Druhý největší podíl mají zábavní pořady, u nichž meziročně mírně vzrostl jak zásah, tak spokojenost.
- Na třetím místě stojí dokumentární pořady, jejichž zásah i spokojenost se také meziročně zvýšily, byť se poněkud snížila jejich žánrová pestrost.

	Dramatické pořady		Hudební pořady		Zábavní pořady		Dětské pořady*		Publicistické pořady		Náboženské pořady		Dokumentární pořady		Sportovní pořady	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Zásah (reach 15+)	58%	58%	7%	5%	46%	48%	27%	28%	27%	26%	2%	2%	35%	37%	24%	27%
Spokojenost	88%	90%	89%	92%	90%	91%	91%	91%	89%	91%	87%	90%	90%	92%	90%	92%
Hlavní kanál ČT	x	x	x	x	25%	27%	25%	27%	76%	68%	x	x	84%	75%	88%	70%

* Zásah dětských pořadů ve věkové skupině 4-14 let činil 36 % v roce 2011 a 37 % v roce 2012.

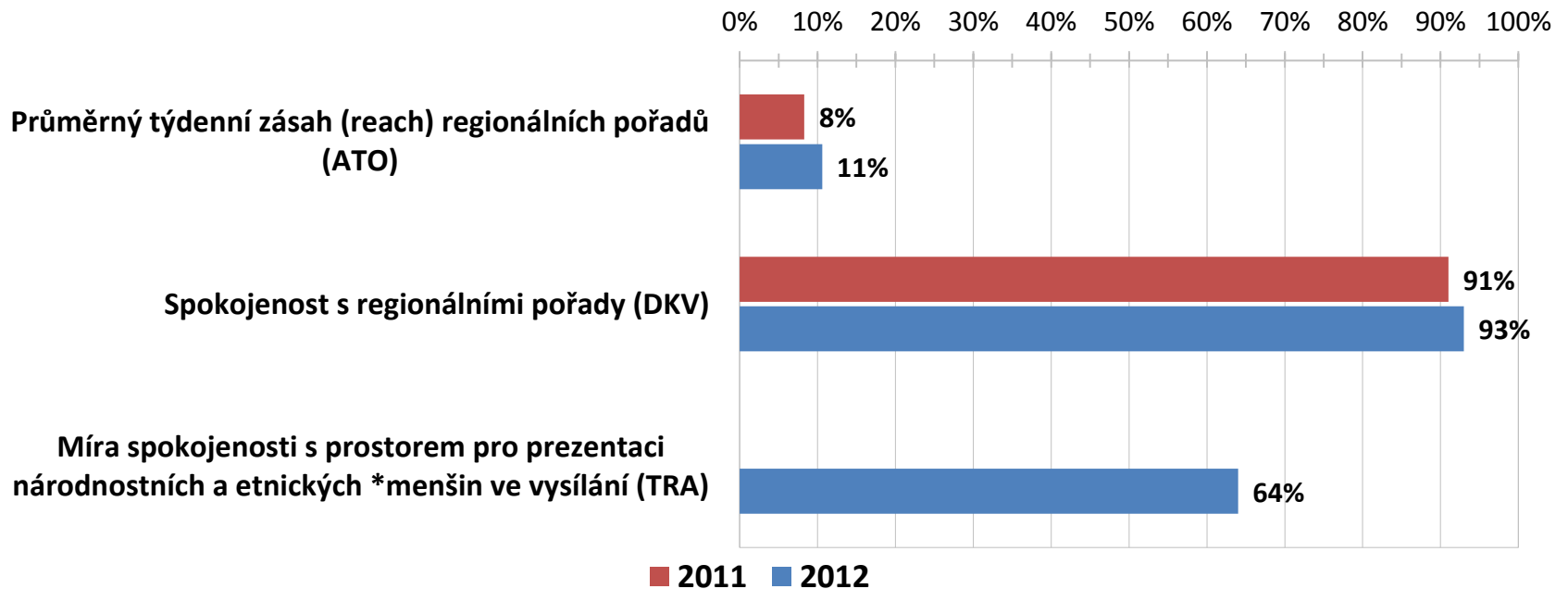
A4. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 4



OBECNÉ INDIKÁTORY REGIONÁLNÍHO VYSÍLÁNÍ

- Mezi roky 2011 a 2012 vzrostl zásah regionálních pořadů z 8 % na 11 % a spokojenost diváků z 91 % na 93 %.
- 77 % populace je názoru, že ČT dává ve svém vysílání dostatečný prostor pro prezentaci kultury a života národnostních a etnických menšin v ČR (Index indikátoru 64 %).

Zdroje: ATO Mediaresearch, DKV ČT, Tracking ČT, AOP ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PŘEDSTAVOVÁNÍ RŮZNÝCH REGIONŮ A OBCÍ

- Celkový počet různých měst a obcí zmíněných v rámci pořadu Události v regionech se držel v letech 2011 a 2012 na přibližně stejné úrovni.
- Mírně poklesl počet různých sídel zmíněných v regionálním vysílání na brněnském okruhu, naopak na pražském a ostravském okruhu došlo k mírnému nárůstu.

	2011	2012
UVR Praha	651	684
UVR Brno	372	346
UVR Ostrava	213	226
Součet	1236	1256



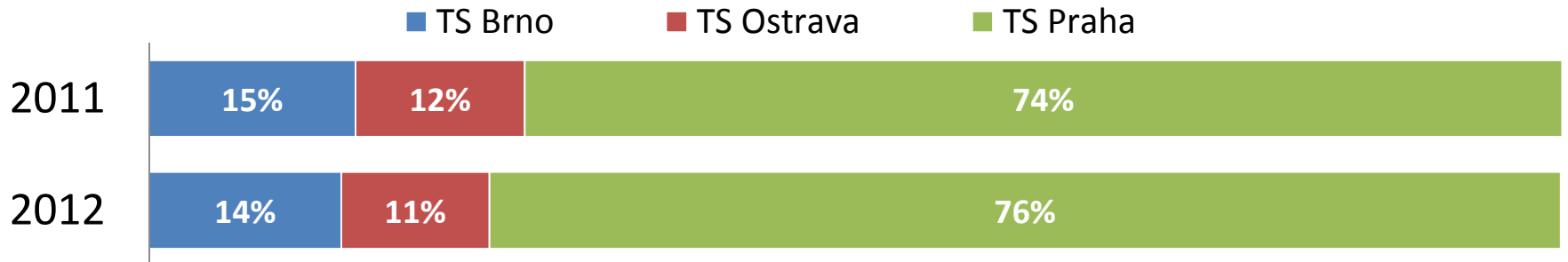
PODÍL REGIONÁLNÍCH STUDIÍ NA VÝROBĚ PROGRAMU

- Brněnské studio ČT se v roce 2012 podílelo na vysílání ČT1 14 % a na vysílání ČT2 10 %.
- Ostravské studio ČT se v roce 2012 podílelo na vysílání ČT1 10 % a na vysílání ČT2 rovněž 10 %.

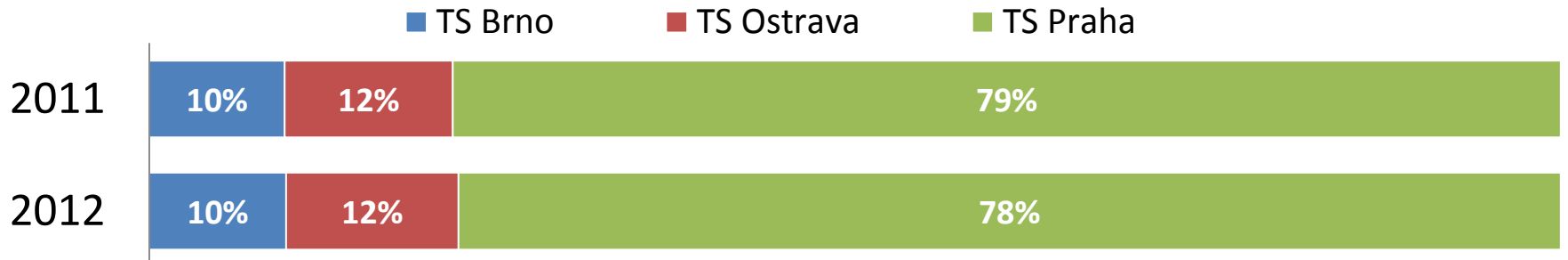
Podíl jednotlivých studií na celostátním vysílání ČT1 a ČT2

Zdroj: AOP ČT

ČT1



ČT2



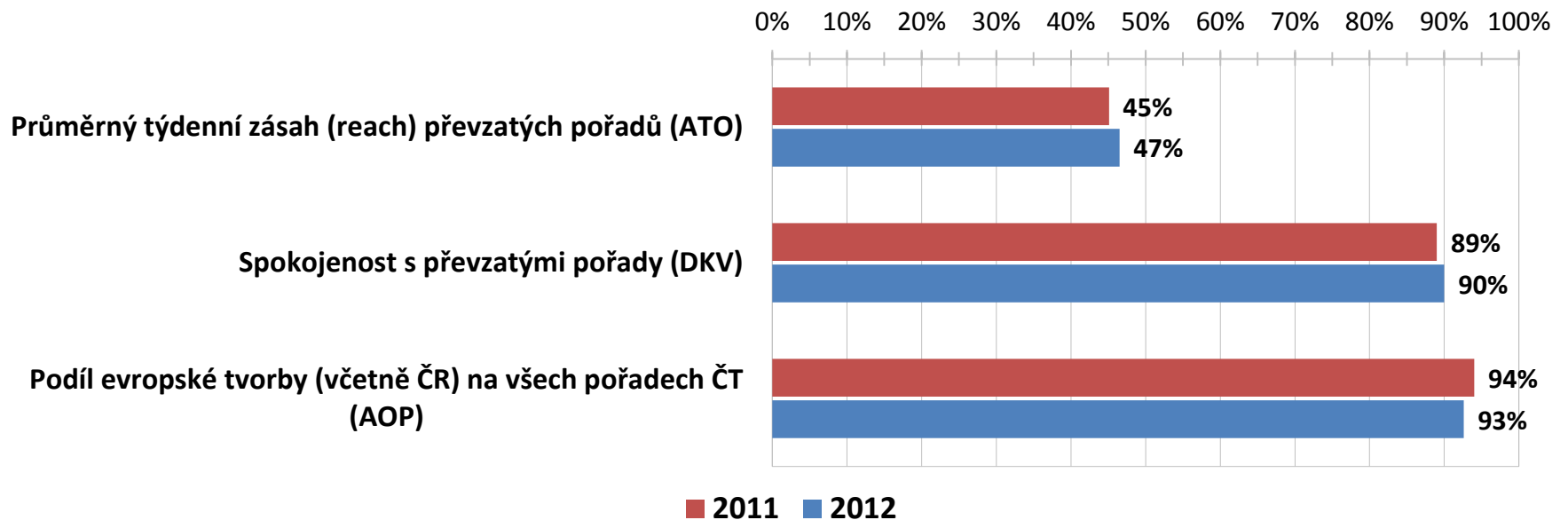
A5. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 5



PŘEVZATÉ POŘADY, PODÍL EVROPSKÉ TVORBY

- Meziročně mírně vzrostl průměrný týdenní zásah převzatých pořadů (z 45 % na 47 %). Spokojenost se zlepšila o 1 p.b.
- O jeden procentní bod klesl celkový podíl evropské tvorby na vysílání ČT (z 94 % na 93 %).

Zdroje: ATO Mediaresearch, DKV ČT, Tracking ČT, AOP ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.



PODÍL EVROPSKÉ A ZÁMOŘSKÉ TVORBY

- Meziročně nejvíce vzrostl podíl neevropské tvorby v oblasti dramatiky, a to z 24 % v roce 2011 na 31 % v roce 2012.
- Celkově však zůstává podíl evropské tvorby na vysílání ČT zcela dominantní.

Podíl evropských (včetně ČR) a zámořských pořadů na všech podle jednotlivých žánrů

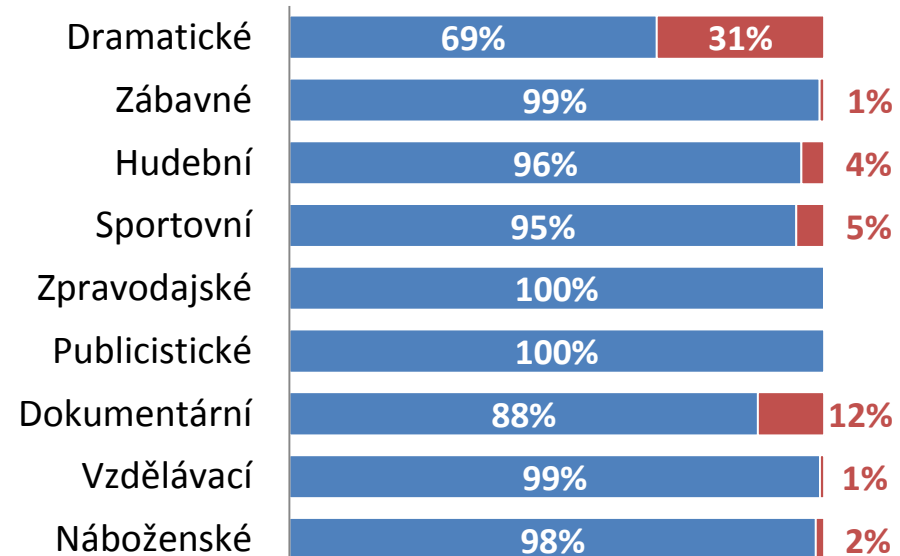
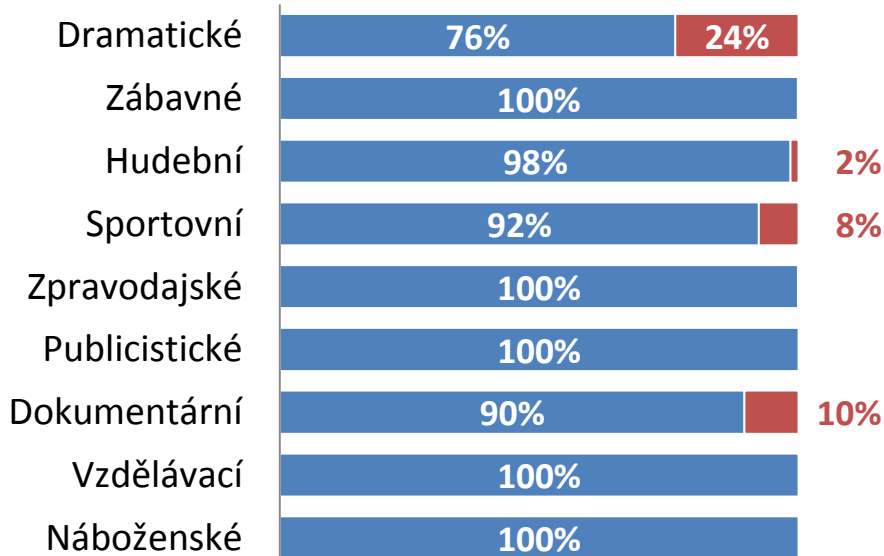
2011

Zdroj: AOP ČT

2012

■ Evropská tvorba ■ Zámořská tvorba

■ Evropská tvorba ■ Zámořská tvorba

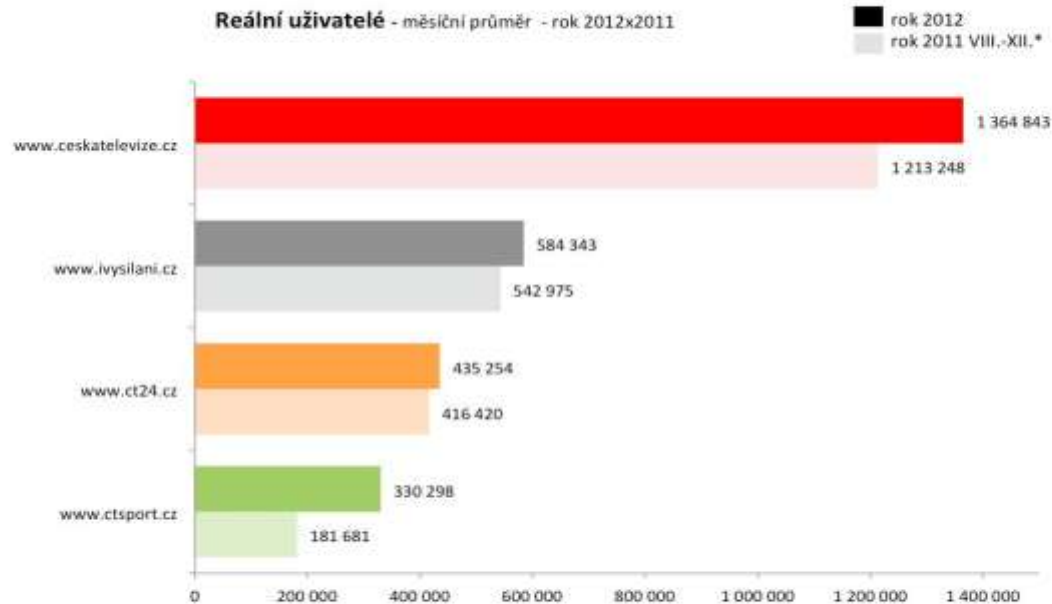


A6. VÝSTUPY - OBECNÝ CÍL 6



VÝKON INTERNETOVÝCH PORTÁLŮ ČT

- Všechny portály ČT vykázaly meziroční příliv návštěvníků.
- Nejdynamičtější nárůst návštěvnosti zaznamenal portál www.ctsport.cz (+82 %).
- Provoz na kmenovém portálu České televize www.ceskatelevize.cz se meziročně zvýšil o 11 %.



Zdroj: NetMonitor

*Pozn: za rok 2011 validní data pouze od srpna do prosince

B. DIVÁCKÉ SKUPINY



POŽADAVKY NA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB A PŘÁNÍ RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN, KLADENÉ KODEXEM ČT

Kodex ČT stanovuje pro vysílání České televize následující pravidla související s potřebami různých diváckých skupin:

1. ČT je povinna pravidelně získávat a analyzovat údaje o potřebách a přáních jednotlivých diváckých skupin.
2. ČT si musí být vědoma, že se 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.
3. ČT musí zohledňovat pluralitu diváckých očekávání tak, aby různými pořady, včetně řešení jejich aranžmá, uspokojila různé divácké skupiny.

**B1. VÝSTUPY – DIVÁCI
ORIENTOVANÍ NA POLITICKO-
EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ**

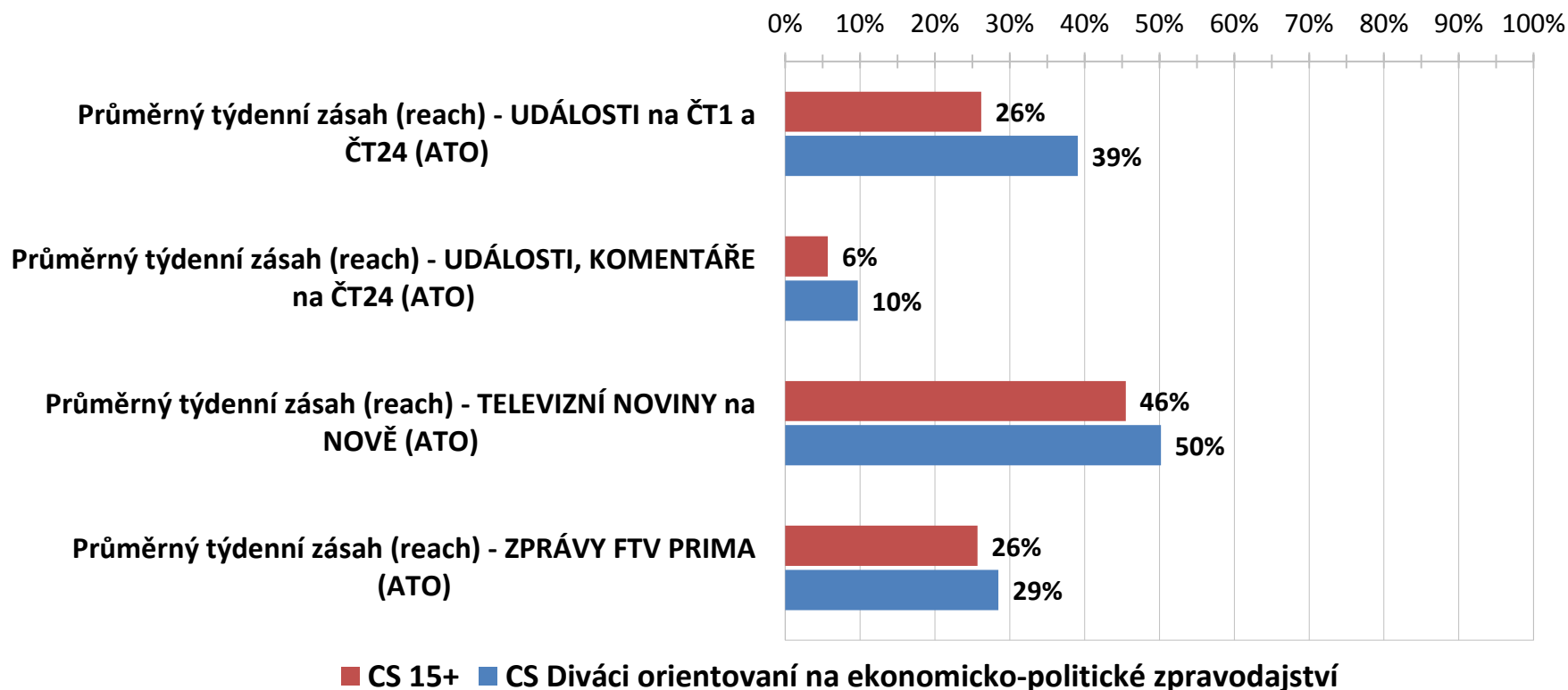


POROVNÁNÍ ZÁSAHU CS 15+ A SPECIFICKÉ CS KLÍČOVÝMI ZPRAVODAJSKÝMI POŘADY RŮZNÝCH STANIC

- Poměr zásahu divácké skupiny orientované na politicko-ekonomické zpravodajství vůči zásahu celé populace 15+ je u zpravodajských relací Události a Události a komentáře výrazně vyšší než u hlavních zpravodajských relací komerčních stanic.

CS: Diváci orientovaní na politicko-ekonomické zpravodajství Zásah hlavních zpravodajských pořadů 2012 – Porovnání s CS 15+

Podíl diváků, kteří sledovali pořady kontinuálně alespoň 15 minut / Zdroj: ATO Mediaresearch



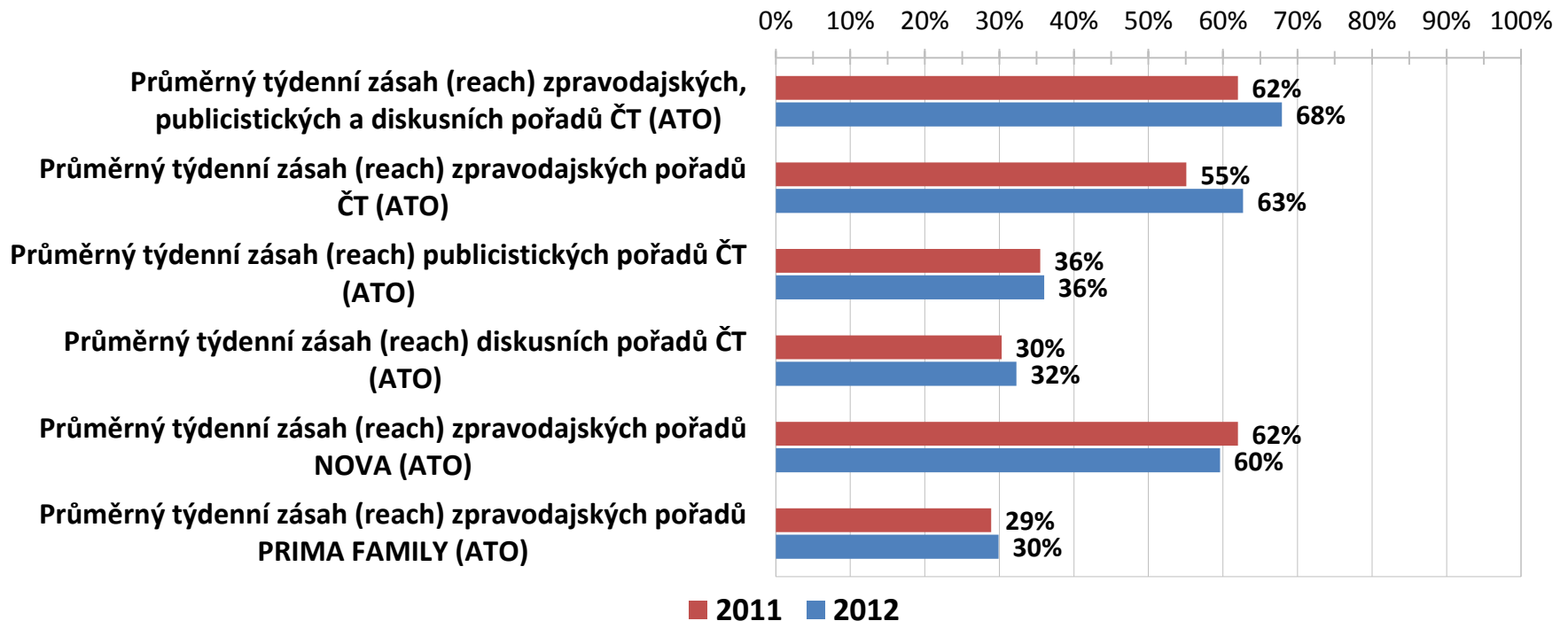


MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ ZÁSAHU SPECIFICKÉ CS ZPRAVODAJSKÝMI POŘADY HLAVNÍCH STANIC

- Meziročně vzrostl zásah divácké skupiny orientované na ekonomicko-politické zpravodajství diskusními pořady ČT (z 55 % na 63 %), u publicistických pořadů ČT zásah stagnuje.
- Na rozdíl od předchozího roku v roce 2012 zasáhly zpravodajské pořady ČT větší část divácké skupiny orientované na zpravodajství (63 %) než zpravodajské pořady TV NOVA (60 %).

CS: Diváci orientovaní na politicko-ekonomické zpravodajství Zásah klíčových žánrů na jednotlivých kanálech – Meziroční srovnání

Podíl diváků, kteří sledovali pořady kontinuálně alespoň 15 minut / Zdroj: ATO Mediaresearch



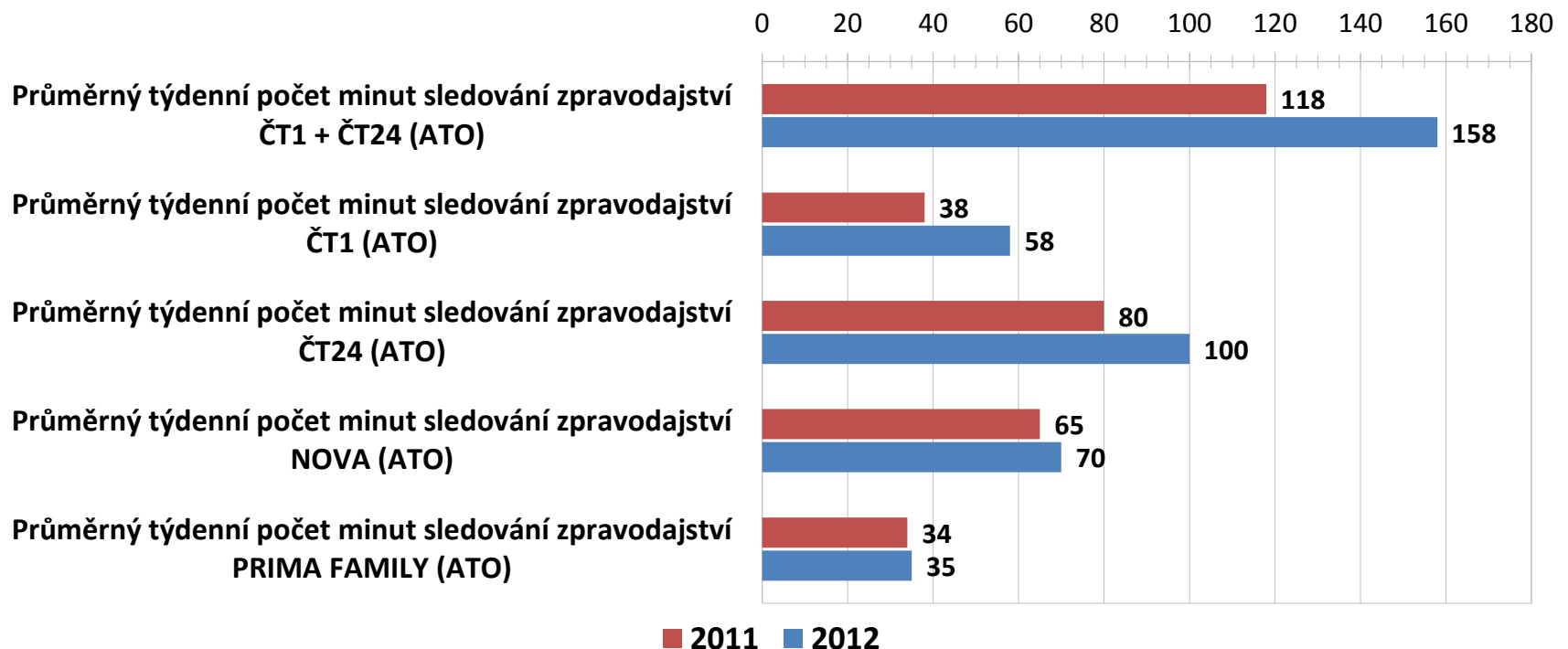


ČAS SLEDOVÁNÍ ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

- Průměrný počet minut, které tráví příslušníci divácké skupiny orientované na politicko-ekonomické zpravodajství týdně sledováním zpravodajských pořadů ČT, se meziročně výrazně zvýšil.
- Průměrný týdenní čas věnovaný sledování zpravodajství komerčních stanic se přitom u stejné skupiny diváků prodloužil jen velmi mírně.

CS: Diváci orientovaní na politicko-ekonomické zpravodajství Čas strávený sledováním zpravodajských pořadů – Meziroční srovnání

Zdroj: ATO Mediaresearch



C. ZÁKLADNÍ UKAZATELE



HODNOCENÍ PODLE ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ ÚROVNĚ VYSÍLÁNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY – METODIKA RQI

Hodnocení je založeno na modifikované britské metodice RQI, která je rámcem používaným k průběžnému monitorování výkonu BBC. Při adaptaci metodiky na domácí podmínky jsme částečně využili principy používané nizozemskou NPO. Specifikace jednotlivých prvků RQI:

- REACH (R) *Zásah pořadů a žánrů v celé populaci a v jednotlivých diváckých skupinách*
- QUALITY (Q) *Kvalita kanálů, žánrů a pořadů*
- IMPACT (I) *Dopad pořadů na diváckou obec*

C1. VÝSTUPY - ČESKÁ TELEVIZE JAKO CELEK

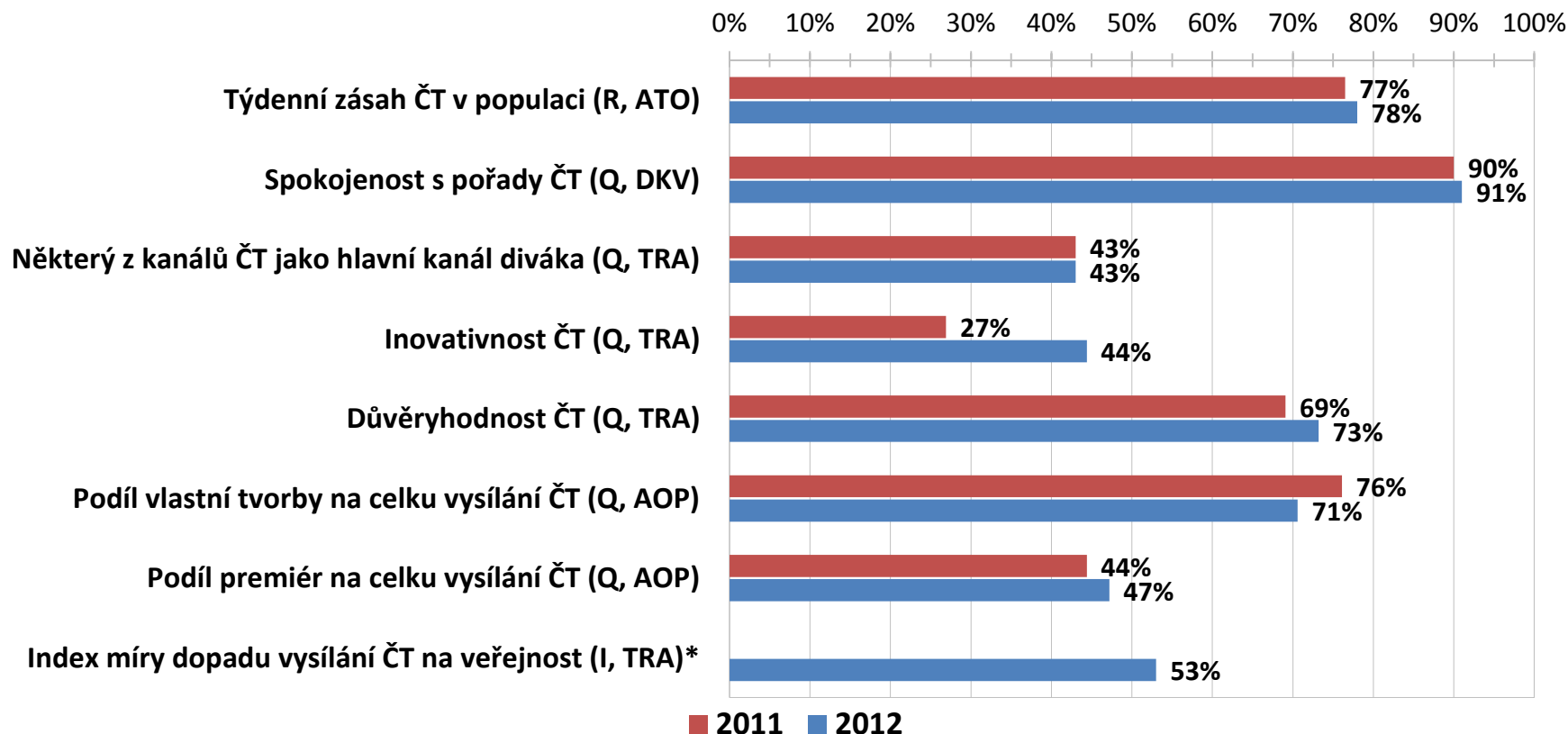


ZÁKLADNÍ INDIKÁTORY ZÁSAHU (R), KVALITY (Q) A DOPADU (I) NA ÚROVNI CELÉ ČT

- Z devíti základních indikátorů bylo sedm sledováno jak v roce 2012, tak i v roce 2011.
- Z těchto sedmi indikátorů pět vzrostlo, jeden stagnoval (hlavní kanál) a jeden poklesl (podíl vlastní tvorby).

RQI – Česká televize jako celek

Zdroje: ATO Mediaresearch, Tracking ČT, AOP ČT, DKV ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.

C2. VÝSTUPY - ZÁSAH (REACH)

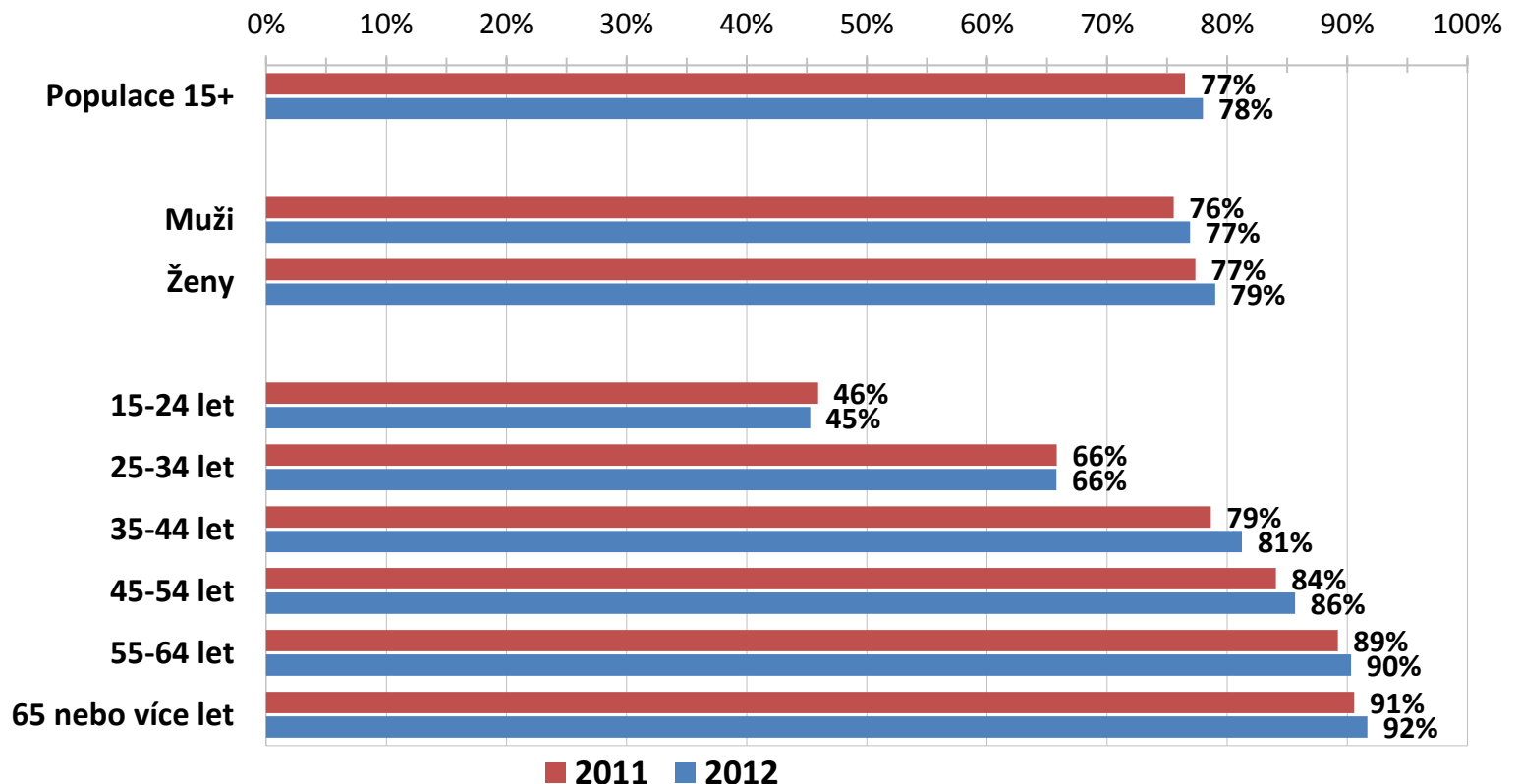


ZÁSAH V JEDNOTLIVÝCH SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH SKUPINÁCH

- U obou pohlaví a téměř ve všech věkových skupinách meziročně vzrostl zásah o jeden až dva procentní body.
- Jedinou výjimku tvoří věková skupina 15-24 let, kde došlo k poklesu sledovanosti o jeden procentní bod.

Průměrný týdenní zásah České televize v jednotlivých CS (R)

Podíl diváků z CS, kteří sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut / Zdroj: ATO Mediaresearch





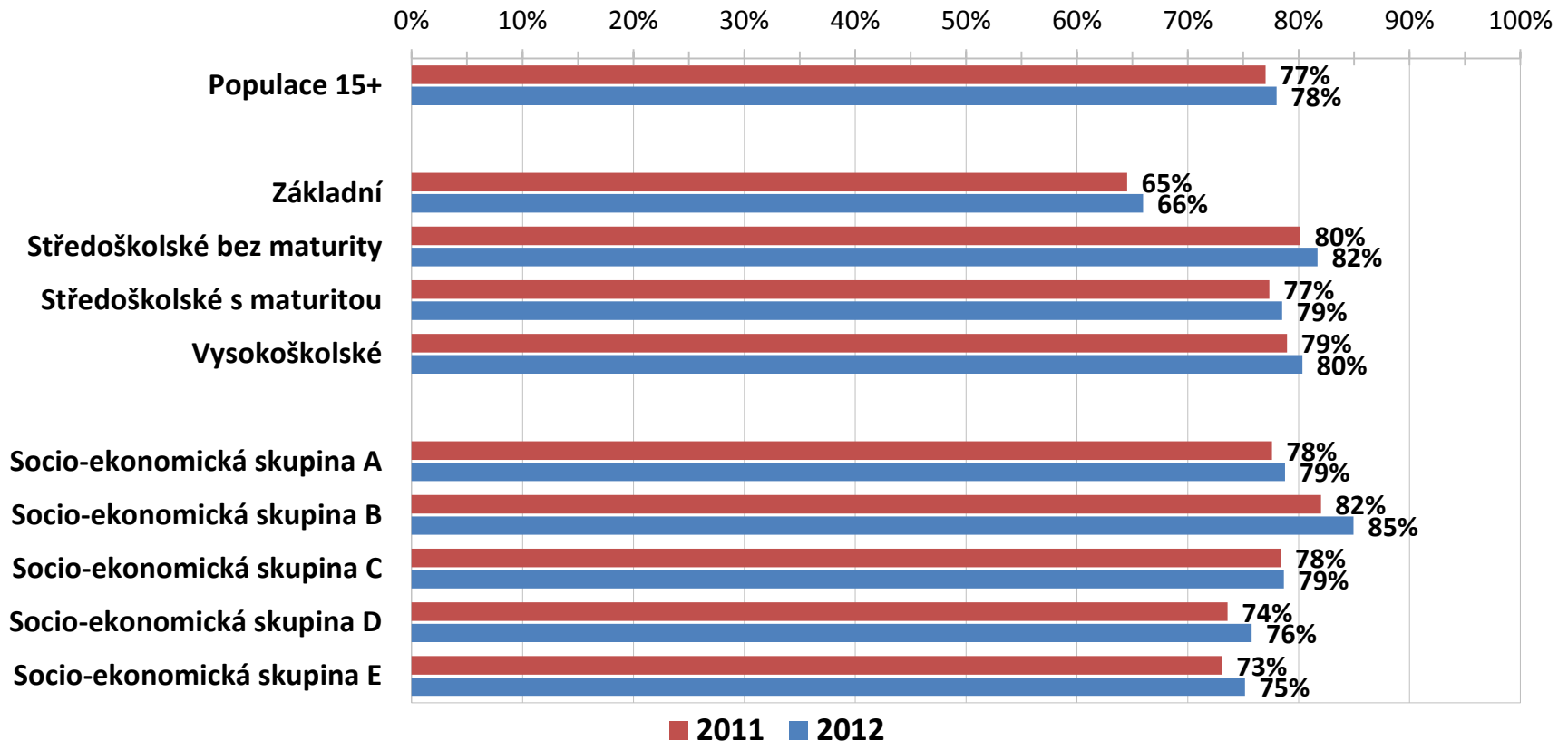
ZÁSAH V JEDNOTLIVÝCH SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH SKUPINÁCH

- Ve všech vzdělanostních i socio-ekonomických skupinách zásah ČT meziročně vzrostl.

Poznámka: Socio-ekonomické skupiny ABCDE byly definovány v souladu s klasifikací společnosti Mediaresearch pro rok 2013. Podrobná definice klasifikace je k nahlédnutí na webové stránce společnosti Mediaresearch.

Průměrný týdenní zásah České televize v jednotlivých CS (R)

Podíl diváků z CS, kteří sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut / Zdroj: ATO Mediaresearch



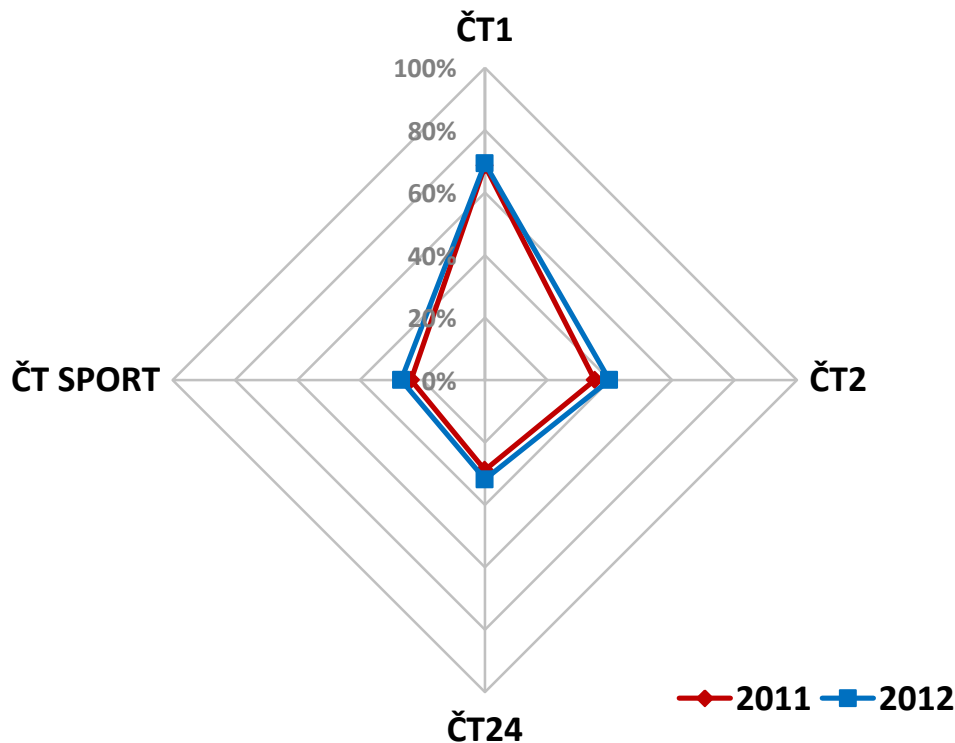


ZÁSAH JEDNOTLIVÝCH KANÁLŮ ČT

- V případě kanálu ČT1 průměrný týdenní zásah meziročně stagnoval, zásah zbylých tří kanálů rostl.
- Největší meziroční nárůst zásahu zaznamenala ČT2 (+4,7 p.b.)

RQI – Kanály ČT – Průměrný týdenní zásah (R)

Podíl diváků, kteří sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut / CS 15+ / Zdroj: ATO Mediaresearch



TABULKA DAT:
PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH

	2011	2012
ČT1	69%	69%
ČT2	35%	40%
ČT24	29%	32%
ČT Sport	24%	27%

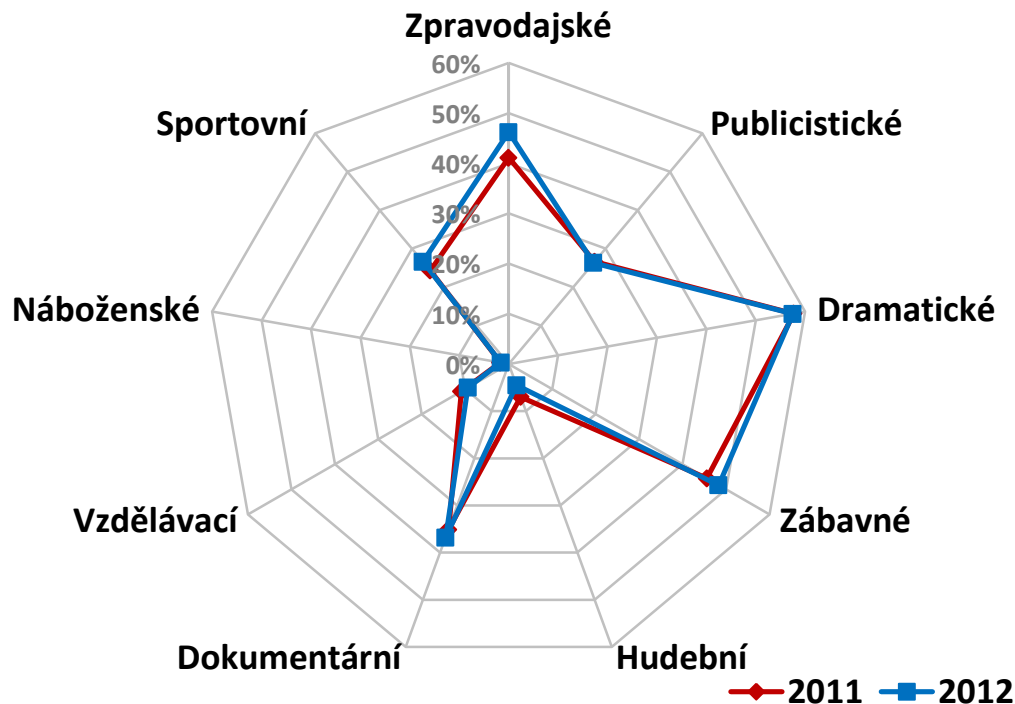


ZÁSAH JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ

- Meziročně vzrostl zásah čtyř žánrů (sport, zpravodajství, dramatika, dokumenty), zásah dvou žánrů stagnoval (dramatika, náboženské pořady) a zásah tří poklesl (publicistika, vzdělávací pořady, hudební pořady).

RQI – Žánry – Průměrný týdenní zásah (R)

Podíl diváků, kteří sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut / CS 15+ / Zdroj: ATO Mediaresearch



TABULKA DAT:
PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH

	2011	2012
Zpravodajské pořady	41%	46%
Publicistické pořady	27%	26%
Dramatické pořady	58%	58%
Zábavné pořady	46%	48%
Hudební pořady	7%	5%
Dokumentární pořady	35%	37%
Vzdělávací pořady	11%	9%
Náboženské pořady	2%	2%
Sportovní pořady	24%	27%



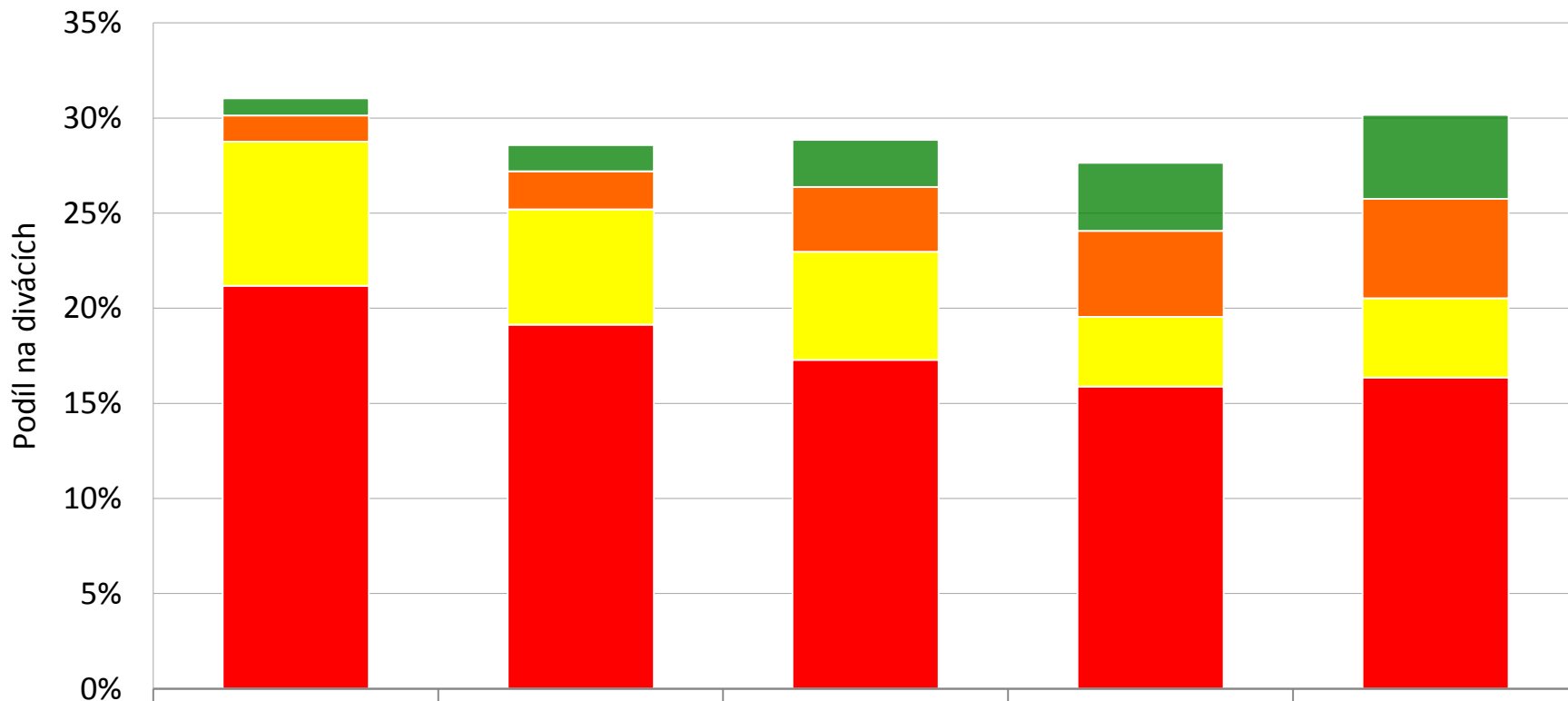
KOMENTÁŘ KE GRAFU NA NÁSLEDUJÍCÍ STRANĚ

- Největší meziroční nárůst zaznamenal kanál ČT Sport, u kterého v roce 2012 dosáhl průměrný podíl na sledovanosti 4,41%, což představuje nárůst o 0,84 p. b. K tomuto výsledku přispěly sportovní události vysílané Českou televizí v minulém roce, jakými byly LOH v Londýně, MS v hokeji, ME ve fotbale či Davis Cup.
- Podíl na sledovanosti vzrostl také u kanálu ČT24, který v roce 2012 dosáhl průměrnému podílu na publiku v celodenním vysílání 5,22 % (meziroční vzrůst o 0,68 p.b.). Kanál ČT 24 tak ve srovnání s evropskými zpravodajskými kanály dosahuje z hlediska sledovanosti i zásahu populace zcela mimořádných výsledků.
- Podíl ČT2 na sledovanosti činil v roce 2012 4,17 %, což představuje meziroční nárůst o 0,51 p.b. Na vzrůstající sledovanosti kanálu ČT2 se podílely zejména dokumenty, které byly vysílány v hlavním večerním vysílacím čase od 20. a 21. hodiny v průběhu celého týdne.
- ČT1 dosáhla vyššího podílu na sledovanosti než v roce 2011, v průměru to bylo 16,36 %. Velmi úspěšné bylo podzimní vysílací schéma, mimořádný zájem diváků pak zaznamenalo vánoční a silvestrovské vysílání.
- Ve srovnání s hlavními komerčními TV skupinami je ČT z hlediska sledovanosti skupinou s největším **meziročním růstem a poprvé v historii je skupina kanálů ČT stává leadrem trhu**

Průměrný podíl na divácích 15+ v rámci celodenního vysílání

Srovnání let 2008 - 2012

Zdroj: ATO Mediaresearch



	2008	2009	2010	2011	2012
■ ČT Sport	0,90%	1,37%	2,48%	3,57%	4,41%
■ ČT24	1,37%	2,00%	3,40%	4,53%	5,22%
■ ČT2	7,58%	6,06%	5,69%	3,66%	4,17%
■ ČT1	21,18%	19,14%	17,28%	15,88%	16,36%

C3. VÝSTUPY - KVALITA (QUALITY)



VNÍMÁNÍ JEDINEČNOSTI (ORIGINALITY) KANÁLŮ

SPOKOJENOST

- Spokojenost diváků je v rámci hodnocení veřejné služby chápána jako jeden z atributů kvality.
- **Celková spokojenost s vysílanými pořady meziročně vzrostla o 1 p.b. na hodnotu 91%.**
- Oproti roku 2011 došlo ke zvýšení spokojenosti také u všech čtyř kanálů ČT.
- V roce 2012 dosáhla celková spokojenost s pořady ČT2, ČT24 a ČT sport shodně úrovně 92 %.
- U ČT Sport i ČT2 se na zlepšení nezanedbatelně podílely pořady vysílané z Olympijských her v Londýně. Celková spokojenost s nimi dosáhla úrovně 94%.
- U ČT2 se na zlepšení výrazně podílely také dokumentární pořady, které zaznamenaly meziroční nárůst spokojenosti z 90 % na 92 %.
- Celková spokojenost s pořady ČT1 se v meziročním srovnání zlepšila o několik desetin p.b., ale celkově po zaokrouhlení zůstala na úrovni 90%. Ve vysokých hodnotách se Jednička podařilo udržet i přesto, že ji směrem k nižším číslům vychýlil dubnový start nových Událostí, který část tradičního publika ČT1 vnímala jako „příliš skokovou“, a který se projevil dočasným poklesem indexu spokojenosti. Ztráty ale jednoznačně vyvážily podzim a vánoční programové schéma, které se z hlediska spokojenosti diváků staly jak pro ČT1, tak i pro všechny ostatní kanály ČT nejúspěšnějšími obdobími roku.

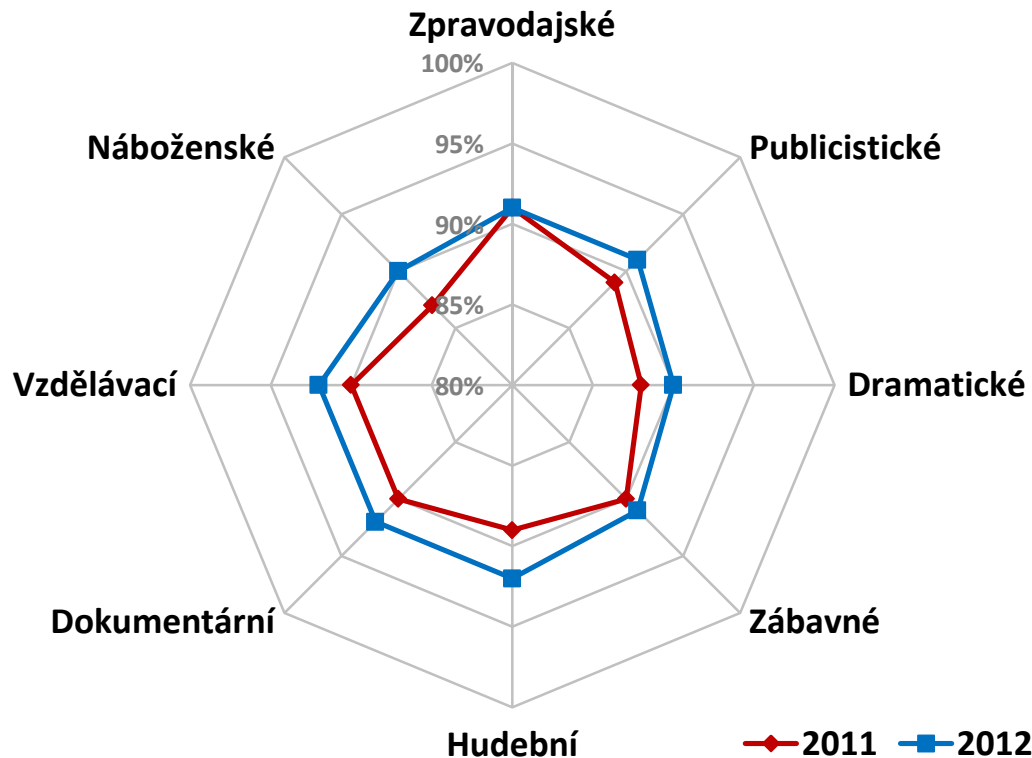


SPOKOJENOST S POŘADY V RÁMCI JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ

- Nejvyšší spokojenost panuje s dokumentárními, vzdělávacími a hudebními pořady, nejmenší spokojenost naopak s dramatickými a náboženskými pořady.

RQI – Žánry – Spokojenost s pořady (Q)

Hodnocení spokojenosti s pořady na škále / CS 15+ / Zdroj: DKV ČT



TABULKA DAT:
SPOKOJENOST S POŘADY

	2011	2012
Zpravodajské pořady	91%	91%
Publicistické pořady	89%	91%
Dramatické pořady	88%	90%
Zábavné pořady	90%	91%
Hudební pořady	89%	92%
Dokumentární pořady	90%	92%
Vzdělávací pořady	90%	92%
Náboženské pořady	87%	90%



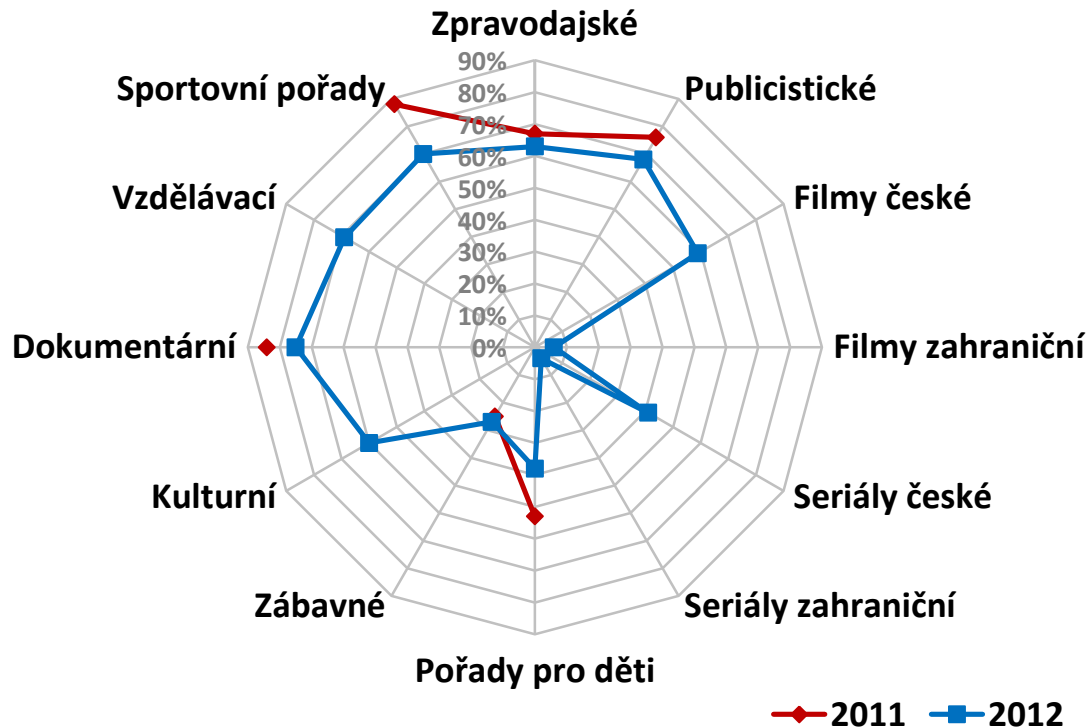
HLAVNÍ STANICE PRO JEDNOTLIVÉ ŽÁNRY

- 43% diváků považuje některý z kanálů ČT za hlavní pro určitý žánr. Hodnota tohoto indikátoru se meziročně nezměnila.
- Za hlavní nepovažuje některý z kanálů ČT nadpoloviční většina diváků pouze v případě zahraničních filmů a seriálů, pořadů pro děti a zábavních pořadů.

RQI – Žánry – ČT jako hlavní stanice pro žánry (Q)

Podíl diváků uvádějících některý z kanálů ČT jako hlavní pro daný žánr / CS 18+ / Zdroj: Tracking ČT

TABULKA DAT:
HLAVNÍ STANICE PRO ŽÁNRY



	2011	2012
Zpravodajské pořady	67%	63%
Publicistické pořady	76%	68%
Filmy české	--	59%
Filmy zahraniční	--	6%
Seriály české	--	41%
Seriály zahraniční	--	4%
Pořady pro děti	53%	38%
Zábavné pořady	25%	27%
Kulturní pořady	--	60%
Dokumentární pořady	84%	75%
Vzdělávací pořady	--	69%
Sportovní pořady	88%	70%



KOMENTÁŘ KE SCHÉMATŮM NA NÁSLEDUJÍCÍCH STRANÁCH

- ČT1 si oproti roku 2011 zcela přivlastnila charakteristiky *důvěryhodná* a *objektivní*, nově se u ní také objevuje atribut *soutěžní*.
- ČT2 je i nadále vnímána jako *specializovaný (odborný) kanál popularizující vědy*, jako kanál, který *vzdělává* a který je orientován na *náročného diváka*. V porovnání s ostatními kanály je ČT2 nicméně také výrazně častěji charakterizována jako *zastaralá*, menší části diváků se jeví jako *zbytečná*, což je ovšem vzhledem k užší profilaci Dvojky celkem pochopitelné.
- ČT24 dosud nebyl dominantně přisuzován žádný atribut, v roce 2012 však začala být vnímána jako kanál, který je výrazně *orientovaný na politiku*. Jistě tomu napomohla řada zpravodajských a diskusních pořadů spojených s krajskými a prezidentskými volbami či diskutované problémy vládní koalice, avšak bez ohledu na tyto okolnosti je nárůst zájmu o vysílání ČT24 i v kontextu evropských zpravodajských stanic mimořádný.
- ČT Sport dále posílila své dominantní postavení hlavního *sportovního* kanálu na českém televizním trhu.
- TV NOVA v posledním roce ztratila většinu atributů, které jí byly tradičně vlastní. Pokud se soustředíme na pozitivní atributy, Nova přestala být synonymem televize *dynamické, barevné, výrazné a disponující známými tvářemi*.
- Ze ztrát Novy jednoznačně těží PRIMA TV, která prodělala ve vnímání diváků zřejmě největší změnu a krok po kroku přestává být „druhou“ komerční televizí. Zatímco v roce 2011 byla vnímána prakticky pouze skrze filmy a seriály, v roce 2012 si začíná unikátně přisvojovat atribut *rodinné* televize a najednou s Novou sdílí celou řadu (z hlediska komerční stanice) pozitivních atributů (*inovativní, originální, dynamická, moderní, pro mladé*).
- Z hlediska vyhraněnosti (jedinečnosti) svých kanálů ČT mírně meziročně posílila.



2012

IMAGE TELEVIZNÍCH STANIC

MAPA IMAGE STANIC ČT, TV NOVA A PRIMA FAMILY

ČESKÁ



PRO DĚTI

NABÍZEJÍCÍ
HLUBŠÍ VHLED
DO PROBLÉMŮ

PROFESIONÁLNÍ

INFORMATIVNÍ

DŮVĚRYHODNÁ

OBJEKTIVNÍ

SOUTĚŽNÍ

PŘINÁŠEJÍCÍ
PRAKTICKÉ
INFORMACE

SROZUMITELNÁ

NABÍZEJÍCÍ
VYVÁŽENÉ
ZPRAVODAJSTVÍ

NAUČNÁ,
VZDĚLÁVAJÍCÍ

ODBORNÁ

ORIENTOVANÁ
NA HISTORII,
KULTURU, VĚDU

PRO
NÁROČNÉHO
DIVÁKA

ZASTARALÁ

ZBYTEČNÁ



Zdroj: TRACKING ČT

Legenda:

UNIKÁTNÍ ATRIBUTY
STANICE

DALŠÍ DŮLEŽITÉ
ATRIBUTY STANICE



ORIENTOVANÁ
NA POLITIKU

DISKUZNÍ

GRAFICKY VÝRAZNÁ

KÝČOVITÁ



ŽIVÁ

FILMOVÁ

SENZACECHTIVÁ

SPORTOVNÍ



RODINNÁ

BAREVNÁ

INOVATIVNÍ

ORIGINÁLNÍ

SERIÁ
LOVÁ

DYNAMICKÁ

MODERNÍ

PRO MLADÉ

1 2
4 24

2011

IMAGE TELEVIZNÍCH STANIC

MAPA IMAGE STANIC ČT, TV NOVA A PRIMA FAMILY

ČESKÁ

SOLIDNÍ

1

PRO DĚTI

PODSTATNÉ
INFORMACE

UCELENÉ
ZPRAVODAJSTVÍ

DŮVĚRYHODNÁ

OBJEKTIVNÍ

INFORMATIVNÍ

AKTUÁLNÍ

NAUČNÁ

KULTURNÍ

VĚDECKÁ

PRO
NÁROČNÉHO
DIVÁKA

INDIVIDUÁLNÍ

HISTORIE

2

Zdroj: SC&C

Legenda:

UNIKÁTNÍ ATRIBUTY
STANICE

DALŠÍ DŮLEŽITÉ
ATRIBUTY STANICE

24

PRO POLITIKY

DISKUSNÍ

ŽIVÉ VSTUPY

SENZACECHTIVÁ

DYNAMICKÁ

BAREVNÁ



ZNÁMÉ TVÁŘE

GRAFICKY
VÝRAZNÁ

EROTICKÁ

NEVÝCHOVNÁ

KONFORMNÍ

MODERNÍ

4

SPORT



SERIÁLY

FILMY

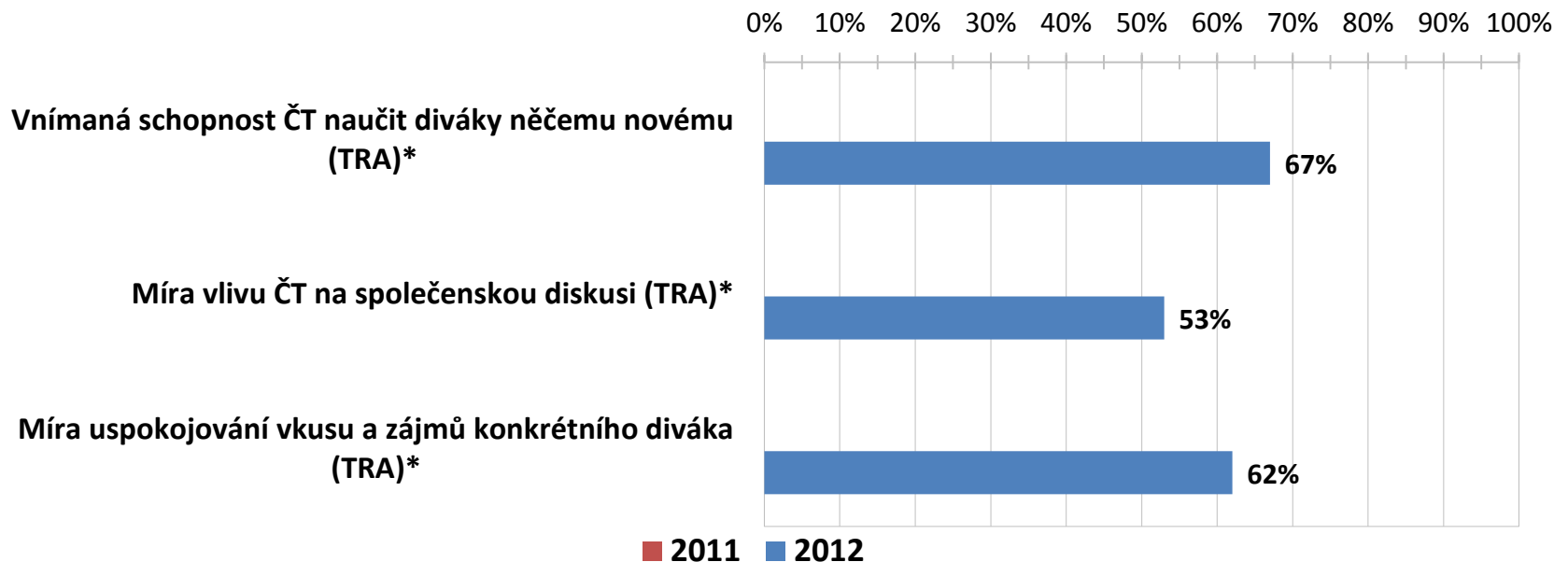
C4. VÝSTUPY - DOPAD (IMPACT)



- 79% populace 18+ si myslí, že ČT nabízí řadu pořadů, ze kterých se naučí něco nového (index indikátoru 67 %).
- Indikátor vlivu ČT na společenskou diskusi (53 %) je postaven na odpovědích na otázku: „Jak často hovoříte o konkrétních pořadech České televize se svou rodinou, přáteli, známými?“, položenou v trackingovém výzkumu.
- 67% populace 18+ spíše nebo určitě souhlasí s tím, že ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají jejich vkusu a zájmům. Index indikátoru dosahuje hodnoty 62 %.

RQI – Indikátory dopadu (I)

Zdroj: Tracking ČT



Poznámka: *Indikátor nebyl v roce 2011 zjišťován/měřen.

**DOPLNĚK – VNÍMÁNÍ
DŮLEŽITOSTI A
„VEŘEJNOPRÁVNOSTI“ ŽÁNŘŮ**



KOMENTÁŘ KE GRAFU NA NÁSLEDUJÍCÍCH STRANĚ

- Pouze zpravodajské a dokumentární pořady jsou ve vysílání veřejnoprávní televize očekávány nadpoloviční většinou diváků a nadpoloviční většina je zároveň považuje za osobně důležité.
- Publicistické a vzdělávací pořady sice ve veřejnoprávním vysílání očekává více než 50% diváků, ale jen méně než polovina je považuje za osobně důležité.
- Typicky veřejnoprávní žánry, jakými jsou pořady pro menšiny, pořady pro děti a mládež, pořady o kultuře, hudební a náboženské pořady, očekává ve vysílání veřejnoprávní TV pouze menšina diváků a méně než polovina je zároveň považuje osobně za důležité.

Mapa deklarované důležitosti žánrů a vnímané míry jejich „veřejnoprávnosti“

Zdroj: Tracking ČT

