



Informace o činnosti ČT v oblasti nových médií za rok 2020 pro Radu České televize

Vypracoval: Jan Maxa, ředitel divize Vývoj pořadů a programových formátů

Předkládá: Petr Dvořák, generální ředitel ČT

prosinec 2020

Usnesení Rady ČT č. 08/01/20

Obsah

1	Manažerské shrnutí.....	3
2	Obecná část.....	4
2.1.1	Nová média – náplň činnosti	4
2.1.2	Základní pojmy.....	4
2.1.3	Struktura produktů NM v ČT.....	5
2.1.4	Organizační uspořádání NM v ČT	5
3	Výsledky nových médií v roce 2020.....	7
4	Produkty nových médií v ČT.....	14
4.1	Produkt „nové iVysílání“	14
4.1.1	Popis produktu	14
4.1.2	Vývoj produktu v roce 2020.....	14
4.2	Zpravodajské produkty a produkt Zlatá Praha	16
4.2.1	Popis produktů	16
4.2.2	Zpravodajský web ct24.cz	16
4.2.3	Sportovní web ctsport.cz	18
4.2.4	Nové CMS pro zpravodajství.....	19
4.2.5	Zlatá Praha	21
4.3	Produkty Děčko a ČTart	22
4.3.1	Děčko – dětský web České televize (decko.cz)	22
4.3.2	Speciální projekty	24
4.3.3	Webový portál (ctart.cz)	26
4.4	Produkt ČT edu a korporátní produkty.....	29
4.4.1	ČT edu	29
4.4.2	Vše o ČT	29
4.4.3	Web Televizních poplatků	30
4.4.4	E-shop České televize.....	30
4.5	Mobilní a televizní platformy	31
4.5.1	Popis produktu	31
4.5.2	HbbTV aplikace Peče celá země, podpora úspěšného TV pořadu	32
4.5.3	HbbTV aplikace iVysílání :D	33
4.5.4	HbbTV aplikace Zachraň trosečníka, podpora letní soutěže	34
4.5.5	HbbTV aplikace Tipsport Extraliga, podpora pořadu Buly hokej živě	35
4.5.6	Vývoj HbbTV, nejen nové aplikace, ale i technologický rozvoj.....	36
4.5.7	Zásadně inovovaná mobilní aplikace ČT sport	37
4.6	Podpora systémů a obsah nových médií	38

1 Manažerské shrnutí

Nová média v ČT zahrnují celou řadu dílčích služeb, které nazýváme produkty:

- iVysílání a stránky pořadů
- zpravodajské weby ČT24 a sport
- weby Děčko a ČTart
- weby ČTedu a Zlatá Praha
- stránky Vše o ČT, TV poplatky a e-shop
- HbbTV a další mobilní a TV platformy

Rok 2020 byl z pohledu výkonnosti produktů nových médií výrazně ovlivněn koronakrizí:

- Web ČT24 zaznamenal rekordní návštěvnost, významný nárůst vykázaly také weby Děčko a ČTart.
- Úspěšně si počínal rovněž nově spuštěný web ČT edu.
- Negativní dopad měla koronakrize naopak na web ČT sport a částečně i iVysílání, díky nižšímu počtu premiér.

Pokud jde o stav jednotlivých produktů, rok 2020 proběhl ve znamení intenzivní činnosti v souvislosti s aktuální programovou nabídkou České televize a aktuálním děním ve společnosti. Snaha reflektovat potřeby občanů vyplývající z koronakrize se ukázala jako opodstatněná – ať už to byly průběžné podrobné informace na ČT24, speciální obsah pro děti, nucené k pobytu doma během karantény, na webu Děčko nebo podpora seniorů a domácí výuky.

2 Obecná část

2.1.1 Nová média – náplň činnosti

V souladu se zák. č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů, Česká televize poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě multimediálního obsahu a doplňkových služeb, za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovávat mediální pluralitu.

V této zprávě souhrnně předkládám popis aktivit ČT v oblasti šíření televizních programů, multimediálního obsahu a doplňkových služeb po internetu a na zařízeních k internetu připojených, ať již jde o počítače, mobilní telefony nebo „chytré“ televizory.

Zpráva se nezabývá činnostmi ČT na platformách tzv. sociálních médií (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube a další), které i v roce 2020 probíhaly v gesci jiných divizí. Zpráva se rovněž v detailu nezabývá obsahem na novomediálních platformách zpravodajství a sportu, který je v gesci divize Zpravodajství a sportu, a obsahem produktu ČT edu, který je v gesci divize Korporátní vztahy a komunikace.

2.1.2 Základní pojmy

- **Novými médii (NM)** rozumíme obsahové, designové, vývojové, technické a provozní zajištění poskytování původního a převzatého obsahu na webových stránkách, mobilních zařízeních a dalších zařízeních (např. televizních přijímačích) připojených k internetu.
- **Produkt** je samostatný funkční a obsahový celek v oblasti Nových médií (NM), definovaný a řízený ČT.
- **Platforma** je technologie, pomocí níž je produkt zpřístupňován uživatelům, tedy například web, HbbTV, mobilní aplikace, smart TV aplikace apod. Obsah i funkce téhož produktu na různých platformách mohou mít platformově specifické odlišnosti.
- **Projekt NM** je jedinečný, časově a nákladově omezený proces realizovaný za účelem vytvoření definovaných výstupů, například nového produktu, nebo úprav stávajícího produktu, nebo vytvoření systémového řešení napříč produkty.
- **Garant obsahu (GO)** je zástupce některé z divizí ČT, k jejíž činnosti se produkt přímo vztahuje. Definuje obsahové a funkční požadavky na produkt, kontroluje jejich plnění a zároveň zajišťuje potřebnou součinnost své divize. GO nevstupuje do běžného řízení produktu.
- **Manažer produktu (MP)** je členem týmu NM a přetváří obsahové požadavky garanta na konkrétní koncepci produktu, jeho funkce a obsah. Aktivně se zajímá o produkt, sleduje podobné produkty mimo ČT, vymýšlí inovace produktu, naplňuje strategické cíle produktu. Orientuje se v technologiích a profesích, kterými je jeho produkt vytvořen a podporován. Definuje cílovou skupinu uživatelů, realizuje uživatelský výzkum a analyzuje příležitosti svého produktu na základě dat. Společně se specialisty vytváří přesné zadání. Vytváří a prioritizuje funkční požadavky, věnuje se produktu na denní bázi. Zodpovídá za součinnost týkající se produktu s ostatními divizemi ČT, vyjma divize, jejímž členem je GO.
 - **Specifika rolí GO a MP u zpravodajských produktů a produktu ČT edu:** Zpravodajské produkty z hlediska obsahového leží mimo odpovědnost týmu NM, neboť jsou obsahově podřízeny řediteli divize zpravodajství a sportu. Role GO tedy u těchto produktů přebírá některé kompetence role MP, zejména týkající se obsahu produktu (definice cílové skupiny, analýza příležitostí produktu, inovace produktu apod.). Role MP pak má více servisní charakter, spočívající v naplňování požadavků GO na vzhled, obsah a funkci produktu. Obdobná dělba práce existuje i u produktu ČT edu, jehož obsah je vytvářen a spravován v gesci divize Korporátních vztahů a komunikace.

2.1.3 Struktura produktů NM v ČT

Základním, páteřním produktem NM v ČT je **videoplatforma**, tedy produkt, který obsahuje archiv pořadů ČT, dostupných online, a umožňuje jejich vyhledání a zhlédnutí na některém z podporovaných zařízení. Současné řešení, známé pod názvem **iVysílání**, je technologicky zastaralé a neumožňuje další organický rozvoj. ČT proto vyvíjí novou videoplatformu, která iVysílání nahradí v průběhu roku 2021.

Další významnou skupinou produktů jsou zpravodajské produkty, tedy weby a mobilní aplikace **ČT24** a **ČT sport**.

Neméně významné jsou produkty svázané s programovými okruhy, které cílí na specifickou cílovou skupinu. Zde jde o produkty **decko.cz** a **ctart.cz**, v případě decko.cz doplněné o velkou rodinu mobilních aplikací, ať již pro každoroční letní soutěž nebo konkrétní vzdělávací a zábavné hry pro děti.

Významnými produkty jsou rovněž ty, které podporují aktivitu ČT nad rámec programových okruhů, směřující ke koncesionářům nebo k tvůrčí komunitě. Zde jde o produkt **ČT edu**, zaměřený na prezentaci videoarchivu ČT pro vzdělávací účely, a produkt **Zlatá Praha**, který slouží pro organizaci a práci jediného mezinárodního televizního festivalu zaměřeného na hudební a taneční tvorbu.

Důležitými jsou rovněž produkty, které zajišťují informovanost o ČT a základní či doplňkové funkce ČT, což je jednak korporátní web **Vše o ČT**, jednak produkty **TV poplatky** a **eShop**.

Důležitým doplňkem je platformový produkt **HbbTV**, který obsahuje varianty jednotlivých produktů zpřístupněné na technologii HbbTV a který postupně rozšiřujeme o další platformy, ať již na mobilních telefonech (Android, IOS, Huawei) nebo chytrých televizorech (Apple TV, Android TV a platformy jednotlivých výrobců). Patří sem i podpora historické, ale stále hojně využívané platformy Teletext.

2.1.4 Organizační uspořádání NM v ČT

Oblast nových médií je v organizační struktuře ČT platné do 31. 12. 2020 rozprostřena přes několik divizí. Produkty iVysílání, Vše o ČT, TV poplatky, eShop, Zlatá Praha a technologicky též ČT24 a ČT sport jsou organizačně zařazeny v divizi Marketingu a nových médií. Produkty decko.cz a ctart.cz jsou umístěny v divizi Vývoje pořadů a programových formátů. Produkty nové videoplatformy a ČT edu pak organizačně patří pod projektovou kancelář přímo podřízenou generálnímu řediteli.

Tento stav se ukázal již v roce 2019 jako nevyhovující, a proto vznikl **Řídící výbor digitálních projektů** (ŘVDP) s účastí generálního ředitele, ředitelů příslušných divizí a vedoucí projektové kanceláře, aby činnosti ČT v oblasti NM koordinoval. V dubnu roku 2020 pak bylo přijato další opatření na zlepšení spolupráce jednotlivých složek NM: byl založen **Projekt sjednocení digitálních projektů** (PSDP), jehož řízením byl pověřen ředitel divize Vývoje pořadů a programových formátů s následujícími cíli:

- 1) **Procesně a organizačně sjednotit činnosti ČT v oblasti NM.**
- 2) **Zajistit hladký běh a efektivní spolupráci všech týmů a produktů NM.**
- 3) **Definovat novou organizační a procesní strukturu NM v ČT.**

ŘVDP byl v roce 2020 nadřazen výše uvedenému projektu a schvaloval všechny zásadní kroky.

Výsledkem práce PSDP a ŘVDP je nové organizační a procesní uspořádání NM v ČT, které vstoupí v platnost 1. 1. 2021.

Nová média budou sjednocena v divizi Vývoje pořadů a programových formátů, která se přejmenuje na divizi **Vývoje pořadů a nových médií**. Pro zajištění činnosti obou částí nové divize jsou vytvořena dvě nové manažerské pozice, **výkonný ředitel pro nová média** a **manažer koordinace vývoje a dramaturgie pořadů**. Organizační struktura části „vývoj a dramaturgie pořadů“ zůstává bez podstatných změn. Část „nová média“ je organizována obdobně, jako se osvědčilo ve vývoji pořadů: jde o maticové uspořádání, kde v jedné linii jsou manažeři produktů a v druhé linii manažeři horizontál, které plní kontrolní a servisní funkce napříč produkty. Jde o následující útvary:

- Produkt „nové iVysílání“, manažer produktu **Josef Zukal**;
 - Zpravodajské produkty a produkt Zlatá Praha, manažer produktů **Jiří Myška**;
 - Produkty decko.cz a ctart.cz, manažerka produktů **Štěpánka Sunková**;
 - Produkt ČT edu a korporátní produkty, manažerka produktů **Andrea Poborská**;
 - Mobilní a televizní platformy, manažer produktu **Jan Zeman**.
-
- Manažer produktových standardů **Zdeněk Lanc**;
 - Manažer infrastruktury **Tomáš Dratva**;
 - Manažer podpory produktů **Pavel Souček**.

Zároveň byl na základě osmileté zkušenosti s řízením programových projektů vlastní tvorby v ČT vytvořen systém řízení provozu a rozvoje produktů NM. Jeho základní komponenty jsou:

- **Evidenční list produktu**, který obsahuje:
 - Název a náplň produktu;
 - Obsazení základních rolí produktu;
 - Stav produktu;
 - Prioritu a významnost produktu v rámci portfolia;
 - Obsahovou strategii produktu;
 - Procesní vazby produktu na jiné části ČT;
 - Základní definici technického řešení a vazeb produktu;
 - Infrastrukturní zajištění produktu;
- **Roční a čtvrtletní plán produktu**;
- **Malá a velká digitální rada**, schvalující plány produktů a jednotlivé rozvojové a obsahové projekty.

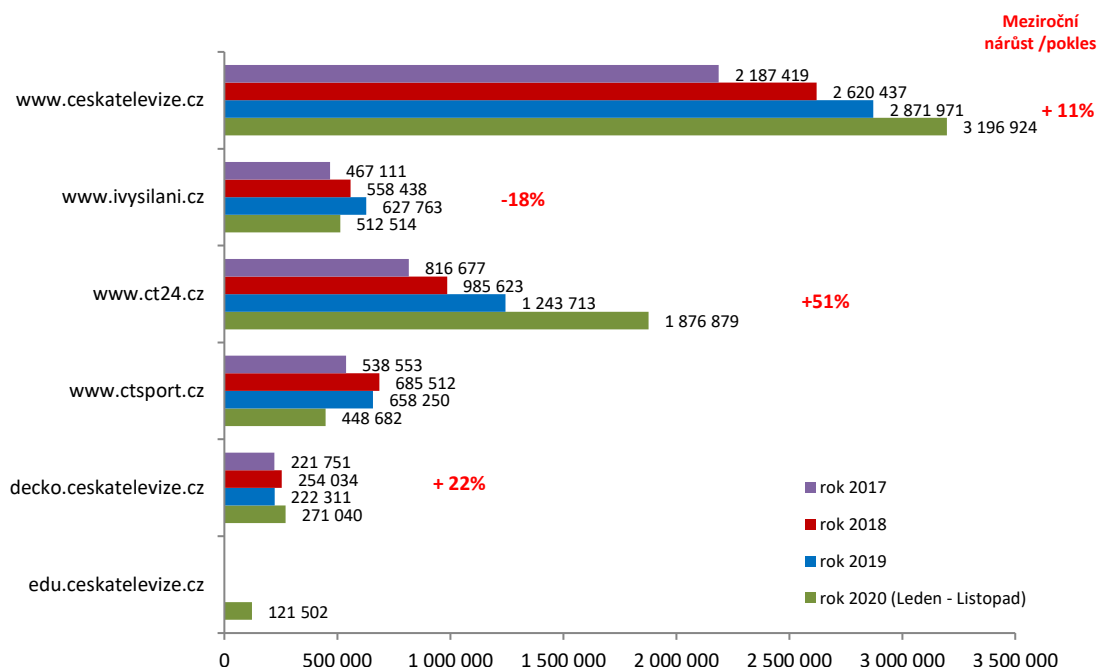
Hlavním cílem pro rok 2021 je pak provést zásadní technologickou obnovu produktů ČT. Nejde jen o náhradu iVysílání, ale i nový redakční systém zpravodajských webů, nový web televizních poplatků a další inovace, nezbytné pro zajištění stabilního, efektivního fungování webů, mobilních a TV aplikací ČT v podobě, která poskytne uživatelům funkce i obsah na úrovni soudobého standardu a umožní jim najít si obsah, který je zajímavý, snadno a rychle.

3 Výsledky nových médií v roce 2020

Návštěvnost – Netmonitor

(Zdroj dat: NetMonitor 2019 – 2020)

Graf 1: Návštěvnost webů ČT – měsíční průměry - reální uživatelé 2017 – 2020



V meziročním srovnání jsme zaznamenali velký nárůst návštěvnosti na hlavním webu ČT a enormní nárůst na zpravodajském webu ČT24, způsobený situací kolem koronaviru v letošním roce. Hlavní web ČT zaznamenal nárůst návštěvnosti o 11 % oproti roku 2019. Průměrně na něj každý měsíc zavítá 3,2 miliónu uživatelů (nejvyšší měsíc byl březen 2020 – 4,7 miliónu uživatelů).

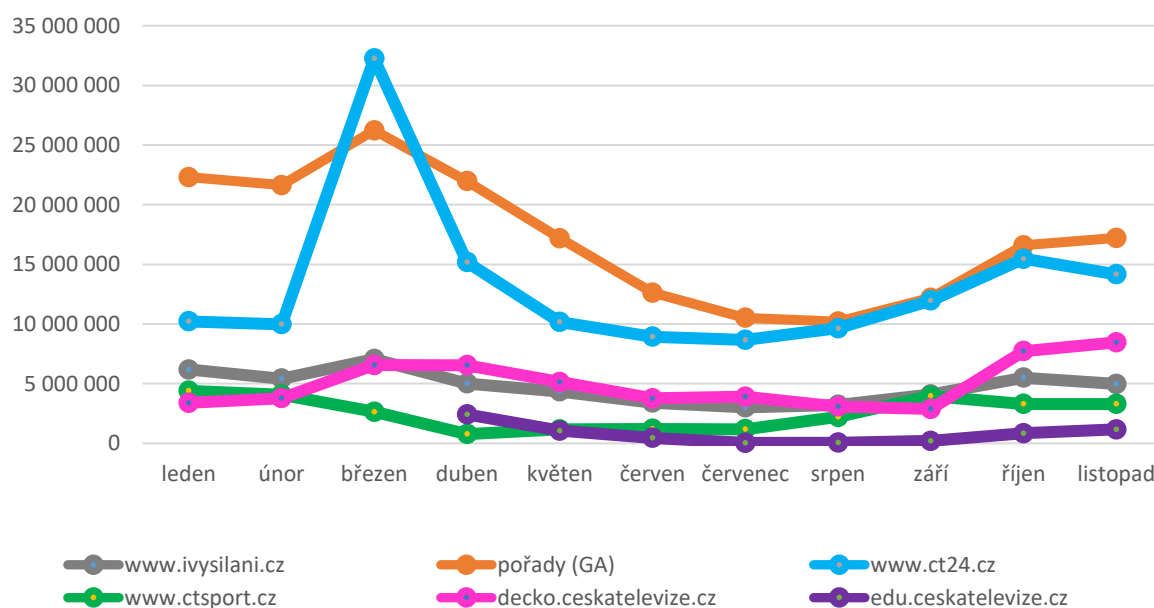
Největší nárůst měřených webů ČT má web ČT24, a to o 51 %. Průměrně každý měsíc v roce 2020 přišlo na tento web 1,9 miliónu uživatelů. V březnu to bylo 3,6 milionu, a tento měsíc se zároveň stal pro web ČT24 nejúspěšnějším měsícem v historii měření.

Další velký nárůst má dětský web Děčko – o 22 %. Každý měsíc v roce 2020 jej navštívilo více než 270 tisíc uživatelů. V březnu to bylo dokonce 407 tisíc. Tvůrci tohoto webu reagovali na aktuální situaci a připravili pro děti několik zajímavých projektů a nový balík her. Projekt Nenudím se doma si děti oblíbily již na jaře a znovu se vrátil v podzimní vlně opatření. Se zájmem se setkala také nová celoroční soutěž „Planeta je prga“.

Web iVysílání zaznamenal pokles o 18 % proti loňskému roku. Pokles je způsobený absencí nových dramatických projektů, zejména v podzimní sezóně 2020, které se z důvodu krizové situace nemohly dokončit a následně vysílat a které k tomuto webu vždy přivedou mnoho nových diváků.

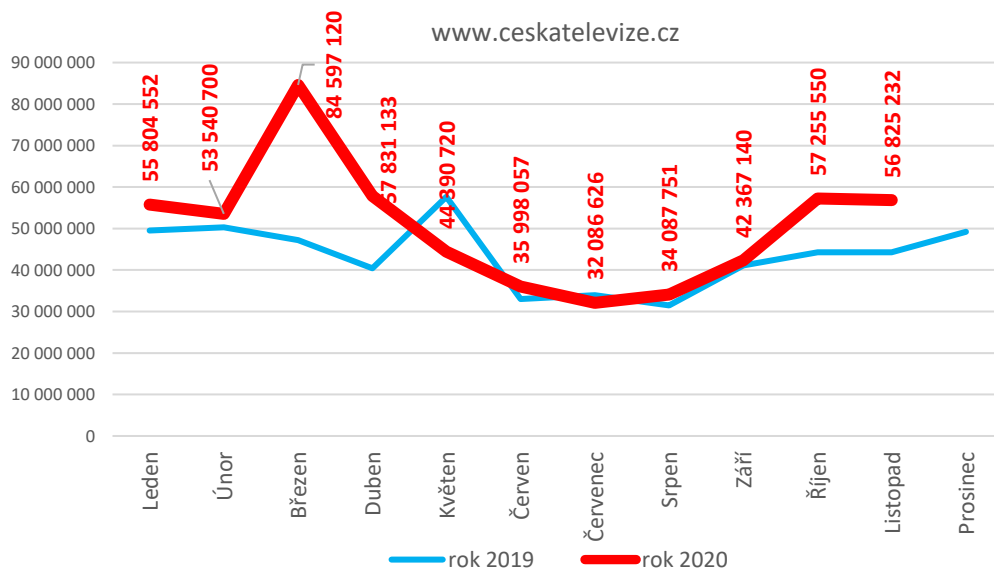
Největší pokles vykazuje web ČT sport, který díky neobvyklé situaci ztratil prakticky veškerý svůj aktuální obsah a přišel i o své hlavní obsahové prvky roku 2020 – MS v hokeji 2020 v květnu, ME ve fotbale a LOH v Tokiu. Olympijské hry a ME ve fotbale byly přeloženy na rok 2021. MS v hokeji bylo zrušeno úplně.

Graf 2: Produkty ČT – page views (počet zobrazených stránek) 2020 po měsících



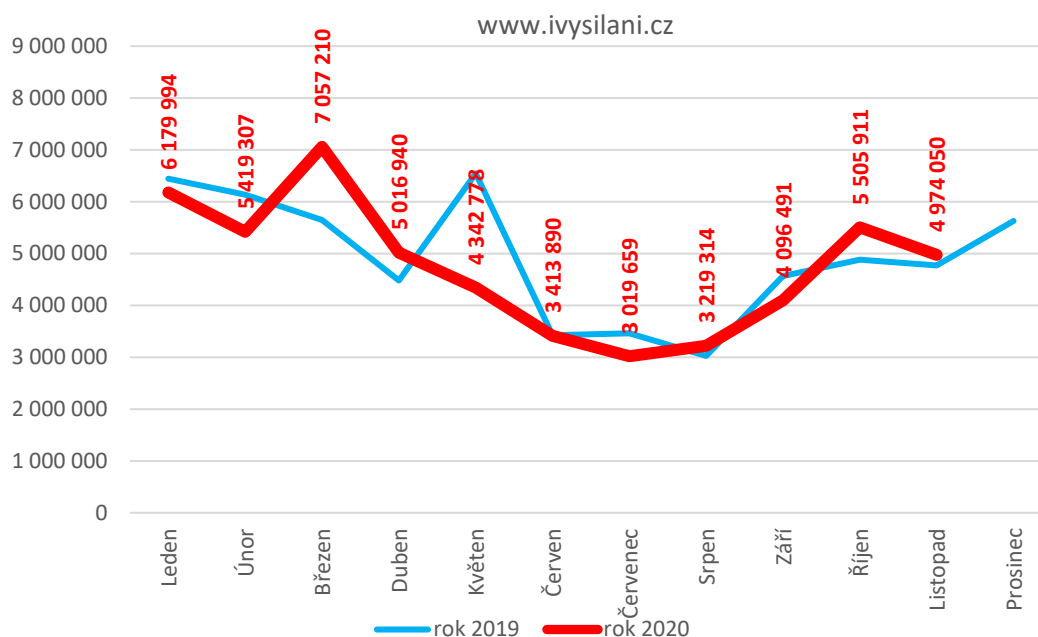
Počty zobrazených stránek jednotlivých tematických webů ukazují opět obrovský zájem o zpravodajství v jarních měsících, ale také o archiv na iVysílání (stránka Pořady A-Z), kde si diváci nuceně tráví více času ve svých domovech vyhledávali možnosti sledování z obsáhlého archivu ČT. Je zde také patrný velký zájem o nabídku webu Děčka (růžová barva) a to jak na jaře, tak v podzimních měsících.

Graf 3: Návštěvnost hlavního webu ČT – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



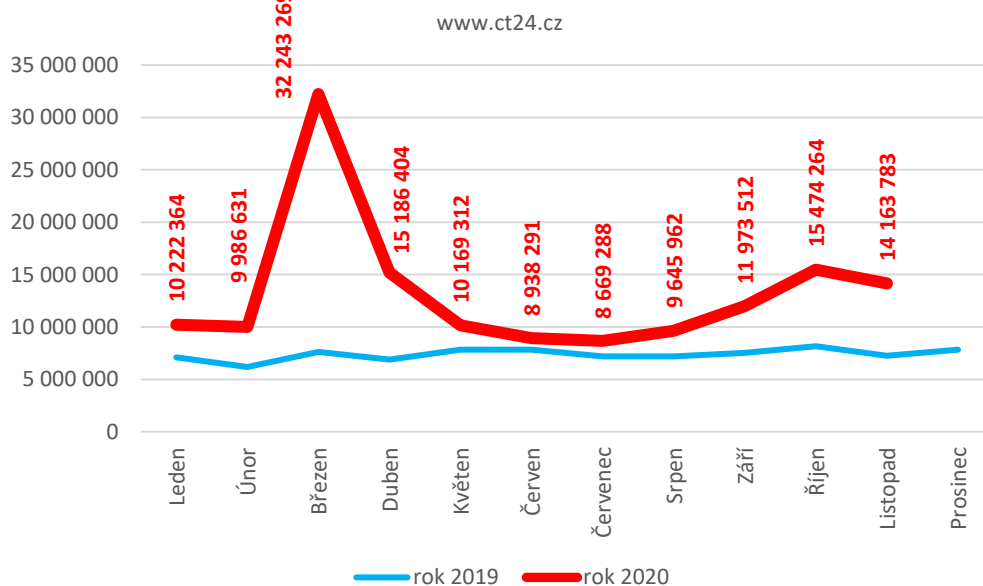
Graf ilustruje počty zobrazených stránek na hlavním webu ČT. Letošní podzim je co do počtu zobrazených stránek zhruba o 20 % nad podzimem 2019. Nárůst na jaře i na podzim v souvislosti s koronavirovou krizí je evidentní, a to i přes letošní absenci pořadu StarDance, který na náš web vždy přiláká velké množství uživatelů.

Graf 4: Návštěvnost iVysílání – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



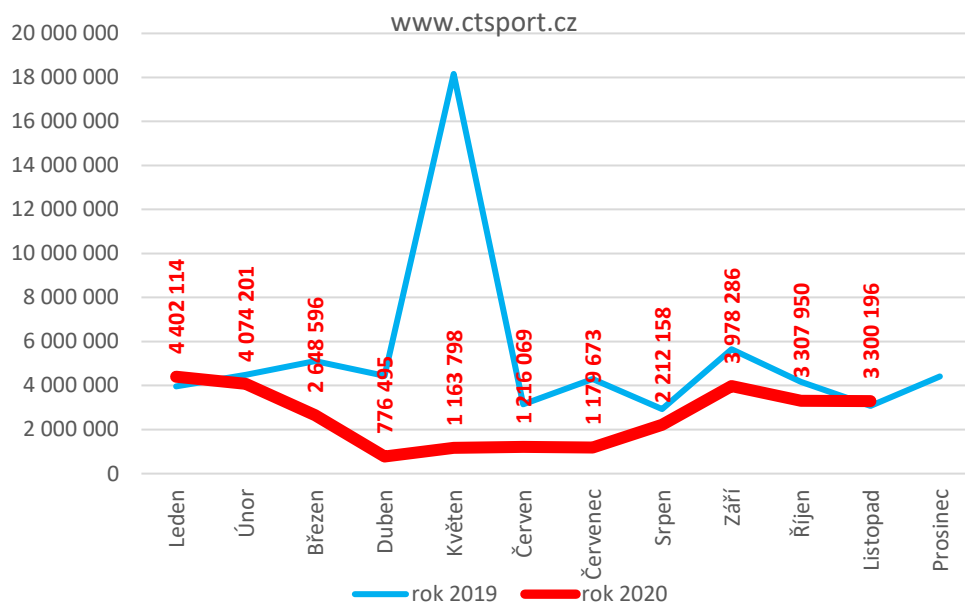
I přes menší nabídku premiérových pořadů v roce 2020 je pokles webu iVysílání jen 18 %, a to i přesto, že byl na začátku roku 2019 vysílán velmi úspěšný komediální seriál Most!, který zbořil všechny dosavadní rekordy odložené sledovanosti v ČR.

Graf 5: Návštěvnost webu ČT24 – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



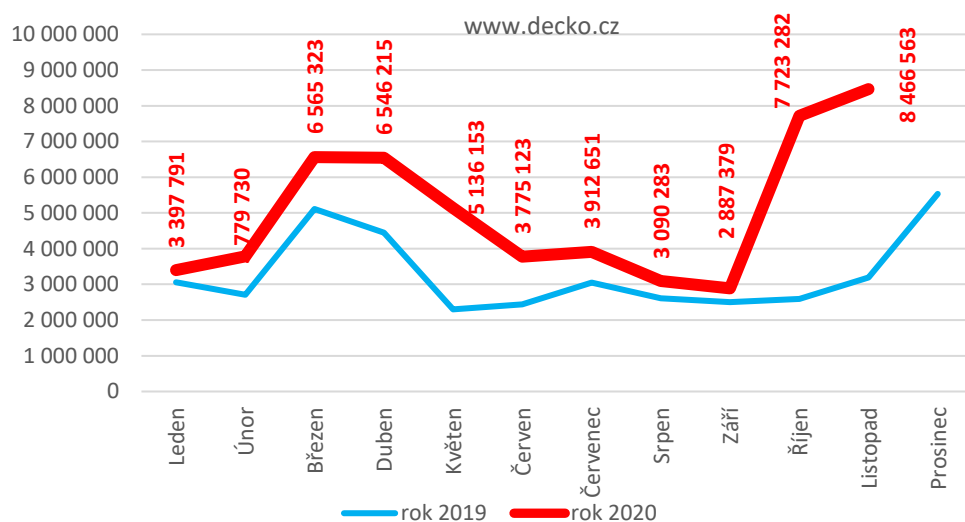
Pro web ČT24 byl březen 2020 nejúspěšnějším měsícem v historii měření (3,8 miliónu uživatelů si zobrazilo více než 32 miliónů stránek) z důvodu koronavirové krize a zvýšenou poptávkou našich uživatelů po aktuálním zpravodajství. Zájem o tento web rostl letos i v podzimních měsících. Žádný měsíc z roku 2019 nepřekonal hodnoty z roku 2020.

Graf 6: Návštěvnost webu ČT sport – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



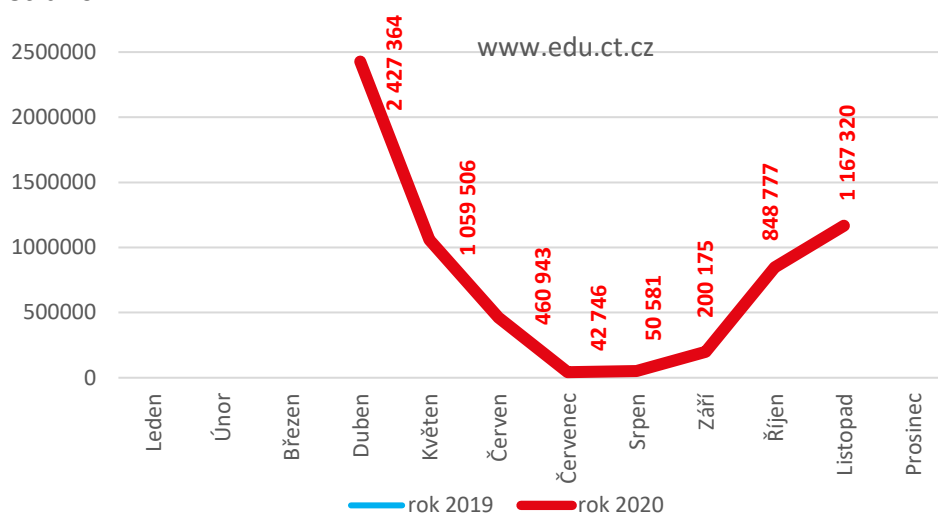
Web ČT sport zaznamenal největší pokles ze všech našich měřených webů. I přesto, že se několik měsíců nevysílal prakticky žádný aktuální sportovní přenos, ani velká sportovní událost, web ČT sport prokázal, že má své věrné návštěvníky. Například v dubnu, kdy byla nabídka nových přenosů velmi omezená, na web sportu přišlo 200 tisíc uživatelů a zobrazili si zde téměř 800 tisíc stránek (zobrazovali si zde aktuální články o dění v různých odvětvích sportu v souvislosti s koronavirovou krizí).

Graf 7: Návštěvnost webu Děčko – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



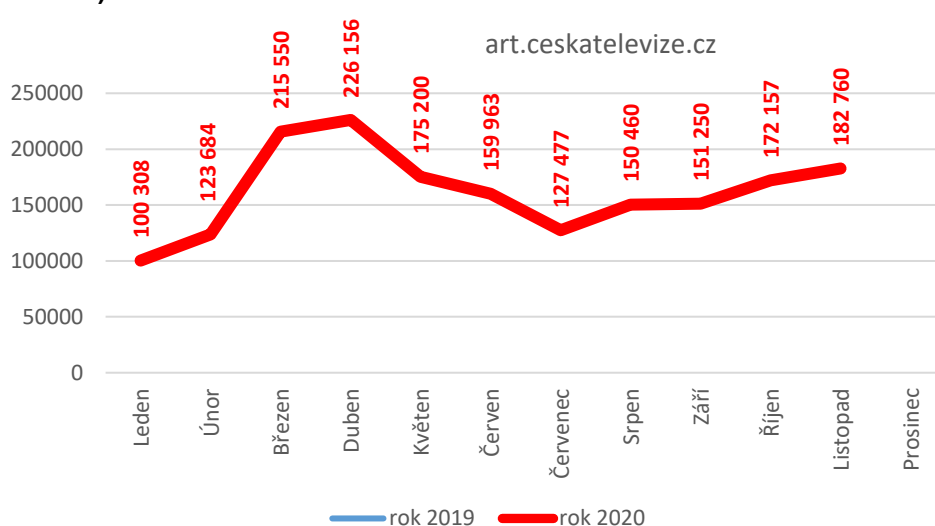
Návštěvnost dětského interaktivního webu Děčko letos vzrostla o 22 %. Co se týče počtu zobrazených stránek, je zde nárůst mnohem markantnější. Z toho lze usuzovat, že si web našel silné jádro věrných návštěvníků, kteří zde tráví velké množství času a zobrazují si velký počet stránek. Nárůst počtu zobrazených stránek v listopadu 2020 je o 165 % vyšší než v listopadu 2019.

Graf 8: Návštěvnost webu ČT edu – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



ČT edu: Tento nový edukativní web zaznamenal raketový nárůst návštěvnosti v měsíci svého vzniku (duben 2020), kdy tvůrci reagovali na aktuální situaci a připravili web k použití pro české žáky a studenty v rekordně krátkém čase. V měsíci dubnu si zde 277 tisíc uživatelů zobrazilo téměř 2,5 miliónu stránek s videi. Přes prázdninový menší zájem se na podzim začala návštěvnost opět zvedat a v listopadu na tento web přišlo opět přes 200 tisíc uživatelů (1,2 miliónu zobrazených stránek). Tvůrci tohoto portálu stále zvyšují počet umístěných videí (nyní je jich cca 5,5 tisíce). Rovněž nabízejí také aktuální nové sekce (tematická videa k adventu, svátku sv. Mikuláše a Vánocům)

Graf 9: Návštěvnost webu ČT art – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)

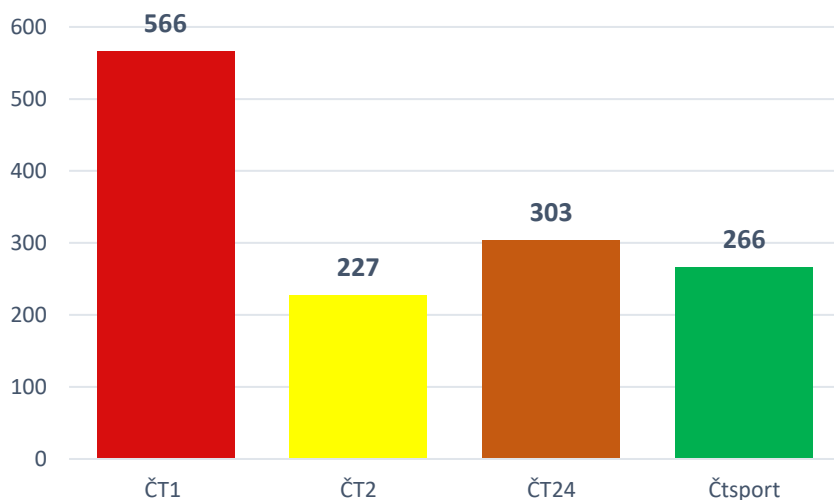


Pro české kulturní publikum je zde web ČT art, který v roce 2020 průměrně navštěvuje více než 50 tisíc uživatelů za měsíc a zobrazí si zde přes 160 tisíc stránek. Je zde dobře vidět zvýšený zájem o kulturní dění v jarních měsících, kdy se Česká televize snažila reagovat na zavřená divadla a další kulturní akce a nabídla svým divákům mimořádné přímé přenosy z divadel (např. Studio Dva, hra Hvězda s Evou Holubovou) a další kulturní pořady. Organizátorům kulturních akcí nabídla ČT pomocnou ruku svým projektem Česká tleská, který podporoval kulturní akce z celé republiky.

TELETEXT

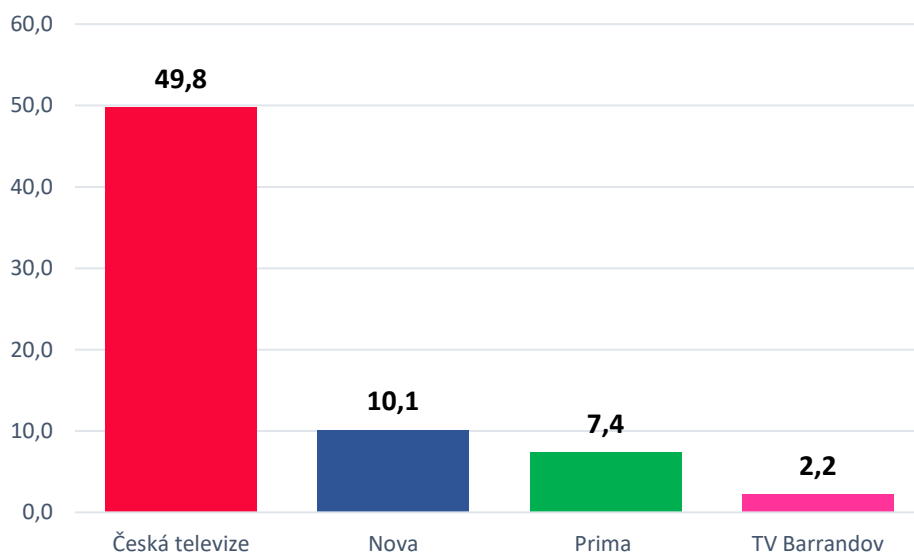
(Zdroj dat: ATO – Nielsen Admosphere; PEM D)

Graf 11: Dosah Teletextů ČT – průměr z měsíců leden až říjen 2020, v tisících, cílová skupina 4+



Teletext nově funguje i distribuci DVB-T2, dokonce lépe než v původním pozemním vysílání DVB-T. Technicky využívá větší kapacitu datového toku, takže se stránky načítají o něco rychleji. Navíc je v plném rozsahu dostupný u všech kanálů ČT.

Graf 12: Podíl vysílatelů na užití teletextů – průměr z měsíců leden až říjen 2020 (v procentech), cílová skupina 4+

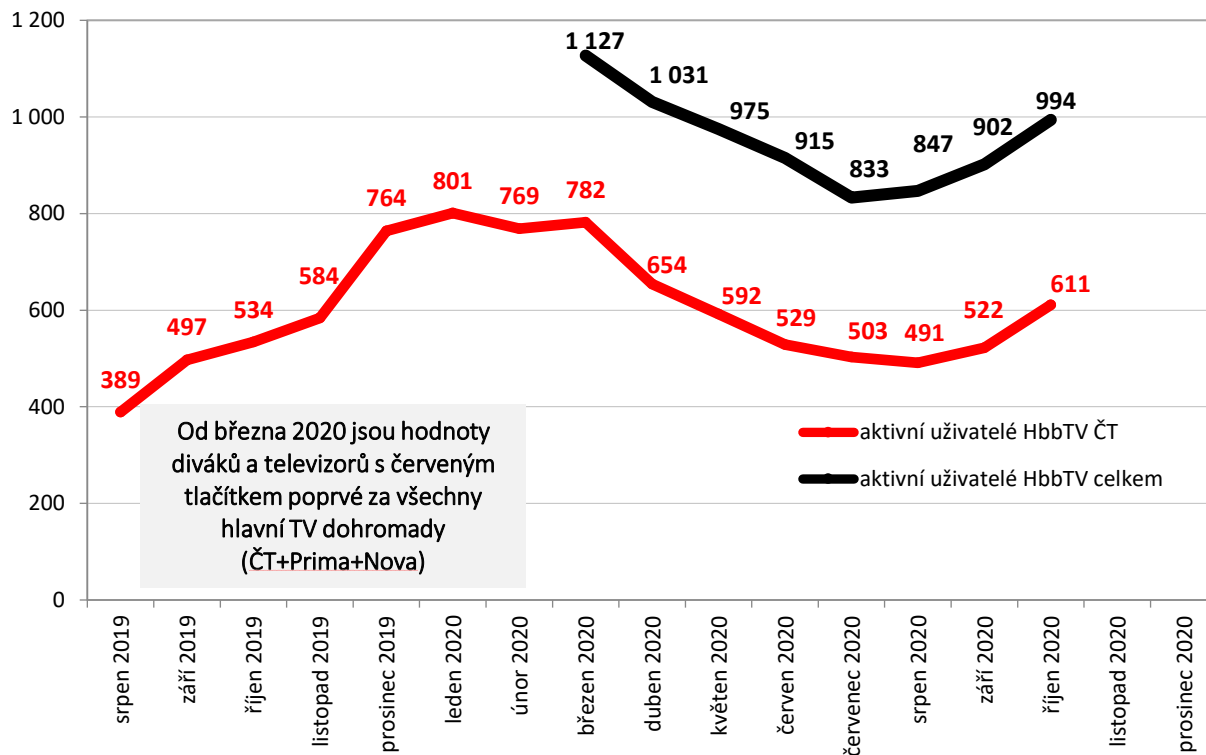


Z pohledu zásahu si Teletext ČT stále udržuje své dominantní postavení. Přestože většina uživatelů teletextu stále využívá klasický teletext, tak nelze opomenout ani jeho prezentaci prostřednictvím dalších platform. Je k dispozici v HbbTV, na webových stránkách, a také přes mobily. V prostředí HbbTV je to druhá nejužívanější aplikace (říjen 2020). Mezi ostatními provozovateli je podíl teletextu ČT 50 %.

HbbTV

(Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere; PEM D)

Graf 13: HbbTV - unikátní metriky, v tisících
8/2019 – 10/2020 (měsíční trend)



V říjnu 2020 bylo v ČR téměř milion televizorů s aktivním HbbTV (998 tisíc) a 994 tisíc aktivních uživatelů HbbTV. (Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere; PEM D) Na HbbTV ČT v říjnu 2020 bylo celkem 611 tisíc aktivních uživatelů. Počet aktivních uživatelů byl velmi vysoký v jarních měsících letošního roku, kdy byla první vlna koronavirové krize a lidé trávili více času doma a ve zvýšené míře tak konzumovali náš obsah přes tuto platformu HbbTV.

4 Produkty nových médií v ČT

4.1 Produkt „nové iVysílání“

4.1.1 Popis produktu

Úkolem běžícího projektu je vybudovat novou videoplatformu České televize. Půjde o zcela nový produkt, který v roce 2021 nahradí již více než 10 let zastaralou službu iVysílání a stránky pořadů (Pořady A-Z), a to na všech distribučních platformách. Jedná se nejen o změnu produktovou, ale v první fázi především o zásadní renovaci vnitřní architektury, technologií i designu celé platformy. Především v technologickém směru jde o nejvýraznější změnu v oblasti online aktivit ČT směrem k současným trendům.

Nové iVysílání bude kumulovat většinu dostupného videa napříč online produkty a vysílacími kanály a vyvažovat tak funkce lineárního programu a online katalogu, novinek a archivních pořadů, hlavních a doplňkových obsahů, stejně jako potřeby pasivních diváků a aktivních uživatelů nových technologií.

Pro každého uživatele bude představovat unikátní podobou ČT formovanou jak na bázi individuálních preferencí, tak cílené dramaturgie a kurace. Pro jednotlivé diváky a společnost jako celek zprostředkovává veřejnou službu, která aktivně reaguje na jejich potřeby a v dlouhodobém dialogu se proměňuje společně s nimi.

4.1.2 Vývoj produktu v roce 2020

V roce 2020 probíhal intenzivní vývoj nové videoplatformy.

Celá realizace je členěna do milníků (s délkou 2–3 měsíce), kde každý interval má definované cíle – rozsah funkcionalit a dokončených částí systému, které si tým plánuje a které jsou v závěru každého milníku vyhodnocovány a následně předkládány k akceptaci Řídícím výborem digitálních projektů. V roce 2020 byly akceptovány 4 milníky (pátý zasahuje přes přelom roku 2020/21), ve kterých byly dokončeny následující části projektu:

- **Systém pro odbavování videa** včetně jeho metadat (od zdrojů až k samotnému přehrávači), který je vyvíjen pro celý ekosystém ČT a který bude spuštěn dříve než samotná prezentační vrstva nového iVysílání. Ač jde z pohledu uživatele o téměř nepostřehnutelnou změnu, jedná se o nejtěžší technický úkol a naprostý základ nového řešení.
- **Produkční prostředí** – kompletní serverová infrastruktura pro budoucí stabilní běh produktu v datacentru ČT s dostatečně dimenzovaným výkonem a přivedenou konektivitou.
- **Napojení na data o pořadech** – živé provázání s interním systémem Provys s komplexní informací o pořadech. Jedná se o stovky tisíc záznamů a desítky číselníků. Data jsou automaticky kontrolována a v rámci jednotek sekund distribuována při jakékoliv změně na novou videoplatformu.
- **Nový videopřehrávač**, který nahradí současné řešení od externího dodavatele. Klíčový bod interakce s uživatelem máme nově ve vlastních rukou. Nová verze řeší velmi dobře např. přístupnost pro handicapované uživatele a umožňuje flexibilní rozvoj.
- **Vyhledávání** je nově postaveno na systému Elasticsearch, který na rozdíl od původního řešení umožní kvalitnější řazení výsledků, řeší překlepy nebo skloňování češtiny ve vyhledávaných výrazech a staví tento nejčastější uživatelský scénář na zcela novou úroveň.
- **Uživatelské rozhraní pro web, mobilní aplikace i HbbTV** – vznikl návrh uživatelského rozhraní nového produktu na několika platformách. Návrh je výsledkem mnoha postupných iterací, kde jsme díky testování s reálnými uživateli odhalili řadu

chyb v použitelnosti a díky tomu víme, že výsledný produkt je nyní navržen kvalitně a uživatelé jej budou schopni hladce používat. Grafičtí designéři navrhli novou vizuální podobu produktu.

- **Nová jednotná hlavička a patička webu** – byl vytvořen a otestován její nový návrh, který nahradí problematickou a často nekonzistentní podobu hlavní navigace webu. Nové řešení aplikujeme najednou na všechny produkty v 2021 a je krokem ke vzájemné produktové standardizaci a jednotnosti.
- **Moje ČT** je systém jednotných uživatelských účtů, který byl od základu přepracován a bude postupně přijat všemi produkty. Umožní tak divákům jednotné přihlášení, personalizaci obsahu nebo využití notifikací, např. upozornění na nové díly oblíbeného pořadu.
- **Nové řešení analytiky** umožní měřit a vyhodnocovat události v produktech na mnohem pokročilejší bázi, než jsme toho schopni v současnosti a být tak skvělým zdrojem poznatků nejen pro další inovaci.

4.2 Zpravodajské produkty a produkt Zlatá Praha

4.2.1 Popis produktů

Tým zpravodajských produktů se ve své činnosti věnuje technologickému vývoji webových služeb ČT, jejich dostupnosti a správné funkci směrem k jejím uživatelům. Spravuje webové portály **ČT24** a **ČT sport**. Spravuje a provozuje mimo jiné i web Mezinárodního televizního festivalu **Zlatá Praha**. Po technické stránce také zajišťuje údržbu stávajících webových stránek ČT. V roce 2020 jsme zavedli agilní metodiku řízení projektů. Aktivně pracujeme s metodou SCRUM.

4.2.2 Zpravodajský web ct24.cz

Rok 2020 byl naprosto výjimečným rokem nejen ve zpravodajství. Pro web ČT24 byl zároveň naprosto rekordní. Stále aktuální pandemická situace měla a má za následek zvýšený zájem o informace a v této části jsme si vedli díky redakci velice dobře. Byli jsme našim novým i vracejícím se uživatelům oporou a místem, kde dostávají přesně ty informace, které hledají.

Zároveň náš **speciál „Koronavirus“**, kde je veškerý přehled o dění souvisejícím s pandemií covid 19, je stále nejsilnějším tahounem webu.

Speciál Koronavirus včetně online přenosu aktualit.

The screenshot shows the CT24 website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like DOMÁCÍ, SVĚT, REGIONY, EKONOMIKA, KULTURA, MÉDIA, VĚDA, POČASÍ, PODCASTY, ARCHIV 24, VIDEO, and SPORT. Below this is a statistics section for COVID-19 with the following data:

Statistika	Číslo
Počet testů	3 437 505
Potvrzené případy	602 404
Hospitalizovaných	4 609
Uzdravených	522 649
Zemřelých	10 036

Below the statistics, there's a section titled "Nový koronavirus" with video thumbnails. One video shows a government press conference with the headline "Vláda vyhradila miliardu na kulturu, poslance požádá o prodloužení nouzového stavu". Another video shows a man speaking with the headline "Vláda oznámila návrat do 4. stupně".

On the left side, there's a vertical list of news articles with small images and headlines:

- Covid v Česku sílí, ve Zlínském kraji ruší plánované operace a obrací se o pomoc
- Očkování v Evropské unii začne od 27. prosince, slibuje von der Leyenová
- Slováky čekají Vánoce v bublině, v sobotu se zavřou obchody i služby
- „Jste jako kulomet.“ Okamura, Pekarová Adamová a Pílný se přeli o rozpočtu
- Věřím, že Dufek najde schopnost omluvit se za slova o restauracích, uvedl Štefulea
- Na Slovensku bude od soboty platit zákaz vycházení, v Německu se uzavřela většina obchodů
- I nákup zvyšuje riziko přenosu, varuje Blatný a vyzývá k omezení pohybu

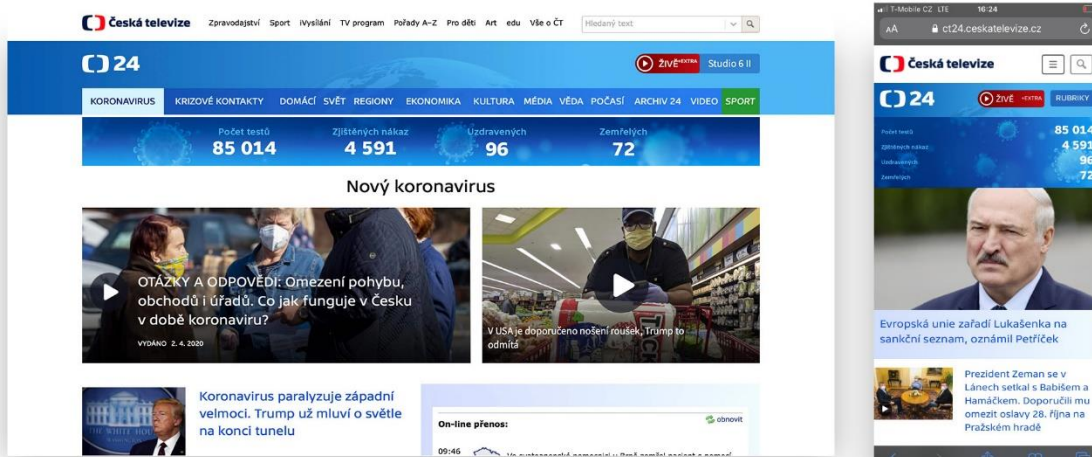
On the right side, there's a section titled "On-line přenos" with a timeline of updates:

- 15:45: V Karlovarském kraji přibýlo ve středu 203 případů nákazy koronavirem, což je nejvíce za poslední dva týdny. Rizikové skóre PES je druhým dnem na 68.
- 15:39: Zatímco vakcíny proti koronaviru vyvíjené na Západě přivítalo vzrušení a nadšení, ruský preparát se dočkal smíšené reakce, napsala dnes agentura AP. Kreml a státem kontrolovaná média vakcínu Sputnik V po jejím schválení 11. srpna vyzdvihli coby zásadní úspěch. Mezi Fádovými Rusy se však naděje, že očkování zvrátí průběh koronavirové krize, mísí s ostrážitostí a skepsí odrážejícími obavy z toho, jak je vše urychleno.

Below the timeline, there's a section titled "Epidemiologickou situaci bude nově znázorňovat index rizika PES." with a link to "Darování své krevní plazmy můžete zachránit životy".

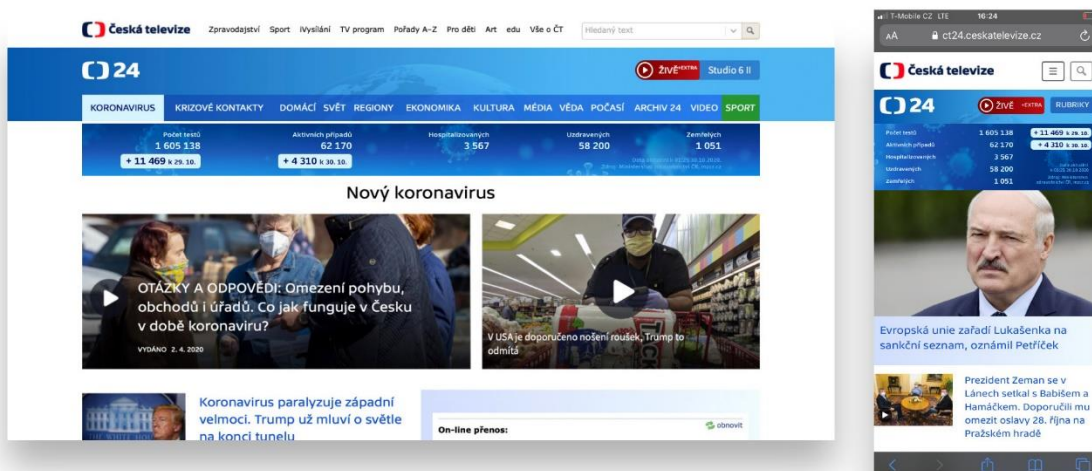
Ve spolupráci s redakcí jsme vytvořili jednoduché korona počítadlo, abychom hlavní informace o číslech s nálezou dokázali předkládat viditelněji.

První verze korona počítadla na desktopu a mobilních zařízeních



Druhá verze, lepší a propracovanější byla spuštěna při druhé vlně na podzim. Zobrazujeme pouze ověřené a garantované počty, které získáváme od MZČR

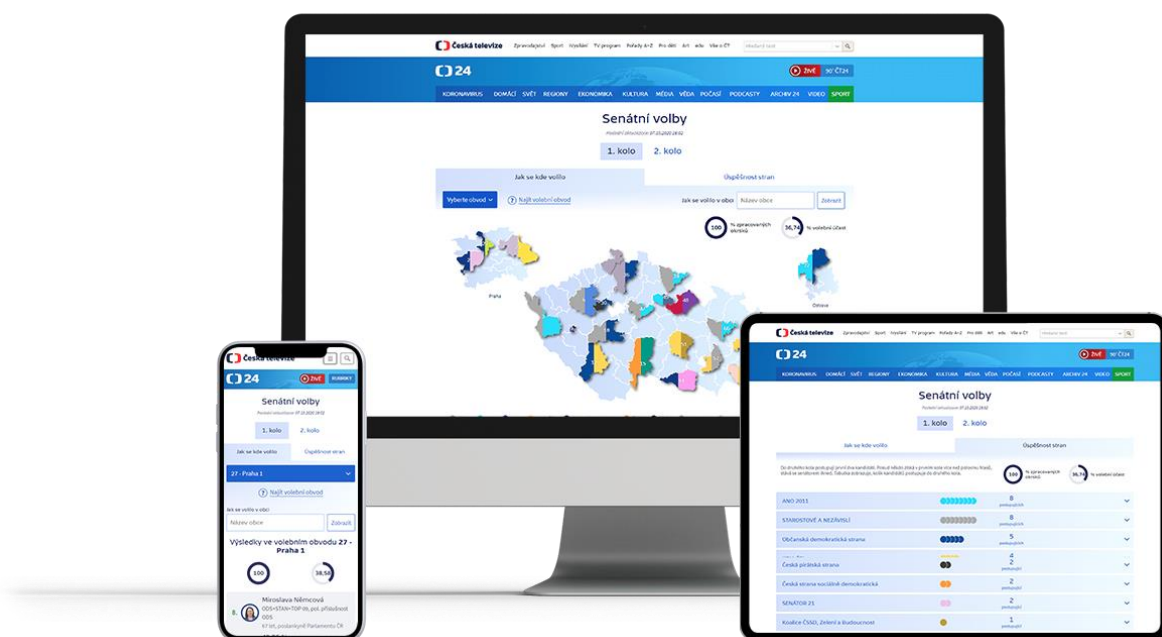
Aktuální druhá verze koronapočítadla, která viditelněji informuje o klíčových číslech včetně zdroje a data aktualizace



V tuto chvíli jdeme dále do hloubky a připravujeme další verzi, interaktivnější, propracovanější a více modulární dle potřeb a informací, které jsme schopni dostat a zpracovat od MZČR. Úprava bude k dispozici v Q1 2021.

Abychom nezůstali jen u pandemické situace, rok 2020 nám přinesl i jiné významné události, které nesmí na našem webu chybět. Jde tak především o Senátní volby a volby amerického prezidenta.

Senátní volby na ČT24.cz



4.2.3 Sportovní web ct sport.cz

Jak byl tento rok přívětivý a výjimečný ve zpravodajství, byl naprosto výjimečným i pro sport, ale v přesném opaku. Veškeré velké sportovní akce a události, které se těší velkému zájmu uživatelů, byly odloženy nebo úplně zrušeny. Konkrétně z těch největších jsme přišli o olympiádu v Tokiu, která byla odložena na rok 2021. V létě neproběhl fotbalový svátek v podobě Eura 2020. I fanoušci hokeje přišli o Mistrovství světa v ledním hokeji. To má za následek výrazný úbytek návštěvnosti našeho sportovního webu.

Všechny tyto velké akce nám přináší i více než trojnásobek průměrného počtu uživatelů za měsíc. To vše navíc ve stínu rozšířené DRM ochrany, která byla připravena právě pro tyto velké sportovní akce a měla zajistit větší objem video-přenosů.

Jediný počin, který sportovní web v tomto roce dokázal povznést a zachránit tak temnější období, bylo **Tour de France**. Krom připraveného průvodce na webu ČT sport nám tato sportovní akce **od 29. 8. do 20. 9. přinesla téměř 650 000 reálných uživatelů**.

Celá situace ukázala další možnosti, jak správně a efektivně fungovat i mimo velké plánované akce. Především se nám otevírá potenciál doplnit obsahově sporty, které obdobná situace ovlivňuje méně, či dokonce vůbec. Mezi taková témata patří například e-Sport, který velmi progresivně roste. Dále připravujeme lepší práci s kontextovým doporučením podobného obsahu, lepší distribuci uživatelů napříč webem a jednodušším, přehlednějším prezentováním zajímavých témat. Zaměřujeme se na poutání extra přenosů, které chceme více zviditelnit. Cílem je udržet pozornost a zvednout návštěvnost našeho sportovního zpravodajství nezávisle na velkých událostech konzistentně po celý rok.



4.2.4 Nové CMS pro zpravodajství

Naše nynější velmi časově náročné poslání je nová administrace pro zpravodajské weby, která si zaslouží své samostatné místo v této zprávě. Potřeba mít k ruce nástroj, který bude funkční na široké škále zařízení bez jakýchkoli limitů a zefektivní práci redaktorům, je pro nás prioritou. Stávající stav několika rozhraní a různé kombinace distribuce obsahu směrem k uživatelům je dlouhodobě neudržitelný, neefektivní a skýtá nulovou možnost dalšího rozvoje. Častější výpadky menšího i většího rázu jsou dány zastaralými technologiemi a zvyšujícími se nároky na taková prostředí. Pokud chceme dál držet krok, ba chceme i nadále růst, plnit naše poslání a držet naše zpravodajství v popředí, není zde jiná cesta.

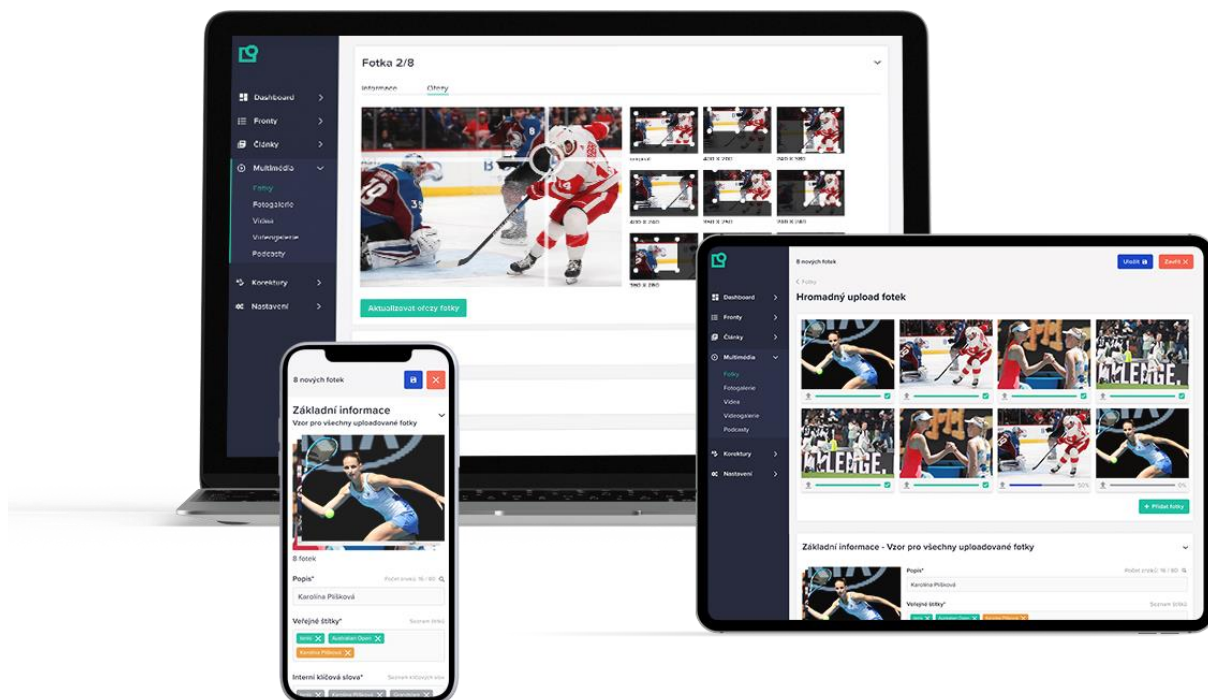
V březnu 2020 došlo k iniciaci projektu, jehož úkolem je tento stav narovnat. Ulehčí a zefektivní vkládání a správu našeho obsahu, zjednoduší a zrychlí práci redaktorů a v neposlední řadě také technologicky naplní náročná kritéria vyhodnocování zobrazení našich webů v internetových vyhledávačích. Zároveň nám otevře cestu k dalšímu rozvoji. Poskytne technické zázemí, které je nutné pro další, již viditelnou část distribuce obsahu směrem k uživatelům.

Postupovali jsme dle metodologie IREB, která přesně popisuje sběr a správu požadavků na vývoj SW. Vytvořili jsme společně s redakcí 471 akceptačních kritérií, která definují širokou škálu potřeb a požadavků, které redakce potřebuje ke své práci.

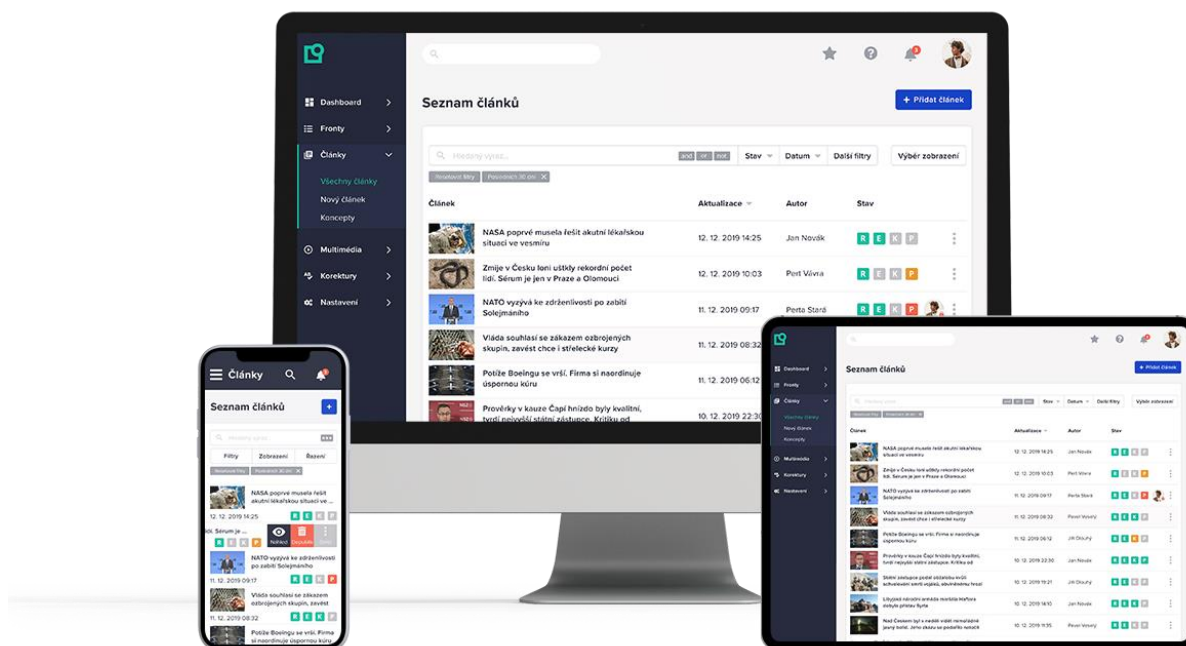
Ke zvážení byl i nákup již hotového řešení, ale vždy jsme se dostávali do situací, kde chyběly klíčové funkce či bylo velmi nákladné splnit naše očekávání. Při tomto pohledu bylo levnější a efektivnější variantou vymyslet řešení vlastní přesně dle našich potřeb.

V tomto roce proběhly 2 klíčové milníky projektu, kde při druhém následovala již i ukázka funkcionalit přímo z „živé“, nově vznikající administrace. Kromě potvrzení pokroku a žádaných funkcí vzniká i přidaná hodnota systému vyvíjeného v ČT, kde námi vyvinuté části použijeme i jako dílčí díly k systémům např. nové videoplatformy a dalších produktů.

Ukázka práce s těžištěm obrázků, jejich ořezem do požadovaných formátů s možností zvolit těžiště obrázku u každého rozměru zvlášť. Multiupload neboli hromadné nahrání fotografií a doplnění metadat jak k celé skupině, tak přetížení konkrétních vybraných.



CMS – výpisy článků

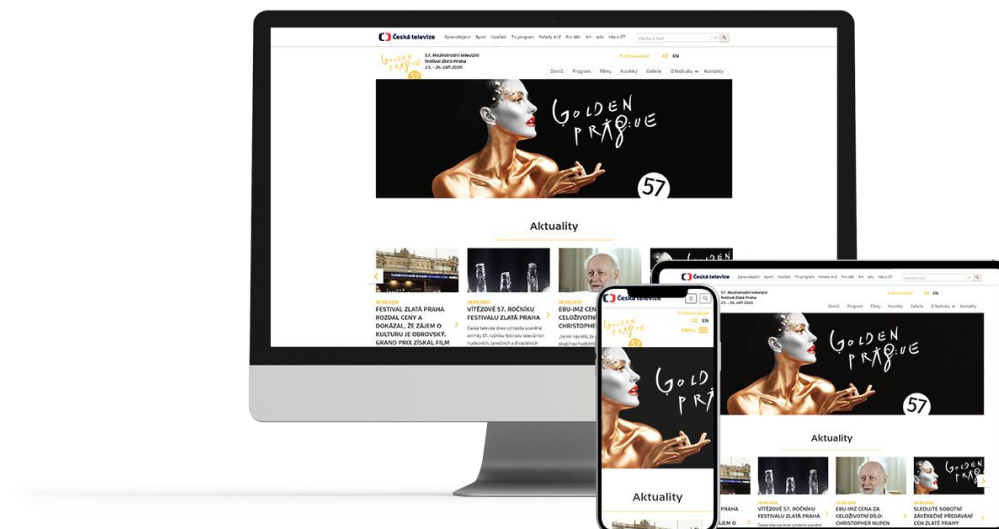


4.2.5 Zlatá Praha

Mezinárodní televizní festival Zlatá Praha, kterému poskytuje technické zázemí a servis tým zpravodajských produktů, letos také zažil velkou změnu – přechod na online režim kvůli koronakrizi. Každoročně dle požadavků měníme grafický design a přidáváme nové funkcionality dle požadavků garantů obsahu. Tento ročník přinesl obdobný počet vložených filmů jako v tom předešlém – **přesněji 100 soutěžních a 3 nesoutěžní**.

V tomto roce jsme produkt výrazně rozvinuli hlavně funkcí automatické kontroly vložených soutěžních videí. Tyto se již nemusí ručně spouštět a detailně kontrolovat. Algoritmus zkontroluje kvalitu, rozlišení, požadovaný formát a v případě nesrovnalostí zašle redaktorům informaci o chybě e-mailem. Směrem k uživatelům je tato změna nepostřehnutelná a nijak je neomezuje.

Náhled letošního 57. ročníku MTF Zlatá Praha



4.3 Produkty Děčko a ČTart

4.3.1 Děčko – dětský web České televize (decko.cz)



Webový portál, který svým **interaktivním obsahem, hrami, aplikacemi a videi** doplňuje a rozšiřuje působnost jednotlivých pořadů, stal se nedílnou a vyhledávanou extenzí kanálu Děčko. Samostatnými projekty konzistentně buduje platformu,

kteřá v součinnosti s kanálem nabízí dětem nejen zábavu, ale zároveň i neformální vzdělávání v podobě, která je pro ně přitažlivá a samozřejmá.

Tradiční součástí webu je virtuální **Adventní kalendář**, který návštěvníky každoročně provází od 1. prosince den po dni předvánoční dobou, vánočními tradicemi a poeticky ladí malé i velké návštěvníky na neočekávanější svátky roku.

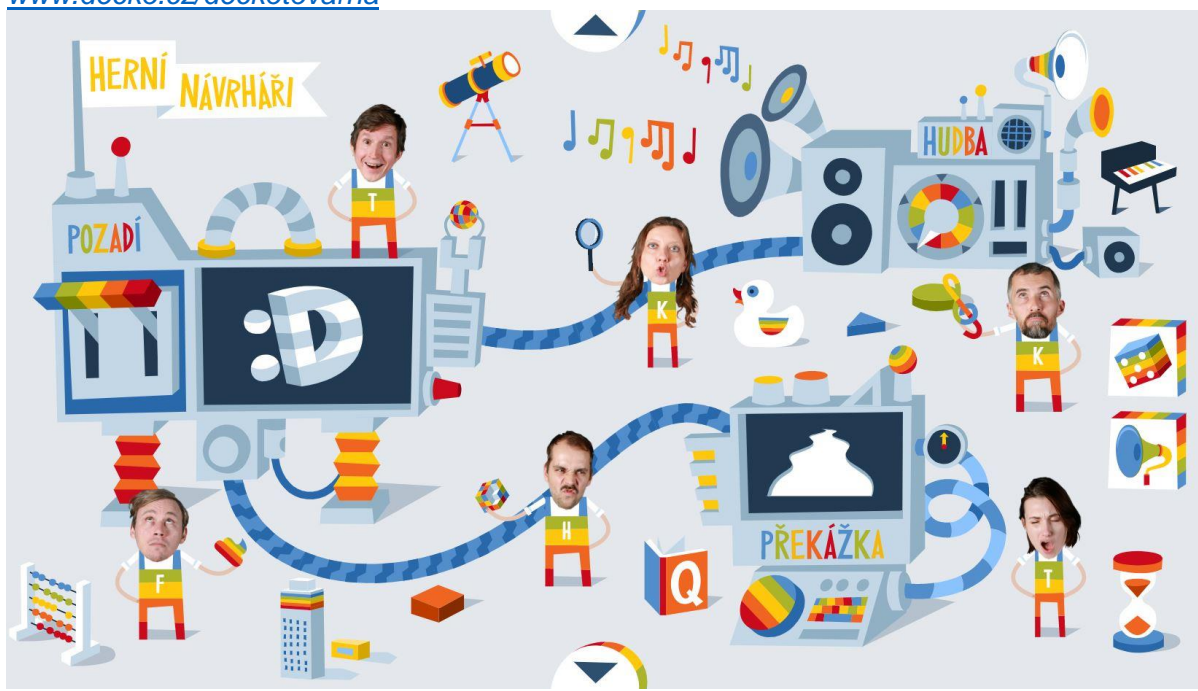
Dalším projektem je **Prázdninová rodinná hra**, což je každoroční multiplatformní letní aktivita pro rodiny s dětmi. Projekt propojuje webovou hru, výlety do přírody, návštěvy památek a měst i televizní vysílání. Na pozadí příběhu záchrany oblíbeného Děčkového světa se děti naučí mnoho o tématu daného roku a zároveň dostávají impuls se svými rodiči nebo prarodiči uskutečnit výlety do přírody či na zajímavá místa po celé ČR.

Na projektech spolupracuje tvůrčí tým pravidelně s akademickou sférou (např. FF UK – jazykové projekty, MFF UK – výzkumný projekt zkoumající efektivitu interaktivity ve vzdělávání) a s neziskovými organizacemi (např. TEREZA, vzdělávací centrum, Junák – český skaut, A. T. I. C. – Asociace turistických informačních center apod.).

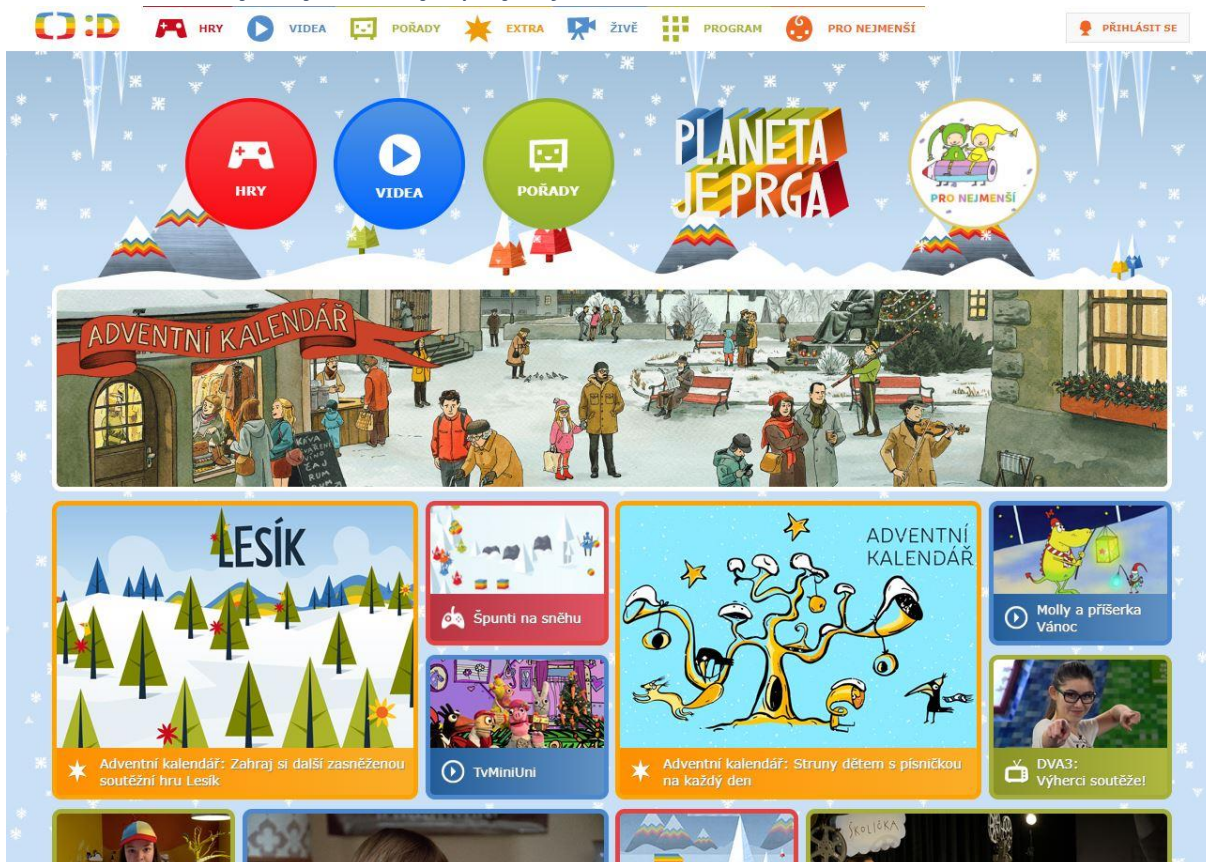
V roce 2020 zaznamenal **web Děčka** meziroční nárůst návštěvnosti uživatelů o více než 40%. Zvýšila se také kvalita návštěv – doba strávená průměrně na webu Děčka činí 20 minut (o téměř 25% více než minulý rok). Míra loajality návštěvníků je přes 32 % a na web se podařilo přivést 68 % nových návštěvníků. Do jisté míry lze tento nárůst přičíst okamžité aktivní reakci centra na první vlnu karantény, kdy vznikla velmi atraktivní nabídka speciálního obsahu sdruženého do projektu Nenuďm se doma, ve druhé vlně také web Děčko vzdělává (decko.cz/decko-vzdelava).

- Nejnavštěvovanější stránkou webu zůstává rozcestník **Hry**: www.decko.cz/hry (12,2 mil. zobrazených stránek), na druhém místě je stránka rozcestníku **videí** www.decko.cz/video (8,6 mil.) a na třetím sama **Homepage**: www.decko.cz (7,2 mil.).
- Nejfrekventovanější hrou roku 2020 byl oblíbený multiplayer **AZ kvíz junior** (www.decko.cz/az-kviz-junior/az-kviz-junior, 760 tisíc spuštění), dále hra **Kutej špunte** (www.decko.cz/hry/kutej-spunte, 640 tisíc spuštění) a hra **Zvěřinec** k pořadu **Terčín zvířecí svět** (<https://decko.cz/tercin-zvireci-svet/zverinec>, 620 tisíc spuštění).

Děčkotvárna – nová hra vysvětlující zábavným způsobem, jak vznikají hry:
www.decko.cz/deckotovarna



HP Děčka reflektuje nejen stěžejní projekty, ale také roční období:



4.3.2 Speciální projekty

- **Nenudím se doma**

V prvním pololetí roku 2020 byla spuštěná 12. 3. 2020 v reakci na zavření škol kvůli krizi covid-19 speciální stránka **Nenudím se doma** (<https://decko.ceskatelevize.cz/nenudim-se-doma>), Stránka pro dobu své aktivní existence generovala přes 500 tisíc návštěv. Na stránce našly děti strukturovaný přehled různorodého obsahu a také srozumitelné vysvětlení faktů pomocí obrázků a videí (<https://decko.ceskatelevize.cz/koronavirus>) – stránku doporučilo jako oficiální zdroj pro učitele MŠMT, dále pak širokou nabídku edukativních zábavných her, kvízů, návodů, šifer, videí, výzev známých osobností **Hackni nudu** (<https://decko.cz/nenudim-se-doma/hackni-nudu>) a denně aktualizovanou sekci novinek. Jako součást projektu vznikla také aktivizační píseň a **videoklip Nakažení smíchem** (<https://decko.cz/nenudim-se-doma/nakazeni-smichem>).

Projekt Nenudím se doma se stal nečekanou vlajkovou lodí prvního karanténního období.



- **Zachraň trosečníky – letní multiplatformní rodinná hra**

Do prázdninové hry se letos zapojilo téměř **35 tisíc rodin**, během léta zadaly na web a do aplikace přes **130 tisíc hesel**, což je také **počet výletů**, které přes léto podnikly, z toho téměř **60 tisíc** výletů mířilo ke keškám v přírodě. Rodiny vybíraly z více než 300 destinací po celé ČR, navštívit mohly historické a přírodní památky, turistická centra a téměř sto míst v přírodě, kde se o herní kešky staraly skautské oddíly.

Web soutěže zaznamenal přes **1, 8 milionu zobrazených stránek** od více než **300 tisíc uživatelů**. **Mobilní aplikaci Léto s Děčkem** použilo přes **60 tis uživatelů**.

Web soutěže nabízel **rodinám pět typů pracovních listů** a více než **100 výzev a tipů na aktivity související s tématem ochrany přírody a života v ní**.

V rámci rodičovské soutěže vložili účastníci na sociální sítě stovky fotografií z výletů.



- **Adventní kalendář**

Divácky oblíbený virtuální adventní kalendář, který již po desáté poeticky provedl malé i velké návštěvníky adventním obdobím. Čtyřicet aktivit: her, kvízů, pohádek dětem nejen pomáhá den po dni zkrátit čekání na Ježíška, ale také vysvětluje vánoční tradice, seznamuje návštěvníky s výtvarnými a hudebními díly navázanými na nejočekávanější svátky roku.

Kalendář navštěvují nejen děti, ale ve výuce využívají učitelé z nižších ročníků ZŠ a některé MŠ. V některých rodinách je každodenní navštívení kalendáře společnou aktivitou prarodičů s dětmi (25 % návštěvníků kalendáře je 65+).

Číslo za devět ročníků:

- cca **30 milionů zhlédnutých stránek**
- cca **9 milionů návštěv**
- cca **5 milionů uživatelů**
- téměř **200.000 virtuálních pohlednic** návštěvníci odeslali
- Celkem byl kalendář navštíven ze **130 zemí**
- **Země, ze kterých nás lidé (zejména krajani) navštěvují:** ČR, Slovensko, Německo, USA, UK, Kanada, Rakousko, Polsko, Švýcarsko, Francie, Japonsko



V roce 2020 získaly projekty Děčka hned tři nominace na prestižních světových festivalech:

- **Prix Japan** – do special selection (TOP 7) v on-line kategorii byl vybrán projekt Duch minulosti, interaktivní komiks přibližující dětem na poutavém příběhu komunistickou minulost naší země a Sametovou revoluci. decko.cz/duch-minulosti
- **Prix Europa** – do užší nominace v on-line kategorii byl vybrán projekt edukativně rozšiřující seriál Datová Lhota, který obsahuje interaktivní hru Linda mezi soubory a web-only formát Kubova talkshow, které děti seznamují se základy počítačové gramotnosti.

4.3.3 Webový portál (ctart.cz)

CT art

Web ČT art nabízí každodenní široký kulturní servis, nabízí kvalitní texty a video obsah zejména cílové skupině, která je zvyklá sledovat program ČT na webu a preferuje nelineární konzumování jejího obsahu.

Výrazně se portál profiluje také na sociálních sítích, kde upozorňuje nejen na svůj obsah, ale také na výrazné kulturní pořady a počiny ČT. Web přirozeně reflektuje nabídku kanálu Art a zprostředkovává ji formou, na kterou jsou aktivní zájemci o umění, případně umělců insiderů zvyklí.

V lednu 2020 se web **ArtZóna** přerodil v nový produktový web **ČTart**. Se změnou souvisela také změna designu stránek, zavedení nových funkcionalit a rubrik a napojení na programový okruh ČT art. Web **ČTart** je nejspíš jediným takto kulturně široce rozkročeným webem v současné tuzemské internetové nabídce, který o dané tematice nejen referuje, nýbrž ji také názorově reflektuje. Na webu jsou zpravidla 2× denně publikovány recenze, aktuality, anotace, rozhovory a eseje o umění a kultuře.

Nedílnou součástí nabídky jsou anotace programů na kanále ČT art. Stále častěji se na webu objevují **streamy kulturních akcí** nebo jejich záznamy, které přitom nejsou v programové nabídce programu ČT art, tedy je lze chápat jako bonus. S obdobím karantény se nabídka streamovaných kulturních či kulturně-vzdělávacích akcí ještě zvýšila.

Od června do konce srpna 2020 byla na webu také spuštěna úspěšná kampaň ČT na podporu živé kultury – **Česká tleská**, vznikl speciál **Kultura v karanténě** (ctart.cz/tema/kultura-v-karantene), který nabídl řadu alternativních možností, jak konzumovat kulturní počiny on-line.

V roce 2020 měl web ctart.cz návštěvnost **přes 1,8 milionu zobrazených stránek**, přes **850 tisíc návštěv** a téměř **půl milionu uživatelů**. Meziročně vzrostla návštěvnost o 230 % návštěv (850 tisíc vs. 257 tisíc). Vysoký nárůst je daný zčásti rostoucím povědomím o webu v cílové skupině, užším propojením s programovým okruhem ČT art a samozřejmě také rychlou reakcí redakce na uzavření kulturních institucí v době karantény – lidé mají potřebu hledat jiné cesty, jak se ke kulturnímu obsahu dostat.

Kromě denních autorských textových příspěvků byly pravidelně publikovány i web-only formáty:

Galerie bez diváků
ctart.cz/tema/galerie-bez-divaku

Profil ctart.cz/tema/profil

AZ-News ctart.cz/tema/a-z-news

Jedna báseň z bytu do bytu
art.ceskatelevize.cz/tema/jedna-basen

Artchiv ctart.cz/tema/artchiv

Současní sběratelé umění
ctart.cz/tema/sberatele-umeni

Slabikář vizuální kultury
art.ceskatelevize.cz/tema/slabikar-vizualni-kultury

Můj den v izolaci
art.ceskatelevize.cz/tema/muj-den-v-izolaci

Bez publika
art.ceskatelevize.cz/tema/bez-publika

The screenshot displays the ctart.cz website interface. At the top, there's a navigation bar with 'art' logo and 'PROGRAM CT ART'. The main content area is titled 'ČESKÁ TLESKÁ' and features two video thumbnails. Below them are sections for 'VOJTECH VANĚK' and 'JAK JE MI BEZ PUBLIKA: HUDEBNÍK ONDŘEJ RUML'. Further down, there are social media links for 'FACEBOOK' and 'INSTAGRAM'. A 'TV TIP' section highlights 'NAVNÍ DIVADLO'. The 'GALERIE BEZ DIVÁKŮ' section includes 'GLOSÁ: PREZIDENT REPUBLIKY BY BYL S TAKOVOUHLE SATIROU SPOKOJEN' and 'SLABIKÁŘ VIZUÁLNÍ KULTURY: J JAKO JESKYNĚ'. The 'NEJCTENEJŠÍ' section features several small video thumbnails. Below that, there are sections for 'OHLEDNUTÍ: ALTERNATIVNÍ PRAŽSKÉ JARO' and 'DIKY ČEMU JSOU K HRAM ŽANRU BATTLE ROYALE PRITAHOVÁNY STAMILIONY LIDI'. At the bottom, there are three featured articles: 'PROFIL', 'A/Z NEWS', and 'JEDNA BÁSEŇ AUTORKY ČTŮU'.

Originální webový formát **Jedna báseň** byl nominován do užšího výběru v on-line kategorii na festivalu Prix Europa v Berlíně.

JEDNA BÁSEŇ. AUTOŘI ČTOU: RADEK ŠTĚPÁNEK

Kdo přijde po nás
bude muset kopat hluboko se sebou,
proniknout slepou sférou,
nánosy plastových usazenin



4.4 Produkt ČT edu a korporátní produkty

4.4.1 ČT edu



ČT edu je výukový videoportál, který nabízí vytipované části pořadů ČT a kategorizuje je dle témat a stupňů vzdělání. Učitelé a ostatní průvodci vzděláváním mají k dispozici videa a pracovní listy, které mohou okamžitě začlenit do prezenční, případně distanční formy výuky.

ČT edu přináší ve speciálních kolekcích materiál pro výuku aktuálních společenských i historických témat.

Získaná ocenění pro ČT edu v roce 2020

- Film Festival Zlín – mimořádný počín, který přispěl ke zmírnění dopadů krize na vzdělání dětí, včetně popularizace vědy
- Technologická agentura ČR – za popularizaci vědy mezi mládeží
- TOP odpovědná firma roku – za vzdělávací programy ČT
- Křišťálová lupa – 2. místo v kategorii Obsahová inspirace a 5. místo v kategorii Projekt roku

Aktuální stav produktu

Primární cílovou skupinou jsou učitelé, v současné době distanční výuky cílíme zároveň i na rodiče, kteří často plní roli průvodců vzděláním. Za první polovinu roku provozu jsme na stránky přivedli necelý milion uživatelů. Nejčastěji k nám uživatelé chodí přes přímý odkaz či ze sociálních sítí. V případě studentů nás navštíví nejčastěji z odkazu zasláného učitelem. 50 % uživatelů se k nám vrací opakovaně. Více než 50 % uživatelů si pustí alespoň jedno video.

V současné době je online cca 6 000 videí, přičemž projekt jsme odstartovali s polovičním množstvím videí. Nejvíce navštěvovaným stupněm je I. stupeň základní školy, následuje II. stupeň, předškolní vzdělávání a poslední je střední škola. Nejnavštěvovanějšími předměty jsou ČJ a literatura pro I. stupeň (80 263 zobrazení), přírodověda a vlastivěda pro I. stupeň (70 533 zobrazení), prvouka pro I. stupeň (69 796 zobrazení), dějepis pro II. stupeň (50 417 zobrazení) cizí jazyk pro I. stupeň (45 209 zobrazení).

Co se týká vývojových aktivit, rok 2020 byl rokem celkového rozvoje produktu a většina prostředků plynula na jeho naprogramování a tvorbu nového obsahu. Web disponuje rozsáhlým samostatným administrativním prostředím, kde řešeristé a didaktici vybírají videa, přidávají metadata, vznikají zde anotace, klíčová slova atd. Zde vlastně vzniká obsah webu tak, aby jej učitelé našli ve správných kategoriích, se stopážemi a dalšími informacemi, které jim pomohou se zorientovat.

V současné době jsme ukončili rozvojovou fázi produktu a v dalším roce se budeme soustředit na nové funkcionality, které by usnadnily cílové skupině učitelů pracovat s ČT edu efektivněji.

4.4.2 Vše o ČT

Současná podoba stránek prezentujících Českou televizi je uživatelsky zastaralá a poskytnuté informace nejsou vždy zcela aktuální a je třeba je přepracovat. Pomocí obsahových garantů jednotlivých částí webu budeme v příštím roce provádět celkovou revizi informací a obsahu, který se v této části komplexního systému webu nachází. Cílem je všem uživatelům dodat relevantní informace, naplnit jejich uživatelské potřeby a zmodernizovat online prostor, ve kterém může Česká televize komunikovat zásadní, ale i obecná sdělení.

4.4.3 Web Televizních poplatků

Současný web Televizních poplatků bohužel nespĺňuje soudobé vizuální ani technologické standardy. Většina poplatníků platí přes SIPO platby nebo trvalé příkazy, pouze 40 000 poplatníků využívá placení platební kartou. Zároveň byla identifikována příležitost zvýšit počet platících v cílové skupině lidí ve věku 25-40.

V prosinci 2020 dokončujeme uživatelské testování a design uživatelského rozhraní. Pracujeme na grafickém návrhu, který by měl přispět k uživatelsky komfortnějšímu a efektivnějšímu výběru koncesionářského poplatku.

4.4.4 E-shop České televize

Současné e-shopové řešení nahrazujeme standardním řešením externího dodavatele, který nám ho poskytne po dobu 3 let zdarma. Jde o osvědčené a vyzkoušené řešení. V prosinci 2020 probíhá migrace dat z původního e-shopu do nového. Připravuje se grafická úprava podle standardů České televize.

4.5 Mobilní a televizní platformy

4.5.1 Popis produktu

Jde o implementace produktů ČT na třech technologických platformách:

HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) je doplňková služba televizního vysílání, dostupná na všech kanálech ČT s využitím internetového připojení do televizorů s podporou technologie HbbTV. Nabízí celou řadu aplikací, včetně stěžejního internetového video obsahu ČT, tj. obsah archivních pořadů iVysílání, včetně živých extra streamů. Nabízí i doplňkové aplikace k vysílání ČT, k významným sportovním událostem (aplikace MS v ledním hokeji, ME nebo MS ve fotbale apod.) nebo přímo k jednotlivým pořadům (například aplikace Nejchytřejší Čech, Taneční škola StarDance, recepty Peče celá země). Vhodně tak doplňuje televizní programové kanály i konkrétní pořady České televize.

Podrobnější informace o HbbTV poskytujeme divákům ČT na nové informační webové stránce <https://www.ceskatelevize.cz/hbbtv/>.

Mobilní aplikace jsou další platformou pro distribuci obsahu ČT. Ve správě produktu TV a mobilní platformy jsou iOS aplikace se zobrazením pro iPhone a iPad a Android aplikace se zobrazením pro mobilní a tabletová zařízení s OS Android. Jedná se o tři aplikace, a to iVysílání, ČT24 a ČT sport. Pro systém iOS podporujeme verze 13 a 14. Pro systém Android podporujeme verzi 7 a vyšší.

I v tomto případě je k dispozici nová webová stránka <https://www.ceskatelevize.cz/aplikace/>.

SmartTV je několik distribučních platform výrobců televizorů. Strategickým cílem ČT pro 2021 a následující roky je využít tyto další platformy pro šíření obsahu klíčové aplikace iVysílání, a to na následujících operačních systémech: Android TV, Apple TV (tvOS), Samsung Orsay, Samsung Tizen, LG NetCast, LG webOS a Panasonic My Home Screen.

4.5.2 HbbTV aplikace Peče celá země, podpora úspěšného TV pořadu

Aplikace byla v provozu od ledna do konce března 2020. Jednalo se o mimořádně úspěšný projekt. Za tři měsíce jsme registrovali téměř 2 milióny zobrazených obrazovek.



V aplikaci jsme nabídli všechny recepty z první série pořadu Peče celá země. Recepty jsme publikovali vždy po skončení každého dílu.

Aplikaci, která zahrnovala i další doplňkové informace, jsme podpořili o víkendech modrým tlačítkem a divákům tak lépe umožnili její přímé spuštění.



Na úvodní obrazovce aplikace byly recepty rozříděné podle konkrétních produktů, které soutěžící pekli. V detailu produktu, například Bábovka, byly už konkrétní recepty všech soutěžících.

Ve druhé části aplikace byl přehled všech soutěžících. V této části byly recepty tříděné podle jednotlivých soutěžících.



Poslední záložka byla vyhrazena informacím o pořadu. Mj. zahrnovala bonusová videa o pořadu a o porotcích.



4.5.3 HbbTV aplikace iVysílání :D

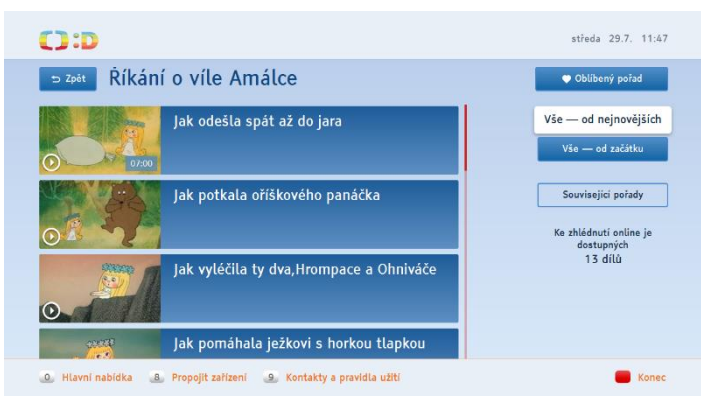
V novém designu a s novými funkcemi je od srpna 2020 k dispozici nová verze iVysílání :D. Navazuje tak na dříve inovovanou aplikaci „dospělého“ iVysílání.



Aplikace zahrnuje více informací než předchozí verze. Na detailních stránkách pořadů přibyla možnost řazení dílů od nejnovějších nebo nejstarších.

Přehlednější je nabídka bonusových videí a souvisejících pořadů.

Přibyla vyhledávání pořadů pomocí číselných tlačítek na dálkovém ovladači, tzv. mobilní klávesnicí. V sekci Dle názvu je k dispozici přehled naposledy hledaných pořadů.



Dle data lze nově vyhledávat podle časových bloků.

Další část umožňuje uživatelům vlastní výběr oblíbených pořadů.

Novinkou je dostupnost tzv. rozkoukaných pořadů.



Nový je i přehrávač.



4.5.4 HbbTV aplikace Zachraň trosečníka, podpora letní soutěže

V červenci a v srpnu jsme nabídli v HbbTV informační aplikaci k letní dětské prázdninové soutěži. Aplikace byla dostupná na kanálu ČT :D, a to prostřednictvím modrého tlačítka.



Díky této aplikaci si mohli diváci přímo z obrazovky svého televizoru, pomocí QR kódu, nainstalovat mobilní aplikaci Léto s děčkem, která je provedla celou prázdninovou hrou.

The image shows the mobile application interface for 'Zachraň trosečníky'. The background is a vibrant orange and red gradient. At the top right, it says 'PRÁZDNINOVÁ SOUTĚŽ PRO CELOU RODINU / WWW.ZACHRANTROSECNIKY.CZ'. The main title 'ZACHRAŇ TROSEČNÍKY' is in large, white, stylized letters. Below it, there is a paragraph of text: 'Plavba duhového parníku Títán ztroskotala! Celá posádka uvízla na tajuplném ostrově. Legenda praví, že pryč se dostanou jenom ti, jejichž odvážná srdce zažehnou dávno vyhasilou sopku...'. Below this is another paragraph: 'Vydejte se s dětmi na pomoc trosečnickům! Čekají vás výlety do přírody, 100 výzev, které zocelí každého dobrodruha, a taky 1110 soutěžních cen. Více na www.zachrantrosecniky.cz'. On the right, there is a QR code and the text 'STÁHNĚTE SI APLIKACI!'. Below the QR code is a photo of a man and a woman with a dog. At the bottom, there are navigation buttons: '0 Hlavní nabídka', '9 Kontakty a pravidla užití', and 'Konec'.

4.5.5 HbbTV aplikace Tipsport Extraliga, podpora pořadu Buly hokej živě

Aplikace je k dispozici od září 2020. Funguje ve dvou režimech. Ve výchozím nastavení se zobrazuje podrobná celobrazovková verze.



Druhá verze je určena pro publikování aktuálních výsledků v obraze. Umožňuje tak divákům sledovat souběžně televizní vysílání, třeba právě hokejový přenos, a zároveň sledovat v pravém dolním rohu průběžné výsledky ze všech zápasů aktuálního kola.



Aplikace zahrnuje velké množství statistických dat, často v online režimu. Mj. aktuální formu u nejbližších zápasů, rozpis všech 52 kol, v datech ke každému zápasu jsou online data o střelcích branek, vyloučení, rozestavení konkrétních pětiek a řada dílčích dat o využitých přesilovkách, gólech v oslabení, bloky, hity, úspěšnost vyhraných buly atd.



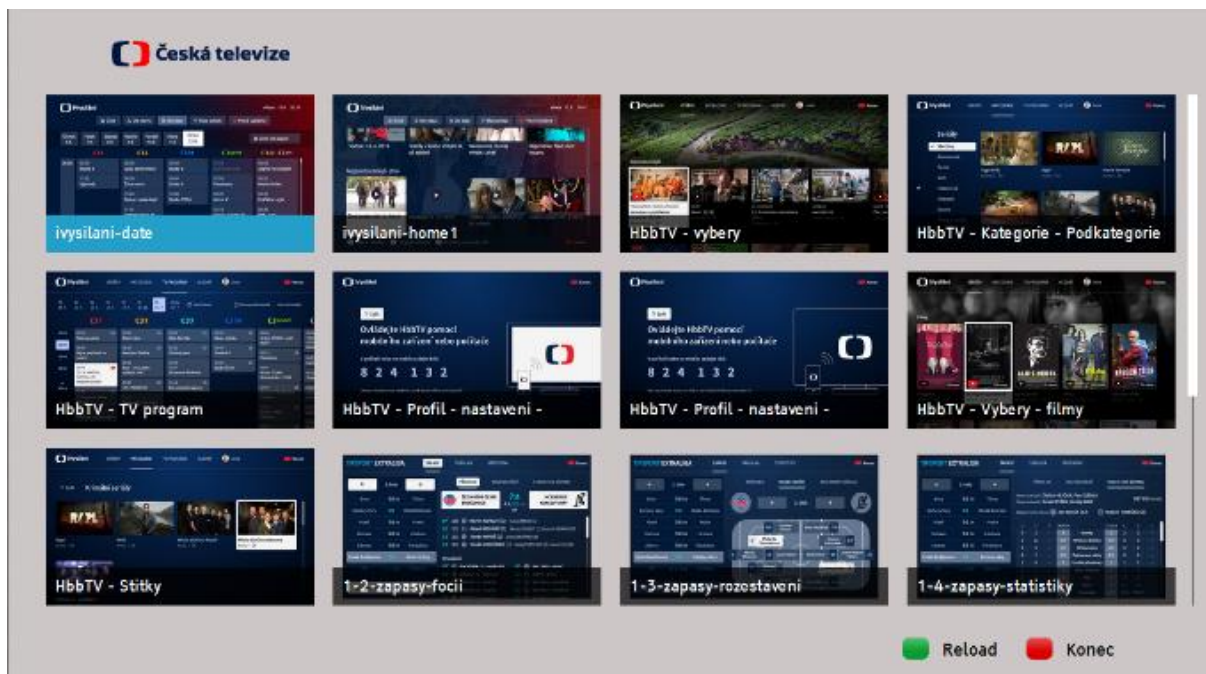
Dále aplikace zahrnuje data o soutěži jako celku, např. tabulku, kompletní klubové soupisky, kanadské bodování, pořadí střelců a nahrávačů a umístění v Radegast indexu. U brankářů to jsou statistiky procentuální úspěšnosti a průměru inkasovaných gólů.



Přináší podrobné informace o každém hráči, datum narození, věk, post, výška, váha držení hole a jeho průběžné ligové statistiky. Patří sem např. počet odehraných zápasů, góly, asistence, body, plusové a minusové hodnocení a trestné minuty. V průběhu zápasů se u hráčů zobrazují data z aktuálního zápasu.

4.5.6 Vývoj HbbTV, nejen nové aplikace, ale i technologický rozvoj

Celá řada projektů probíhá na pozadí vývoje HbbTV aplikací. Vyzkoušeli jsme nové video formáty, moderní grafické prvky, podporu přijímačů při přehrávání obsahu s ochranou pomocí technologie DRM apod. Jedním z nových technických projektů byl vývoj interní testovací aplikace, která nám umožňuje testovat grafické návrhy přes pozadí televizního vysílání. K aplikaci patří též jednoduché rozhraní pro vkládání a odebírání různých fotek.



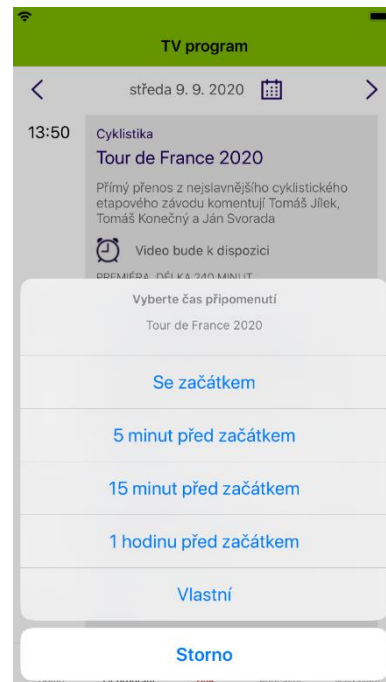
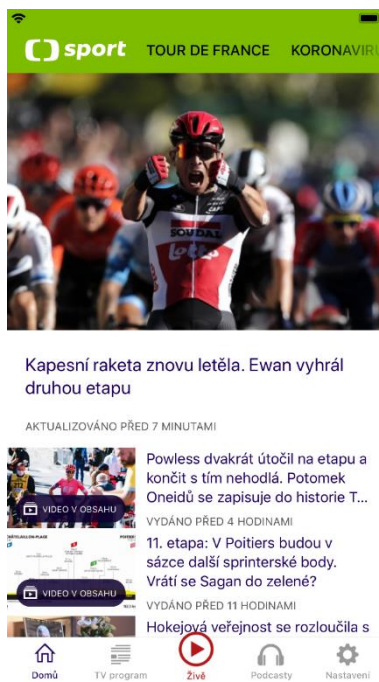
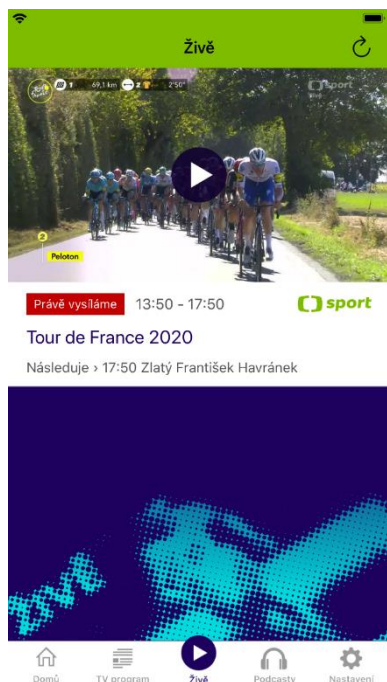
Do konce roku plánujeme vyhodnotit i testovací aplikaci s názvem Test HbbTV 2.0. Celý test proběhl na cca 120 tisících televizorech. Díky získaným poznatkům lépe posoudíme, které nové funkcionality můžeme v budoucnu využít.



4.5.7 Zásadně inovovaná mobilní aplikace ČT sport

Uživatelům přináší celou řadu novinek:

- K dispozici od září 2020.
- Sledování živých sportovních přenosů portálu ČT sport.
- Návrat v čase živého přenosu až o 3 hodiny zpět.
- Sledování videí na dalším zařízení pomocí sdílení přes AirPlay nebo Chromecast.
- Poslech podcastů publikovaných na portálu ČT sport.
- Upozornění na nadcházející pořady kanálu ČT sport.
- Upozornění na sledování pořadů podle televizního programu.
- Sledování uživatelem vybraných rubrik nebo sportů.



4.6 Podpora systémů a obsah nových médií

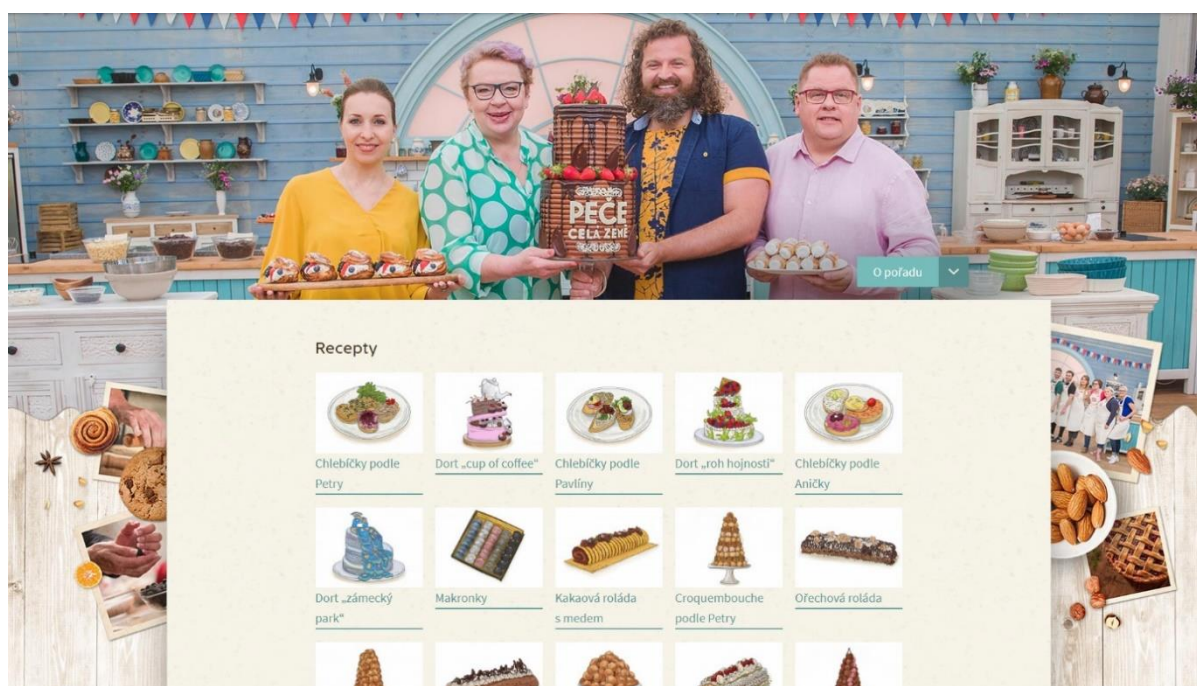
Oddělení zajišťuje provoz stávající služby iVysílání a stránek pořadů, včetně tvorby doplňujícího obsahu (např. rozhovorů, backstage videí, filmů o filmu a kontextového obsahu), ale i korporátní stránky Vše o ČT. Dále zajišťuje technické odbavení exkluzivních přenosů na stránkách České televize zejména v době velkých sportovních akcí.

Veškeré obsahové aktivity nových médií se i v roce 2020 řídily jednoduchým heslem: být užiteční. Obsahová náplň webů podporovala v průběhu minulého roku především odloženou sledovanost TV pořadů, ale též významně pomohla se zavedením nové značky **Peče celá země**, nabídla kontext k řadě pořadů, prostor pro diskuze i užitečné rady.

Pokračovalo nabízení online předpremiér, diváci tak v prosinci viděli první epizodu **Kabinetu Dr. Honzáka**, kterou si pustilo 22 729 z nich, a v říjnu první film z oceňované minisérie **Herec**, který zaznamenal 40 175 spuštění.

V případě **Marie Terezie** (<https://www.ceskatelevize.cz/marieterezie>) redakce divákům nabídla řadu kontextových videí, které divákům vysvětlovaly, "jak to opravdu bylo". Redakci k tomu přivedl fakt, že po odvysílání prvních dvou filmů série se heslo Marie Terezie stalo v České republice druhým nejvyhledávanějším heslem ve vyhledávačích. Diváci zareagovali přesně tak, jak scenáristka Mirka Zlatníková doufala a přála si – podívali se, inspirovali se a šli hledat pravdu. Druhá věc, která ji potěšila, byla, že "jeden učitel dějepisu na gymnáziu mi řekl, že film používají ve škole jako „pravda, nebo lež“". Díly si pouští, zastavují je a nechávají děti hádat, jestli se dané události staly, nebo nestaly. V sérii videí, společně s odborným poradcem filmů, historikem Jiřím Sissakem, jsme uváděli na pravou míru například, jestli mohla být Marie Terezie špiónkou, nebo proč se o pivu říkalo, že to byl vitamínový nápoj. Kromě toho si diváci mohli přečíst do té doby nepřeložené a dosud aktuální rady Františka Štěpána jeho dětem, jak se chovat nejen v manželství.

Začátek roku se nesl jednoznačně ve znamení pořadu **Peče celá země** (<https://www.ceskatelevize.cz/pececelazeme>). Stránka pořadu fungovala jako prostor, kde se mohli lidé dozvědět více informací o soutěži jako takové, její historii a pravidlech, zároveň sloužil k účasti v divácké soutěži a poskytoval průběžné informace. Součástí bylo představení moderátorů, ale především porotců a soutěžících. Každý díl pořadu redaktoři nových médií rozdělili do předem stanovených kategorií, takže divák mohl sledovat pořad skrze jednotlivé



soutěžící nebo disciplíny. Prostřednictvím řady backstageových videí si divák mohl udělat představu o tom, jak probíhaly castings, jak se stavěl soutěžní stan a připravovaly soutěžní prostory, i jak to vypadalo za kamerami. Dostupné bylo nespočetné množství rozhovorů. Jádrem celého webu byly recepty (celkem 160), vybavené kromě standardního výpisu surovin a postupu též komentáři soutěžících a doporučeními pro úspěšné pečení. Stránka s recepty měla za dobu vysílání pořadu přes 4,5 milionu zobrazení a byla tak nejúspěšnější podstránkou celého webu.

Rady porotců, tipy a triky se staly pro řadu cukrářů neocenitelným pomocníkem. Nabyté znalosti mohli diváci zúročit v pekařské soutěži, do níž se zapojovaly stovky nadšenců. Celkem nám zaslali přes 1800 fotografií svých cukrářských a pekařských výtvorů, z nichž v každém kole jeden z porotců vybral vítěze. Fotografie jejich děl rovněž web průběžně nabízel k nahlédnutí. V experimentálním podcastu mohli diváci péct i v reálném čase přímo s porotci. Odměnou jim byla opět řada rad a zkušeností. Stejně tak mohli vyzkoušet další recepty od porotců, které nabídl speciál Napečeno.

Proběhly i dva videochaty, kdy se diváci mohli ptát porotců a moderátorů na jejich zážitky. A protože při pečení je třeba především mrštných prstů, mohli si diváci v době čekání na dopečení zahrát jednoduchou klikací hru, za jejímž zrodem stála inspirace snem pozdější vítězky soutěže Petry.

U pořadu **Kabinet Dr. Honzáka** (<https://www.ceskatelevize.cz/kabinetdrhonzaka>) nabízela redakce rozhovory s Dr. Honzákem na ústřední témata pořadů, takže se diváci mohli dozvědět více např. o tvrdohlavosti, hrdinství nebo kráse. Stejně tak mu mohli poslat dotaz do jeho webové poradny.

Kontext webu rozšiřovala také u pořadu **Zrádci** (<https://www.ceskatelevize.cz/zradci>), kdy nabídla rozhovory s herci na téma drogy, ale i u pořadu **Stockholmský syndrom** (<https://www.ceskatelevize.cz/porady/11854070007-stockholmsky-syndrom/>), u kterého nabídla rozhovory s psycholožkou i kriminalistou na téma obchod s lidmi a stockholmského syndromu a jeho důsledků.

Rady nabídly na webu České televize i hlavní představitelky společnost burcuujícího dokumentu **V síti** (<https://www.ceskatelevize.cz/vsiti>).

Díky filmu o filmu mohli diváci vidět, jak se natáčel filmový příběh Jiřiny Štěpničkové **Past** (<https://www.ceskatelevize.cz/porady/11077565757-past/>).

V případě pořadu **Kovy řeší dějiny** (<https://www.ceskatelevize.cz/kovyresidejiny>) web pořadu divákům nabídl možnost poslat příspěvek do diskuse na téma, jak zlepšit naše školství.

U pořadu **Anatomie zrady** (<https://www.ceskatelevize.cz/anatomiezrady>) našli diváci informace o osudech hlavních postav.

S cílem vybudovat opakovaně použitelný virtuální prostor pro druhý život mnoha skvěle napsaných a divácky oblíbených postav z kriminálních seriálů byla spuštěna hra **Detektiv Kurzor** (<http://www.ceskatelevize.cz/detektivkurzor/>). Interaktivní dialogová 2D adventura s detektivní zápletkou prokládaná logickými minihrami a odkazy k dalším pořadům ČT, v níž samostatné příběhy spojuje jedna postava detektiva Kurzora. Hernímu detektivovi asistuje při vyšetřování detektiv televizní, výtvarně zpracovaný podle skutečného představitele a také dabovaný původním hercem. V prvním vydání hry asistoval Kurzorovi Karel Mlejnek ze seriálu **Poldové a nemluvně**. Hráč sám určuje příběh a postup hrou, každý tak prožije svou vlastní verzi příběhu. Díky hře mohou diváci strávit další čas s jejich oblíbenými postavami a fiktivní postavy ožívají i mimo televizní obrazovku. Nový případ vzniká vždy k novému seriálu, který je programovou prioritou ČT. Během letošního roku si hru pustilo přes 94 tisíc unikátních uživatelů, během 145 tisíc návštěv.



Česká televize

Detektiv Kurzor

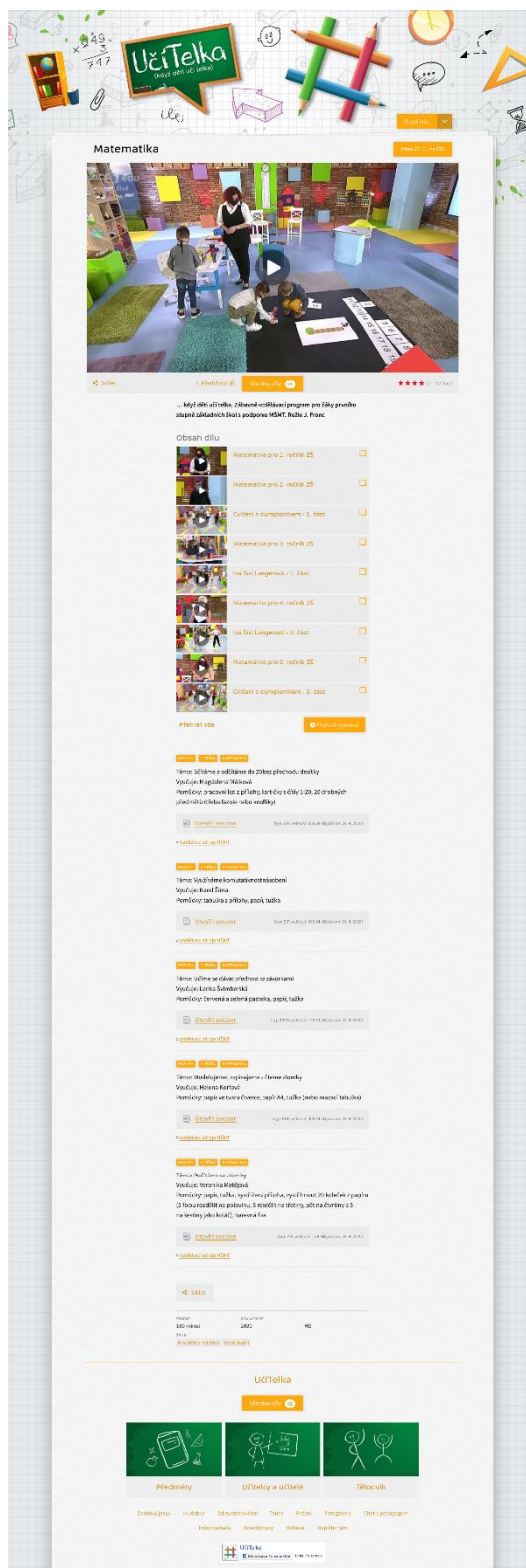
Hru není potřeba instalovat. Během hry je ale potřeba připojení k internetu.
Stáhne se nejvýše 200 MB dat.

Doporučený software: Windows 10, prohlížeč Chrome, Opera, nový Edge.

Doporučený hardware: PC s reproduktory, volná paměť 1 GB.
Rozlišení obrazovky na šířku alespoň 1280 bodů.

Upozornění: Děti do 15 let by měly tuto hru hrát v přítomnosti rodičů.

Pokračovat



I chod oddělení podpory systémů a obsahu nových médií ovlivnila koronavirová krize. Pro diváky uvězněné doma redakce během první vlny připravila výběr těch nejlepších pořadů z iVysílání (<https://www.ceskatelevize.cz/vyber>), protože kdyby chtěl divák zhlédnout všechna videa, potřeboval by k tomu bezmála čtyři tisíce dní. Zároveň byla na dobu jednoho měsíce zpřístupněna řada distribučních filmů, jako Samotáři, Po strništi bos, Štěstí, Ztraceni v Mnichově a dalších cca 20 oblíbených titulů. Na základě jednání se koproducenti a distributoři rozhodli pro svou vlastní aktivitu pod heslem „Doma sed’ a zachraň svět“. Při druhé, podzimní vlně jsme výběr rozšířili o playlisty sdružující tematický obsah.

Na webu vznikla pevná základna všech speciálních “koronavirových” pořadů, v čele s oblíbeným vzdělávacím pořadem pro děti **Učitelka** (<https://www.ceskatelevize.cz/ucitelka>). Stránka pořadu fungovala jako prostor pro vše, co se do pořadu nevešlo. Každý den docházelo k aktualizaci seznamů pomůcek pro výuku i učebních materiálů. Na webu mohli rodiče chatovat s odborníky a řešit s nimi problematiku situace. Denně přicházely stovky dotazů, při vysílání prvního dílu jich přišlo dokonce přes tisíc. Redaktoři každý díl Učitelky rozdělili podle několika kategorií (vysílací den, třída, předmět) a nabídli i samostatné výpisy verzí pořadu ve znakovém jazyce, speciální playlisty cvičení, ať už zdravotního nebo s olympioniky, tanců, pečení, případně zpívání. Diváci si mohli prohlédnout profily jednotlivých vyučujících a klikat na velké množství doplňujícího obsahu.

Témata a materiály k výuce nabízel web i pro pořad **Škola doma**, který se zaměřil na středoškoláky a jejich přípravu k maturitě. (<https://www.ceskatelevize.cz/skoladoma>).

Redakce podporovala i další pořady, které reagovaly na epidemiologickou situaci: **Linka 1212** (<https://www.ceskatelevize.cz/linka1212>) **Nemocnice v první linii** (<https://www.ceskatelevize.cz/nemocnicevprvniniii>)

Redakce rozběhla také webový TV program nového kanálu ČT3 a pravidelně zpřístupňovala divákům iVysílání pořady tohoto nového programu, včetně **Života na třetí** (<https://www.ceskatelevize.cz/zivotnatreti>), který musel být kvůli rychlému spuštění zařazován do online archivu manuálně.

Přes web se také sbíraly příběhy lidí a jejich zkušenosti s krizí pro pořad **Láska v čase korony** (<https://www.ceskatelevize.cz/laskavcacekorony>).

V březnu a dubnu mohli diváci na webu České televize také chatovat s autorkami pořadu **Infiltrace** (<https://www.ceskatelevize.cz/infiltrace>). Lidé sdíleli krátce po odvysílání pořadu desítky bolestných zkušeností se smrtí blízké osoby a chatující jim pomáhaly, ať už radou, povzbuzením nebo účastí.

Stejným způsobem diváci diskutovali nad životní situací, kdy musí řešit Alzheimerovu nemoc. Na stránkách dokumentu **Život s Alzheimerem** kromě chatu našli i řadu odkazů a doporučení, ale i stránku s možnou prevencí, kde našli pexesa a další hry, sloužící k procvičení paměti a intelektu (<https://www.ceskatelevize.cz/zivotsalzheimerem>).

Během podzimní sezóny web nabídl cestovatelské rady, vhodné nejen pro konkrétní destinace, od průvodců pořadem **Po jedné stopě**, kteří před vysíláním posledního dílu cestopisu odpovídali na dotazy diváků ve videochatu. (<https://www.ceskatelevize.cz/pojednestope>)

Redakce též pořizovala materiály pro pořady teprve chystané a ve výrobě, namátkou se jednalo o **Boženu**, **Zločiny Velké Prahy** nebo **Boží mlýny**.

Přestože byl letošní rok chudší na streamované přenosy z akcí České televize v regionech, jako jsou Dům ČT na MFF v Karlových Varech nebo Colours of Ostrava, které byly z epidemiologických důvodů zrušeny, rozhodně ani v této oblasti web nezašáhl.

Celkem webu ČT a v HbbTV nabídl 184 exkluzivních přenosů, zejména sportovních akcí, jako byly v lednu **Hry IX. zimní olympiády dětí a mládeže**, během jarní karantény to pak byly přenosy **Mistrovství ČR v online bleskovém šachu**, z virtuální cyklistiky, ale i utkání e-sportu jako jsou **Virtuální derby pražských "S"**, nebo finále české ligy virtuálního amerického fotbalu.

Zároveň oddělení podpory systémů a obsahu nových médií zajistilo streamování celkem 106 přenosů pořadů České televize na sociální sítě, zejména na facebookové profily během charitativních koncertů a vystoupení, jako byly **Pomáháme s Českou filharmonií** a **Protančíme tým**. Zajistil jsme rovněž streaming pořadu **UčíTelka** ve verzi s tlumočením do českého znakového jazyka, kterou jsme následně také umisťovali na web, nebo mimořádného večerníčku **Pastýřka a kominíček**.