



**Informace o činnosti divize
Vývoj a nová média – oblast Nová média
za rok 2020
pro Radu České televize**

Doplněná verze zprávy
„Informace o činnosti ČT v oblasti nových médií za rok 2020“
z prosince roku 2020

Vypracoval: Jan Maxa, ředitel divize Vývoj a nová média

Předkládá: Petr Dvořák, generální ředitel ČT

září 2021

Usnesení Rady ČT č. 37/03/21

Obsah

1	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	8
4	Produkty nových médií v ČT	15
4.1	Produkt „nové iVysílání“	15
4.1.1	Popis produktu	15
4.1.2	Vývoj produktu v roce 2020	15
4.2	Zpravodajské produkty a produkt Zlatá Praha	17
4.2.1	Popis produktů	17
4.2.2	Zpravodajský web ct24.cz	17
4.2.3	Sportovní web ctsport.cz	19
4.2.4	Nové CMS pro zpravodajství	20
4.2.5	Zlatá Praha	22
4.3	Produkty Děčko a ČTart	23
4.3.1	Děčko – dětský web České televize (decko.cz)	23
4.3.2	Speciální projekty	25
4.3.3	Webový portál (ctart.cz)	27
4.4	Produkt ČT edu a korporátní produkty	30
4.4.1	ČT edu	30
4.4.2	Vše o ČT	30
4.4.3	Web Televizních poplatků	30
4.4.4	E-shop České televize	31
4.5	HbbTV, televizní platformy a mobilní aplikace	32
4.5.1	Popis produktu	32
4.5.2	HbbTV aplikace Peče celá země, podpora úspěšného TV pořadu	33
4.5.3	HbbTV aplikace iVysílání :D	34
4.5.4	HbbTV aplikace Zachraň trosečníka, podpora letní soutěže	35
4.5.5	HbbTV aplikace Tipsport Extraliga, podpora pořadu Buly hokej živě	36
4.5.6	Vývoj HbbTV: nejen nové aplikace, ale i technologický rozvoj	37
4.5.9	Zásadně inovovaná mobilní aplikace ČT sport	38
4.6	Podpora systémů a obsah nových médií	39

1 Shrnutí

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

- videoarchiv a přehrávač živého i archivního videa iVysílání a stránky pořadů,
- zpravodajské weby ČT24 a sport,
- weby spojené s programovými okruhy Děčko a ČTart,
- specializované weby ČT edu a Zlatá Praha,
- korporátní stránky Vše o ČT, TV poplatky a e-shop,
- HbbTV a další mobilní a TV platformy.

Rok 2020 byl ohledně 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 na web ČT sport a částečně i na iVysílání kvůli 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 s aktuálním děním ve společnosti. Snaha reflektovat potřeby občanů vyplývající z koronakrize se ukázala jako velmi opodstatněná – ať už to byly průběžné podrobné informace na ČT24, speciální obsah pro děti, nucené během karantény k pobytu doma, na webu Děčko a rovněž 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 tzv. nových médií, tedy 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.

Výjimkami z výše uvedeného rozsahu, jimiž se zpráva nezabývá, jsou:

- Činnosti ČT na platformách tzv. sociálních médií (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube a další), které jsou zaměřeny komunikačně a marketingově, a jsou tudíž v gesci příslušných divizí.
- Obsah na novomediálních platformách zpravodajství a sportu, který je v gesci divize Zpravodajství a sportu, neboť není účelné ani smysluplné vytvářet paralelní redakční struktury.
- Obsah produktu ČT edu, který je v gesci divize Korporátní vztahy a komunikace, neboť je úzce propojen s činností této divize vůči vzdělávacímu sektoru.

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 na 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 se produkt zpřístupňuje 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 prosazuje 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 pokud se týkají

obsahu produktu (definice cílové skupiny, analýza příležitostí produktu, inovace produktu apod.). Role MP 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, komunikace a obchodu.

2.1.3 Struktura produktů NM v ČT

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

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 směřují 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 pro 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**, jenž obsahuje varianty jednotlivých produktů zpřístupněné na technologii HbbTV a který postupně rozšiřujeme o další platformy, ať již na mobilních telefonech (Android, IOS, Huawei) nebo na 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 byla 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 byly organizačně zařazeny v divizi Marketingu a nových médií. Produkty decko.cz a ctart.cz byly umístěny v divizi Vývoje pořadů a programových formátů. Produkty nové videoplatformy a ČT edu organizačně patřily pod projektovou kancelář, přímo podřízenou generálnímu řediteli.

Tento stav se již v roce 2019 ukázal jako nevyhovující, 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 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.**

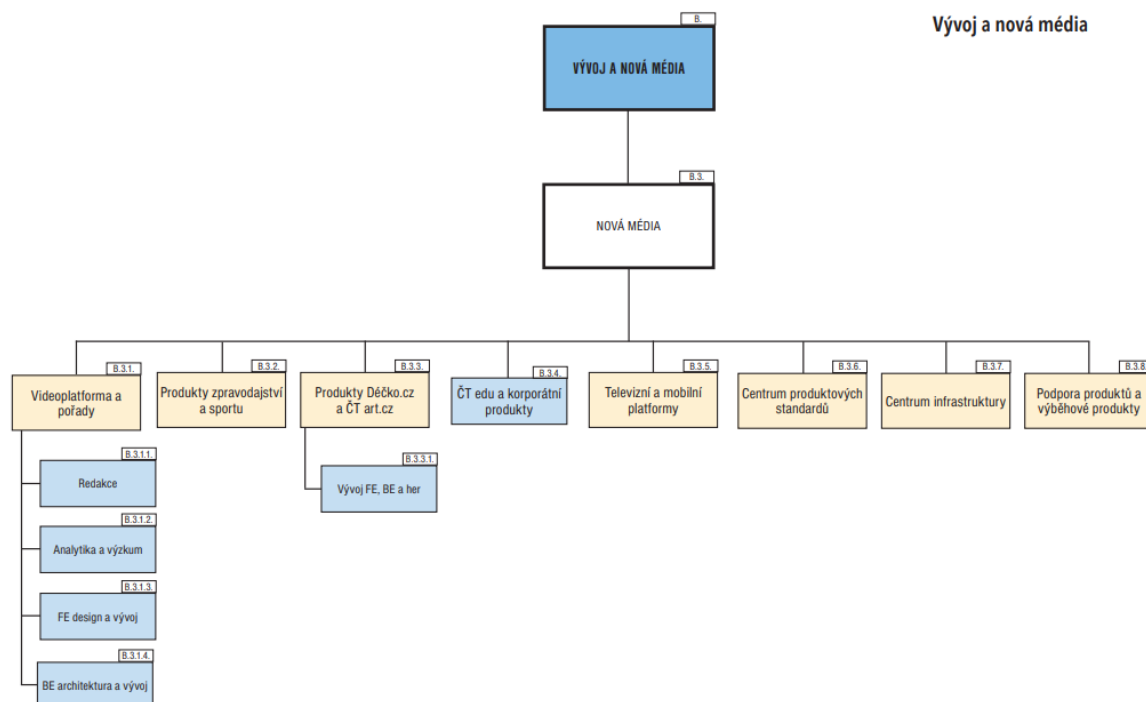
ŘVDP byl v roce 2020 nadřazen výše uvedenému projektu a schvaloval všechny zásadní kroky.

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

Nová média byla 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 byly vytvořeny 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, jak se již 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:

- Videoplatforma a pořady, manažer produktu **Josef Zukal**;
 - Produkty zpravodajství a sportu, manažer produktů **Jiří Myška**;
 - Produkty Děčko.cz a ČT art.cz, manažerka produktů **Štěpánka Sunková**;
 - ČT edu a korporátní produkty, manažerka produktů **Andrea Poborská**;
 - Televizní a mobilní platformy, manažer produktu **Jan Zeman**.
-
- Manažer centra produktových standardů **Zdeněk Lanc**;
 - Manažer centra infrastruktury **Tomáš Dratva**;
 - Manažer podpory produktů a výběhových produktů **Pavel Souček**.

Organizační struktura divize Vývoj a nová média, část Nová média:



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 celku 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**;
- **Digitální rada**, schvalující plány produktů a jednotlivé rozvojové a obsahové projekty.

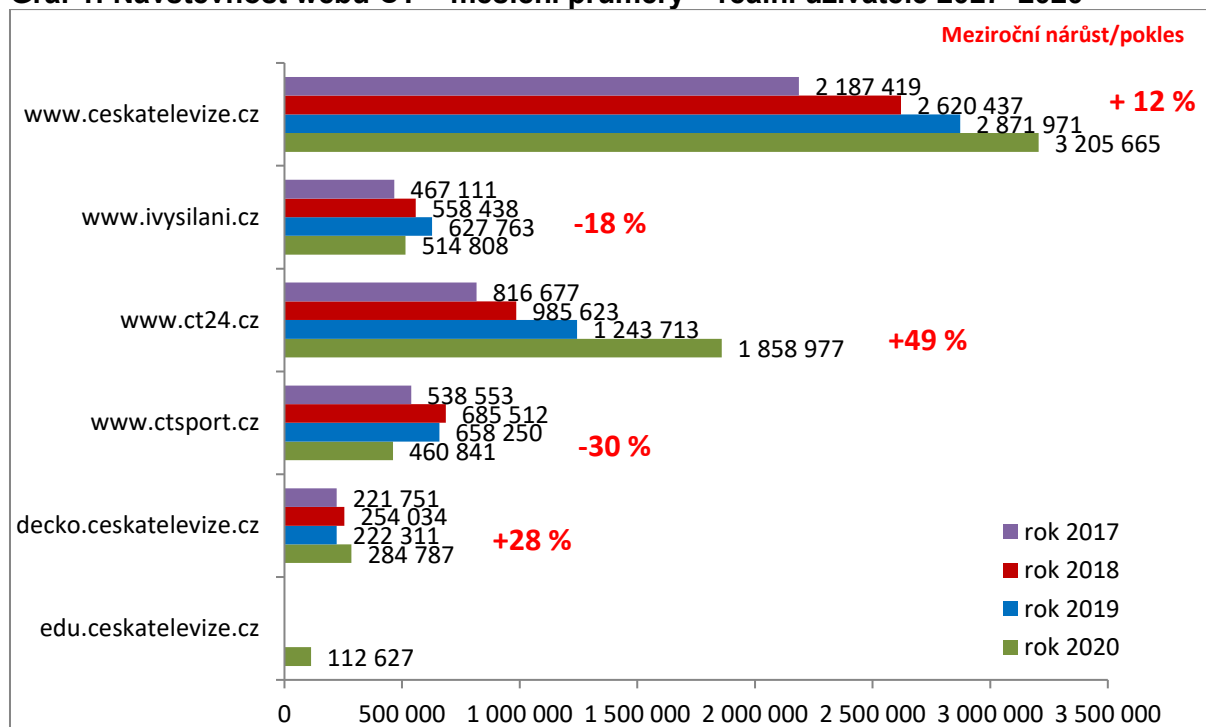
Hlavním cílem pro rok 2021 je zahájit zásadní technologickou obnovu produktů ČT. Nejde jen o náhradu iVysílání, ale i o nový redakční systém zpravodajských webů, nový web televizních poplatků a další inovace, nezbytné pro zajištění stabilního, efektivního fungování webů, mobilních a TV aplikací ČT v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

3 Výsledky nových médií v roce 2020

Návštěvnost – Netmonitor

(Zdroj dat: NetMonitor 2019–2020; Google Analytics – GA)

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 v letošním roce situací kolem koronaviru. Hlavní web ČT zaznamenal nárůst návštěvnosti o 12 % oproti roku 2019. Průměrně na něj každý měsíc zavítá 3,2 milionu uživatelů (nejvyšší měsíc byl březen 2020: 4,7 milionu uživatelů).

Největší nárůst měřených webů ČT má web ČT24, o 49 %. Průměrně každý měsíc v roce 2020 přišlo na tento web 1,9 milionu uživatelů. V březnu to bylo 3,6 milionu a tento měsíc se zároveň stal pro web ČT24 nejúspěšnějším měsícem v historii měření.

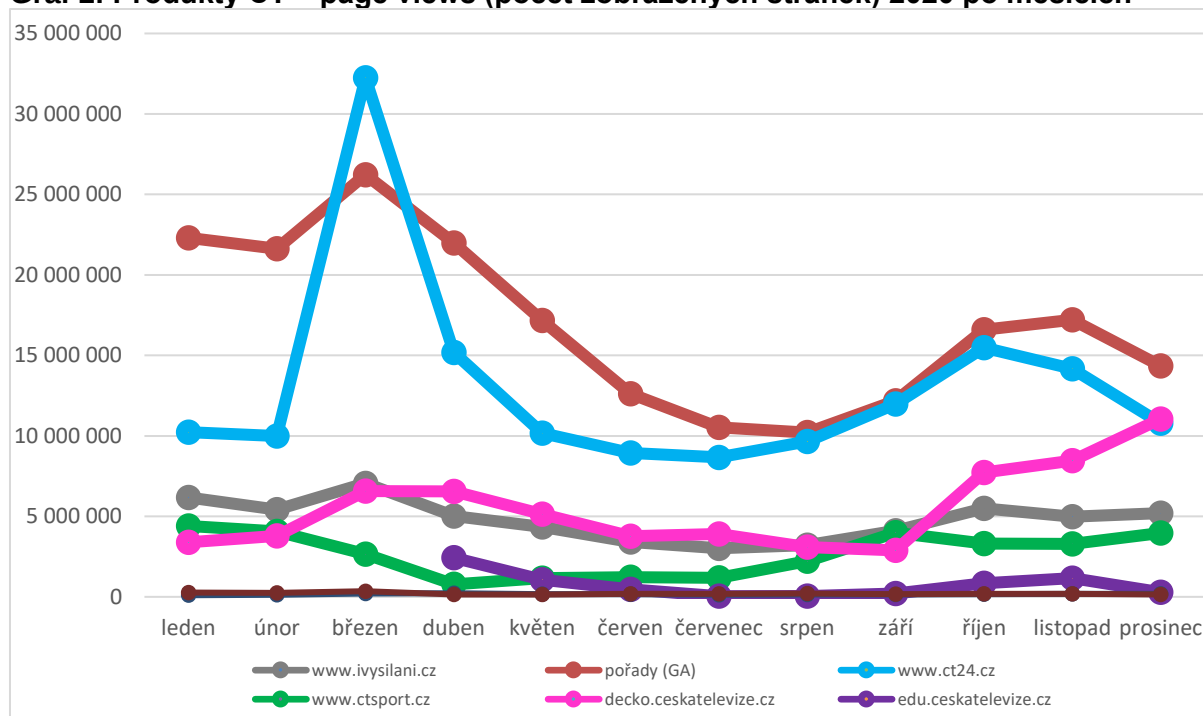
Dalšího velkého nárůstu dosáhl dětský web Děčko – o 28 %. V roce 2020 jej každý měsíc navštívilo více než 280 tisíc uživatelů. V březnu to bylo dokonce 407 tisíc, v prosinci 436 tisíc. Tvůrci tohoto webu reagovali na aktuální situaci a připravili pro děti několik přitažlivých projektů a nový balík her. 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“. V prosinci jako již tradičně bodoval u dětí oblíbený Adventní kalendář.

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

Největší pokles vykazuje web ČT sport, který vlivem neobvyklé situace ztratil prakticky veškerý svůj aktuální obsah a přišel i o své hlavní obsahové prvky roku 2020 – MS v hokeji

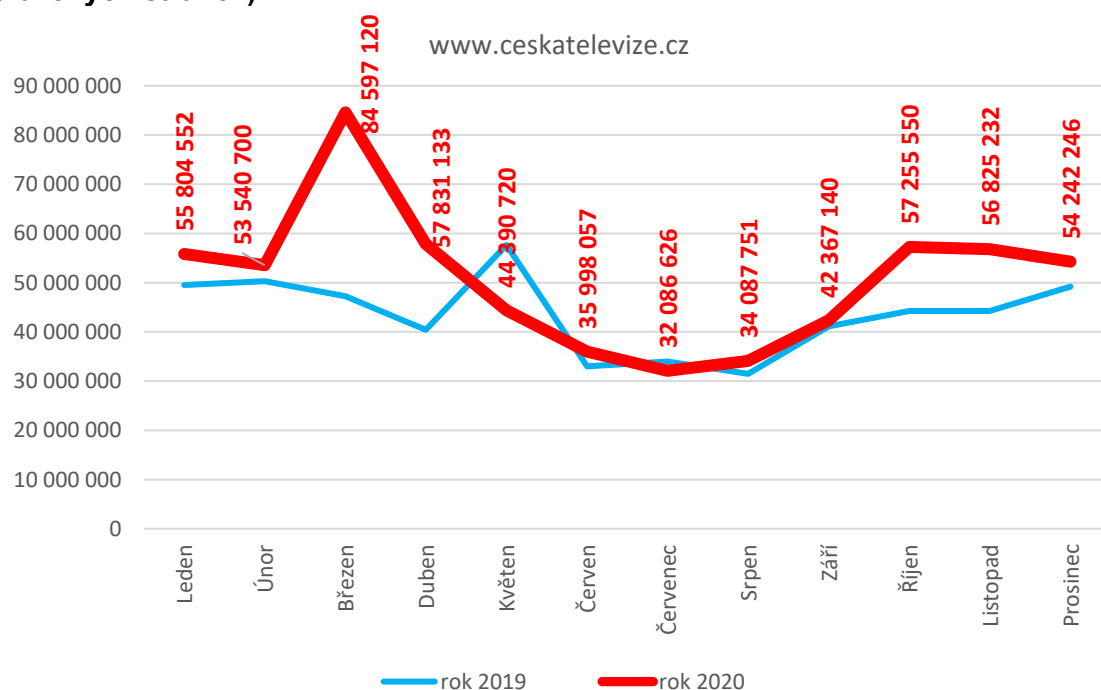
2020 v květnu, ME ve fotbale a LOH v Tokiu. Olympijské hry a ME ve fotbale byly přeloženy na rok 2021. MS v hokeji bylo zrušeno úplně.

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, nucení trávit více času ve svých domovech, vyhledávali možnosti sledování z obsáhlého archivu ČT. Je zde také patrný velký zájem o nabídku webu Děčka (růžová barva), což se projevilo jak na jaře, tak v podzimních měsících a samozřejmě jako již tradičně v prosinci (Adventní kalendář).

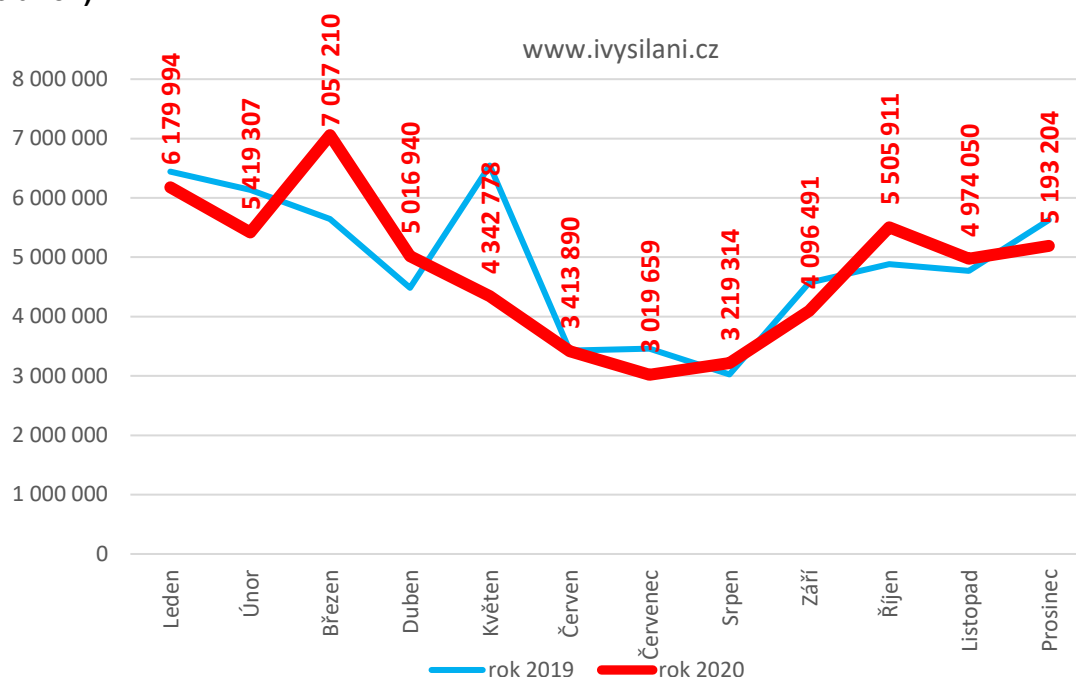
Graf 3: Návštěvnost hlavního webu ČT – měsíční průměry – page views (počet zobrazených stránek)



Graf ilustruje počty zobrazených stránek na hlavním webu ČT. Letošní podzim co do počtu zobrazených stránek překonává zhruba o 20 % podzim 2019.

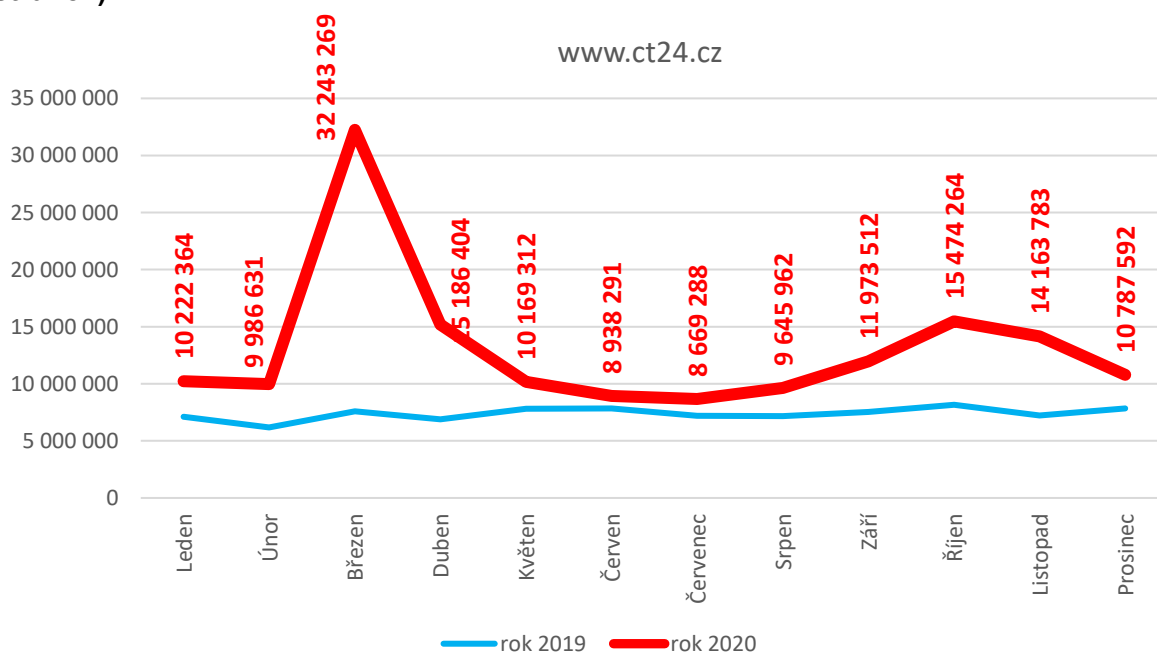
Nárůst na jaře i na podzim v souvislosti s koronavirovou krizí je evidentní – i přes letošní absenci pořadu StarDance, který na náš web vždy přiláká velké množství uživatelů.

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



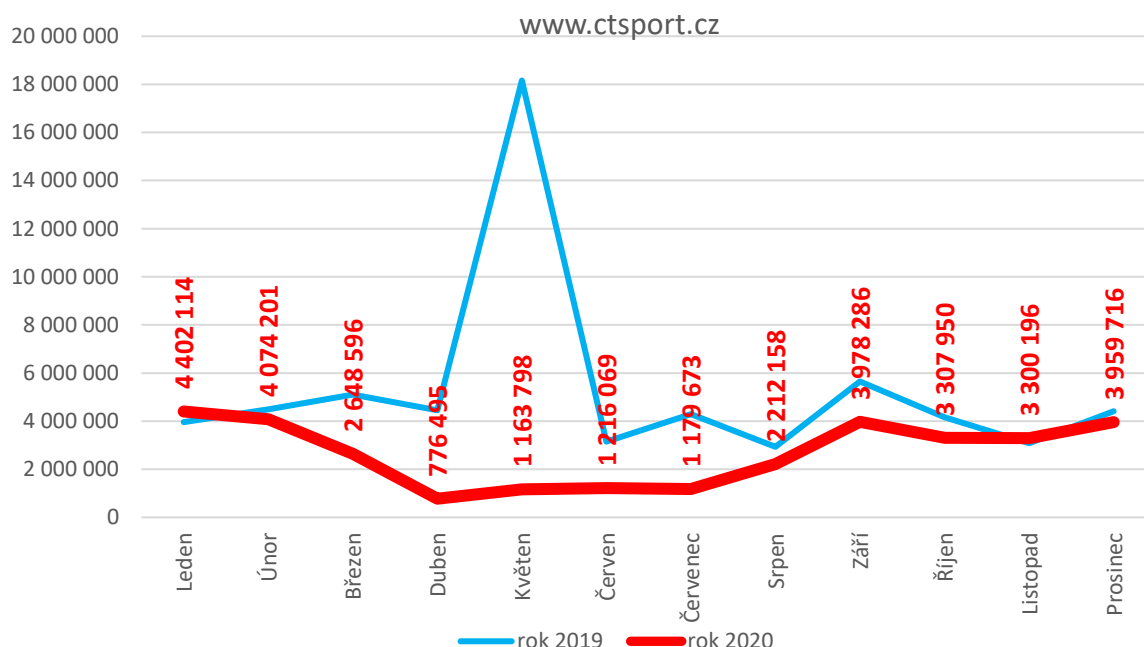
I přes menší nabídku premiérových pořadů v roce 2020 činí pokles webu iVysílání jen 18 %, což platí i přesto, že byl na začátku roku 2019 vysílán velmi úspěšný komediální seriál Most!, který překonal všechny dosavadní rekordy odložené sledovanosti v ČR.

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



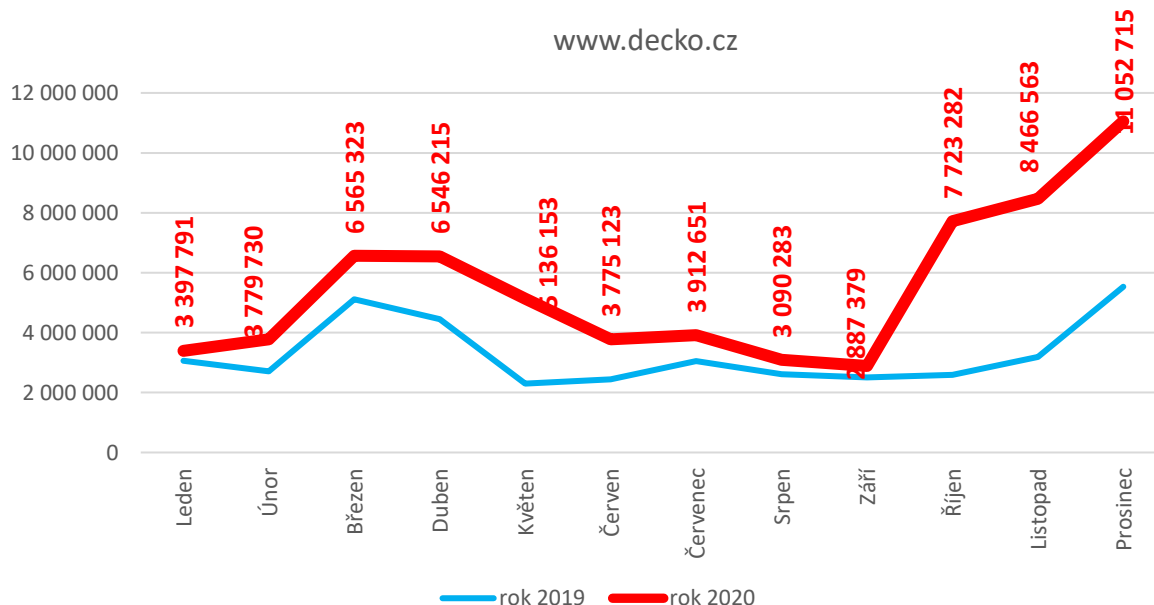
Pro web ČT24 byl březen 2020 nejúspěšnějším měsícem v historii měření (3,8 milionu uživatelů si zobrazilo více než 32 milionů stránek) z důvodu koronavirové krize a zvýšené poptávky našich uživatelů po aktuálním zpravodajství. Zájem o tento web rostl letos i v podzimních měsících. Žádný měsíc z roku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

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



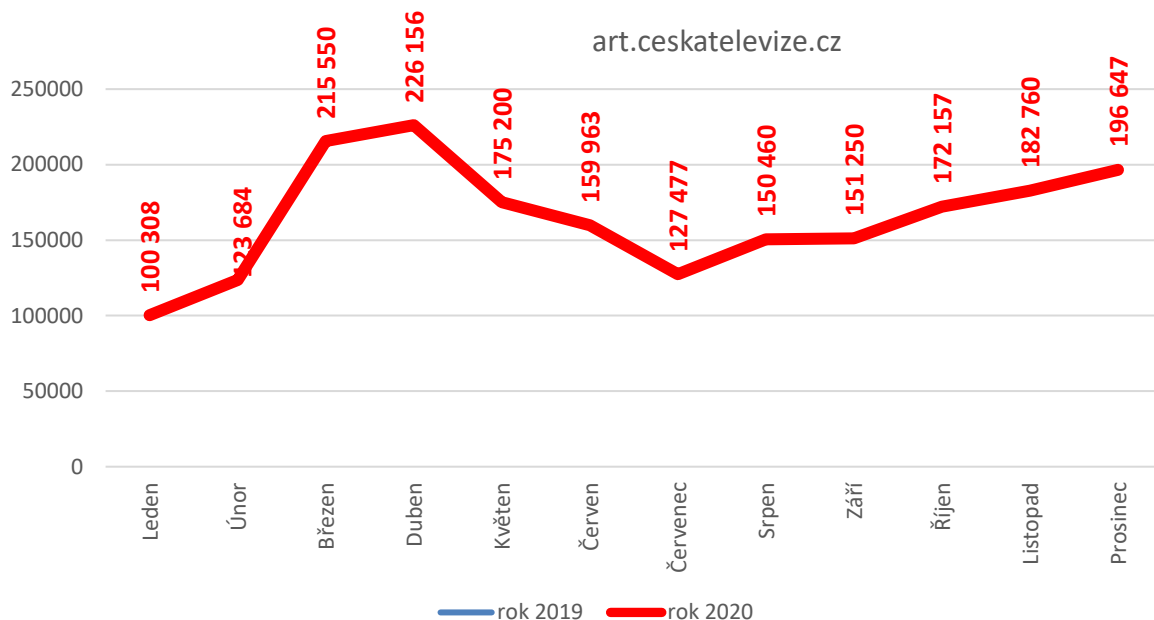
Web ČT sport zaznamenal největší pokles ze všech našich měřených webů. I přesto, že se několik měsíců nevysílal prakticky žádný aktuální sportovní přenos ani velká sportovní událost, web ČT sport prokázal, že má své věrné návštěvníky. Například v dubnu, kdy byla nabídka nových přenosů velmi omezená, 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)



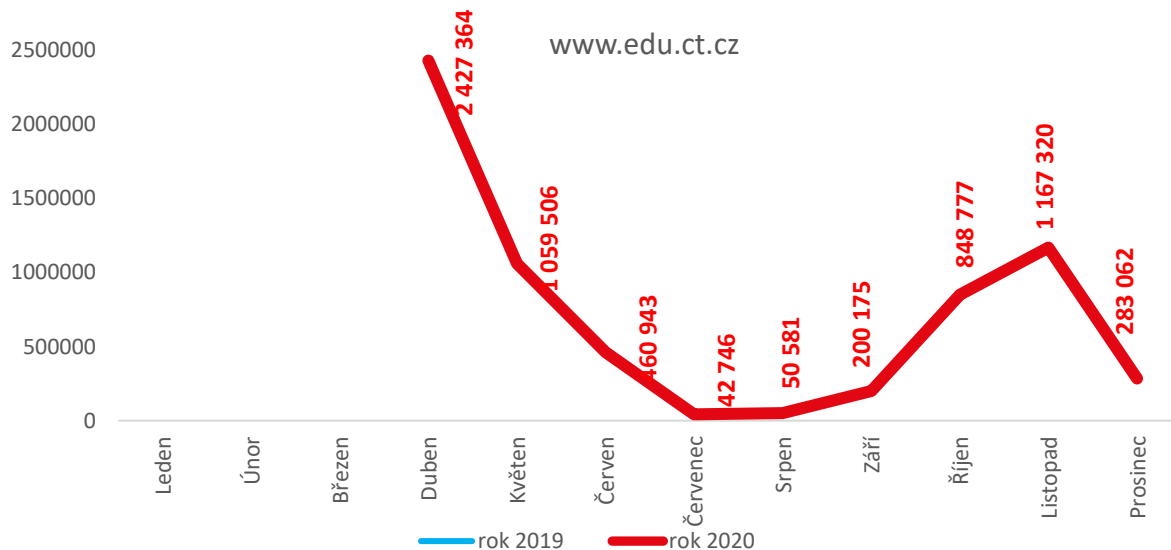
Návštěvnost dětského interaktivního webu Děčko letos vzrostla o 28 %. Co se týče počtu zobrazených stránek, je zde nárůst mnohem markantnější. Z toho lze usuzovat, že si web našel silné jádro věrných návštěvníků, kteří zde tráví velké množství času a zobrazují si velký počet stránek. V prosinci u návštěvníků webu bodoval oblíbený Adventní kalendář, prosinec se tudíž stal nejnavštěvovanějším měsícem roku 2020.

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



Českému kulturnímu publiku slouží web ČTart, který v roce 2020 průměrně navštěvuje více než 50 tisíc uživatelů za měsíc a zobrazí si zde přes 160 tisíc stránek. Dobře patrný je 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, jenž podporoval kulturní akce z celé republiky.

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



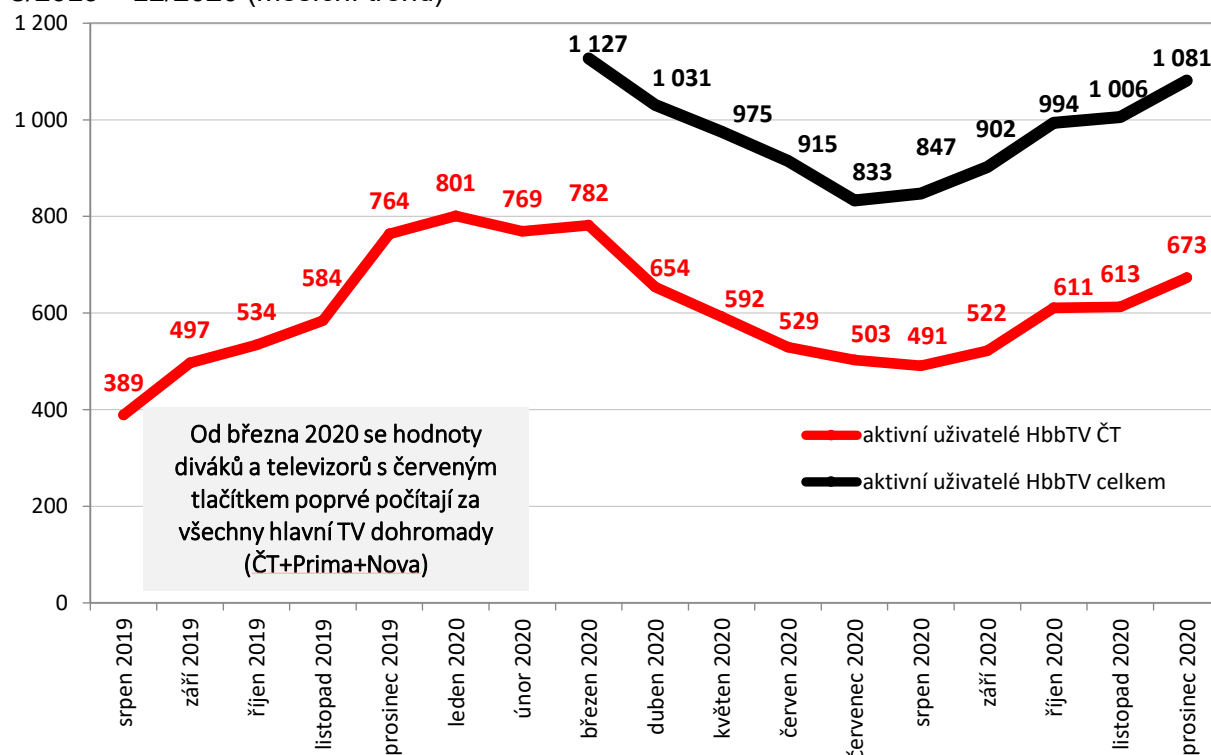
Nový vzdělávací web ČT edu zaznamenal raketový nárůst návštěvnosti v měsíci svého vzniku (duben 2020), kdy jeho tvůrci reagovali na aktuální situaci a připravili web k použití pro české žáky a studenty v rekordně krátkém čase. V měsíci dubnu si zde 277 tisíc uživatelů zobrazilo téměř 2,5 milionu stránek s videy. 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 milionu zobrazených stránek). Tvůrci tohoto portálu stále zvyšují počet umístěných videí (nyní je jich cca 8 tisíc). Rovněž nabízejí aktuální nové sekce (tematická videa k adventu, k svátku svatého Mikuláše a k Vánocům).

HbbTV

(Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere; PEM D)

Graf 10: HbbTV – unikátní metriky, v tisících

8/2019 – 12/2020 (měsíční trend)

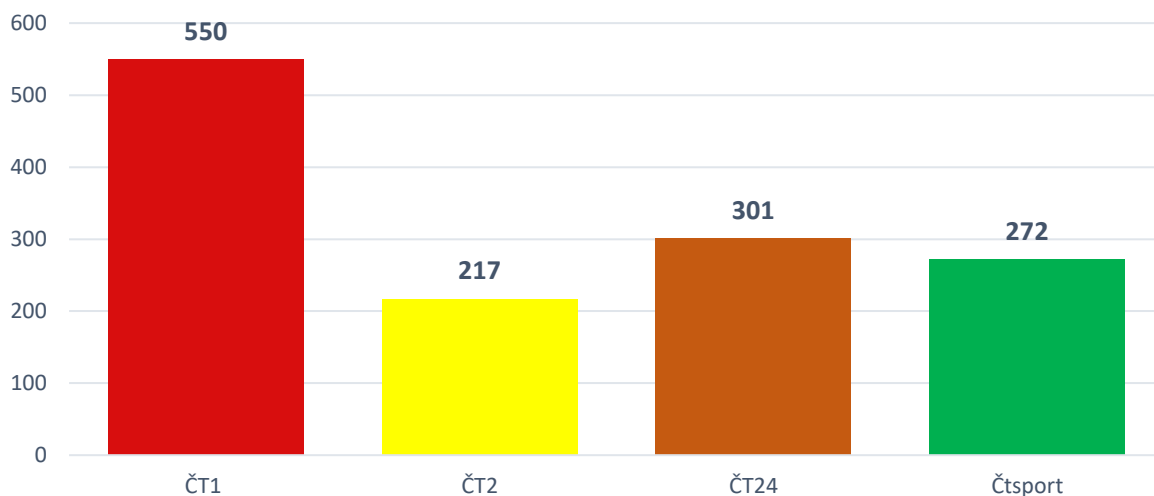


Na konci roku 2020 bylo v ČR přes milion televizorů s aktivním HbbTV (1 048 tisíc) a 1 081 tisíc aktivních uživatelů HbbTV (Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere; PEM D). Na HbbTV ČT v prosinci 2020 bylo celkem 673 tisíc aktivních uživatelů. Počet aktivních uživatelů dosáhl značné výše v jarních měsících letošního roku, kdy probíhala první vlna koronavirové krize a lidé trávili více času doma a ve zvýšené míře konzumovali náš obsah přes platformu HbbTV.

TELETEXT

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

Graf 10: Dosah Teletextů ČT – průměr z měsíců leden až prosinec 2020, v tisících, cílová skupina 4+



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

Od listopadu 2020 už u Teletextu neuvádíme podíl na trhu – Nova a Barrandov svůj Teletext ukončily, Prima tak učinila již dříve. Přestože většina uživatelů Teletextu stále využívá klasický televizní Teletext, nelze opomenout ani jeho prezentaci prostřednictvím dalších platforem. Je k dispozici v HbbTV, na webových stránkách a také přes mobily. V prostředí HbbTV představuje druhou nejužívanější aplikaci během roku 2020.

4 Produkty nových médií v ČT

4.1 Produkt „nové iVysílání“

4.1.1 Popis produktu

Úkolem projektu je vybudovat novou videoplatformu České televize, která nahradí již více než deset let zastaralou službu iVysílání a stránky pořadů (Pořady A-Z), navíc na všech distribučních platformách. Jde nejen o změnu produktovou, ale především o zásadní inovaci vnitřní architektury, technologií i designu celé platformy. Především v technologickém směru představuje nejvýraznější změnu v oblasti online aktivit ČT v duchu současných trendů.

Nové iVysílání bude kumulovat dostupné video napříč online produkty a vysílacími kanály a vyvažovat tím 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 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 vzápětí předkládány k akceptaci Řídícím výborem digitálních projektů. V roce 2020 byly akceptovány čtyři milníky (pátý zasahuje přes přelom let 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 jenž bude spuštěn dříve než samotná prezentační vrstva nového iVysílání. Ač jde z hlediska uživatele o téměř nepostřehnutelnou změnu, reprezentuje 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. Představuje stovky tisíc záznamů a desítky číselníků. Data jsou automaticky kontrolována a během jednotek sekund distribuována při jakékoliv změně na novou videoplatformu.
- **Nový videopřehrávač**, který nahradí současné řešení od externího dodavatele. Stěžejní bod interakce s uživatelem máme nově ve vlastních rukou. Nová verze velmi dobře řeší 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, vyrovná se s překlepy nebo se skloňováním 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 s použitím testování reálných uživatelů odhalili řadu chyb v použitelnosti, a díky tomu víme, že výsledný produkt je nyní navržen kvalitně a uživatelé jej dokážou 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 roce 2021. Znamená krok k vzájemné produktové standardizaci a jednotnosti.
- **Moje ČT** je systém jednotných uživatelských účtů, který byl od základu přepracován a bude postupně přijat všemi produkty. Umožní 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 v současnosti schopni, a stane se 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 jejich 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 se stal naprosto výjimečným nejen ve zpravodajství. Pro web ČT24 byl zároveň opravdu rekordní. Stále aktuální pandemická situace měla a má za následek zvýšený zájem o informace a v této sféře jsme si vedli díky práci redakce velice dobře. Byli jsme našim novým i vracejícím se uživatelům oporou a místem, kde dostávají přesně ty informace, které hledají.

Zároveň náš **speciál „Koronavirus“**, obsahující detailní přehled o dění souvisejícím s pandemií covid-19, zůstává stále nejsilnějším tahounem webu.

Speciál Koronavirus včetně online přenosu aktualit

Česká televize Zpravodajství Sport Vydávání TV program Pořady A-Z Pro děti Art edu Vše o ČT Hledaný text

CT24 **ŽIVĚ** Interlace poslanců na př...

KORONAVIRUS	DOMÁCÍ	SVĚT	REGIONY	EKONOMIKA	KULTURA	MÉDIA	VĚDA	POČASÍ	PODCASTY	ARCHIV 24	VIDEO	SPORT
Počet testů 3 437 505 + 29 034 k 16.12.	Potvrzené případy 602 404 + 8 235 k 16.12.	Hospitalizovaných 4 609	Uzdravených 522 649	Zemřelých 10 036	Data aktualizováno 16.12.2020 17:12:28 Zdroj: Ministerstvo zdravotnictví ČR, WHO							

Nový koronavirus

Vláda vyhradila miliardu na kulturu, poslance požádá o prodloužení nouzového stavu
NOVÝ VYDÁNÍ Před 6 hodinami

Vláda oznámila návrat do 4. stupně
Zdroj: ČT24

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

Slováci čekají Vánoce v bublině, v sobotu se zavřou obchody i služby

„Jste jako kulomet.“ Okamura, Pekarová Adamová a Pilný se přeli o rozpočtu

Věřím, že Dufek najde schopnost omluvit se za slova o restauracích, uvedl Středula

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-line přenos:

13:45 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 vyvinuté 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 vyzdvihovali coby zásadní úspěch. Mezi **řadovými Rusy** se však naděje, že očkování zvrátí průběh koronavirové krize, míjí s ostrážlivostí a skepsí odrážejícími obavy z toho, jak je vše urychleno.

Epidemiologickou situaci bude nově znázorňovat [index rizika PES](#).

Máte za sebou onemocnění covidem? [Darováním své krevní plazmy můžete zachránit životy](#)

Aktuální epidemiologická situace v České republice.

Usnesení vlády o [omezení pohybu od 18. prosince](#).

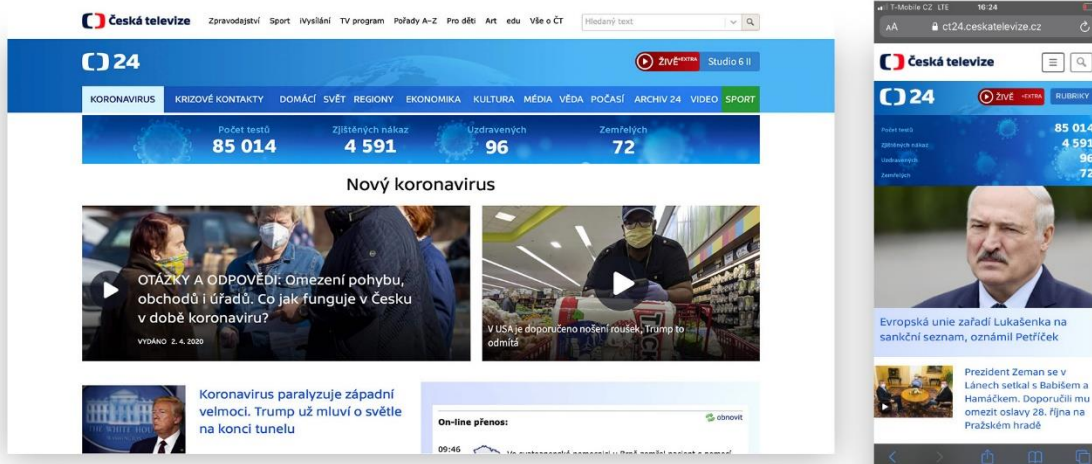
[Přehledný ROZCESTNÍK](#) k aktuálně platným opatřením v Česku, a to jak celoplošným, tak v jednotlivých regionech.

Státy celého světa průběžně upravují opatření a zákazy spojené s koronavirovou pandemií. Kde hledat aktuální informace pro jednotlivé země, ukazuje [přehledný ROZCESTNÍK](#).

Riziko nákazy lze snížit například správným mytím rukou či dezinfikováním. [Osm jednoduchých rad ZDE](#).

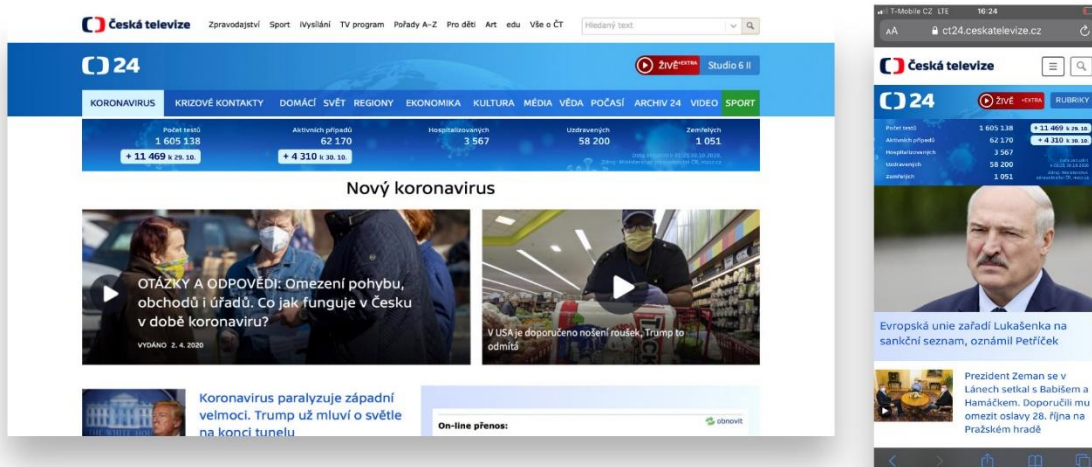
Ve spolupráci s redakcí jsme vytvořili jednoduché korona počítadlo, abychom hlavní informace o číslech s nákazou dokázali předkládat viditelněji.

První verze korona počítadla na desktopu a na mobilních zařízeních



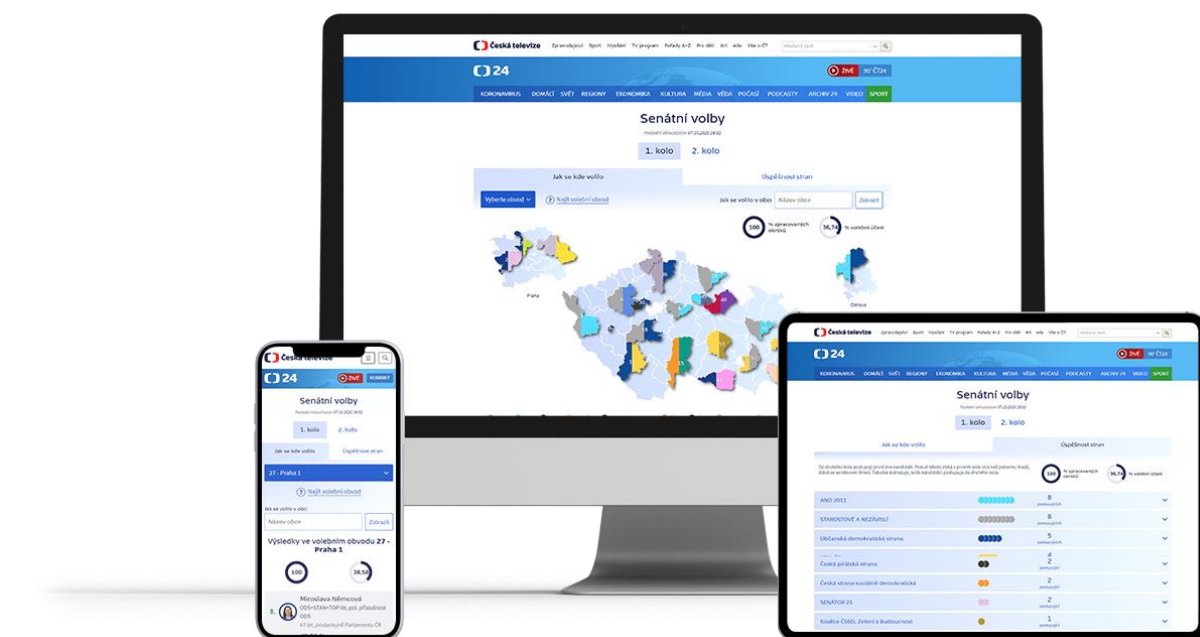
Druhá verze, lepší a propracovanější, byla spuštěna na podzim při druhé vlně. Zobrazujeme pouze ověřené a garantované počty, které získáváme od MZ ČR.

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



Abychom nezmiňovali pouze pandemickou situaci, rok 2020 přinesl i jiné významné události, které nesmějí na našem webu chybět. Jde především o senátní volby a volby amerického prezidenta.

Volby do Senátu PČR na ČT24.cz



4.2.3 Sportovní web ctsport.cz

Jak byl tento rok dynamický a výjimečný ve zpravodajství, stal se naprosto výjimečným i pro sport, leč v přesném opaku. Veškeré velké sportovní akce a události, které se těšily mimořádnému zájmu uživatelů, byly odloženy nebo úplně zrušeny. Konkrétně z těch největších jsme přišli o olympiádu v Tokiu, odloženou na rok 2021. V létě neproběhl fotbalový svátek v podobě Eura 2020. I fanoušci hokeje přišli o mistrovství světa v ledním hokeji. To zavinilo výrazný úbytek návštěvnosti našeho sportovního webu.

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

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

Tato situace ukázala další možnosti, jak si správně a efektivně počínat 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, jenž velmi progresivně roste. Dále připravujeme lepší práci s kontextovým doporučením podobného obsahu, lepší distribuci uživatelů napříč webem a jednodušší, přehlednější prezentování přitažlivých témat. Zaměřujeme se na poutání extra přenosů, chceme je působivěji zviditelnit. Cílem je udržet pozornost a zvednout návštěvnost našeho sportovního zpravodajství nezávisle na velkých událostech – konzistentně během celého roku.



4.2.4 Nové CMS pro zpravodajství

Naše nynější, velmi časově náročné poslání představuje nová administrace pro zpravodajské weby, která si zaslouží samostatné místo v této zprávě. Potřeba mít k ruce nástroj, který bude funkční na široké škále zařízení bez jakýchkoli limitů a zefektivní práci redaktorům, pro nás znamená zcela zásadní cíl.

Dosavadní stav několika rozhraní a různé kombinace distribuce obsahu směrem k uživatelům se ukázal jako dlouhodobě neudržitelný, neefektivní, navíc neskýtá možnost jakéhokoli dalšího rozvoje. Častější výpadky menšího i většího rázu jsou dány zastaralými technologiemi a zvyšujícími se nároky na taková prostředí. Pokud chceme dále držet krok, ba chceme-li i nadále růst, plnit naše poslání a držet naše zpravodajství v popředí, neexistuje jiná cesta.

V březnu 2020 se udála iniciace projektu, jehož úkolem je tento stav narovnat. Ulehčí a zefektivní vkládání a správu našeho obsahu, zjednoduší a zrychlí práci redaktorů a mimo jiné také technologicky naplní náročná kritéria vyhodnocování zobrazení našich webů v internetových vyhledávačích. Zároveň nám otevře cestu k dalšímu rozvoji. Poskytne rovněž

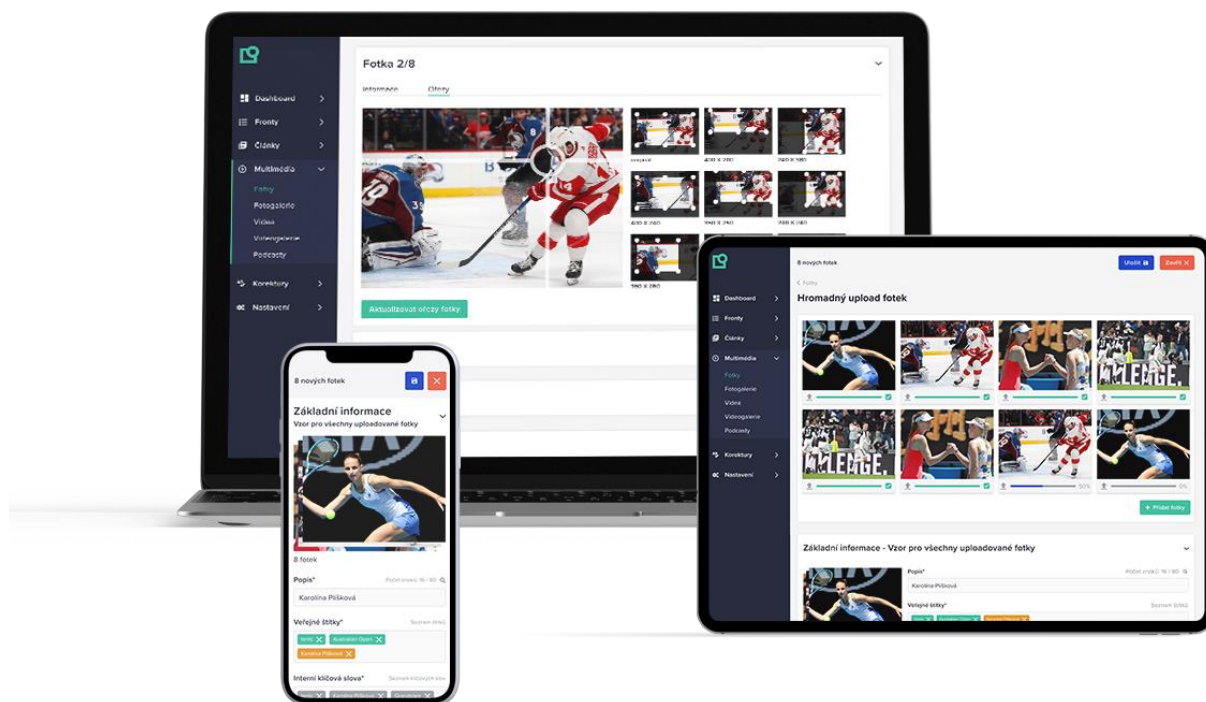
technické zázemí, nutně potřebné pro další, již viditelnou část distribuce obsahu směrem k uživatelům.

Postupovali jsme podle 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, jež redakce potřebuje ke své práci.

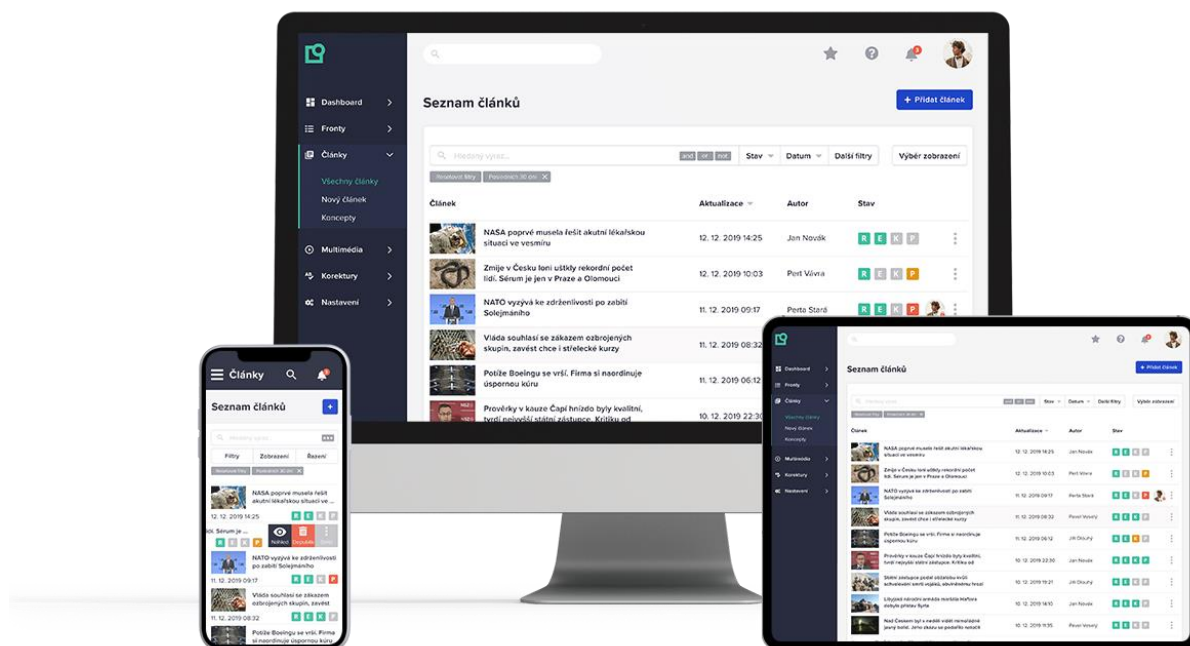
Zvažovali jsme i nákup již hotového řešení, ale vždy jsme se dostávali do situací, kde chyběly stěžejní funkce či bylo velmi nákladné splnit naše očekávání. Za tohoto stavu se ukázala jako levnější a efektivnější varianta vymyslet řešení vlastní – přesně v duchu našich potřeb.

V tomto roce proběhly dva zásadní milníky projektu, přičemž 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 komponenty k řešení 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 k přetížení konkrétních vybraných



CMS – výpisy článků

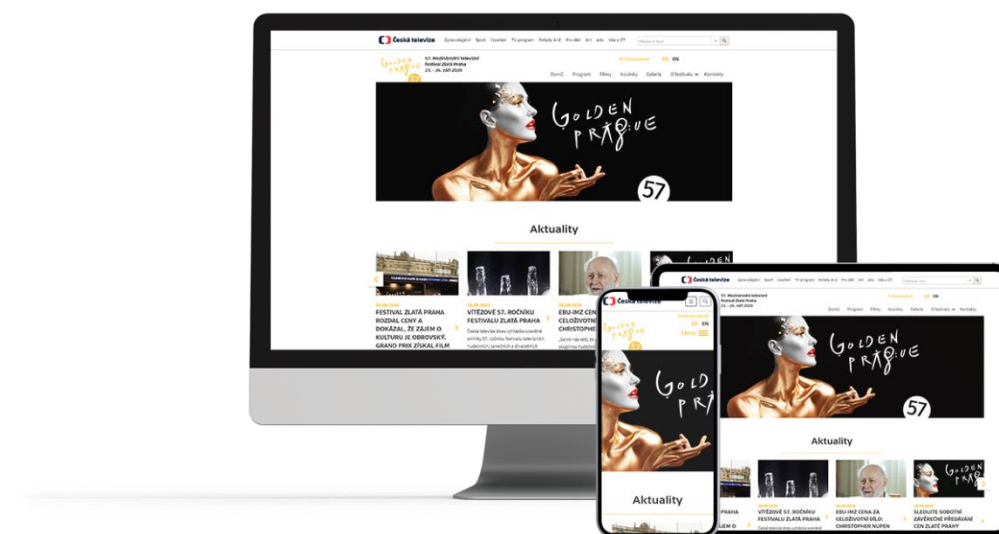


4.2.5 Zlatá Praha

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

V tomto roce jsme produkt výrazně rozvinuli hlavně funkcí automatické kontroly vložených soutěžních videí. Tato se již nemusí ručně spouštět a detailně kontrolovat. Algoritmus zkontroluje kvalitu, rozlišení, požadovaný formát a v případě nesrovnalostí zašle redaktorům e-mailem informaci o chybě. Z hlediska uživatelů 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 videy** doplňuje a rozšiřuje působnost jednotlivých pořadů, se stal nedílnou a vyhledávanou extenzí kanálu Děčko. Samostatnými projekty konzistentně buduje platformu, jež

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

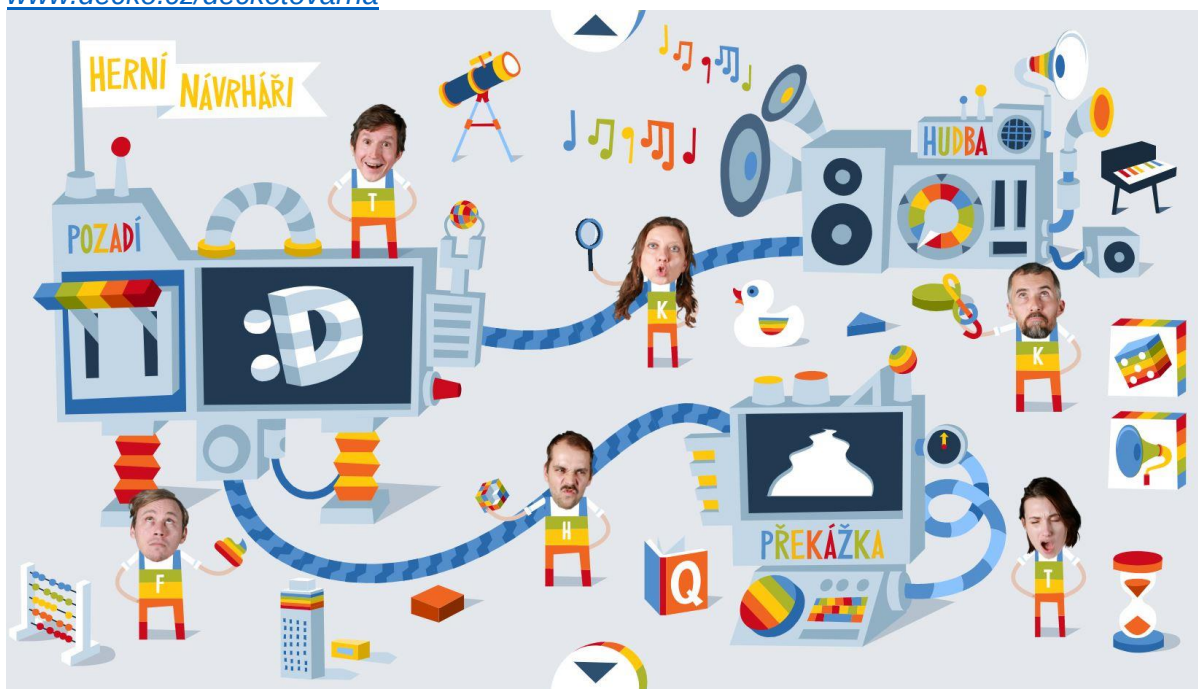
Dalším projektem je **Prázdninová rodinná hra**, každoroční multiplatformní letní aktivita pro rodiny s dětmi. Projekt propojuje webovou hru, výlety do přírody, návštěvy památek a měst i televizní vysílání. Na pozadí příběhu záchrany oblíbeného Děčkového světa se děti naučí mnoho o tématu daného roku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

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

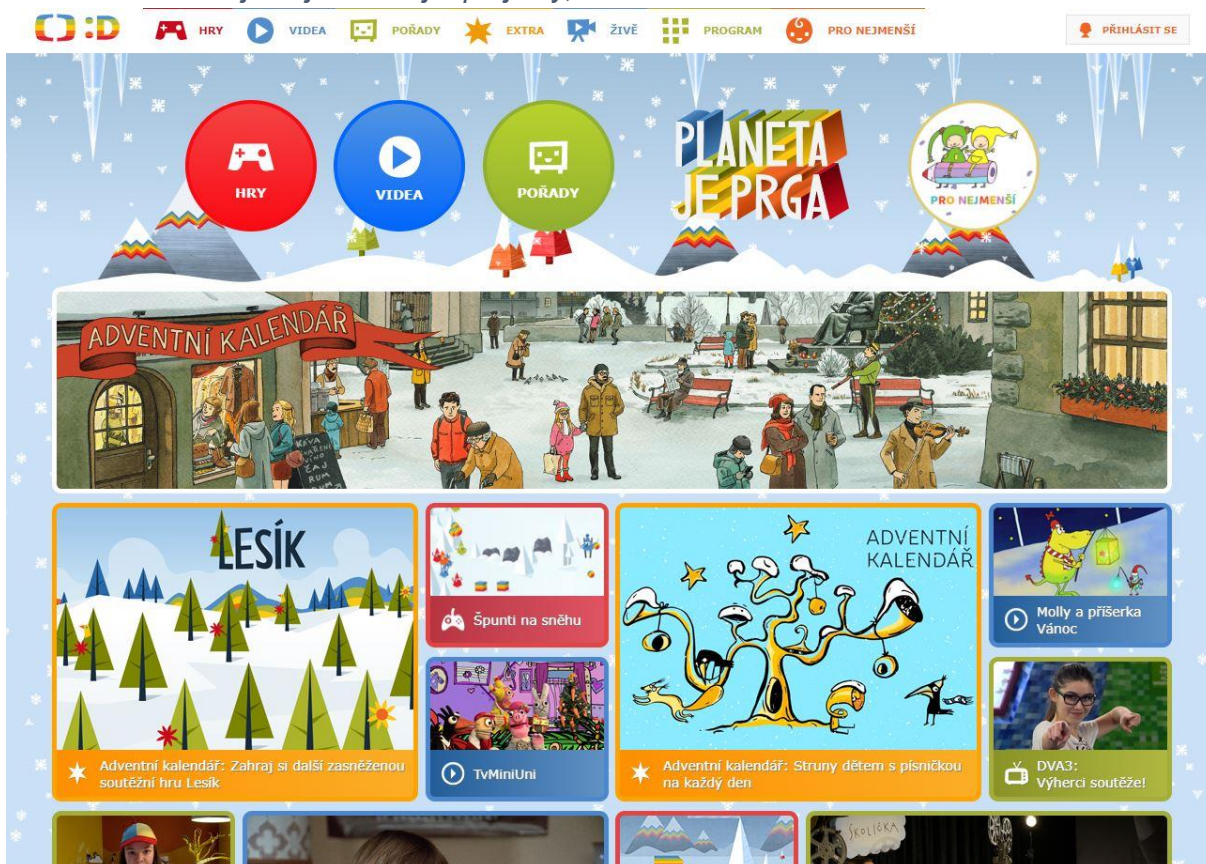
V roce 2020 zaznamenal **web Děčka** meziroční nárůst návštěvnosti uživatelů o 39 % (13,1 milionu návštěv oproti 9,4 milionu v roce 2019). Zvýšila se také kvalita návštěv – doba strávená průměrně na webu Děčka činí 20 minut (o téměř 25 % více než minulý rok). V roce 2020 navštívilo web Děčka průměrně 285 tisíc uživatelů každý měsíc. Míra loajality návštěvníků přesáhla 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 Nenudím se doma, ve druhé vlně také web Děčko vzdělává (decko.cz/decko-vzdelava).

- Nejnavštěvovanější stránkou webu zůstává rozcestník **Hry**: www.decko.cz/hry (13,1 mil. zobrazených stránek), na druhém místě figuruje stránka **rozcestníku videí** www.decko.cz/video (8,9 mil.) a na třetím sama **homepage**: www.decko.cz (7,6 mil.).
- Nejfrekventovanější hrou roku 2020 byl oblíbený multiplayer **AZ kvíz junior** (www.decko.cz/az-kviz-junior/az-kviz-junior, 813 tisíc spuštění), dále hra **Kutej, špunte** (www.decko.cz/hry/kutej-spunte, 654 tisíc spuštění) a hra **Zvěřinec** k pořadu **Terčín zvířecí svět** (<https://decko.cz/tercin-zvireci-svet/zverinec>, 640 tisíc spuštění).

Děckotovárna – 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 12. 3. 2020 v reakci na zavření škol kvůli krizi covid-19 spuštěna speciální stránka, nazvaná **Nenudím se doma** (<https://decko.ceskatelevize.cz/nenudim-se-doma>). Stránka pro dobu své aktivní existence generovala přes půl milionu 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 také 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 také značí **počet výletů**, které přes léto podnikly, z toho téměř **60 tisíc** výletů mířilo ke keškám v přírodě. Rodiny vybíraly z více než 300 míst 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 Dědkem použilo přes **60 tisíc uživatelů**.

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

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



- **Adventní kalendář**

Divácky oblíbený virtuální adventní kalendář, který již podesáté 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 neočekávanější svátky roku.

Kalendář navštěvují nejen děti, ale ve výuce jej 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,
- návštěvníci odeslali téměř **200 000** virtuálních pohlednic,
- celkem byl kalendář navštíven ze **130** zemí,
- **země, ze kterých nás lidé (zejména krajané) 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, jež děti seznamují se základy počítačové gramotnosti.

4.3.3 Webový portál (ctart.cz)



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

Portál se výrazně profiluje také na sociálních sítích, kde upozorňuje nejen na svůj obsah, ale také na významné kulturní pořady a počiny ČT. Web přirozeně reflektuje nabídku kanálu ČT art a zprostředkovává ji formou, na niž si aktivní zájemci o umění, případně umělečtí insideri již zvykli.

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** zůstává nejspíše jediným takto kulturně široce rozkročeným webem v současné tuzemské internetové nabídce, který o dané tematicke nejen referuje, nýbrž ji také názorově reflektuje. Na webu jsou zpravidla dvakrát denně publikovány recenze, aktuality, anotace, rozhovory a eseje o umění a kultuře.

Nedílnou součástí nabídky představují anotace programů na kanále ČT art. Stále častěji se na webu objevují **streamy kulturních akcí** nebo jejich záznamy, jež přitom nejsou v programové nabídce programu ČT art, lze je tedy 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), jenž nabídl řadu alternativních možností, jak konzumovat kulturní počiny on-line.

V roce 2020 měl web ctart.cz návštěvnost **téměř 2 miliony zobrazených stránek**, přes **890 tisíc návštěv** a průměrně ho každý měsíc navštívilo cca **50 tisíc uživatelů**. Návštěvnost vzrostla meziročně o 237 % (897 tisíc vs. 266 tisíc). Vysoký nárůst je daný zčásti rostoucím povědomím o webu v cílové skupině, užším propojením s kanálem 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 CT art website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Česká televize', 'Zpravodajství', 'Sport', 'Mylání', 'TV program', 'Přehled A-Z', 'Pro děti', 'Vše o CT'. The main header features the 'CT art' logo and a 'PROGRAM CT ART' link. The central section is titled 'ČESKÁ TLESKÁ' and contains two video thumbnails. Below this, there are links for 'FACEBOOK' and 'INSTAGRAM'. A 'TV TIP' section highlights 'NAVNÍ DIVADLO'. The 'GALERIE BEZ DIVÁKŮ' section features 'GLOS: PREZIDENT REPUBLIKY BY BYL S TAKOVOUHLE SATIROU SPOKOJEN'. The 'SLABIKÁŘ VIZUÁLNÍ KULTURY' section includes 'JAKO JESKYNĚ'. A 'NEJČTENĚJŠÍ' section lists several articles like 'ČESKÁ TLESKÁ', 'GENTLEMANSTVÍ ODSUD POTUD. SERIÁL HRA Z ANGLIE UKAZUJE POČÁTKY PROFESIONALIZACE VE FOTBALE', 'PŘIBLÍŽIL JSEM SE TAJEMSTVÍ PODOČASTOVA SERIE POHRESOVANA OTEVŘELA PROJEKT AUDIONAUT', and 'V ČEBU JSOU ODVAŽNÍ NECHALI VYPLOUT ODYSSEA NA PREMIEROVU PLAVBU'. The 'OHLEDNUTÍ: ALTERNATIVNÍ PRAŽSKÉ JARO DEMONSTROVALO POTREBU HUDBY A RADOST Z NI' and 'DIKY ČEMU JSOU K HRAM ZANRU BATTLE ROYALE PRITAHOVÁNY STAMILIONY LIDI' are also visible. 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 sebou,
proniknout slepou asfaltovou,
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 podle témat a stupňů vzdělání. Učitelé a ostatní průvodci vzděláváním mají k dispozici videa a pracovní listy, jež mohou okamžitě začlenit do prezenční, případně distanční formy výuky.

Obsah ČT edu vzniká v gesci divize Korporátní vztahy, komunikace a obchod. Zde se primárně věnujeme designové a vývojové stránce produktu.

Aktuální stav produktu

Primární cílovou skupinou jsou učitelé, v časech distanční výuky cílíme zároveň i na rodiče, kteří často plní roli průvodců vzděláváním. 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.

Ke konci roku 2020 bylo online cca 5 000 videí, přičemž při zahájení provozu bylo množství zhruba poloviční. Nejvíce navštěvovanou oblastí je I. stupeň základní školy, následuje II. stupeň, předškolní vzdělávání a poslední je střední škola. Nejnavštěvovanějšími předměty jsou český jazyk 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) a cizí jazyk pro I. stupeň (45 209 zobrazení).

Co se týká vývojových aktivit, rok 2020 byl rokem celkového rozvoje produktu. Web disponuje rozsáhlým samostatným administrativním prostředím, kde řešeršisté a didaktické vybírají videa, přidávají metadata, vznikají zde anotace, klíčová slova atd. Zde vlastně vzniká obsah webu s cílem, aby jej učitelé našli ve správných kategoriích, se stopážemi a s dalšími informacemi, které jim pomohou se zorientovat.

K 1. lednu 2021 jsme ukončili rozvojovou fázi produktu a v dalším roce se soustředíme 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 zastaralá, uživatelsky nepřehledná, neumožňuje rychlou aktualizaci, změny ve struktuře a zavádění moderních funkcí. V příštím roce je cílem provést celkovou revizi struktury a informací, které se v této části komplexního systému webu nacházejí. Cílem je všem zájemcům dodat relevantní informace, naplnit jejich uživatelské potřeby a zmodernizovat online prostor, v němž může Česká televize komunikovat konkrétní sdělení.

4.4.3 Web Televizních poplatků

Současný web Televizních poplatků nesplňuje požadavky ČT na moderní a komfortní způsob placení televizních poplatků.

V prosinci 2020 dokončujeme uživatelské testování a design uživatelského rozhraní. Pracujeme na grafickém návrhu, který by měl přispět k uživatelsky komfortnějšímu využívání tohoto produktu.

4.4.4 E-shop České televize

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

4.5 HbbTV, televizní platformy a mobilní aplikace

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 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 reprezentují další platformu 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. Jde o tři aplikace: iVysílání, ČT24 a ČT sport. Pro systém iOS podporujeme verze 13 a 14. Pro systém Android podporujeme verzi 7 a vyšší.

Také 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 rok 2022 a následující léta je využít tyto další platformy pro šíření obsahu klíčové aplikace iVysílání na následujících operačních systémech: Android TV (Google TV), Apple TV (tvOS), Samsung Tizen, LG WebOS a Panasonic My Home Screen.

Celkově lze říci, že zatímco HbbTV aplikace figurují na vysoké úrovni uživatelského komfortu, mobilní aplikace – zejména iVysílání, ČT24 a ČT sport – získaly od uživatelů nízké hodnocení ve srovnání s nabídkou jiných poskytovatelů. Budeme se tedy soustředit na jejich zlepšení. Smart TV aplikace zatím v nabídce ČT zcela chybí, cílem je tento deficit odstranit během roku 2022.

Oddělení zajišťuje rovněž provoz a technický rozvoj služby **Teletext**, jejíž obsahová stránka byla k 1. 1. 2021 předána do divize Zpravodajství a sport.

4.5.2 HbbTV aplikace Peče celá země, podpora úspěšného TV pořadu

Aplikace byla v provozu od ledna do konce března 2020. Šlo o mimořádně úspěšný projekt. Během tří měsíců jsme registrovali téměř 2 miliony 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 díky tomu lépe umožnili její přímé spuštění.



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

Druhá část aplikace obsahovala 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 roku 2020 k dispozici nová verze iVysílání :D. Navazuje na dříve inovovanou aplikaci „dospělého“ iVysílání.



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

Přehlednější se stala nabídka bonusových videí a souvisejících pořadů.

Přibýlo 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.

Novinku představuje 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 prostřednictvím modrého tlačítka.



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



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 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, mimo jiné aktuální formu u nejbližších zápasů, rozpis všech 52 kol, v datech ke každému zápasu jsou online data o střelcích branek, vyloučeních, rozestavení konkrétních pětiek a řada dílčích dat o využitých přesilovkách, gólech v oslabení, bloky, hity, úspěšnost vyhraných buly atd.



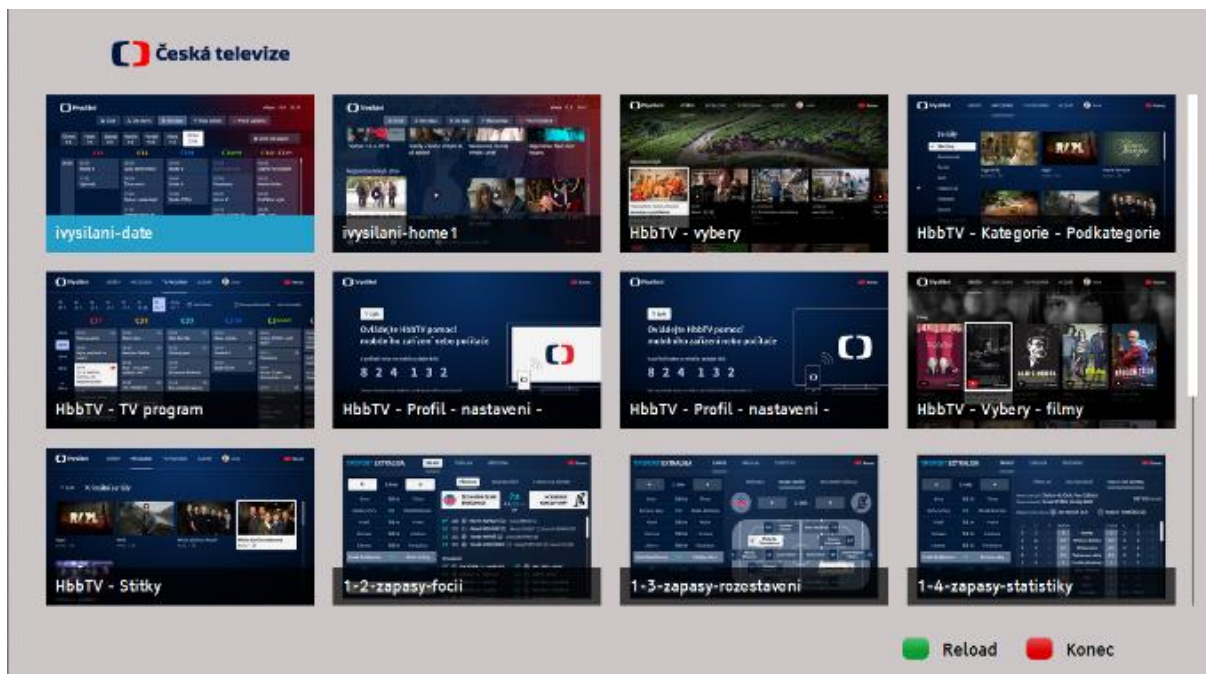
Dále aplikace zahrnuje data o soutěži jako celku, např. tabulku, kompletní klubové soupisky, kanadské bodování, pořadí střelců a nahrávačů a umístění v Radegast indexu. U brankářů uživatel najde statistiky procentuální úspěšnosti a průměru inkasovaných gólů.



Aplikace přináší podrobné informace o každém hráči, jeho datum narození, věk, post, výšku, váhu, 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 utkání.

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 se stal 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 fotografií.



Na konci roku jsme vyhodnotili testovací aplikaci s názvem Test HbbTV 2.0. Celý test proběhl na cca 120 tisících televizorů. Díky získaným poznatkům lépe posuzujeme, které nové funkcionality můžeme v budoucnu využít.

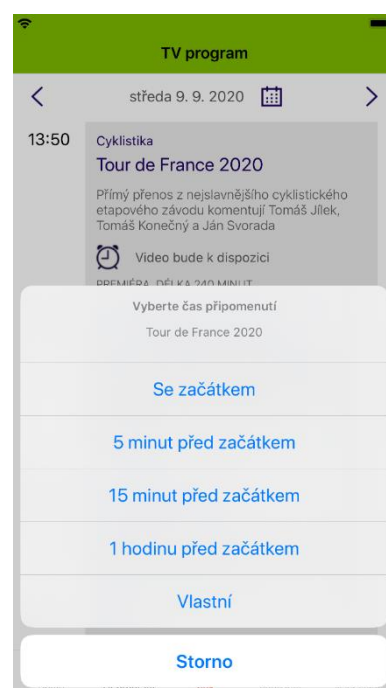
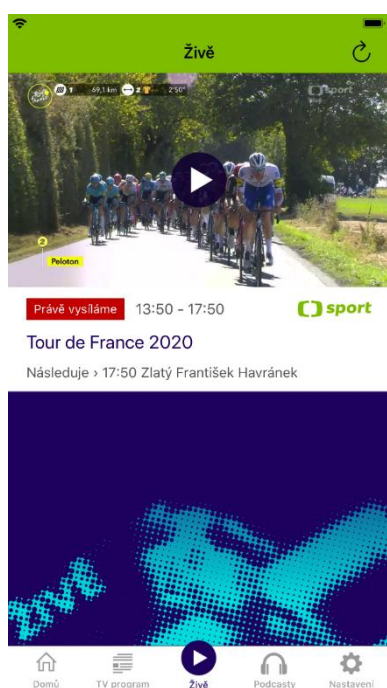


4.5.9 Zásadně inovovaná mobilní aplikace ČT sport

Uživatelům přináší množství novinek:

- K dispozici je 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.

Uvedené inovace bohužel nezvýšily uživatelské hodnocení mobilní aplikace. Předmětem kritiky uživatelů je stále stabilita a spolehlivost přehrávače videí. Zde přinese řešení až nová videoplatforma a její zcela nové mobilní aplikace.



4.6 Podpora systémů a obsah nových médií

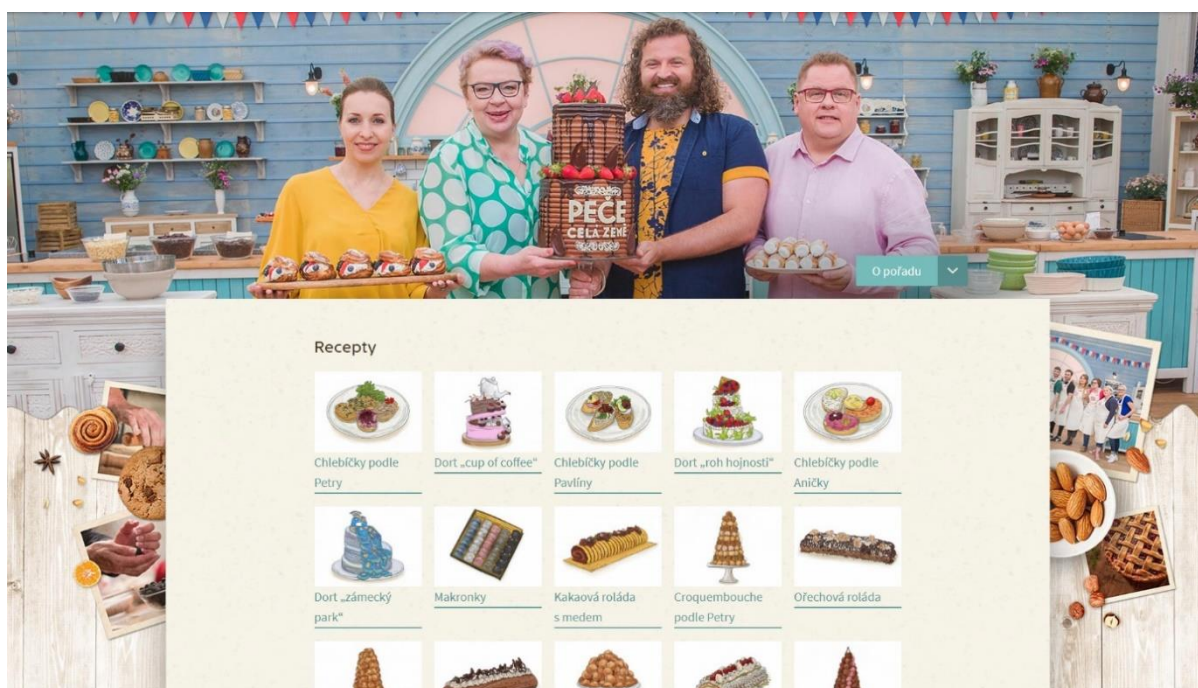
Oddělení zajišťuje provoz stávající služby iVysílání a stránek pořadů, včetně tvorby doplňujícího obsahu (např. rozhovorů, backstage videí, filmů o filmu a kontextového obsahu), ale i korporátních stránek Vše o ČT. Dále zajišťuje technické odbavení exkluzivních přenosů na stránkách České televize – zejména 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 například v prosinci viděli první epizodu pořadu **Kabinet 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 série **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 vyhledávacích. 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 pouštějí, zastavují je a nechávají děti hádat, zda 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 na téma, jak se chovat nejen v manželství.

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



skrze jednotlivé soutěžící nebo disciplíny. Prostřednictvím řady backstageových videí si divák mohl udělat představu o tom, jak probíhaly castingy, jak se stavěl soutěžní stan a připravovaly se soutěžní prostory, i jak to vypadalo za kamerami. Dostupné bylo nesčetné 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 stala se nejúspěšnější podstránkou celého webu.

Rady porotců, tipy a triky znamenaly pro řadu cukrářů neocenitelnou pomoc. 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 web průběžně rovněž nabízel k nahlédnutí. V experimentálním podcastu mohli diváci péci i v reálném čase přímo s porotci. Odměnou jim byla opět řada rad a zkušeností. Také si mohli vyzkoušet další recepty od porotců, jež 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, diváci se tudíž mohli dozvědět více např. o tvrdohlavosti, hrdinství nebo o kráse. Zároveň mu mohli taktéž poslat dotaz do jeho webové poradny.

Web rozšiřoval kontext též u pořadu **Zrádci** (<https://www.ceskatelevize.cz/zradci>), kdy nabídl rozhovory s herci na téma drogy, ale i u pořadu **Stockholmský syndrom** (<https://www.ceskatelevize.cz/porady/11854070007-stockholmsky-syndrom/>), u kterého šlo navázat rozhovory s psycholožkou i s kriminalistou na téma obchod s lidmi či o stockholmském syndromu a o jeho důsledcích.

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

Díky filmu o filmu mohli diváci vidět, jak se natáčel filmový příběh o Jiřině 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.

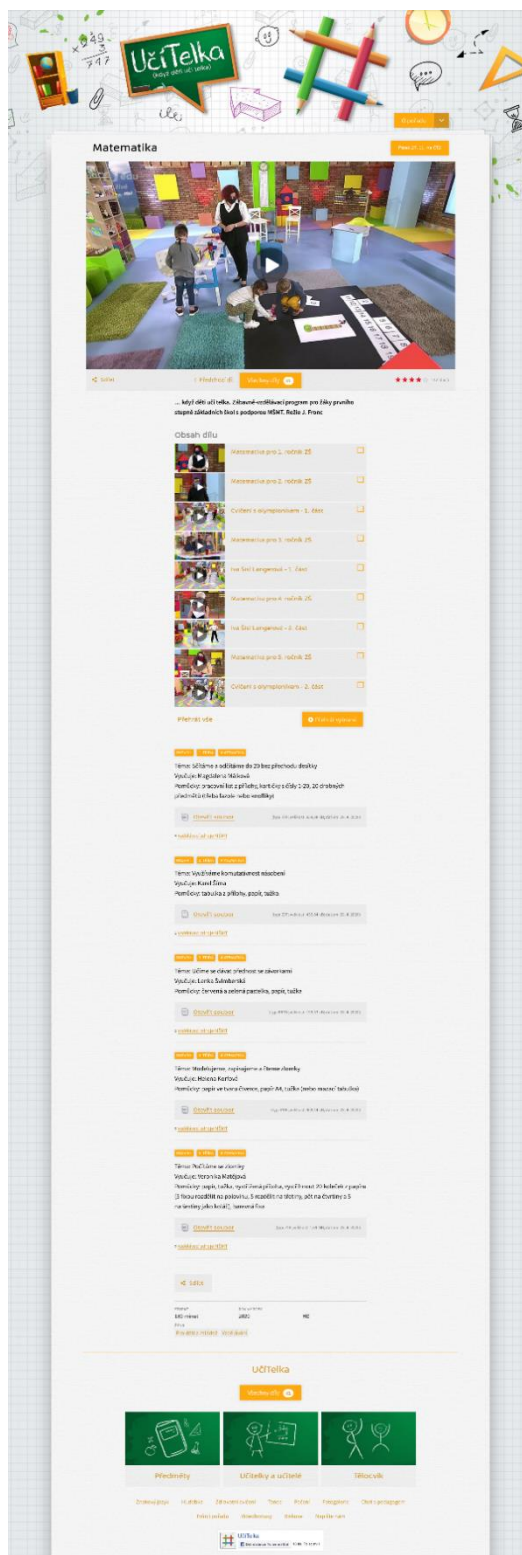
U pořadu **Anatomie zrady** (<https://www.ceskatelevize.cz/anatomiezrady>) našli diváci informace o osudech hlavních postav.

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 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 děj a postup hrou, každý díky tomu prožije svou vlastní verzi příběhu. V této hře mohou diváci strávit další čas s jejich oblíbenými postavami a fiktivní hrdinové ožívají i mimo televizní obrazovku. Nový případ vzniká vždy k novému seriálu, jenž je programovou prioritou ČT. Během letošního roku si hru pustilo přes 94 tisíc unikátních uživatelů během 145 tisíc návštěv.



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, např. Samotáři, Po strništi bos, Šťěstí, 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 **UčíTelka** (<https://www.ceskatelevize.cz/ucitelka>). Stránka pořadu účinkovala jako prostor pro vše, co se do pořadu nevešlo. Každý den probíhala aktualizace 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 UčíTelky 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 na 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/nemocnicevprvnilinii>)

Redakce rozběhla také webový TV program nového kanálu ČT3 a pravidelně zpřístupňovala divákům i vysílání pořady tohoto nového programu, včetně **Života na třetí** (<https://www.ceskatelevize.cz/zivotnatreti>), který musel být v zájmu rychlého 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 se musí zabývat Alzheimerovou nemocí. 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 sezony 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 šlo o pořady **Božena**, **Zločiny Velké Prahy** nebo **Boží mlýny**.

V prosinci roku 2020 jsme připravovali zejména vánoční rozcestník (<https://www.ceskatelevize.cz/vanoce>) a webové stránky nové minisérie **Božena** (<https://www.ceskatelevize.cz/bozena>).

Na stránce pořadu vznikl rozcestník, který nabídl vše, co k tomuto pořadu v ČT vzniklo od Děčka přes edu po ČT24. Nabídl i sérii dvaceti videí, připravených společně se scenáristkami a historiky, ve kterých jsme rozváděli témata ze života spisovatelky – od vztahu s babičkou po vztah Boženy a jejích dětí.

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 nezhálel.

Celkem web 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 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**. Zajistili jsme rovněž streaming pořadu **UčíTelka** ve verzi s tlumočením do českého znakového jazyka, kterou jsme poté také umisťovali na web, nebo mimořádného večerníčku **Pastýřka a komínček**.

Zajímá vás, co filmový příběh nastínil, ale nedovyprávěl? Pusťte si videa s komentáři scenáristek i odborníků a ponořte se do fascinujícího světa první velké české spisovatelky.

Jak to bylo



Proč v minisérii nevystupuje babička?

07:56

Věděli jste, že Barbořina matka pracovala jako dělnice v muniční továrně?



Jak vypadalo Barbořino mládí?

06:14

Věděli jste, že mladou Barboru oblétovali chlapi a chovala se koketně?



Kým byl úředník Josef Němec?

09:34

Věděli jste, že si Josef vzal do boje Slovesnost Josefa Jungmanna?



Jaké povinnosti měly manželky?

09:50

Věděli jste, že když se Josef přišel představit Barboře, hrála si s panenkou?



Kdo si mohl dovolit nekonvenční postoje?

07:09

Věděli jste, že si Magdalena Dobromila Rettigová více cenila svých básní, než kuchařek?