

HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE

2022

Zpracovala: Renata Týmová, vedoucí útvaru Výzkum a analýzy ČT

Předkládá: Petr Dvořák, generální ředitel ČT

Motto

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

Kodex České televize, čl. 1 odst. 1.3

OBSAH

ÚVOD	4
A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ (RQI)	
Celek ČT	13
Kanály ČT	18
Žánry	35
B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ	
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie	41
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání	69
CÍL 3 – Podpora kultury	75
CÍL 4 – Podpora sportu	90
CÍL 5 – Prezentace regionů České republiky, Evropy a světa	100
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	112
C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	147
Dětští diváci	152
Náboženské skupiny, národnostní/etnické menšiny, hendikepovaní a LGBT	156
PŘÍLOHY	161

POZADÍ, HISTORIE A PŘÍNOSY PROJEKTU

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

EVALUACE METODIKY

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

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

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

Tato zpráva hodnotí ČT ze tří úhlů:

I. Vývoj základních ukazatelů RQI

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

II. Plnění obecných cílů

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

III. Vysílání pro specifické divácké skupiny

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

TYPY INDIKÁTORŮ A DAT

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

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

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

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

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

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

- **Databáze odvysílaných pořadů PROVYS**

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

PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ 1/2

I. INTERNÍ ZDROJE DAT

• Denní kontinuální výzkum ČT (DKV) ¹	panel 1 000 respondentů, celkem 1 535 165 hodnocení pořadů za rok 2022
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	93 663 pořadů za rok 2022 *
• On-line tracking ČT (OLT)	6 071 respondentů za rok 2022

II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ ²

• ATO - Nielsen	- Elektronické měření sledovanosti (peoplemetry), PEM-D - měření videoobsahu	Panel 1 870 domácností
	- Výzkum pro nastavení deduplikace ³	5 026 respondentů v roce 2022
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum ⁴	min. 1 000 respondentů/vlnu
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	41 641 příspěvků za rok 2022
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu	25 775 příspěvků za rok 2022
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok 2022

PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ 2/2

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

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. (ZČU v Plzni) • Mgr. Karel Svoboda, Ph.D. (FSV UK v Praze) | - | Expertní posouzení zpravodajství ČT:
Válka na Ukrajině – živé vstupy v pořadu Události ČT ⁵ |
| <ul style="list-style-type: none"> • Ing. Pavel Herot, Ph.D. (Media Tenor) • Mgr. Věra Bartalosová, Ph.D. (Media Tenor) • PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D. (FSV UK v Praze) | - | Expertní posouzení zpravodajství:
Analýza inflačních tlaků ve zpravodajství |
| <ul style="list-style-type: none"> • NMS Market Research | - | Vyhodnocení dat z On-line trackingu ČT |

III. DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE DAT

- | | | | |
|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • NetMonitor | - | Výzkum návštěvnosti internetu v České republice zadávaný sdružením SPIR ⁶ | |
| <ul style="list-style-type: none"> • University of Oxford, Reuters Institute | - | Digital News Report 2022 | Minimálně 2 000 respondentů za každý prezentovaný stát |
| <ul style="list-style-type: none"> • emplifi.io (dříve socialbakers.com) | - | Nástroj pro analýzu profilů ČT na sociálních sítích Facebook, Twitter a Instagram | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Google Analytics | - | Nástroj pro měření návštěvnosti internetových stránek a využívání mobilních aplikací | |

OBECNÉ METODOLOGICKÉ POZNÁMKY

- Pokud není u grafů uvedeno jinak, tak průměrným týdenním zásahem (reachem) je myšlen počet diváků v populaci 15+, kteří daný týden sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut. Zdrojem dat je elektronický výzkum sledovanosti ATO - Nielsen (dříve též ATO - Nielsen Admosphere nebo ATO - Mediaresearch). Zásah je uváděn v procentech diváků.
- Podíl na publiku (share) je průměrem za příslušné období, založeným na vteřinových datech sledovanosti.
- Zdrojem diváckého hodnocení pořadů podle kritérií spokojenosti, vnímané originality a míry zaujetí je denní kontinuální výzkum – DKV ČT. Výzkum probíhá na cílové skupině diváků ve věku 15+.
- V přehledových tabulkách v části A. Vývoj hlavních ukazatelů – RQI a v tabulce Zásah vysílání a souhlas s výroky v jednotlivých cílových skupinách v části C – Míra uspokojování potřeb různých diváckých skupin uvádíme vedle hodnoty indikátoru za rok 2022 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2021 a průměr hodnot indikátoru z let 2016-2020. Stejně časové členění je použito také ve většině přehledových grafů.
- Výstupy z trackingu ČT jsou reprezentativní pro televizní populaci 18+.
- V grafech označených symbolem **K** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny koeficienty daných indikátorů na stupnici 0-100 %. Koeficient je vypočítán z průměru odpovědí na škále 1: rozhodně souhlasím až 4: rozhodně nesouhlasím.
- V grafech označených symbolem **S** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny prosté součty podílů odpovědí 1: rozhodně souhlasím + 2: spíše souhlasím, tzv. TOP2BOX.

HLAVNÍ PŘEHLED ZA ROK 2022

Zdroje: ATO – Nielsen*, Tracking ČT **

73 %

*

obyvatel ČR je každý týden
zasaženo vysíláním ČT.

68 %

**

obyvatel ČR si myslí,
že je ČT důvěryhodná.

72 %

**

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

66 %

**

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

74 %

**

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

70 %

**

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

71 %

**

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

56 %

**

obyvatel ČR si myslí, že je ČT
inovativní.

* Populace 15+

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

A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ – RQI

ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY RQI

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

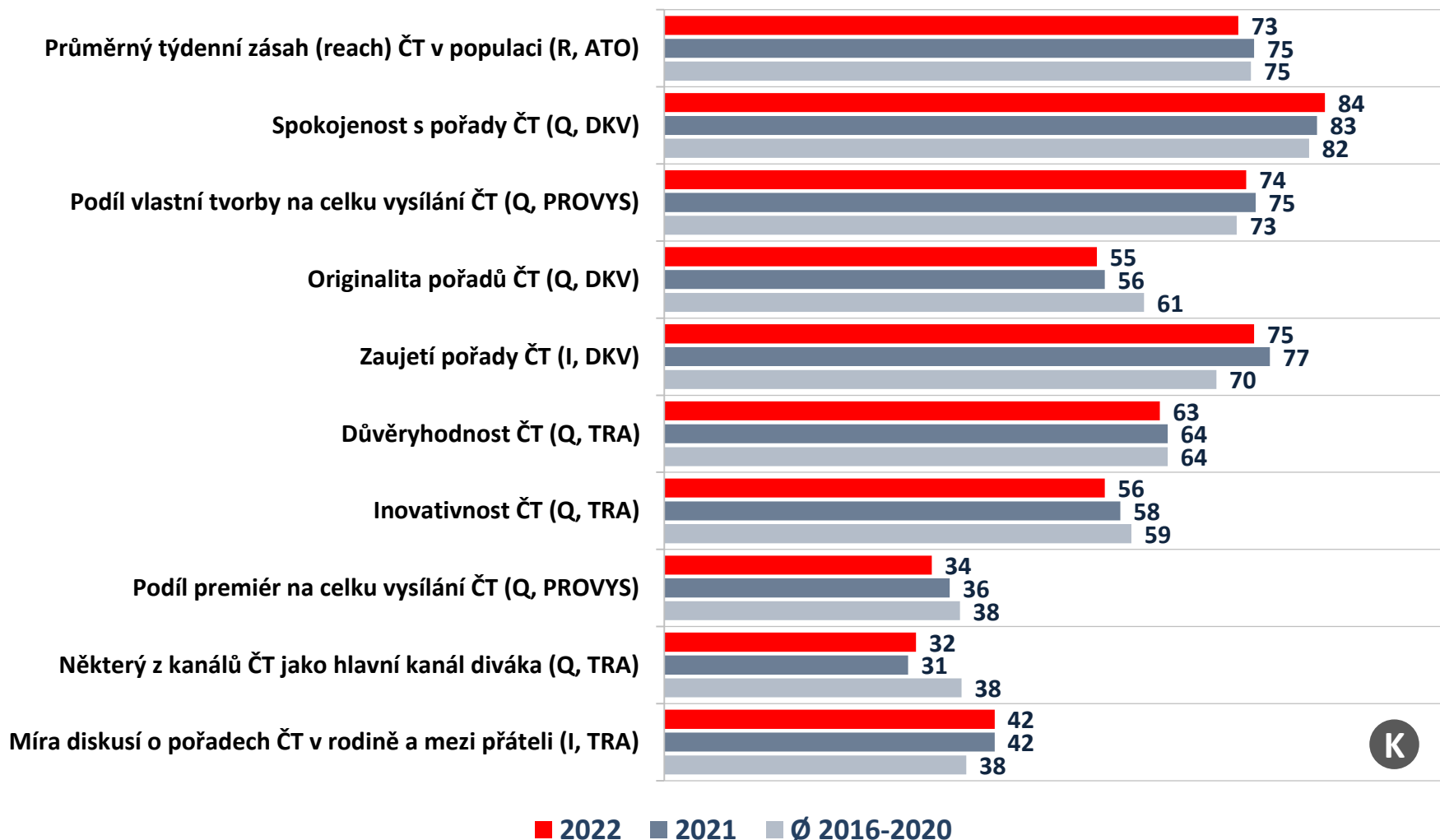
Hodnoty jednotlivých veličin jsou určovány prostřednictvím měření jim příslušných indikátorů.
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele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

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

RQI – CELEK ČT

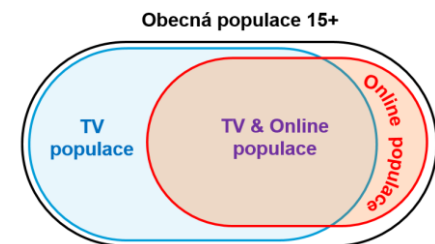
INDIKÁTORY ZÁSAHU (R), KVALITY (Q) A DOPADU (I) PRO ČT JAKO CELEK

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



2022: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ON-LINE OBSAHEM *

Zdroje: ATO – Nielsen, NetMonitor, TV populace



	Průměrný týdenní zásah TV vysíláním ČT (ATO)		Průměrný týdenní zásah on-line obsahem ČT (NetMonitor)		Relativní navýšení zásahu TV vysíláním ČT díky on-line obsahu ČT
	podíl	počet v tis.	podíl	počet v tis.	
Populace 15+	73 %	6 133	13 %	1 136	3 %
Muži 15+	71 %	2 907	14 %	581	3 %
Ženy 15+	74 %	3 226	12 %	555	2 %
15-24 let	32 %	292	13 %	127	16 %
25-34 let	47 %	516	17 %	209	11 %
35-44 let	70 %	1 027	19 %	279	3 %
45-54 let	79 %	1 243	14 %	229	1 %
55 a více let	90 %	3 055	9 %	292	0 %
Základní 25+	72 %	450	4 %	28	1 %
SŠ bez maturity 25+	80 %	2 126	9 %	236	1 %
SŠ s maturitou 25+	77 %	2 018	14 %	359	1 %
VŠ 25+	78 %	1 247	22 %	386	5 %

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize za rok 2022 činil 73 %**, meziročně tak došlo k poklesu o 2 procentní body (dále p. b.). Nižší zásah souvisí s meziročním poklesem celkového počtu diváků u TV o 10 %, a to v souvislosti s ukončením protiepidemických opatření. **Zásah České televize je i tak dlouhodobě vyšší, než si pro své vysílání stanovila britská BBC (70 %).**
- V souladu s metodikou britské BBC předkládáme již třetím rokem také **celkový průměrný týdenní zásah České televize televizním vysíláním a on-line obsahem**. Průměrný týdenní zásah on-line obsahem ČT dosáhl v minulém roce 13 %, což představuje 1,136 milionu dospělých diváků. **Relativní navýšení zásahu vysílání ČT činilo díky on-line obsahu 3 %.** **Toto navýšení je patrné zejména v mladších cílových skupinách:** Ve skupině 15-24 let činí 16 %, v kategorii 25-34 let 11 %.
- **Hodnocení kvalitativních parametrů zůstalo v roce 2022 na stabilní úrovni. Celková spokojenost s pořady České televize činila 84 %, meziročně tak došlo k navýšení o 1 p. b.** Ve srovnání s průměrem let 2016-2020 jde o nárůst o 2 p. b. Vnímaná originalita pořadů klesla meziročně o 1 p. b. na úroveň 55 %, míra zaujetí o 2 p. b. na 75 %, nicméně ve srovnání s průměrem let 2016-2020 je o 5 p. b. vyšší.

KOMENTÁŘ

- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil 74 %.** Oproti roku 2021 se jedná o mírný pokles o 1 p. b. Ve srovnání s průměrem let 2016-2020 došlo naopak k mírnému navýšení o 1 p. b.
- **Podíl premiér na celku vysílání dosáhl hodnoty 34 %, meziročně došlo k poklesu o 2 p. b.** Snížení podílu premiérového vysílání a vlastní tvorby souvisí s úspornými opatřeními, která ČT musela začít zavádět v důsledku trvalého poklesu reálné hodnoty koncesionářských poplatků.
- Koeficient inovativnosti ČT poklesl o 2 p. b. a dosáhl úrovně 56 %.
- **Koeficient důvěryhodnosti České televize činí 63 % (-1 p. b. ve srovnání s rokem 2021). S výrokem *Česká televize je důvěryhodná rozhodně nebo spíše souhlasilo 68 % respondentů.*** Po zvýšených hodnotách v letech 2020 a 2021 (přes 70 %) se jedná o návrat na úroveň roku 2019.
- Koeficient indikátoru ***Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli*** činí 42 %, meziročně tedy nedošlo v tomto ohledu ke změně.

RQI – KANÁLY ČT

PŘEHLED ZA ROK 2022

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2022 (2021; Ø 2016-2020)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art	ČT3 ***
Zásah (reach) 15+	73 (75;75)	62 (64;64)	35 (38;38)	27 (29;27)	21 (22;22)	10 (10;12)	7 (7;6)	15 (15;---
Zásah (reach) 4-12 let	---	---	---	---	---	38 (41;47)	---	---
Podíl (share) 15+	31 (32;30)	16 (17;16)	4 (4;4)	5 (5;4)	4 (4;3)	---	1 * (1;1) *	1 (1;---
Podíl (share) 4-12 let	---	---	---	---	---	30 ** (30;28) **	---	---
Spokojenost	84 (83;82)	83 (82;82)	86 (86;84)	83 (81;81)	87 (87;84)	---	87 (86;84)	87 (87;---
Originalita	55 (56;61)	54 (55;59)	64 (64;71)	53 (45;56)	50 (50;59)	---	66 (59;72)	61 (60;---
Zaujetí	75 (77;70)	73 (75;68)	83 (84;79)	70 (70;67)	75 (80;69)	---	85 (78;78)	84 (83;---
Hlavní kanál	32 (31;38)	16 (16;22)	2 (2;3)	9 (8;6)	4 (4;5)	1 (1;1)	0 (0;0)	0 (0;---
Podíl premiér	34 (36;38)	30 (30;29)	18 (21;22)	72 (72;71)	53 (56;49)	18 (12;17)	19 (23;20)	14 (19;---
Podíl vlastní tvorby	74 (75;72)	80 (83;80)	40 (42;50)	100 (100;99)	97 (97;89)	31 (31;31)	57 (55;58)	82 (92;---

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

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

*** Začátek vysílání 23. 3. 2020

VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU VE SKUPINĚ 15+ (R)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

Stanice	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	62	64	64	63	63	63
ČT2	35	38	37	38	38	39
ČT24	27	29	30	25	27	27
ČT sport	21	22	15	22	24	22
ČT :D	10	10	12	12	12	13
ČT art	7	7	7	6	5	7
ČT3	15	15	10	---	---	---

KOMENTÁŘ

- **Jak již bylo zmíněno výše, průměrný týdenní zásah kanálů České televize v roce 2022 meziročně poklesl o 2 p. b., na hodnotu 73 %.** Za snížením stojí kanály ČT2 (pokles zásahu o 3 p. b.), ČT1 (-2 p. b.), ČT24 (-2 p. b.) a ČT sport (-1 p. b.). Zásah kanálů ČT :D, ČT art a ČT3 zůstal v meziročním srovnání na stejné úrovni.
- **Hodnoty kvalitativních indikátorů jednotlivých kanálů ČT zůstaly stabilní, nebo u nich došlo k mírnému navýšení.** Mezi stanice s nejvyšší spokojeností se v roce 2022 s 87 % zařadil kulturní program ČT art, a dosáhl tak na stejnou úroveň spokojenosti jako kanály ČT sport a ČT3. **Meziročně došlo k navýšení divácké spokojenosti také u programů ČT1 (83 %) a ČT24 (83 %).**
- Ostatní kvalitativní parametry, tedy **originalita a zaujetí, vykazují nadprůměrné hodnoty u ČT2, ČT art a ČT3.** Posledně jmenovaný kanál oslovoval v minulém roce především starší diváky, a to výběrem toho nejlepšího z archivu ČT. Diváci v seniorských kategoriích tento výběr dokázali ocenit. Meziročně došlo k významnému navýšení originality u ČT24 (z 45 % na 53 %) a u ČT art (z 59 % na 66 %). Také v případě zaujetí meziročně posílil kulturní kanál ČT art (ze 78 % na 85 %). O 5 p. b. na 75 % naopak poklesla míra zaujetí u ČT sport.
- **O 1 p. b. na hodnotu 32 % narostl podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize.** Zpravodajský kanál ČT24 je hlavní TV stanicí pro 9 % (+ 1 p. b.), ostatní kanály ČT zůstaly na stejné úrovni jako v roce 2021. ČT1 je hlavní pro 16 % dospělých, ČT2 pro 2 %, ČT sport pro 4 %.
- **ČT zaznamenala meziročně pokles podílu premiér ve vysílání o 2 p. b. na hodnotu 34 %.** Snížení podílu premiérových pořadů se nejvíce promítlo ve vysílání ČT2, ČT sport (shodně -3 p. b.) a ČT art (-4 p. b.). Jak už bylo zmíněno, pokles premiérového vysílání souvisí s úspornými opatřeními, která musela ČT zavést. Významný nárůst premiérových pořadů nicméně zaznamenal dětský program ČT :D (z 12 % na 18 %).
- **V meziročním srovnání mírně poklesl také podíl vlastní tvorby za celou ČT (o 1 p. b. na úroveň 74 %).** Za výsledkem stojí především programy ČT3 (pokles podílu vlastní tvorby o 10 p. b. na hodnotu 82 %), ČT1 (-3 p. b. na 80 %) a ČT 2 (-2 p. b. na 40 %).

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

<u>Skupina 15+</u>	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	16,10	16,68	16,97	16,54	15,80	15,34
ČT2	4,06	3,91	3,94	4,27	4,26	4,35
ČT24	4,91	5,17	5,50	3,94	4,38	4,23
ČT sport	3,74	3,73	1,93	3,50	4,06	3,40
ČT :D	1,09	1,17	1,25	1,38	1,30	1,49
ČT art	0,40	0,39	0,42	0,37	0,33	0,39
ČT3	1,16	1,28	0,85	---	---	---
ČT celkem	31,47	32,34	30,86	29,99	30,13	29,20

<u>Skupina 4+</u>	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	15,74	16,26	16,49	16,04	15,31	14,83
ČT2	3,94	3,79	3,85	4,11	4,10	4,18
ČT24	4,73	4,99	5,30	3,76	4,17	4,00
ČT sport	3,70	3,66	1,89	3,43	3,99	3,32
ČT :D	1,95	2,11	2,19	2,39	2,31	2,68
ČT art	0,41	0,39	0,41	0,37	0,33	0,39
ČT3	1,12	1,23	0,81	---	---	---
ČT celkem	31,58	32,43	30,94	30,11	30,21	29,40

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

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

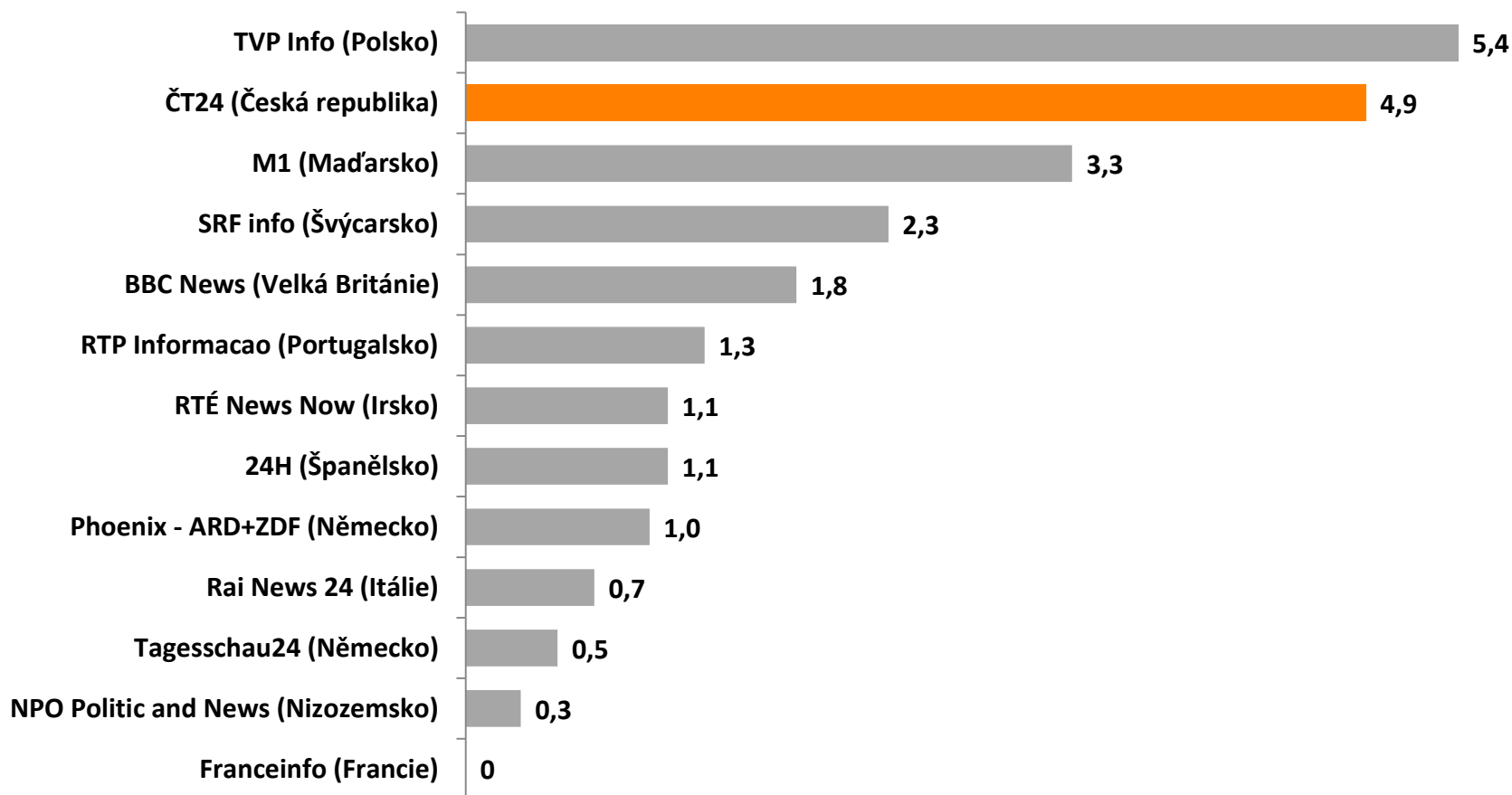
<u>Skupina 15+</u>	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	19,68	20,36	20,43	18,55	18,52	17,38
ČT2	3,83	3,71	3,75	3,73	3,79	4,08
ČT24	2,76	2,66	2,78	2,21	2,55	2,50
ČT sport	2,54	2,50	1,03	2,64	2,93	2,53
ČT :D	0,53	0,55	0,63	0,59	0,58	0,62
ČT art	0,72	0,70	0,74	0,66	0,53	0,65
ČT3	1,12	1,11	0,08	---	---	---
ČT celkem	31,19	31,59	29,45	28,37	28,90	27,77

<u>Skupina 4+</u>	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	19,35	20,01	20,06	18,21	18,13	17,00
ČT2	3,72	3,60	3,63	3,59	3,65	3,94
ČT24	2,68	2,58	2,71	2,13	2,45	2,40
ČT sport	2,54	2,47	1,01	2,63	2,90	2,50
ČT :D	1,01	1,08	1,15	1,04	1,05	1,14
ČT art	0,74	0,71	0,76	0,68	0,55	0,68
ČT3	1,09	1,08	0,07	---	---	---
ČT celkem	31,13	31,54	29,38	28,28	28,72	27,64

2022: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

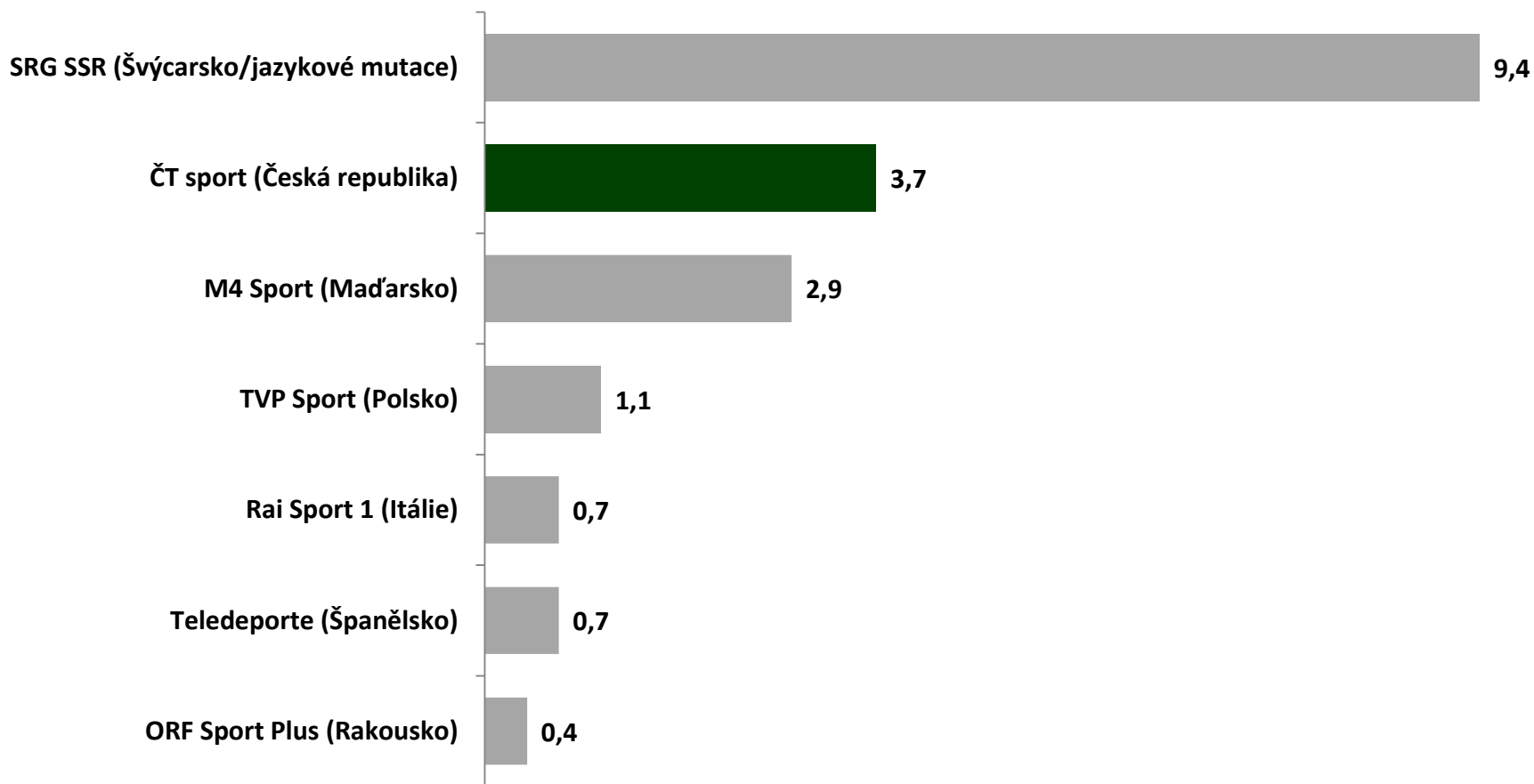


CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), NPO Politic and News (6+), Franceinfo (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

2022: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

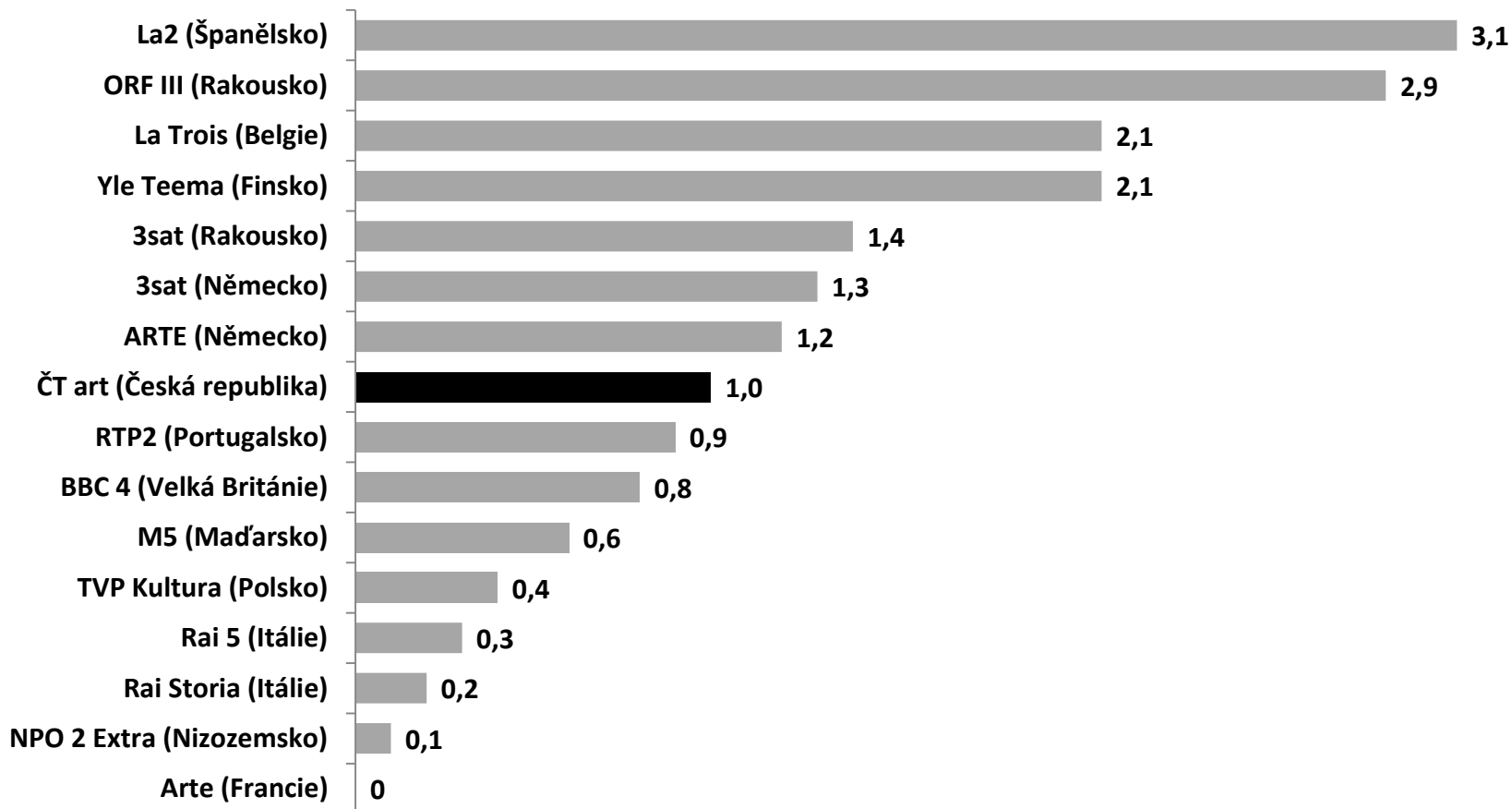


CS 15+ s výjimkou TVP Sport (16+) a ORF Sport Plus (12+)

2022: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

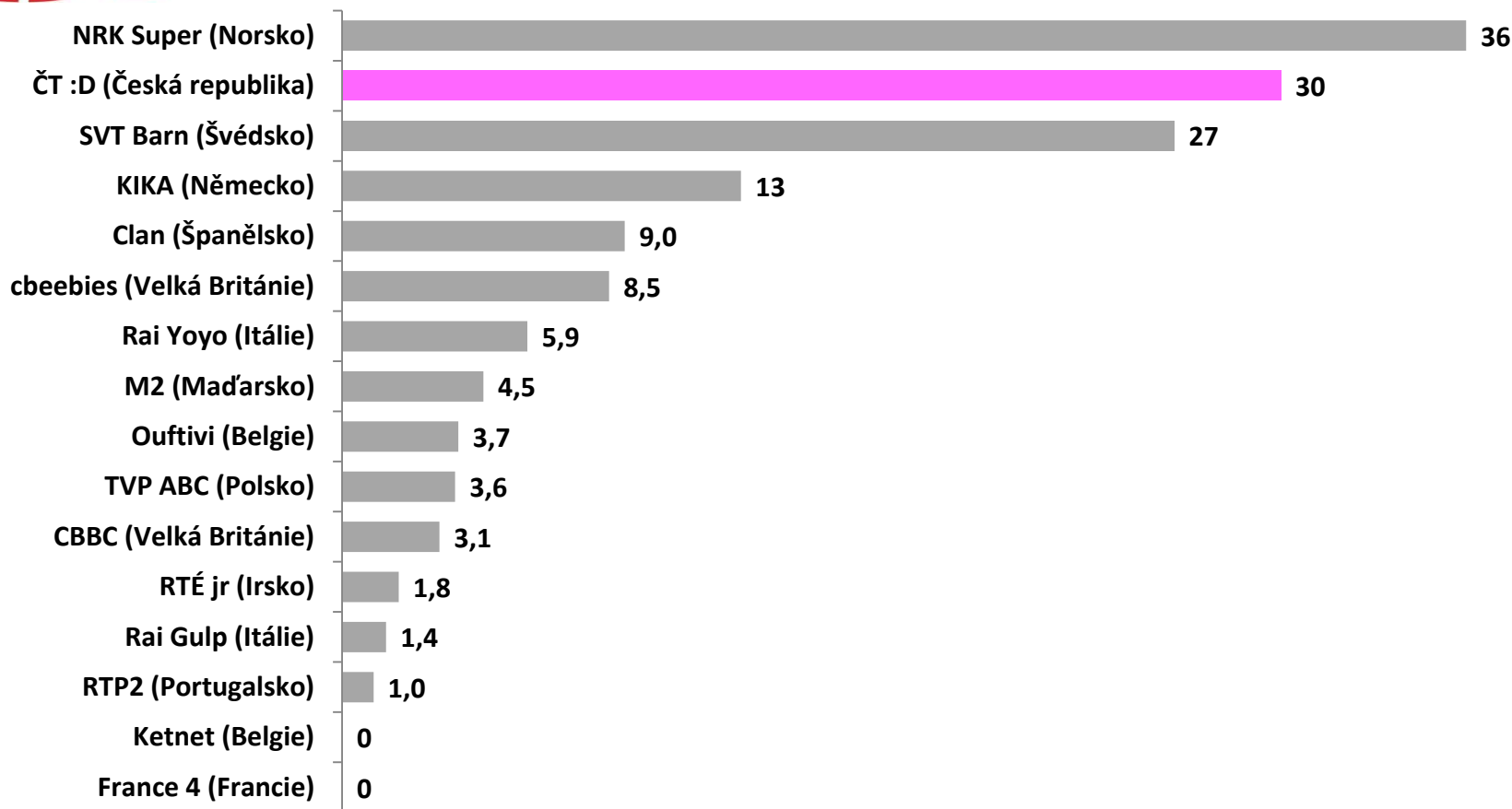


CS 15+ s výjimkou TVP Kultura (16+), ORF III, 3sat Rakousko (12+), NPO 2 Extra (6+), Arte, M5 (4+), 3sat Německo a ARTE Německo (3+)

2022: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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



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

- Česká televize dosáhla v roce 2022 ve skupině diváků starších 15 let podílu na publiku 31,47 % a popáté za sebou se stala nejvyhledávanější TV skupinou v České republice. Pod vedením Petra Dvořáka se to České televizi povedlo celkově již **posedmé**. Dosažená hodnota je o 0,87 p. b. nižší než v roce 2021, zároveň se ale jedná o **druhý nejvyšší podíl skupiny ČT na sledovanosti od roku 2007** (tehdy činil 31,89 %). **Výrazný je také odstup Česká televize od hlavních komerčních televizních skupin**: Náskok před skupinou Nova činil 5,05 p. b., před skupinou Prima 4,57 p. b.
- Česká televize **podruhé v historii PEM měření, a zároveň podruhé za sebou, dominovala i v hlavním vysílacím čase (19-22 hodin), kde její podíl na sledovanosti dosáhl 31,19 %** při meziročním poklesu 0,41 p. b. Podobného výsledku dosáhla Česká televize také v cílové skupině 4+, kde podíl na publiku činil 31,13 % (v rámci celodenního vysílání to v CS 4+ bylo 31,58 %). Tyto výsledky jsou mimořádné i vzhledem k nižšímu počtu programů, které má ČT ve srovnání s hlavní konkurencí ve svém portfoliu, a také faktu, že se do podzimní sezóny již promítla úsporná opatření týkající se programů ČT1 a ČT2 (ČT1 vysílala pouze pondělní premiérový seriál a sporadicky se premiéry objevovaly v sobotním a nedělním hlavním čase). Na hlavních stanicích Novy a Primy se premiérové pořady vysílaly v jednotlivých týdnech minimálně šestkrát.
- **Podíl hlavního programu ČT1 na publiku** sice meziročně poklesl o 0,57 p. b. na 16,10 %, tento výsledek se nicméně nijak nevymyká z průměru posledních 10 let. Velmi úspěšné byly prakticky všechny odvysílané premiérové cykly: *Devadesátky* (ve skupině 15+ průměrná sledovanost 2,26 mil. a podíl na publiku 47,66 %) se staly nejsledovanějším českým seriálem na všech tuzemských stanicích od roku 2004. Následují tituly *Případy 1. oddělení III.* (1,66 mil.; 37,74 %), *Stíny v mlze* (1,62 mil.; 36,77 %), *Špunti na cestě* (1,43 mil.; 34,12 %) či *Peče celá země* (1,09 mil.; 26,63 %).
- **Podíl programu ČT2 na sledovanosti** se meziročně dostal přes čtyřprocentní hranici (4,06 %). K navýšení došlo i v hlavním vysílacím čase, a to i přes narůstající konkurenci filmových a dokumentárních programů a koexistenci s kanálem ČT3, který oslovuje podobnou diváckou skupinu. Neúspěšnější byly cykly *Polosvět* (548 tis.; 12,51 %) nebo *karavanu po Česku II* (366 tis.; 8,51 %)
- **Meziročně prakticky stejných výsledků dosáhla sportovní stanice ČT sport (3,74 p. b.)**. I roce 2022 se v programu ČT sport objevilo vysílání mimořádných sportovních událostí, jakými byly ZOH v Pekingu, MS ve fotbale, MS v ledním hokeji či přenosy z biatlonu. V celoevropském srovnání sportovních stanic televizí veřejné služby se ČT sport pravidelně umísťuje na druhé pozici.
- Stabilní byl i podíl programu ČT3 na publiku, když dosáhl v průměru hodnoty 1,16 %.

KOMENTÁŘ

- **Z dlouhodobého hlediska byla u v roce 2022 nadprůměrně sledována zpravodajská stanice ČT24 (podíl na publiku 4,91 %). I přes meziročně mírně nižší výkon se jedná o celkově pátý nejlepší výsledek od začátku vysílání tohoto programu v roce 2006, a to i navzdory etablování konkurenčního zpravodajského kanálu CNN Prima News. Do výkonu ČT24 se také promítla doznívající koronavirová krize. Podíl na sledovanosti významně narostl po invazi ruských vojsk na Ukrajinu, která je extenzivně pokryta zpravodaji ČT přímo na místě. V září 2022 se ve výkonu ČT24 projevíly komunální volby a v závěru roku i volby prezidentské. V celoevropském srovnání se ČT24 stala mezi sledovanými televizemi veřejné služby zpravodajským kanálem s druhým nejvyšším podílem na sledovanosti. Na předních příčkách se přitom umísťuje dlouhodobě.**
- **Podíl kulturního kanálu ČT art na publiku přesáhl v minulém roce jednocentní hranici (1,02 % v čase vysílání ČT art, tedy mezi 20:00 až 6:00). Jedná se o druhý nejlepší výsledek od začátku vysílání v roce 2013.** Nejsledovanějším pořadem se na ČT art v roce 2022 stal *Koncert pro Evropu*, který v průměru sledovalo 187 tisíc diváků starších 15 let, s podílem na sledovanosti 5,50 %. Program ČT art skončil v mezinárodním srovnání kanálů orientovaných na kulturu přibližně uprostřed pole, hned za německou ARTE. Britská BBC 4 dosáhla mírně nižšího podílu na divácích než ČT art.
- **Dětský program ČT :D dosáhl mezi dětmi ve věku 4-12 let podílu na publiku 29,87 % (meziročně +0,33 p. b.). I v tomto případě se jedná o druhý nejlepší výsledek od zahájení vysílání v roce 2013.** Dětský program rezonuje především u mladších dětí ve věku 4-9 let, kde je jeho podíl na publiku dokonce na úrovni 34,56 %. Stanice ČT :D posílila zejména ve svém hlavním vysílacím čase (17:00 – 20:00), **kde zaznamenala nejlepší výsledek od začátku zahájení vysílání (30,60 %).** Česká televize jako celek byla u dětského diváka ve věku 4-12 let suverénně nejvyhledávanějším vysílatelem, mezi šestou ranní a osmou hodinou večerní dosahovala podílu na sledovanosti 41,13 %.
- **Ve srovnání s dětskými programy evropských televizí veřejné služby je kanál ČT :D na druhé pozici, hned za NRK Super. Na předních příčkách se podobně jako ČT sport a ČT24 umísťuje pravidelně.**

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

Zdroj: DKV ČT, v %

Stanice	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	83	82	83	83	82	81
ČT2	86	86	86	84	83	83
ČT24	83	81	83	81	80	80
ČT sport	87	87	86	84	84	83
ČT art	87	86	87	84	84	84
ČT3	87	87	87	---	---	---



Divácká skupina	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Rodiče a děti celkem	85	87	88	88	88	82
Děti celkem	88	89	90	90	93	86
Děti do 6 let	92	93	95	95	93	89
Děti 7-9 let	88	90	93	93	93	88
Děti 10-12 let	80	83	84	85	88	81
Rodiče celkem	80	81	84	83	80	78
Matky	81	83	85	83	83	79
Otcové	80	80	83	80	78	74

Poznámka: Kvalitativní parametry vysílání jsou u ČT :D od roku 2017 zjišťovány odlišně než u ostatních kanálů ČT. Diváci, a to jak dětští, tak dospělí, hodnotí programovou nabídku ČT :D jako celek na klasické školní stupnici 1 až 5. Výsledné průměrné hodnoty jsou pak převedeny na index 0-100 %. Hodnoty za ČT :D tak nejsou přímo srovnatelné s ostatními kanály ČT.

ORIGINALITA POŘADŮ (Q) A ZAUJETÍ POŘADY (I)

Zdroj: DKV ČT, v %

ORIGINALITA POŘADŮ (Q)

Stanice	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	54	55	56	59	60	54
ČT2	64	64	66	72	73	69
ČT24	53	45	52	64	56	51
ČT sport	50	50	56	57	64	55
ČT art	66	59	65	72	82	67
ČT3	61	60	69	---	---	---

ZAUJETÍ POŘADY (I)

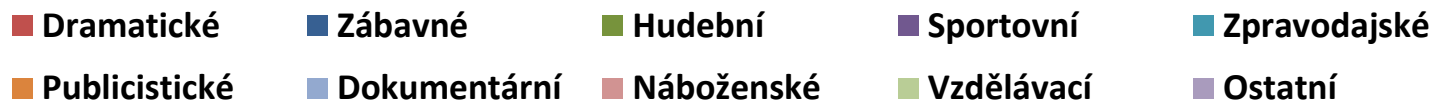
Stanice	2022	2021	2020	2019	2018	2017
ČT1	73	75	74	69	65	64
ČT2	83	84	84	80	75	79
ČT24	70	70	76	73	61	64
ČT sport	75	80	82	71	63	64
ČT art	85	78	83	82	80	78
ČT3	84	83	87	---	---	---

KOMENTÁŘ

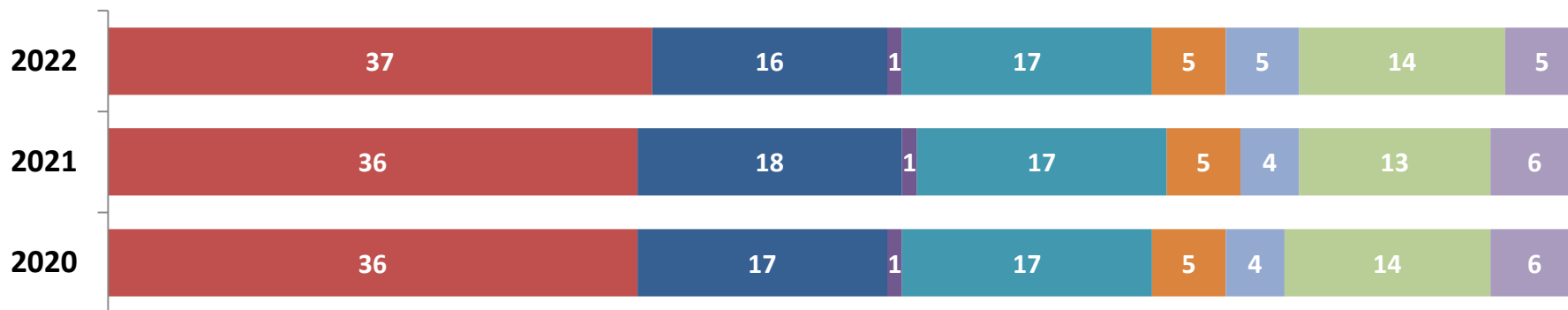
- **Klíčový kvalitativní parametr hodnocení České televize, tedy spokojenost, je jako celek dlouhodobě stabilní, v meziročním porovnání došlo k jeho drobnému navýšení o 1 p. b. na 84 %.** Na stejné úrovni jako v roce 2021 zůstala spokojenost s pořady stanic ČT2 (86 %), ČT sport (87 %) a ČT3 (87 %). K navýšení o 1 p. b. došlo u kanálů ČT1 (83 %) a ČT art (87 %), o 2 p. b. pak u ČT24 (83 %). Vysílání stanice ČT :D nejlépe hodnotí diváci, kterým je primárně určena, tedy děti ve věku do 6 let (hodnota koeficientu 92 %). Mezi nejlépe hodnocené cykly určené dětem řadí jejich rodiče *Večerníček* nebo *Smějeme se s Michalem*. Naopak děti hodnotily nejlépe akviziční seriály *Nicky, Ricky, Dicky a Dawn* a animované *Šmouly*.
- **Z vlastní premiérové dramatické tvorby roku 2022 uspěly v rámci kvalitativního hodnocení především dva seriály - *Devadesátky* (spokojenost 88 %) a *Případy 1. oddělení III* (89 %).** Mezi velmi dobře hodnocené pořady zábavného charakteru patřil i sobotní cyklus *Peče celá země*, tradičně vysoká spokojenost vládla i s pořadem *Toulavá kamera*. Z akvizičních pořadů bodoval například seriál vysílaný na ČT1 *Všechny velké a malé bytosti* a *Zavolejte porodní sestřičky* (spokojenost s oběma tituly byla 92 %). Na ČT2 patřily mezi kladně hodnocené pořady cyklus *Polosvět* (89 %), *Klenoty s vůní benzínu* (90 %) a *Obdivuhodný svět přírody* (93 %).
- **Mezi divácky nejlépe hodnocenými pořady stanice ČT24 je řada těch, které reflektovaly aktuální události na Ukrajině,** vysoké hodnocení ale zaznamenal třeba také přenos *Svět se loučí s královnou Alžbětou*. Tradičně velmi kladně hodnoceny byly tituly *Vytrženo z metropole*, *Tajemství pražských dvorků* a *Interview ČT24 Speciál*. Nadprůměrných hodnot dosáhl i *Hyde Park Civilizace*.
- **V rámci vysílání ČT3 byli diváci nadprůměrně spokojeni s pořadem *Za vesnickými muzikanty*, cyklem *Osudy hvězd* nebo seriálem *Kamarádi*.** Nejstarší diváci ve věku 65+ oceňovali kromě výše uvedených titulů i cyklus *O poklad Anežky České* nebo reprízy soutěžního pořadu *Šest ran do klobouku*.
- **Z hlediska dalších kvalitativních parametrů, tedy originality a míry zaujetí, jsou na tom nejlépe stanice ČT2 a ČT art.** Vůbec nejvyšší hodnoty – konkrétně 85 % – dosáhla stanice ČT art u míry zaujetí. Vysoké úrovně hodnocení dalších kvalitativních parametrů dosáhl i program ČT3 (originalita 61 %, zaujetí 84 %).

ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

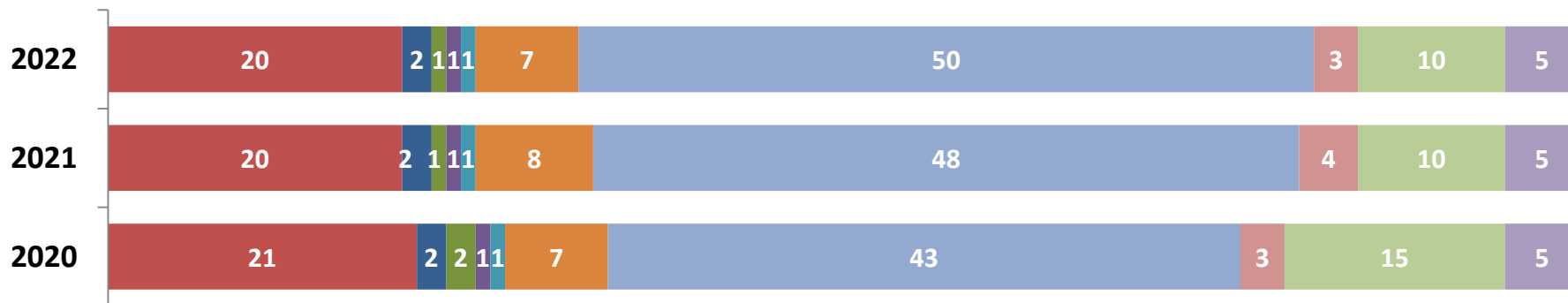
Zdroj: PROVYS ČT, v %



ČT1



ČT2



KOMENTÁŘ

- **K minimálním změnám došlo v žánrové struktuře hlavního kanálu ČT1.** Na jeho vysílání mají stabilně nejvyšší podíl dramatické pořady, což se projevilo i v roce 2022 (37 %). Podíl zábavných pořadů poklesl meziročně o 2 p. b. na 16 %. V porovnání s rokem 2021 naopak mírně narostl podíl pořadů vzdělávacích (z 13 % na 14 %). Nezměněn zůstal podíl zpravodajských pořadů, které stejně jako v roce 2021 tvořily 17 % vysílací plochy ČT1.
- Pokud jde o žánrovou strukturu programu ČT2, došlo k nárůstu podílu **dokumentárních pořadů, a to o 2 p. b. na hodnotu 50 %.** Meziročně zůstal stabilní podíl dramatických pořadů (20 %) i vzdělávacích pořadů (10 %), o 1 p. b. poklesl podíl pořadů publicistických (7 %).

RQI – ŽÁNRY

PŘEHLED ZA ROK 2022

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2022 (2021; Ø 2016-2020)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	42 (46;43)	22 (24;23)	57 (59;58)	39 (43;41)	7 (8;5)	32 (34;34)	19 (20;18)	1 (1;1)	22 (23;22)	25 (27;31)
Spokojenost	81 (80;80)	83 (82;81)	83 (83;81)	86 (86;84)	87 (87;85)	88 (87;85)	86 (84;83)	90 (84;83)	84 (83;83)	**
Originalita	46 (45;52)	60 (60;65)	57 (60;61)	60 (60;66)	63 (65;72)	68 (65;73)	64 (64;70)	63 (65;73)	44 (44;52)	**
Zaujetí	67 (67;62)	77 (78;74)	72 (77;70)	79 (80;75)	83 (87;81)	86 (86;82)	83 (83;78)	88 (87;82)	72 (73;62)	**
Hlavní kanál ČT	50 (52;61)	49 (51;58)	*	17 (17;24)	*	37 (36;46)	38 (38;42)	*	56 (58;57)	46 (43;32)
Podíl premiér	78 (79;78)	26 (24;27)	10 (13;13)	10 (12;23)	10 (11;16)	12 (13;13)	42 (57;47)	19 (21;24)	58 (61;54)	16 (11;17)
Podíl vlastní tvorby	100 (100;99)	99 (100;99)	23 (36;28)	96 (98;96)	89 (88;77)	34 (35;44)	94 (94;88)	99 (99;99)	97 (97;88)	35 (37;36)

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

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

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

Zdroj: DKV ČT, v % [2022 (2021; Ø 2016-2020)]

	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady
Spokojenost	83 (82;80)	86 (84;84)	86 (87;86)	86 (84;84)	86 (84;82)	90 (86;85)
Originalita	62 (65;65)	59 (60;65)	62 (65;74)	65 (65;72)	64 (62;68)	63 (68;73)
Zaujetí	75 (78;70)	77 (79;75)	79 (84;81)	84 (83;80)	81 (80;75)	86 (85;83)

KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší průměrný týdenní zásah v populaci 15+ vykazují na ČT dramatické pořady (57 %), následované pořady zpravodajskými (42 %) a zábavnými (39 %).** Meziroční pokles zásahu prakticky u všech žánrů souvisí s poklesem celkového počtu diváků u televizních obrazovek v porovnání s lety 2020 a 2021, kdy společnost hýbala koronavirová krize a lidé byli na delší dobu izolováni doma. Hodnoty týdenní zásahu jednotlivých programových typů se tak v roce 2022 ve většině případů vrátili přibližně na úroveň let 2016 až 2020.
- **Spokojenost zůstala u většiny žánrů na stejné nebo velmi podobné úrovni jako v roce 2021.** K mírnému nárůstu o 1 p. b. došlo u zpravodajských (81 %), publicistických (83 %) a dokumentárních pořadů (88 %), o 2 p. b. u vzdělávacích pořadů (86 %). Nejvíce ale meziročně narostla spokojenost s náboženskými pořady, konkrétně o 6 p. b. na úroveň 90 %.
- **Také vnímaná originalita zůstala meziročně na podobné úrovni,** se změnami maximálně do 3 p. b.
- **Míra zaujetí byla v roce 2022 u většiny sledovaných žánrů meziročně o něco nižší. Pokles o 1 p. b. jsme zaznamenali u publicistických, zábavných a sportovních pořadů, o 4 p. b., resp. 5 p. b. klesla u hudebních a dramatických pořadů.** Pokles u posledně jmenované skupiny pořadů může souviset s bohatou nabídkou dramatických seriálů na všech hlavních TV stanicích. Na stejné úrovni zůstala míra zaujetí zpravodajskými (67 %), dokumentárními (86 %) a vzdělávacími pořady (83 %). Nárůst míry zaujetí o 1 p. b. na 88 % jsme zaznamenali u náboženských pořadů.
- **Sledování zpravodajských pořadů na některém z kanálů ČT preferovalo 50 % diváků, u publicistických pořadů to bylo 49 % (v obou případech -2 p. b.).** Pokles dáváme do souvislosti s etablováním zpravodajského kanálu CNN Prima News, ale i on-line zpravodajskými pořady a podcasty. Parametr deklarovaného hlavního kanálu zůstává stabilní u zábavných a vzdělávacích pořadů.

KOMENTÁŘ

- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, v roce 2022 to bylo 78 % (meziročně -1 p. b.).** O 2 p. b. na hodnotu 26 % narostl podíl premiér u publicistických pořadů, hodnota se tak přiblížila průměru let 2016-2020. **K nárůstu podílu premiérového vysílání došlo u dětských pořadů (z 11 % na 16 %).** U ostatních programových typů došlo v důsledku postupně zaváděných úsporných opatření k poklesu. **K nejmarkantnějšímu snížení podílu premiérového vysílání došlo meziročně u vzdělávacích pořadů (z 57 % na 42 %).** Důvodem je především návrat dětí do prezenční výuky a pokles potřeby podporovat výuku skrze obrazovky.
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských, publicistických, zábavných, náboženských a sportovních pořadů se tradičně blíží k hranici 100 %.** K mírnému nárůstu oproti roku 2021 došlo u hudebních pořadů (ze 88 % na 89 %), a to zejména díky kanálu ČT3. Stabilní zůstal podíl vlastní tvorby u vzdělávacích pořadů, výraznější pokles jsme ale zaznamenali u dramatických pořadů, a to o 13 p. b. na hodnotu 23 %. Mírný pokles zastoupení vlastní tvorby na vysílání sledujeme také u dokumentárních (-1 p. b. na 34 %) a dětských pořadů (-2 p. b. na 35 %).
- **Z hlediska spokojenosti s premiérovými tituly jsou nejlépe hodnoceny náboženské pořady.** Vysokých hodnot dosahuje premiérové vysílání také u zábavných, dokumentárních, vzdělávacích a hudebních pořadů. U prvních tří jmenovaných žánrů došlo k navýšení spokojenosti.
- **Meziročně se mírně zvýšila také spokojenost s premiérovými pořady dramatické tvorby.** Přispěly k tomu zejména seriály *Devadesátky* a *Případy 1. oddělení III*.
- Celková míra vnímané originality meziročně poklesla u premiérových dramatických, hudebních a náboženských pořadů, naopak vzrostla u pořadů vzdělávacích. V případě míry zaujetí pořady jsme zaznamenali mírný pokles u premiérových dramatických, zábavných a hudebních pořadů.

B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ

ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY

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

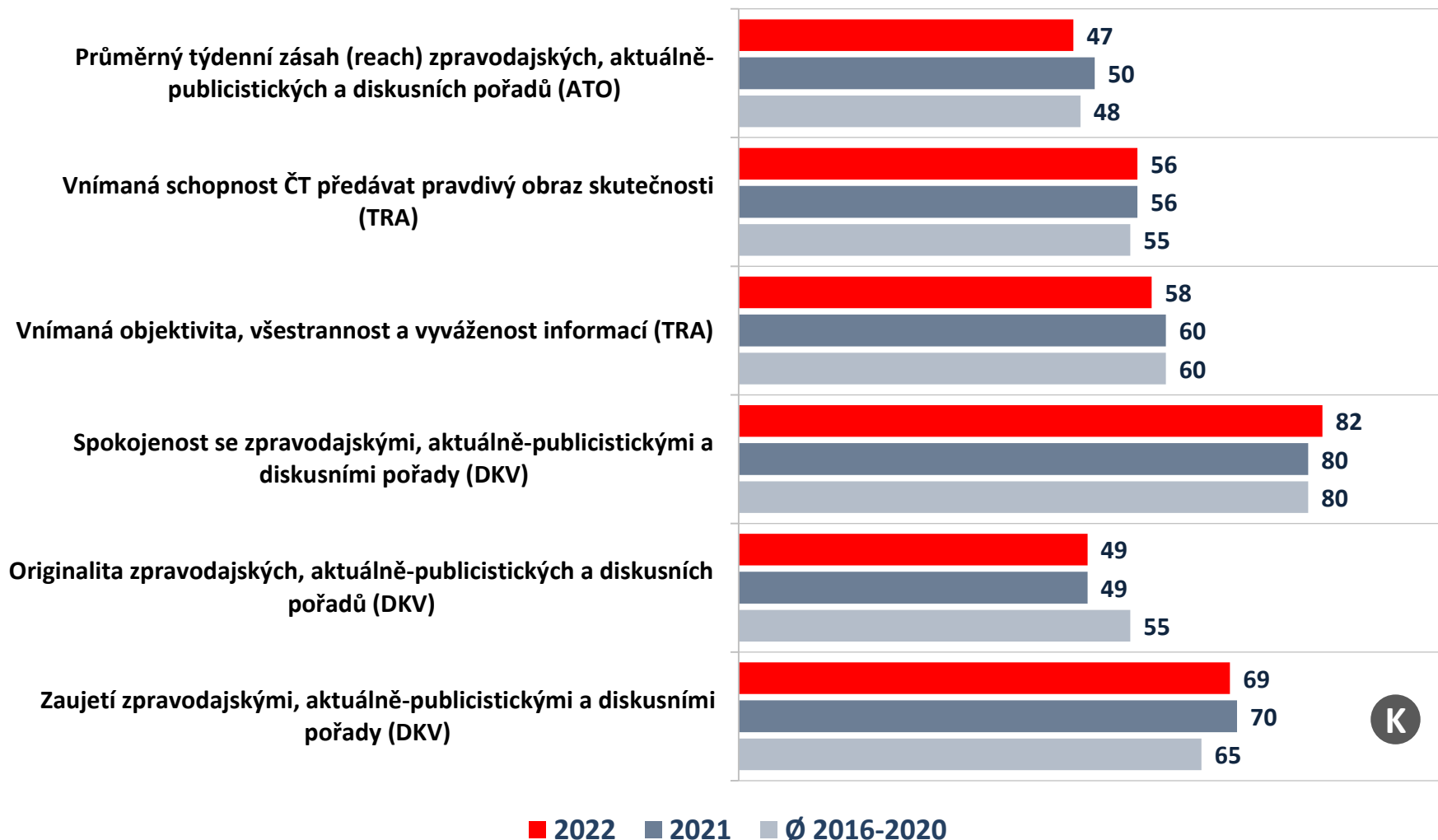
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 1

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

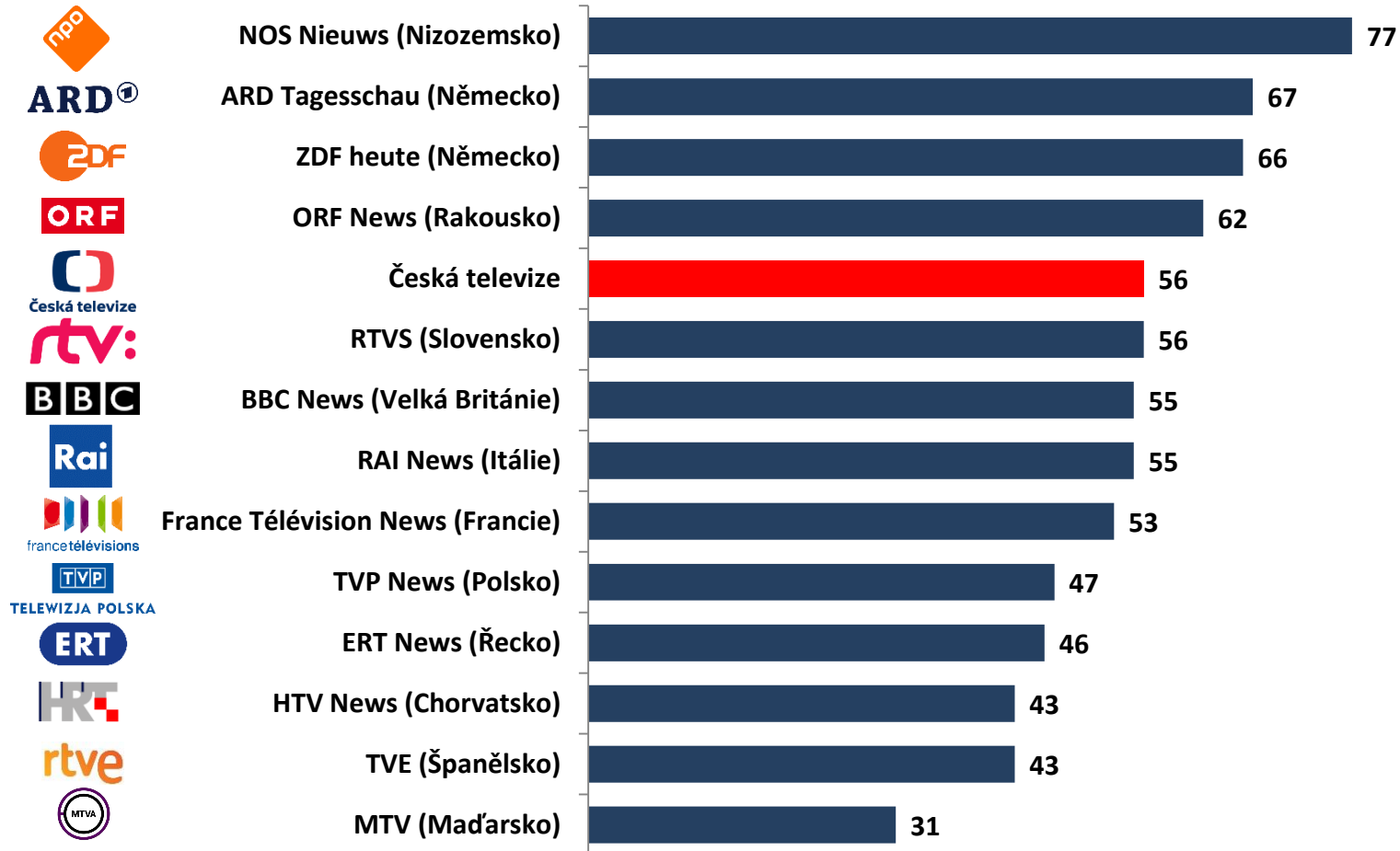
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



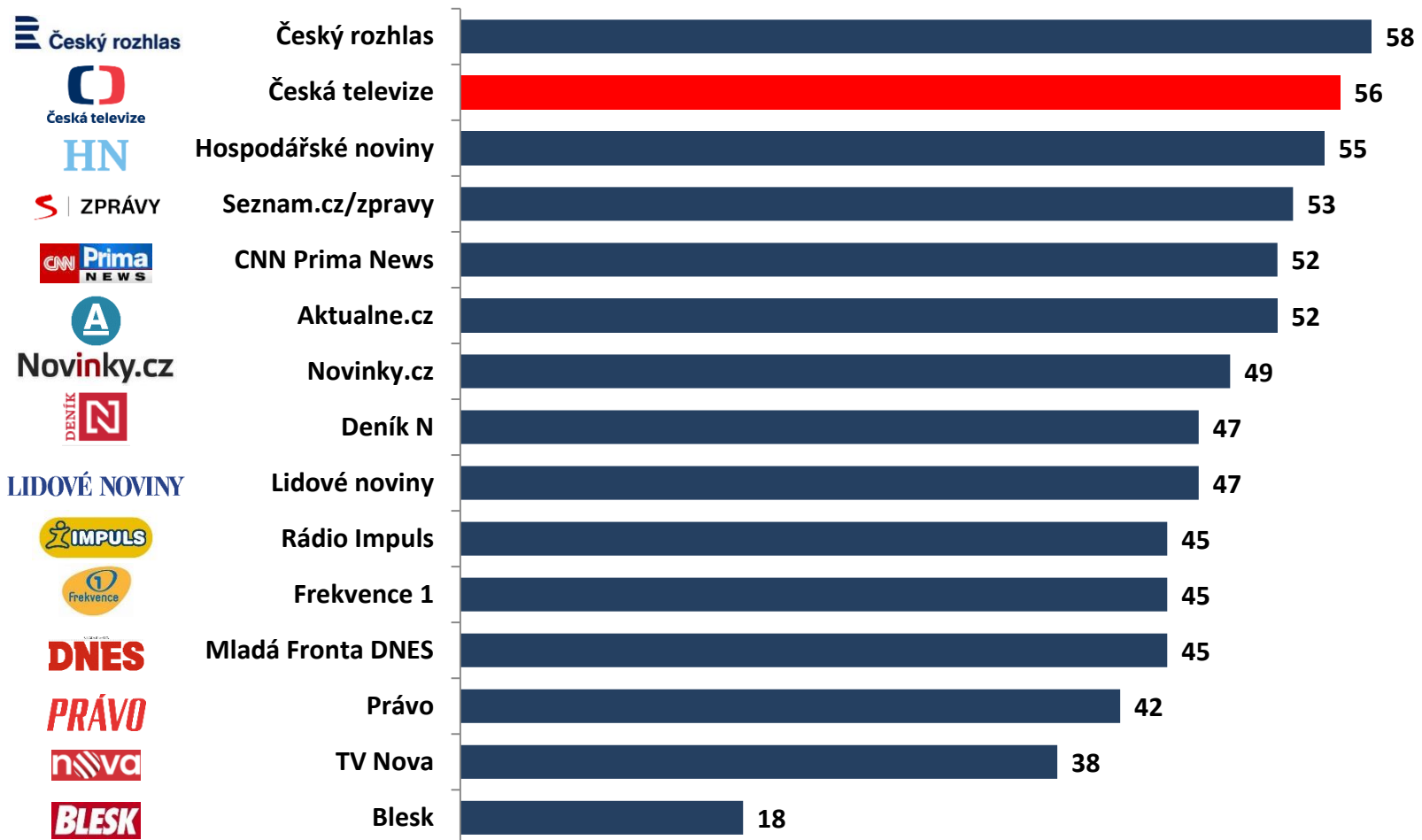
2022: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2022, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %



2022: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2022, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %

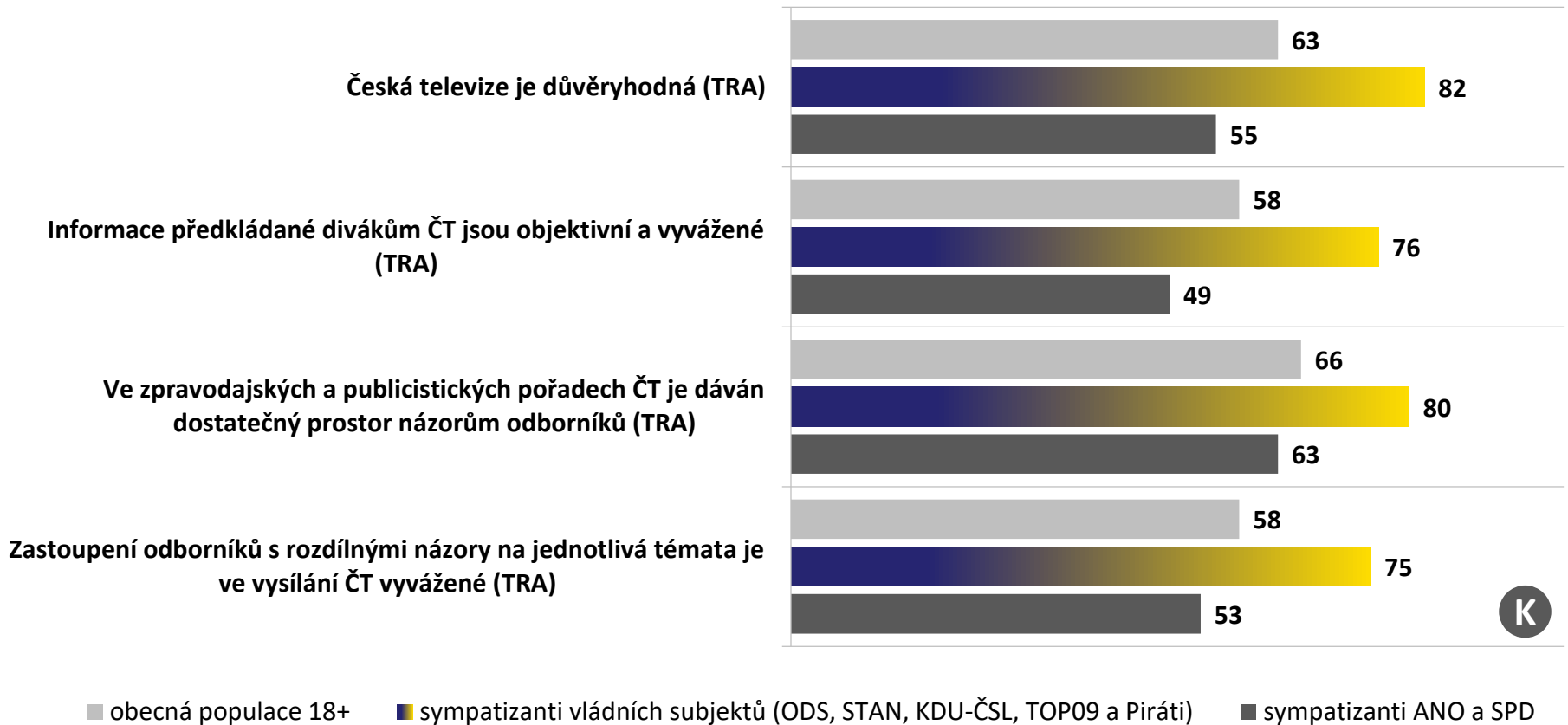


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v populaci 15+ v roce 2022 meziročně poklesl na hodnotu 47 % a přiblížil se průměrným hodnotám z let 2016-2020.** Největší pozornost diváci věnovali ruské agresi na Ukrajině, dále pak komunálním a senátním volbám nebo úmrtí britské panovnice Alžběty II.
- **Spokojenost s výše uvedenými typy pořadů vzrostla o 2 p. b. na hodnotu 82 %.** Změny v hodnocení kvalitativních parametrů originality a zaujetí jsou meziročně marginální.
- **I nadále mezi diváky převládá názor, že ČT poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace (hodnota koeficientu 58 %) a předává divákům pravdivý obraz skutečnosti (56 %).**
- **V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic Česká televize dosáhla hodnoty 56 % (což znamená, že většina respondentů ji na stupnici 0-10 hodnotila nadprůměrnou známkou). Dosáhla tak výsledku srovnatelného s významnými veřejnoprávními vysílateli, jakými jsou BBC či France Télévisions.**
- **Součástí výzkumu realizovaného institutem Reuters a Univerzitou v Oxfordu bylo také vnímání důvěryhodnosti hlavních zpravodajských zdrojů na národní úrovni. Česká televize se v tomto ohledu umístila na druhé příčce v těsném závěsu za Českým rozhlasem (ČT 56 %; ČRo 58 %), třetí skončily Hospodářské noviny (55 %).** Další dotazovaná zpravodajská média, např. Seznam Zprávy, CNN Prima News, Aktualne.cz, Novinky.cz nebo Deník N zaznamenala nižší hodnocení důvěryhodnosti zpravodajství.

2022: VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT MEZI PŘÍZIVCI VLÁDNÍCH SUBJEKTŮ A PŘÍZIVCI OSTATNÍCH SUBJEKTŮ ZASTOUPENÝCH V POSLANECKÉ SNĚMOVNĚ PARLAMENTU ČR

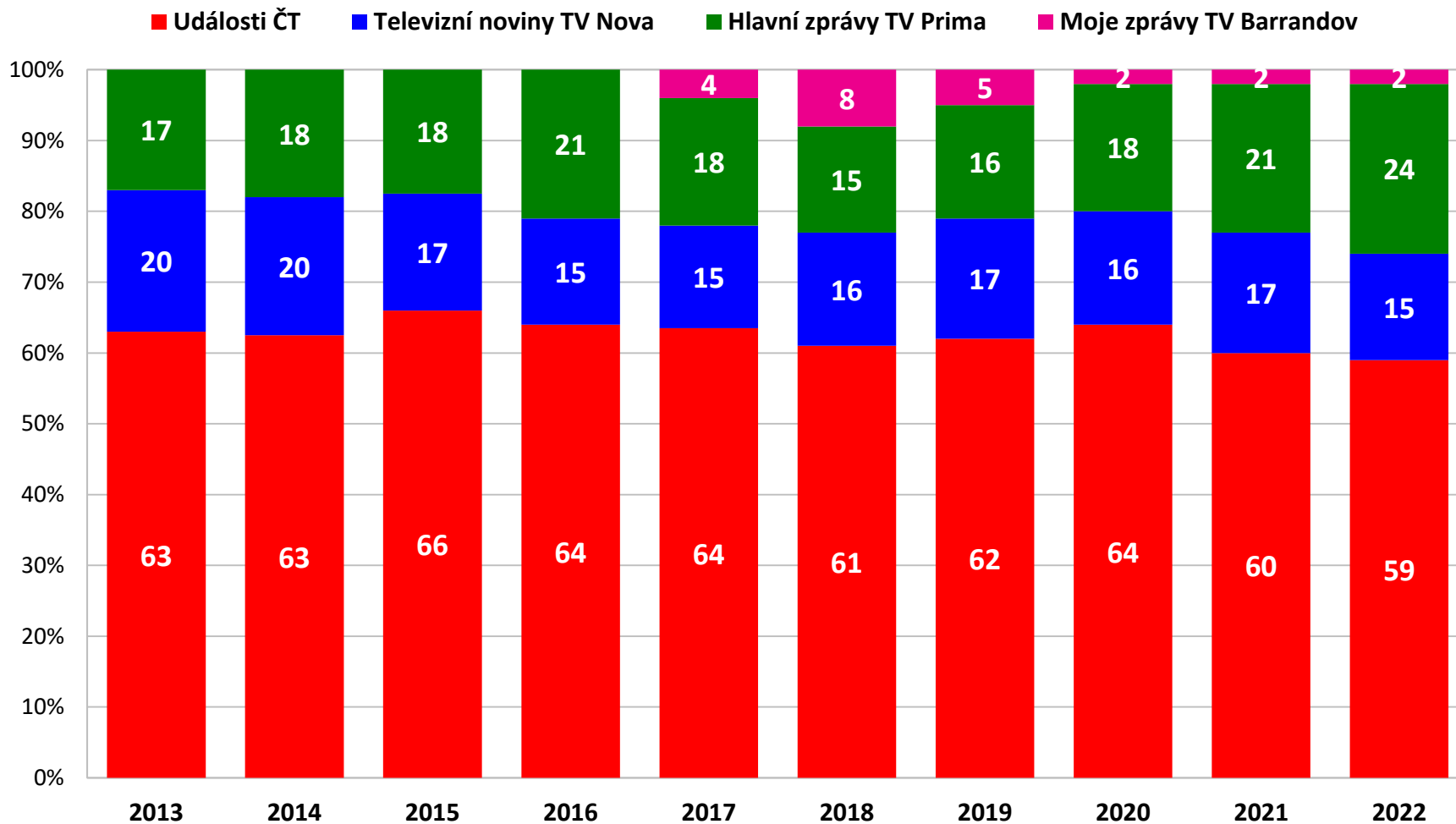
Zdroj: Tracking ČT, v %



K

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT

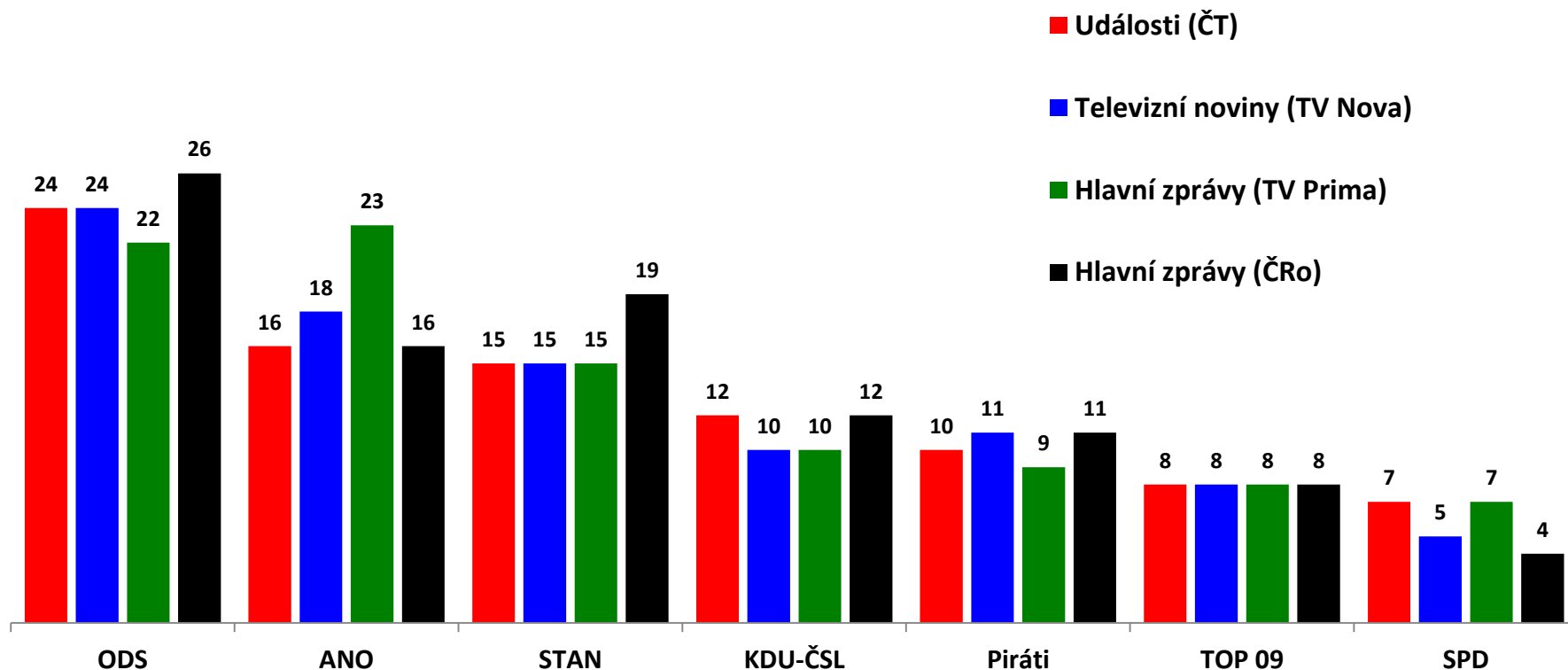
- **Jak příznivci politických subjektů tvořících vládu, tak i příznivci ostatních subjektů zastoupených v Poslanecké sněmovně ve většině stále vnímají Českou televizi jako důvěryhodnou instituci (index 82 %, resp. 55 %).** Obě skupiny také většinově souhlasí s názorem, že ČT ve svých zpravodajských a publicistických pořadech dává dostatečný prostor názorům odborníků. S tvrzením, že tito odborníci jsou ve vysílání zastoupeni vyváženě s ohledem na jejich rozdílné názory na jednotlivá témata, souhlasí 76 % sympatizantů koalice, ale méně než polovina podporovatelů opozičních hnutí (49 %).
- **Sympatizanti vládních stran jsou v porovnání s příznivci opoziční SPD a hnutí ANO při hodnocení uvedených aspektů zpravodajství výrazně pozitivnější (+17-27 p. b.).** Tento podstatný rozdíl může souviset s dlouhodobou snahou zpochybnit důvěryhodnost České televize nejen ze strany některých vrcholných představitelů obou opozičních stran, ale v poslední době také z řad stále aktivnější dezinformační scény.

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

- ***Události ČT* jsou dlouhodobě vnímány jako jednoznačně nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajská relace na českém televizním trhu.** *Události* takto v trackingovém výzkumu označilo 59 % respondentů, zatímco *Hlavní zprávy TV Prima* považovala za nejdůvěryhodnější přibližně čtvrtina respondentů (24 %). *Televizní noviny TV Nova* vnímá jako nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajskou relaci 15 % respondentů.

2022: PODÍL SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

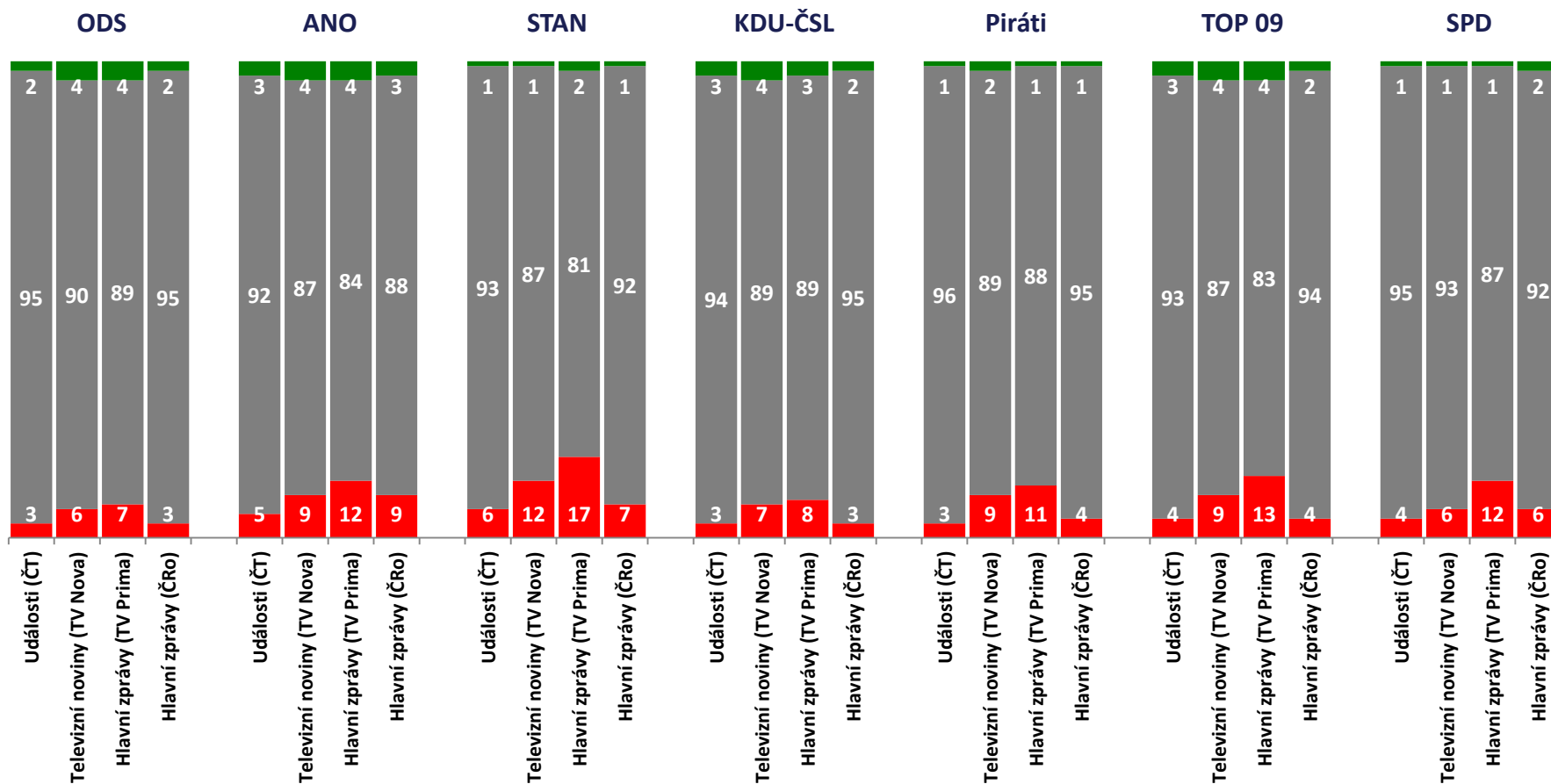
Zdroj: Media Tenor, v %



2022: TÓN MEDIALIZACE SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní



PROSTOR VĚNOVANÝ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM SUBJEKTŮM V HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACI ČT UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, počet zmínek

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

	ODS	ANO	STAN	KDU-ČSL	PIRÁTI	TOP 09	SPD	CELKEM 7 STRAN
2022	3 926	2 678	2 513	1 908	1 647	1 360	1 183	15 215
	(+55 %)	(-58 %)	(+75 %)	(+36 %)	(-6 %)	(+9 %)	(+34 %)	(-3 %)
2021	2 540	6 453	1 436	1 402	1 754	1 250	881	15 716
	(+32 %)	(-10 %)	(+104 %)	(+75 %)	(+65 %)	(+101 %)	(+82 %)	(+23 %)
2020	1 919	7 139	704	799	1 062	621	485	12 729
	(+24 %)	(+9 %)	(+33 %)	(+15 %)	(+2 %)	(-3 %)	(-11 %)	(+10 %)

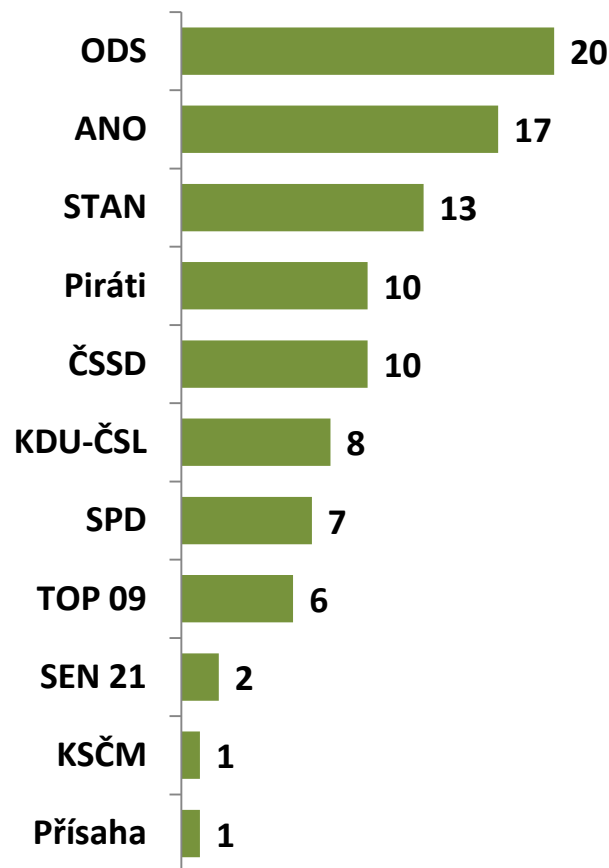
KOMENTÁŘ

- **Hlavní zpravodajské relace ČT, TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu v loňském roce vykazovaly malé rozdíly v relativní intenzitě, s jakou se věnovaly jednotlivým politickým uskupením. Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství měla ve většině případů nejsilnější vládní strana ODS, následovaná hlavním opozičním subjektem ANO a hnutím STAN, které je zástupcem druhé ve volbách kandidující koalice, jež se nyní podílí na vládě. V *Hlavních zprávách* ČRo byla v porovnání s ostatními relacemi častěji zmiňována vládní ODS a STAN, naopak v *Hlavních zprávách* na Primě byl zaznamenán vyšší podíl zmínek o hnutí ANO (dokonce vyšší než podíl zmínek o ODS).**
- **Tón medializace politických subjektů v pořadu *Události* vykazoval v porovnání s jinými zpravodajskými relacemi podobně nízké podíly pozitivních a výrazně nižší podíly negativních výpovědí (především v porovnání s *Hlavními zprávami* TV Prima), což svědčí o vysoké míře postojové neutrality zpravodajství České televize. V rámci ostatních zpravodajských relací se negativní zmínky objevovaly častěji především v případě ANO a STAN. Například u hnutí ANO byl podíl negativních výpovědí v jednotlivých médiích následující: ČT 5 %; Nova 9 %; Prima 12 %; ČRo 9 %. V případě hnutí SPD byl podíl negativních zmínek ze strany ČT ještě nižší, činil 4 %.**
- **V roce 2022 byla v pořadu *Události* nejčastěji zmiňována nejsilnější vládní strana ODS s 3 926 zmínkami (+ 55 % meziročně). Nárůst vykázaly také další subjekty podílející se na vládě, tj. STAN (2 513), KDU-ČSL (1 908), Piráti (1 647) a TOP 09 (1 360 zmínek). Nejvyšší nárůst počtu zmínek (+75 %) jsme zaznamenali u hnutí STAN, k čemuž nepochybně přispěly kauzy spojené s hnutím, především tzv. „Dozimetr“). Hlavní opoziční subjekt, hnutí ANO, mělo v rámci pořadu *Události* druhý nejvyšší počet zmínek (2 678; -58 % meziročně).**

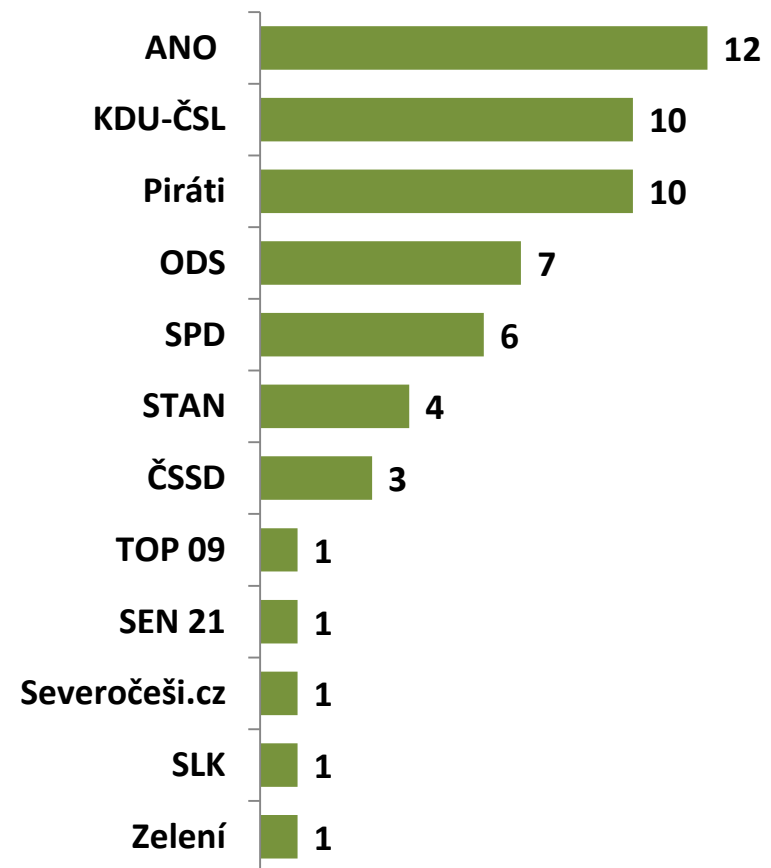
2022: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



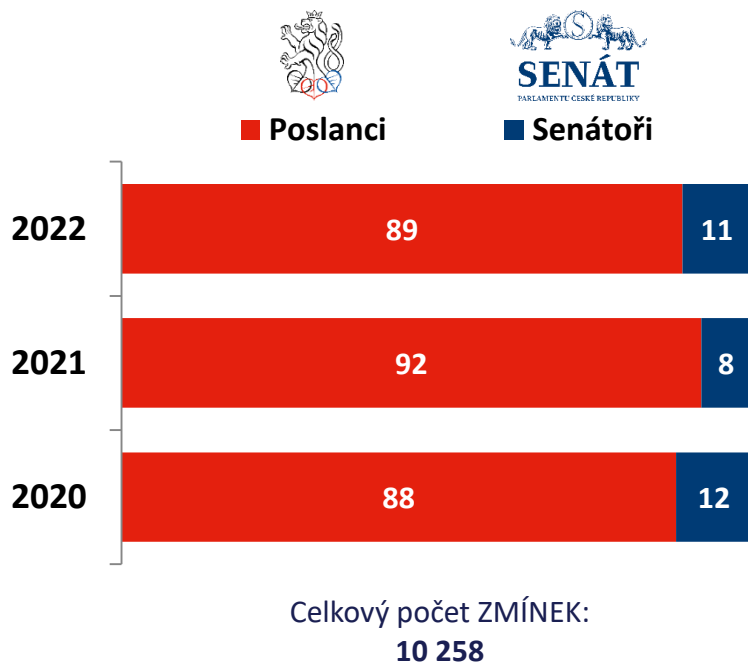
MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



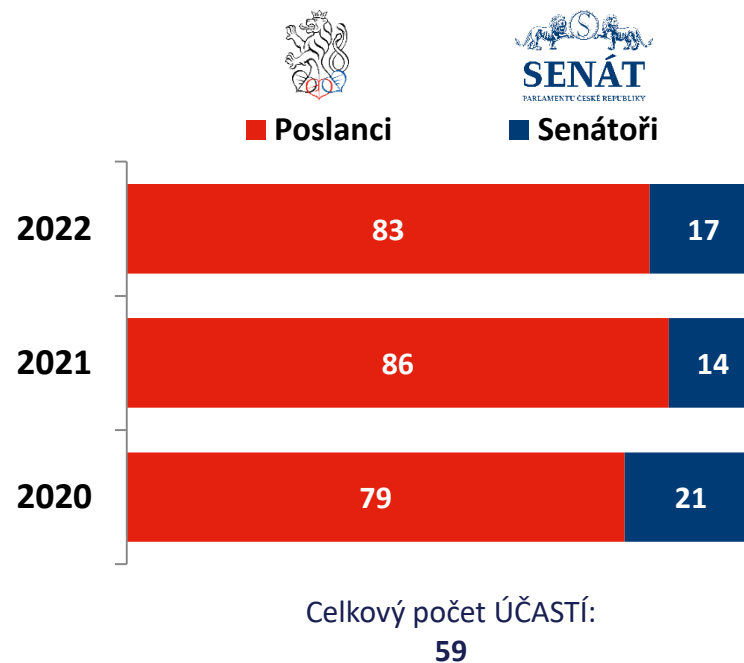
PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZMÍNEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

PODÍL NA ZMÍNKÁCH O ZÁKONODÁRCÍCH V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



PODÍL NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH



KOMENTÁŘ

ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

- Nejčastějšími diskutéry v pořadu *Otázky Václava Moravce* byli v roce 2022 zástupci vládní ODS a opozičního ANO s 20 resp. 17 účastmi. V pořadu *Máte slovo s M. Jílkovou* mírně převládali hosté z ANO (12 účastí), následovaní představiteli subjektů podílejících se na vládě (KDU-ČSL a Piráti shodně po 10 účastech).

POSLANCI A SENÁTOŘI

- V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslanci nad senátory (89 % oproti 11 %). Ve srovnání s rokem 2021, kdy se konaly volby do Poslanecké sněmovny, se zastoupení senátorů zvýšilo, a to hlavně díky volbám do třetiny Senátu, které proběhly v září roku 2022.
- Členové Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegy z horní komory Parlamentu objevovali častěji také v diskusních pořadech (83 % ze všech účastí zákonodárců připadlo na poslance a 17 % na senátory). Poměr diskutujících senátorů se podobně jako podíl zmínek o nich meziročně zvýšil.

2022: VYVÁŽENOST ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Zdroj: Media Tenor

Pořad	Žánrová specifikace pořadu	Počet zkoumaných příspěvků	Počet příspěvků s nálezem k posouzení vyváženosti
Události	všeobecné zpravodajství	600	15
Události v regionech (Praha + Brno + Ostrava)	regionální zpravodajství	200	7
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	1

585 z 600 náhodně vybraných příspěvků odvysílaných v relaci Události bylo analýzou společnosti Media Tenor vyhodnoceno jako obsahově vyvážených. Podobně i u pořadů Události v regionech (pražská, brněnská a ostravská relace) a Zprávy ve 23 byly téměř všechny zkoumané příspěvky vyhodnoceny jako vyvážené.

2022: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.; Mgr. Karel Svoboda, Ph.D.

VÁLKA NA UKRAJINĚ – ŽIVÉ VSTUPY V POŘADU UDÁLOSTI ČT (1/3)

- **identifikováno celkem 172 živých vstupů** z Ukrajiny (104), Polska (21), Slovenska (15), Belgie (13), ČR (6), Ruska (4), USA (4), Německa (2), Izraele (1), Británie (1) a Francie (1);
- **počet ŽV k tématu v pořadu kolísá mezi 2 až 11 denně**, alespoň jeden ŽV z Ukrajiny byl každý den; nejvíce ŽV v jednom dni z jedné země (6) bylo z Ukrajiny a Slovenska;
- ČT pokrývá solidně dění na Ukrajině vlastními silami, ale zároveň tak, aby redaktoři zbytečně neriskovali jen kvůli exkluzivním reportážím či záběrům; ŽV ČT z Ruska výrazně utlumeny patrně vzhledem k přísné legislativě (tzv. zákon o dezinformacích);
- témata z Ukrajiny v ŽV: **dominantní je referování o bojích v Kyjevě a blízkém okolí i jiných městech (Mariupol); o ruských jednotkách, o Ukrajině a Ukrajincích** (obyčejných lidech různého věku, pohlaví a sociálního postavení), **ukrajinském prezidentovi V. Zelenském; uprchlících a osudech obyčejných lidí** (různého věku, pohlaví a sociálního postavení) a jednání o příměří; v době návštěvy P. Fialy v Kyjevě zevrubné referování o tomto; též výborné pokrytí dalších událostí jako J. Biden v Polsku, neformální summit lídrů EU, mimořádný summit NATO a zasedání Evropské rady v Bruselu;

2022: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.; Mgr. Karel Svoboda, Ph.D.

VÁLKA NA UKRAJINĚ – ŽIVÉ VSTUPY V POŘADU UDÁLOSTI ČT (2/3)

- **Ukrajina a neutralita-pozitivita-negativita:** z četných zmínek (k nejméně frekventovanějším patří: „ukrajinské“, „Ukrajina“, „lidi“, „Kyjev“, „metropole“ „ukrajinský prezident“, „na ukrajinské straně“ atp.) **žádná není negativní, většinou jsou neutrální, jen malá část je explicitně pozitivní**, některé pasáže ŽV jsou s pozitivním podtextem s patriotickým nádechem;
- **Rusko a neutralita-pozitivita-negativita:** četné zmínky („ruské“, „ruských“ „ruský“ patří vůbec k absolutně nejméně frekventovanějším výrazům) jsou **většinou v neutrálním a menšinově pak v negativním duchu** (ve spojitosti s invazí, agresí, bombardováním, útoky na civilisty atp.); žádná ze zmínek o „ruském“ či „ruských“ atp. není pozitivní;
- absolutní minimum ŽV je formou telefonátu bez videa; někdy jsou ŽV jen formou stand-up (zejména kratší ŽV M. Kubala z Kyjeva), ale mnohem častěji **doprovázeny bohatými ilustrativními záběry kameramana** (uprchlíci – převažují ženy, děti, starci – zcela v souladu se statistikami OSN a úřadů registrující uprchlíky), fotografiemi o lidských osudech, názornými mapami aktuálních bojů a headliny (headliny výjimečně 2 i 3, ale často jen 1 a někdy není vhodný k tématu (většinou ano), místy není žádný headline, i když by mohl být).

2022: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.; Mgr. Karel Svoboda, Ph.D.

VÁLKA NA UKRAJINĚ – ŽIVÉ VSTUPY V POŘADU UDÁLOSTI ČT (3/3)

- **nejčastější ŽV s ilustrativními videi či obrázky; ŽV se pohybují nejčastěji mezi 0:30 min. a 2:00 min.,** M. Kubal měl celkem 93 ŽV, následovaný V. Černoهورským (16), M. Řezníčkem (13) a L. Dolanským (9); ostatní redaktoři měli od 1 do 6 ŽV;
- **redaktoři většinou anoncují navazující reportáž** (i když není jejich vlastní – vhodné pro diváka), **někteří redaktoři** (M. Kubal a M. Řezníček) se často **vhodně „přepínají“ do role moderátorů;**
- redaktoři uvádějí **vhodné analogie jak k počtu migrujících** (velikosti města Mikulov, rovná se počtu obyvatel ČR atp.) tak i k ruské agresi na Ukrajině (druhá světová válka, útoky Ruska na Čečensko a Sýrii);
- M. Kubal v Kyjevě: **vysoká míra informativnosti a široké spektrum témat;** lidské osudy; neotřelost, ani dlouhé vstupy nenudí; pouze dvě přeréknutí za celý měsíc; **vynikající v roli redaktora i plynulé přechody k moderování a zpět;**
- **ŽV nutno hodnotit v kontextu reportáží a celých Událostí ale ve výrazné míře zcela v souladu s principy kladenými na kvalitní zpravodajství i na principy vyváženosti, nestrannosti a objektivity.**

2022: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Ing. Pavel Herot, Ph.D.; Mgr. Věra Bartalosoová, Ph.D. (Media Tenor) a PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D. (FSV UK v Praze)

ANALÝZA INFLAČNÍCH TLAKŮ VE ZPRAVODAJSTVÍ (1/2)

- **INTENZITA:** Události ČT věnovaly ze sledovaných televizních relací agendě inflačních tlaků nejvíce prostoru, a to jak v absolutním, tak v relativním vyjádření. Inflační příspěvky se na zářijovém zpravodajství relace podílely 14 %;
- **TÉMATA:** Ceny energií byly nejčastějším hlavním tématem posuzovaným na úrovni příspěvku. V detailním tematickém rozboru jednotlivých výpovědí pak napříč relacemi vynikalo téma zastropování cen energií. Nebylo zjištěno žádné téma, kterému by se na významném prostoru věnovaly konkurenční relace a Události ČT by toto téma opomenuly;
- **AKTÉŘI:** V rámci aktérů vystupujících v analyzovaných příspěvcích došlo k významnému rozdílu mezi médii veřejné služby a komerčními relacemi. Zatímco pro Události ČT a Hlavní zprávy ČRo byly nejvýznamnějšími aktéry vybraných příspěvků představitelé vlády ČR (ministři Síkela a Stanjura a premiér Fiala) pro komerční relace to byli občané – názory a příběhy veřejnosti.

2022: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Ing. Pavel Herot, Ph.D.; Mgr. Věra Bartalosová, Ph.D. (Media Tenor) a PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D. (FSV UK v Praze)

ANALÝZA INFLAČNÍCH TLAKŮ VE ZPRAVODAJSTVÍ (2/2)

- **LOKALITY:** Kromě výrazného pokrytí domácího dění přinesly Události ČT mezi televizními relacemi absolutně i relativně nejvíce informací ze zahraničí;
- **EMOCIONALIZACE:** Veřejnoprávní relace ve svých obsazích pracovaly s vyšším podílem fakticity než relace komerční. Původci emocionálně laděných výpovědí u veřejnoprávních pořadů byli z podstatné části externí osoby. U komerčních relací docházelo nejen k celkově vyšší četnosti emocionálně laděných promluv, ale i k vyššímu podílu interních osob na výpovědích s emočním nábojem. U veřejnoprávních médií došlo k významnému rozdílu v proporcionalitě s jakou byla zastoupena fakticita a emocionalita v promluvách interních (vysoká fakticita, nízká emocionalita) a externích osob (nižší fakticita, vyšší emocionalita);
- Lze tedy shrnout, že i v rámci sociálně citlivého tématu zkoumaného touto analýzou, **variabilita ve zpravodajství ČT nijak nevybočovala z dlouhodobého standardu, který je dokládán průběžnou obsahovou analýzou.**

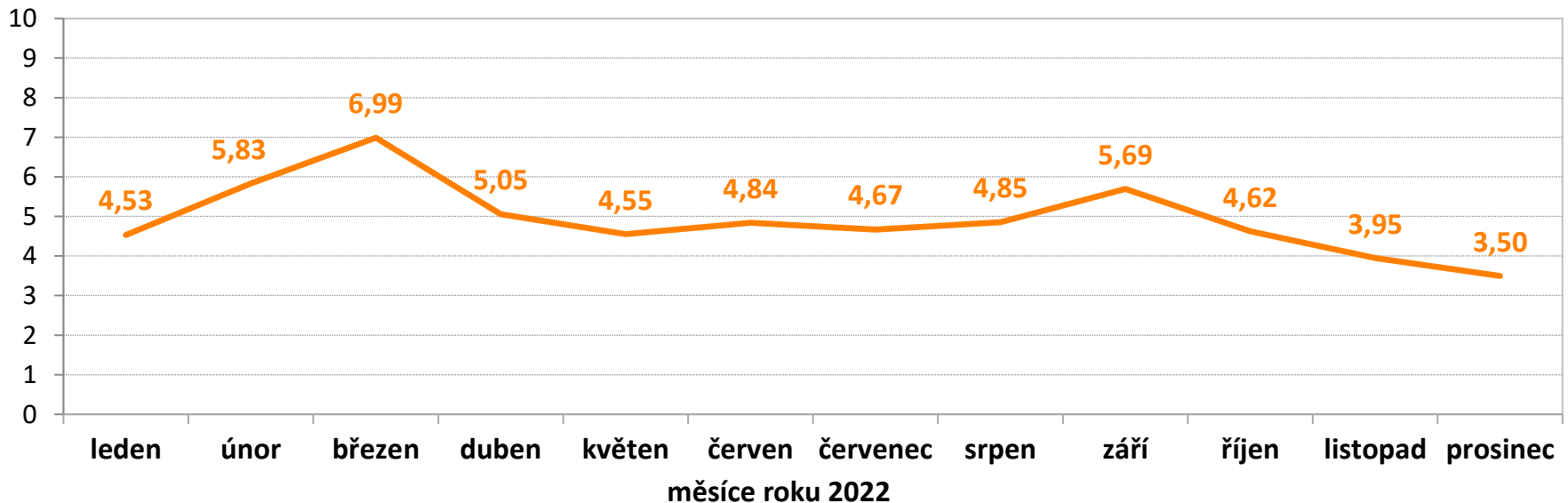
2022: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

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

- **Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl hodnoty 4,91 %.** Celkově ČT24 svým vysíláním v roce 2022 oslovila 75 % dospělé populace ČR, tj. více než 6,3 milionu diváků.
- **Nejúspěšnějšími měsíci byly z hlediska podílu na sledovanosti březen se 6,99 % a září s 5,69 %.**
- V březnu probíhala počáteční fáze ruské invaze na Ukrajinu a s ní související uprchlická vlna Ukrajinců směrem do ČR. Za vysokým zájmem diváků v září stojí především komunální a senátní volby a rozloučení se zesnulou královnou Alžbětou II.

Průměr za rok 2022:

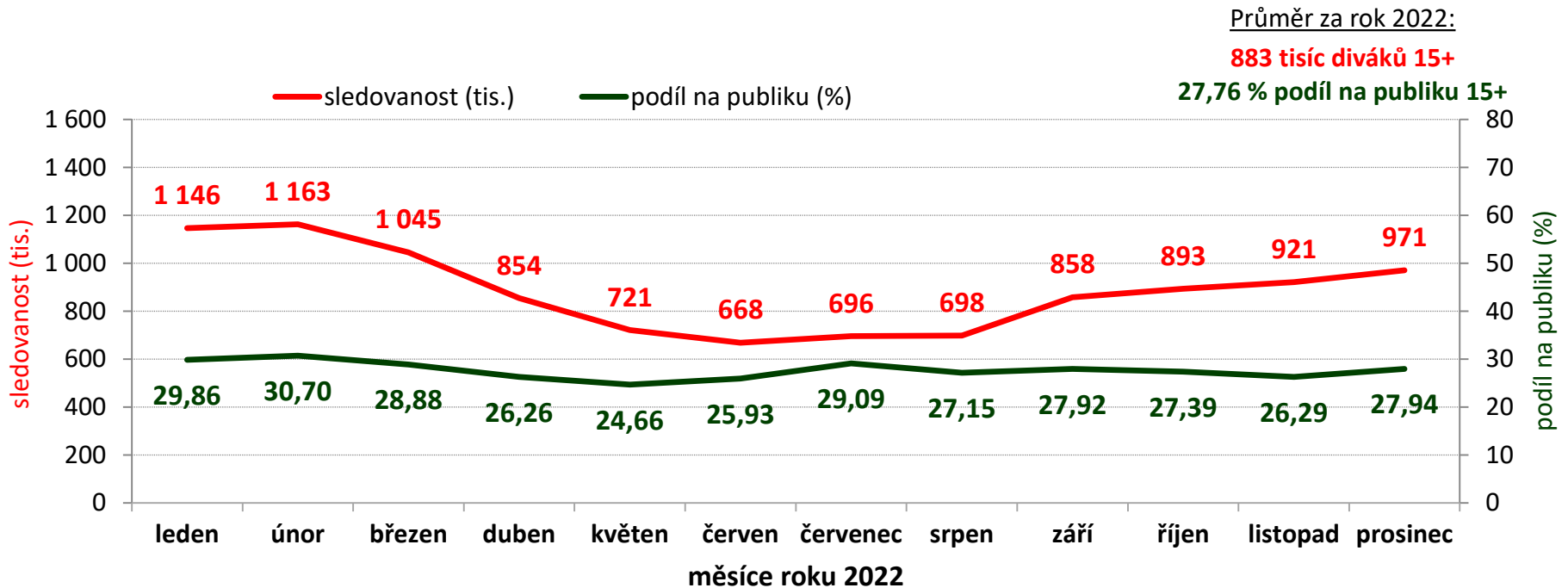
4,91 % podíl na publiku 15+



2022: SLEDOVANOST A PODÍL POŘADU UDÁLOSTI NA PUBLIKU (ČT1 + ČT24 + ČT3)

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

- Hlavní zpravodajskou relaci ČT *Události* průměrně sledovalo na programech ČT1, ČT24 a ČT3 celkem 883 tisíc diváků starších 15 let, což je nižší hodnota než ve dvou divácky výjimečně úspěšných covidových letech 2020 a 2021 (šlo o nejvyšší sledovanosti za posledních 15 let). **Jedná se nicméně o podstatně vyšší sledovanost než v deseti letech před covidem**, kdy se v průměru nepřehoupla přes 800 tisíc dospělých diváků. Průměrný podíl pořadu *Události* na publiku (share) činil v minulém roce 27,76 %. Nejvyššího výkonu (30,70 %) dosáhl v únoru, kdy začala válka na Ukrajině (průměrná sledovanost 1,163 milionu dospělých diváků).



VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

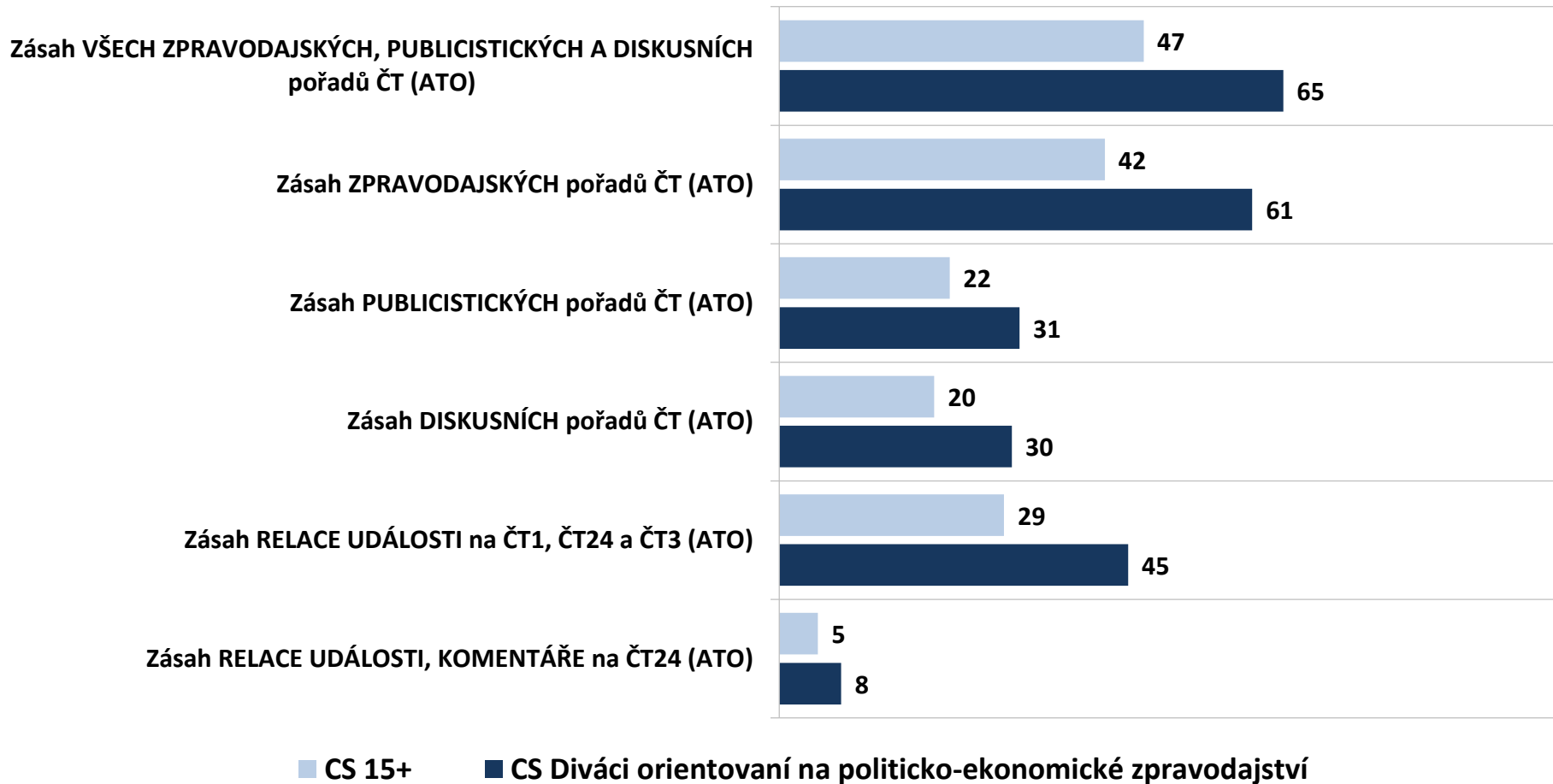
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

Definice divácké skupiny

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

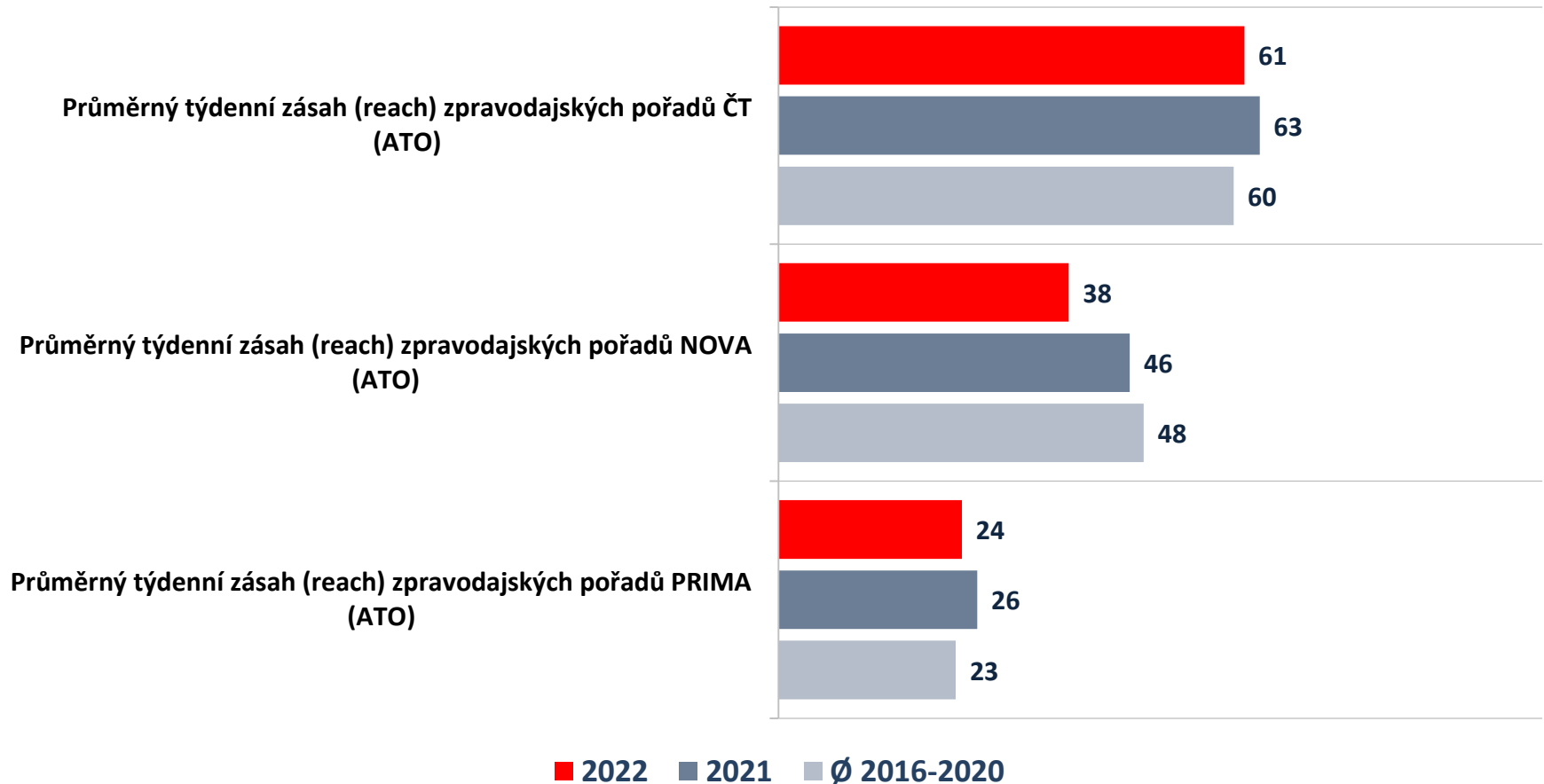
2022: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

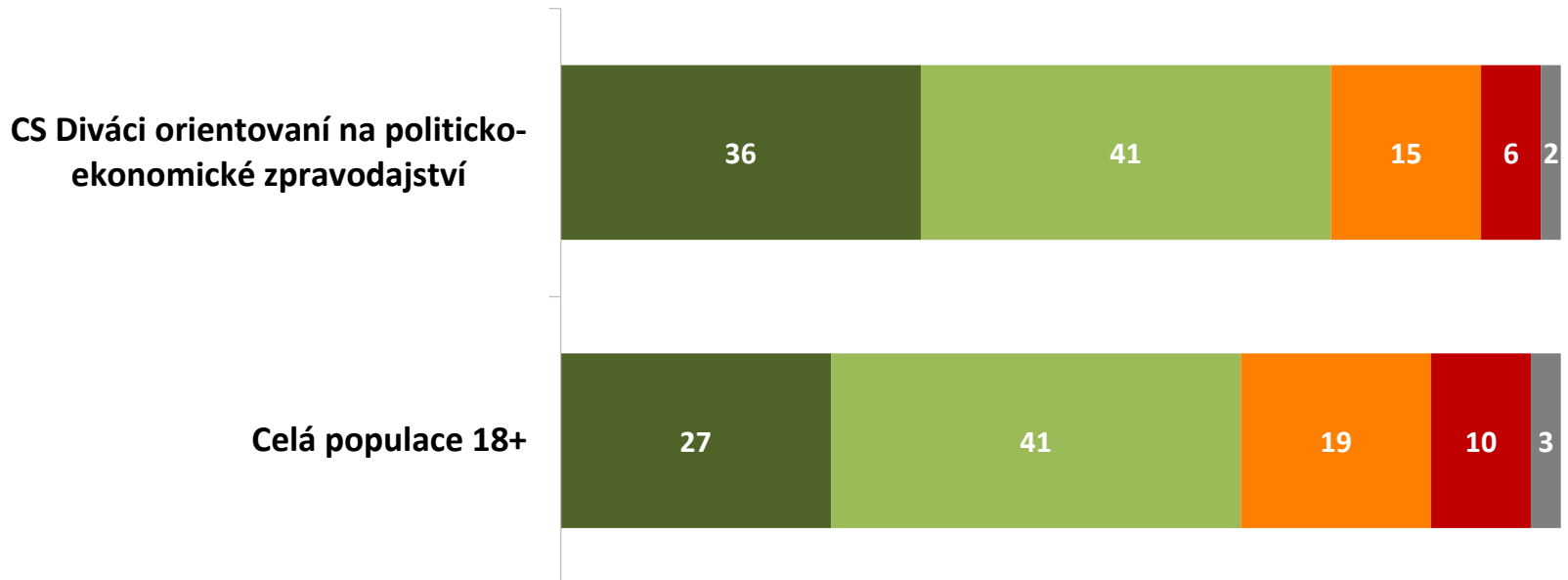


2022: SOUHLAS S VÝROKEM „ČESKÁ TELEVIZE JE DŮVĚRYHODNÁ“ MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ V POROVNÁNÍ S POPULACÍ 18+

Zdroj: Tracking ČT, v %

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

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



KOMENTÁŘ

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

- **Průměrný týdenní zásah celkem zpravodajských, publicistických a diskusních pořadů ČT v cílové skupině diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství dosáhl v minulém roce 65 %, což představuje o 18 p. b. vyšší hodnotu než v obecné populaci 15+.**
- Z jednotlivých podtypů jsme u diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství zaznamenali nejvyšší průměrný týdenní zásah zpravodajskými pořady (61 %). Průměrný týdenní zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině 31 %, resp. 30 %.
- **Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují výrazně vyšší počet diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic Nova (o 23 p. b. více) a Prima (o 37 p. b. více).**
- **Celkem 77 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá Českou televizi jako důvěryhodnou. U celé dospělé populace činí tato hodnota 68 %. ***

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

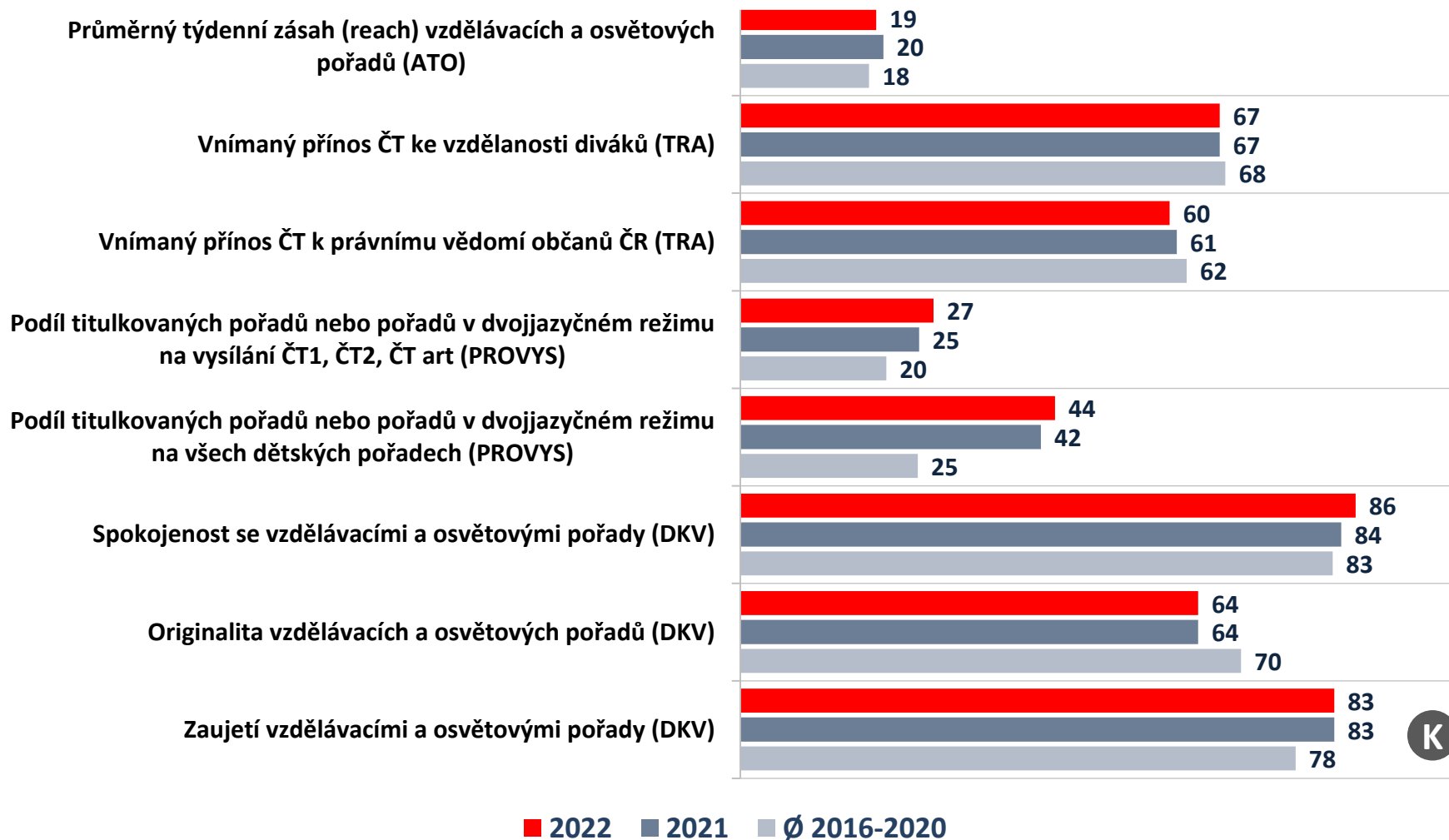
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 2

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

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



2022: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ 1/2

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Bankovní identita	finanční gramotnost	5	1
Bilance	finanční gramotnost	10	4
Drahé Česko (ČT24, ne 20:00)	finanční gramotnost	9	13
Drahé Česko,... ? (ČT24, různě v průběhu dne)	finanční gramotnost	218	37
DVA3	mediální gramotnost	36	8
Newsroom ČT24	mediální gramotnost	39	31
Wifina	mediální gramotnost	41	19
Infocentrum	mediál. a energ. gramotnost	18	1
Z lásky nenávid 4 - Domácí násilí na dětech	sociální tematika	1	1
Každá minuta života	sociální dokument	1	1
Sólomámy	sociální dokument	1	1
Tornádo - rok poté	sociální dokument	1	1
Jednotka intenzivního života	medicína	1	1
Život na křídlech motýlích	medicína	1	1
Péče o duši	zdraví	9	4
Medvídkova poradna II	osobní problémy	16	4
V jiném těle	menšiny	6	4

2022: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ 2/2

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Josef II.: Rebel na trůnu	historie	1	1
Podkarpatské Rusínsko	historie	1	1
Životní styl první republiky	historie	6	5
Polosvět	krimi	6	5
Do divočiny!	přírodní vědy	12	3
Koumando	věda	12	3
Tajemství pana M	věda	8	2
Technické památky českých zemí	cestování, technika	14	6
Českopis	cestování	10	2
Města bez bariér	cestování	15	2
ArtZóna	všeobecný kulturní rozhled	38	33
Divadlo ve filmu	divadlo	3	5
Fenomén českého skla	design	6	5
S vůní tradice	gastronomie	6	3

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady dosáhl v roce 2022 hodnoty 19 %.** V porovnání s průměrem let 2016-2020 jsme zaznamenali nárůst o 1 p. b., meziročně však došlo k poklesu o 1 p. b. Příčinou meziročně mírně nižšího výsledku je, že v minulém roce již doznívala covidová pandemie, a děti se mohly vrátit do škol místo toho, aby se vzdělávaly (i s podporou televizní obrazovky) doma.
- **Mezi stěžejní vzdělávací programy patřil v minulém roce pořad *Drahé Česko*, který se zaměřil na finanční a energetickou gramotnost. Pro dětského diváka Česká televize odvysílala cyklus *Zvěd II*, připravený ve spolupráci s Akademií věd ČR. Děčko uvedlo také cestopis pro děti pod názvem *Českopis*, který dětské diváky seznamoval s krásami České republiky. Mezi další dětské vzdělávací pořady patřil cyklus *Koumando*, který děti zavedl do tajemství biologie, ekologie a historie.**
- **Koeficient indikátoru *ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků* dosáhl úrovně 67 %, zůstal tedy na hodnotě roku 2021. Indikátor *ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů* je aktuálně na úrovni 60 %; meziročně došlo k jeho poklesu o 1 p. b.**
- **Podíl titulkovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu vzrostl loni o 2 p. b. na hodnotu 27 %. Ve srovnání s průměrem let 2016-2020 došlo k nárůstu o celých 7 p. b.**
- **Nadále rostl podíl titulkovaných pořadů na dětských pořadech, v roce 2022 činil již 44 %. V meziročním srovnání se jedná o nárůst o 2 p. b., v porovnání s průměrem období let 2016-2020 dokonce o 19 p. b.**
- **Index spokojenosti se vzdělávacími a osvětovými pořady je dlouhodobě vysoký, v roce 2022 dosáhl hodnoty 86 %, což znamená meziroční navýšení o 2 p. b. Indexy vnímané originality i míry zaujetí zůstaly na stejné úrovni jako v roce 2021 (64 %, resp. 83 %).**

KOMENTÁŘ

Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla také v roce 2022 velmi pestrá.

Jmenujme na tomto místě alespoň některé zásadní vzdělávací cykly:

- **Finanční gramotnost** byla tématem cyklu *Bilance* na programu ČT1 a pořadu *Fokus Václava Moravce*, který odvysílal speciální díl *Život na dluh*. Finance a také energetická gramotnost byly probírány rovněž v cyklu *Drahé Česko*.
- **Bezpečnosti** se věnoval pořad *Za minutu 12*.
- **Mediálnímu vzdělávání dospělých** se v roce 2022 mimo jiných věnovaly pořady ČT24 *Newsroom* a *90'*.
- **Témata cestování a techniky se objevily v cyklech *Putování s párou 2*, *Technické památky českých zemí* a *Skryté skvosty***. Česká televize uvedla také přírodopisný cyklus *Vltava, naše řeka*.
- **Zdravotní problematika s důrazem na péči o mentální zdraví se řešila v cyklu *Péče o duši***, tématu eutanázie byl zase věnován jeden díl pořadu *Fokus Václava Moravce*, uvedený pod názvem *Život se smrtí*.
- Česká televize odvysílala v roce 2022 také celou řadu **původních dokumentů ze sociální a medicínské oblasti**, např. *Tornádo – rok poté*, *Sólomámy* nebo *Jednotka intenzivního života*.

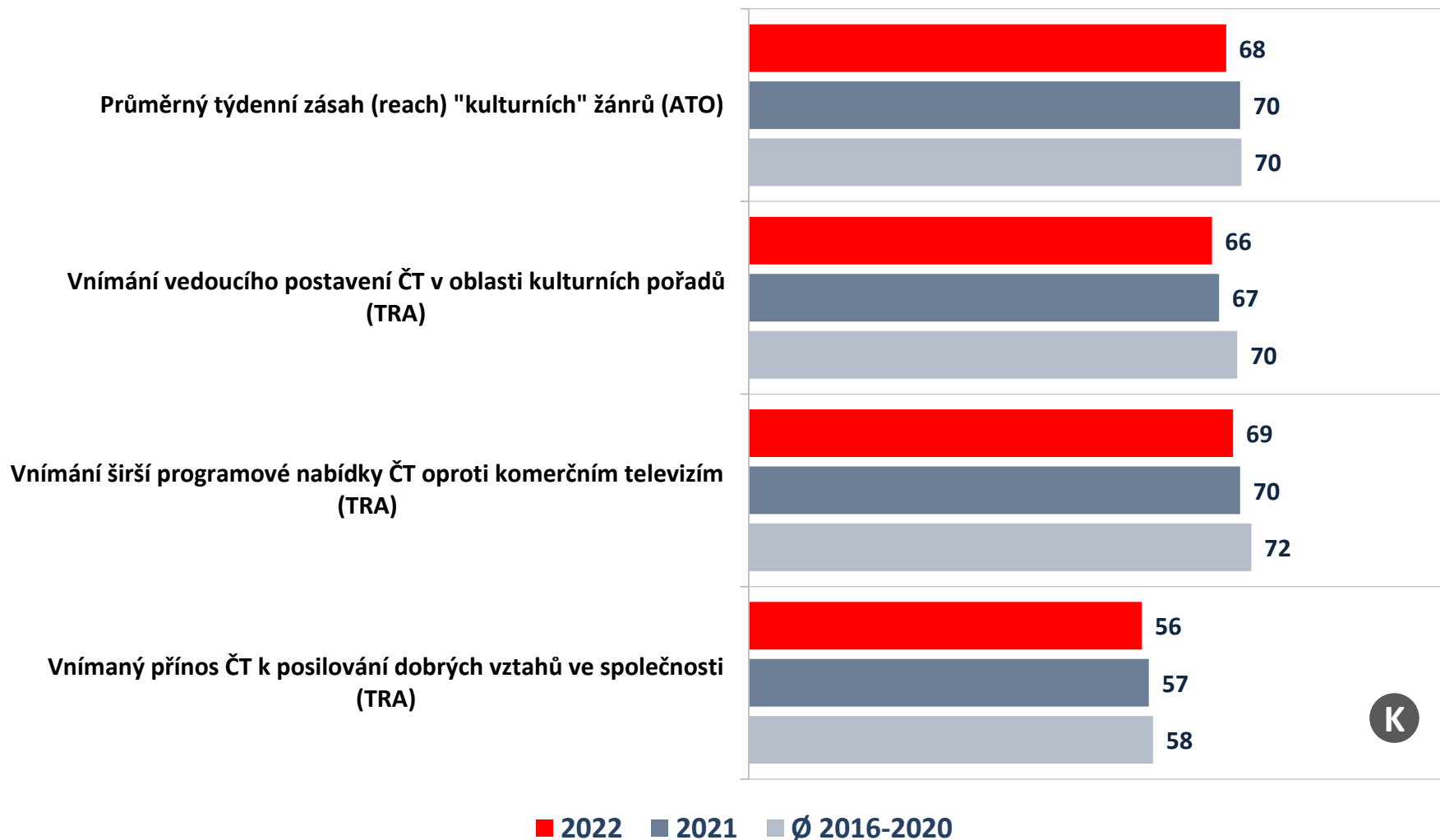
CÍL 3 – Podpora kultury

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 3

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

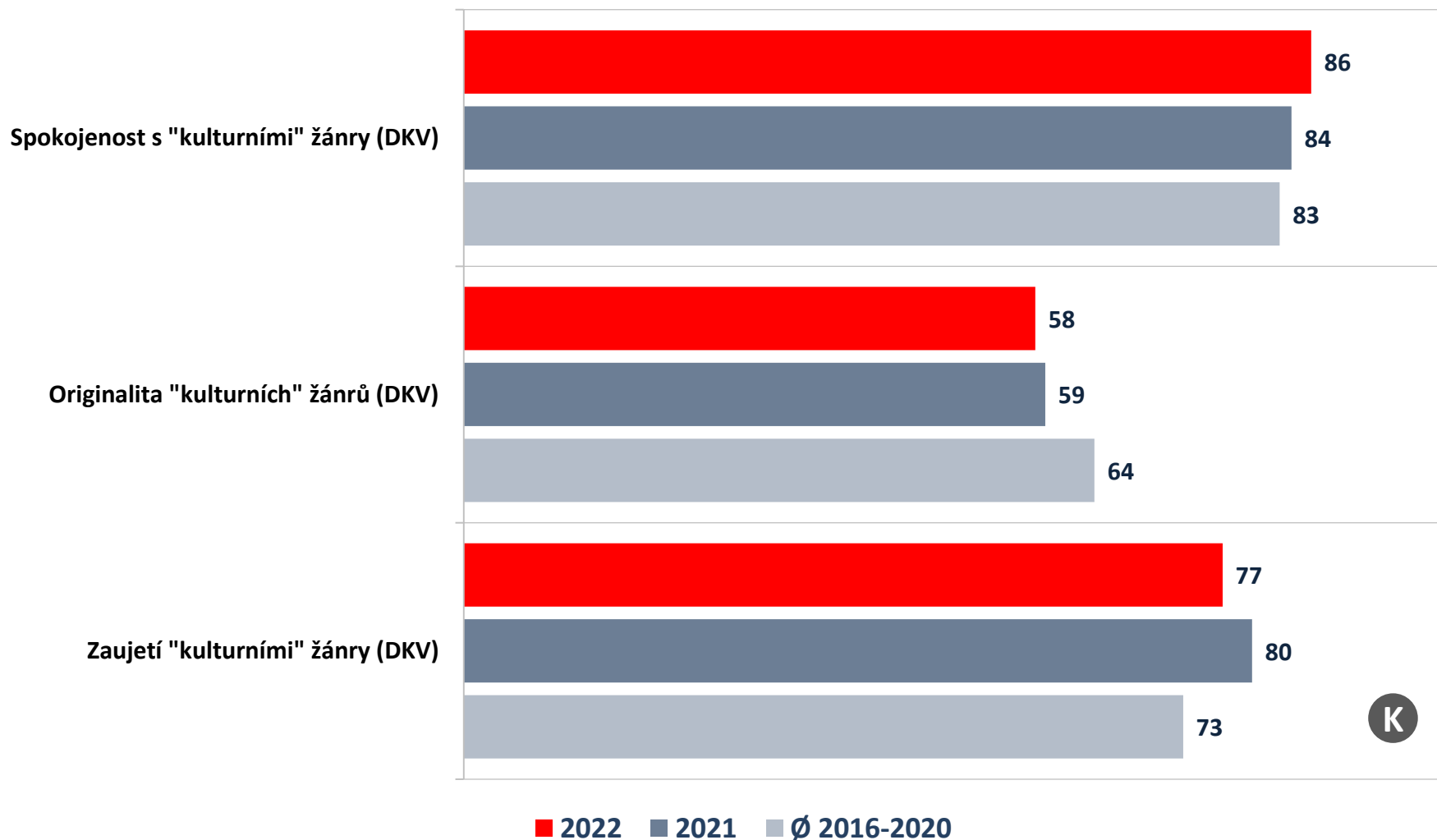
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v %



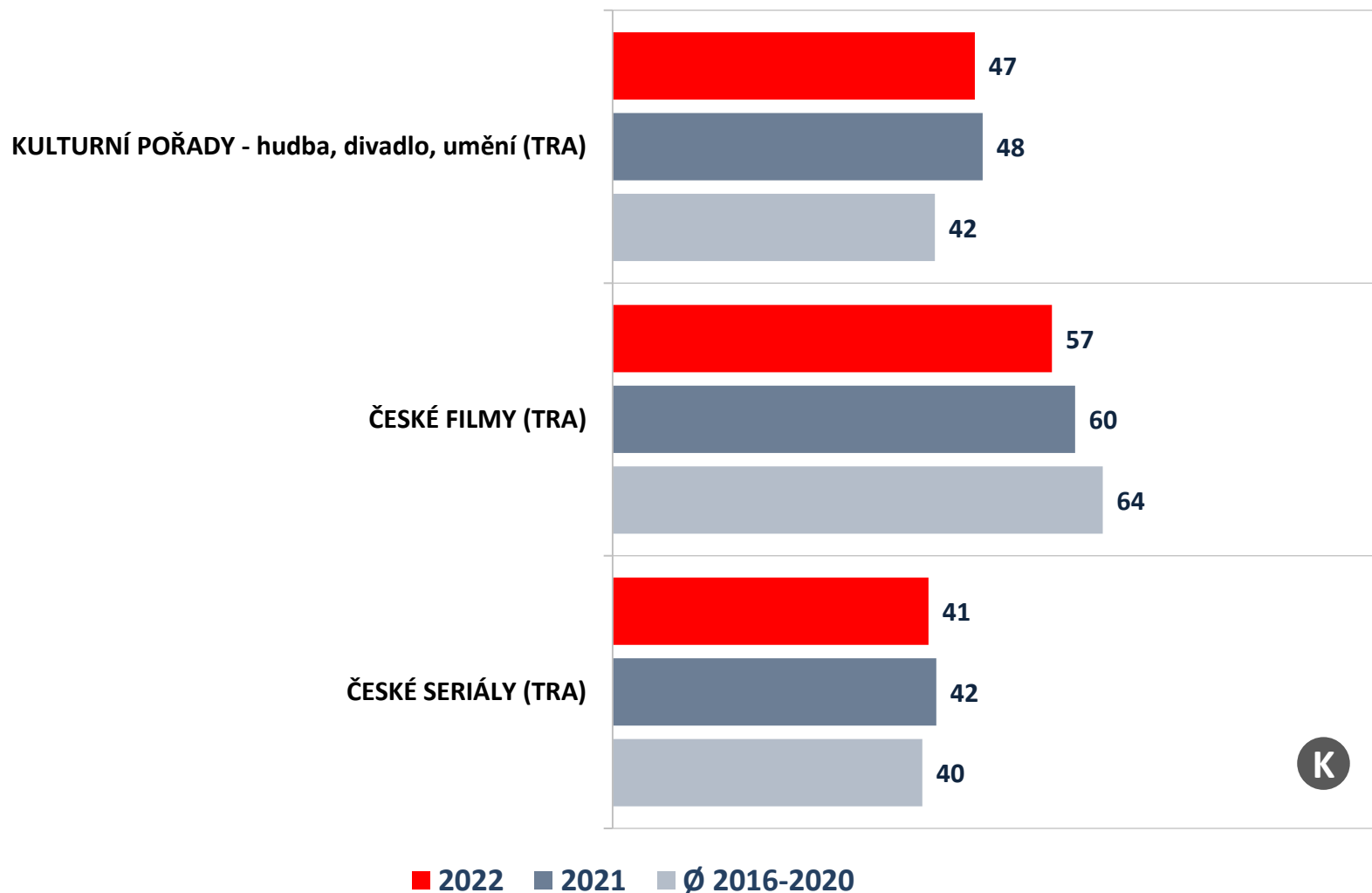
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ KULTURNÍMI ŽÁNRY

Zdroj: DKV ČT, v %



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

Zdroj: Tracking ČT, v %

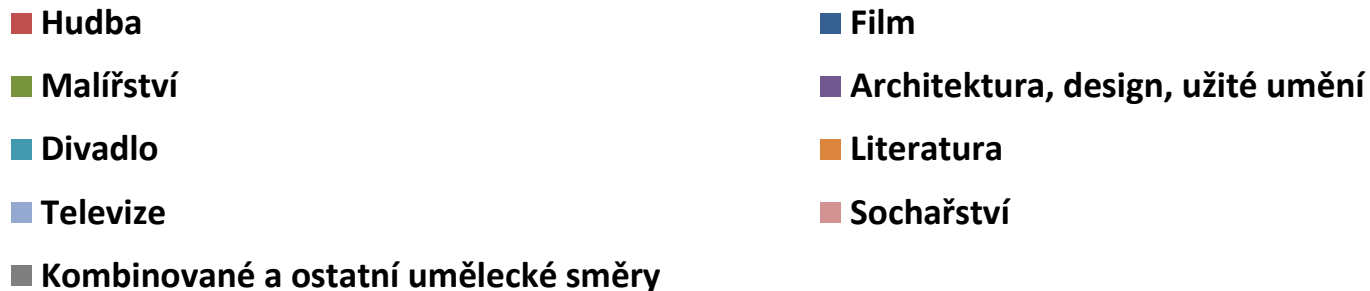


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů činil v minulém roce 68 %.** V porovnání s rokem 2021 se jednalo o pokles o 2 p. b.
- **Všechny tři koeficienty indikátorů vycházejících z trackingového šetření zaznamenaly meziročně drobný pokles o 1 p. b.**
- **Pokud jde o kvalitativní hodnocení kulturních žánrů,** tak přestože vnímaná originalita a míra zaujetí pořady zaznamenaly oproti roku 2021 mírný pokles o 1 p. b., resp. 3 p. b., celková spokojenost vzrostla o 2 p. b. na vysokou úroveň 86 %.
- **Jako svůj hlavní kanál v oblasti kulturních pořadů vnímá některý z kanálů ČT téměř polovina diváků (47 %),** což je oproti roku 2021 mírný pokles (-1 p. b.). **Hodnota tohoto ukazatele skokově vzrostla v roce 2021 a i v roce 2022 byla výrazně nad dlouhodobým průměrem.** Souvisí to nepochybně s úsilím České televize nabídnout divákům v době pandemie alespoň prostřednictvím obrazovky divadelní hry, koncerty a další kulturní události, a to včetně přímých přenosů.
- Podíl diváků, kteří vnímají kanály ČT jako hlavní, pokud jde o české filmy, se snížil o 3 p. b. na 57 %. Nepatrný pokles o 1 p. b. na hladinu 41 % jsme zaznamenali u podílu diváků, pro které je ČT hlavním zdrojem českých seriálů.

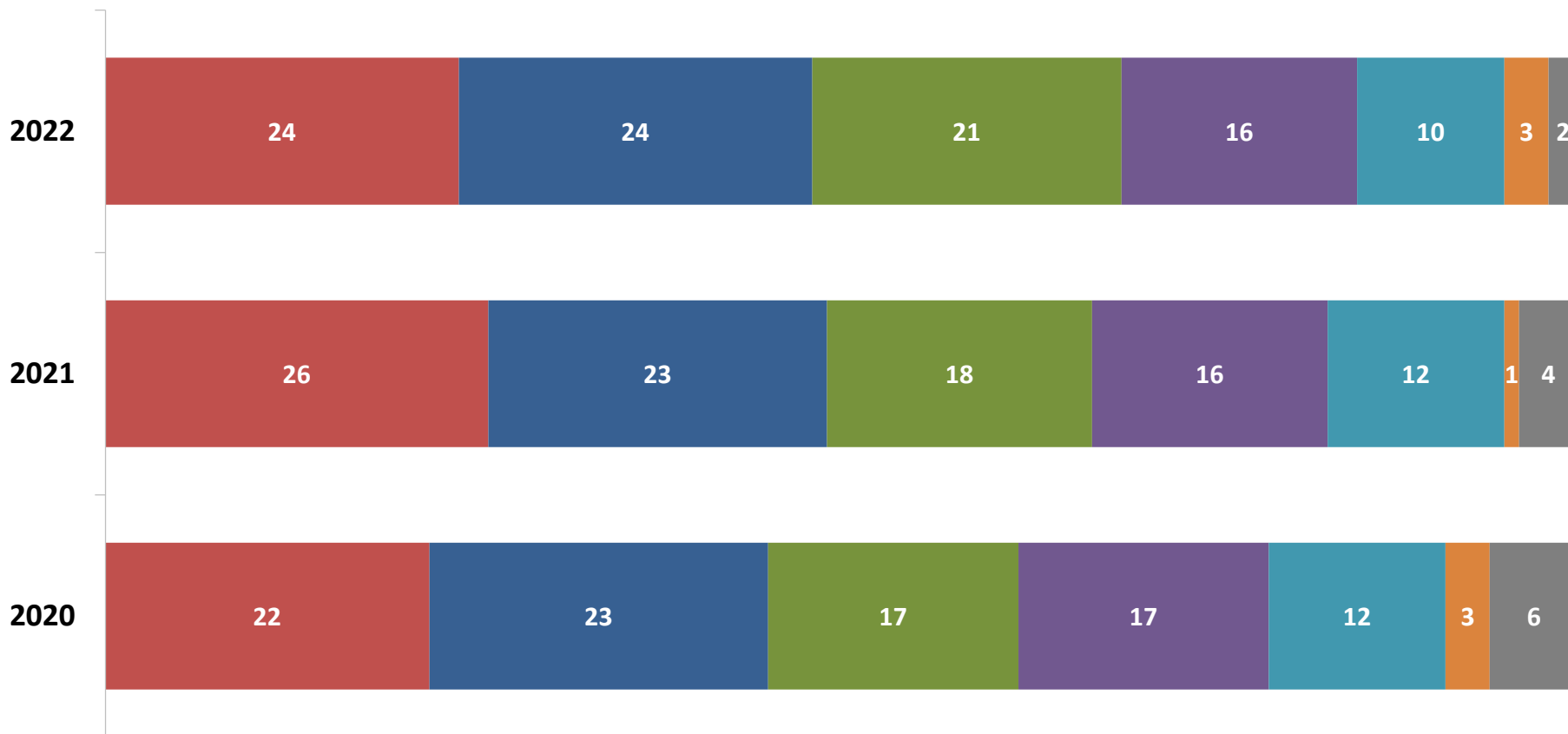
PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



2022: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)

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

77. ročník Mezinárodního hudebního festivalu Pražské jaro

48. Letní filmová škola Uherské Hradiště

Bohemia JazzFest 2022

Colours of Ostrava 2022

Designblok

Dvořákova Praha

FAMUFEST 2022

JazzFestBrno

Metronome festival Prague

Mezinárodní festival animovaných filmů Anifilm 2022

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět

Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary 2022

MFDF Ji.hlava

Rock for People 2022

Serial Killer

Smetanova Litomyšl

Svět knihy Praha

Světový romský festival Khamoro 2022

Tanec Praha

Týden Akademie věd ČR

Zlatý Ámos 2023

2022: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
Adventní koncerty České televize 2022	Denní centrum Žirafa
Adventní koncerty České televize 2022	Dům pro Julii
Adventní koncerty České televize 2022	Centrum pro rodinu a sociální péči
Adventní koncerty České televize 2022	Parent Project
benefiční open air koncert České filharmonie	Člověk v tísni
Česko přeje dětem - benefiční koncert	Unicef ČR
Český den proti rakovině	Liga proti rakovině
Global Teacher Prize Czech Republic	EDUin, o.p.s.
Koncert pro Ukrajinu	Člověk v tísni
Pomozte dětem	Nadace rozvoje občanské společnosti
Run for help	No foot no stress
Světlo pro Světlušku	Nadační fond Českého rozhlasu
Tříkrálový koncert	Charita ČR

KOMENTÁŘ

- **Stejně jako v předchozích letech, byly i v roce 2022 hudební tituly nejčastějším typem uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Oproti roku 2021 došlo ke zvýšení jejich podílu o 2 p. b. na 29 %. V pořadí prostoru věnovaného jednotlivým uměleckým typům následují film (nárůst o 2 p. b. na 15 %), malířství (- 1. p. b.) a architektura, design a užité umění (-1 p. b.).
- **V rámci podžánrů dokumentárních pořadů měly největší podíl tituly věnované humanitním vědám a ty přírodopisné či cestopisné (shodně 24 %).** U pořadů se společenskou tematikou došlo k poklesu o 2 p. b., u přírodopisných a cestopisných dokumentů zase k nárůstu o 1 p. b.
- **Česká televize mediálně podporuje celou řadu kulturních akcí,** některé již mnoho let. V roce 2022 mohly znovu proběhnout některé tradiční akce, které byly v době covidu zrušené či odsunuté – ČT se tedy opět partnersky podílela např. na *MFF Karlovy Vary* či festivalu dokumentárních filmů *Jeden Svět*.
- **Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů.** Z těch nejvýznamnějších, které Česká televize v roce 2022 mediálně zaštitila, můžeme jmenovat projekty *Pomozte dětem*, *Světlo pro světlušku* nebo tradiční *Adventní koncerty ČT*. Česká televize také odvysílala velký *Koncert pro Ukrajinu* na podporu země čelící ruské vojenské agresi.
- **83 % obyvatel ČR starších 15 let souhlasí s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty.**

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

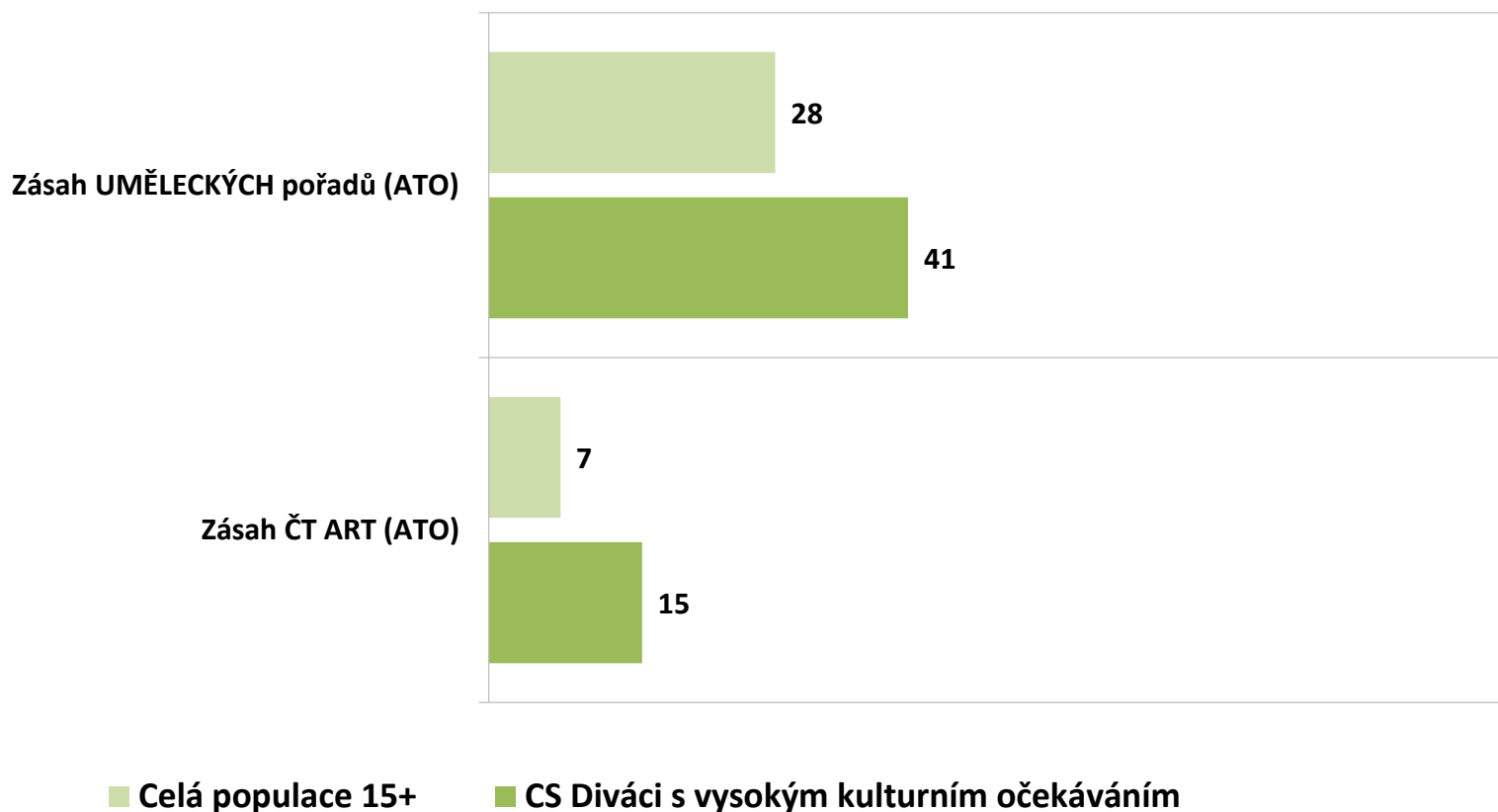
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

Definice divácké skupiny

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

2022: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

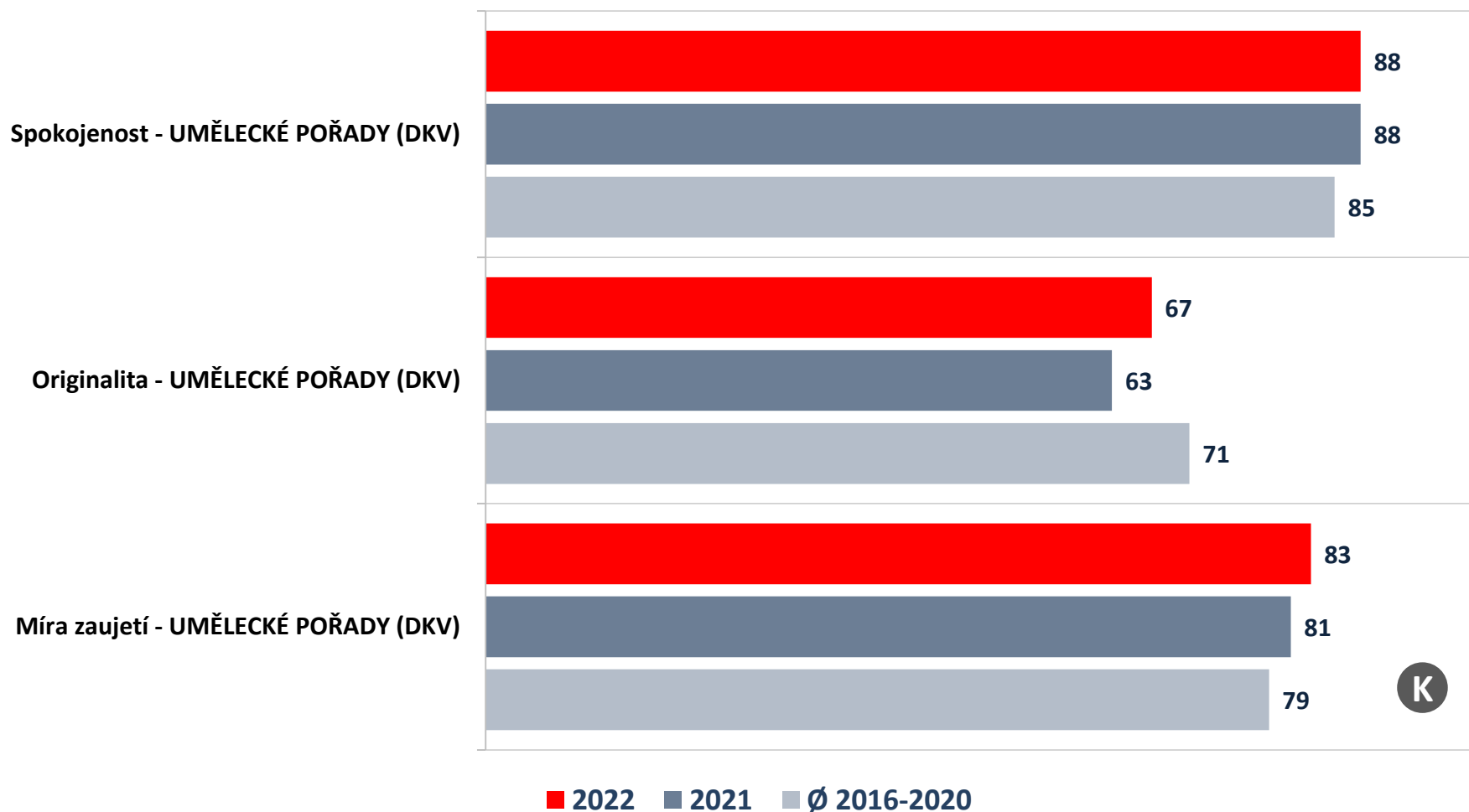
Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

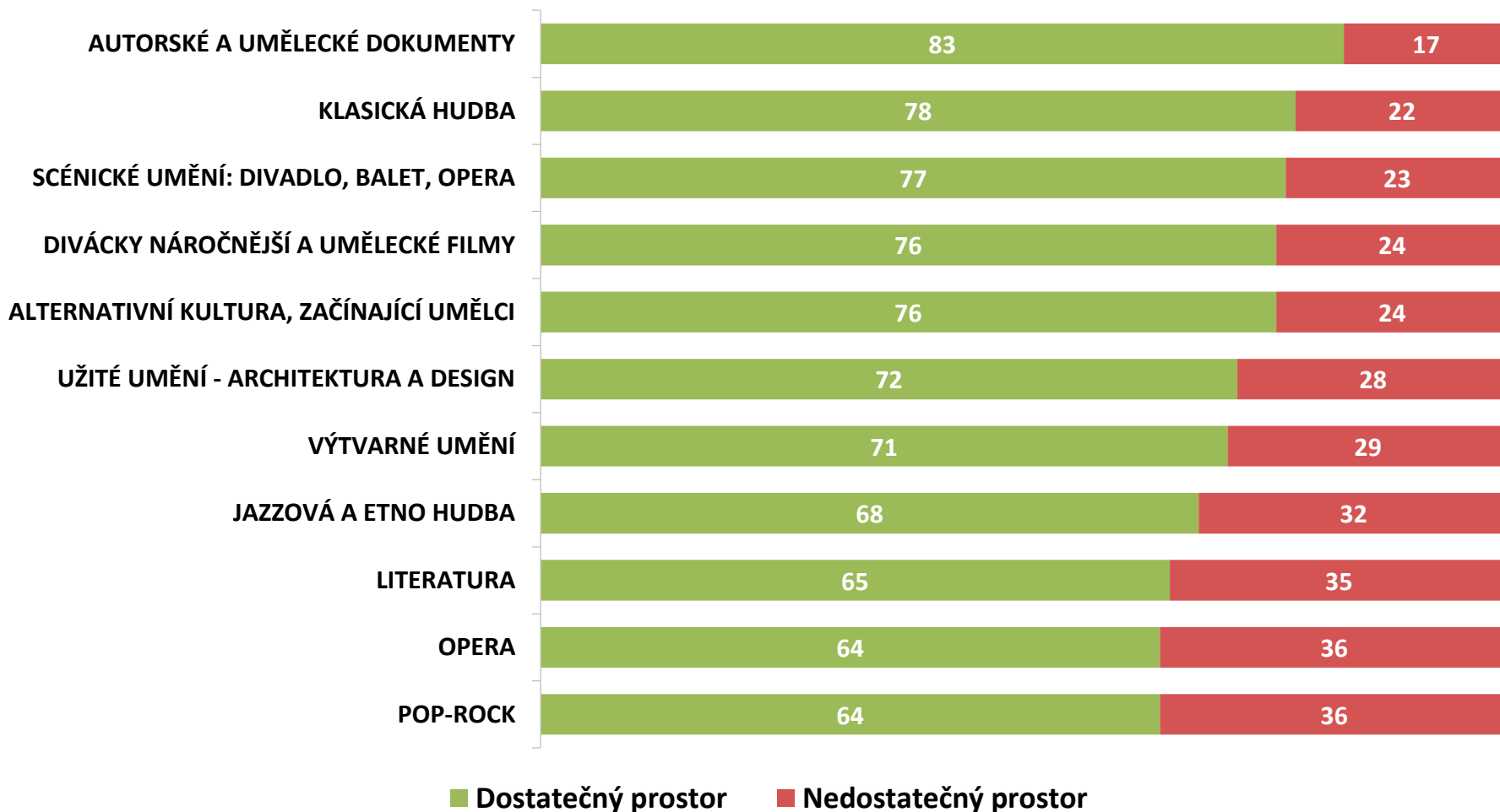
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ UMĚLECKÝMI POŘADY VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

Zdroj: DKV ČT, v %



2022: POSTOJ DIVÁKŮ ČT ART K PROSTORU, KTERÝ JE VE VYSÍLÁNÍ VĚNOVÁN JEDNOTLIVÝM UMĚLECKÝM ŽÁNŘŮM

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah uměleckých pořadů ČT** (pořady na ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka) **činil v roce 2022 v obecné populaci 15+ 28 %, v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním pak 41 %.**
- Samotný kanál ČT art v průměru týdně zasáhl 15 % diváků s vysokým kulturním očekáváním, jeho zásah v obecné populaci 15+ byl přitom poloviční.
- **Spokojenost s uměleckými pořady** byla loni mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním opět velmi vysoká, činila 88 %. **Index originality uměleckých pořadů** meziročně stoupl o 4 p. b. na úroveň 67 %, **míra zaujetí uměleckými pořady** vyšplhala na hodnotu 83 % (+2 p. b.).
- **Obecně platí, že mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním dosahují kvalitativní indikátory uměleckých pořadů vyšších hodnot než v obecné populaci 15+.**
- **ČT art dle diváků vytváří dostatečný prostor pro jednotlivé umělecké žánry.** Spokojenost panuje zejména s vysílací plochou, která je věnována autorským a uměleckým dokumentům, klasické hudbě, scénickému umění, filmům pro náročnějšího diváka a alternativní kultuře. Část diváků by nicméně ocenila víc pop-rockové, jazzové a etnické hudby, stejně tak i opery či literatury.

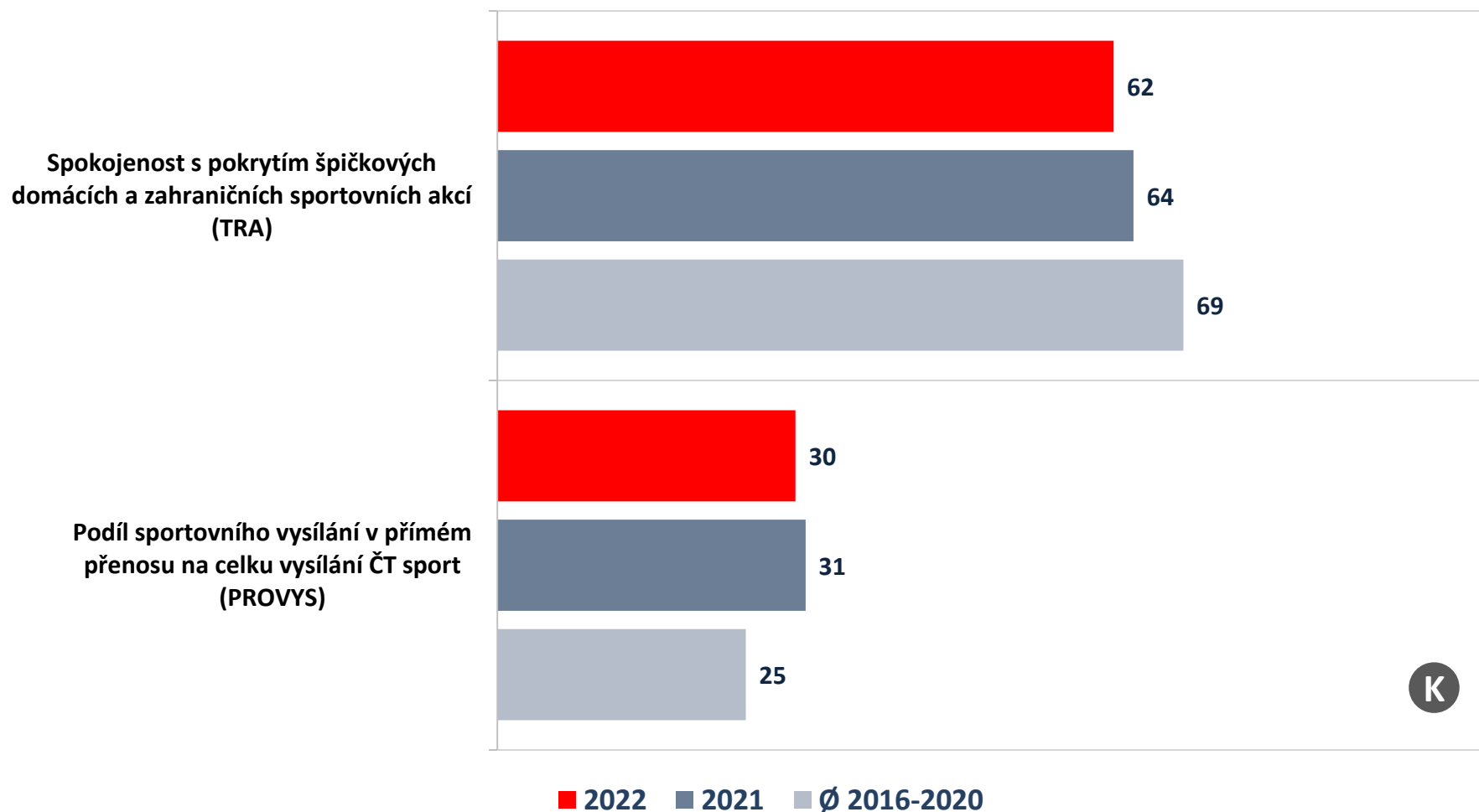
CÍL 4 – Podpora sportu

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 4

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

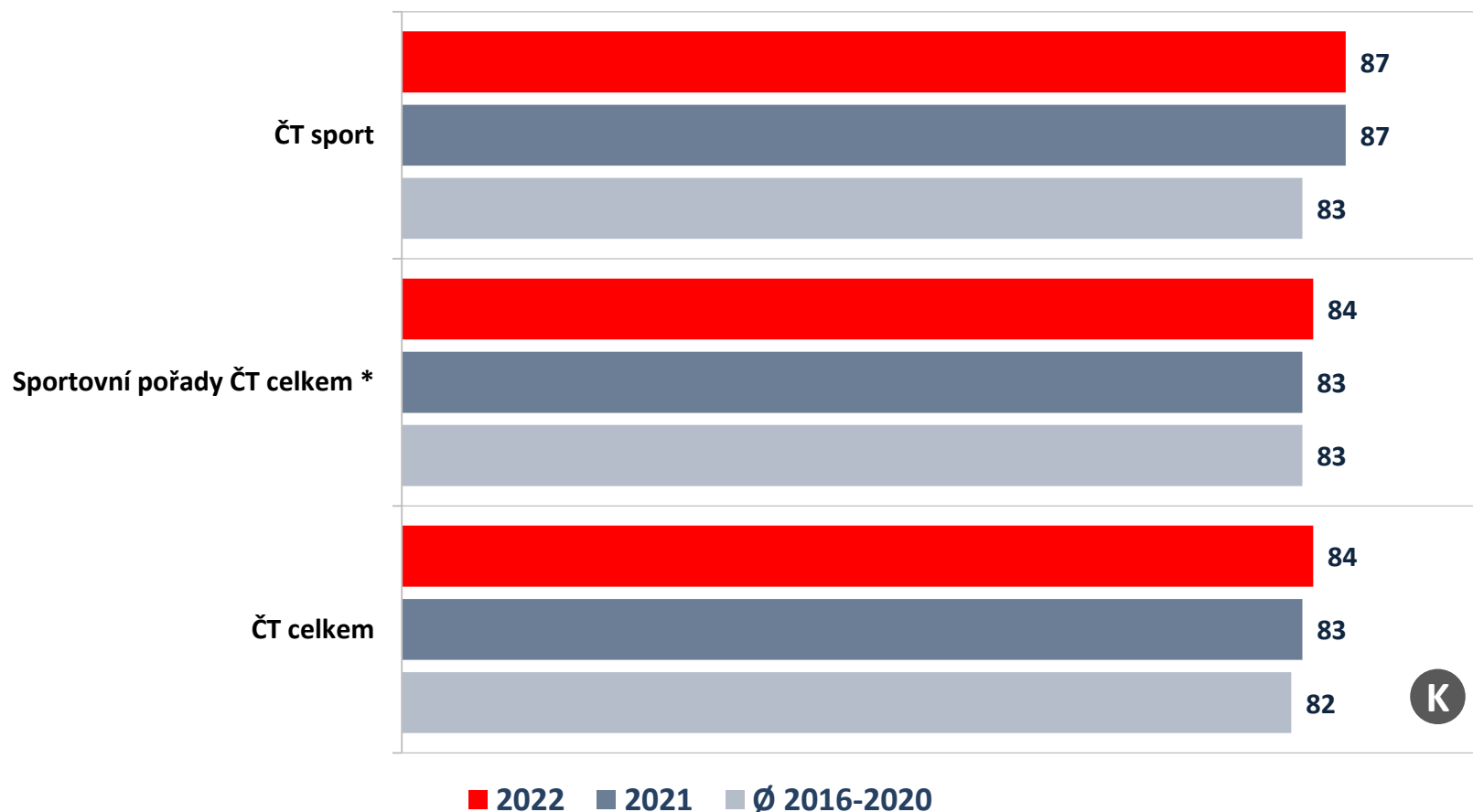
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: Tracking ČT, PROVYS ČT, v %



SPOKOJENOST S VYSÍLÁNÍM KANÁLU ČT SPORT A SPORTOVNÍCH POŘADŮ *

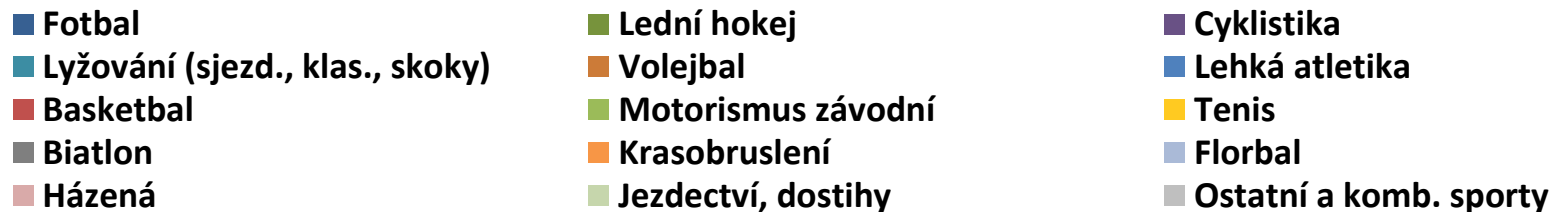
Zdroje: DKV ČT, v %



* Sportovní pořady zahrnují celé sportovní vysílání České televize. Společně s vysíláním ČT sport to jsou přímé přenosy umístěné na programech ČT2 nebo ČT3 a každodenní sportovní zpravodajství Branky, body, vteřiny na programech ČT1, ČT24 a ČT3.

PODÍL JEDNOTLIVÝCH SPORTŮ NA SPORTOVNÍM VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Koeficient spokojenosti s pokrytím špičkových sportovních akcí dosáhl hodnoty 62 %. Oproti roku 2021 jde o pokles o 2 p. b.**, v porovnání s roky 2016-2020 o 7 p. b. Za klesajícím hodnocením stojí především strukturální změny ve vlastnictví vysílacích práv na sportovní pořady, která zčásti přešla na placené komerční kanály.
- **Podíl přímých přenosů se oproti roku 2021 nepatrně snížil na 30 % (-1 p. b.).** Stále je ale 5 p. b. nad průměrem let 2016-2020.
- **Spokojenost s vysíláním stanice ČT sport dosáhla 87 % a zůstala tak na stejné úrovni jako v předchozím roce.** Na výsledek mělo jistě výrazný vliv pozitivní divácké hodnocení velkých sportovních akcí, zejména ZOH v Pekingu. U celku sportovních pořadů došlo k meziročnímu navýšení spokojenosti o 1 p. b. na úroveň 84 %.
- **Sportem s nejvyšším podílem na celku sportovního vysílání ČT zůstává nadále fotbal (16 %)**, u kterého došlo k nárůstu o 2 p. b., a to zejména díky přenosům z MS konaného v Kataru.
- **Druhým sportem co do podílu na vysílací ploše byl lední hokej**, jehož zastoupení meziročně mírně vzrostlo o 1 p. b. na 12 %. Následuje lyžování (klasické i alpské disciplíny) se 7 % a cyklistika se stejným podílem. **Meziroční pokles o 8 p. b. jsme zaznamenali u skupiny ostatních sportů (25 %).** Příčinu nicméně hledejme v roce 2021, kdy byly v rámci OH v Tokiu odvysílány přenosy široké palety sportů s jinak relativně malým podílem na celku (např. gymnastika, sportovní lezení, plavání apod.). Celkový podíl ostatních sportů tak byl v loňském roce stejný jako v neolympijském roce 2020.

2022: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ AKCE

Zdroj: ATO – Nielsen, 4+

Akce	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v ledním hokeji 2022 Finsko	448	18,31	5 328	26	474
MS ve fotbale 2022 Katar	445	16,38	4 275	25	470
SP v biatlonu	429	23,25	3 041	8	437
Kvalifikace na MS ve fotbale 2022	331	10,79	1 267	15	346
Konferenční liga UEFA	223	7,29	2 528	8	231
ZOH Peking 2022	217	17,37	5 245	12	229
Euro Hockey Tour *	186	8,27	2 616	5	191
MS v rychlobruslení 2022 Norsko	169	6,05	801	1	170
ME v atletice 2022 Německo	165	9,04	1 847	3	168
Tour de France 2022	162	11,61	1 726	5	167
SP v alpském lyžování	147	7,55	2 923	2	149
Evropská liga UEFA	136	5,42	987	4	140

Poznámka: Do průměrů jsou započítány i přenosy vysílané na ČT2 a ČT3.

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

2022: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY

Zdroj: ATO – Nielsen, 4+

Přenos	Datum	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Česko - USA	29. 05.	1 410	51,89	2 553	76	1 486
MS ve fotbale 2022 Katar: Argentina - Francie	18. 12.	1 313	37,12	2 161	68	1 381
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Kanada - Česko	28. 05.	1 287	44,65	2 250	74	1 361
ZOH Peking 2022: Lední hokej M Rusko - Česko	12. 02.	1 211	48,35	2 056	51	1 262
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Německo - Česko	26. 05.	1 125	53,59	1 891	99	1 224
ZOH Peking 2022: Skeleton 3. a 4. jízda Ž	12. 02.	1 178	47,82	1 179	45	1 223
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Finsko - Česko	24. 05.	1 103	26,53	2 286	67	1 170
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Norsko - Česko	21. 05.	1 083	30,91	2 070	59	1 142
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Švédsko - Česko	15. 05.	1 016	26,96	2 144	48	1 064
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Česko - Lotyšsko	19. 05.	959	25,66	1 992	60	1 019
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: USA - Česko	23. 05.	935	47,92	1 742	82	1 017
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Česko - Rakousko	17. 05.	916	42,48	1 725	60	976
ZOH Peking 2022: Biatlon - Smíšená štafeta	05. 02.	891	41,44	1 244	37	928
MS v ledním hokeji 2022 Finsko: Finsko - Kanada	29. 05.	881	22,45	2 168	45	926
MS ve fotbale 2022 Katar: Francie - Anglie	10. 12.	847	21,56	1 497	41	888

2022: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA MLÁDEŽ A JUNIORY

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

Akce/Přenos/Pořad	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v ledním hokeji U18 Německo	3	166	11,77	861	6	172
MS v ledním hokeji U20 2022 Kanada	8	102	8,06	1 095	4	106
Kvalifikace na ME ve fotbale U21	4	100	3,70	756	2	102
MS v biatlonu U21 2022 USA	5	60	3,17	324	1	61
ME U19 ve fotbalu žen 2022	4	27	1,61	311	1	28
ME juniorů v judu 2022 Česko	1	19	1,74	32	0	19
Letecký sport: MS juniorů v bezmotorovém létání Tábor	1	16	1,61	32	3	19
Univerzitní osmy 2022	4	17	0,79	49	0	17
Tenis: MS juniorů Prostějov	1	16	0,73	14	1	17
MS žen U17 ve fotbalu Indie	3	16	1,20	227	0	16
X. Letní olympiáda dětí a mládeže 2022	73	16	1,62	430	0	16
Vodní slalom: MS juniorů Itálie	1	13	1,13	33	0	13
Sport v regionech	6	11	0,99	38	0	11
Krasobruslení: ISU Junior Grand Prix Ostrava	1	10	0,76	18	0	10
Vodní slalom: ME juniorů Česko	1	7	0,23	24	0	7
Triatlon: MČR žactva a EP juniorů	1	5	0,71	6	0	5
MS ve fotbalu žen U20 Kostarika	4	2	1,26	30	0	2

2022: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA HENDIKEPOVANÉ SPORTOVCE A NA SENIORY

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

Akce/Přenos/Pořad	Počet	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
XIII. zimní paralympijské hry	32	17	2,07	702	0	17
Archiv D	48	17	1,30	728	0	17
Paralympijský magazín	10	12	0,78	142	1	13
ME Para Dance Sport 2022 Praha	1	10	0,53	22	0	10
Sokolský zpravodaj	41	6	0,65	151	0	6
Sport v regionech: Golf pro Paraple	1	4	0,67	4	0	4
Tenis: Wheelchair Czech Open 2022	1	1	0,13	0	0	1

KOMENTÁŘ

- **Událostí s nejvyšší průměrnou sledovaností bylo Mistrovství světa v ledním hokeji ve Finsku.** Průměrně přenosy sledovalo 448 tisíc diváků ve věku 4+, podíl přenosů na publiku činil 18,31 %. Kvůli ZOH se loni nekonalo MS v biatlonu, které bylo nejsledovanější událostí v letech 2020 a 2021. Na průměrnou sledovanost **přes 400 tisíc diváků dosáhlo ještě MS ve fotbale v Kataru a také Světový pohár v biatlonu.**
- **Jedenáct jednotlivých přímých přenosů překročilo v roce 2022 milionovou hranici průměrné sledovanosti. Vůbec nejsledovanějším přenosem** bylo utkání o bronz na MS v ledním hokeji Česko - USA s 1,410 mil. diváků 4+ a podílem na sledovanosti 51,89 %.
- **Nejsledovanějším fotbalovým přenosem roku 2022 a zároveň v celé historii kanálu ČT sport** bylo finále MS ve fotbale Argentina - Francie s 1,313 mil. diváků ve věku 4+ a podílem na sledovanosti 37,12 %. Jednalo se o druhý nejsledovanější přenos minulého roku.
- **Ze sportovních pořadů zaměřených na mládež a juniory** diváky nejvíce oslovily zápasy MS v ledním hokeji do 18 let, MS v ledním hokeji do 20 let nebo kvalifikace na fotbalové ME jedenadvacítek.
- **Pokud jde o sport hendikepovaných,** zařadila Česká televize do vysílání například přenosy ze Zimních paralympijských her nebo tenisové turnaje vozíčkářů. Z pravidelných pořadů to pak byl *Paralympijský magazín*.
- **Primárně divákům z řad seniorů** byla určena například série archivních sportovních dokumentů *Archiv D* nebo pravidelný *Sokolský zpravodaj*.

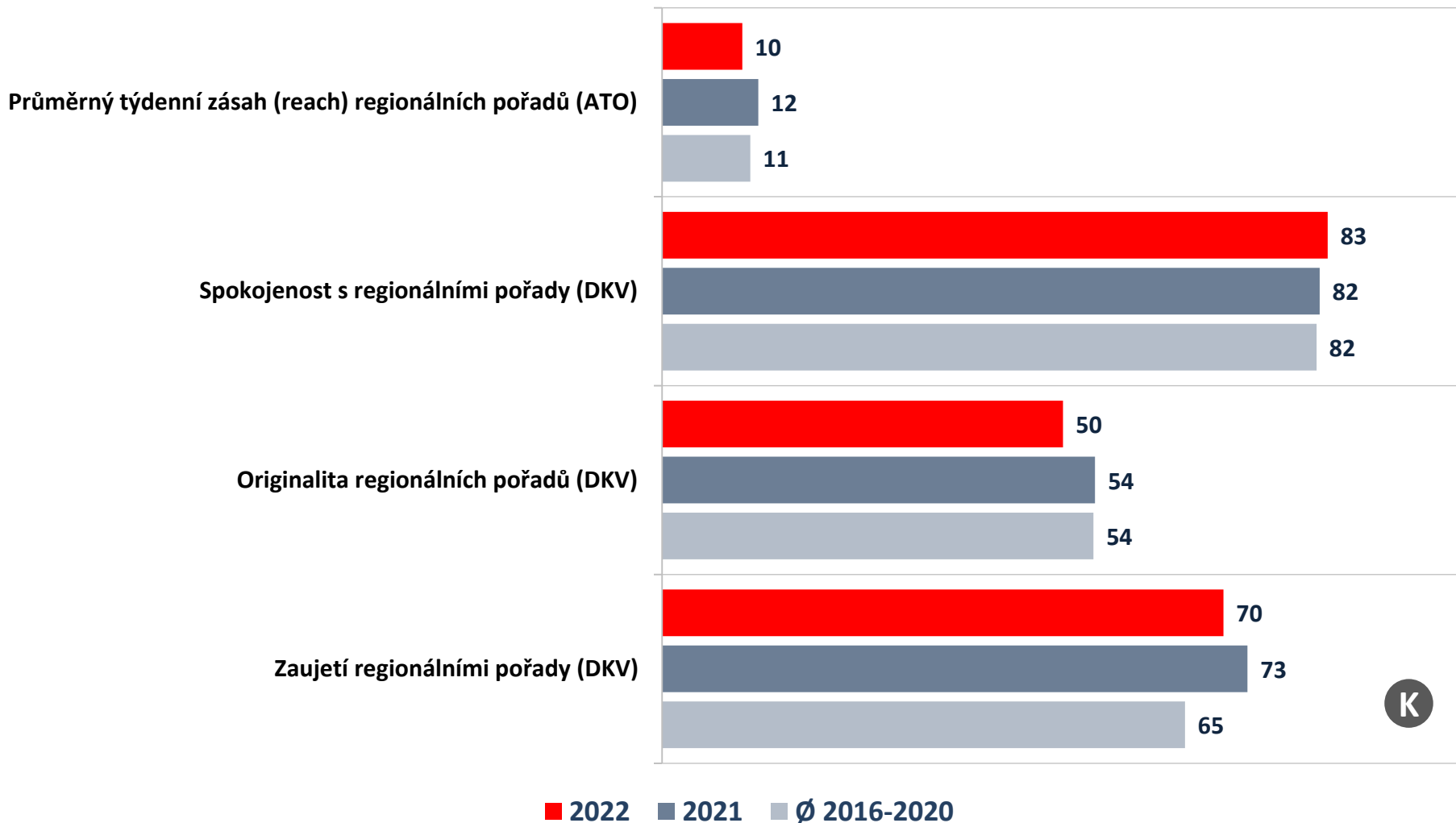
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 5

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

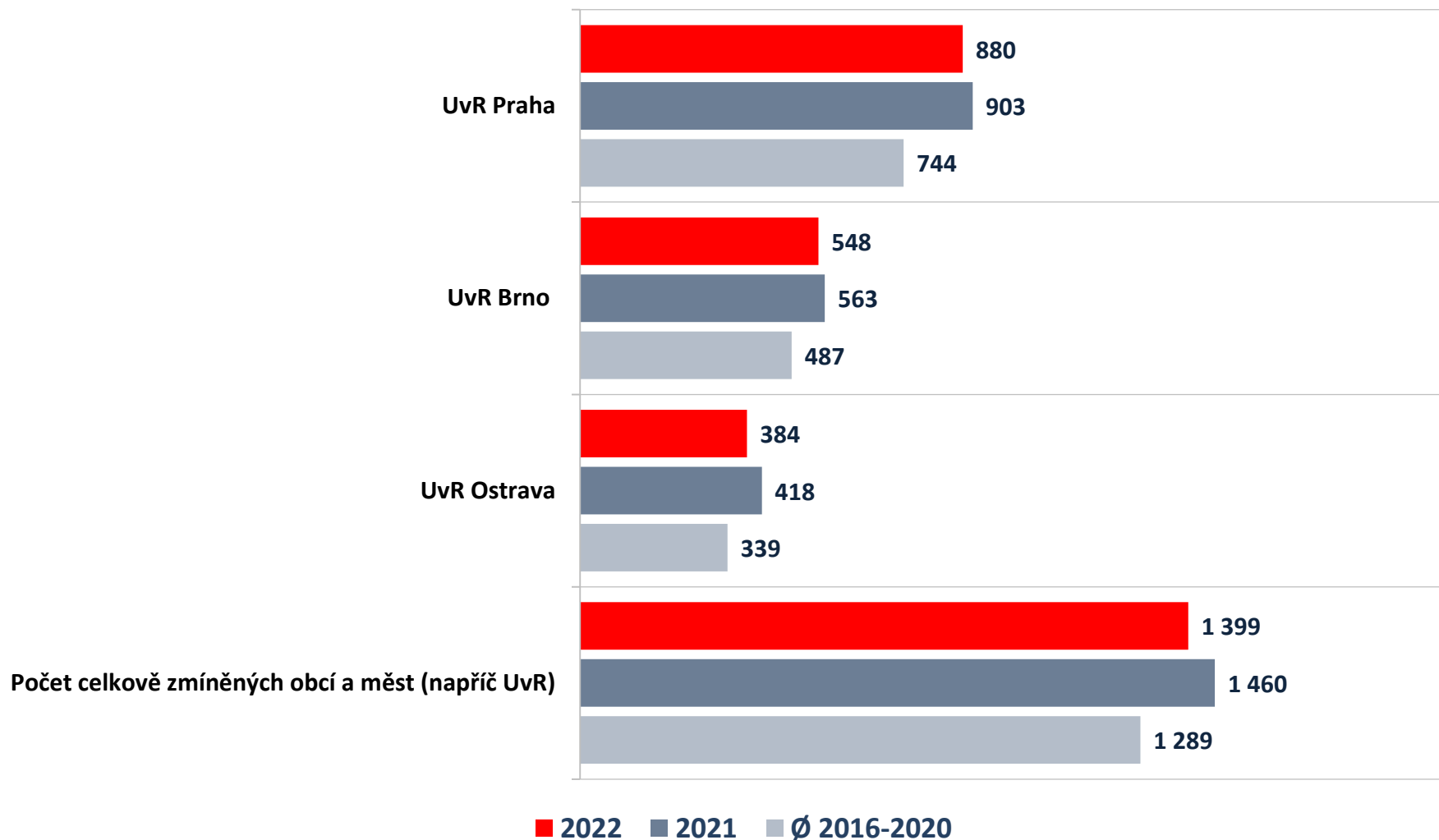
ZÁSAH, SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ REGIONÁLNÍMI POŘADY

Zdroje: ATO – Nielsen, DKV ČT, v %



POČET MĚST A OBCÍ ZMÍNĚNÝCH V POŘADU UDÁLOSTI V REGIONECH

Zdroj: Media Tenor, počet měst a obcí



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

Zdroj: PROVYS ČT, v %



	2022	2021	2020	2019	2018	2017
TS Brno	10	10	9	10	10	9
TS Ostrava	9	10	9	9	10	9
ČT Praha	81	80	82	81	80	82



	2022	2021	2020	2019	2018	2017
TS Brno	15	14	14	15	14	14
TS Ostrava	10	12	12	11	12	11
ČT Praha	75	74	74	74	74	75



	2022	2021	2020	2019	2018	2017
TS Brno	11	12	11	12	12	12
TS Ostrava	14	14	14	14	15	16
ČT Praha	75	74	75	74	73	72

KOMENTÁŘ

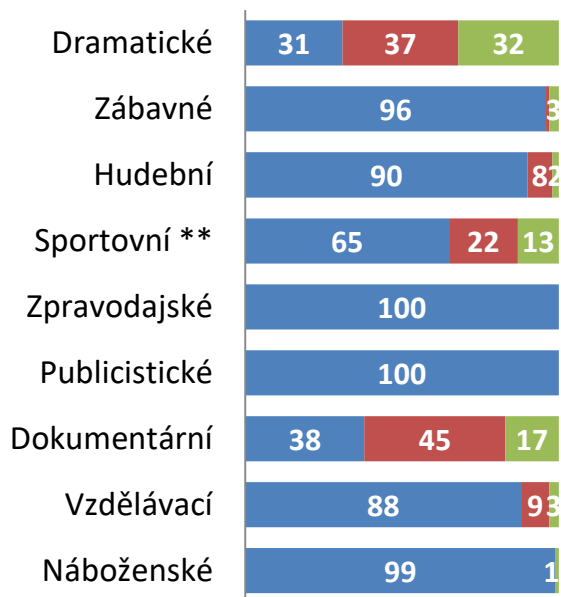
- **Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů ČT dosáhl hodnoty 10 %, což je o 2 p. b. méně než v roce 2021 a o 1 p. b. méně v porovnání s dlouhodobým průměrem ukazatele.**
- **Spokojenost diváků s regionálními pořady vzrostla oproti roku 2021 i dlouhodobému průměru o 1 p. b. na hodnotu 83 %.** O 4 p. b. na úroveň 50 % poklesla vnímaná originalita regionálních pořadů. U zaujetí regionálními pořady jsme sice zaznamenali meziročně pokles o 3 p. b. na hodnotu 70 %, v porovnání s dlouhodobým průměrem je nicméně koeficient i tak o 5 p. b. vyšší.
- **V roce 2022 bylo v *Událostech v regionech* zmíněno celkem 1 399 různých měst a obcí České republiky.** V porovnání s rokem 2021 sice došlo k mírnému poklesu absolutního počtu zmíněných sídel, i v tomto případě se ale hodnota drží nad dlouhodobým průměrem let 2016-2020.
- **Podíl regionálních studií (TS Brno a TS Ostrava) na vysílání ČT1 a ČT2 v roce 2022 výrazně převyšoval stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, podíl na vysílání TS Brno zůstal meziročně nezměněn (10 %), podíl TS Ostrava o 1 p. b. klesl (9 %).

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

Zdroj: PROVYS ČT, v %

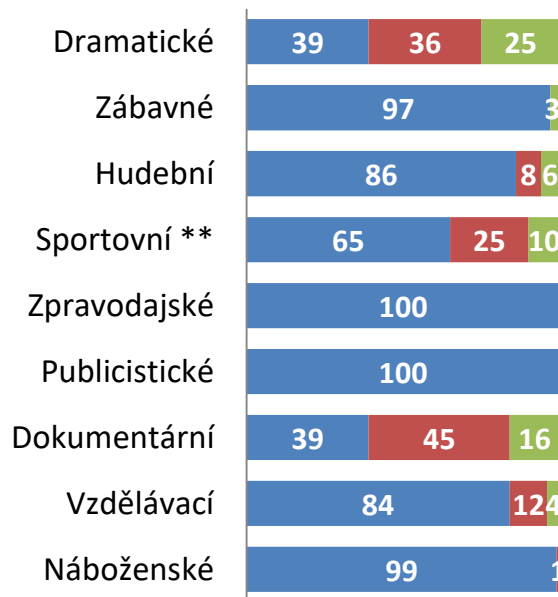
2022

■ Domácí tvorba
■ Evropská tvorba *
■ Mimoevropská tvorba



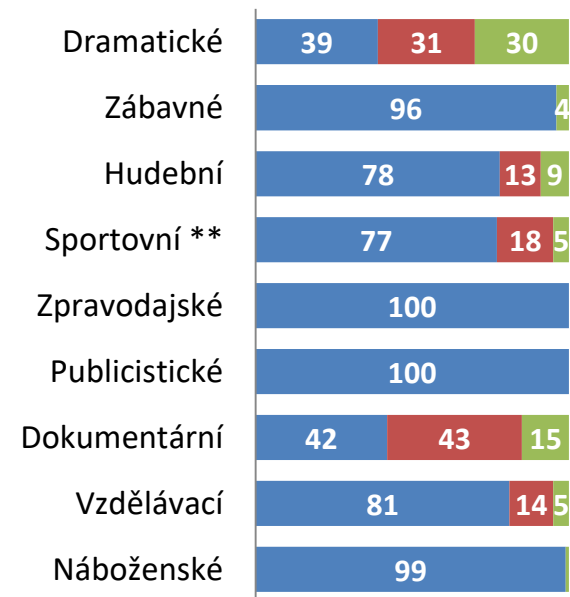
2021

■ Domácí tvorba
■ Evropská tvorba *
■ Mimoevropská tvorba



2020

■ Domácí tvorba
■ Evropská tvorba *
■ Mimoevropská tvorba

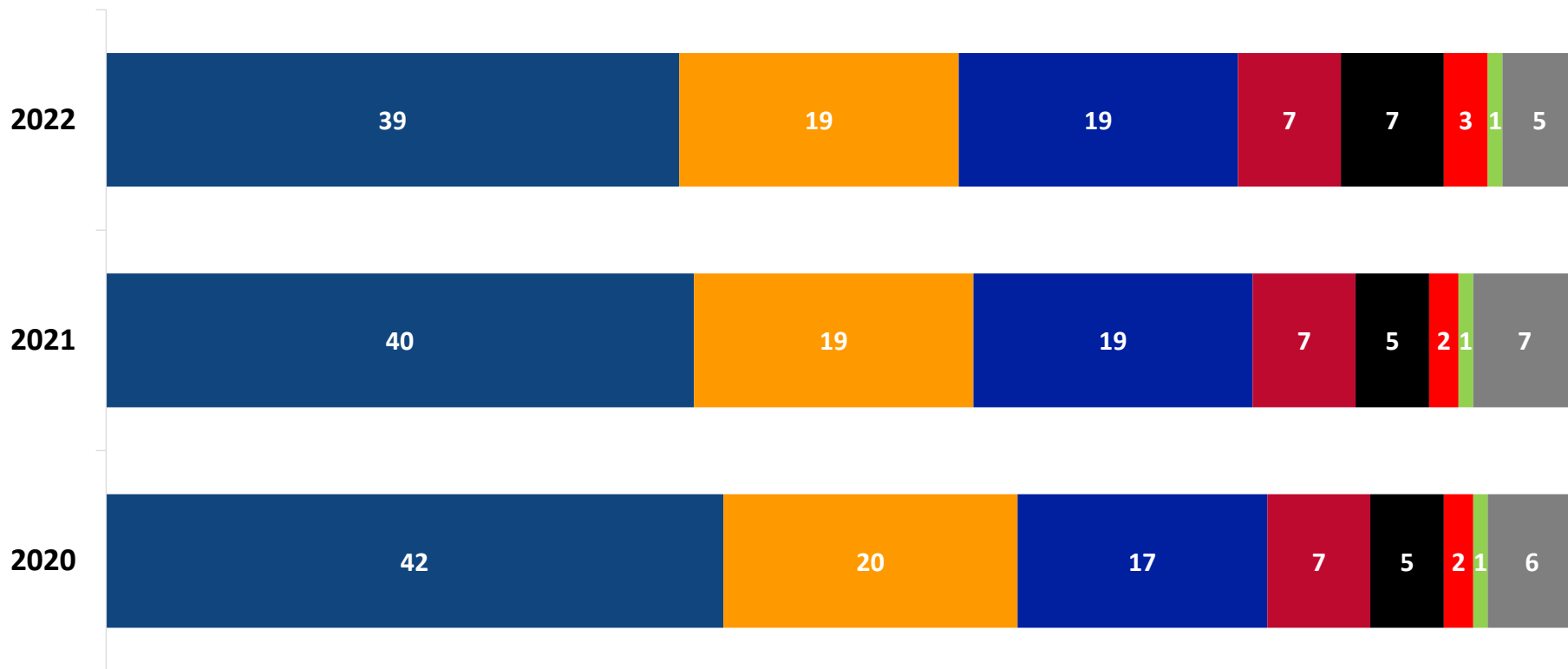
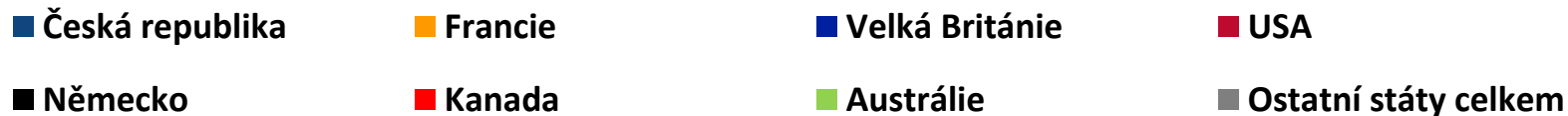


* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

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

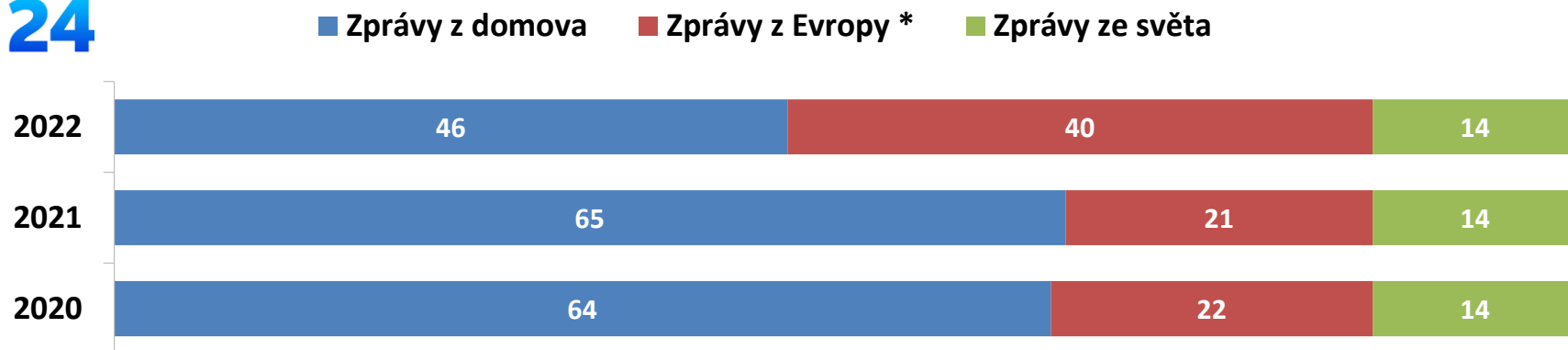
ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

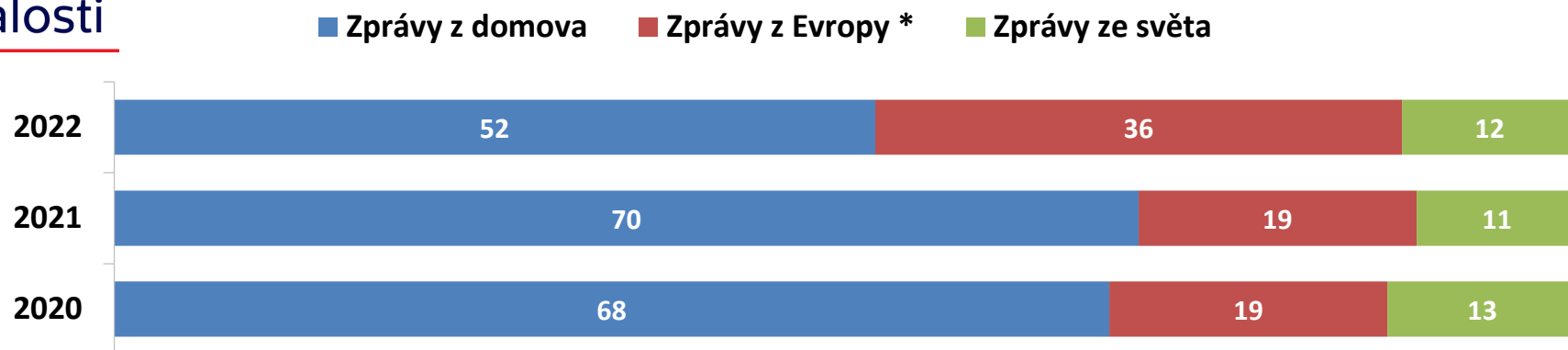


PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %



Události



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

KOMENTÁŘ

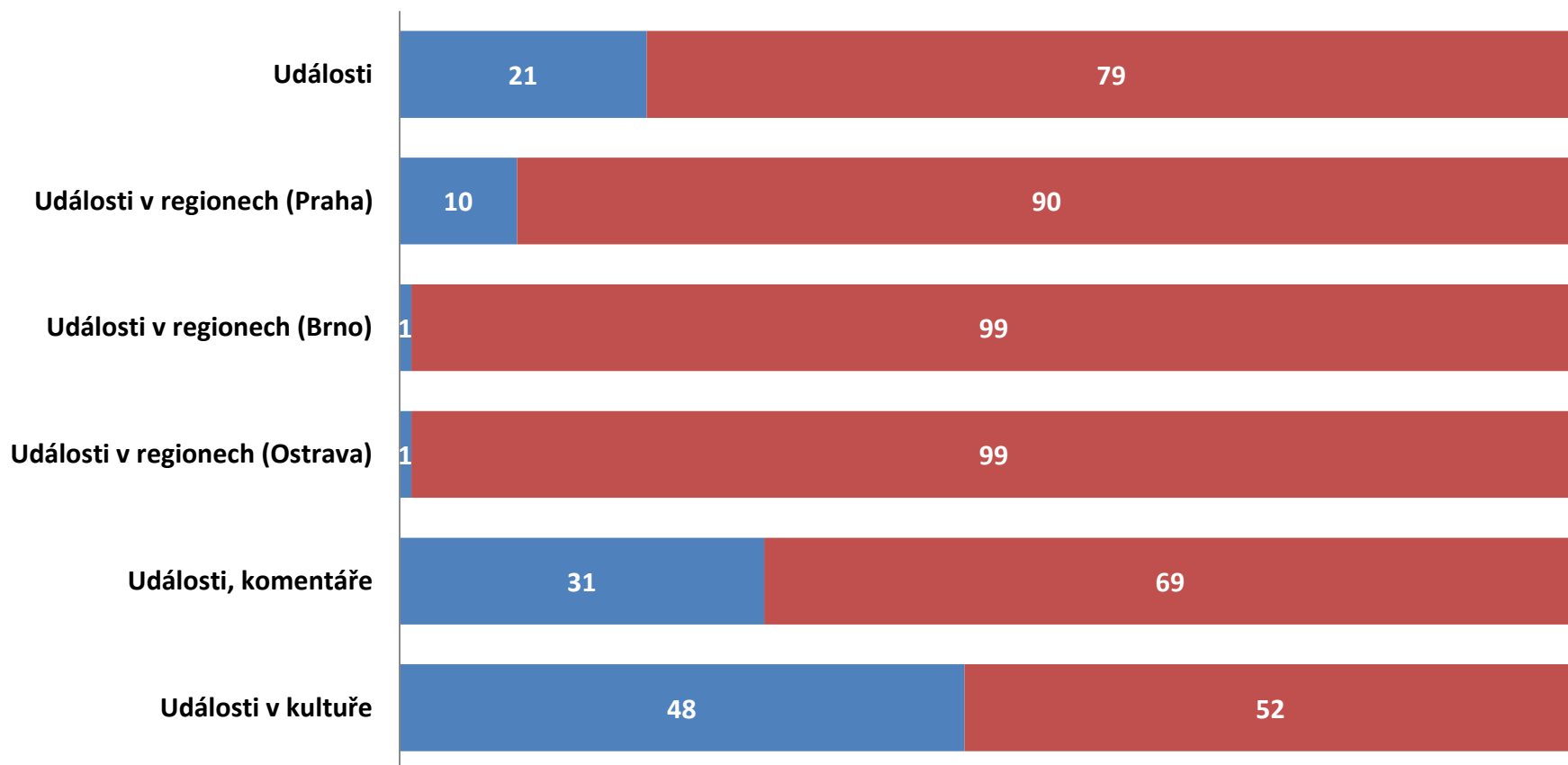
- **Podíl domácí tvorby na zábavných, zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí byl i v roce 2022 absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby jsme zaznamenali u dramatických pořadů (podíl 69 % z meziročním nárůstem o 8 p. b.) a dokumentárních pořadů (podíl 62 %, +1 p. b.).
- **Nárůst podílu domácí tvorby u hudebních a vzdělávacích pořadů je třeba dát do souvislosti s vysíláním kanálu ČT3. U sportovních pořadů tvořil stejně jako v roce 2021 podíl domácí tvorby 65 %.** V obou letech se konala řada velkých evropských či celosvětových sportovních akcí, které jsme již zmínili výše.
- Detailní pohled na dokumentární pořady ukazuje, že došlo k drobnému meziročnímu **poklesu podílu domácí tvorby (ze 40 % na 39 %)**. Pokud jde o zahraniční dokumenty, je ze srovnání patrné, že Česká televize dlouhodobě nejčastěji přebírá ty z Velké Británie a Francie.
- **Výrazný meziroční nárůst z 21 % na 40 % jsme ve vysílání zpravodajství ČT24 zaznamenali u podílu zpráv z Evropy. Podobně zásadní posun sledujeme také u hlavní zpravodajské relace Události (z 19 % na 36 %).** Zásadní příčinou tohoto nevídaného navýšení je výrazné zpravodajské pokrytí ruské invaze na Ukrajině, která propukla v únoru 2022.

2022: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

Zdroj: Media Tenor, v %

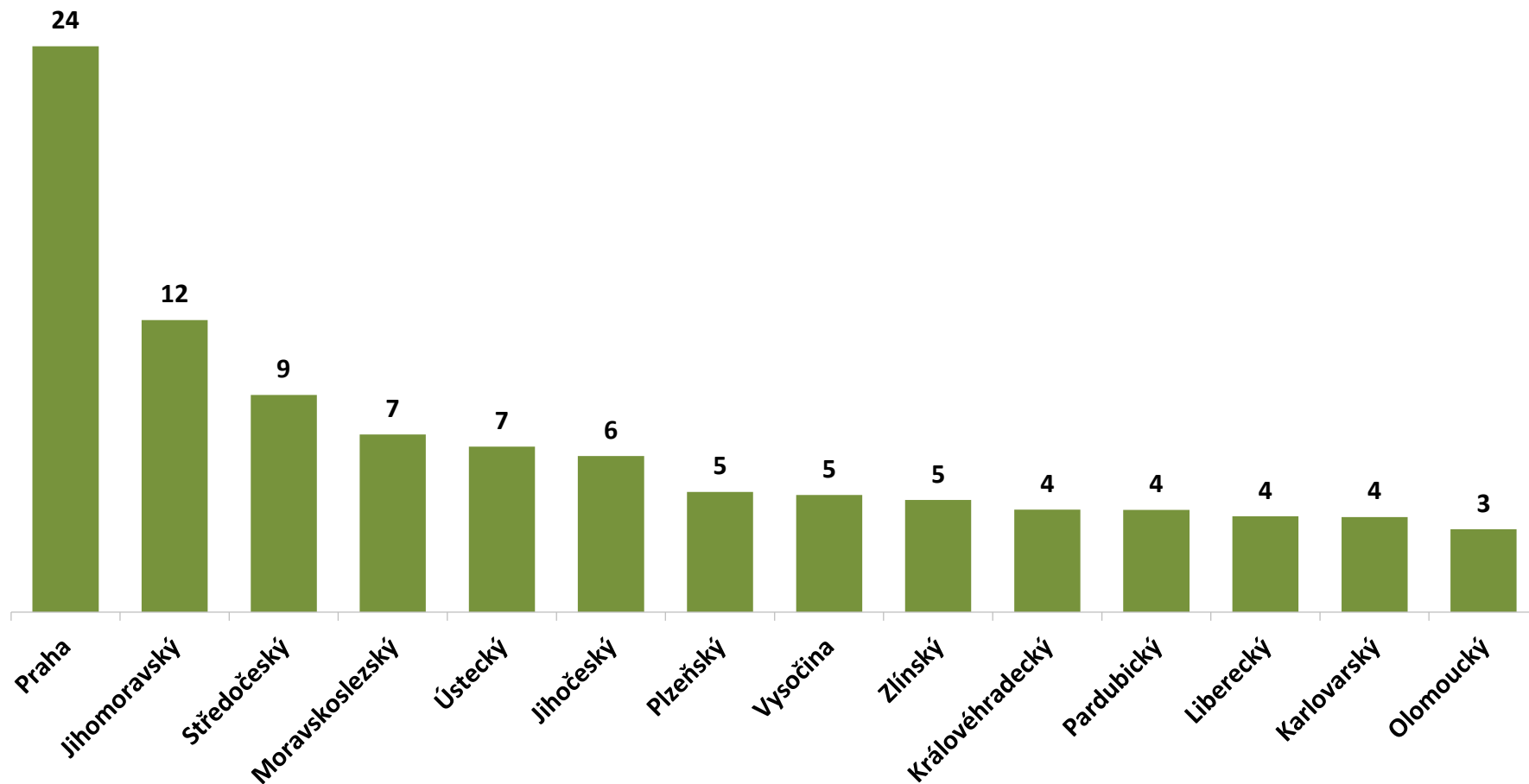
■ Praha

■ Ostatní regiony



2022: PODÍL ZPRÁV TÝKAJÍCÍCH SE JEDNOTLIVÝCH KRAJŮ ČR NA REGIONÁLNÍM ZPRAVODAJSTVÍ POŘADU UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, v %



KOMENTÁŘ

- **Podíl příspěvků o Praze na regionálním obsahu hlavní zpravodajské relace *Události* činil v roce 2022 celkem 21 %.** V rámci *Událostí, komentářů* se témata souvisejícími s Prahou zabývalo 31 % všech regionálních příspěvků. V *Událostech v kultuře* byl jejich podíl dokonce 48 %, což dáváme do souvislosti s faktem, že v Praze sídlí celá řada významných kulturně-spoločenských center, jakými jsou divadla, muzea, koncertní sítě apod. Zároveň právě do Prahy obvykle za svými vystoupeními míří velká světová umělecká jména.
- **Rovněž u podílu zpráv z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství *Události* je ve srovnání s krajskou populací patrné výrazně vyšší poměrné zastoupení příspěvků vázaných na metropoli.** Je to přirozeně dáno tím, že v Praze sídlí **Parlament, vláda a jednotlivá ministerstva, prezident i řada centrálních institucí.** Pokud bychom Prahu nebrali v potaz, pak by podíl témat a událostí vázaných na ostatní kraje víceméně odpovídal jejich podílu na populaci. Z řady by mírně vybočoval Jihomoravský kraj zahrnující Brno, ve kterém rovněž sídlí řada celostátních a regionálních institucí.

CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 6

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

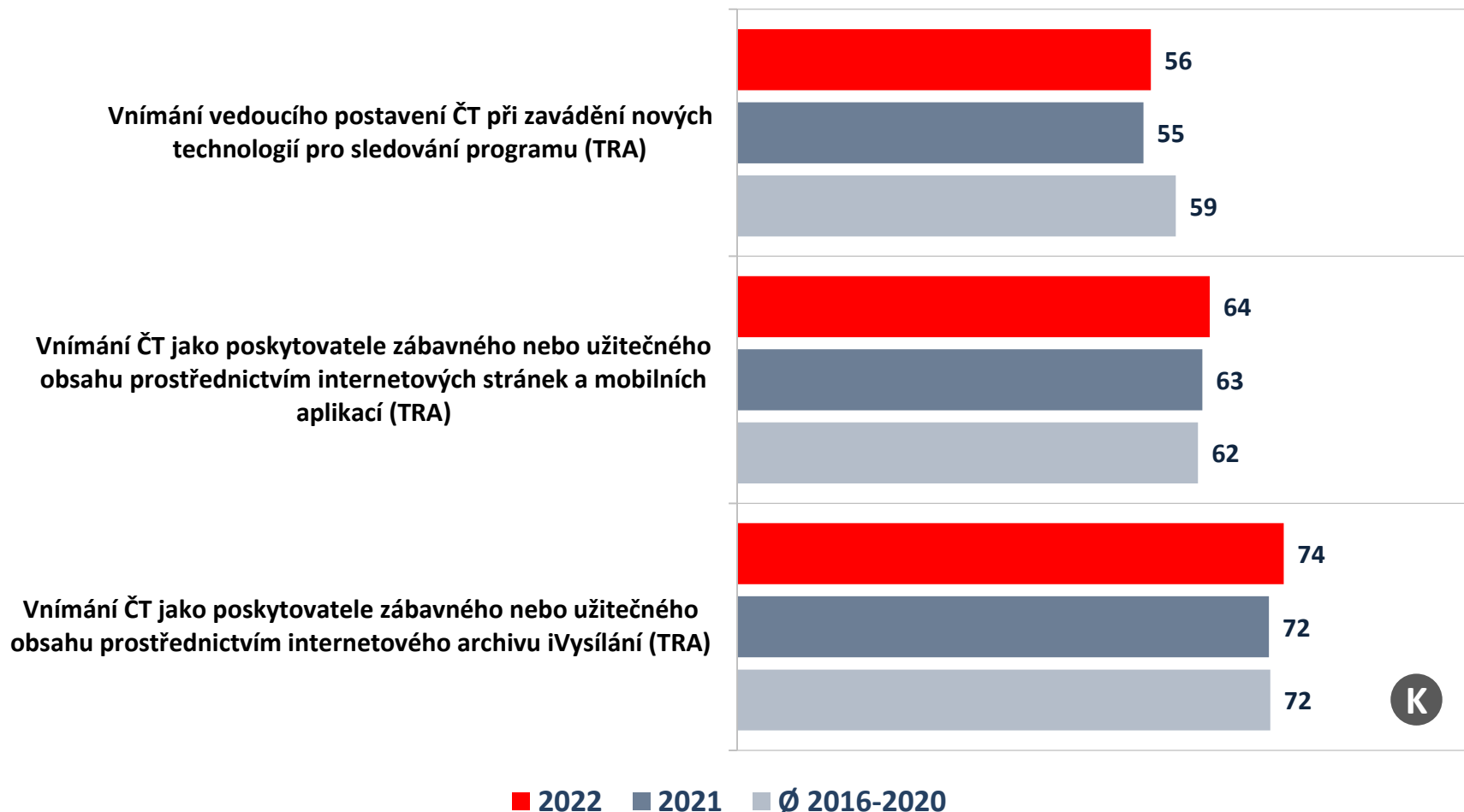
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích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

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

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

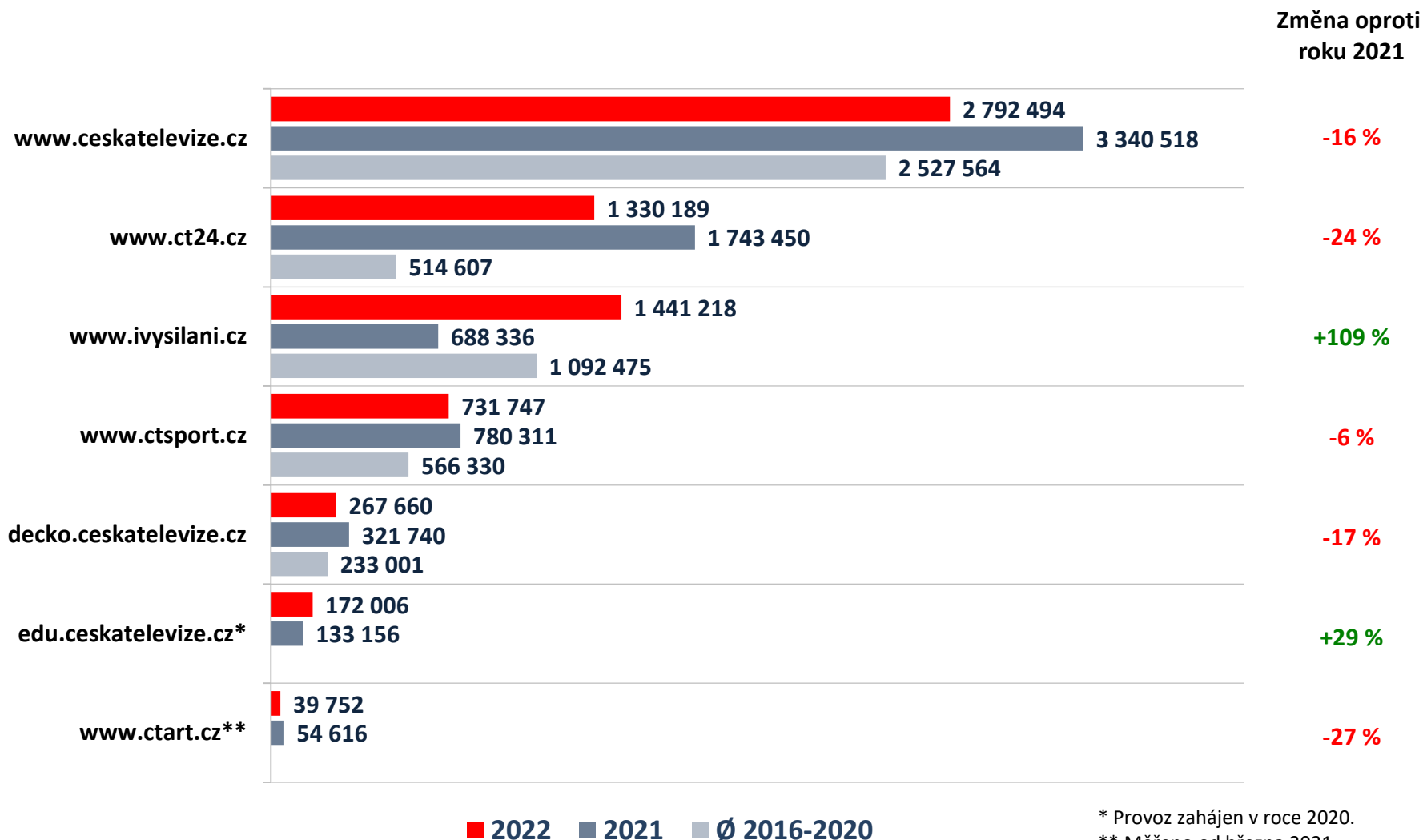
VNÍMÁNÍ ČT V SOUVISLOSTI SE ZAVÁDĚNÍM NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A POSKYTOVÁNÍM ON-LINE OBSAHU

Zdroj: Tracking ČT, v %



PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

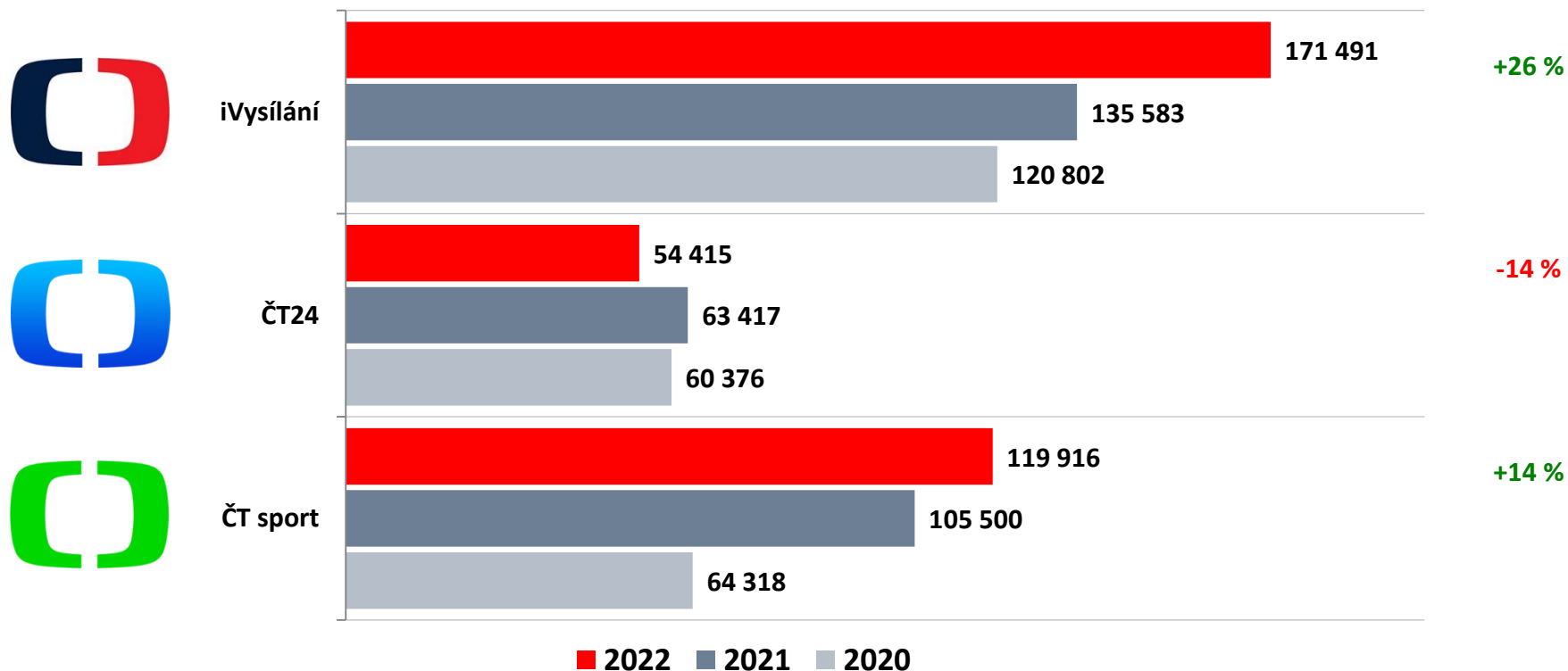
Zdroj: NetMonitor, počet unikátních uživatelů za měsíc, populace 4+



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

Zdroj: Google Analytics

Změna oproti roku 2021



* Původně prezentované údaje o kumulativním vývoji počtu nainstalovaných aplikací ČT nejsou již nadále uživatelům Google Analytics poskytovány, a tak byly pro účely této zprávy nahrazeny novou metrikou – průměrným počtem aktivních uživatelů za měsíc, resp. 28 dní. Podmínkou je alespoň jedno spuštění aplikace ve sledovaném období. Indikátor je sledován od 2. poloviny roku 2020.

KOMENTÁŘ

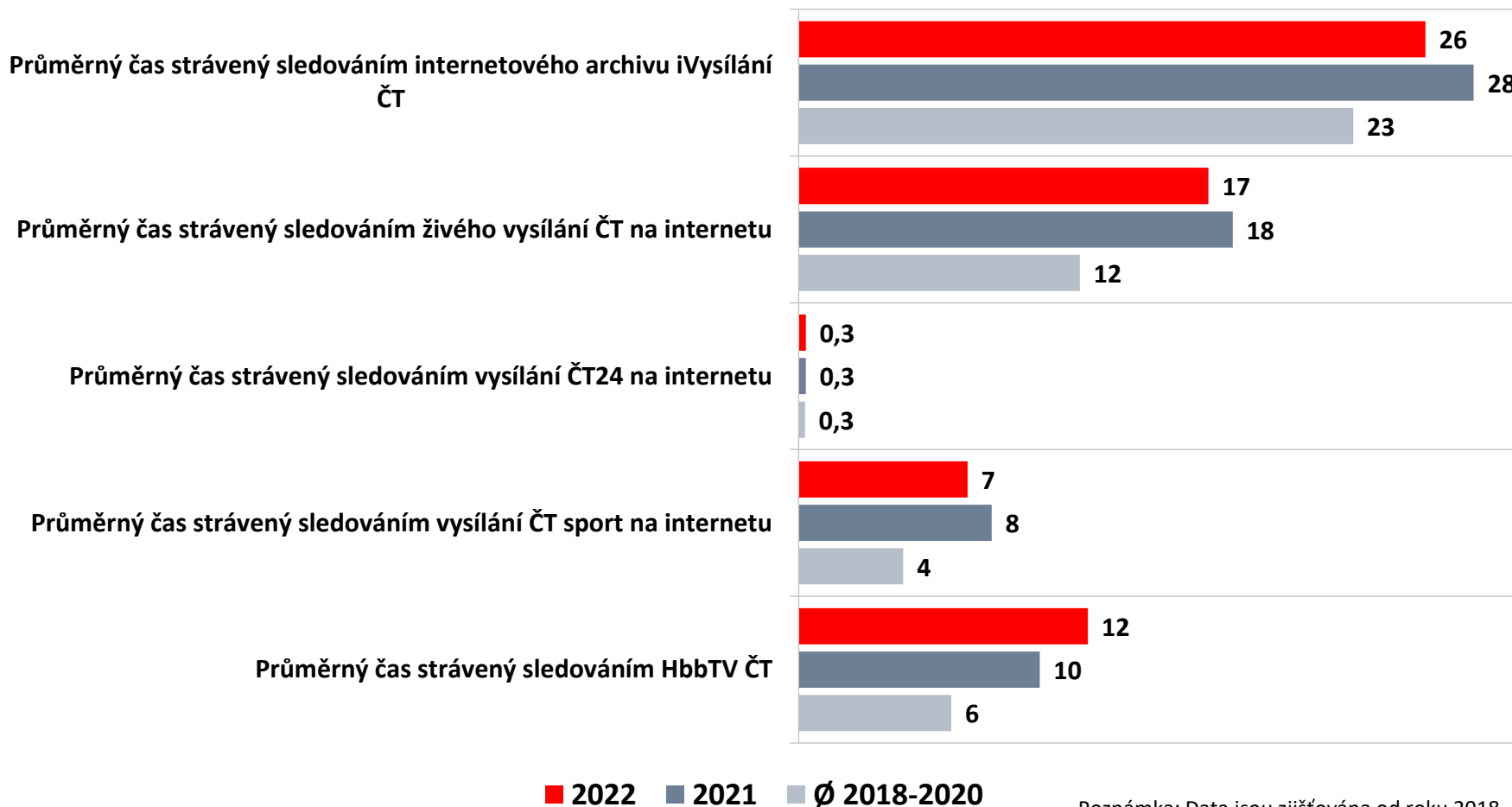
- **Hodnota indikátoru *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* dosáhla úrovně 56 %.** Meziročně se jedná o nárůst o 1 p. b. Také výše indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací* narostla o 1 p. b., a to na 64 %.
- **V porovnání s rokem 2021 loni poklesla návštěvnost většiny webů ČT.** Hlavním důvodem je zejména to, že rok 2021 byl prakticky celý poznamenán covidovou pandemií, kdy lidé nuceně trávili více času v domácím prostředí a mediální obsahy konzumovali ve větší míře. **Na hlavní web *ceskatelevize.cz* přišlo v roce 2022 téměř 2,8 miliónu uživatelů za měsíc, což je o 16 % méně než v předchozím roce.** Vůbec nejsilnějším měsícem roku 2022 byl únor, kdy odstartovala ruská agrese na Ukrajině. Stránky navštívily v únoru více než 4 miliony unikátních uživatelů.
- **Průměrná měsíční návštěvnost webu ČT24 v roce 2022 činila 1,3 milionu unikátních uživatelů.** To je o 24 % méně než v průměrném měsíci roku 2021, kdy byl ovšem v souvislosti s pandemií zpravodajský web navštěvován výraznější měrou. Ve srovnání s posledním rokem před covidem (2019) byla loňská návštěvnost o 7 % vyšší. I v případě ČT24 byl z výše uvedených důvodů nejsilnějším měsícem únor, kdy na web přišlo více než 2,3 milionu unikátních uživatelů.
- Zásadní meziroční nárůst návštěvnosti jsme zaznamenali u webu iVysílání, který koncem roku 2021 prošel razantní proměnou. Jeho součástí se nově stala i stránka Pořady, která se dříve samostatně neměřila. I z tohoto důvodu byla návštěvnost v roce 2022 v porovnání s předchozím obdobím více než dvojnásobná. **V roce 2022 přišlo na web iVysílání každý měsíc v průměru více než 1,4 milionu uživatelů českého internetu.**

KOMENTÁŘ

- **Web ČT sport, určený primárně sportovním fanouškům, navštívilo v průměru měsíčně více než 730 tisíc unikátních uživatelů,** což je o 6 % méně než v roce 2021. Ten byl ovšem divácky velmi silný i díky odloženým sportovním událostem z roku 2020. Nejsilnějším měsícem roku 2022 byl únor (téměř 1,5 milionu uživatelů), kdy probíhaly Zimní olympijské hry, a květen (1,3 milionu uživatelů), kdy se konalo MS v ledním hokeji.
- **Interaktivní web decko.ceskatelevize.cz každý měsíc navštívilo více než 267 tisíc uživatelů. Pokles o 17 % oproti roku 2021 jde i v tomto případě na vrub covidové situaci,** kdy děti trávily více času doma. Hojně vyhledávána byla prázdninová hra *Spravte to TO!*, celoroční soutěž *Mise Špuntix* a bodovaly také hry *AZ-kvíz junior*, *Hopsváča*, *Kutej, šunte!* nebo *Ostrov Kostrov*. V jarních měsících byl úspěšný *Velikonoční kalendář*, v prosinci zase již tradičně velmi dobře fungoval *Adventní kalendář*. V souvislosti s válkou na Ukrajině vzniklo několik projektů určených dětem Například edukativní stránka s videi a slovníčkem pojmů *Ukrajina – co se děje a jak se s tím vyrovnat?* nebo stránka určená ukrajinským dětem v ČR s názvem *ПРИВІТ!/АНО!*.
- **Vzdělávací web ČT edu vykázal ve třetím roce své existence významný nárůst zájmu, konkrétně o 29 %.** Každý měsíc ho navštívilo více než 172 tisíc unikátních uživatelů. Žáci, studenti i pedagogové zde mají k dispozici více než deset tisíc výukových videí a více než 2 700 různých pracovních listů, které byly za rok 2022 staženy cca 1,1milionkrát.
- Kulturně zaměřený web **ČT art** v roce 2022 navštívilo každý měsíc v průměru téměř **40 tisíc unikátních uživatelů (-27 %)**. V průběhu roku 2022 se zde objevilo několik projektů pro umělecky zaměřené diváky, například *Máte knihovnu? A mohla bych ji vidět?*, *Volavky a predátoři* a *Jedna báseň*.
- **Meziročně se zvýšil průměrný měsíční počet uživatelů aplikací iVysílání a ČT sport. Nejvyšší nárůst (o 26 %) jsme zaznamenali u aplikace iVysílání,** kterou využilo v průměru 171 tisíc uživatelů měsíčně. Aplikaci ČT sport využilo měsíčně v průměru 120 tisíc uživatelů (+14 %) a aplikaci ČT24 54 tisíc, což znamená meziroční pokles o 14 %. Je potřeba zmínit, že od léta 2022 jsou u aplikací ČT24 a ČT sport počty uživatelů nižší přibližně o 8 až 10 %. Důvodem je nevydaný souhlas s ukládáním cookies do zařízení. Uživatelé, kteří uložení nepovolili, se následně neobjevují ve statistikách Google Analytics.

SLEDOVANOST ARCHIVU ČT A ŽIVÉHO VYSÍLÁNÍ ČT NA INTERNETU V POPULACI 4+

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

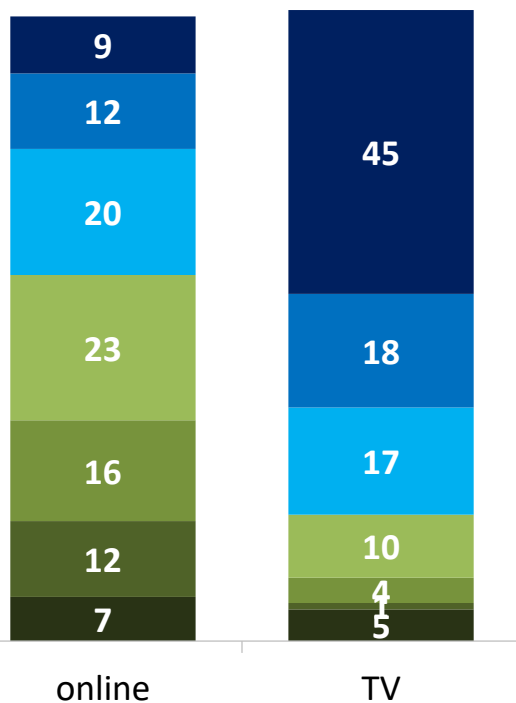
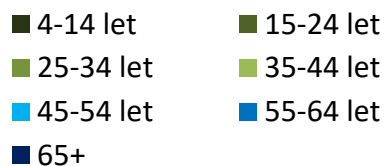


Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2018.

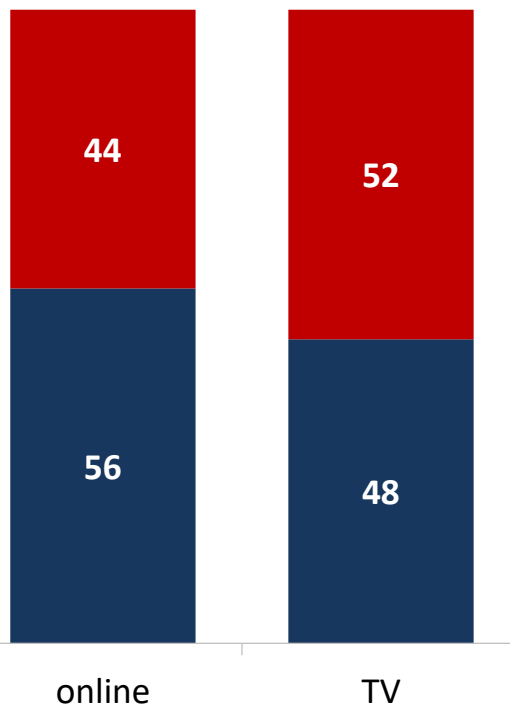
2022: DEMOGRAFICKÝ PROFIL DIVÁKŮ SLEDUJÍCÍCH ON-LINE VYSÍLÁNÍ ČT A DIVÁKŮ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v %

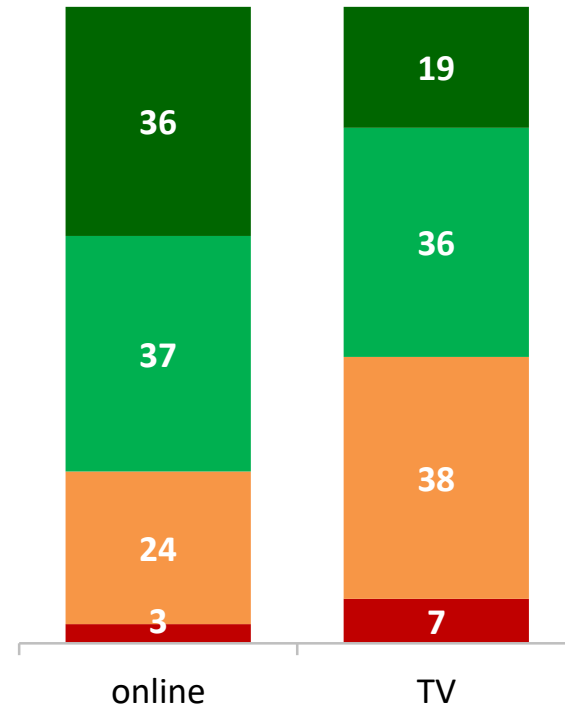
Profil podle VĚKU



Profil podle POHLAVÍ



Profil podle VZDĚLÁNÍ



KOMENTÁŘ

- **Diváci strávili v roce 2022 sledováním videoobsahu České televize v průměru 45 minut za měsíc.** Jedná se o kumulovaný údaj za archiv ČT a živé vysílání na internetu. Jde o stejnou hodnotu jako v roce 2021.
- **Průměrný čas strávený sledováním obsahu internetového archivu ČT, tedy služby iVysílání, činil 26 minut za měsíc na jednoho diváka.** To je sice o 2 minuty méně než v roce 2021, ale naopak o 3 minuty více, než činí průměr této hodnoty od roku 2018.
- O 2 minuty na současných 12 minut meziročně narostl čas, který diváci průměrně měsíčně strávili sledováním videoobsahu HbbTV ČT.
- Socio-demografický profil diváků sledujících vysílání ČT on-line a diváků tradičního televizního vysílání se v některých charakteristikách liší. **„On-line populace“ je oproti té televizní v průměru výrazně mladší, má celkově vyšší vzdělání a muži v ní mírně převažují nad ženami.**
- Ve srovnání s rokem 2021 došlo v divácké struktuře on-line populace jen k minimálním posunům.

2022: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

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

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Krakonošovo tajemství	2 503	1 390	154	59 %
Tajemství staré bambitky 2	1 998	1 381	87	72 %
Devadesátky	1 726	657	163	48 %
Karel	1 404	373	31	29 %
Marie Terezie V	1 321	274	45	24 %
Šarlatán	1 306	269	34	23 %
Vražedné stíny	1 293	447	60	39 %
Stíny v mlze	1 274	417	70	38 %
Dům na samotě	1 218	351	43	32 %
Případy 1. oddělení III.	1 154	591	125	62 %
Špunti na cestě	1 153	423	72	43 %
Podezření	1 037	332	66	38 %
Peče celá země	890	321	51	42 %
Bábovky	794	253	24	35 %
Pozadí událostí	587	302	60	62 %

2022: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

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

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Anny	392	176	40	55 %
Polosvět	345	241	63	88 %
Josef II.: Rebel na trůnu	281	103	20	44 %
V karavanu po Česku 2	262	123	19	54 %
Volodymyr Zelenskyj	249	127	15	57 %
Technické památky českých zemí	172	54	7	35 %
Sólomámy	162	52	18	43 %
Skryté skvosty	152	78	10	58 %
Klenoty s vůní benzínu	142	37	8	32 %
Jednotka intenzivního života	104	38	10	46 %
V jiném těle	87	35	8	50 %
Každý krok se počítá	59	10	14	41 %
Balthazar	55	36	10	85 %

KOMENTÁŘ

- Pro Českou televizi je důležitá také odložená sledovanost pořadů v televizi a na internetu, která s postupující vybaveností domácností přispívá k živé TV sledovanosti stále větší měrou. **V roce 2022 připadalo z celkového času, který diváci strávili s Českou televizí, 84 % na živé sledování v televizi, 13 % na odloženou televizní sledovanost a 2,4 % na sledovanost přes internet.**
- **Nejsledovanějším cyklem České televize na internetu byl v roce 2022 seriál *Devadesátky***, jehož každý díl si opožděně v průměru přehrálo 163 tisíc uživatelů internetu. Dalších 657 tisíc diváků si jednotlivé díly pustilo odloženě v televizi. Internetoví diváci si oblíbili také třetí řadu úspěšného seriálu *Případy 1. oddělení* (125 tisíc odloženě na internetu / 591 tisíc odloženě v TV).
- Velké obliby u diváků dosáhly dvě premiérové vánoční pohádky. **Štědrovečerní *Tajemství staré bambitky 2*** zhlédlo odloženě na iVysílání 87 tisíc diváků a dalších téměř 1,4 milionu odloženě v televizi. Ještě více diváků si našlo pohádku ***Krakonošovo tajemství***, na webu jich bylo 154 tisíc a odloženě v televizi bezmála 1,4 milionu.
- **V jarní sezóně naše internetové diváky zaujaly seriály *Špunti na cestě*** (72 tisíc internet / 423 tisíc odloženě v TV) a ***Stíny v mlze*** (70 tisíc internet / 417 odloženě v TV). Velký zájem měli diváci také o minisérie ***Podezření*** (66 tisíc internet / 332 odloženě v TV) a ***Pozadí událostí*** (60 tisíc internet / 302 tisíc odloženě v TV).
- **Z pořadů ČT2 nejvíce zaujal dokumentární cyklus *Polosvět***, který si na webu ČT přehrálo 63 tisíc diváků a dalších 241 tisíc pak odloženě v televizi. Zájem vzbudil také časosběrný dokument Heleny Třeštíkové ***Anny*** (40 tisíc internet / 176 tisíc odloženě v TV).
- **Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek i aktivitami na sociálních sítích.**

2022: NEJSLEDOVANĚJŠÍ „WEB ONLY“ POŘADY NA IVYSÍLÁNÍ

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

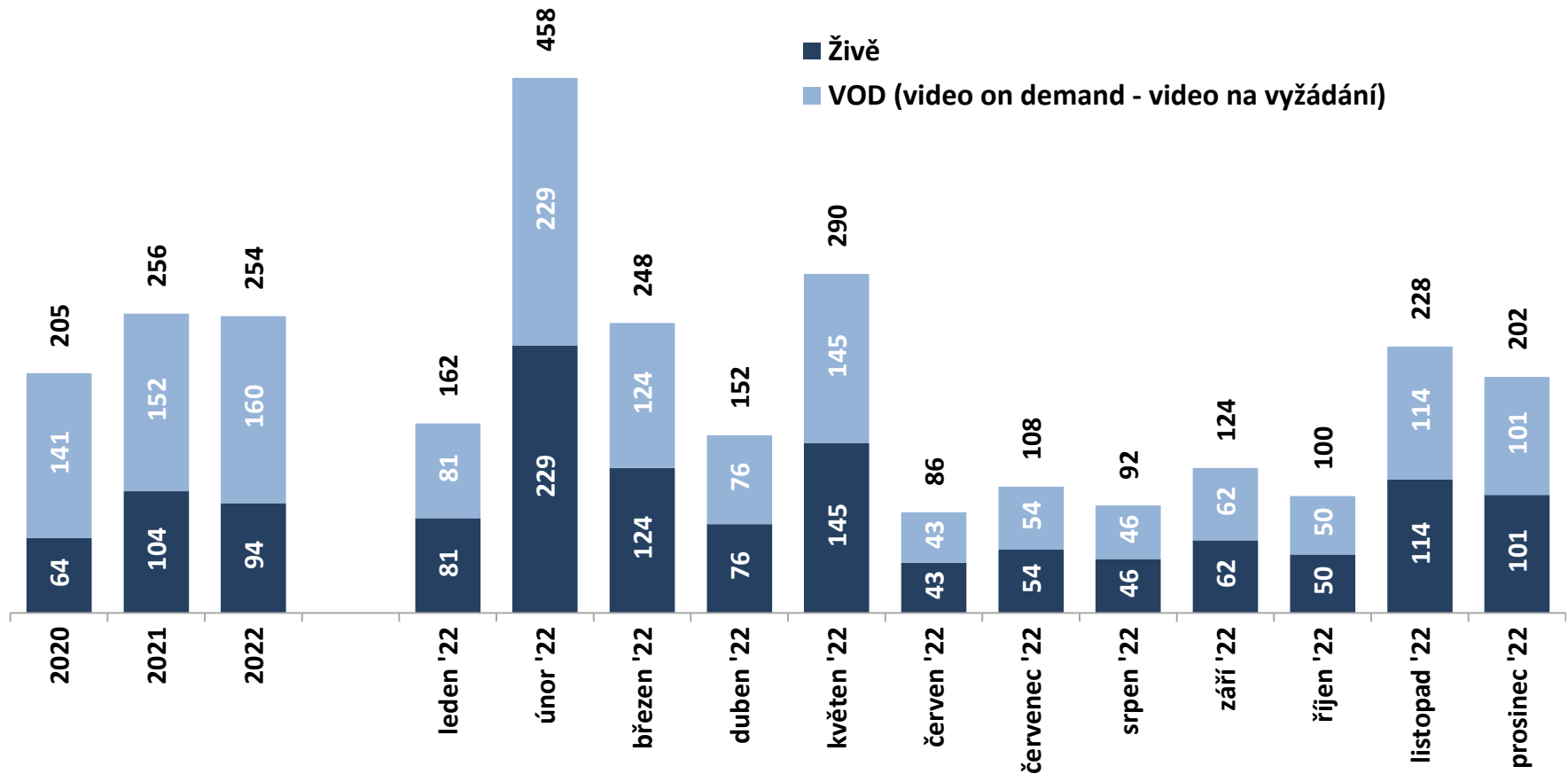
Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost 6. 12. 2021 - 31. 12. 2022
Pět let	26. 09. 2022	10	1 085 016	79,8	67 %
Rapstory	06. 12. 2021	10	475 100	33,3	71 %
TBH	16. 02. 2022	10	346 417	24,0	75 %
Sex	21. 04. 2022	6	243 195	21,8	41 %
Hnědá rodina	20. 01. 2022	8	191 657	18,6	80 %
Na záchodcích	07. 04. 2022	10	235 784	15,2	53 %
Kronika orgasmu	20. 10. 2022	8	163 738	13,7	64 %
Protivný sprostý matky	20. 01. 2022	22	304 678	9,1	50 %

KOMENTÁŘ

- **V prosinci roku 2021 byla spuštěna nová podoba videoplatformy iVysílání,** jejímž cílem se nově stalo také oslovení mladších cílových skupin, které běžné televizní vysílání konzumují výrazně podprůměrně. Těmto divákům bylo nabídnuto několik pořadů či cyklů umístěných výlučně na iVysílání. Pořady jsou kdykoliv dostupné online, ať už přes webové prohlížeče, mobilní aplikaci nebo platformu HbbTV. Celkem bylo do iVysílání umístěno 27 titulů, souhrnně nazývaných „web only“ pořady.
- **Divácky nejvyhledávanějším byl desetidílný původní seriál *Pět let*,** jehož každý díl si v iVysílání přehrálo téměř 80 tisíc diváků ve věku 4+. Diváci zde s oblibou sledovali také dokumentární cyklus o rapové hudbě ***Rapstory*** (33 tisíc diváků na jeden díl) nebo seriál ***TBH*** (24 tisíc diváků).
- Najdeme zde také několik akvizičních seriálů, třeba dánský seriál ***Sex*** (22 tisíc diváků na díl) a krátkometrážní protirasistický sitcom ***Hnědá rodina*** (19 tisíc diváků).
- Na iVysílání je exkluzivně umístěno také několik talkshow, například osmidílný zábavně-naučný seriál popisující intimní život v Československu ve druhé polovině 20. století ***Kronika orgasmu*** (14 tisíc diváků na díl) nebo hovory o rodičovství trochu jinak ***Protivný sprostý matky*** (9 tisíc diváků na díl).

2022: VIDEOOBSAH* – VÝVOJ OBJEMU ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS) ČESKÁ TELEVIZE, VŠECHNA VIDEO (CELKOVÝ ODSLEDOVANÝ ČAS V TISÍCÍCH HODIN ZA DEN)

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



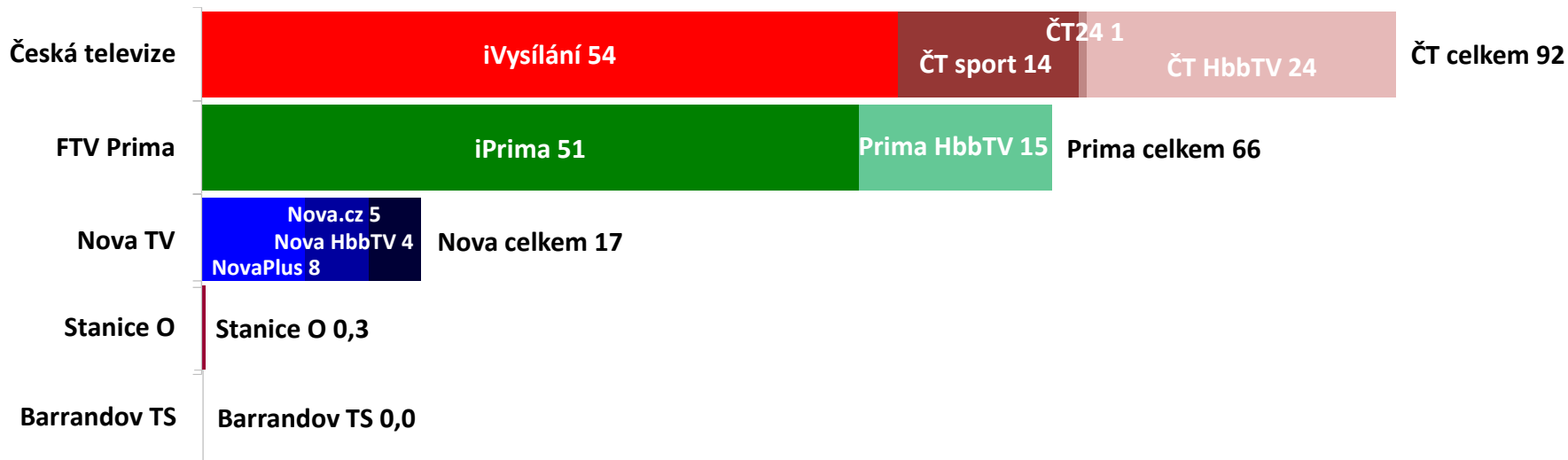
2022: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

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

VŠECHNA VIDEOA BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



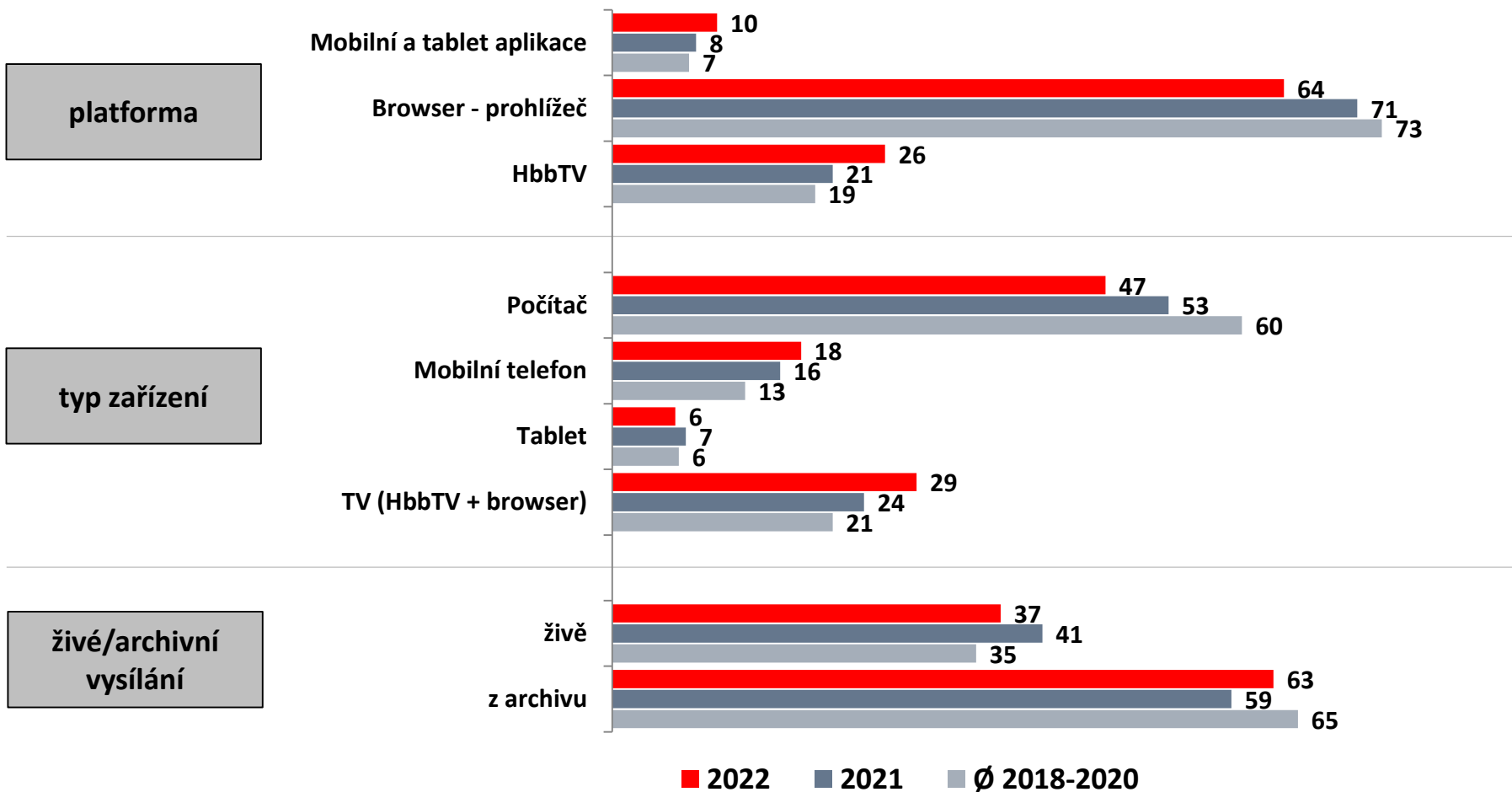
VŠECHNA VIDEOA VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že TV Barrandov a Stanice O měří pouze prohlížeče, nikoliv mobilní a tabletové aplikace či HbbTV.

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

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v %



KOMENTÁŘ

- **V roce 2022 diváci na webech České televize odsledovali každý den v průměru 254 tisíc hodin videoobsahu*, což je prakticky stejná hodnota jako v roce 2021.** Z celkového času připadlo 94 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 160 tisíc hodin na videoobsah z archivu. Jednoznačně nejvyšší průměr denně odsledovaných hodin (živě nebo z archivu) jsme zaznamenali v únoru 2022 (458 tisíc hodin) v souvislosti se začátkem ruské agrese na Ukrajině.
- **Česká televize výraznou měrou přispívá k celkově odsledovanému videoobsahu, na kterém se podílela z téměř 53 %.** Za celý rok 2022 zde diváci odsledovali 92 milionu hodin. S odstupem následuje TV Prima (66 mil. hodin), TV Nova (17 mil. hodin) a stanice O (0,3 mil. hodin).
- **Diváci sledovali videoobsah ČT především prostřednictvím prohlížečů, přes které bylo přehráno 64 % celkového objemu,** meziročně však tato forma oslabila o 7 p. b., především ve prospěch HbbTV.
- **Přes HbbTV byla přehrána již více než čtvrtina videoobsahu ČT (26 %),** obliba tohoto způsobu konzumace pořadů i nadále roste. **Pro úplnost dodáváme, že na konci roku 2022 bylo v ČR již téměř 1,2 milionu domácností vybaveno televizorem s tzv. červeným tlačítkem, které je branou do světa HbbTV.**
- Pokud jde o typ zařízení, na kterém byl on-line obsah přehráván, i nadále dominoval osobní počítač (téměř polovina veškerého obsahu), 29 % přehráání pak připadlo na televizory připojené k internetu.
- 37 % videoobsahu ČT bylo přehráváno živě, značný podíl na tom měly i v minulém roce sportovní přenosy. 63 % odsledovaného času bylo přehráno z archivu.

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

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D

V roce 2022 jsme zaznamenali v průměru 706 tisíc spuštění videí České televize denně (v roce 2021 to bylo 718 tisíc). Nejvíce spuštění – v průměru 1,215 milionu denně – připadlo na měsíc únor v souvislosti se začátkem ruské agrese na Ukrajině.

Videa na jednotlivých webech ČT byla přehrávána následovně:

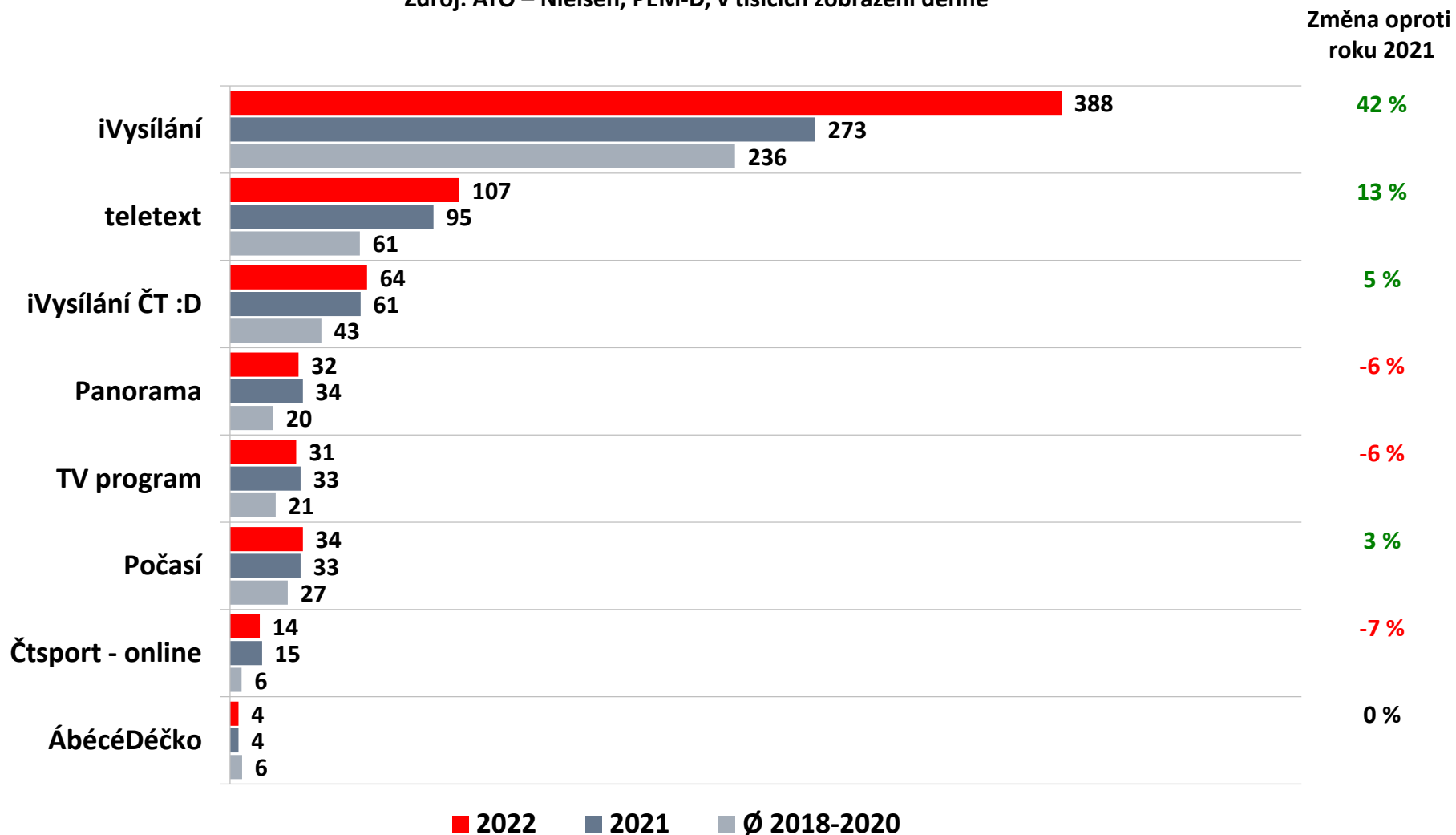
- Web **ČT24** zaznamenal denně v průměru 14 tisíc spuštění videí z prohlížečů a dalších 7,1 tisíc z mobilní aplikace ČT24 (0,7 % celkového času stráveného u videoobsahu ČT**).
- Web **ČT :D** zaznamenal denně v průměru 29 tisíc spuštění.
- Web **ČT edu** vykázal v průměru 7 tisíc spuštění denně.
- Web **ČT sport** a sportovní mobilní aplikace zaznamenaly denně v průměru 113 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 15 % veškerého videoobsahu ČT.
- **iVysílání** (web a mobilní aplikace) vykázalo denně v průměru 402 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 58 % veškerého videoobsahu ČT.
- Na **HbbTV** připadlo v průměru 184 tisíc spuštění denně, jednalo se o 26 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.

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

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

HBBTV STATICKÝ OBSAH – TOP APLIKACE

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



Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2018.

KOMENTÁŘ

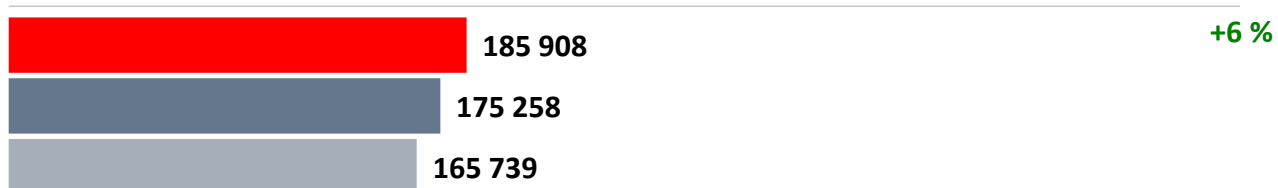
- Česká televize nabízí divákům již řadu let využívání služeb HbbTV. Aplikace ČT, prostřednictvím kterých je HbbTV využíváno, byly v posledních třech letech výrazně inovovány. Ve srovnání s ostatními televizemi je služba HbbTV České televize nejpoužívanější a v rámci jednotlivých digitálních produktů ČT u ní sledujeme nejvyšší růst.
- **Nejčastěji využívanou aplikací je dlouhodobě iVysílání**, které bylo přes HbbTV v roce 2022 denně zobrazeno v průměru 388tisíckrát. Používání aplikace zaznamenalo výrazný meziroční nárůst o 42 %. Také využívání řady dalších aplikací meziročně rostlo, např. teletext o 12 tisíc zobrazení denně.
- **Všechny aplikace HbbTV dohromady byly v průměru denně zobrazeny 852tisíckrát, oproti 720 tisícům zobrazení v roce 2021.**
- **Počet automatického zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 5,7 milionu, stejně jako v roce 2021.** Záměrně bylo červené tlačítko využito 148tisíckrát denně. V průběhu vysílání pořadu *Peče celá země*, při MS v ledním hokeji a při MS ve fotbale v Kataru Česká televize nabídla divákům i služby dostupné pomocí modrého tlačítka. K těmto událostem navíc také zprovoznila speciální aplikace.
- Vedle standardního měření HbbTV máme k dispozici i tzv. unikátní metriky, které kvantifikují jedinečné přístupy k HbbTV v delším časovém období, typicky za týden či měsíc. Díky tomu můžeme konstatovat, že **HbbTV České televize v roce 2022 každý měsíc využilo 747 tisíc unikátních diváků (+75 tisíc v meziročním srovnání).**

POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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

 **Česká televize**

Změna oproti
roku 2021



■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

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

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

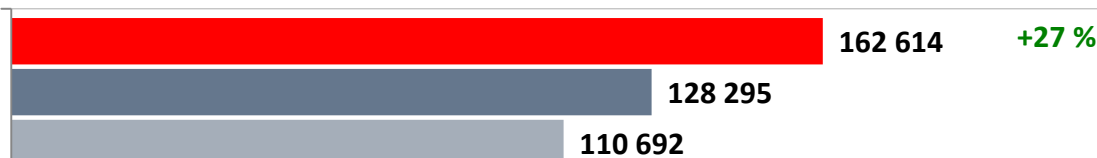
Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), průměrné denní imprese/dosah

 **Česká televize**

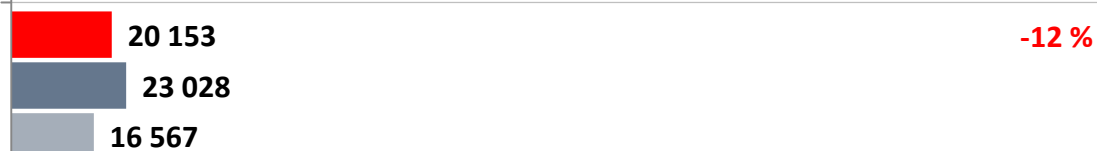
Změna oproti
roku 2021



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH *



PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE **



twitter



PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH ***



Instagram



PRŮMĚRNÝ DOSAH ZA JEDEN
PUBLIKOVANÝ PŘÍSPĚVEK****



Tik Tok

■ 2022 ■ 2021 ■ Ø 2018-2020

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

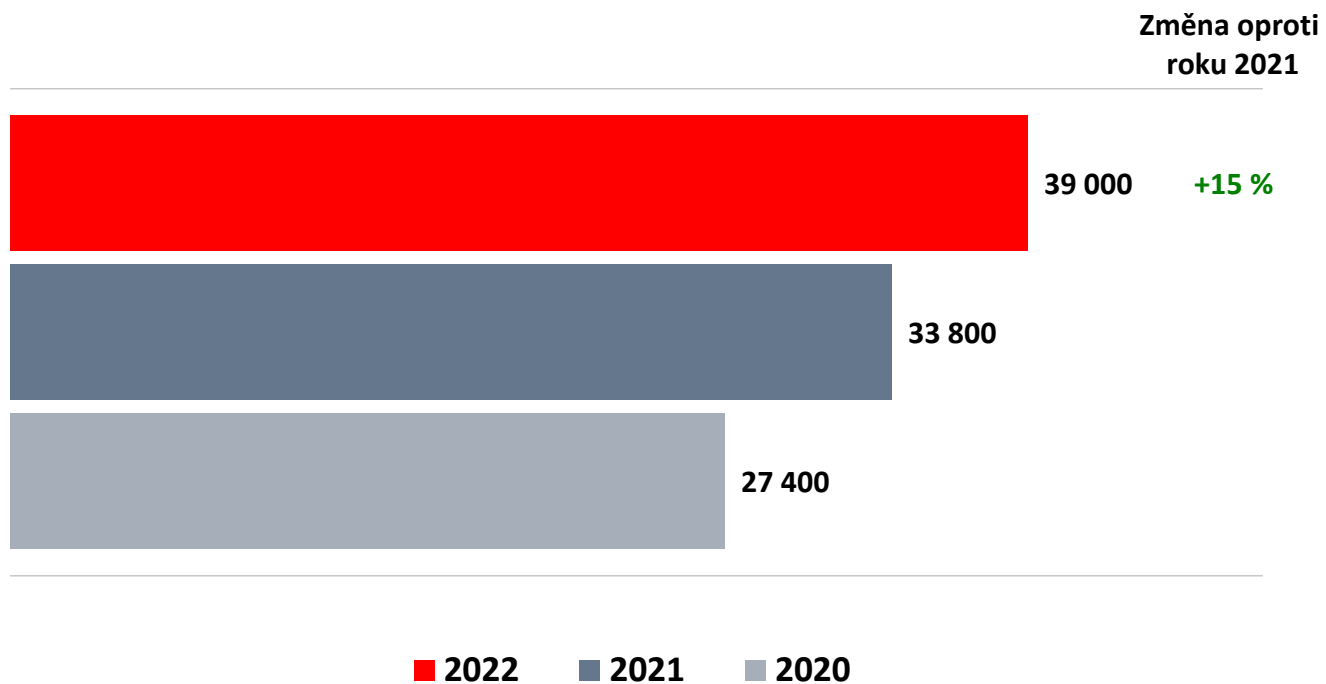
** Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživateli Twitteru.

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

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

POČET ODBĚRATELŮ YOUTUBE KANÁLU ČESKÉ TELEVIZE

Zdroj: YouTube, počet odběratelů k závěru časového období



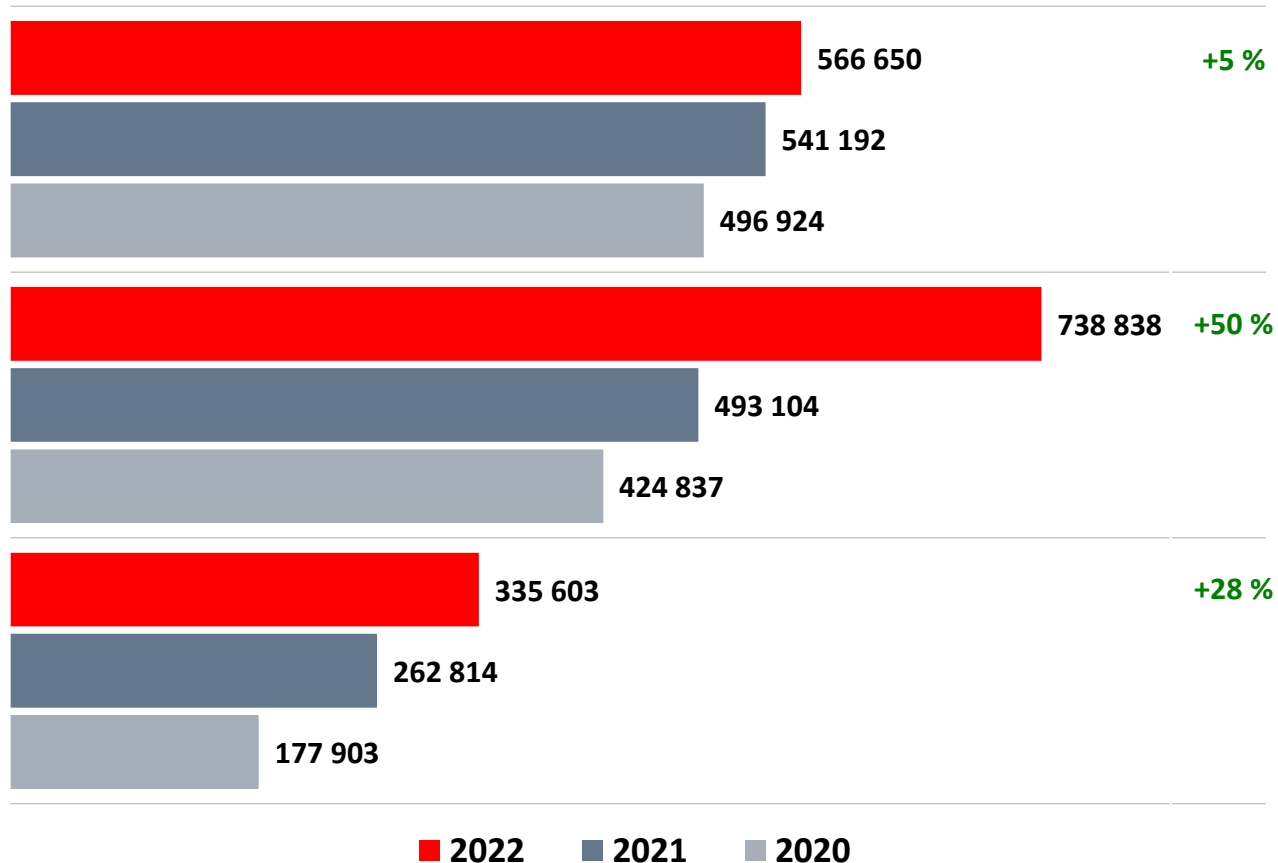
POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



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



Změna oproti
roku 2021



DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



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

Změna oproti
roku 2021



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH*

1 060 953

-34 %

1 611 597

1 128 344



PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE**

1 434 795

+3 %

1 386 301

609 134



PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH***

135 196

+16 %

116 873

32 196

■ 2022 ■ 2021 ■ Ø 2018-2020

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

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

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

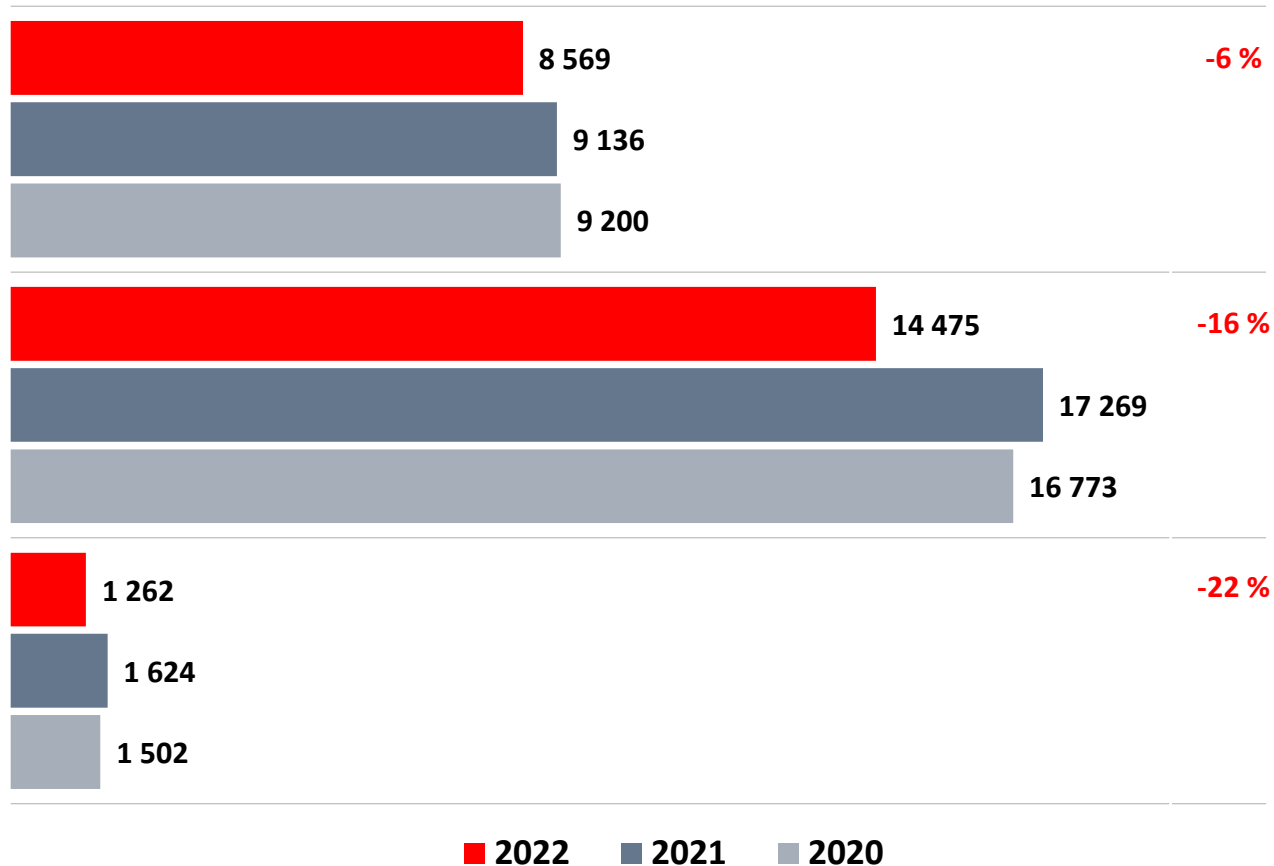
POČET PŘÍSPĚVKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



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



Změna oproti
roku 2021



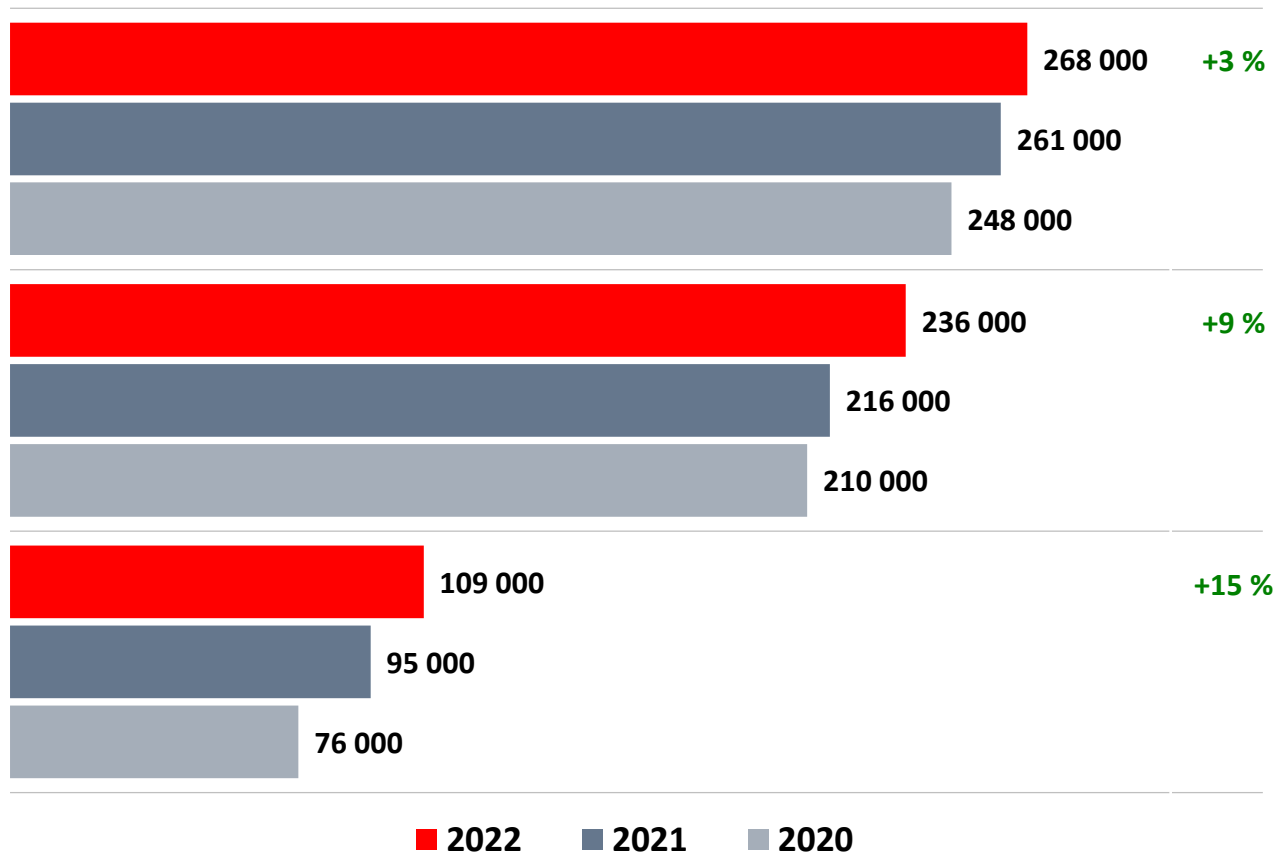
POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



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



Změna oproti
roku 2021



KOMENTÁŘ

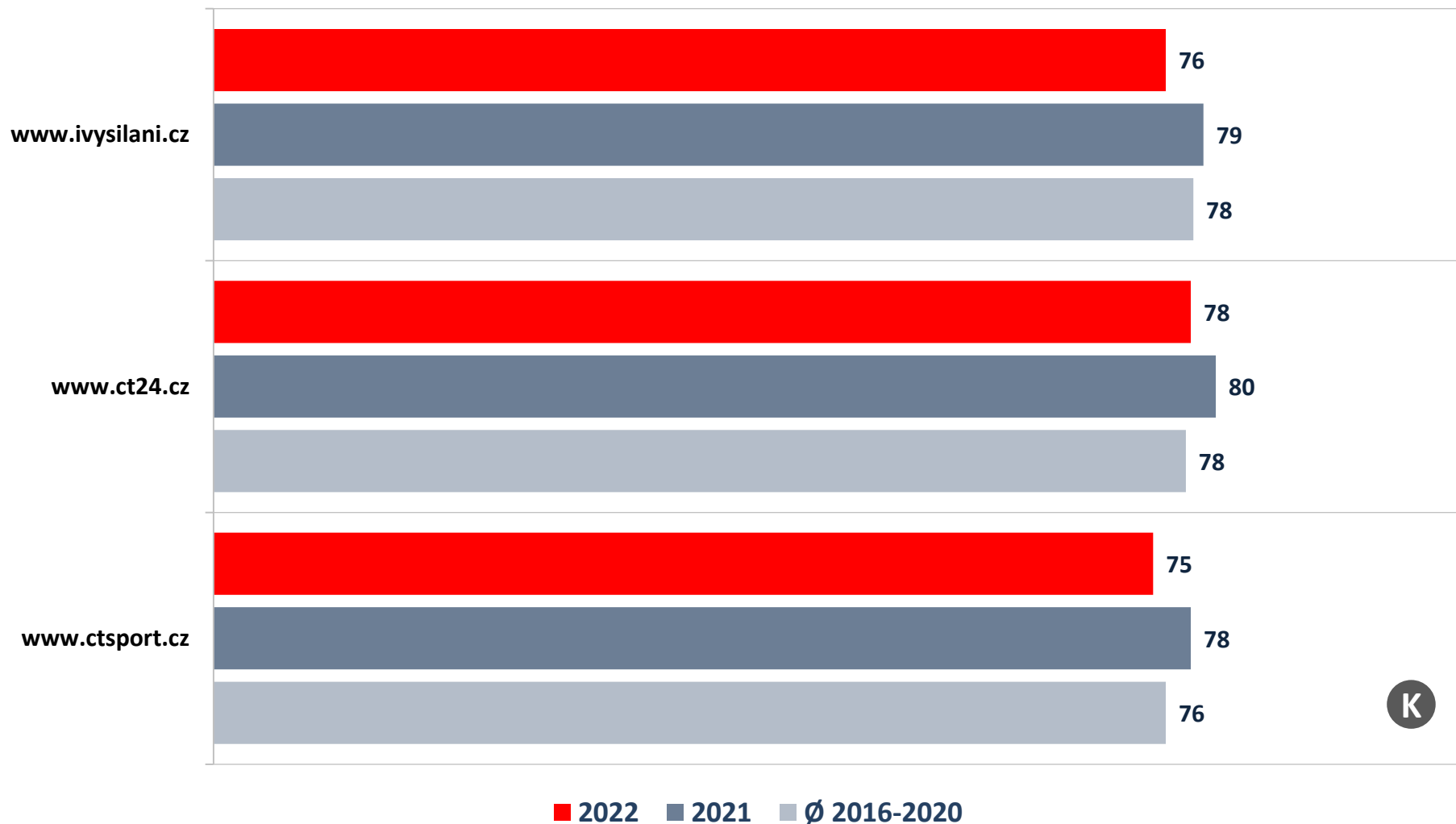
- **Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své korporátní profily**, na nichž propaguje vysílaný obsah a své další aktivity.
- **Profily ČT na třech hlavních platformách, tedy Facebooku, Twitteru a Instagramu, zaznamenaly meziroční nárůst fanouškovské základny.** V relativních i absolutních číslech se to nejvíce týkalo Twitteru (+21 % na více než 394 tisíc fanoušků). Na Instagramu ke konci roku 2022 stoupl jejich počet na bezmála 136 tisíc, tedy meziročně o 9 %. Facebookový profil ČT měl ke konci roku téměř 186 tisíc fanoušků, což znamená meziroční nárůst o 6 %.
- Na sklonku roku 2021 Česká televize založila svůj účet i na další rozšířené sociální síti, kterou je **Tik Tok**. Za více než rok své existence získal Tik Tok profil České televize **více než 57 tisíc sledujících**, z nichž téměř tři čtvrtiny patří do skupiny mladých lidí ve věku 18-24 let.
- **Průměrný denní dosah příspěvků publikovaných na Facebooku oproti roku 2021 výrazně narostl, a to na 163 tisíc impresí (+27 %).** Opačný trend jsme zaznamenali u Instagramu, kde průměrný denní zásah profilu České televize poklesl o 33 % na necelých 29 tisíc, což je ovšem stále více než průměr let 2018 až 2020. Také v případě denních impresí na Twitteru došlo oproti roku 2021 k poklesu, a to o 12 % na 20 tisíc. Tik Tok účet vykazuje statistiku průměrného dosahu jednoho příspěvku, který v roce 2022 činil 140 tisíc.
- **Základna odběratelů videí ČT na síti YouTube se rozrostla na 39 tisíc osob.** V porovnání s koncem roku 2021 se jedná o nárůst o 15 %.
- Sociální sítě se v posledních letech stávají stále relevantnější platformou pro čerpání zpravodajských informací. Stanice ČT24 je proto **aktivní na nejvýznamnějších sociálních sítích, konkrétně na Facebooku, Twitteru a Instagramu.**

KOMENTÁŘ

- **Twitterový profil ČT24 získal za 12 měsíců roku 2022 téměř 250 tisíc nových fanoušků, celkově jich tak na konci roku bylo téměř 739 tisíc, což znamená bezprecedentní 50% meziroční nárůst. Vysokou relativní změnu počtu sledujících jsme zaznamenali také u Instagramu ČT24, meziroční nárůst činil 28 % (336 tisíc absolutně). Facebookový účet čtyřadvacítka zaznamenal během roku 2022 navýšení počtu fanoušků z 541 na 567 tisíc (+5 %).**
- **Dosah facebookového profilu ČT24 činil v roce 2022 v průměru 1,061 milionu oslovených unikátních účtů za den. V porovnání se zpravodajsky mimořádně exponovaným rokem 2021 se jedná o pokles o 34 %. Počet impresí tweetů publikovaných na profilu ČT24 v porovnání s rokem 2021 mírně narostl (o 3 % na více než 1,4 milionu denně). Ze sledovaných sociálních sítí vykazují nejnižší denní zásah příspěvky na Instagramu ČT24, i zde ale došlo k meziročnímu navýšení zásahu, konkrétně o 16 %.**
- **Celkový počet příspěvků publikovaných na Facebooku ČT24 se v porovnání s rokem 2021 snížil o 6 %. Tweetů umístěných na profil ČT24 bylo v roce 2022 celkem více než 14 tisíc, což je nicméně o 16 % méně než v roce předchozím. Také na Instagramu ČT24 jsme zaznamenali meziroční pokles publikovaných příspěvků, a to o 22 %. V porovnání se zbylými dvěma sociálními sítěmi je však absolutní počet instagramových příspěvků výrazně nižší.**
- **Rovněž stanice ČT sport sdílí obsah na sociálních sítích, a z hlediska počtu uživatelů si nevedla vůbec špatně. Na Facebooku měla stanice ke konci uplynulého roku 268 tisíc fanoušků (+3 %), na Twitteru 236 tisíc sledujících (+9 %) a na Instagramu 109 tisíc fanoušků (+15 %).**

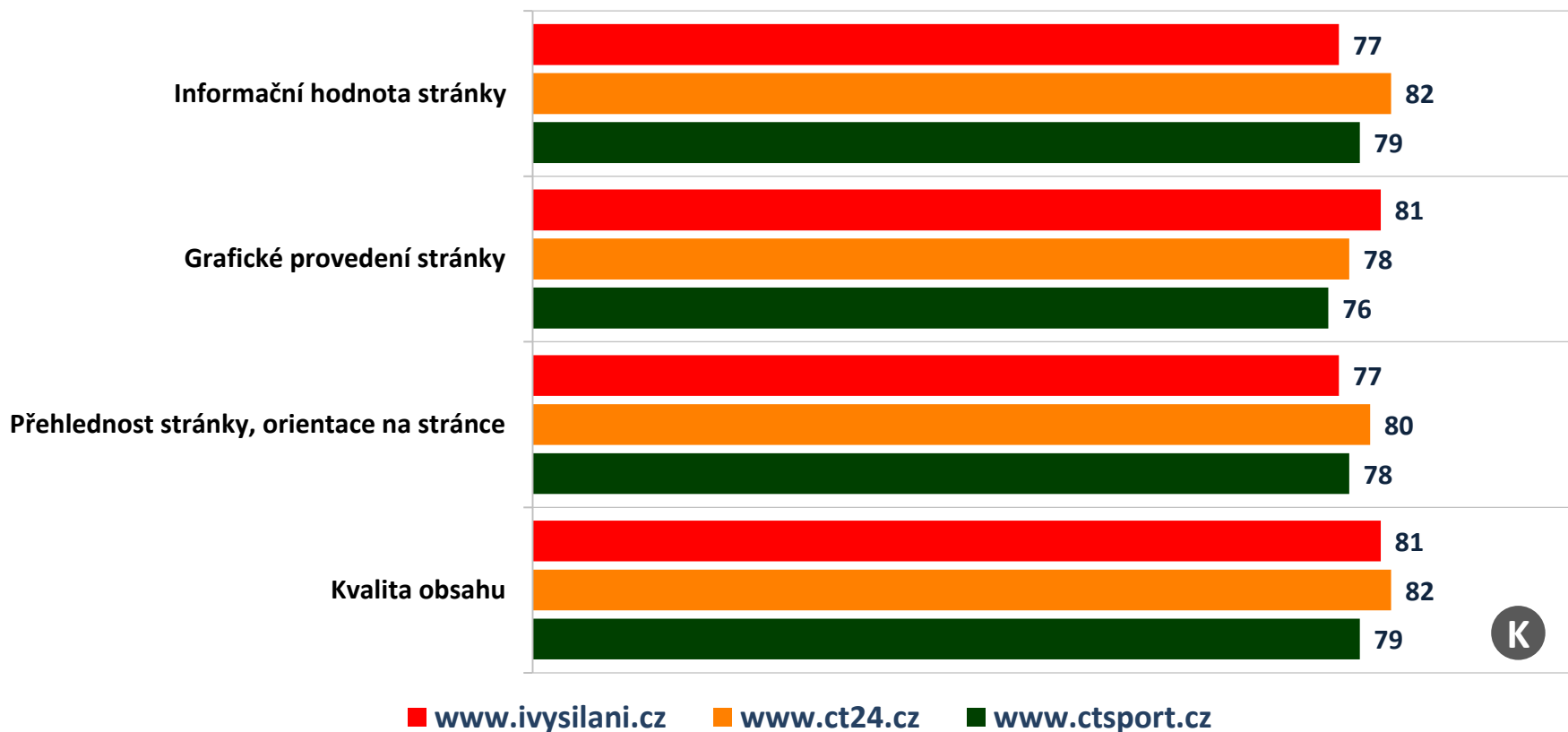
CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

Zdroj: On-line tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %



2022: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

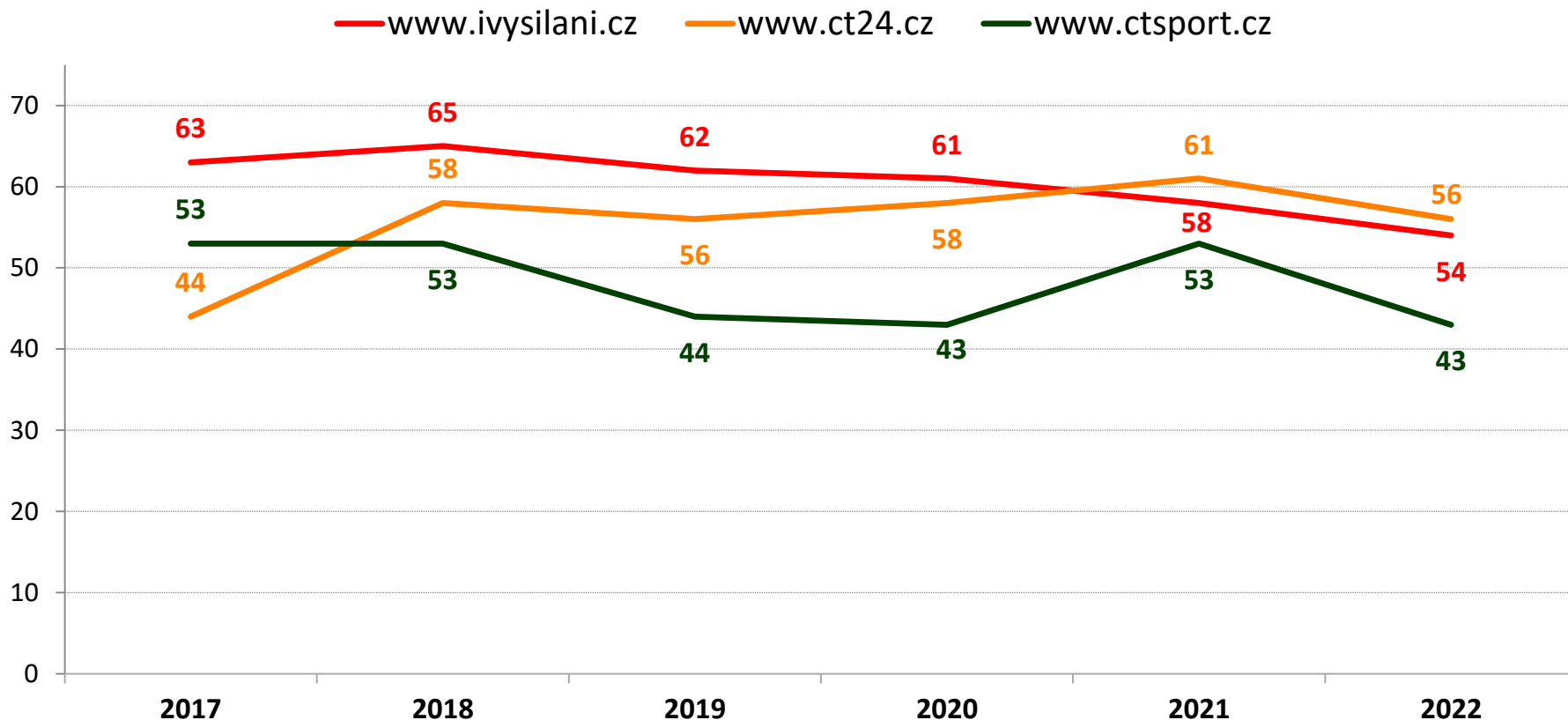
Zdroj: On-line tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %



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

NET PROMOTER SCORE VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT

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



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

KOMENTÁŘ

- **Všechny tři internetové stránky ČT sledované v rámci on-line trackingu, tedy iVysílání, ČT24 a ČT sport, jsou nadále hodnoceny velmi pozitivně, a to i přes drobné meziroční poklesy.** O 3 p. b. klesly koeficienty celkového hodnocení internetových stránek iVysílání (na 76 %) a ČT sport (na 75 %). Koeficient zpravodajského webu ČT24 činil 78 % (-2 p. b.).
- **Stále velmi nadprůměrně jsou hodnoceny také jednotlivé aspekty internetových stránek ČT, tedy jejich informační hodnota, grafické provedení, přehlednost a kvalita obsahu.** Jednotlivé koeficienty dosáhly u všech sledovaných webů a u všech kritérií vždy minimálně hodnoty 77 %. **Vůbec nejvíce návštěvníci oceňují informační hodnotu a kvalitu obsahu webu ČT24** (koeficient shodně 82 %).
- **Také tzv. NET PROMOTER SCORE (NPS), neboli míra loajality diváků na stupnici -100 až +100, je u všech tří sledovaných webů i přes meziroční poklesy na stále vysoké úrovni.** V případě ČT24 ukazatel NPS sice meziročně poklesl o 5 bodů na hodnotu +56, což ale v zásadě odpovídá úrovni let 2018 až 2020. U iVysílání poklesl o 4 body na +54, tedy na nejnižší hodnotu od roku 2016. Je nicméně třeba zmínit, že v prosinci roku 2021 došlo k implementaci nové podoby iVysílání a pokles hodnoty NPS je tak zřejmě spojen se „zvykáním si“ tradičních uživatelů na novou podobu stránky.
- U ČT sport jsme v roce 2022 zaznamenali pokles deklarované loajality o 10 bodů na hodnotu +43. Skór sportovní stanice se tak vrátil na úroveň let 2019-2020. Vysokou hodnotu NPS v roce 2021 můžeme spojovat s jistým nadšením sportovních fanoušků, kteří po roční pauze způsobené pandemickými opatřeními mohli opět sledovat své oblíbené sporty, navíc umocněným konáním řady odložených velkých sportovních akcí.
- **Všechny hodnoty NPS jsou vzhledem k obecně uznávaným standardům nadprůměrné, loajalitu návštěvníků k uvedeným webovým stránkám tak lze interpretovat jako mimořádně vysokou.**

C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ PRO RŮZNÉ DIVÁCKÉ SKUPINY

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

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

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

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

ZÁSAH VYSÍLÁNÍ A SOUHLAS S VÝROKY V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v % [2022 (2021; Ø 2016-2020)]

	Průměrný týdenní zásah vysílání ČT v jednotlivých skupinách (ATO)	Souhlas s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům.“ (TRA)	Souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.“ (TRA)
Populace 18+	74 (76;76)	62 (64;64)	71 (72;76)
Muži 18+	72 (74;75)	65 (66;62)	73 (76;76)
Ženy 18+	76 (78;77)	59 (62;66)	70 (69;75)
18-24 let	30 (32;34)	63 (55;53)	67 (74;69)
25-34 let	47 (50;56)	58 (59;55)	70 (73;75)
35-44 let	70 (74;76)	59 (68;67)	77 (76;79)
45-54 let	79 (82;83)	67 (68;67)	72 (74;78)
55-64 let	87 (88;88)	66 (66;66)	73 (72;75)
65 nebo více let	92 (92;92)	60 (62;69)	67 (68;73)
Základní 18+	58 (65;67)	62 (58;62)	67 (65;68)
Středoškolské bez maturity 18+	78 (79;80)	65 (62;66)	67 (69;71)
Středoškolské s maturitou 18+	73 (75;75)	61 (65;64)	72 (74;79)
Vysokoškolské 18+	78 (79;77)	60 (68;62)	78 (79;81)

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah České televize ve skupině 18+ poklesl oproti divácky velmi exponovanému roku 2021 o 2 p. b. na hodnotu 74 %. Shodný pokles byl zaznamenán jak u mužů, tak u žen.** Nadále platí přímá úměra mezi zvyšujícím se věkem diváků a zásahem České televize. **Mezi mladými do 24 let je zásah vysílání ČT ani ne třetinový (30 %), mezi seniory a seniorkami ve věku 65+ pak více než trojnásobný (92 %).** K nepatrnému snížení zásahu o 1 p. b. došlo u diváků ve věku 55-64 let, u ostatních věkových skupin jsme zaznamenali jeho pokles o 2 až 4 p. b. **Pokud jde o vzdělanostní kategorie, o 7 p. b. se snížil zásah ČT mezi diváky se základním vzděláním.** U ostatních vzdělanostních skupin došlo k mírnému poklesu o 1 až 2 p. b.
- **Celková míra souhlasu s výrokem ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům, se snížila o 2 p. b. na hodnotu 62 %.** S výrokem souhlasilo o 1 p. b. méně mužů a o 3 p. b. méně žen než v roce 2021. Největší meziroční nárůst míry souhlasu s výrokem registrujeme mezi nejmladšími diváky ve věku 18-24 let (+8 p. b.), k výraznému poklesu o 9 p. b. naopak došlo ve věkové kategorii 35-44 let. U ostatních věkových skupin registrujeme meziroční změny v rozsahu maximálně ± 2 p. b. Zatímco u diváků se základním vzděláním a středním vzděláním bez maturity se souhlas s výrokem meziročně zvýšil, u diváků s vyšším dosaženým vzděláním naopak poklesl.
- **Nepatrný pokles o 1 p. b. na hodnotu 71 % jsme zaznamenali u celkového souhlasu s výrokem ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.** Zatímco s výrokem souhlasil prakticky stejný podíl žen jako v roce 2021, u mužů to bylo o 3 p. b. méně. Pokles souhlasu s výrokem o 7 p. b. vykazuje nejmladší divácká skupina ve věku 18-24 let. Ostatní věkové i vzdělanostní skupiny se vejdou do intervalu meziroční změny v rozsahu ± 3 p. b.

2022: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %



2022: SLEDOVANOST A HODNOCENÍ KVALITATIVNÍCH ASPEKTŮ KANÁLU ČT3 MEZI SENIORY (65+)

Zdroj: ATO – Nielsen, DKV ČT, v %

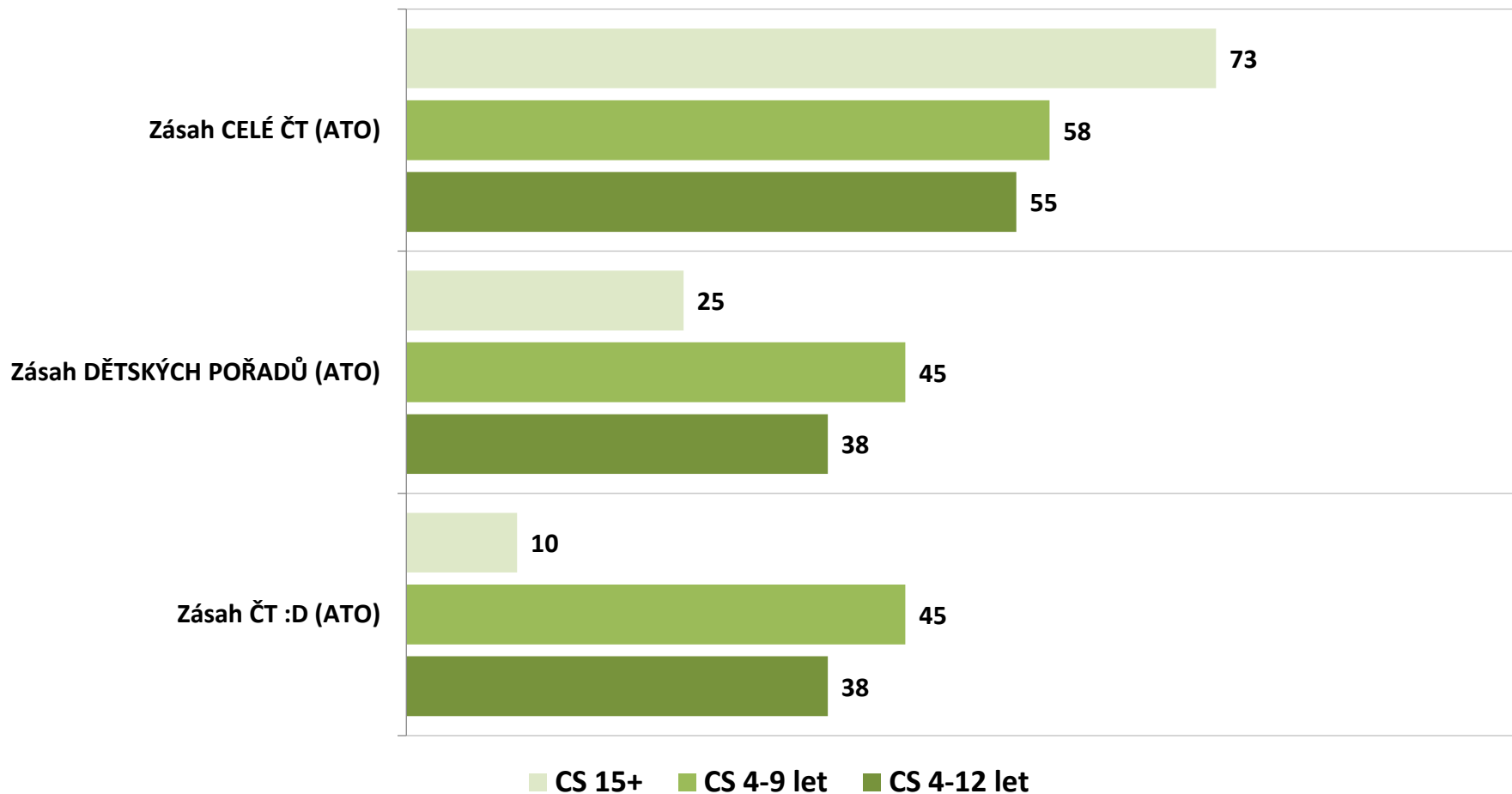
Parametr	Hodnota pro CS 65+
Průměrný týdenní zásah (reach)	27
Průměrný podíl na publiku (share)	1,62
Spokojenost	88
Originalita	60
Zaujetí	85

KOMENTÁŘ

- **Celková úroveň spokojenosti s pořady ČT dosáhla v roce 2022 hodnoty 84 %. Ženy dlouhodobě hodnotí pořady ČT o něco pozitivněji než muži, což se potvrdilo i loni.** V rámci jednotlivých věkových skupin vykazují lehce nadprůměrnou spokojenost diváci ve věku 25-34 a 45-54 let. Naopak mírně podprůměrné hodnoty spokojenosti sledujeme u nejmladších diváků ve věku 18-24 let a dále u publika v kategoriích 35-44 a 55-64 let.
- **Nejmladší stanice České televize, program ČT3 určený převážně seniorům, se ve třetím a zároveň posledním roce své existence mezi diváky výrazně etabloval. Vysílání stanice ČT3 dokázalo oslovit každý týden v průměru 27 % diváků starších 65 let.** Průměrný podíl na publiku dosáhl úrovně 1,62 %.
- **Hodnocení kvalitativních indikátorů vysílání programu ČT3 je nadprůměrné (index spokojenosti 88 %, vnímaná originalita 60 % a míra zaujetí 85 %).** Trojka je tak jedním z vůbec nejlépe hodnocených kanálů ČT.

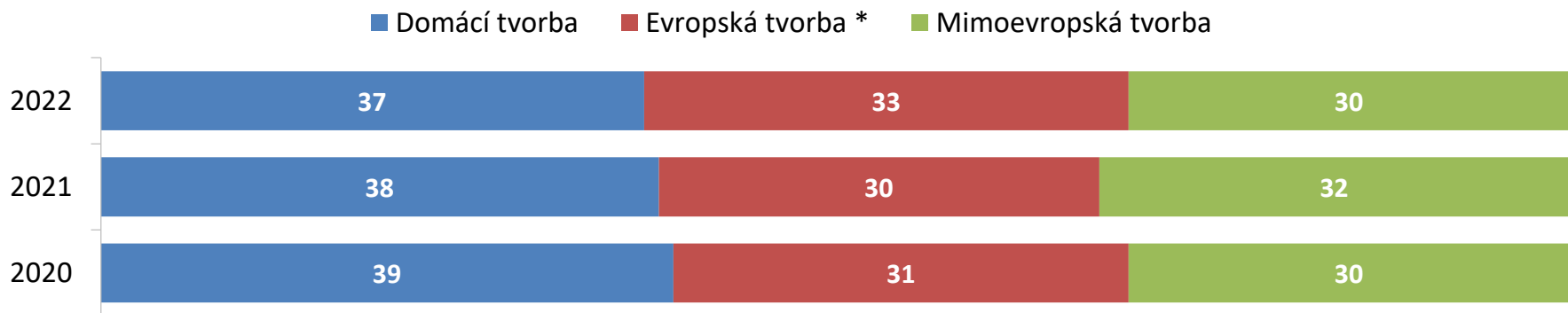
2022: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



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

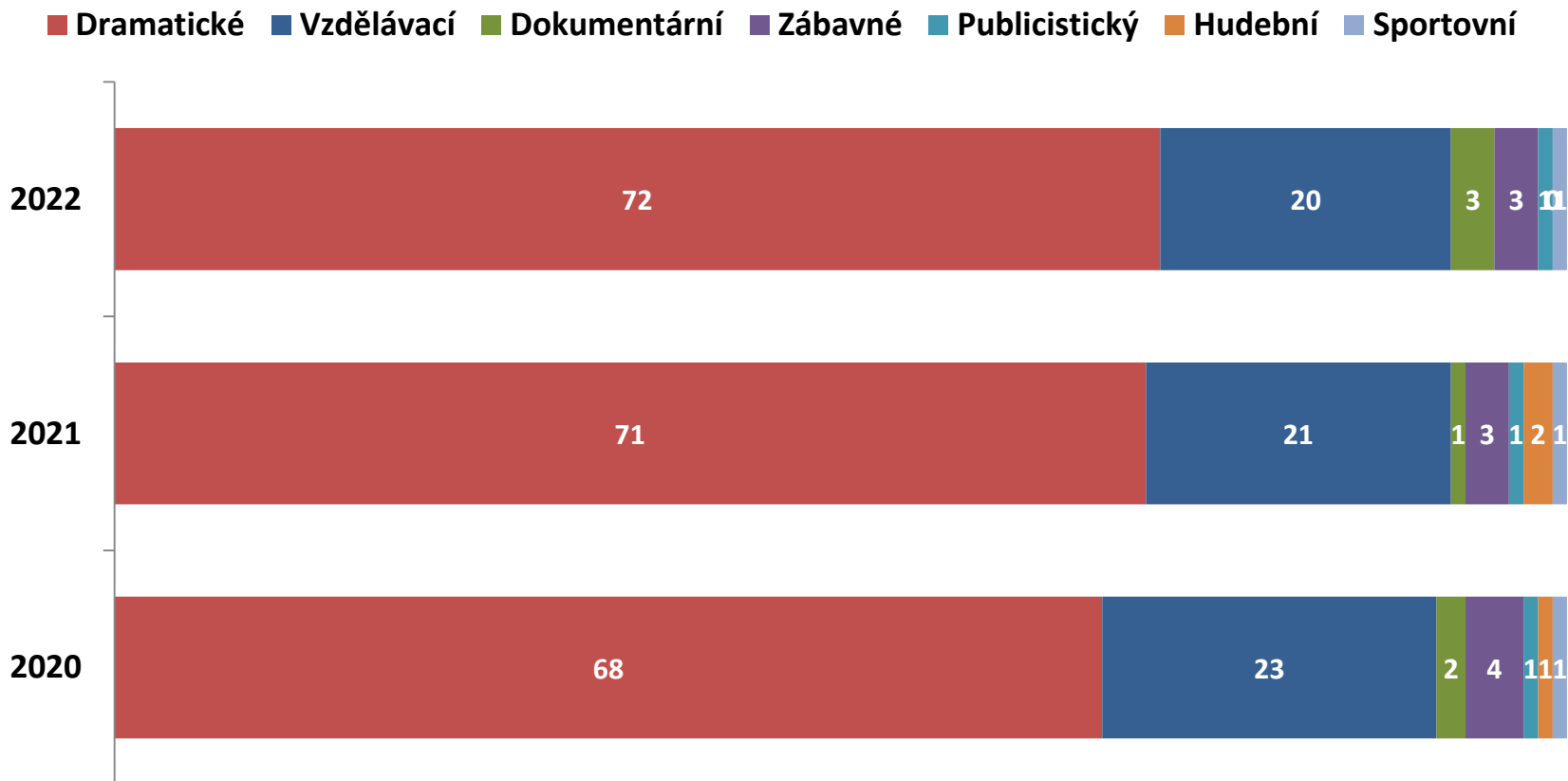


■ 2022 ■ 2021 ■ Ø 2016-2020

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

PODÍL JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ NA VŠECH DĚTSKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah vysíláním celé České televize činil v roce 2022 mezi dětmi ve věku 4-9 let 58 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 55 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady činil ve skupině 4-9 let 45 %, stejně jako zásah vysílání samotné ČT :D.**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech zůstává dlouhodobě stabilní, v roce 2022 poklesl o 1 p. b. na hodnotu 37 %.** K poklesu o 2 p. b. došlo u podílu odvysílané dětské mimoevropské tvorby, naopak o 3 p. b. narostl podíl tvorby evropské.
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, v roce 2022 to bylo 72 % (meziročně +1 p. b.).** Druhým nejfrekventovanějším formátem pro děti byly v minulém roce vzdělávací pořady s podílem 20 %. Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v minulých letech, tedy v řádu nízkých jednotek procent.

2022: VÝČET HLAVNÍCH POŘADŮ ČT TÝKAJÍCÍCH SE NÁBOŽENSKÝCH SKUPIN, NÁRODNOSTNÍCH/ETNICKÝCH MENŠIN, HENDIKEPOVANÝCH A LGBT OSOB

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Zaměření	Počet	Celková stopáž v hodinách
Cesty víry	náboženské skupiny	27	12
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	40	16
Sváteční slovo	náboženské skupiny	40	3
Uchem jehly	náboženské skupiny	16	7
Babylon	národnostní/etnické menšiny	39	17
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	12	5
Khamoro	národnostní/etnické menšiny	1	1
Klíč	hendikepovaní	20	9
Města bez bariér	hendikepovaní	15	2
Nejlepší handicapovaný sportovec roku 2021	hendikepovaní	1	1
Pablo II	hendikepovaní	52	10
Paralympijský magazín	hendikepovaní	10	3
Péče o duši	hendikepovaní	9	4
Pomozte dětem - Kuře v čokoládě	hendikepovaní	1	1
Světlo pro Světlušku	hendikepovaní	1	1
Televizní klub neslyšících	hendikepovaní	21	9
XIII. zimní paralympijské hry	hendikepovaní	73	34
Zprávy v českém znakovém jazyce	hendikepovaní	360	58
Život na křídlech motýlích	hendikepovaní	1	0
Queer	LGBT	21	9
V jiném těle	LGBT	6	4
Zákon lásky	LGBT	1	1

2022: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Adventní bohoslužba	1	1
Bohoslužba k uctění mučednické smrti mistra Jana Husa	1	2
Bohoslužba z Velehradu	1	2
Boží hod vánoční	1	1
Ekumenická modlitba za zesnulou královnu Alžbětu II.	1	1
Mše sv. za oběti heydrichiády - 80. výročí	1	2
Mše svatá za mír	1	1
Národní svatováclavská pouť 2022	1	2
Novoroční ekumenická slavnost 2022	1	1
Půlnoční mše	1	1
Slavnostní uvedení nového pražského arcibiskupa na svatovojtěšský stolec	1	3
Urbi et orbi	2	1
Velikonoční bohoslužba	1	1
Velkopáteční bohoslužba 2022	1	1

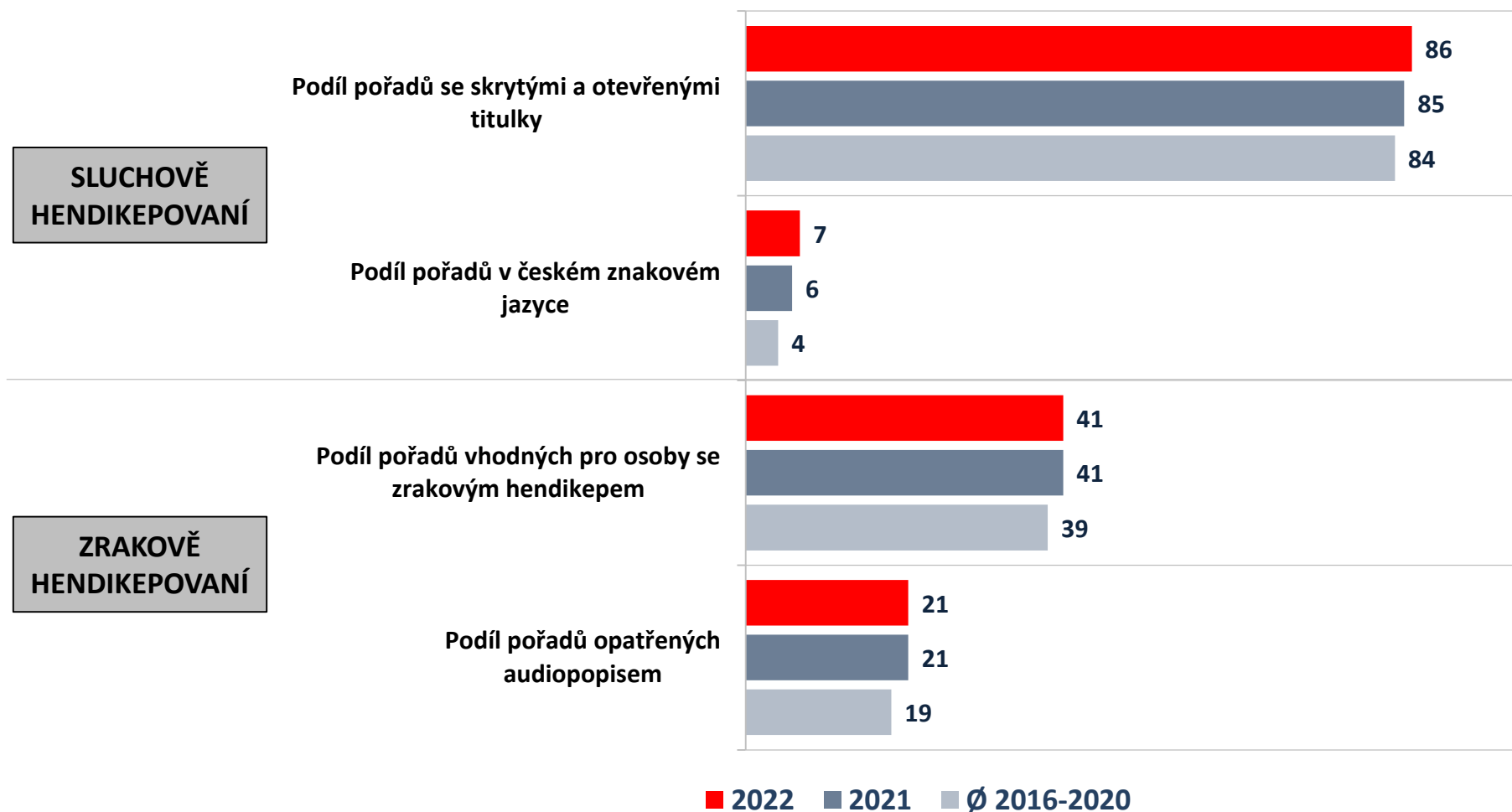
2022: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ MENŠINY ŽIJÍCÍ V ČR

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Babylon	různé	39	17
Sousedé	různé	12	5
Události (v ukrajinském jazyce)	ukrajinská	100	81
Koncert pro Ukrajinu	ukrajinská	1	2
Zachraňme Ukrajinu	ukrajinská	1	2
Slovenská čítanka	slovenská	30	4
Khamoro	romská	1	1

ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny, hendikepované spoluobčany a LGBT.** Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2022 právě těmto skupinám.
- **Věřícím** byly věnovány tradiční premiérové tituly jako *Cesty víry*, *Uchem jehly*, *Křesťanský magazín* a *Sváteční slovo* nebo četné přenosy bohoslužeb napříč hlavními církvemi působícími v ČR. ČT se ve svých pořadech věnovala také dalším významným náboženským směrům, jakými jsou islám, buddhismus nebo judaismus.
- **Pro národnostní a etnické menšiny** připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Pro početnou ukrajinskou menšinu vysílala v jejich rodném jazyce *Události*. Romům byl věnován pořad k jejich mezinárodnímu dni *Khamoro*.
- **Hendikepovaným spoluobčanům** byly určeny tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce*, *Klíč*, *Paralympijský magazín*, přenosy z *XIII. zimních paralympijských her z Pekingu* nebo divácky úspěšné dokumenty *Péče o duši* a *Život na křídlech motýlích*.
- **Tématu LGBT** se ČT dlouhodobě věnuje v rámci magazínu *Queer* nebo v diskuzních a zpravodajských pořadech. Divákům nabídla také dokumentární sérii *V jiném těle* a solitérní dokument *Zákon lásky*.
- **Pokud jde o neslyšící diváky**, zákon předepisuje České televizi opatřit skrytými titulky 70 % odvysílaných pořadů, tlumočení do českého znakového jazyka musí obsahovat minimálně 2 % pořadů. **Tyto kvóty Česká televize dlouhodobě nejen naplňuje, ale výrazně překračuje. V roce 2022 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 86 % pořadů České televize, 7 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.**
- **Pro zrakově hendikepované** opatřila Česká televize audiopopisem 21 % svých pořadů.

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1

METODIKA MĚŘENÍ KVALITATIVNÍCH PARAMETRŮ - DKV

- DKV (denní kontinuální výzkum) je interní panelový výzkum spokojenosti diváků ČT.
- Založen byl v roce 1970 v rámci Československé televize, od té doby funguje nepřetržitě, což je společně s BBC evropské unikum.
- Panel respondentů čítá cca 1 000 diváků starších 15 let. Respondenti mají možnost hodnotit pořady prostřednictvím on-line nebo papírového dotazníku.
- Respondenti hodnotí TV pořady, které zhlédli, na stupnici 1-10, kde 1 = nejhorší hodnocení a 10 = nejlepší hodnocení. Ukazatel průměrné spokojenosti tedy nabývá hodnot 1 až 10.
- Kromě hodnocení spokojenosti se v rámci DKV zjišťuje i tzv. „Originalita“ a „Zaujetí“, vyjádřené mírou souhlasu s následujícími výroky:
 - Originalita: „*Pořad byl neobvyklý, jiný než pořady stejného žánru.*“ (odpověď - ano /ne)
 - Zaujetí: „*Pořad mne velmi zaujal, zapůsobil na mne.*“ (odpověď - ano / ne)
- Spokojenost pro dětský kanál ČT :D je vzhledem k charakteru a zaměření kanálu zjišťována odlišným způsobem než u ostatních kanálů ČT. Diváci při ní nahlízejí na programovou nabídku ČT :D jako na celek a také ji tak hodnotí pomocí škály s klasickým školním hodnocením 1 až 5, která je dětem i radě rodičů bližší. Do hodnocení ČT :D jsou zapojeni jak rodiče z panelu DKV, tak jejich děti. Data získaná od rodičů a dětí jsou analyzována odděleně.

PŘÍLOHA 2 (1/3)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

Media Tenor

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

NetMonitor

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

PŘÍLOHA 2 (2/3)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

Nielsen

Nielsen je výzkumná agentura se zázemím nadnárodní společnosti. Nabízí široké portfolio produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat.

- Elektronické měření sledovanosti televize v ČR realizuje pro ATO od roku 2002 (do roku 2015 pod jménem Mediaresearch). Součástí je i výzkum životního stylu, spotřebního a mediálního chování LSS.
- Nielsen je členem profesních sdružení ESOMAR a SIMAR.
- Součástí skupiny Nielsen je i společnost Adwind Software, která ČT od roku 2013 poskytuje software pro práci s daty z výzkumu sledovanosti.

NMS Market Research

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

PŘÍLOHA 2 (3/3)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

KANTAR CZ

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

Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. (oba KAP FF ZČU) a Mgr. Karel Svoboda, Ph.D. (IMS FSV UK)

- Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. je politologem působícím na Katedře politologie a mezinárodních vztahů Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni. V červnu 2019 vypracoval evaluaci metodiky použité při *Hodnocení plnění veřejné služby České televize za rok 2018*. Jeho doporučení vedla k řadě parciálních změn především v prezentaci výsledků hodnocení. V roce 2020 byla spolupráce s docentem Rosůlkem rozšířena o hodnocení zpravodajských pořadů formou obsahových analýz pokrytí významných událostí ve vysílání České televize. Přemysl Rosůlek se ve své vědecké práci soustředí zejména na témata nacionalismu, současnou politickou filozofii a dění v oblasti jihovýchodní Evropy.
- Mgr. Karel Svoboda, Ph.D. působí jako pedagog na Katedře ruských a východoevropských studií Institutu mezinárodních studií Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Specializuje se na politickou ekonomii postsovětského prostoru, eurasijskou integraci či ruskou politiku. Je autorem řady publikací a odborných článků věnujícím se těmto oblastem. Na obsahových analýzách prezentace významných událostí Českou televizí se podílí od roku 2022.

PŘÍLOHA 3

METODIKA MĚŘENÍ CELKOVÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ON-LINE OBSAHEM

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

PŘÍLOHA 4

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT

- Jedná se o pravidelný výzkum s půlroční periodicitou, který sjednocuje a nahrazuje dřívější externí výzkumy realizované Českou televizí.
- V rámci kalendářního roku jsou vždy realizovány dvě vlny výzkumu, a to většinou v květnu a listopadu. Sběr dat pro každou vlnu je realizován vždy v průběhu zhruba tří týdnů. Vlivem nouzového stavu v průběhu jara 2020 a s ním spojené nemožnosti realizovat dotazování prostřednictvím osobních rozhovorů, bylo přikročeno ke změně metodiky sběru dat, a to kombinací telefonického dotazování s náhodným výběrem (50 % vzorku) a on-line dotazování na panelu respondentů (50 % vzorku).
- Dotazován je reprezentativní vzorek dospělé (18+) televizní populace ČR, v každé z vln minimálně 1 000 respondentů.
- Při výběru jsou sledovány následující kvóty: kombinace pohlaví a věkových skupin, vzdělání, velikosti místa bydliště a kraje. Výzkum realizuje nezávislá agentura pro výzkum veřejného mínění Kantar CZ (dříve TNS AISA).
- Pro účely celoroční zprávy jsou vždy spojována data z obou vln výzkumu realizovaných v daném kalendářním roce. V případě pololetní zprávy jsou použita pouze data z jarní vlny dotazování.
- Není-li tedy u konkrétních výstupů uvedeno jinak, činí minimální velikost vzorku u celoroční zprávy 2 000 respondentů, u semestrální zprávy pak 1 000 respondentů.

PŘÍLOHA 5

METODIKA ANALÝZY FF ZU V PLZNI A IMS FSV UK V PRAZE (1/2)

- **Analýza zkoumala ŽV redaktorů a moderátorů přibližující širší kontext spjatý s invazí armády Ruské federace na Ukrajinu. Jmenovitě jde o ŽV v pořadu Události.**
- V první fázi sledovala kvantitativní aspekty, které sloužily jako odrazový můstek ke kvalitativní analýze. Nejdříve představila pro **celkový kontext stopáže ŽV v poměru ke stopáži, kdy se Události věnovaly dění na Ukrajině v širších souvislostech** a dále poměru k celkovému času celých Událostí.
- Posléze se věnovala prezentaci absolutního počtu ŽV k ruské invazi na Ukrajinu v širších souvislostech. Počty ŽV redaktorů dále **kategorizovala separátně dle počtu vstupů z Ukrajiny, ze slovensko-ukrajinských a polsko-ukrajinských hranic a dále ze zahraničí a České republiky**. Toto vše dále rozčlenila i dle měst/míst, odkud ŽV redaktorů ČT zazněly.
- V části věnované činnosti redaktorů ČT, kteří se na ŽV podíleli, rozdělila jejich angažmá podle dnů a počtu ŽV v jednom dni. Výše uvedené umožnilo zhodnotit **aktivity a mobilitu redaktorů v celkovém součtu i podle jednotlivých dnů**. V této části se zaměřila též na **výskyt slov a slovních spojení v reportážích** vysílaných formou ŽV z Ukrajiny, slovensko-ukrajinského a polsko-ukrajinského pomezí, Polska, České republiky a ze zahraničí
- V další části se sumarizačně zaměřila na moderátory a moderátorské dvojice, kteří participovali na ŽV v pořadu Události během měsíce března 2022, což poskytlo orientační platformu pro interpretaci role moderátorů v kvalitativní části analýzy.

PŘÍLOHA 5

METODIKA ANALÝZY FF ZU V PLZNI A IMS FSV UK V PRAZE (2/2)

- **V souvislosti s kvalitativními aspekty se analýza zaměřila na parametry a) obecné, b) týkající se redaktorů a c) moderátorů:**
- **a) obecné parametry:** kontext pokrytí ostatními médii (nástin v obecné míře pouze); hodnocení ŽV v kontextu pořadu Události (nástin v obecné míře pouze); místa, ze kterých se reportáže odehrávaly (jejich relevance a vhodnost); problematika negativity – neutrality – positivity zmínek o Ruské federaci; problematika negativity – neutrality – positivity zmínek o Ukrajině; pokrytí témat (např. armáda, ženy s dětmi, život na ulici atp.); pokrytí problematiky v širším kontextu (např. EU, státy EU, Velká Británie atp.); vizuální analýza (ilustrační a archivní záběry, grafické zpracování, pozadí ŽV, headliny u ŽV, podtón v mluveném projevu, neverbální projevy redaktorů a moderátorů atp.).
- **b) redaktoři:** relevance a aktuálnost témat těchto ŽV; vyváženost – nestrannost – objektivita při informovanosti v ŽV; zjištění, zda se redaktoři odkazují na relevantní zdroje, instituce a organizace a jejich případná absence; absence či naopak nadměrný výskyt těchto zdrojů; výskyt kontroverzních zdrojů co do dezinformační a ideologické afiliace.
- **c) moderátoři:** kompetentnost: klade relevantní otázky včetně pořadí, emocí, sugestivnosti atp.; vyváženost – nestrannost – objektivita; neutralita – pozitivita – negativita; odkazování na relevantní autory, instituce, organizace.