

HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE

2021

Zpracoval: Renata Týmová, vedoucí útvaru Výzkumu a analýz 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	17
Žánry	34
B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ	
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie	40
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání	68
CÍL 3 – Podpora kultury	74
CÍL 4 – Podpora sportu	89
CÍL 5 – Prezentace regionů České republiky, Evropy a světa	99
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	111
C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	145
Dětští diváci	150
Náboženské skupiny, národnostní/etnické menšiny, hendikepovaní a LGBT	154
PŘÍLOHY	159

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 1 722 569 hodnocení pořadů za rok 2021
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	90 538 pořadů za rok 2021*
• On-line tracking ČT (OLT)	7 488 respondentů za rok 2021

II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ ²

• ATO - Nielsen Admosphere	- Elektronické měření sledovanosti (peoplemetry), PEM-D - měření videoobsahu	Panel 1 870 domácností
	- Výzkum pro nastavení deduplikace ³	5 026 respondentů v roce 2021
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum ⁴	min. 1 000 respondentů/vlnu
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	43 056 příspěvků za rok 2021
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu	26 994 příspěvků za rok 2021
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok 2021

PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ 2/2

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

<ul style="list-style-type: none"> • PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. • PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D. 	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z NYU Prague a FSV UK ⁵	1 téma za rok 2021
<ul style="list-style-type: none"> • Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D. • Mgr. Marek Lapčík, Ph.D. 	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z Univerzity Palackého v Olomouci ⁶	1 téma za rok 2021
<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 ⁷	
<ul style="list-style-type: none"> • University of Oxford, Reuters Institute 	-	Digital News Report 2021	Minimálně 2 000 respondentů za každý prezentovaný stát
<ul style="list-style-type: none"> • 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 Admosphere (dříve 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 2021 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2020 a průměr hodnot indikátoru z let 2015-2019. 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

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere*, Tracking ČT**

75 %

*

obyvatel ČR je každý týden
zasaženo vysíláním ČT.

71 %

**

obyvatel ČR si myslí,
že je ČT důvěryhodná.

73 %

**

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

70 %

**

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

75 %

**

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

71 %

**

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

72 %

**

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

60 %

**

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).

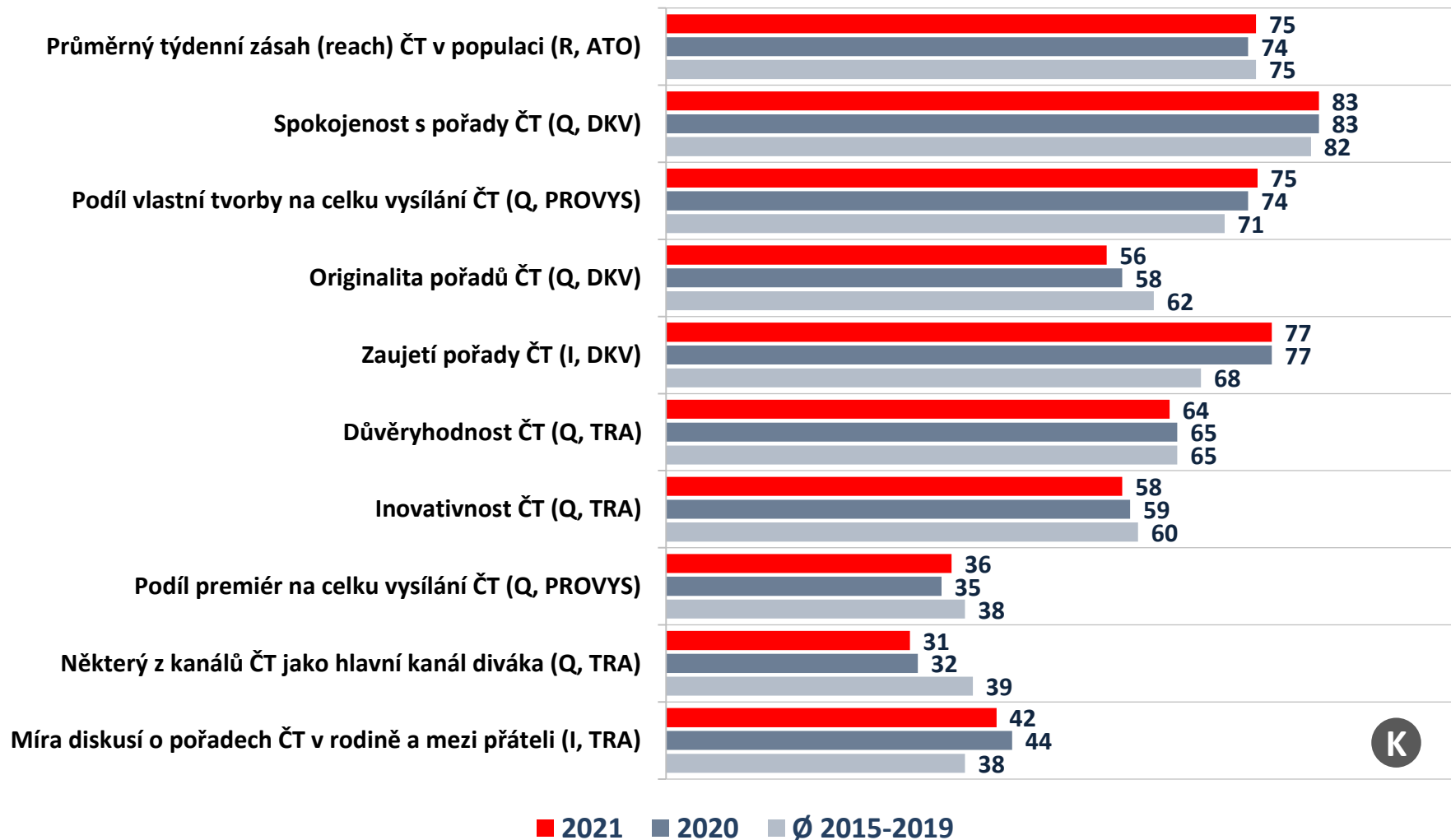
Hodnoty jednotlivých veličin jsou určovány prostřednictvím měření jim příslušných indikátorů.
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele 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

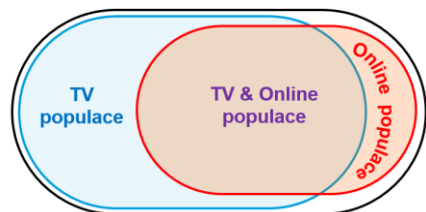
Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v %



2021: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ON-LINE OBSAHEM*

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, NetMonitor, TV populace

Obecná populace 15+



	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	Změna oproti roku 2020 (p.b.)
	podíl	počet	podíl	počet		
Populace 15+	75 %	6 347 912	15 %	1 335 702	3 %	0
Muži 15+	73 %	3 002 123	15 %	664 919	3 %	0
Ženy 15+	76 %	3 345 788	15 %	670 783	3 %	0
15-24 let	33 %	297 358	18 %	174 633	22 %	+2
25-34 let	50 %	568 174	21 %	266 558	13 %	+1
35-44 let	74 %	1 130 662	21 %	331 764	3 %	0
45-54 let	82 %	1 259 879	16 %	246 470	1 %	0
55 a více let	91 %	3 091 839	9 %	316 278	0 %	0
Základní 15+	57 %	636 410	10 %	118 210	5 %	+1
SŠ bez maturity 15+	79 %	2 253 743	10 %	292 527	1 %	0
SŠ s maturitou 15+	75 %	2 185 525	17 %	489 866	3 %	0
VŠ 15+	79 %	1 272 234	24 %	435 099	6 %	0

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize za rok 2021 činil 75 %, meziročně tak došlo k navýšení o 1 p.b. Zásah České televize je tak dlouhodobě vyšší, než si pro své vysílání stanovila britská BBC (70 %).**
- Dle vzoru BBC předkládáme již druhým 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 15 %, což představuje více než 1,3 milionu dospělých diváků. **Relativní navýšení zásahu vysílání ČT činilo díky on-line obsahu 3 %. Toto navýšení bylo patrné zejména v mladších cílových skupinách:** Ve skupině 15-24 let dosáhlo 22 % (meziročně +2 p.b.), v kategorii 25-34 let pak 13 % (+1 p.b.).
- **Hodnocení kvalitativních parametrů zůstalo v roce 2021 na stabilní úrovni. Celková spokojenost s pořady České televize byla stejná jako v roce 2020, tedy 83 %.** Vnímaná originalita pořadů klesla meziročně o 2 p.b. na úroveň 56 %. Míra zaujetí zůstala na stejné úrovni jako v roce 2020 (77 %), ve srovnání s průměrem let 2015-2019 ale došlo k jejímu navýšení o 9 p.b.
- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil 75 %.** Oproti roku 2020 se jedná o mírný nárůst o 1 p.b.
- Také **podíl premiér na celku vysílání se zvýšil o 1 p.b. a dosáhl hodnoty 36 %.**
- Koeficient inovativnosti ČT naopak o 1 p.b. poklesl a dosáhl úrovně 58 %.
- **Koeficient důvěryhodnosti České televize činí 64 % (-1 p.b.). S výrokem Česká televize je důvěryhodná rozhodně nebo spíše souhlasilo 71 % respondentů.**
- **Koeficient indikátoru Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli je 42 %.** V meziročním srovnání sice došlo k poklesu hodnoty o 2 p.b., ve srovnání s průměrem let 2015-2019 se ale jednalo o nárůst o 4 p.b.

RQI – KANÁLY ČT

PŘEHLED ZA ROK 2021

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2021 (2020; Ø 2015-2019)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art	ČT3***
Zásah (reach) 15+	75 (74;75)	64 (64;64)	38 (37;39)	29 (30;26)	22 (15;24)	10 (12;12)	7 (7;6)	15 (10;---
Zásah (reach) 4-12 let	---	---	---	---	---	41 (43;48)	---	---
Podíl (share) 15+	32 (31;30)	17 (17;16)	4 (4;4)	5 (5;4)	4 (2;4)	---	1 * (1;1) *	1 (1;---
Podíl (share) 4-12 let	---	---	---	---	---	30 ** (27;27) **	---	---
Spokojenost	83 (83;82)	82 (83;82)	86 (86;83)	81 (83;80)	87 (86;83)	---	86 (87;84)	87 (87;---
Originalita	56 (58;62)	55 (56;60)	64 (66;73)	45 (52;56)	50 (56;60)	---	59 (65;73)	60 (69;---
Zaujetí	77 (77;68)	75 (74;66)	84 (84;78)	70 (76;64)	80 (82;66)	---	78 (83;78)	83 (87;---
Hlavní kanál	31 (32;39)	16 (19;23)	2 (2;4)	8 (7;5)	4 (2;6)	1 (1;1)	0 (0;0)	0 (0;---
Podíl premiér	36 (35;38)	30 (29;30)	21 (22;22)	72 (76;69)	56 (38;52)	12 (13;19)	23 (20;20)	19 (10;---
Podíl vlastní tvorby	75 (74;71)	83 (81;79)	42 (48;50)	100 (100;99)	97 (96;83)	31 (30;31)	55 (52;61)	92 (99;---

* 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 Admosphere, v %

Stanice	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	64	64	63	63	63	65
ČT2	38	37	38	38	39	40
ČT24	29	30	25	27	27	26
ČT sport	22	15	22	24	22	26
ČT :D	10	12	12	12	13	13
ČT art	7	7	6	5	7	6
ČT3	15	10	---	---	---	---

KOMENTÁŘ

- K významnému **nárůstu průměrného týdenního zásahu o 7 p.b. na hodnotu 22 % došlo u kanálu ČT sport.** Tato pozitivní změna byla způsobena návratem mimořádných sportovních událostí, jakými byly Letní olympijské hry v Tokiu, MS v hokeji a fotbalové EURO. **Výrazný nárůst zásahu jsme zaznamenali také u programu ČT3 (+5 p.b.), mírný pak u ČT2 (+1 p.b.). Meziročně stejný zásah vykázaly hlavní program ČT1 (64 %) a kulturní kanál ČT art (7 %), mírný pokles jsme zaznamenali u programů ČT :D a ČT24 (o 1-2 p.b.).**
- **Hodnoty kvalitativních indikátorů jednotlivých programů zůstaly většinou stabilní.** Mezi kanály s nejvyšší spokojeností se zařadil **nový program ČT3, hodnota u něj činila 87 %.** Tradičně vysokých hodnot spokojenosti dosáhly také sportovní program ČT sport (87 %), kulturní ČT art a ČT2 (oba 86 %). Ostatní kvalitativní parametry, tedy **originalita a zaujetí, dosáhly nadprůměrných hodnot u ČT2, ČT art a ČT3.** Posledně jmenovaný kanál oslovuje především starší diváky, a to výběrem toho nejlepšího z archivu ČT v kombinaci s vlastními premiérovými pořady, nově pak i v hlavním vysílacím čase. Meziroční pokles míry originality vykazují všechny kanály ČT, stejný trend jsme nicméně mohli sledovat u celého televizního trhu.
- **O 1 p.b. na hodnotu 31 % klesl podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize.** Za poklesem stojí především hlavní kanál ČT1, důvodem je zejména rostoucí konkurence v podobě nových televizních programů. V minulém roce oba hlavní soukromí vysílatelé zprovoznili tři nové kanály. **Svoji sílu naopak potvrzuje zpravodajský kanál ČT24,** který byl v loňském roce hlavním pro 8 % diváků (ve srovnání s průměrem let 2015-2019 šlo o navýšení o 3 p.b.).
- **ČT zaznamenala meziročně nárůst podílu premiér ve vysílání o 1 p.b. na 36 %.** Ze shora uvedených důvodů za nárůstem stojí zejména kanál ČT sport (+18 p.b. meziročně), dále ČT3 (+9 p.b.) a ČT art (+3 p.b.).
- **V meziročním srovnání se mírně zvýšil také podíl vlastní tvorby za celou ČT (o 1 p.b. na úroveň 75 %).** Mohou za to především programy ČT1 (+2 p.b. na 83 %) a ČT art (+3 p.b. na 55 %). Výraznější pokles vlastní tvorby jsme zaznamenali u kanálů ČT3 (-7 p.b.) a ČT2 (-6 p.b.).

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

<u>Skupina 15+</u>	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	16,68	16,97	16,54	15,80	15,34	16,27
ČT2	3,91	3,94	4,27	4,26	4,35	4,46
ČT24	5,17	5,50	3,94	4,38	4,23	3,99
ČT sport	3,73	1,93	3,50	4,06	3,40	4,46
ČT :D	1,17	1,25	1,38	1,30	1,49	1,40
ČT art	0,39	0,42	0,37	0,33	0,39	0,38
ČT3	1,28	0,85	---	---	---	---
ČT celkem	32,34	30,86	29,99	30,13	29,20	30,96

<u>Skupina 4+</u>	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	16,26	16,49	16,04	15,31	14,83	15,72
ČT2	3,79	3,85	4,11	4,10	4,18	4,29
ČT24	4,99	5,30	3,76	4,17	4,00	3,77
ČT sport	3,66	1,89	3,43	3,99	3,32	4,38
ČT :D	2,11	2,19	2,39	2,31	2,68	2,57
ČT art	0,39	0,41	0,37	0,33	0,39	0,37
ČT3	1,23	0,81	---	---	---	---
ČT celkem	32,43	30,94	30,11	30,21	29,40	31,09

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

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

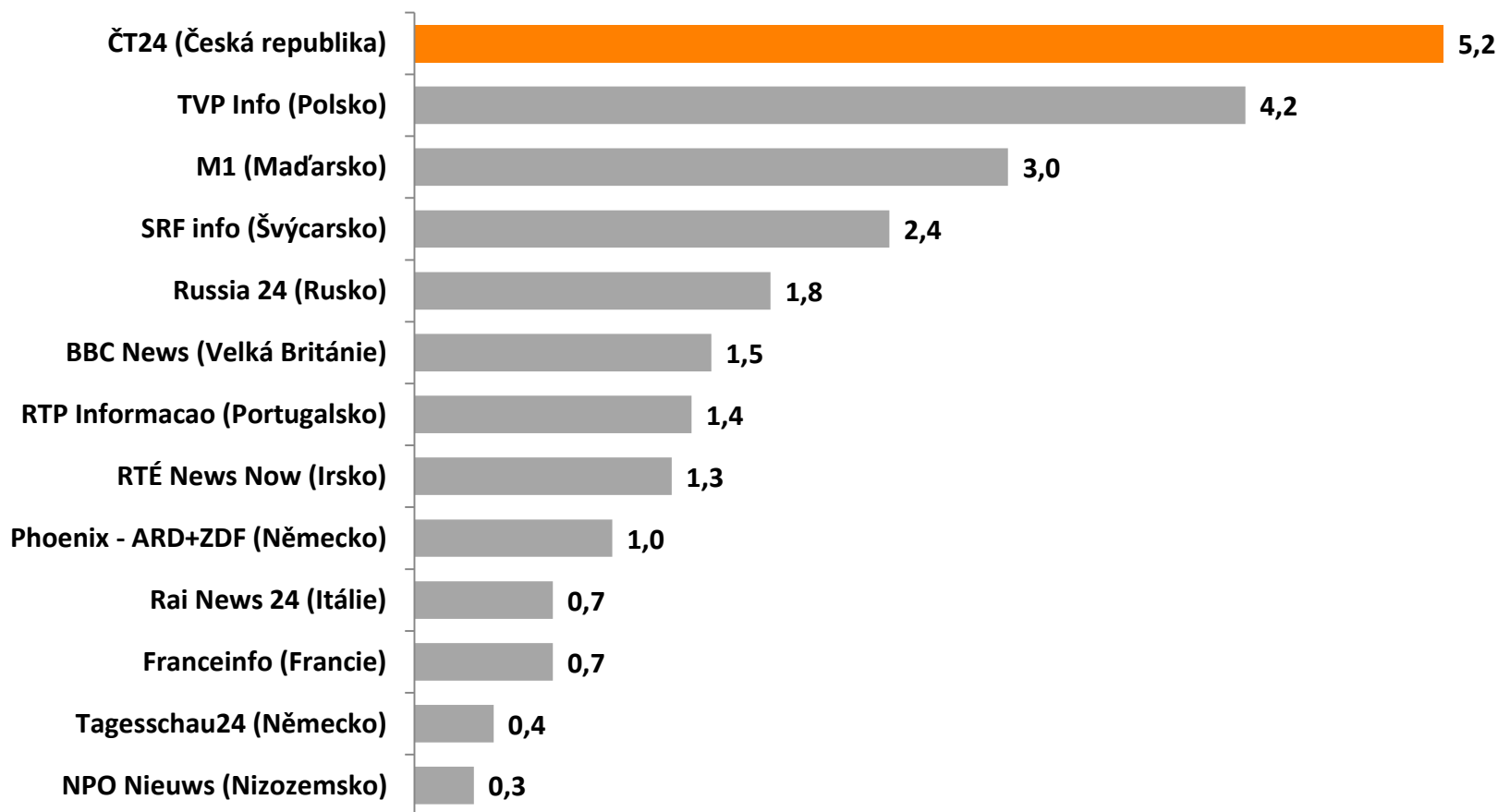
<u>Skupina 15+</u>	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	20,36	20,43	18,55	18,52	17,38	19,39
ČT2	3,71	3,75	3,73	3,79	4,08	4,05
ČT24	2,66	2,78	2,21	2,55	2,50	2,37
ČT sport	2,5	1,03	2,64	2,93	2,53	3,59
ČT :D	0,55	0,63	0,59	0,58	0,62	0,50
ČT art	0,7	0,74	0,66	0,53	0,65	0,59
ČT3	1,11	0,08	---	---	---	---
ČT celkem	31,59	29,45	28,37	28,90	27,77	30,48

<u>Skupina 4+</u>	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	20,01	20,06	18,21	18,13	17,00	18,96
ČT2	3,6	3,63	3,59	3,65	3,94	3,91
ČT24	2,58	2,71	2,13	2,45	2,40	2,26
ČT sport	2,47	1,01	2,63	2,90	2,50	3,57
ČT :D	1,08	1,15	1,04	1,05	1,14	0,92
ČT art	0,71	0,76	0,68	0,55	0,68	0,59
ČT3	1,08	0,07	---	---	---	---
ČT celkem	31,54	29,38	28,28	28,72	27,64	30,21

2021: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

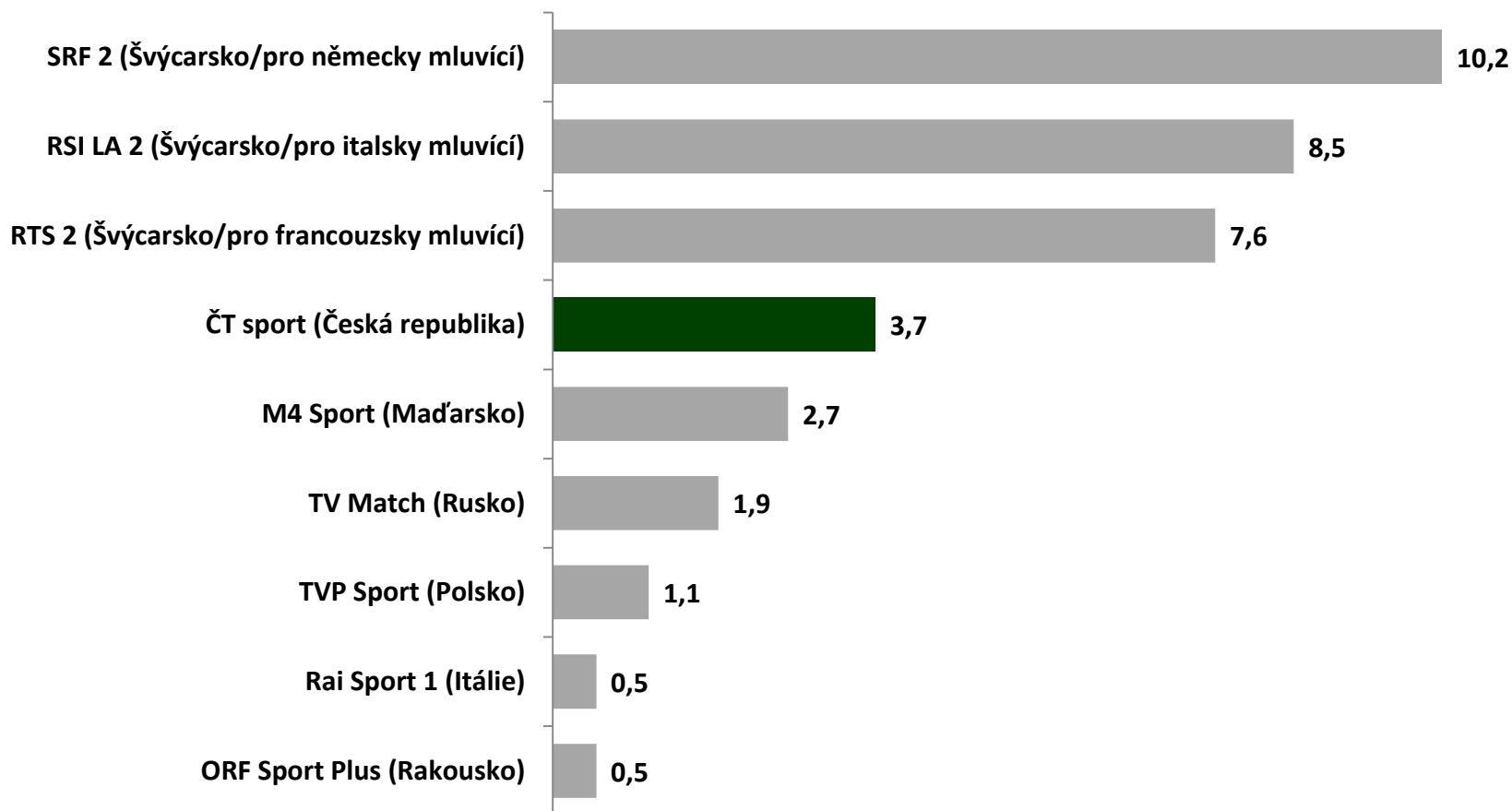


CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), NPO Nieuws (6+), Franceinfo a Russia 24 (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

2021: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

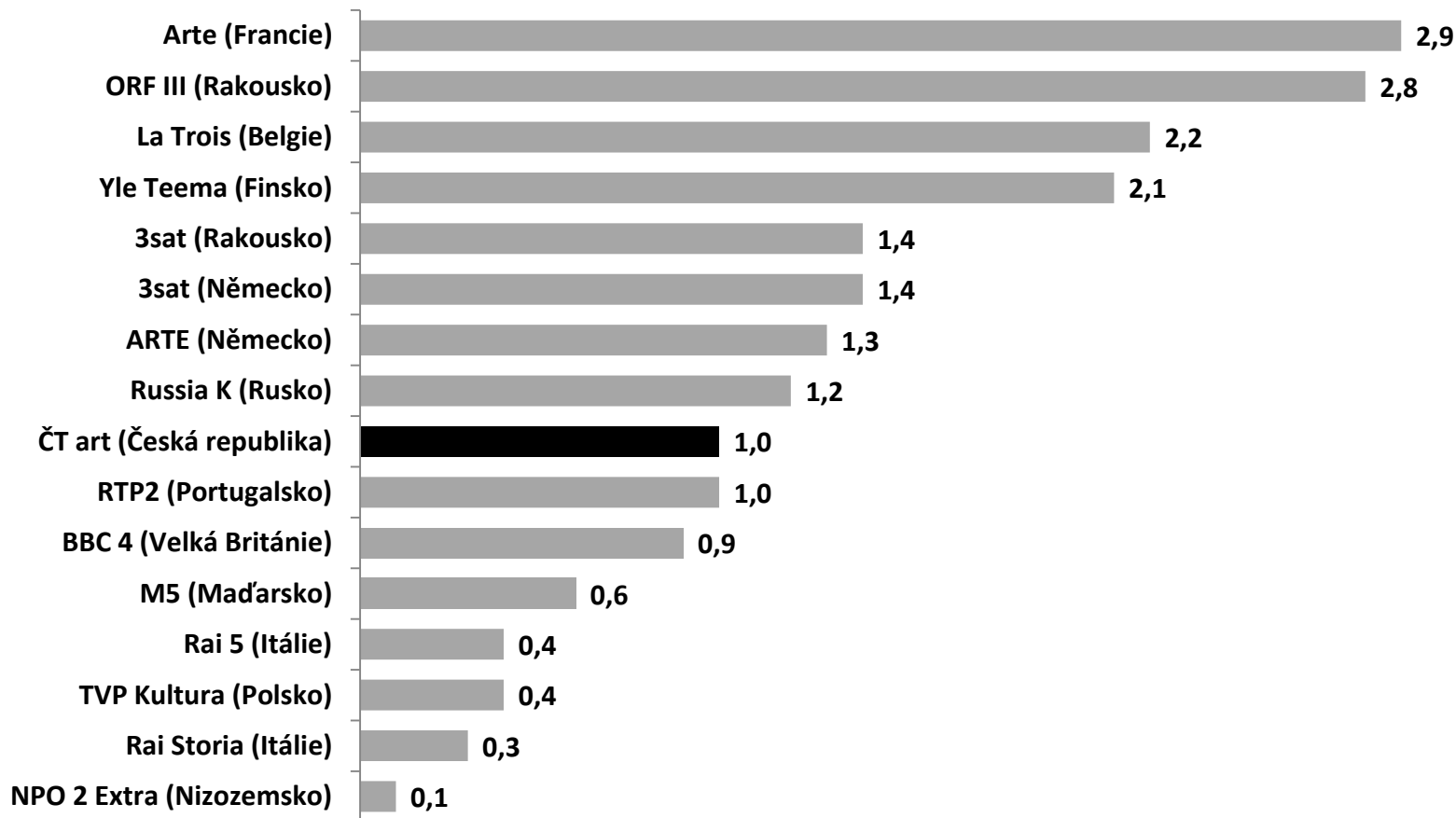


CS 15+ s výjimkou TVP Sport (16+), ORF Sport Plus (12+) a TV Match (4+)

2021: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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



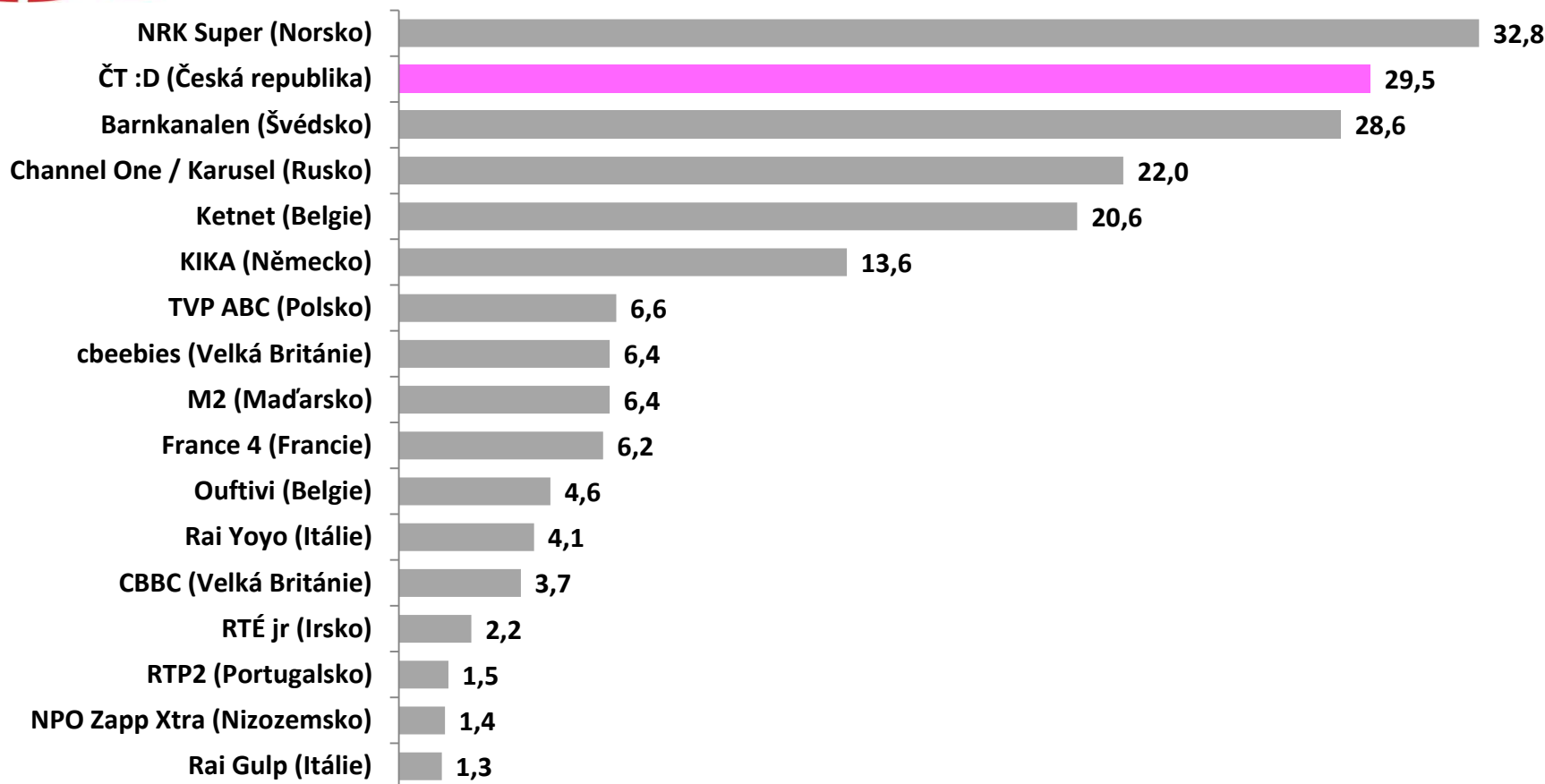
CS 15+ s výjimkou TVP Kultura (16+), ORF III a 3sat Rakousko (12+), NPO 2 Extra (6+), Arte, M5, Russia K, (4+), 3sat Německo a ARTE Německo (3+)

Poznámka: pro dříve uváděný španělský kulturní kanál La2 nejsou pro rok 2021 údaje o sledovanosti k dispozici

2021: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, 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), Barnkanalen (3-11)

KOMENTÁŘ

- **Česká televize dosáhla v roce 2021 ve skupině diváků starších 15 let podílu na publiku 32,34 % a počtvrté za sebou se stala nejvyhledávanějším domácím vysílatelem.** Dosažená hodnota je o 1,48 p.b. vyšší než v roce 2020, zároveň se jedná o **nejvyšší podíl skupiny ČT na sledovanosti od roku 1998** (tehdy 34,29 %). **Česká televize zaznamenala i nejvýraznější odstup od komerčních televizních skupin v historii PEM měření, tedy od roku 1997.** Náskok před skupinou Nova činil 6 p.b., před skupinou Prima více než 7 p.b.
- **Česká televize poprvé v historii PEM měření dominovala i v hlavním vysílacím čase (19-22), kde její podíl na sledovanosti dosáhl 31,59 %** při meziročním nárůstu 2,14 p.b. Podobného výsledku dosáhla Česká televize také v cílové skupině 4+, podíl na publiku zde činil 31,54 %. V rámci celodenního vysílání to pak bylo 32,43 %.
- **Podíl hlavního programu ČT1 na publiku** sice meziročně poklesl o tři desetiny, nicméně i tak se jedná o třetí nejlepší výsledek za posledních 10 let. Velmi úspěšné byly prakticky všechny odvysílané premiérové cykly: *Božena* (1,71 mil.; 35,93 % 15+), *Zločiny Velké Prahy* (1,92 mil.; 39,67 %), *Kukačky* (1,70 mil.; 36,50 %), *Ochránce* (1,37 mil.; 31,85 %) či *StarDance XI* (1,56 mil.; 37,18 %).
- **Podíl programu ČT2 na sledovanosti** dosáhl prakticky stejné úrovně jako předchozí rok. Stanice vykazuje stabilní výsledky nejen přes narůstající konkurenci filmových a dokumentárních programů, ale i přes koexistenci s kanálem ČT3, který oslovuje podobnou diváckou skupinu.
- **K výraznému nárůstu diváckého zájmu došlo u ČT sport (+1,80 p.b.),** důvodem je vysílání mimořádných sportovních událostí, jejichž konání v roce 2020 zamezila koronavirová pandemie. Sportovní program ČT sport má v evropském srovnání veřejnoprávních sportovních stanic druhý nejvyšší share, a to hned po švýcarských sportovních programech vysílajících ve třech jazykových mutacích.
- **Poměrově výrazně narostl podíl ČT3 na vysílání, a to o celou polovinu na hodnotu 1,28 %.**

KOMENTÁŘ

- **Z dlouhodobého hlediska byla v roce 2021 nadprůměrně sledována zpravodajská stanice ČT24 (podíl na publiku 5,17 %). I přes meziročně mírně nižší výkon se jedná o celkově čtvrtý nejlepší výsledek od začátku vysílání v roce 2006, a to i navzdory postupnému etablování konkurenčního zpravodajského kanálu CNN Prima News. Na výkonu ČT24 se stejně jako v roce 2020 projevil vliv koronavirové krize, vedle toho ale i další významné události – parlamentní volby nebo tornádo na Moravě. Z mezinárodního srovnání třinácti zpravodajských stanic televize veřejné služby vychází ČT24 dlouhodobě jako nejsledovanější.**
- **Podíl kulturního kanálu ČT art na vysílání zůstal meziročně téměř beze změny (0,99 % v čase vysílání ČT art, tedy mezi 20:00 a 6:00). Jedná se o druhý nejlepší výsledek od začátku vysílání v roce 2013.** Program ČT art se dostal do širšího povědomí diváků především mimořádným koncertem *Národ sobě - kultura tobě*, který v průměru sledovalo 375 tisíc diváků starších 15 let, s podílem na sledovanosti 10,89 %. Koncert byl zároveň nejsledovanějším pořadem v historii stanice. ČT art skončil v mezinárodním srovnání kanálů orientovaných na kulturu přibližně uprostřed pořadí, před BBC Four.
- **Dětský program ČT :D dosáhl mezi dětmi ve věku 4-12 let podílu na publiku 29,54 % (meziročně +2,8 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 34,82 %. ČT :D posílil zejména ve svém hlavním vysílacím čase (17.00 - 20.00), kde zaznamenal nejlepší výsledek od začátku zahájení vysílání – 30,30 %. **Česká televize jako celek byla u dětského diváka ve věku 4-12 let nejvyhledávanějším vysílatelem, mezi šestou ranní a osmou večerní překročil její podíl na sledovanosti v této skupině poprvé 40 %.**
- **V porovnání s dětskými programy vysílanými evropskými televizemi veřejné služby vykázal kanál ČT :D nejvyšší hodnotu podílu na publiku hned po norském programu NRK Super.**

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

Zdroj: DKV ČT, v %

Stanice	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	82	83	83	82	81	81
ČT2	86	86	84	83	83	83
ČT24	81	83	81	80	80	79
ČT sport	87	86	84	84	83	83
ČT art	86	87	84	84	84	83
ČT3	87	87	---	---	---	---



Divácká skupina	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Rodiče a děti celkem	87	88	88	88	82	---
Děti celkem	89	90	90	93	86	---
Děti do 6 let	93	95	95	93	89	---
Děti 7-9 let	90	93	93	93	88	---
Děti 10-12 let	83	84	85	88	81	---
Rodiče celkem	81	84	83	80	78	---
Matky	83	85	83	83	79	---
Otcové	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	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	55	56	59	60	54	64
ČT2	64	66	72	73	69	77
ČT24	45	52	64	56	51	58
ČT sport	50	56	57	64	55	65
ČT art	59	65	72	82	67	72
ČT3	60	69	---	---	---	---

ZAUJETÍ POŘADY (I)

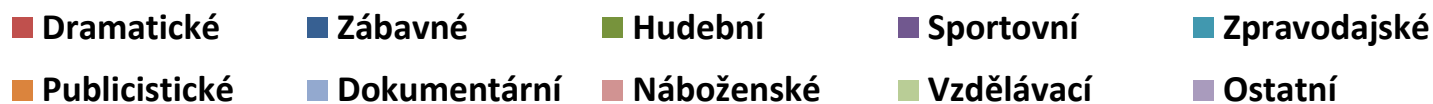
Stanice	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ČT1	75	74	69	65	64	67
ČT2	84	84	80	75	79	79
ČT24	70	76	73	61	64	63
ČT sport	80	82	71	63	64	64
ČT art	78	83	82	80	78	76
ČT3	83	87	---	---	---	---

KOMENTÁŘ

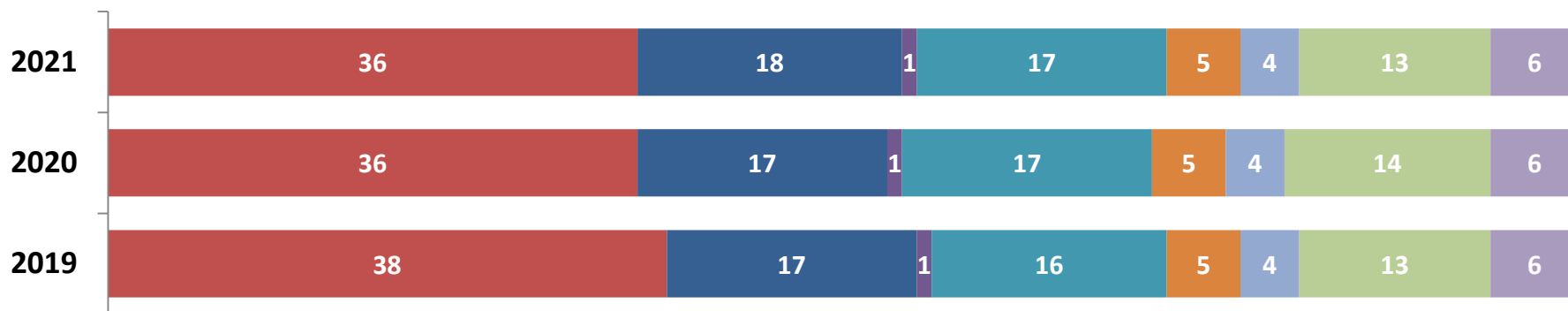
- **Klíčový kvalitativní parametr hodnocení České televize, tedy spokojenost, je jako celek dlouhodobě stabilní.** Na stejné úrovni jako v roce 2020 zůstala spokojenost s pořady stanic ČT2 (86 %) a ČT3 (87 %). K poklesu o 1 p.b. došlo u kanálů ČT1 (82 %) a ČT art (86 %), o 2 p.b. pak u ČT24 (81 %). Naopak nárůst o 1 p.b. byl zaznamenán u ČT sport (87 %). Vysílání stanice ČT :D nejlépe hodnotí diváci, kterým je primárně určena, tedy děti ve věku 6-9 let. Mezi nejlépe hodnocené cykly určené dětem se zařadily vzdělávací pořady *Michal chrání přírodu*, *Terčín zvířecí svět* a *Kouzelná školka*.
- **Z vlastní premiérové dramatické tvorby roku 2021 uspěly v rámci kvalitativního hodnocení především seriály *Kukačky* a *Ochránce*.** Z akvizičních pořadů to byl třeba titul *Cesta za oceán* nebo slovenský seriál *Hnízdo*. Ze zábavných pořadů dosáhly nejvyšší spokojenosti pořady *StarDance XI* a *Toulavá kamera*, v rámci dokumentární tvorby zase série *Když se hraje o čas*. Diváci dále kladně hodnotili například pořad o ekologii *Nedej se*, mezi vzdělávacími pořady sérii *Mistři medicíny* nebo premiérové cestovatelské *Postřehy odjinud*.
- Mezi divácky nejlépe hodnocenými pořady stanice ČT24 je řada z těch, které reflektovaly aktuální události, zejména přenosy z jižní Moravy po úderu tornáda. Vysokých kvalitativních hodnot dosáhl ale i přenos z posledního rozloučení s princem Philipem. Tradičně velmi kladně přijímány jsou tituly *Vytrženo z metropole* a *Tajemství pražských dvorků*.
- V rámci vysílání ČT3 diváci vysoce hodnotili pořady *Píseň pro Rudolfa III.*, soutěž *O korunu krále Karla* a také řadu dokumentárních pořadů, například *Zázračné studánky* nebo *Krajinou českých hradů známých a neznámých*.
- **Z hlediska dalších kvalitativních parametrů, tedy originality a míry zaujetí, jsou na tom nejlépe stanice ČT2, ČT art a ČT3.** Vůbec nejvyšší hodnoty dosáhla stanice ČT2 u míry zaujetí (84 %).

ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

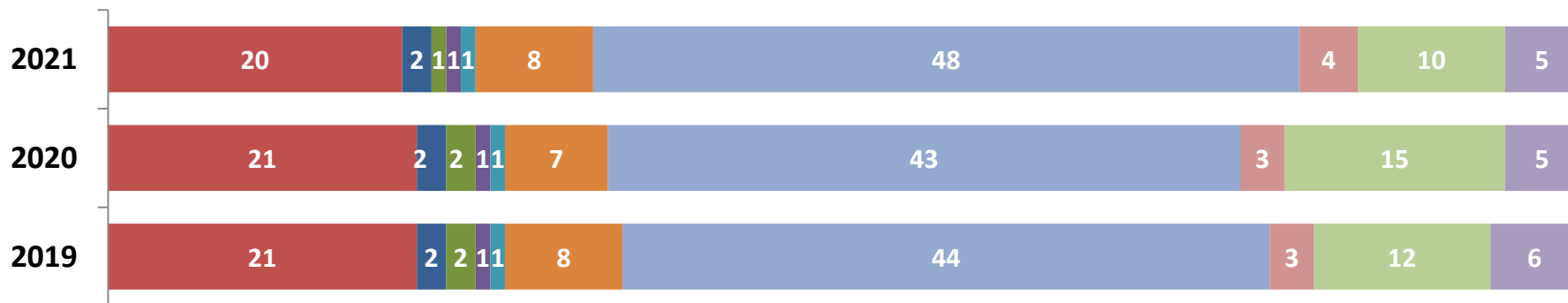
Zdroj: PROVYS ČT, v %



01



02



KOMENTÁŘ

- **K minimálním změnám došlo v žánrové struktuře hlavního kanálu ČT1.** Na jeho vysílání mají stabilně nejvyšší podíl dramatické pořady, což se potvrdilo i v roce 2021 (36 %). Podíl zábavných pořadů se zvýšil meziročně o 1. p.b. (18 %), a to na úkor pořadů vzdělávacích (mírný pokles ze 14 % na 13 %). Nezměněn zůstal podíl zpravodajských pořadů, které stejně jako v roce 2020 tvořily 17 % vysílací plochy ČT1.
- **Pokud jde o žánrovou strukturu programu ČT2, došlo k poklesu podílu vzdělávacích pořadů, a to o 5 p.b. na hodnotu 10 %.** Stalo se tak především kvůli přesunu pořadu *Učitelka* na stanici ČT :D. Téměř polovinu všech pořadů na stanici ČT2 nyní tvoří dokumentární pořady, jejichž podíl narostl v posledním roce o 5 p.b.

RQI – ŽÁNRY

PŘEHLED ZA ROK 2021

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2021 (2020; Ø 2015-2019)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	46 (47;43)	24 (24;23)	59 (59;58)	43 (43;41)	8 (7;4)	34 (32;35)	20 (22;16)	1 (1;1)	23 (15;24)	27 (31;31)
Spokojenost	80 (81;80)	82 (82;81)	83 (83;80)	86 (86;83)	87 (87;85)	87 (87;84)	84 (84;82)	84 (86;83)	83 (81;83)	**
Originalita	45 (50;52)	60 (62;66)	60 (59;62)	60 (64;67)	65 (69;73)	65 (68;75)	64 (67;71)	65 (70;74)	44 (45;54)	**
Zaujetí	67 (70;59)	78 (78;73)	77 (78;68)	80 (81;74)	87 (87;79)	86 (87;80)	83 (83;76)	87 (83;83)	73 (70;60)	**
Hlavní kanál ČT	52 (59;62)	51 (57;59)	*	17 (16;27)	*	36 (35;48)	38 (39;44)	*	58 (55;58)	43 (38;31)
Podíl premiér	79 (82;76)	24 (28;27)	13 (11;15)	12 (15;25)	11 (13;18)	13 (15;13)	57 (47;47)	21 (22;27)	61 (42;56)	11 (14;18)
Podíl vlastní tvorby	100 (100;99)	100 (99;99)	36 (37;26)	98 (97;96)	88 (78;78)	35 (38;44)	94 (87;87)	99 (99;98)	97 (95;82)	37 (38;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 % [2021 (2020; Ø 2015-2019)]

	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady
Spokojenost	82 (81;79)	84 (84;84)	87 (88;85)	84 (86;83)	84 (84;82)	86 (86;85)
Originalita	65 (60;66)	60 (63;67)	65 (69;75)	65 (67;74)	62 (64;69)	68 (69;74)
Zaujetí	78 (74;67)	79 (80;73)	84 (85;80)	83 (83;79)	80 (81;74)	85 (83;83)

KOMENTÁŘ

- **Díky pokračující koronavirové krizi dosáhly také v roce 2021 výrazného týdenního zásahu zpravodajské pořady České televize (46 %). Na stejné úrovni byl v meziročním srovnání týdenní zásah publicistických (24 %) a dramatických pořadů ČT (59 %).** Výrazně vyšší než v roce 2020 byl zásah sportovních pořadů (nárůst z 15 % na 23 %). Příčiny změny jsme již několikrát zmiňovali výše. K nárůstu zásahu o 2 p.b. došlo u dokumentárních pořadů (34 %), pokles o stejnou hodnotu naopak zaznamenaly pořady vzdělávací (20 %). Dětské pořady ztratily 4 p.b., jejich zásah v populaci 15+ činil 27 %. U vzdělávacích pořadů byl pokles způsoben zejména menším zastoupením pořadu *UčíTelka* ve vysílání.
- **Spokojenost s jednotlivými žánry zůstala na podobné úrovni jako v minulých letech, k mírnému nárůstu o 2 p.b. došlo u sportovních pořadů (83 %). U všech žánrů s výjimkou dramatických pořadů poklesla vnímaná originalita, a to v rozmezí od 1 do 5 p.b. Míra zaujetí zůstala na stejné úrovni jako v roce 2020 u publicistických, hudebních a vzdělávacích pořadů.** K poklesu zaujetí od 1 p.b. do 3 p.b. došlo u zpravodajských, dramatických, zábavných a dokumentárních pořadů. Nárůst zaujetí o 3-4 p.b. jsme zaznamenali u sportovních a náboženských pořadů.
- Poměrně výrazně se u některých žánrů změnilы hodnoty deklarovaného hlavního kanálu. **Pro zpravodajské pořady preferuje nyní některý z kanálů ČT 52 % diváků, (meziročně -7 p.b.), pro pořady publicistické 51 % diváků (-6 p.b.).** Pokles dáváme do souvislosti s postupným etablováním zpravodajského kanálu CNN Prima News. **Zmíněný parametr narostl u sportovních pořadů (+3 p.b. na 58 %) a dětských pořadů (+5 p.b. na 43 %).**

KOMENTÁŘ

- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, v roce 2021 to bylo 79 % (meziročně -3 p.b.).** O 4 p.b. na hodnotu 24 % poklesl podíl premiér u publicistických pořadů. **K velmi výraznému nárůstu podílu premiérového vysílání došlo u vzdělávacích pořadů (ze 47 % na 57 %) a podle očekávání i u sportovních pořadů (ze 42 % na 61 %).**
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských, publicistických, zábavných, náboženských a sportovních pořadů se tradičně blíží k hranici 100 %.** K nejvyššímu nárůstu oproti roku 2020 došlo u hudebních pořadů (ze 78 % na 88 %), a to zejména díky novému kanálu ČT3. O 7 p.b. na hodnotu 94 % narostl podíl vlastní tvorby u vzdělávacích pořadů. Naopak o 3 p.b. na 35 % poklesl podíl vlastní tvorby u pořadů dokumentárních.
- **Z hlediska spokojenosti s premiérovými pořady jsou nejlépe hodnoceny hudební a náboženské pořady.**
- **Meziročně se zvýšily všechny kvalitativní parametry u premiérové dramatické tvorby.** Přispěly k tomu zejména seriály *Kukačky*, *Zločiny Velké Prahy* nebo *Ochránce*.
- U ostatních programových typů jsou hodnoty kvalitativních parametrů víceméně stabilní.

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.

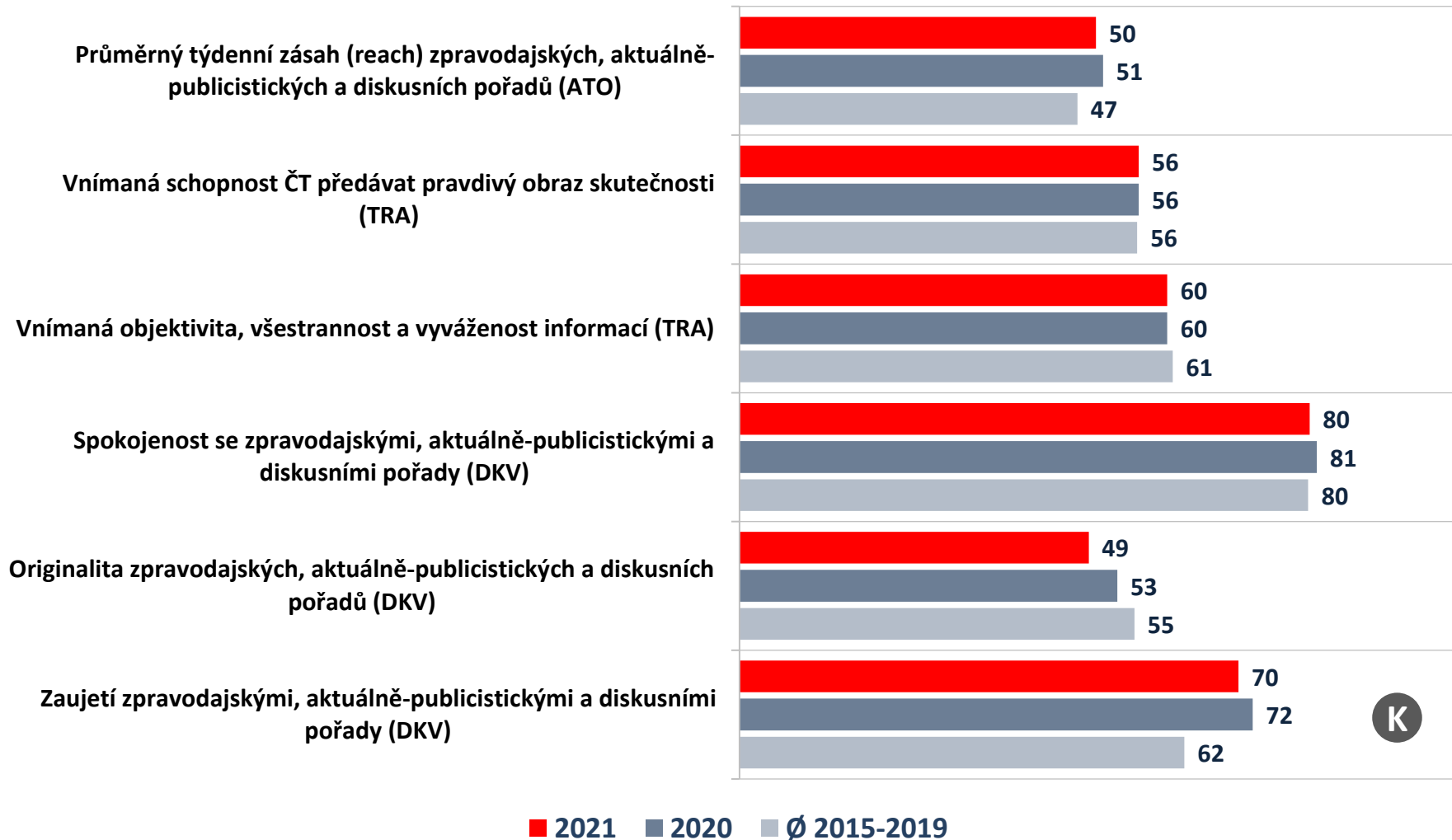
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

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)

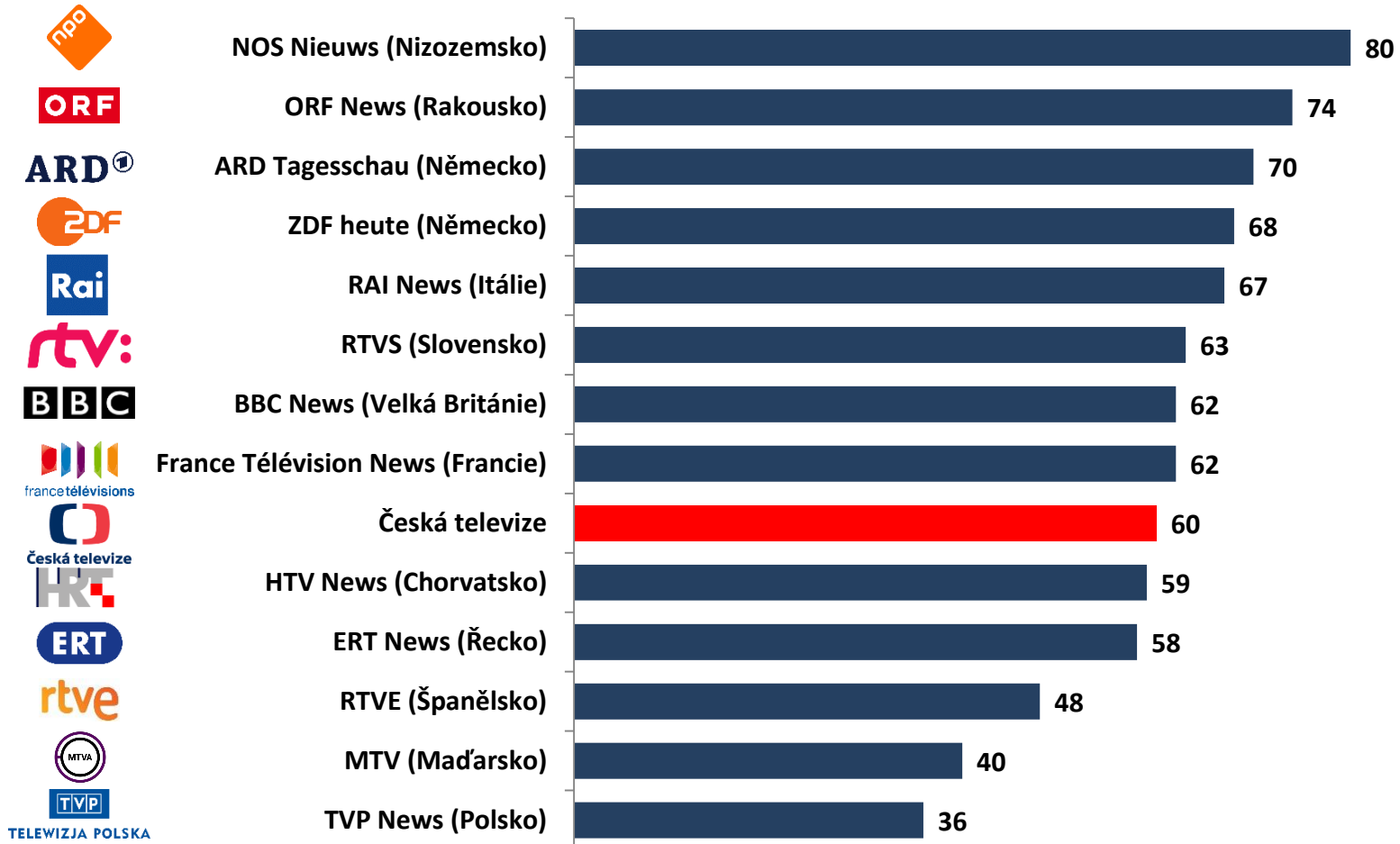
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



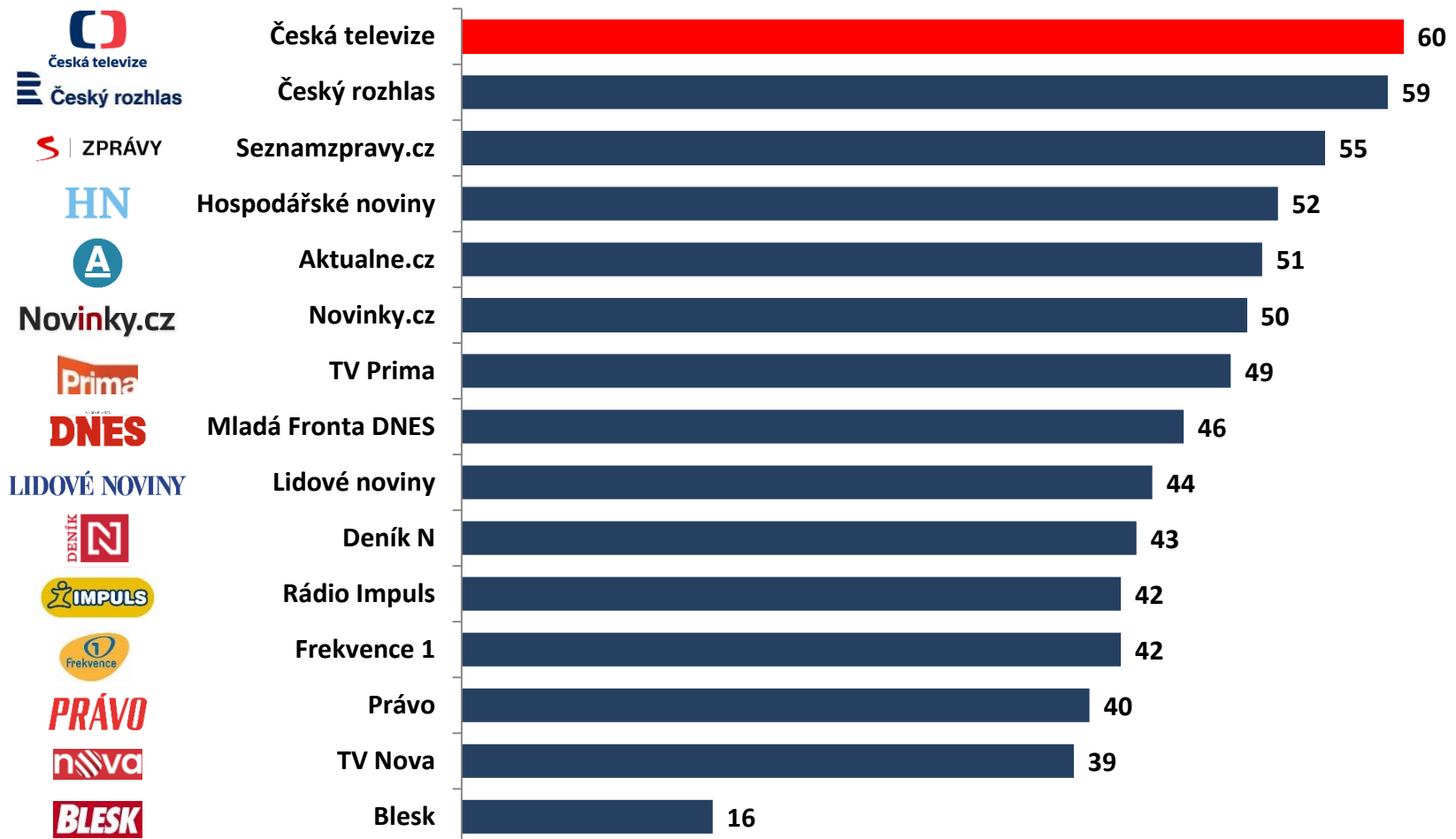
2021: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2021, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %



2021: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2021, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %

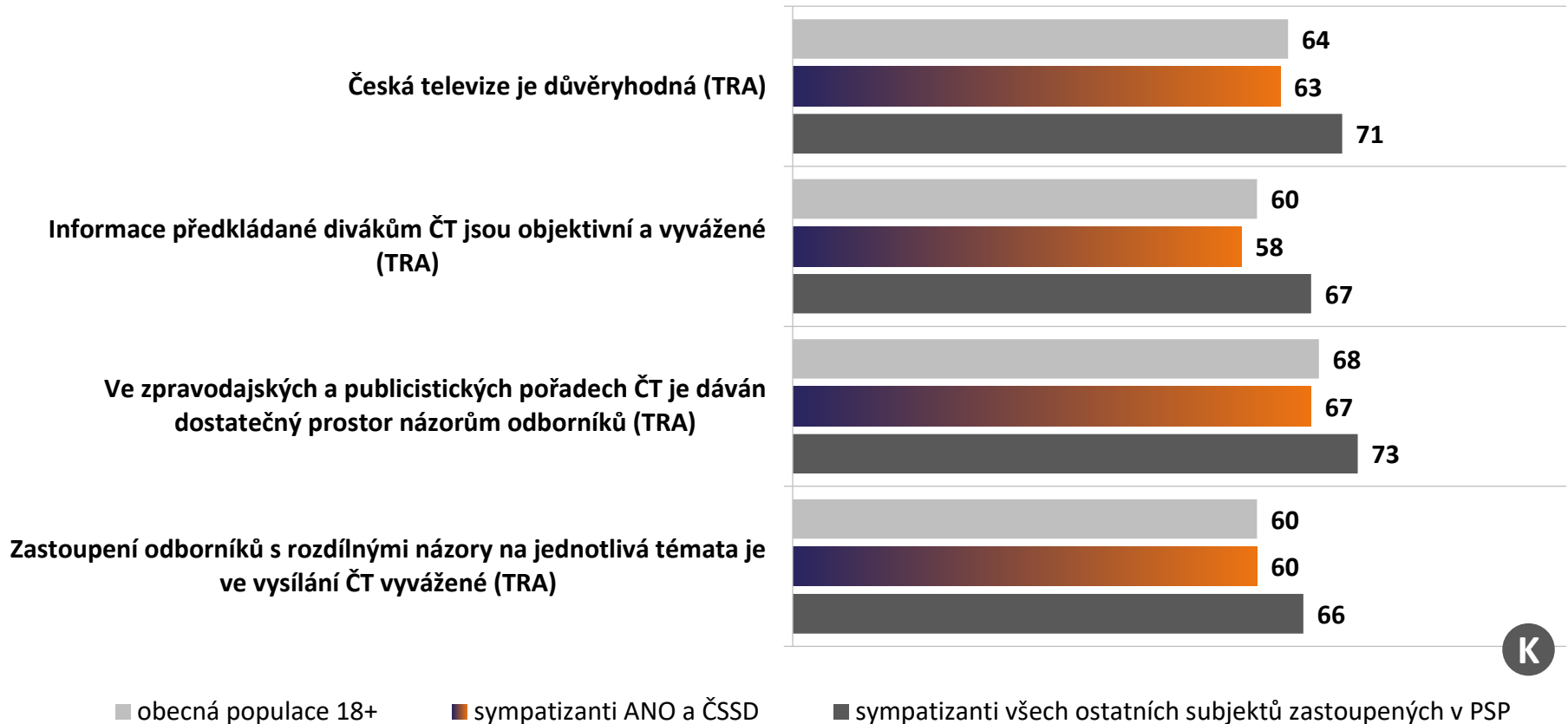


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v populaci 15+ v roce 2021 mírně poklesl, konkrétně z 51 % na 50 %.** Velkou pozornost diváci věnovali nadále probíhající koronavirové pandemii a souvisejícím opatřením, tornádu na jižní Moravě a volbám do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR.
- **Spokojenost s výše uvedenými typy pořadů dosahovala průměrné hodnoty minulých let (80 %).** Kvalitativní parametr originality v minulém roce klesl o 4 p.b. na úroveň 49 %. Také u parametru zaujetí zaznamenáváme pokles, a to o 2 p.b. na hodnotu 70 %. Důvodem může být určitá únava diváků z přetrvávající koronavirové krize resp. z informací o ní.
- **I nadále mezi diváky převládá názor, že ČT poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace (hodnota koeficientu 60 %) a předává divákům pravdivý obraz skutečnosti (56 %).** Oba ukazatele jsou dlouhodobě velmi stabilní.
- **V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic Česká televize dosáhla hodnoty 60 % (což znamená, že většina respondentů ji na stupnici 0-10 hodnotila známkou 6 nebo vyšší). Dosáhla tak výsledku srovnatelného s významnými veřejnoprávními vysílатели jako 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 první příčce, následována Českým rozhlasem (59 %) a zpravodajským serverem Seznam Zprávy (55 %).** Minimálně polovina dotazovaných důvěřuje také Hospodářským novinám a serverům Aktualne.cz a Novinky.cz.

2021: VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT MEZI PŘÍZIVCI VLÁDNÍCH SUBJEKTŮ A PŘÍZIVCI OSTATNÍCH SUBJEKTŮ ZASTOUPENÝCH V PSP ČR*

Zdroj: Tracking ČT, v %

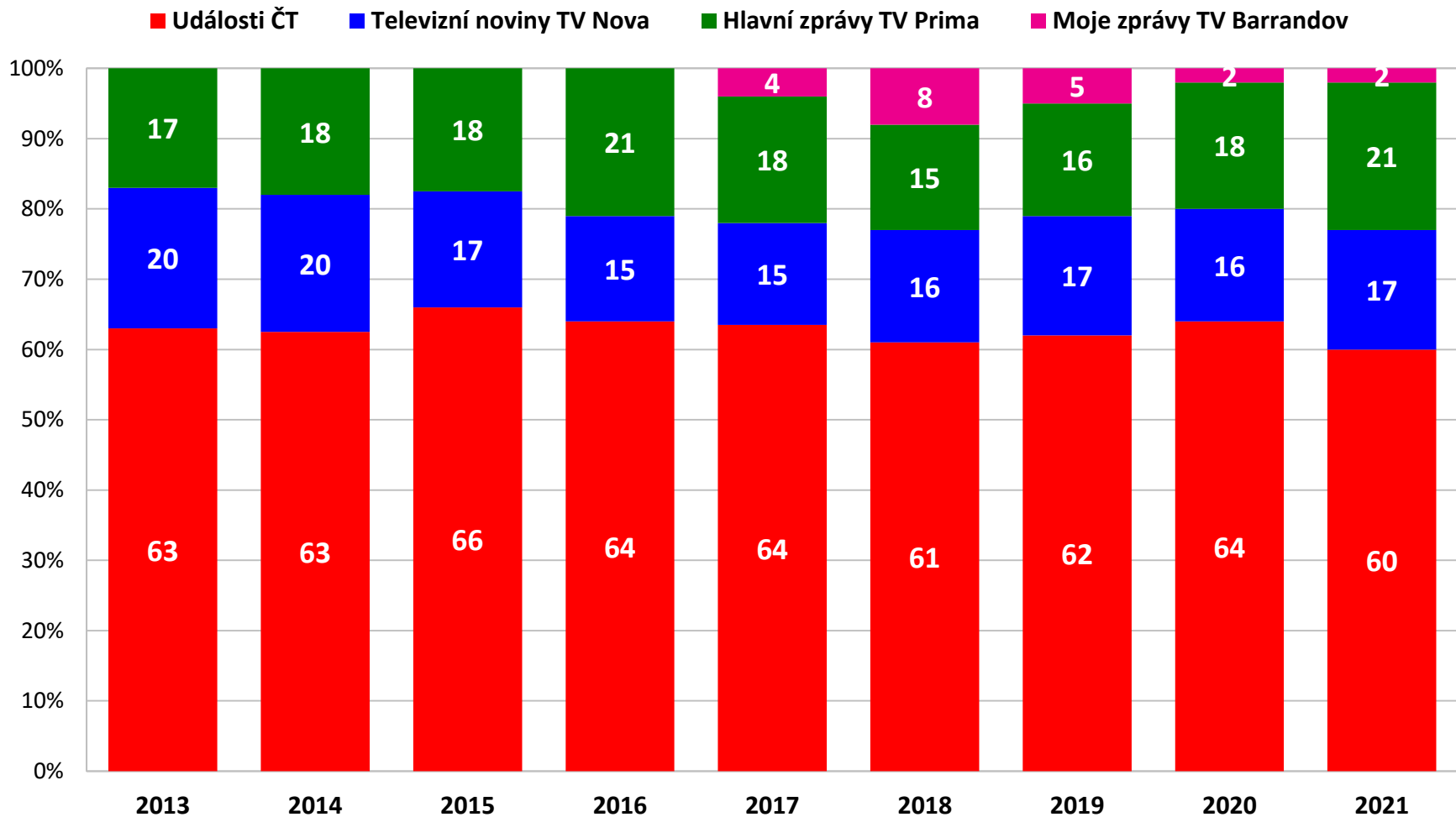


K

* Vláda premiéra P. Fialy (ODS, STAN, KDU-ČSL, TOP09 a Piráti) byla jmenována 17. 12. 2021. Ustavující schůze Poslanecké sněmovny vzešlé z voleb v říjnu 2021 byla zahájena 8. 11. 2021. Logika dělení na sympatizanty vládních a ostatních subjektů zastoupených v PS tak reflektuje skutečnost, kdy podstatnou většinu roku byla výkonná moc v gesci vlády premiéra A. Babiše a Poslanecká sněmovna ve složení vzešlém z voleb v říjnu 2017.

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT

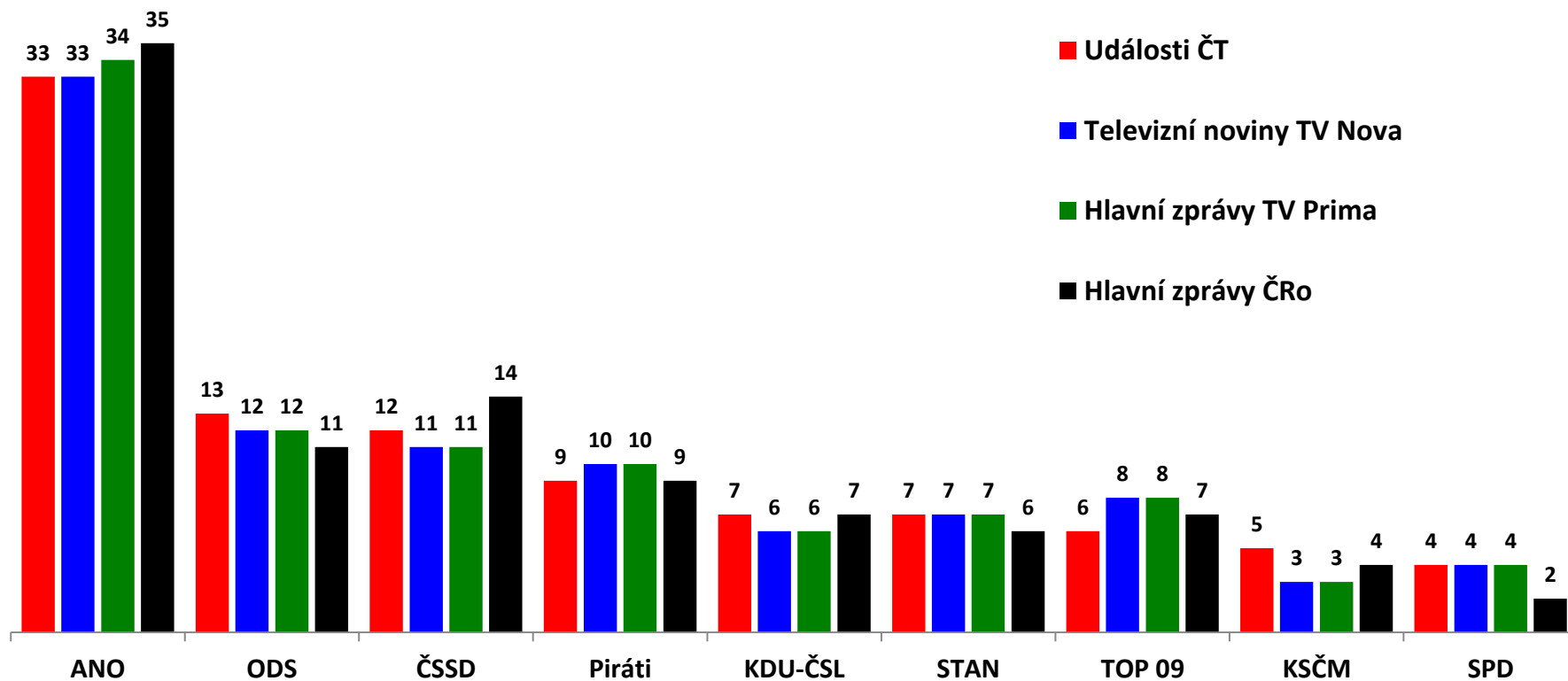
- **Jak příznivci politických subjektů tvořících po většinu roku vládu (ANO, ČSSD), tak i příznivci ostatních subjektů zastoupených v Poslanecké sněmovně ve většině vnímají Českou televizi jako důvěryhodnou instituci (index 63 %, resp. 71 %), která předkládá divákům objektivní a vyvážené informace (index 58 %, resp. 67 %).** Obě skupiny také většinově souhlasí s názory, že ČT ve svých zpravodajských a publicistických pořadech dává dostatečný prostor názorům odborníků (index 67 %, resp. 73 %), a že tito odborníci jsou ve vysílání zastoupeni vyváženě s ohledem na jejich rozdílné názory na jednotlivá témata (index 60 %, resp. 66 %).
- **Sympatizanti jiných stran a hnutí, než po většinu roku vládnoucích ANO a ČSSD, jsou v hodnocení uvedených aspektů zpravodajství vždy pozitivnější než příznivci subjektů podílejících se do prosince 2021 na vládě (+6-9 p.b.).**

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 60 % respondentů, zatímco *Hlavní zprávy TV Prima* považovala za nejdůvěryhodnější přibližně pětina respondentů (21 %). *Televizní noviny TV Nova* vnímá jako nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajskou relaci zhruba šestina respondentů (17 %).**

2021: PODÍL DEVĚTI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

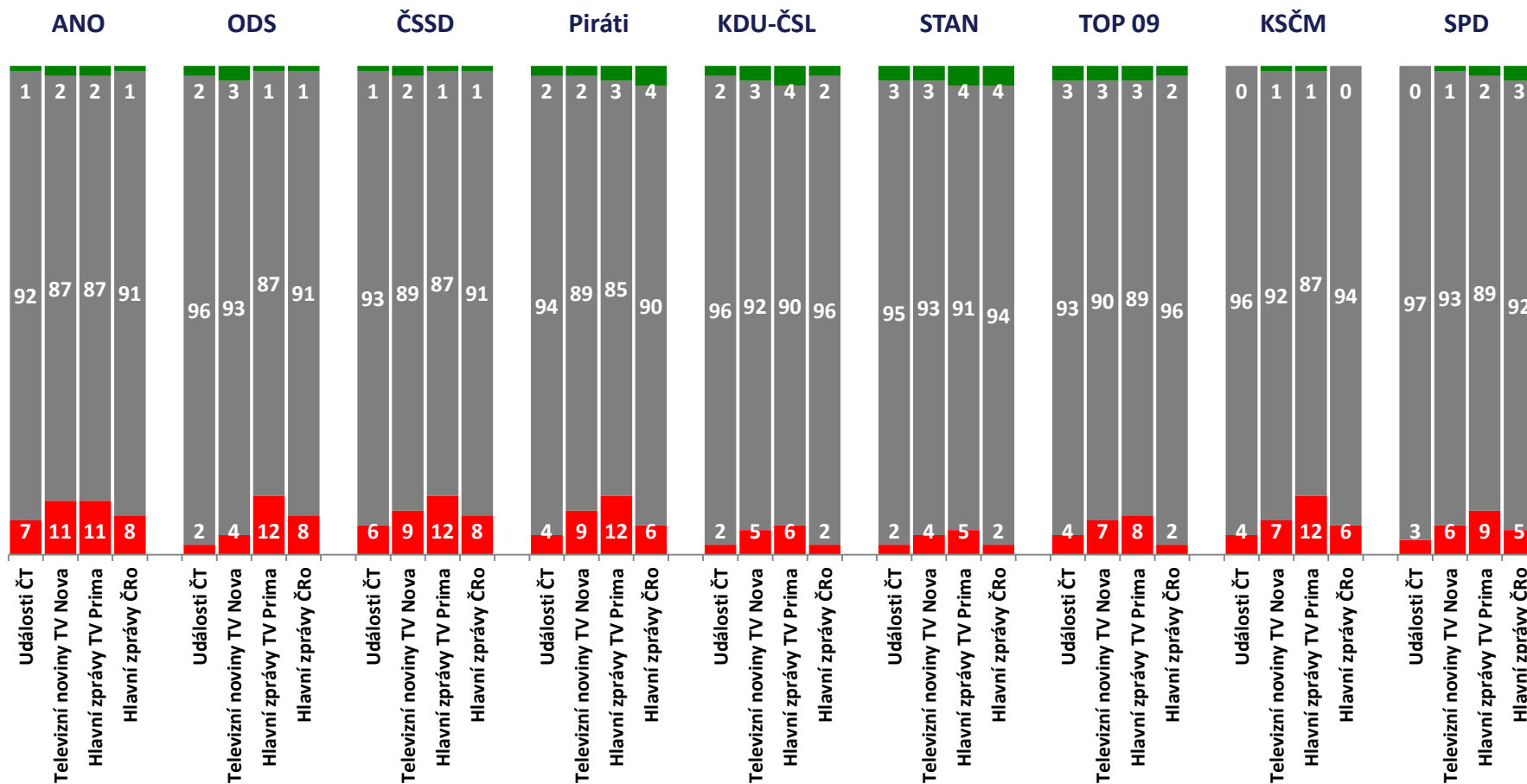
Zdroj: Media Tenor, v %



2021: TÓN MEDIALIZACE DEVÍTI 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*
(9 nejčastěji zmiňovaných stran a hnutí, v závorce uvádíme meziroční procentní změnu)

	ANO	ODS	ČSSD	PIRÁTI	STAN	KDU-ČSL	TOP 09	KSČM	SPD	CELKEM 9 STRAN
2021	6 453	2 540	2 470	1 754	1 436	1 402	1 250	952	881	19 138
	(-10 %)	(+32 %)	(-10 %)	(+65 %)	(+104 %)	(+75 %)	(+101 %)	(+9 %)	(+82 %)	(+17 %)
2020	7 139	1 919	2 754	1 062	704	799	621	870	485	16 353
	(+9 %)	(+24 %)	(-36 %)	(+2 %)	(+33 %)	(+15 %)	(-3 %)	(-21 %)	(-11 %)	(-4 %)
2019	6 562	1 546	4 332	1 037	531	693	642	1 102	542	16 987
	(-10 %)	(-12 %)	(-4 %)	(+5 %)	(-24 %)	(-28 %)	(-5 %)	(-38 %)	(-46 %)	(-14 %)

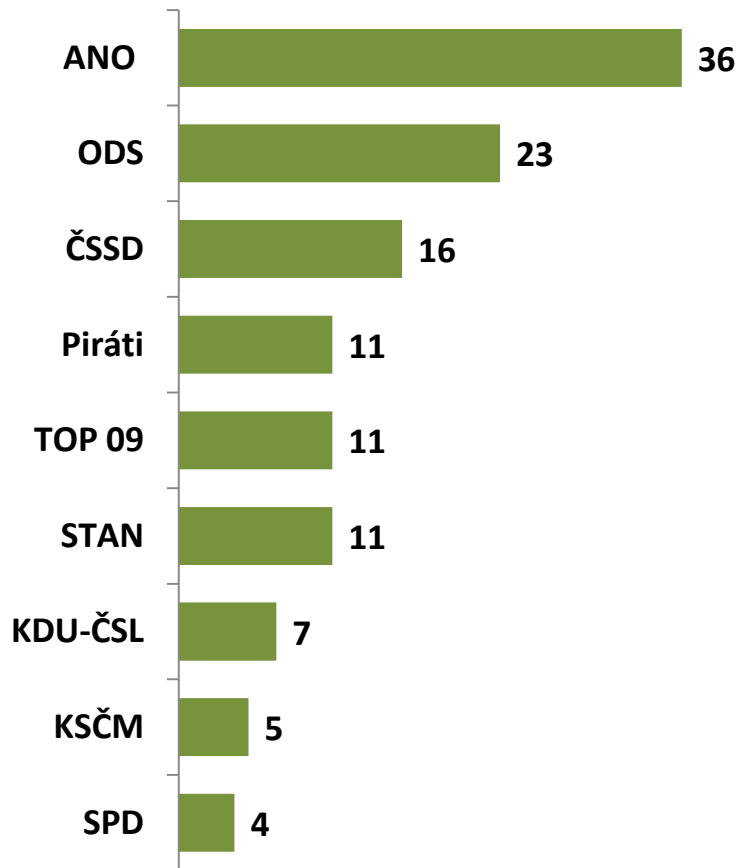
KOMENTÁŘ

- **Hlavní zpravodajské relace ČT, TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu v roce 2021 vykazovaly jen malé rozdíly v relativní intenzitě, s jakou se věnovaly jednotlivým politickým uskupením. Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství měly po většinu roku vládní subjekty ANO a ČSSD, spolu s nimi také opoziční ODS.**
- **Tón medializace politických subjektů v pořadu *Události* vykazoval v porovnání s jinými zpravodajskými relacemi podobně nízké podíly pozitivních a naopak nižší podíly negativních výpovědí (především v porovnání s Hlavními zprávami TV Prima), což svědčí o vysoké míře postojové neutrality zpravodajství České televize.** V ostatních zpravodajských relacích se negativní zmínky objevovaly častěji v případě ANO, ODS, ČSSD, Pirátů, KSČM a SPD. Například u hnutí ANO byl podíl negativních výpovědí v jednotlivých médiích následující: ČT 7 %; Nova 11 %; Prima 11 %; ČRo 8 %. V případě hnutí SPD byl podíl negativních zmínek ze strany ČT ještě výrazně nižší a poměrné rozdíly ve srovnání s ostatními médii výraznější: ČT 3 %; Nova 6 %; Prima 9 %; ČRo 5 %.
- **V roce 2021 bylo v pořadu *Události* nejčastěji zmiňováno po většinu roku vládnoucí hnutí ANO, kterého se týkalo 6 453 zmínek (meziročně -10 %). Následují ODS se 2 540 zmínkami (+32 %) a ČSSD, podílející se na vládě s ANO, se 2 470 zmínkami (-10 %).** Dalšími v pořadí jsou nová vládní uskupení: Piráti (1 754 zmínek), STAN (1 436), KDU-ČSL (1 402) a TOP 09 (1 250). Nárůst počtu zmínek o ODS i ostatních nových vládních stranách v pořadu *Události* souvisí s předvolebním děním, vítězstvím koalice SPOLU v říjnových volbách a následným sestavováním vlády Petra Fialy.

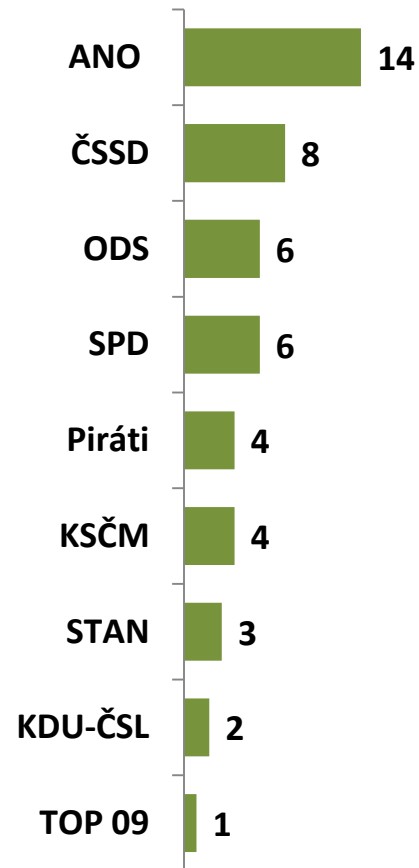
2021: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



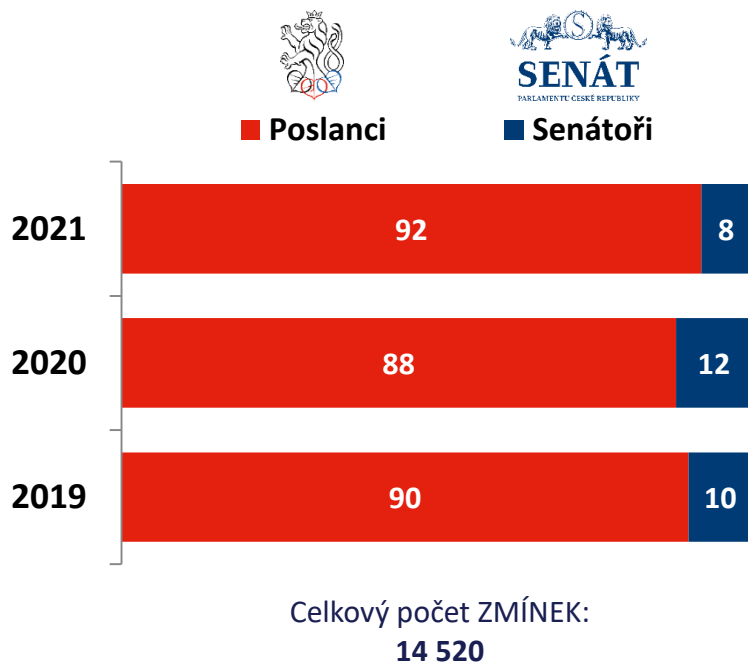
MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



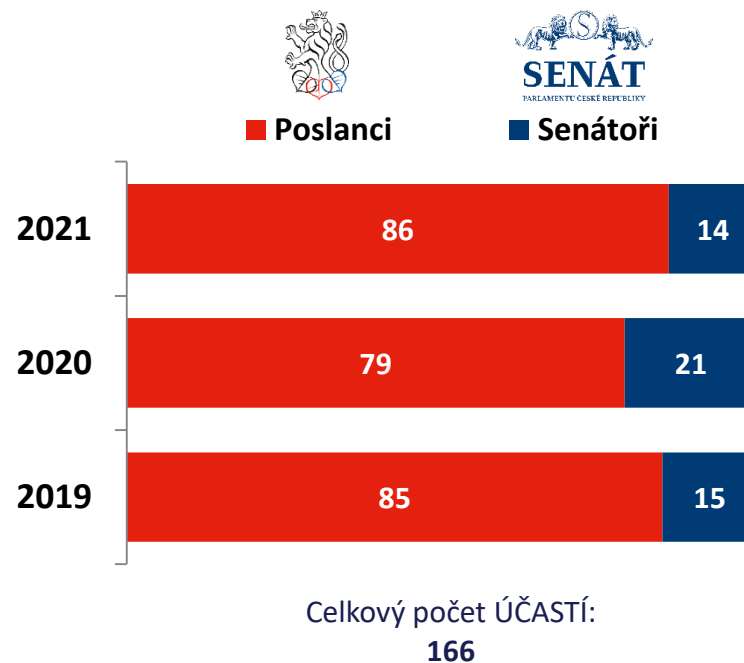
PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZMÍNEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘÁDECH

Zdroj: Media Tenor, v %

PODÍL NA ZMÍNKÁCH O ZÁKONODÁRCÍCH V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



PODÍL NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘÁDECH



KOMENTÁŘ

ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

- Nejčastějšími diskutéry v pořadech *Otázky Václava Moravce a Máte slovo s M. Jílkovou* byli v roce 2021 představitelé ANO (50 účastí), ODS (29 účastí) a ČSSD (24 účastí). **Skladba politických hostů obou pořadů odpovídala koaličnímu a opozičnímu rozložení sil v Poslanecké sněmovně.**

POSLANCI A SENÁTOŘI

- **V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslanci nad senátory (92 % oproti 8 %).** Oproti roku 2020 se zastoupení senátorů snížilo, a to hlavně kvůli probíhajícím volbám do Poslanecké sněmovny. V roce 2020 ve zpravodajství ČT navíc rezonovala diskutovaná cesta předsedy Senátu Miloše Vystrčila na Tchaj-wan a rovněž úmrtí jeho předchůdce Jaroslava Kubery.
- **Členové Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegy z horní komory Parlamentu objevovali častěji také v diskusních pořadech (86 % účastí ze všech zákonodárců připadlo na poslance a 14 % na senátory).** Poměr diskutujících poslanců a senátorů byl prakticky stejný jako v roce 2019.

2021: 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	regionální zpravodajství	68	5
Události v regionech Brno	regionální zpravodajství	66	
Události v regionech Ostrava	regionální zpravodajství	66	
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	2

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.

2021: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

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

VÝBUCHY MUNIČNÍCH SKLADŮ VE VRBĚTICÍCH A ZAPOJENÍ RUSKÝCH AGENTŮ (1/2)

- Medializace „kauzy Vrbětice“ měla překvapivý a velmi intenzivní začátek. Prostor věnovaný kauze byl mimořádně velký a během prvního týdne vedl často k monotematizaci zpravodajských a publicistických pořadů ČT. Tato monotematizace odpovídala naléhavosti zveřejňovaných informací.
- Všechny analyzované příspěvky jsou spisovné, srozumitelné, až na výjimky patřící k mluvenému spontánnímu projevu, vyplývající z povahy živé interakce přímého přenosu.
- V hlavním zpravodajském pořadu **Události** je zpracování agendy ke kauze Vrbětice standardizováno a prezentováno neutrálně, ve vzorku **nebyly shledány žádné substandardní formulační prvky, projevy názorového zaujetí či subjektivní jazykové prostředky**.
- V debatních a diskusních živě moderovaných pořadech analytické publicistiky **Události, komentáře a Devadesátka ČT24** se z logiky věci vyskytují i subjektivněji zabarvené formulace či komentáře jako reakce na řečené. Většina rozhovorů je nicméně vedena standardně, v rámci žurnalistických norem.
- Vzhledem k rozsahu mediálního pokrytí a tematické pestrosti bylo použito velké množství narativních rámců tématu.

2021: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

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

VÝBUCHY MUNIČNÍCH SKLADŮ VE VRBĚTICÍCH A ZAPOJENÍ RUSKÝCH AGENTŮ (2/2)

- **Nejfrekventovanější narativní rámce byly:** zapojení ruských agentů do výbuchu a jejich ostatní aktivity, česko–ruská diplomatická krize a vzájemné vyhošťování diplomatů, hledání pravého důvodu Hamáčkovy cesty do Ruska, tajná schůzka představitelů bezpečnostních složek a rezignace nejvyššího státního zástupce Zemana.
- Naprostá většina použitých narativních rámců vycházela z reflexe aktuálního dění, případně nově se objevujících informací ke kauze, nebyla uměle vytvářena Českou televizí.
- Česká televize využila v souvislosti s tématem „kauza Vrbětice“ velmi široké spektrum vizualizací. Velmi frekventovanou vizualizací byly rutinní záběry promlouvajících politiků, jednajících politiků, archivní záběry výbuchů ve vrbětickém areálu, záběry ruských agentů, diplomatů opouštějících své působiště, metonymické záběry zahraničních zemí a institucí (Washington, Brusel).
- **V žádné z analyzovaných reportáží a zpráv se nevyskytovaly vizualizace, které by byly pro některého ze znázorněných politických aktérů zesměšňující či disproportčně negativní / konotačně stranící.**
- **Celkově zpracování kauzy Českou televizí odpovídalo normám současné televizní žurnalistiky.** Vytknout se dá někdy až přílišná monotematizace pořadů a vytlačování jiných zpravodajských témat a také výrazná duplikace informací napříč pořady v rámci jednoho dne (Události, Devadesátka ČT24, Události, komentáře).

2021: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.; Mgr. Marek Lapčík, Ph.D.

TORNÁDO NA JIŽNÍ MORAVĚ (1/2)

- **Událost „tornádo 2021“ byla** ve vybraných pořadech ČT1 a ČT24 v období 25. 6. – 4. 7. 2021 **reprezentována intenzivně a komplexně** – tematizováno bylo široké spektrum aspektů samotné události i následného dění v postižené oblasti.
- Hlavním modem reprezentace události byl **živý vstup z různých míst** postižených tornádem.
- V analyzovaném celku vysílání byla událost prezentována z hlediska různých pohledů, prostřednictvím výpovědí širokého spektra relevantních mluvčích od zástupců státu, kraje a obcí po občany postižených vesnic a dobrovolníky.
- **Vysílání poskytovalo podrobný informačně-organizační servis a prostor pro sdělení institucionálních autorit:** zástupců institucí státní moci, samosprávy a složek integrovaného záchranného systému.
- Reprezentace využívala prezentaci příběhů jednotlivých postižených aktérů události s důrazem na jejich autentické výpovědi, často formou tzv. human interest story.

2021: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.; Mgr. Marek Lapčík, Ph.D.

TORNÁDO NA JIŽNÍ MORAVĚ (2/2)

- Vzhledem k tomu, že se jednalo o reprezentaci vysoce nestandardního typu živelní události značné intenzity, s jehož medializací mají česká média jen epizodní zkušenosti, je možno výslednou podobu reprezentace události „tornádo 2021“ ve vybraných pořadech ve zkoumaném období označit za **konzistentní s požadavky vyplývajícími z legislativního a etického rámce fungování média veřejné služby**.
- Případné sporné prvky, postupy nebo formy výstavby reprezentace byly identifikovány v míře, jež svou proporcionalitou není nutné ve vztahu k legislativnímu a etickému rámci fungování České televize považovat za kontradiktorní.
- Přes unikátní a inherentně negativní charakter události jako takové korespondoval způsob a podoba její reprezentace s požadavky a nároky kladenými na média veřejné služby.

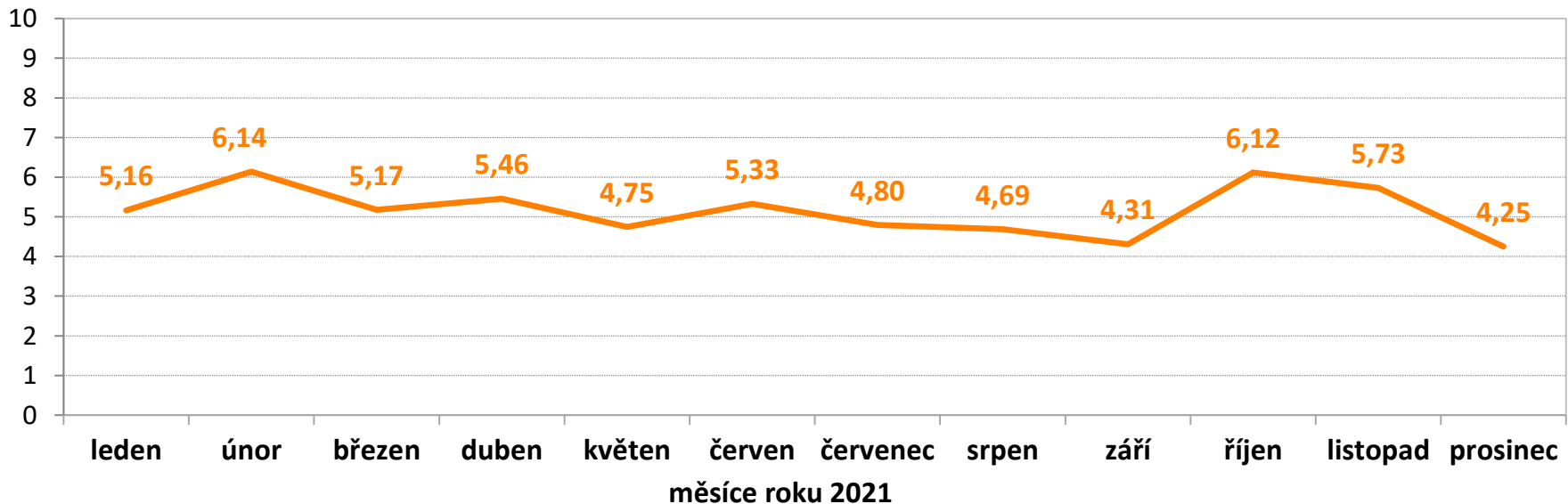
2021: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

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

- **Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl hodnoty 5,17 %.** Celkově ČT24 svým vysíláním v roce 2021 oslovila 76 % dospělé populace ČR, tj. bezmála 6,5 milionu diváků.
- **Nejúspěšnějšími měsíci byly z hlediska podílu na sledovanosti únor se 6,14 % a říjen se 6,12 %.**
- V únoru docházelo k opětovné akceleraci koronavirové pandemie, jejímž důsledkem bylo vyhlášení již třetího nouzového stavu. Za vysokým zájmem diváků v říjnu stojí především volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky.

Průměr za rok 2021:

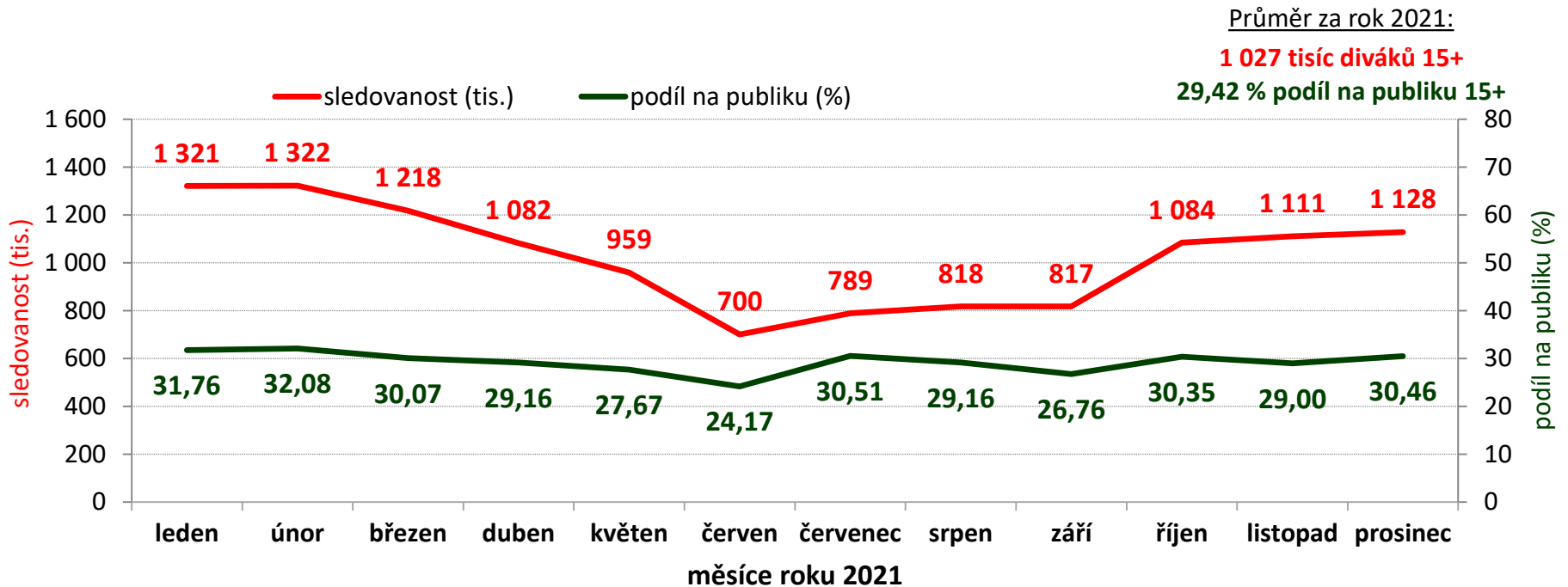
5,17 % podíl na publiku 15+



2021: SLEDOVANOST A PODÍL POŘADU UDÁLOSTI NA PUBLIKU (ČT1 + ČT24 + ČT3)

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

- Vysokému zájmu diváků se v roce 2021 těšila hlavní zpravodajská relace ČT *Události*. Na programech ČT1, ČT24 a ČT3 ji průměrně sledovalo 1,027 milionu diváků starších 15 let, což je nejvyšší hodnota sledovanosti za posledních 15 let. Průměrný podíl na publiku (share) činil 29,42 %. Nejvyššího výkonu (32,08 %) dosáhly *Události* v únoru, kdy koronavirová pandemie v ČR znovu akcelerovala (průměrná sledovanost 1,322 milionu dospělých diváků). Stejnou průměrnou sledovanost (1,321 milionu dospělých diváků) měly *Události* také v lednu, kdy došlo např. k útoku na Kapitol v USA, dokončení Brexitu či zatčení politického aktivisty Alexeje Navalného v Rusku.



2021: VÝBĚR SPECIÁLNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ VYSÍLANÝCH V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere

Název pořadu	Datum	Čas	Kanál	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)
Epicentrum	2-4/2021; 11-12/2021	20:07	ČT1+ČT24	789	19,23
Země v nouzi i v roce 2021?	08.01.2021	20:08	ČT24	66	1,46
Země v nouzi - rok druhý	05.03.2021	20:07	ČT24	62	1,33
Země v nouzi dopady pandemie na duševní zdraví	30.04.2021	20:09	ČT24	41	1,17
Země v nouzi - život s koronavirem	18.11.2021	20:07	ČT24	142	3,53

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

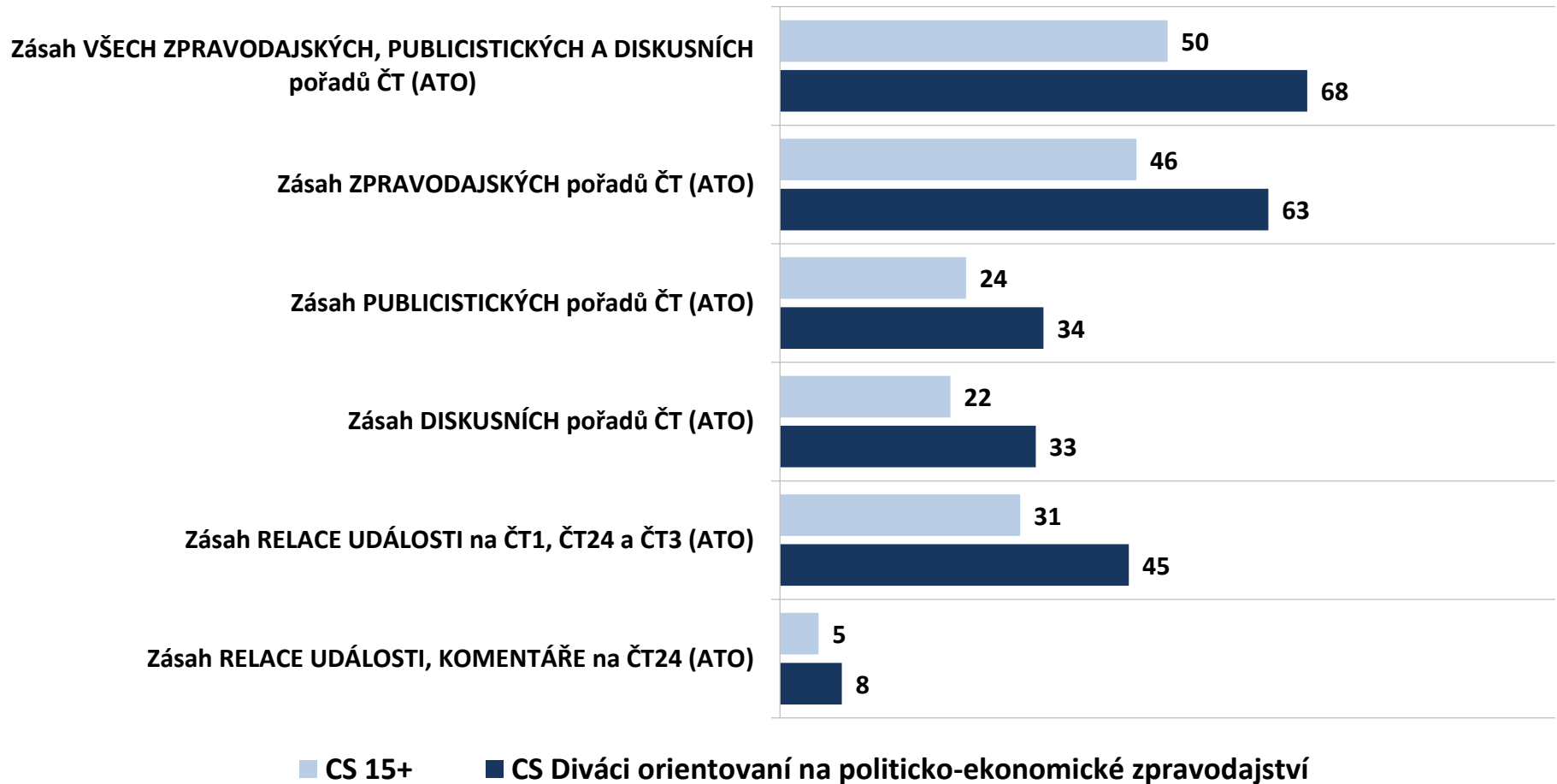
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

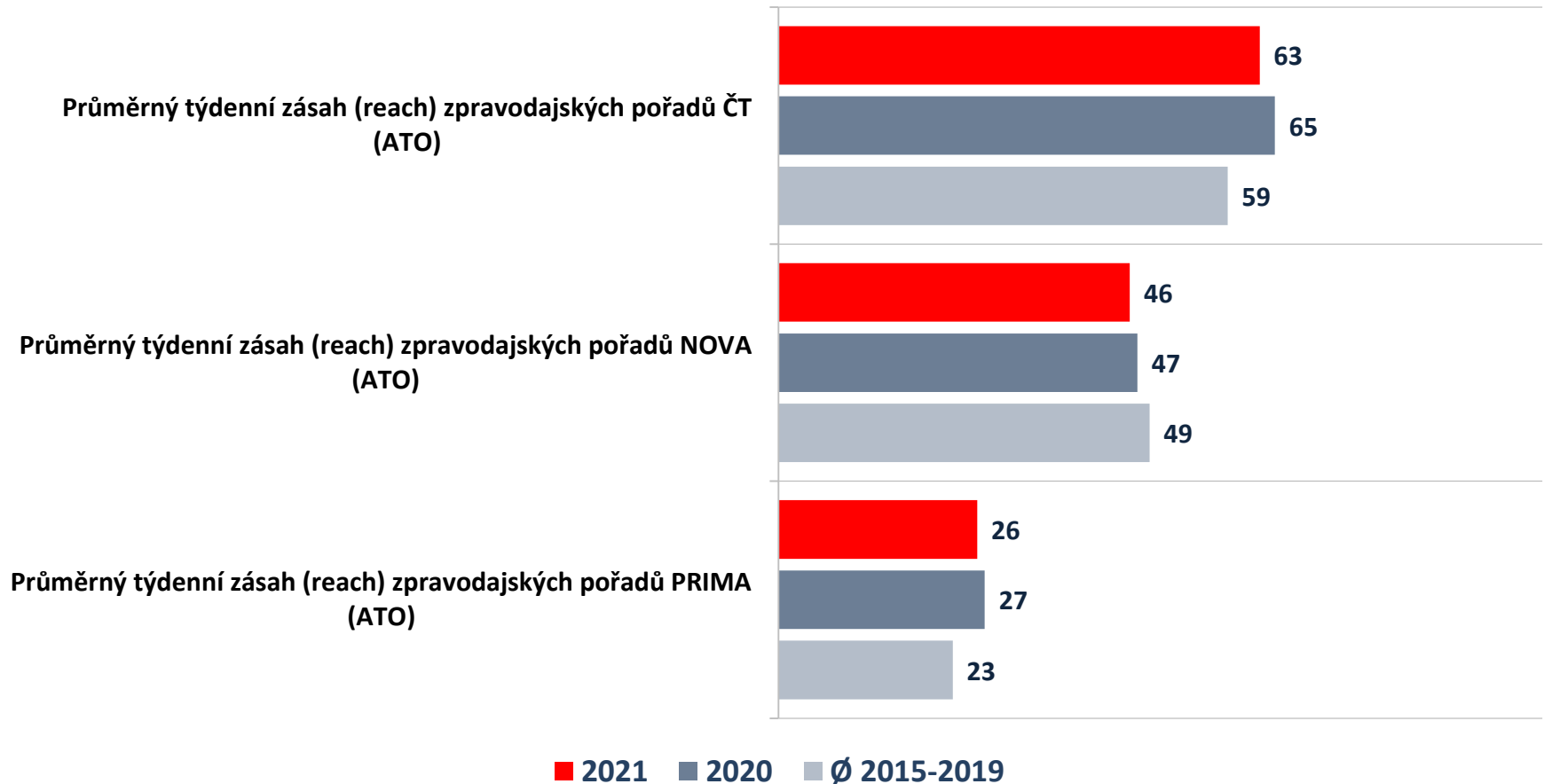
2021: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



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

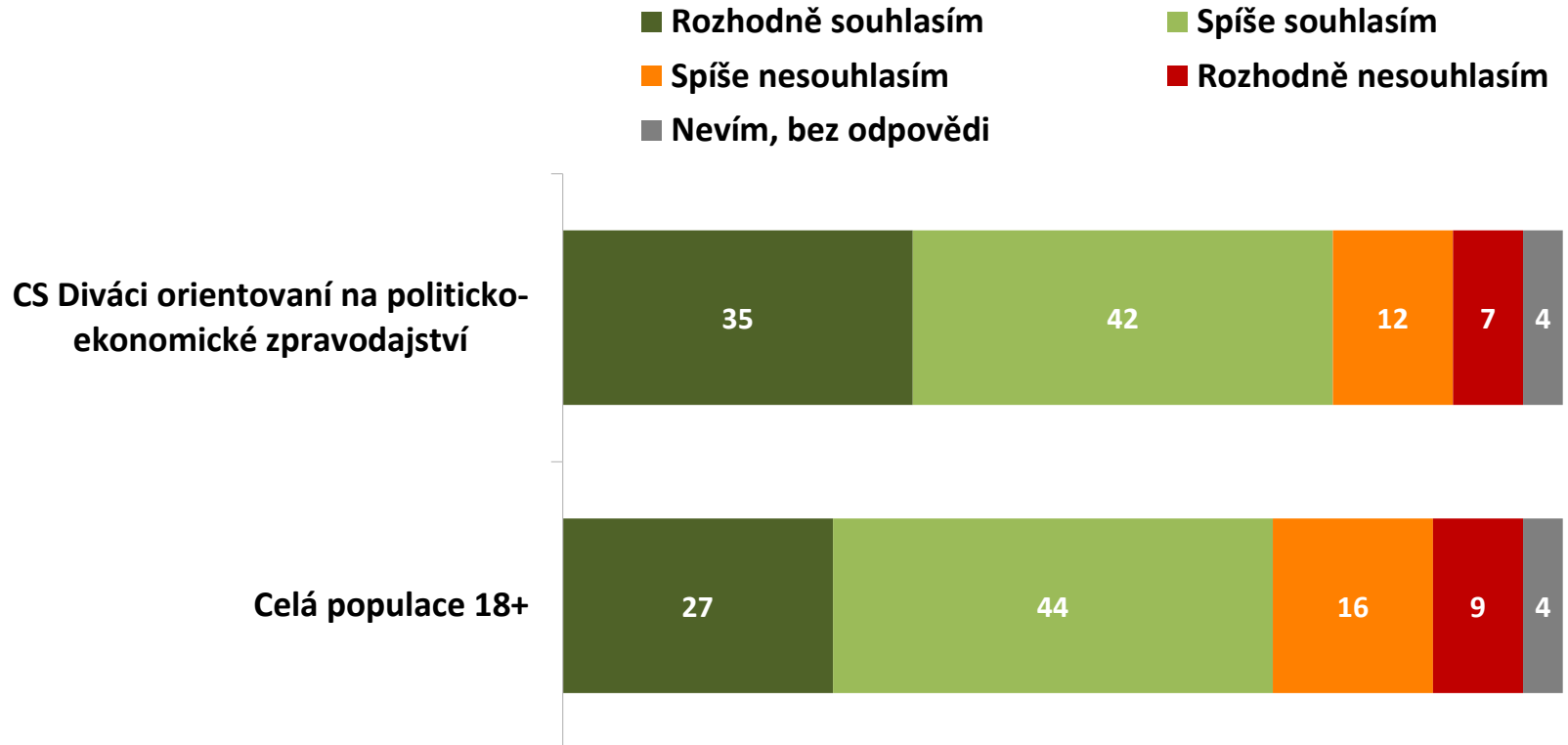
Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



2021: 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?“



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 68 %, což představuje o třetinu 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 (63 %). Průměrný týdenní zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině 34 %, resp. 33 %.
- **Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují výrazně vyšší počet diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic Nova a Prima.**
- **Celkem 77 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá Českou televizi jako důvěryhodnou. U celé dospělé populace činí tato hodnota 71 %.***

* 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.

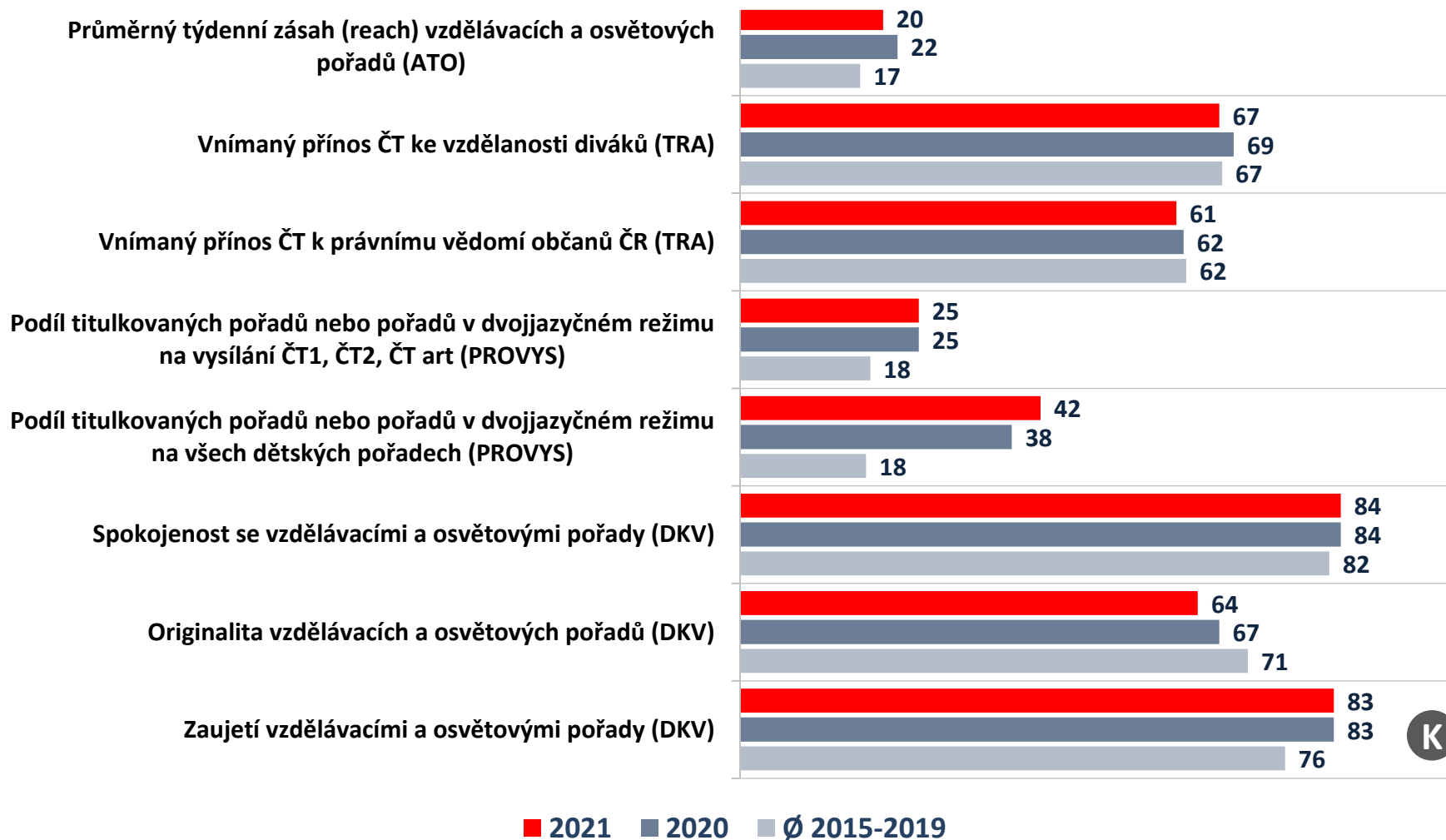
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

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 Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v %



2021: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ 1/2

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
DějePIC!	historie	16	7
Generálové	historie	6	5
Industrie	historie	12	5
Legie 100	historie	2	2
Havlíčku, Havle...!	historie, osobnosti	1	1
Můj otec Antonín Kratochvíl	osobnosti, umění	1	1
Můj život s Bohuslavem Martinů	osobnosti, umění	1	1
České zázraky II	přírodní vědy	8	3
Mistři medicíny	přírodní vědy	7	3
Tajemství těla	přírodní vědy	4	5
Už tam budu?	přírodní vědy	32	15
Zvěd	přírodní vědy	5	1
Michal chrání přírodu	ekologie	13	1
Státní opera, jak ji neznáte	hudba	16	1
Virtuosos	hudba	3	6
Biblická pátrání III	náboženství	16	4

2021: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ 2/2

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Občanka II	občanská výchova	10	2
Písně českých básníků	literatura	10	4
Medvídkova poradna	psychologie	25	6
ArtZóna	všeobecný kulturní rozhled	36	31
Českem na koňském hřbetu	cestování	14	6
Spolu na hranici	cestování	8	3
Bankovkovi III	finanční gramotnost	13	3
Bilance	finanční gramotnost	8	3
Krotitelé dluhů V	finanční gramotnost	13	6
Newsroom ČT24	mediální gramotnost	47	31
90' ČT24	mediální gramotnost	2	2
Alenka v říši GIFů	mediální gramotnost	13	3
DVA3	mediální gramotnost	38	9
13 minut	bezpečnost	1	1
Dětská dopravní policie	bezpečnost	13	2
V síti	kyberbezpečnost	1	2

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady dosáhl v roce 2021 hodnoty 20 %.** V porovnání s průměrem let 2015-2019 jsme zaznamenali nárůst o 3 p.b., meziročně však došlo k poklesu o 2 p.b. Důvodem byl atypický rok 2020, provázený nástupem koronavirové pandemie. V reakci na novou situaci vzniklo prakticky ze dne na den několik vzdělávacích pořadů zaměřených na domácí výuku dětí, které v roce 2021 již nebyly vysílány v takovém objemu.
- Nicméně ještě v 1. pololetí roku 2021 bylo na stanici ČT :D odvysíláno 40 premiérových dílů pořadu *UčíTelka*, který mezi dětmi dosahoval stabilních hodnot sledovanosti. Mezi další vzdělávací počiny České televize pro dětské publikum patřily pořady *DějePIC!*, *Zvěd nebo Michal chrání přírodu*, který seznamoval děti s ekologií. Dalším vyhledávaným projektem byl cyklus *Už tam budem?*, který seznamoval dětské publikum s vesmírem.
- **Koeficient indikátoru ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků dosáhl úrovně 67 %,** což odpovídá průměru z let 2015-2019. Indikátor *ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů* je aktuálně na úrovni 61 %; jeho hodnota je rovněž dlouhodobě stabilní.
- **Podíl titulkovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu zůstal na hodnotě 25 %.**
- **Nadále rostl podíl titulkovaných pořadů na dětských pořadech, v roce 2021 činil již 42 %.** V meziročním srovnání se jedná o nárůst o 4 p.b., v porovnání s průměrem období 2015-2019 dokonce o 24 p.b.
- **Index spokojenosti se vzdělávacími a osvětovými pořady je dlouhodobě vysoký, v roce 2021 dosáhl, stejně jako o rok dříve, hodnoty 84 %.** Index originality poklesl meziročně o 3 p.b. na 64 %, index míry zaujetí zůstal na hodnotě 83 %.

KOMENTÁŘ

- **Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla také v roce 2021 velmi pestrá.** Z výběru uvedeného na předchozí straně jmenujme alespoň některé vzdělávací cykly:
 - **Finanční gramotnost** byla tématem cyklu *Krotitelé dluhů* na programu ČT1.
 - **České historii** se věnovala série *Industrie*, zachycující průmyslové dějiny českých zemí. Významné výročí československých legií připomněl dvoudílný dokument *Legie 100*.
 - **Mediálnímu vzdělávání dospělých** se v roce 2021 mimo jiných věnovaly pořady ČT24 *Newsroom* a *90'*.
 - **Mediální gramotnosti dětí** byly věnovány pořady *DVA3* nebo *Alenka v říši GIFů*.
 - Do nabídky programů České televize byly zařazeny také **projekty, které reflektovaly významné osobnosti**, ať už to byl dokument o světoznámém fotografovi Antonínu Kratochvílovi *Můj otec Antonín Kratochvíl* či dokument o zakladateli české žurnalistiky Karlu Havlíčku Borovském *Havlíčku, Havle...!*.

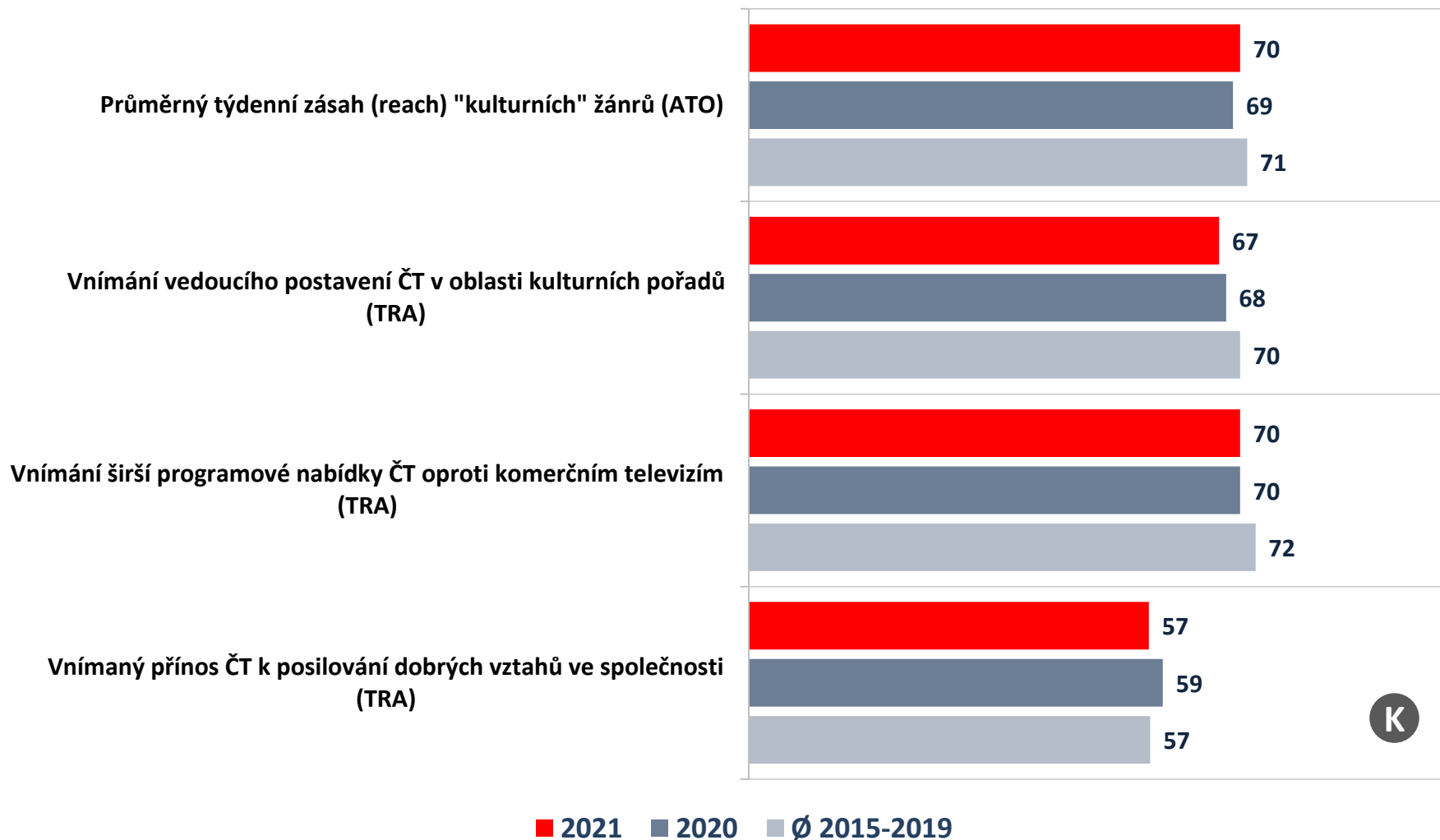
CÍL 3 – Podpora kultury

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 počínů, a má na zřeteli potřebu spolupráce s nezávislými výrobci a filmovým sektorem.“ (Kodex ČT, Preambule)*

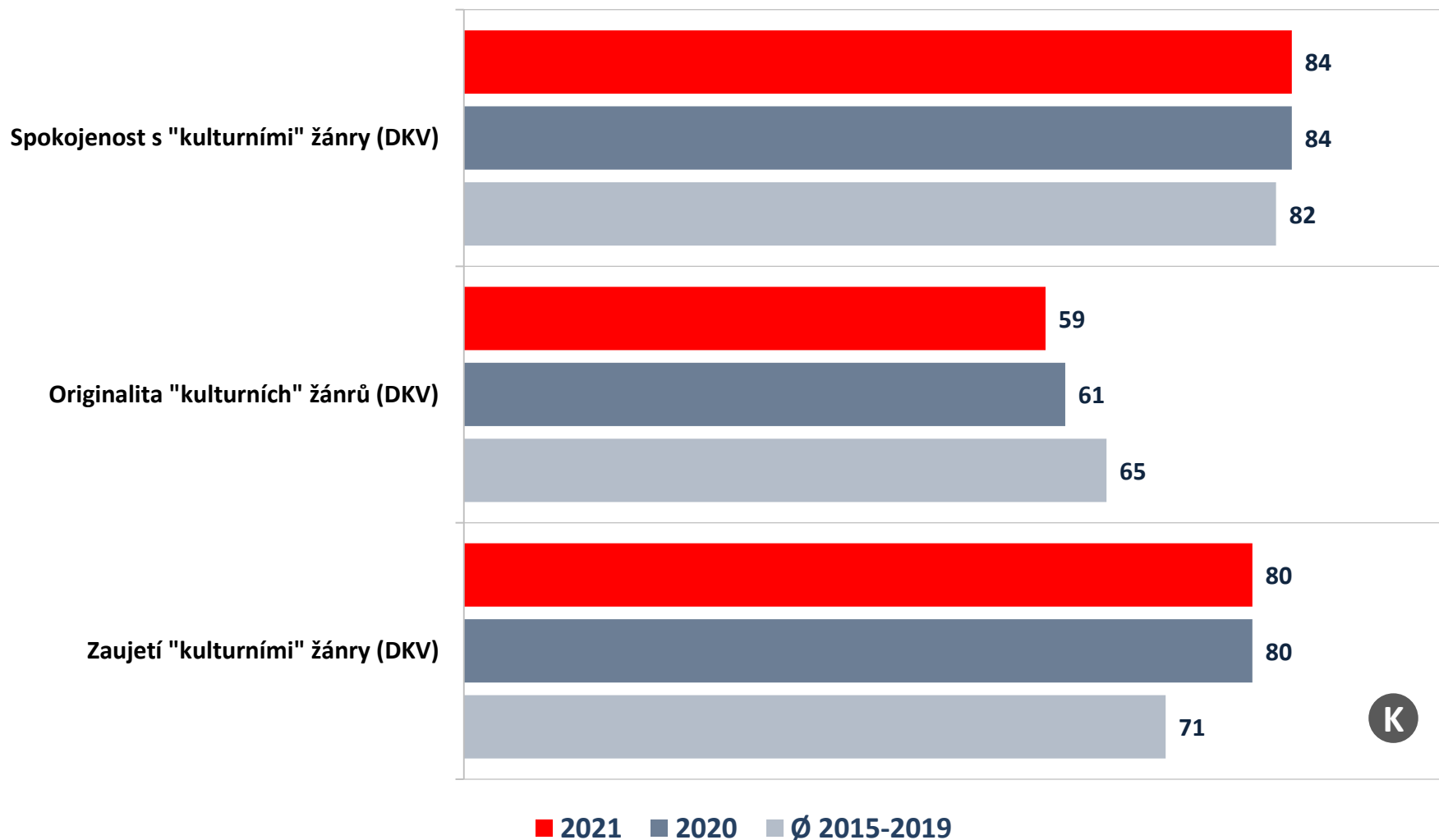
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



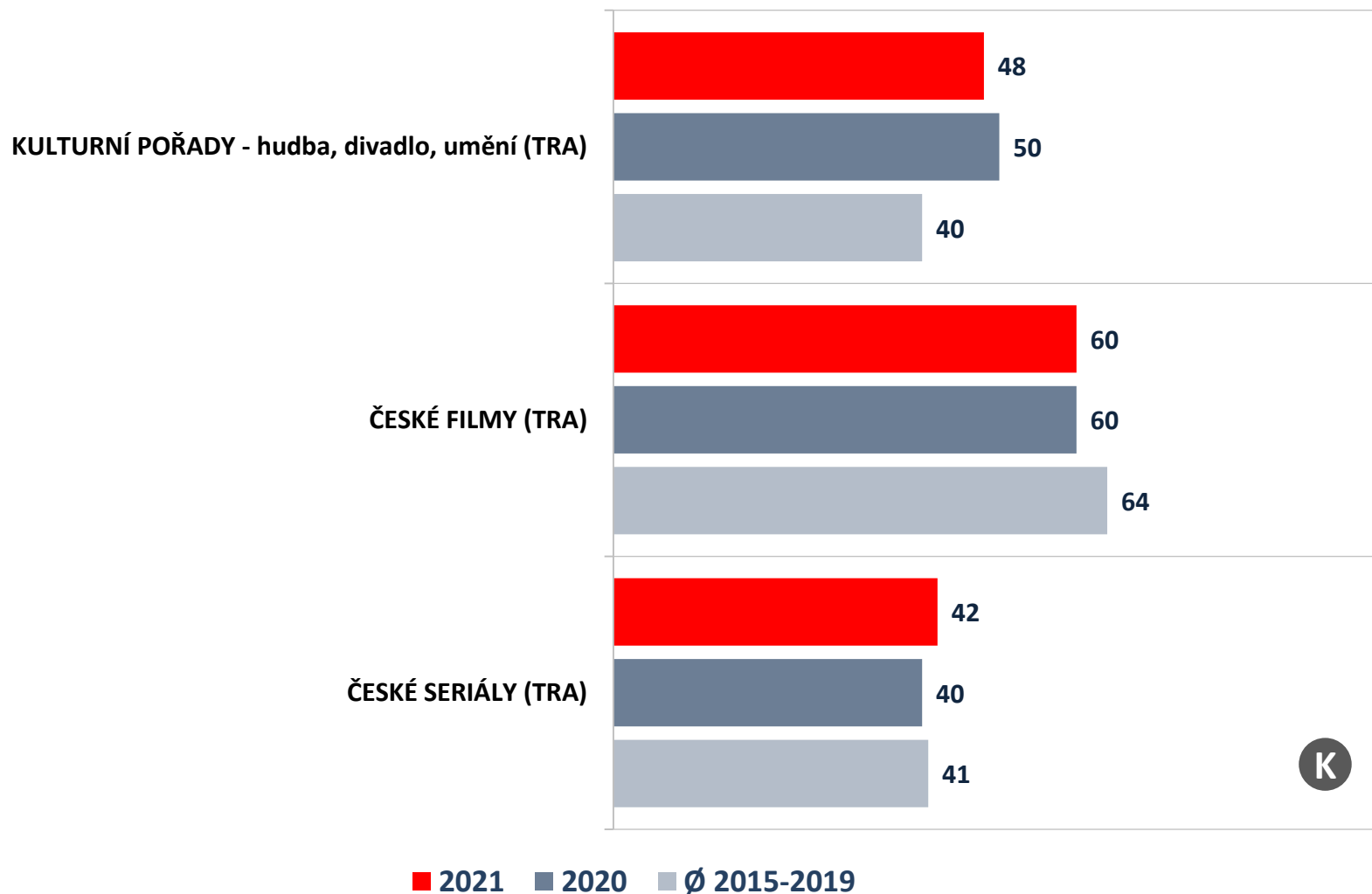
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ KULTURNÍMI ŽÁNRY

Zdroj: DKV ČT, v %



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

Zdroj: Tracking ČT, v %

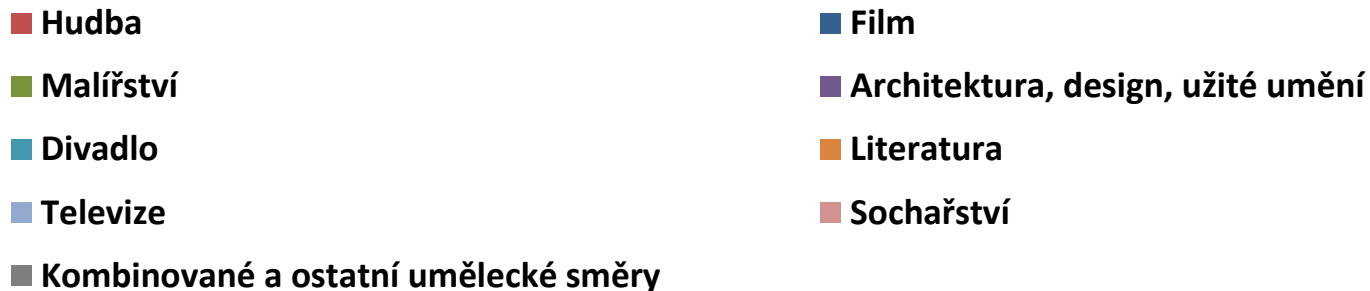


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů činil v minulém roce 70 %.** V porovnání s rokem 2020 se jednalo o nárůst o 1 p.b.
- **Koeficienty indikátorů vycházejících z trackingového šetření se držely přibližně na úrovni roku 2020,** největší změnu v podobě poklesu o 2 p.b. jsme zaznamenali u položky *Vnímaný přínos ČT k posilování dobrých vztahů ve společnosti*. Současná hodnota 57 % je však stejná jako průměr koeficientu za období let 2015-2019.
- **Pokud jde o kvalitativní parametry kulturních žánrů,** meziročně beze změny zůstaly spokojenost (84 %) a míra zaujetí (80 %). Index originality klesl o 2 p.b. na 59 %.
- **Téměř polovina diváků (48 %) vnímá některý z kanálů České televize jako hlavní v oblasti kulturních pořadů,** což je oproti minulému roku mírný pokles (-2 p.b.). **Hodnota tohoto ukazatele však skokově vzrostla v roce 2020 a i v roce 2021 je 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.
- Meziročně beze změny zůstal podíl diváků, kteří vnímají kanály ČT jako hlavní, pokud jde o české filmy (60 %). **Nárůst o 2 p.b. na hodnotu 42 % jsme zaznamenali u podílu diváků vnímajících kanály ČT jako hlavní pro české seriály.**

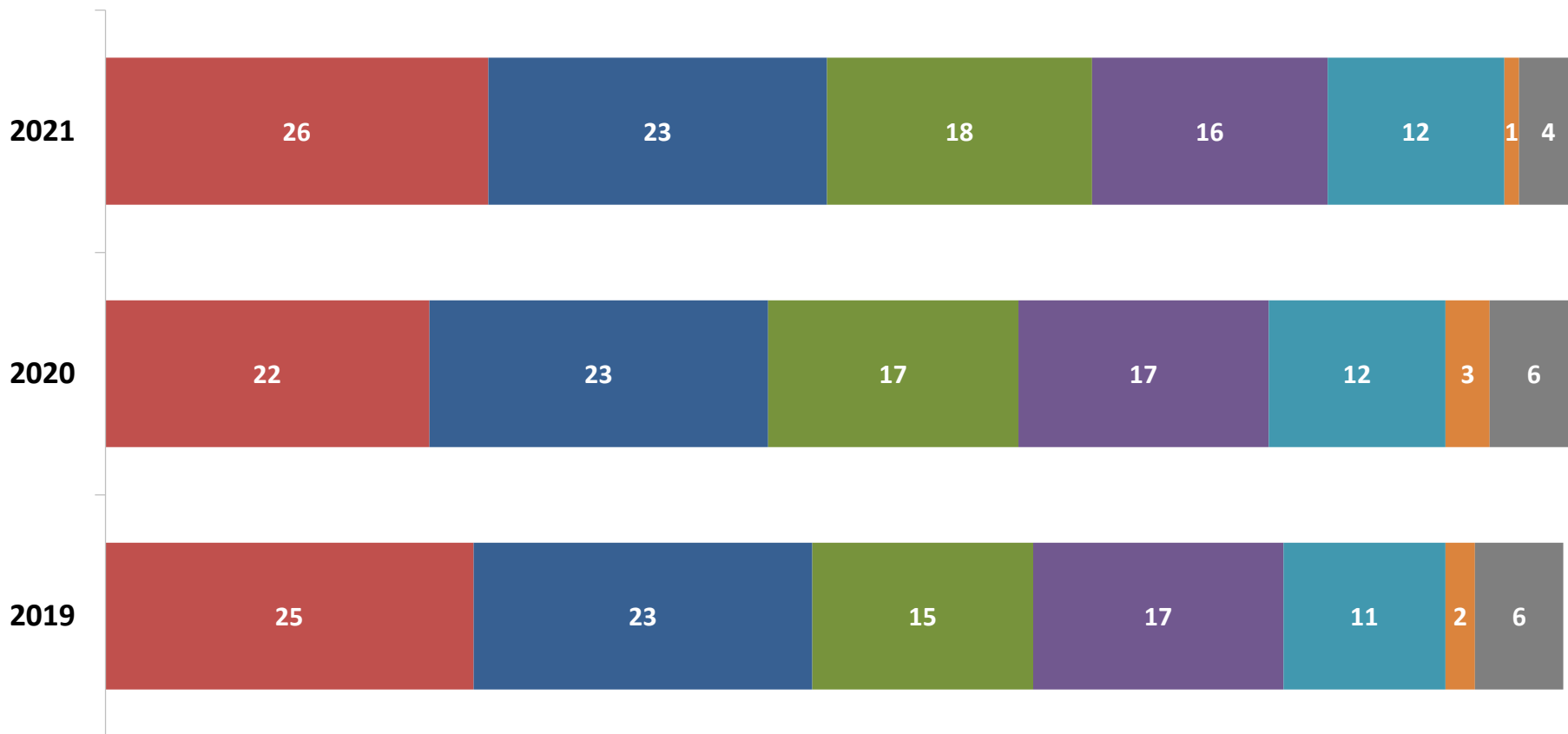
PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



2021: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)

Bohemia JazzFest	MFF Karlovy Vary
Česká filharmonie 125 let	MFFD Ji.hlava
DESIGNBLOK	Pražské jaro
Dvořákova Praha	Serial Killer
FamuFest	Signal Festival
Gloria musaealis	Smetanova Litomyšl
JazzFestBrno 2021	Svět knihy Praha
Jeden svět	Světový romský festival Khamoro
Letní filmová škola	Tanec Praha
Mezinárodní festival animovaných filmů Anifilm 2021	Výstavy Národního muzea
Mezinárodní filmový festival FEBIOFEST	Zlín Film Festival
Mezinárodní hudební festival Český Krumlov	ZUŠ Open

2021: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
Adventní koncerty České televize 2021	Domov sv. Anežky, Hospic sv. Jiří, Centrum Kaňka, Mezinárodní vězeňské společenství
Benefiční koncert České filharmonie	Pražské a brněnské nemocnice, Nadace pro výzkum rakoviny ČR
Benefiční speciál pořadu Kde domov můj?	Acorus, z.ú., Popálky, o.p.s., Helpes
Benefiční speciál pořadu StarDance	Centrum Paraple
Benefiční speciál pořadu Tajemství těla	Centrum pro dětský sluch Tamtam, o.p.s.
Benefiční speciál pořadu Zázraky přírody	Fokus Praha
Ceny Fóra dárců	Fórum dárců
Global Teacher Prize Czech Republic	EDUin, o.p.s.
Koncert naděje	Nadace Via - Pomozme zničeným obcím na jihu Moravy
Koncert pro Moravu	Charita ČR
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 2021 hudební tituly nejčastějším typem uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Oproti roku 2020 nicméně došlo ke snížení jejich podílu o 3 p.b. na úroveň 27 %. V pořadí plochy věnované jednotlivým uměleckým typům následují film (meziročně beze změny), malířství a architektura, design a užité umění (shodně +2 p.b.).
- **Na odvysílaných dokumentech měly největší podíl pořady věnované humanitním vědám,** následované přírodopisy a cestopisy.
- **Česká televize mediálně podporuje mnoho kulturních akcí,** některé již celou řadu let. I v roce 2021 však byly v souvislosti s protiepidemickými opatřeními některé z nich zrušeny, přesunuty na náhradní termíny nebo převedeny do on-line prostoru – šlo například o *MFF Karlovy Vary* (přesun na konec srpna) či festival dokumentárních filmů *Jeden Svět*.
- **Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů.** Z těch nejvýznamnějších, které Česká televize v roce 2021 mediálně zaštitila, můžeme jmenovat *Pomozte dětem*, *Benefiční speciály zábavných pořadů* nebo *Adventní koncerty*. ČT také odvysílala *Koncert naděje* a *Koncert pro Moravu* na podporu lidí, které zasáhlo ničivé tornádo na jižní Moravě.
- **84 % dospělých obyvatel ČR souhlasí s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty.**

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

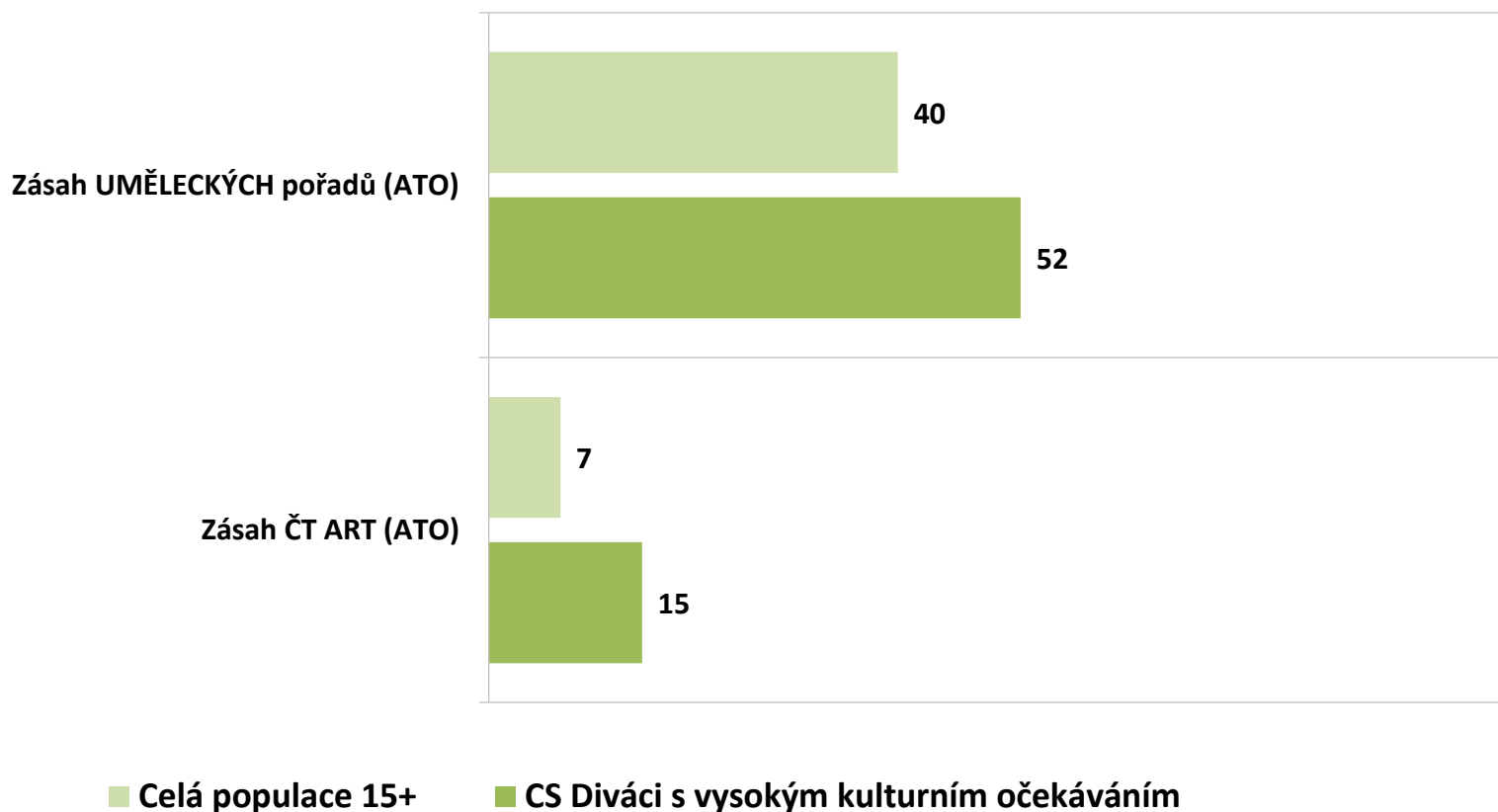
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

2021: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

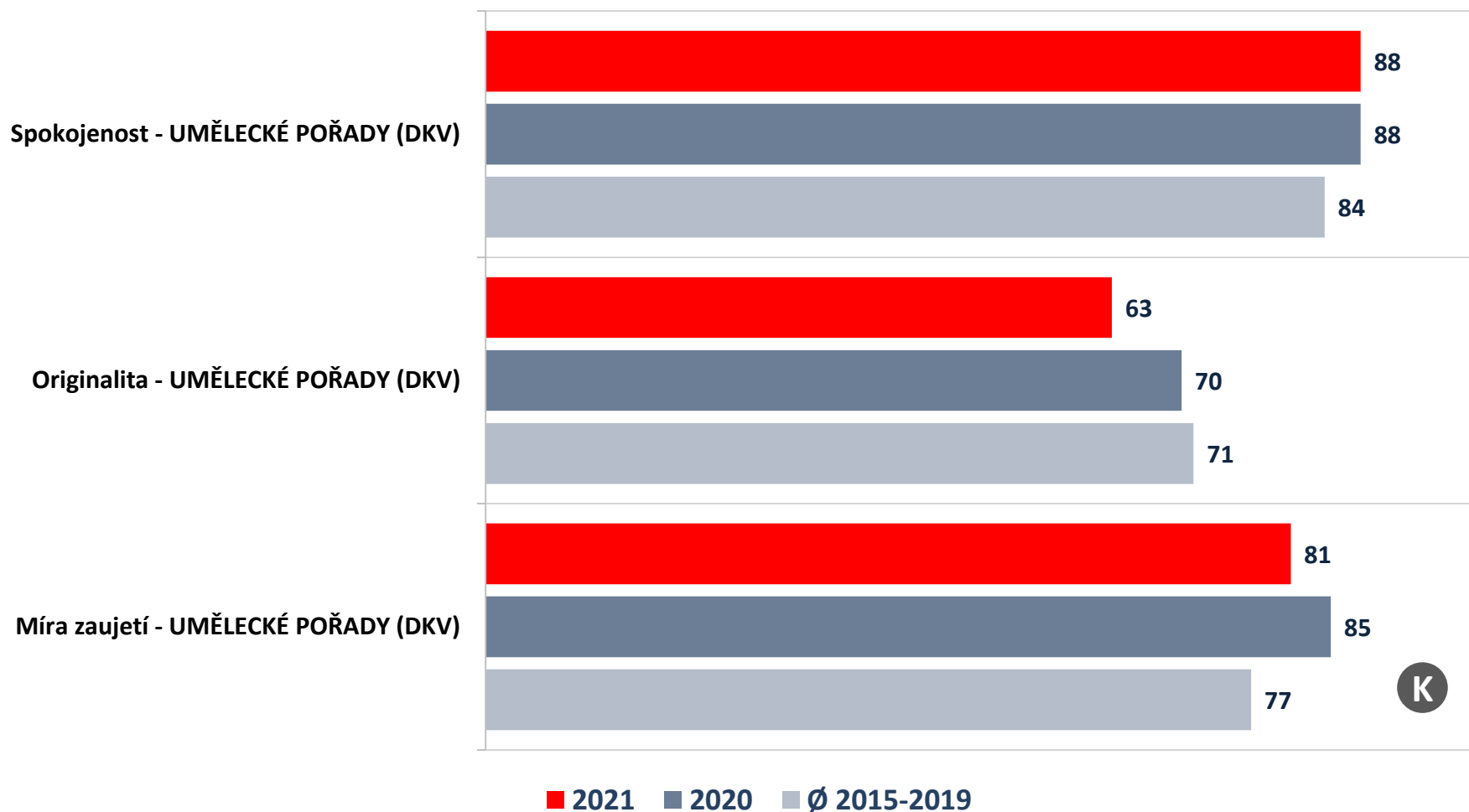
Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



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

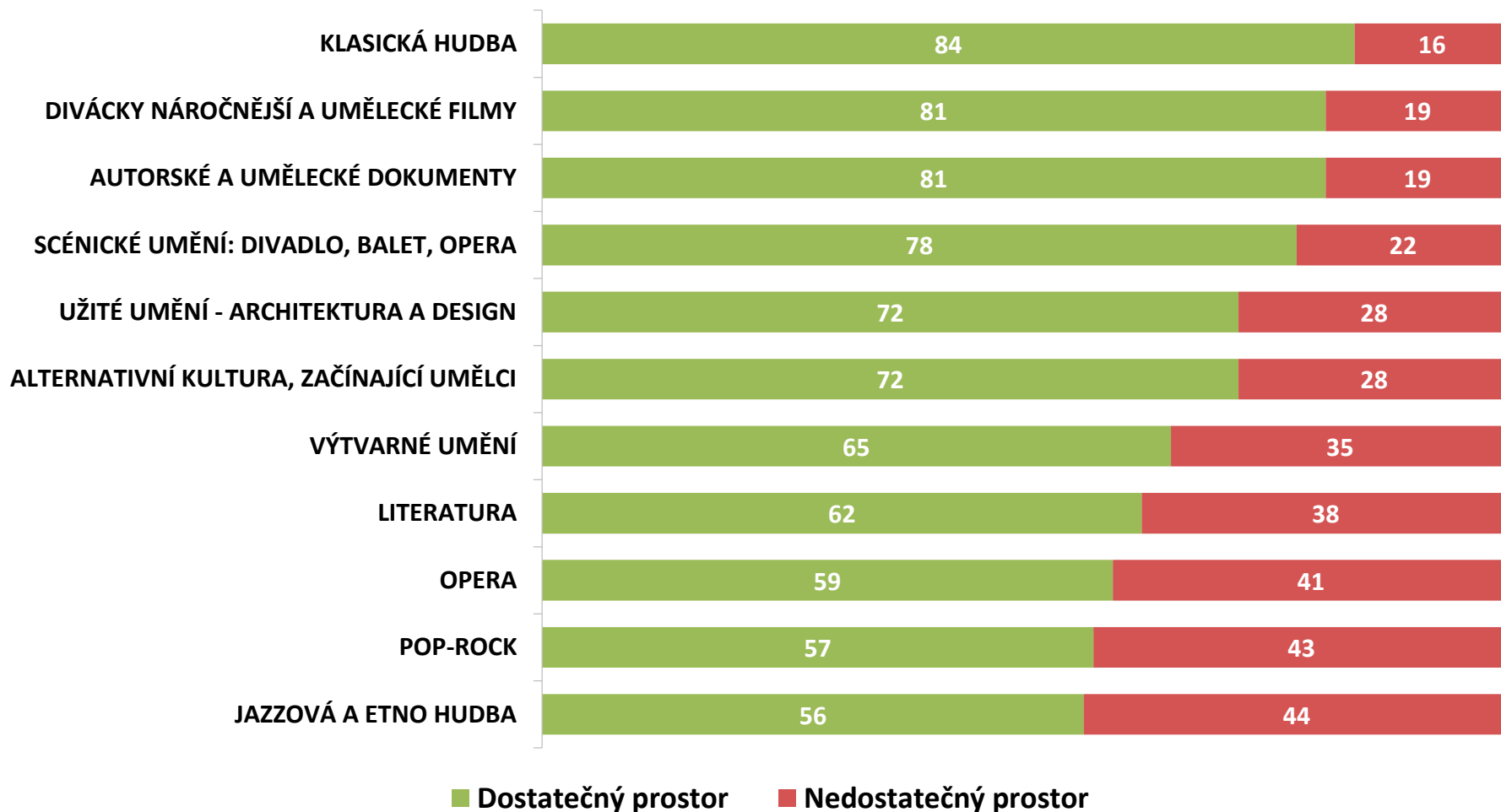
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ UMĚLECKÝMI POŘADY VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

Zdroj: DKV ČT, v %



2021: 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 ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka) činil v roce 2021 v obecné populaci 15+ plných 40 %, v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním dokonce 52 %.
- 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 mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním i v roce 2021 velmi vysoká, činila 88 %. **Index originality uměleckých pořadů** klesl meziročně o 7 p.b. na úroveň 63 %. Jak již bylo řečeno výše, podobně tomu bylo i u kanálu ČT art. Výraznější pokles může souviset s nižší nabídkou kulturních akcí z důvodu protiepidemických opatření, zejména v jarních měsících. **Míra zaujetí uměleckými pořady** v porovnání s rokem 2020 poklesla na hodnotu 81 % (-4 p.b.). I přesto se tento ukazatel držel nad průměrem let 2015-2019.
- **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 klasické hudbě, filmům pro náročnějšího diváka, autorským a uměleckým dokumentům a scénickému umění. Část diváků by nicméně ocenila zejména více pop-rockové, jazzové a etnické hudby.

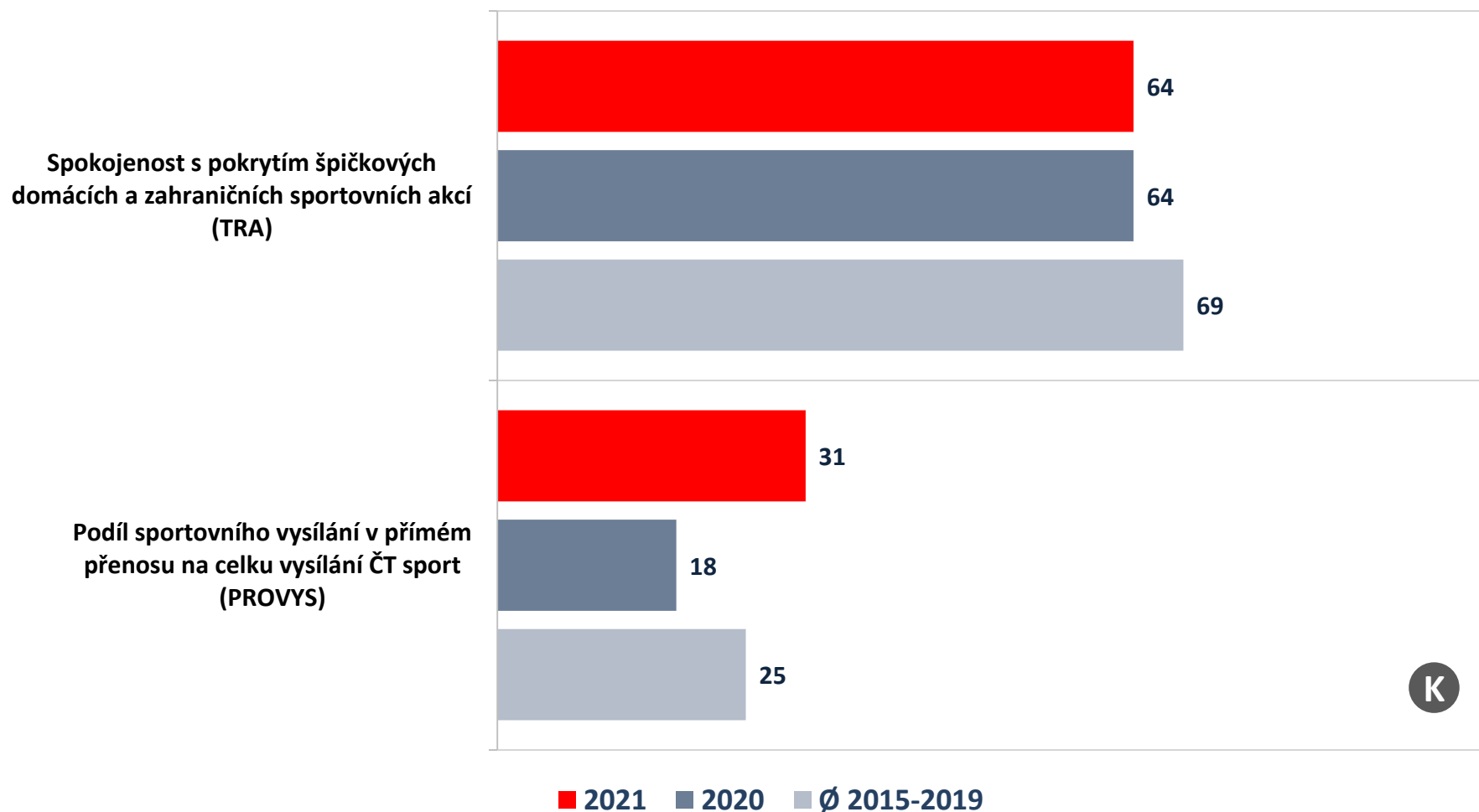
CÍL 4 – Podpora sportu

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)*

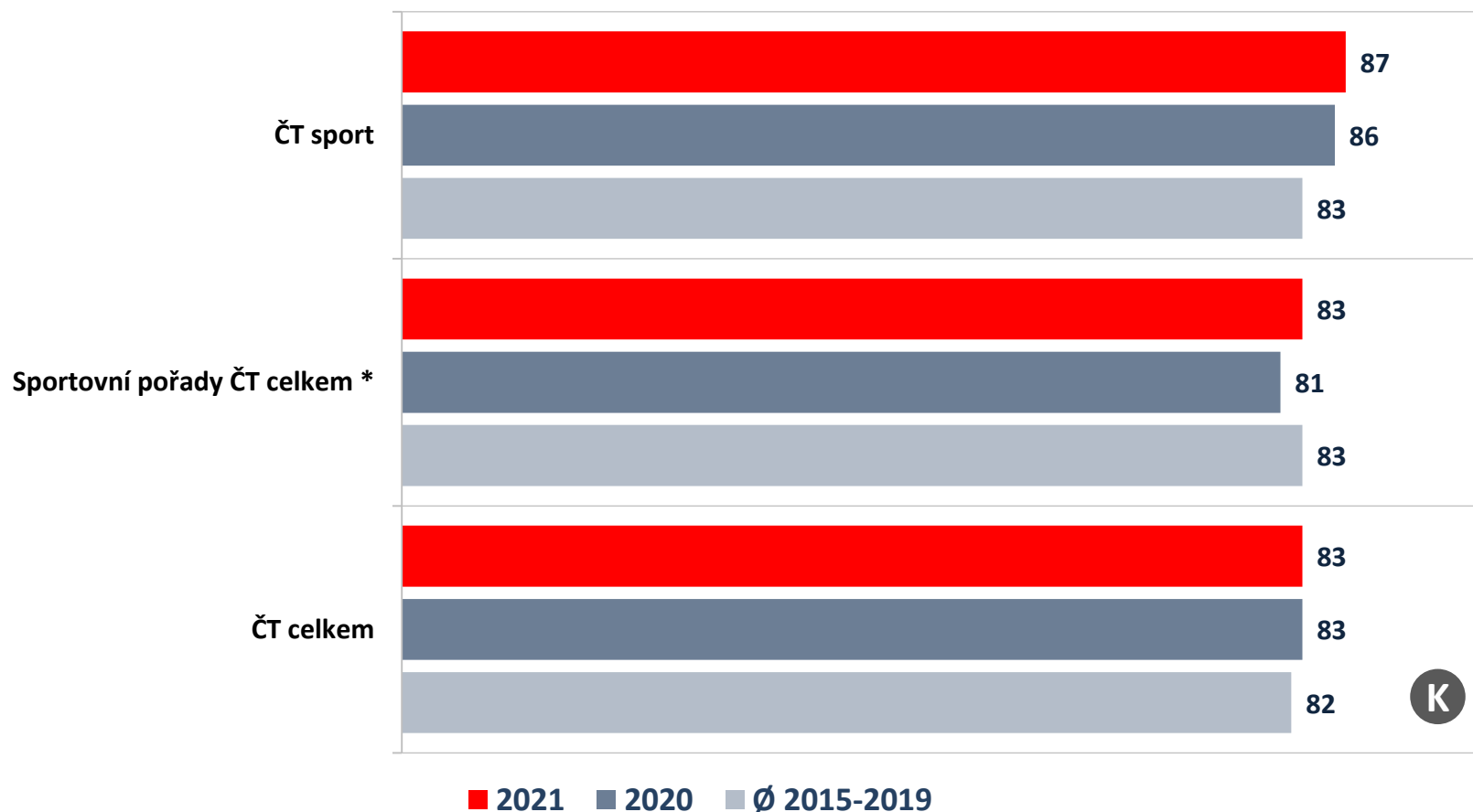
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



SPOKOJENOST S VYSÍLÁNÍM KANÁLU ČT SPORT A SPORTOVNÍCH POŘADŮ*

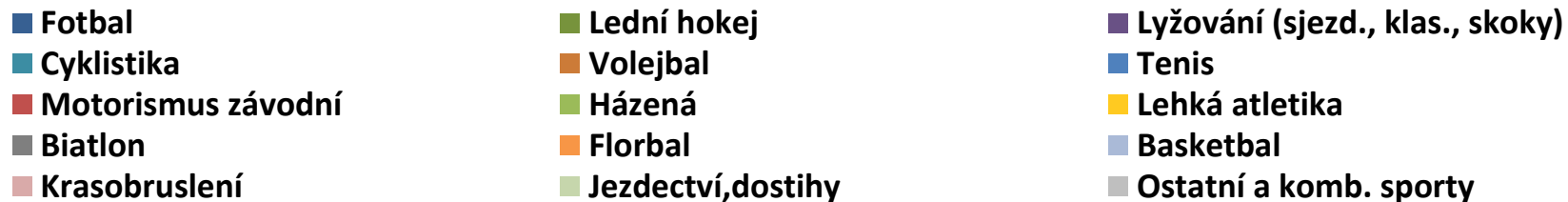
Zdroje: DKV ČT, v %



* 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

- **Spokojenost s pokrytím špičkových sportovních akcí činila 64 %, zůstala tedy na stejné úrovni jako v roce 2020.** Pokles o 5 p.b. oproti průměru let 2015-2019 je dán především strukturálními změnami ve vlastnictví vysílacích práv na sportovní pořady, která zčásti přešla na placené komerční kanály.
- **Podíl přímých přenosů se oproti roku 2020 výrazně zvýšil, a to z 18 % na 31 %. Příčinou je konání řady velkých odložených akcí, zejména Letních olympijských her v Tokiu a EURO 2020.**
- **Spokojenost s vysílání stanice ČT sport dosáhla 87 %, což je nejvyšší hodnota za poslední roky.** Na výsledek mělo výrazný vliv pozitivní divácké hodnocení velkých sportovních akcí, zejména LOH v Tokiu. U celku sportovních pořadů došlo k meziročnímu navýšení spokojenosti o 2 p.b. na úroveň 83 %. Tato hodnota odpovídá průměru za roky 2015-2019.
- **Sportem s nejvyšším podílem vysílací plochy ve vysílání ČT zůstává nadále fotbal (14 %),** a to i přesto, že u něj došlo ke skokovému poklesu. Hlavní důvod hledejme v roce 2020, kdy byla zejména v době prvního lockdownu odvysílána dlouhá řada archivních československých a českých fotbalových utkání. Tuto porci pak nevyvážil ani fotbalový turnaj EURO 2020. Druhým faktorem, který hrál v neprospěch fotbalu, bylo extenzivní vysílání jiných sportů z LOH v Tokiu.
- **Druhým sportem co do podílu na vysílací ploše byl lední hokej,** jehož zastoupení meziročně pokleslo o 1. b. na 11 %. Na třetím místě následovalo lyžování (spadají sem jak klasické, tak i alpské disciplíny) se 7 %. **Výrazný meziroční nárůst o 7 p.b. jsme zaznamenali u skupiny ostatních sportů (33 %).** Příčinou bylo vysílání velmi široké palety sportů s jinak relativně malým podílem na celku (např. gymnastika, sportovní lezení, plavání apod.) z LOH v Tokiu.

2021: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ AKCE

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

Akce	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v biatlonu 2021 Slovinsko	653	29,55	2 412	11	664
SP v biatlonu *	515	22,56	3 302	8	523
MS v hokeji 2021 Lotyšsko	473	17,78	5 558	28	501
EURO 2020	439	16,88	4 440	30	468
ME / MS v rychlobruslení 2021 Nizozemsko **	433	17,09	1 773	3	436
Kvalifikace na MS 2022	342	10,65	2 380	16	358
MS freestyle & Snb 2021 Švédsko ***	293	14,74	1 130	2	295
MS v alpském lyžování 2021 Itálie	284	16,43	2 224	5	289
Evropská liga UEFA	284	8,85	2 525	14	297
Konferenční liga UEFA 2020/21	215	7,17	1 594	9	224
Euro Hockey Tour 2021 ****	193	6,88	2 796	5	198
SP ve snowboardingu	191	8,44	1 931	2	193
Turné čtyř můstků 2020/21 *****	186	6,48	1 308	1	187
SP v alpském lyžování	171	8,16	3 317	2	174
LOH Tokio 2020	169	13,25	3 975	10	180

* Do SP v biatlonu jsou započítány i 4 závody v rámci ME v biatlonu.

** ME i MS v rychlobruslení probíhala na stejném místě kvůli protiepidemickým opatřením.

*** MS ve freestyleovém lyžování a snowboardingu 2021 Švédsko

**** Euro Hockey Tour: České hokejové hry, Karjala Cup, Švédské hokejové hry, Channel One Cup

***** Turné čtyř můstků se vždy koná na přelomu roku. Do průměru jsou započítány všechny přenosy z ročníku 2019/20, tedy i ty z konce roku 2019.

2021: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY

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

Přenos	Datum	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	On-line stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Finsko - Česko	03.06.	1 520	34,84	2 918	118	1 638
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Česko - Bělorusko	24.05.	1 424	31,33	2 626	80	1 504
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Švédsko - Česko	27.05.	1 301	28,31	2 584	87	1 388
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Česko - Dánsko	31.05.	1 241	56,33	2 210	118	1 359
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Česko - Velká Británie	29.05.	1 238	52,84	2 046	65	1 303
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Slovensko - Česko	01.06.	1 200	57,03	2 059	109	1 309
EURO 2020: Nizozemsko - Česko	27.06.	1 124	38,59	1 948	73	1 197
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Česko - Švýcarsko	22.05.	1 112	27,02	2 159	50	1 162
MS v hokeji 2021 Lotyšsko: Rusko - Česko	21.05.	1 105	49,69	1 923	59	1 164
EURO 2020: Česko - Anglie	22.06.	992	26,99	1 802	70	1 062
Biatlon: Závod s hromadným startem Ž / MS Pokljuka	21.02.	934	31,17	1 143	12	946
EURO 2020: Česko - Dánsko	03.07.	912	38,09	1 519	72	984
EURO 2020: Itálie - Anglie	11.07.	858	29,65	1 626	66	924
Biatlon: Závod s hromadným startem Ž / SP Anterselva	23.01.	804	29,55	939	9	813
EURO 2020: Chorvatsko - Česko	18.06.	748	30,73	1 368	62	810

2021: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA MLÁDEŽ A JUNIORY

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, 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)
Kvalifikace na EURO U21	4	97	3,09	711	3	100
MS juniorů v biatlonu 2021 Rakousko	4	96	4,12	439	0	97
EURO U21	7	74	4,76	907	3	77
MS v ledním hokeji U20 2021 Kanada	8	67	4,72	822	2	69
MS v ledním hokeji U20 2022 Kanada*	3	54	6,97	262	2	56
MS v hokeji U18 2021	1	51	3,24	197	0	51
ME juniorky U18	1	42	1,23	151	0	42
MS ve florbalu juniorů 2021 Česko	4	37	1,80	347	1	38
ME juniorů ve vodním slalomu 2021 Slovinsko	1	10	0,44	31	0	10
Sport v regionech	5	9	0,78	36	0	9
Univerzitní osmy 2021	3	9	0,46	52	0	9

* Zrušeno v průběhu konání

2021: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA HENDIKEPOVANÉ SPORTOVCE A NA SENIORY

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, 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)
XVI. letní paralympijské hry - slavnostní zahájení	1	52	4,14	176	0	52
MS v para hokeji 2021 Ostrava	6	36	2,11	606	1	37
Letní paralympijské hry 2020 Tokio	18	25	1,56	730	0	25
Tenis: VINCI Wheelchair Czech Open 2021	1	20	1,22	26	0	20
David Drahonínský 2021	1	11	0,35	8	0	11
Tenis: Znojmo cup 2021	1	9	0,77	21	0	9
Paralympijský magazín	9	8	0,65	76	0	8
Jezdectví: MČR v paravoltiži Brno	1	5	0,41	7	0	5
Archiv D	47	18	1,37	802	0	18
Sokolský zpravodaj	45	8	0,76	257	0	8

KOMENTÁŘ

- **Událostí s celkově nejvyšší průměrnou sledovaností** bylo stejně jako v roce 2020 Mistrovství světa v biatlonu. Průměrně přenosy sledovalo 664 tis. diváků 4+, podíl na publiku činil 29,55 %.
- **Hned deset jednotlivých přímých přenosů přesáhlo v roce 2021 hranici 1 milionu diváků.**
- **Nejsledovanějším samostatným sportovním přenosem** bylo čtvrtfinále MS v hokeji Česko-Finsko s 1,638 mil. diváků 4+ a podílem na sledovanosti 34,84 %.
- **Nejsledovanějším fotbalovým přenosem** bylo osmifinále EURA Česko-Nizozemsko s 1,197 mil. diváků 4+ a podílem na sledovanosti 38,59 %. Jednalo se o třetí nejsledovanější fotbalový přenos v historii kanálu ČT sport.
- **Ze sportovních pořadů zaměřených na mládež a juniory** diváky nejvíce oslovily zápasy kvalifikace a závěrečný turnaj fotbalového mistrovství Evropy hráčů do 21 let a Mistrovství světa juniorů v biatlonu.
- **Z oblasti sportu hendikepovaných** zařadila Česká televize do vysílání například přenosy z Letních paralympijských her, mistrovství světa v para hokeji nebo tenisové turnaje vozíčkářů. Z pravidelných pořadů to pak byl *Paralympijský magazín*.
- **Divákům z řad seniorů** byla určena například série archivních sportovních dokumentů *Archiv D* nebo pravidelný *Sokolský zpravodaj*.

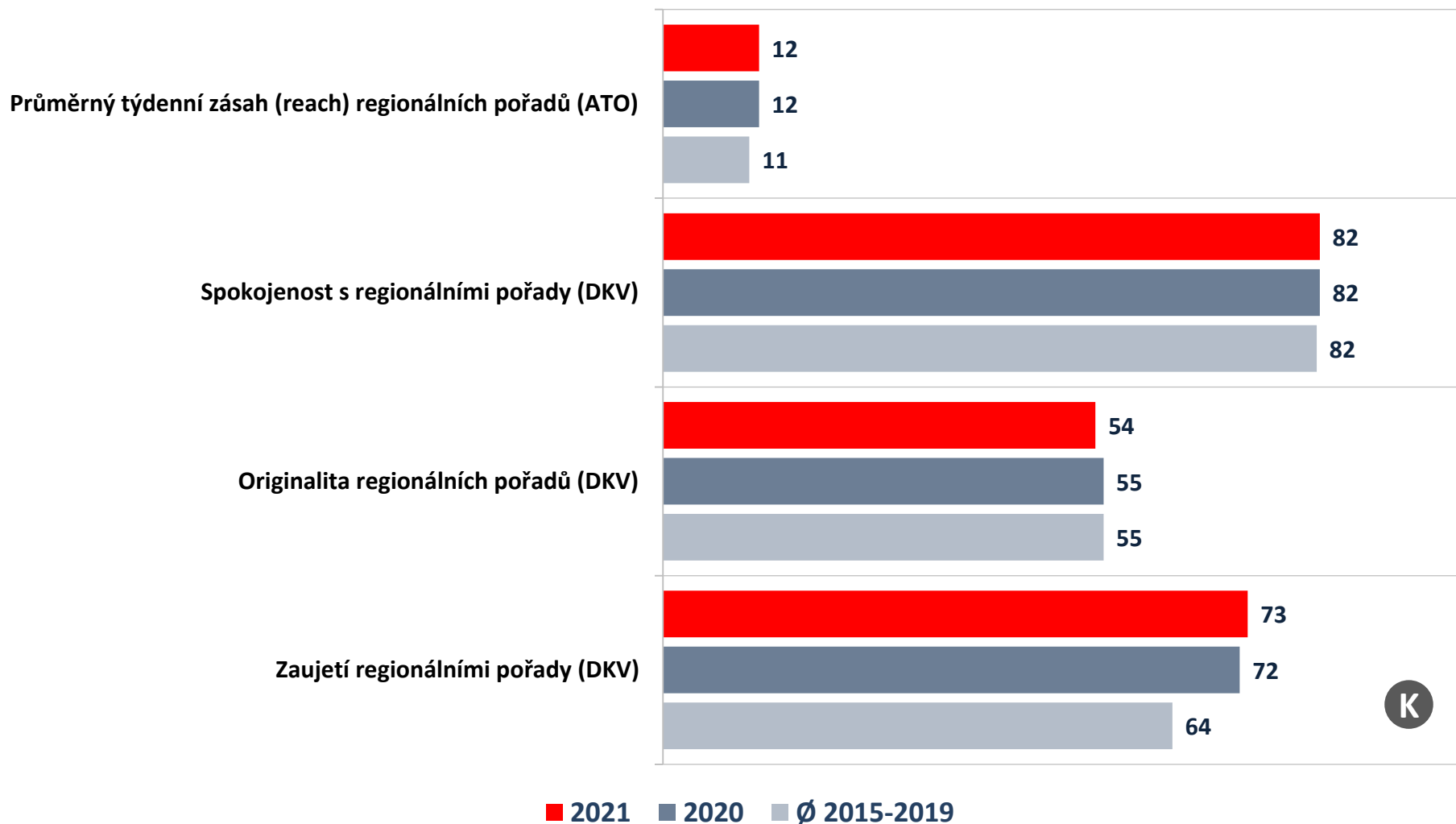
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

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)

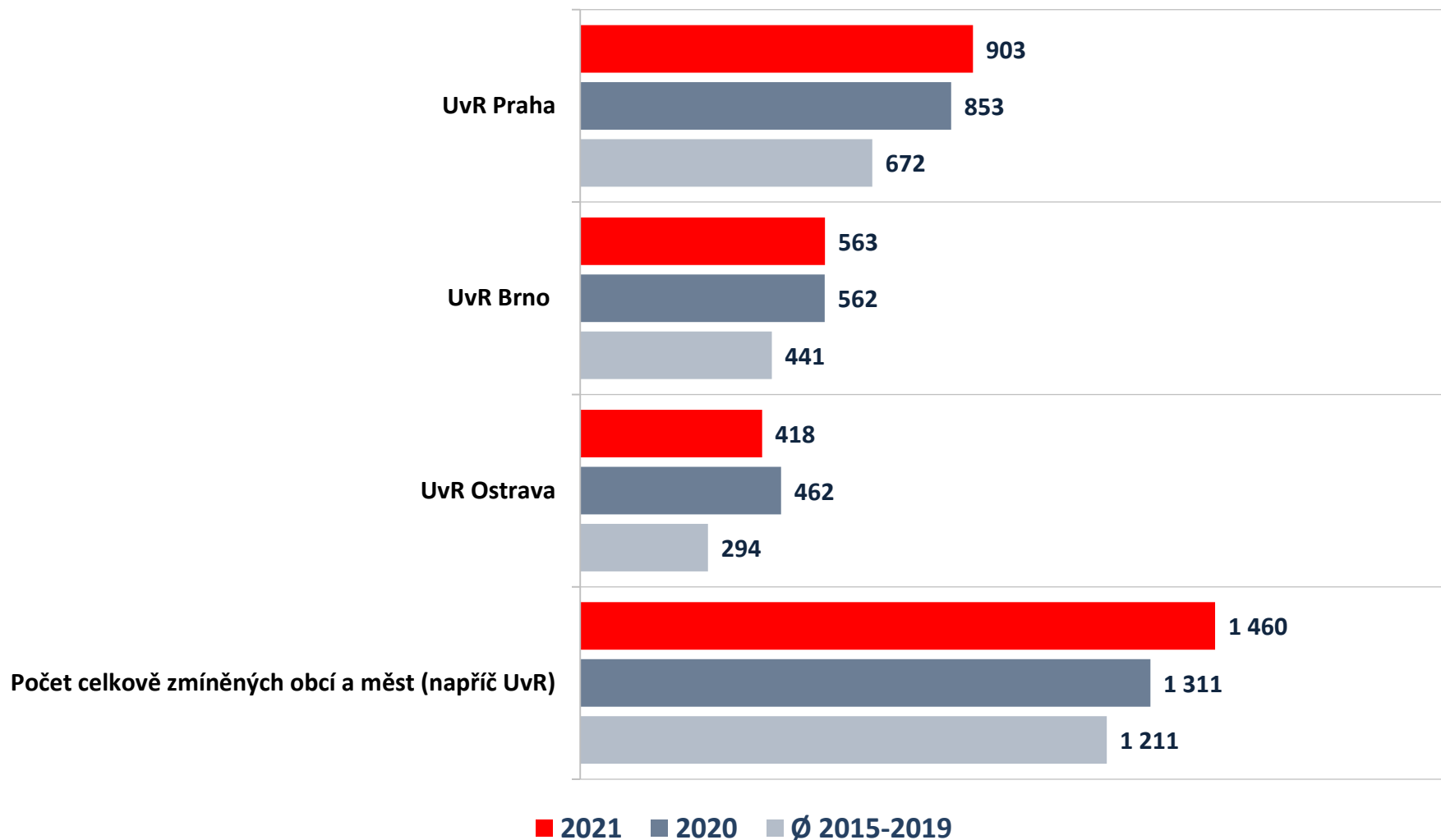
ZÁSAH, SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ REGIONÁLNÍMI POŘADY

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, DKV ČR, 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 %



	2021	2020	2019	2018	2017	2016
TS Brno	10	9	10	10	9	9
TS Ostrava	10	9	9	10	9	9
ČT Praha	80	82	81	80	82	82



	2021	2020	2019	2018	2017	2016
TS Brno	14	14	15	14	14	14
TS Ostrava	12	12	11	12	11	12
ČT Praha	74	74	74	74	75	74



	2021	2020	2019	2018	2017	2016
TS Brno	12	11	12	12	12	12
TS Ostrava	14	14	14	15	16	13
ČT Praha	74	75	74	73	72	75

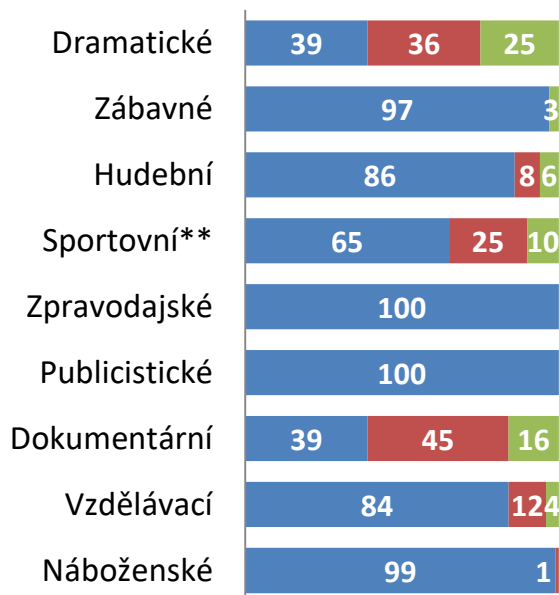
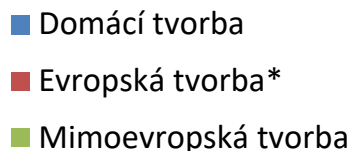
KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů ČT se dlouhodobě pohybuje mírně nad jednou desetinou všech televizních diváků.** V porovnání s rokem 2020 se zásah nezměnil, setrval na hodnotě 12 %.
- **Spokojenost diváků s regionálními pořady zůstala také beze změny, na úrovni 82 %.** O 1 p.b. poklesla vnímaná originalita regionálních pořadů, která činila 54 %. Zaujetí regionálními pořady naopak narostlo o 1 p.b. na úroveň 73 %.
- V roce 2021 bylo v *Událostech v regionech* zmíněno celkem 1 460 různých měst a obcí České republiky. **V posledních dvou letech došlo oproti průměru za období 2015-2019 ke znatelnému nárůstu celkového počtu měst a obcí zmíněných v jednotlivých mutacích pořadu.**
- **Podíl regionálních studií (TS Brno a TS Ostrava) na vysílání ČT1 a ČT2 v roce 2020 výrazně převyšoval zákonem stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, došlo u obou TS k nárůstu podílu na vysílání o 1 p.b. na hodnotu 10 %.

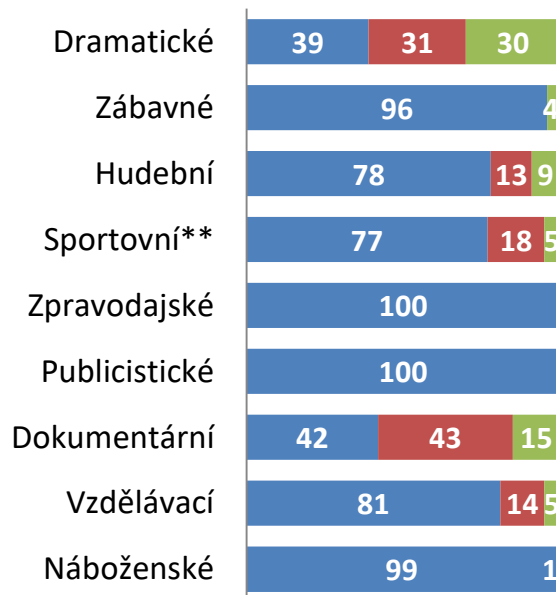
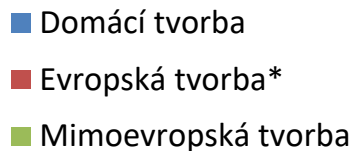
PODÍL DOMÁCÍCH, EVROPSKÝCH A MIMOEVROPSKÝCH POŘADŮ NA VŠECH POŘADECH PODLE JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

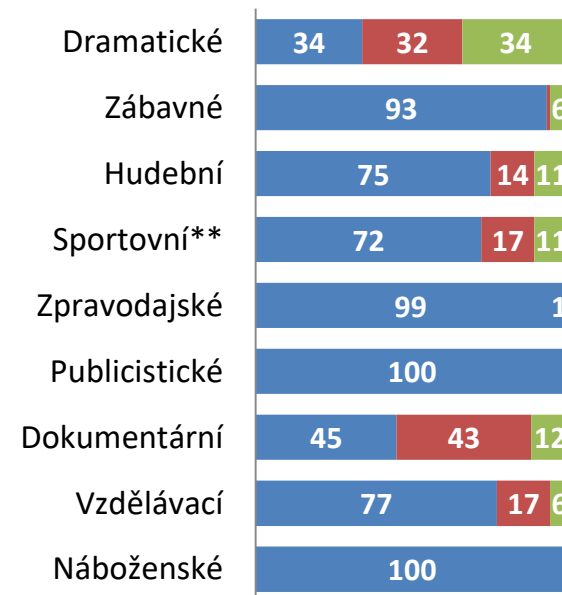
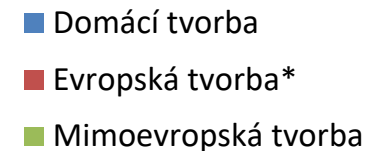
2021



2020



2019

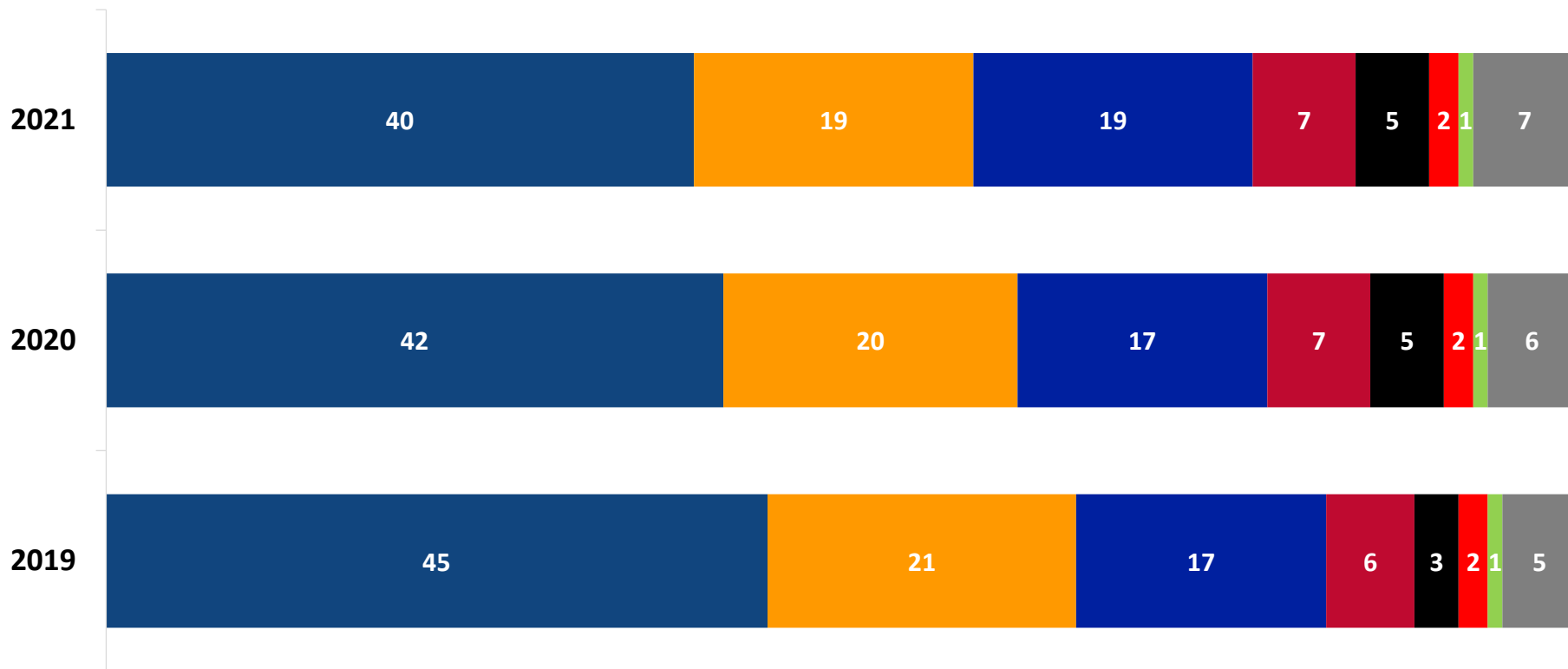
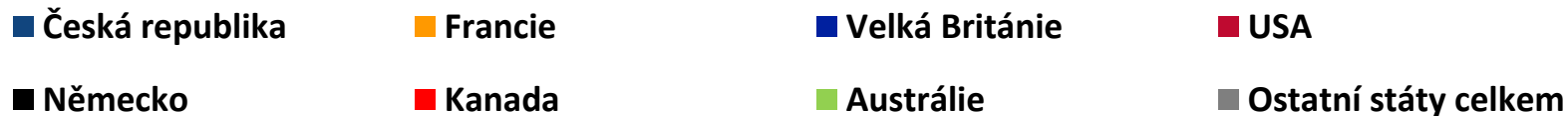


* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

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

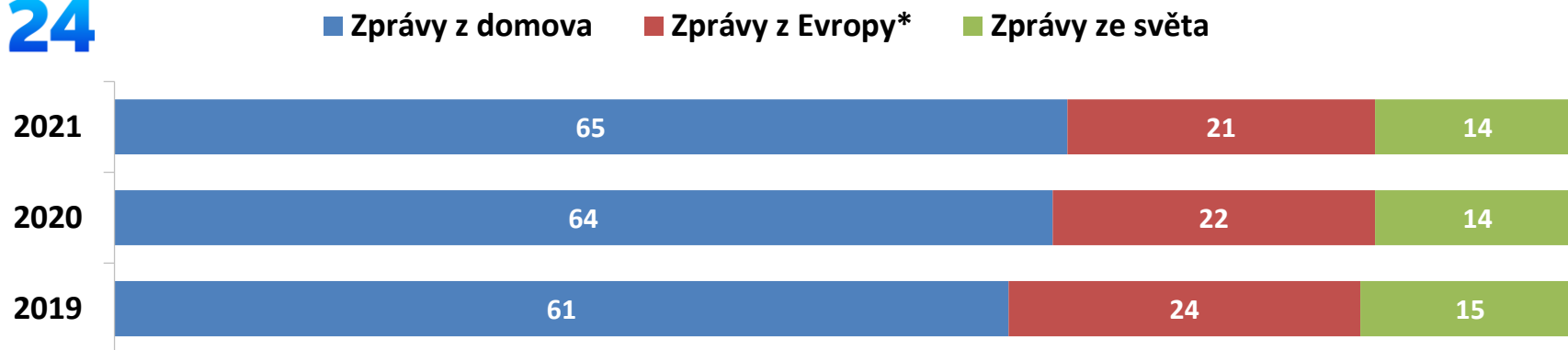
ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

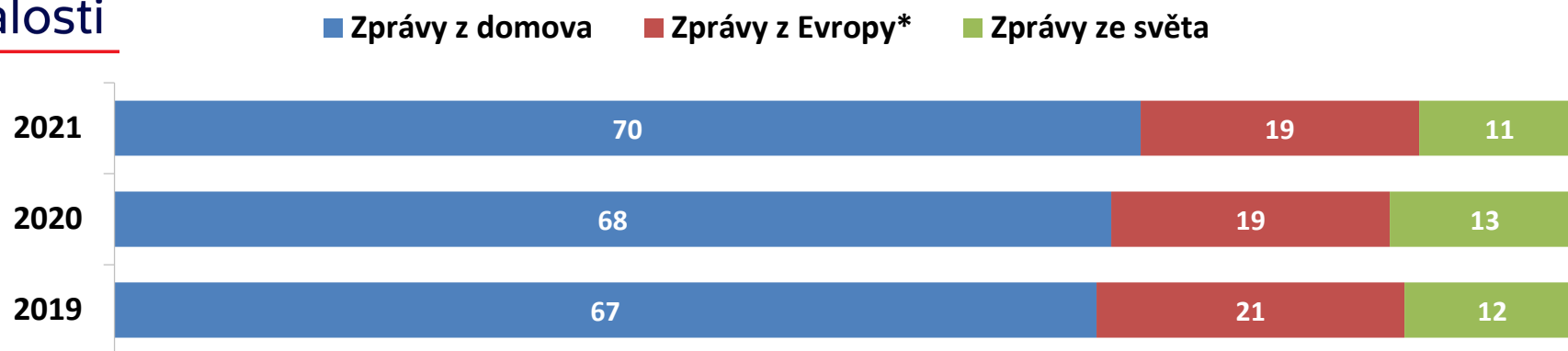


PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %



Události



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

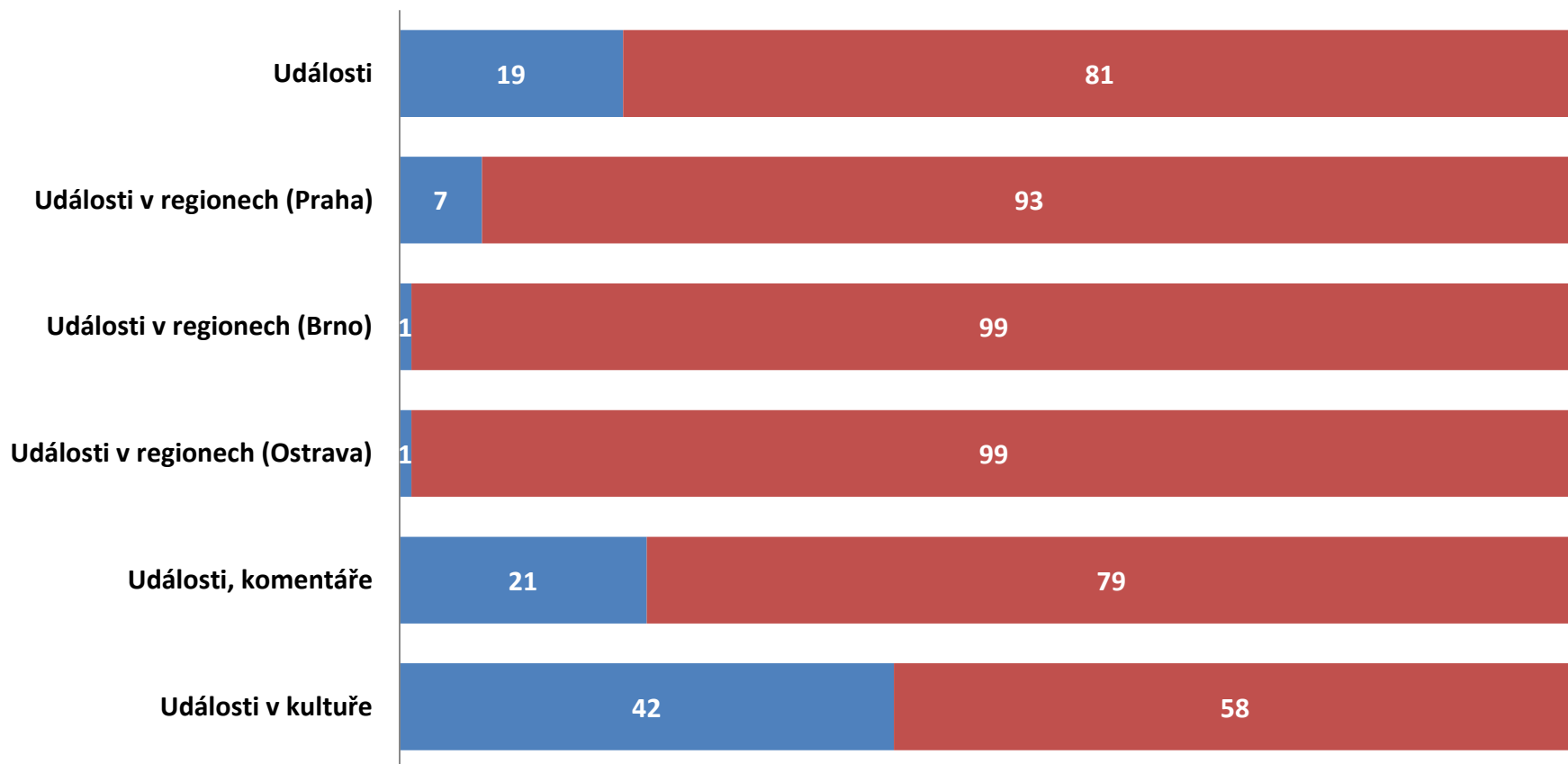
KOMENTÁŘ

- **Podobně jako v předchozích letech, byl i v roce 2021 podíl domácí tvorby na zábavných, zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby jsme zaznamenali u dramatických a dokumentárních pořadů, v obou případech se jedná o 61% podíl.
- **Nárůst domácí tvorby u zábavných, hudebních a vzdělávacích pořadů** v porovnání s předchozími roky je třeba dát do souvislosti s vysíláním kanálu ČT3. Ten byl spuštěn v březnu 2020 a v následujícím roce se již u diváků plně etabloval. **U sportovních pořadů došlo v porovnání s rokem 2020 k poklesu podílu domácí tvorby na 65 % (-12 p.b.).** Příčinou bylo konání řady odložených velkých evropských či celosvětových sportovních akcí, které jsme již několikrát zmínili výše.
- Detailní pohled na dokumentární pořady ukazuje, že došlo k drobnému meziročnímu **poklesu podílu domácí tvorby (ze 42 % na 40 %).** Z přehledu je také patrné, že mírně vzrostl podíl dokumentů vyrobených ve Velké Británii. Ty mají stejně jako dokumenty francouzské provenience 19% podíl na odvysílané ploše.
- **Ve vysílání zpravodajského kanálu ČT24 bylo věnováno 65 % času zprávám z České republiky, což je o 1 p.b. více než v roce 2020 a dokonce o 4 p.b. více než v roce 2019.** Nárůst byl pochopitelně způsoben extenzivním informováním o domácím průběhu koronavirové pandemie.
- **K nárůstu podílu domácích zpráv o 2 p.b. na hodnotu 70 % došlo také u hlavní zpravodajské relace *Události*.**

2021: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

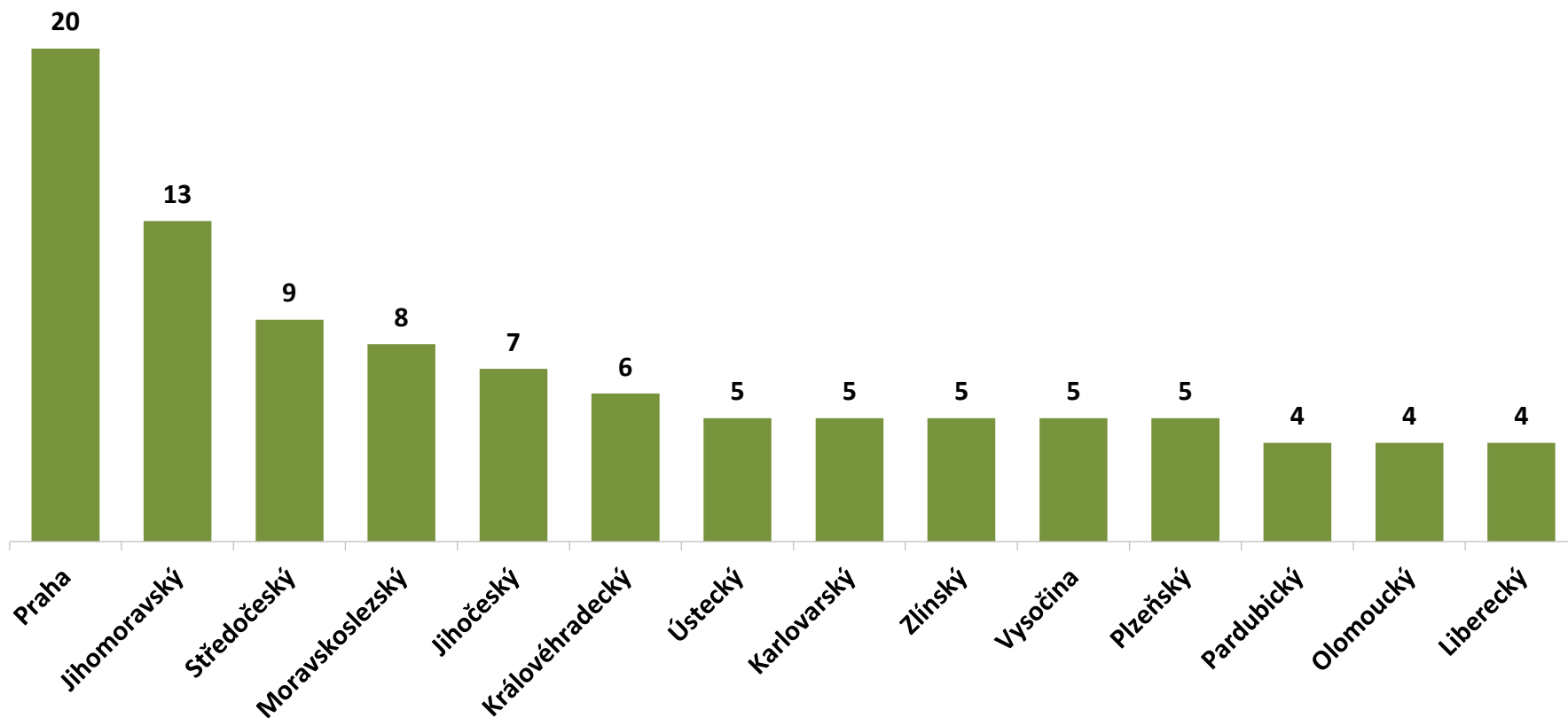
Zdroj: Media Tenor, v %

■ Praha ■ Ostatní regiony



2021: 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 19 %.** V rámci *Událostí, komentářů* se témata souvisejícími s Prahou zabývalo 21 % všech regionálních příspěvků. V *Událostech v kultuře* byl jejich podíl dokonce 42 %, což dáváme do souvislosti s faktem, že v Praze sídlí celá řada významných kulturně-společenských 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 populací krajů 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 vybočoval Jihomoravský kraj, ze kterého bylo výrazně referováno v souvislosti s řáděním tornáda a následnou likvidací způsobených škod.

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.

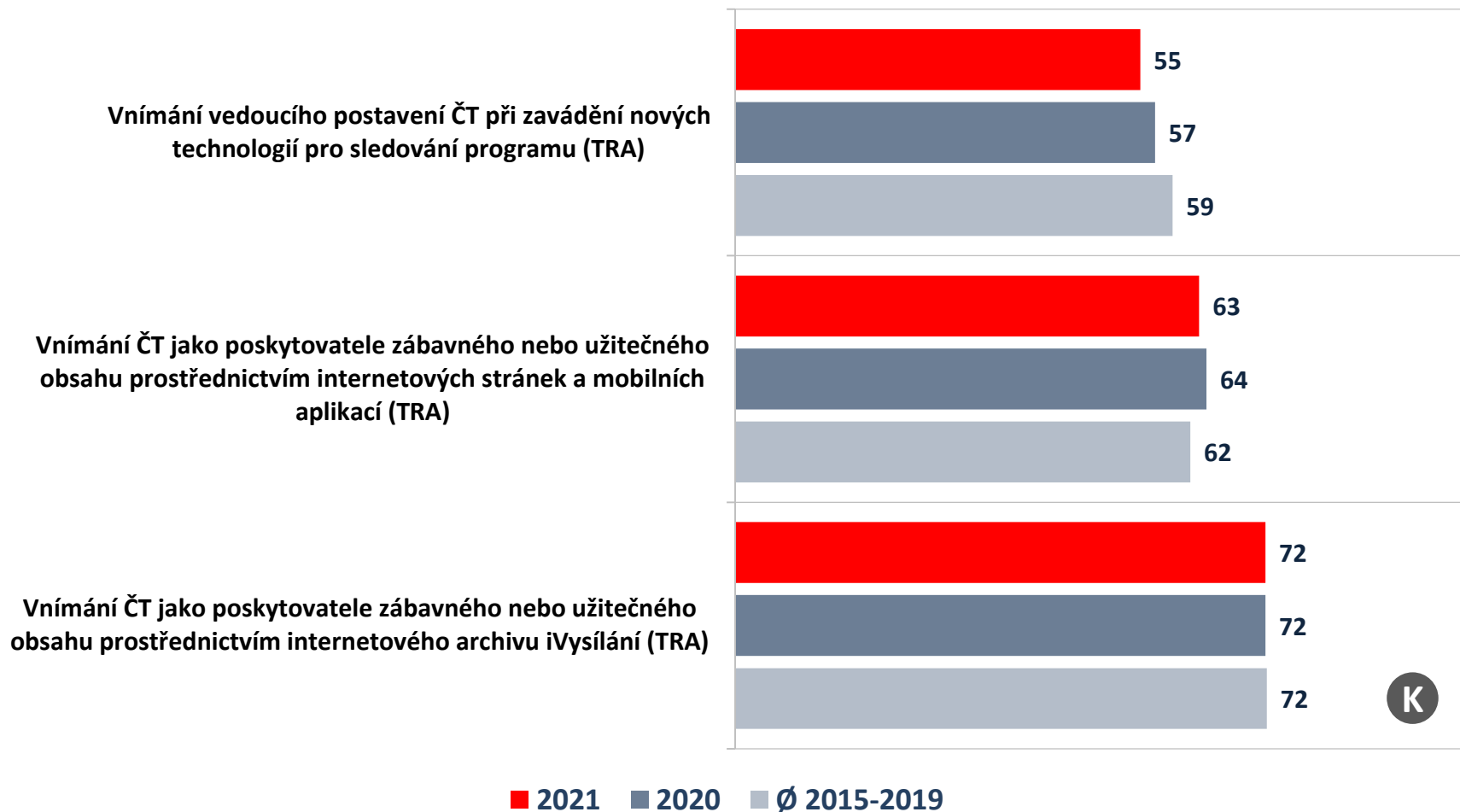
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích 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.

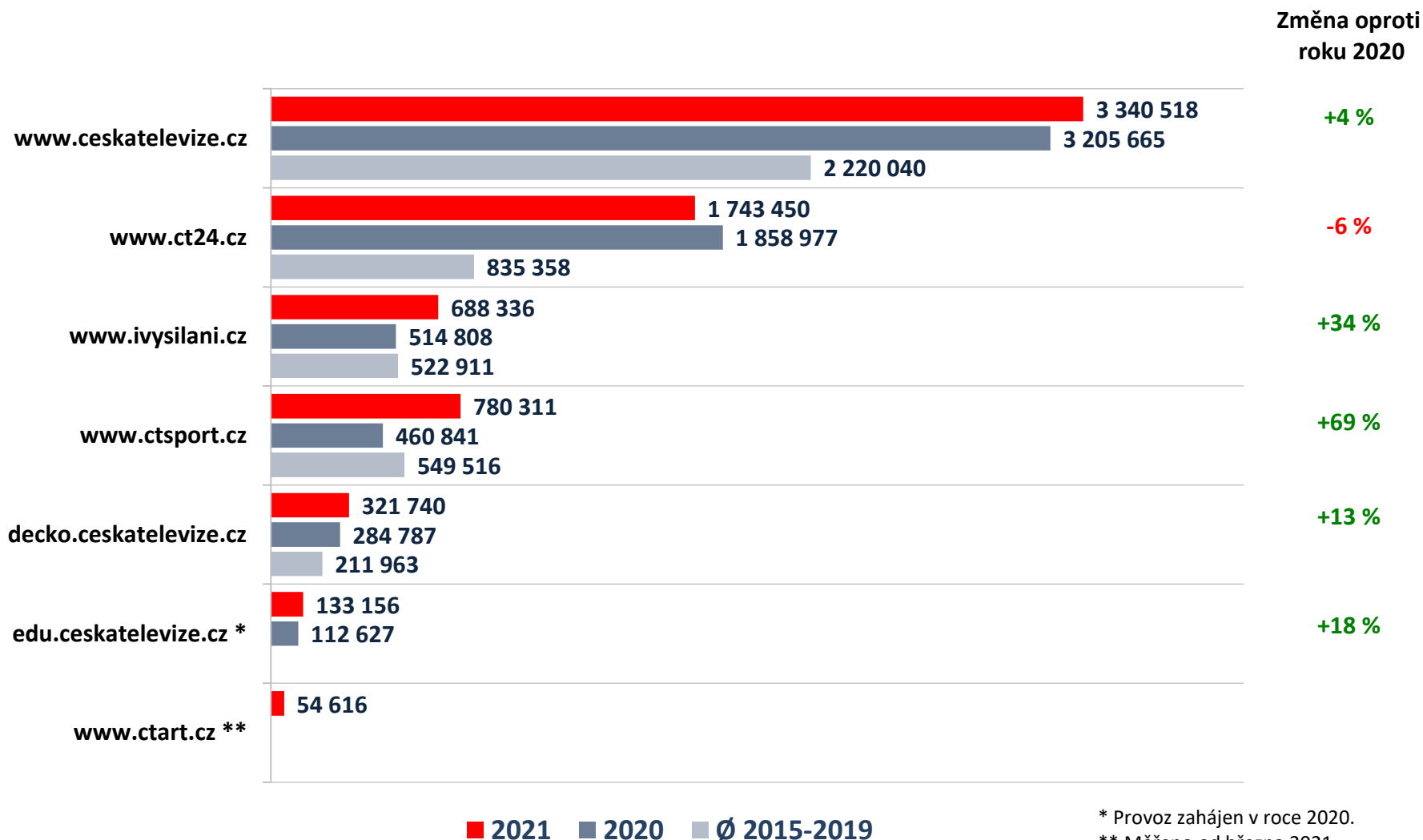
VNÍMÁNÍ ČT V SOUVISLOSTI SE ZAVÁDĚNÍM NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A POSKYTOVÁNÍM ON-LINE OBSAHU

Zdroj: Tracking ČT, v %



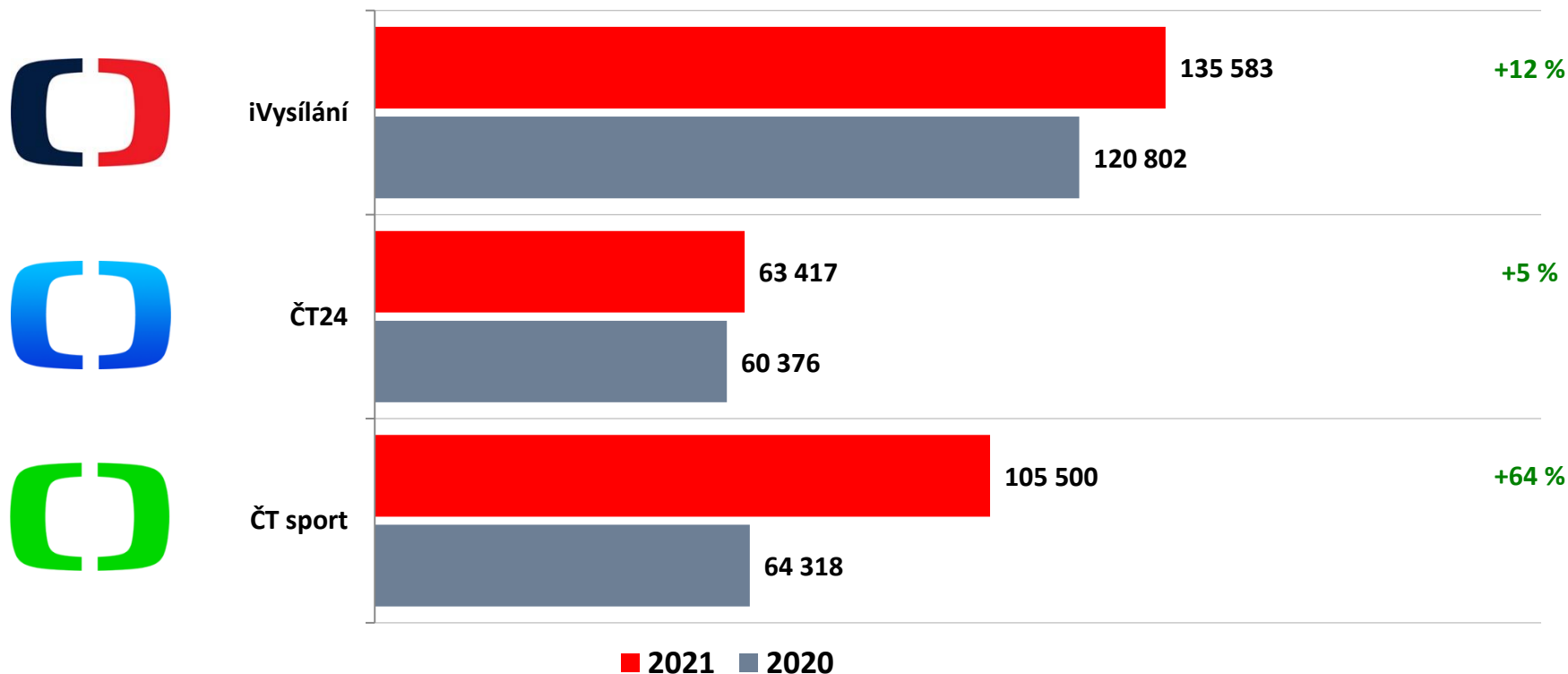
PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

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 2020

* 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

- **Indikátor *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* dosáhl úrovně 55 %.** Meziročně se jedná o pokles o 2 p.b. Výše indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací* zůstala na prakticky stejné úrovni jako v roce 2020 (63 %; -1 p.b.).
- **V roce 2021 narostla návštěvnost prakticky všech webů ČT. Pro hlavní stránky ceskatelevize.cz se rok 2021 stal vůbec nejúspěšnějším v historii měření. Meziročně se zájem zvýšil o 4 % a v průměru tak web navštívilo každý měsíc více než 3,3 milionu unikátních uživatelů.** Vůbec nejsilnějším měsícem roku 2021 byl březen, kdy stránky využilo 3,8 milionu unikátních uživatelů.
- **Nejvýraznější meziroční nárůst návštěvnosti zaznamenal z již několikrát zmíněných důvodů sportovní web ČT sport. Jeho průměrná měsíční návštěvnost se oproti roku 2020 zvýšila o 69 % a významně narostla i oproti období 2015-2019. Každý měsíc roku 2021 navštívilo sportovní internetové stránky ČT v průměru 780 tisíc uživatelů.**
- **Stránky zpravodajského webu ČT24 navštívilo každý měsíc více než 1,7 milionu unikátních uživatelů internetu. V porovnání s průměrem let 2015-2019 se tak jeho návštěvnost více než zdvojnásobila.** V porovnání se zpravodajsky mimořádně exponovaným rokem 2020 zaznamenal web jen mírný pokles návštěvnosti o 6 %. Nejvíce byl web ČT24 vytížen začátkem roku 2021, kdy se Česká republika potýkala se silnou vlnou pandemie.

KOMENTÁŘ

- **Výrazný meziroční nárůst o 34 % zaznamenal web iVysílání.** Diváci na něm často vyhledávali premiérové cykly dramatické tvorby z jarní sezóny (*Kukačky*, *Božena* a *Zločiny Velké Prahy*), z podzimní sezóny pak zejména *StarDance XI*. Výrazný byl také zájem o již mnohokrát zmíněné atraktivní sportovní události. V souhrnu tak každý měsíc iVysílání využilo téměř 700 tisíc unikátních návštěvníků.
- **Začátkem prosince 2021 byla spuštěna nová podoba webu iVysílání.** Podle dosavadních měření internetové uživatele zřejmě zaujala, protože návštěvnost webu ve srovnání s týdny předcházejícími změně mírně narostla. Abychom byli schopni změnu relevantně vyhodnotit, budeme si nicméně muset počkat na data za delší časové období.
- **Společně se spuštěním nového iVysílání bylo speciálně pro mladší publikum, u kterého převažuje on-line konzumace videoobsahu, připraveno ke zhlédnutí několik nových cyklů, např. *Rapstory* nebo *Do divočiny!***
- **Interaktivní web decko.ceskatelevize.cz každý měsíc navštívilo rekordních více než 320 tisíc uživatelů, meziročně se jedná o nárůst o 13 %.** Zájem byl způsoben nejen tím, že děti v první polovině roku trávily více času doma, ale také nabídkou nových her a soutěží. Děti vyhledávaly prázdninovou hru *Zastav nečas* či celoroční hru *Planeta je Prga*, která na festivalu Heart of Europe získala první místo a byla nominována na cenu Prix Europa. Z dalších her u dětí bodoval *AZ-kvíz junior*, *Kutej, špunte!*, *Hopsváča*, *Medvědí kuchařka* nebo *Ostrov Kostrov*. V jarních měsících byl úspěšný *Velikonoční kalendář*, v prosinci zase již tradičně velmi dobře fungoval *Adventní kalendář*.

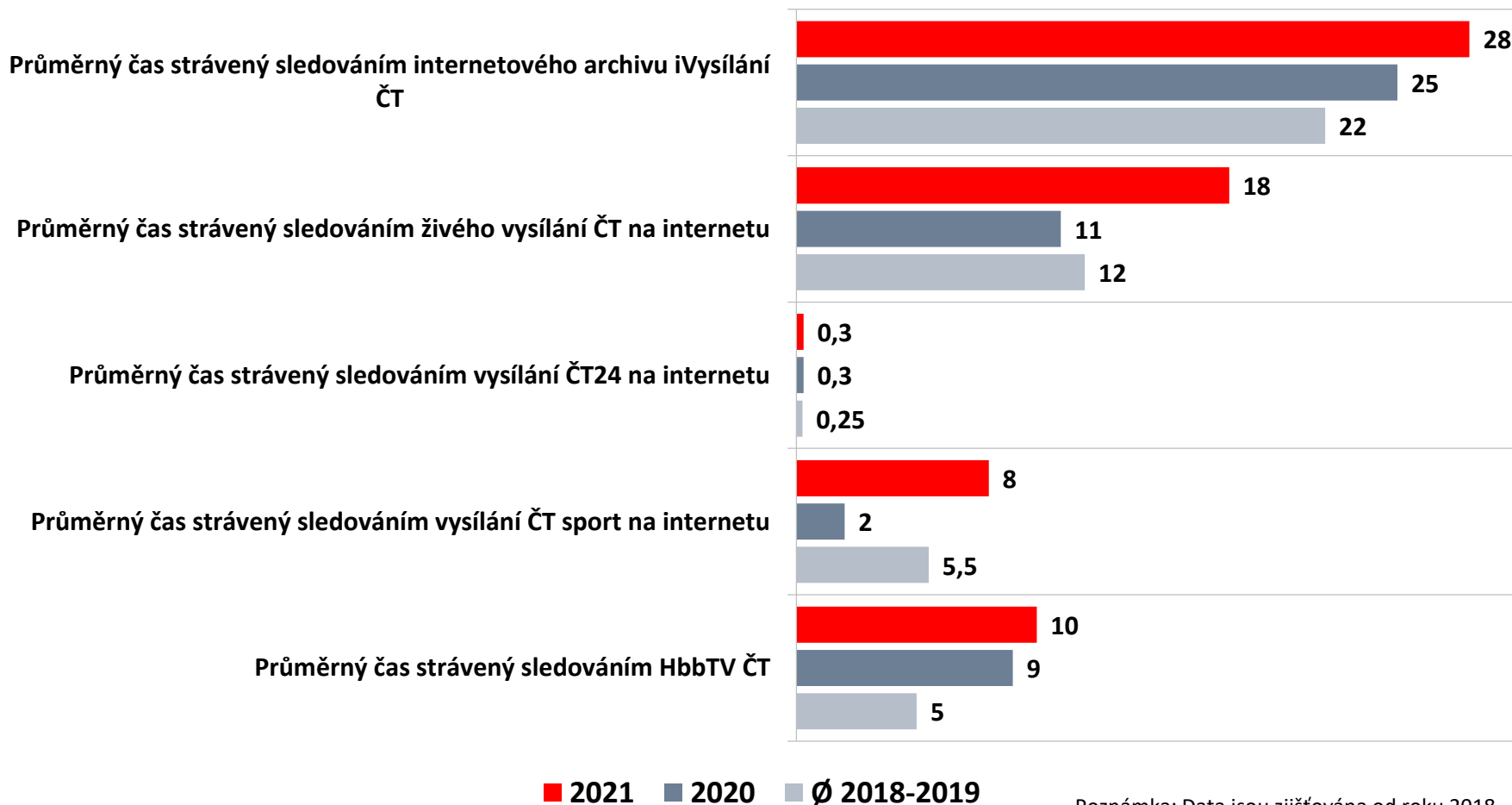
KOMENTÁŘ

- **Také vzdělávací web ČT edu vykázal ve druhém roce své existence významný nárůst zájmu, v tomto případě o 18 %.** Každý měsíc ho navštívilo více než 130 tisíc unikátních uživatelů. Žáci a studenti zde měli k dispozici více než devět tisíc výukových videí a téměř 1 500 různých pracovních listů, které byly za rok 2021 staženy cca 380tisíckrát.
- **Nově jsme do měření návštěvnosti zařadili také web ČT art,** který průměrně každý měsíc navštívilo téměř 55 tisíc unikátních uživatelů.
- **Průměrný počet měsíčních uživatelů* všech tří aplikací ČT se meziročně zvýšil.** Nejvyšší nárůst (o 64 %) jsme zaznamenali u aplikace ČT sport, kterou každý měsíc aktivně využilo v průměru 106 tisíc uživatelů. Aplikaci iVysílání využilo měsíčně v průměru 136 tisíc uživatelů (+12 %) a aplikaci ČT24 63 tisíc (+5 %).

* Hodnoty zahrnují uživatele využívající systémy iOS i Android.

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

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

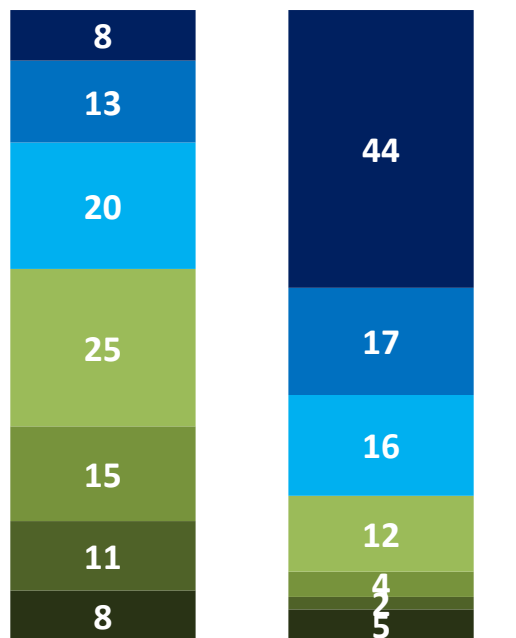
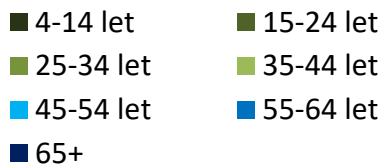


Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2018.

2021: DEMOGRAFICKÝ PROFIL DIVÁKŮ SLEDUJÍCÍCH ON-LINE VYSÍLÁNÍ ČT A DIVÁKŮ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D, v %

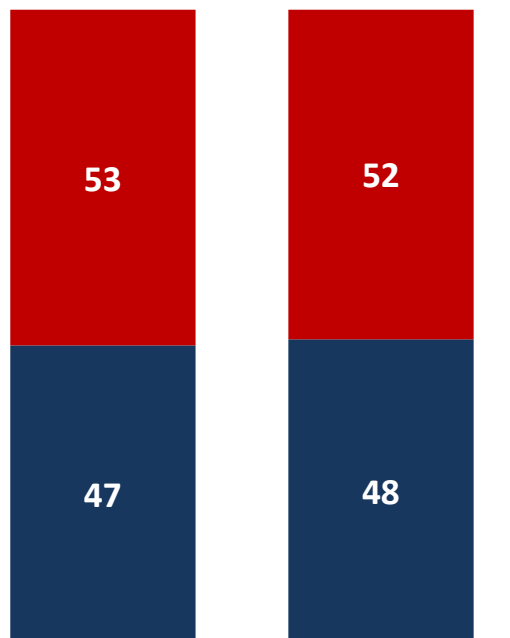
Profil podle VĚKU



online

TV

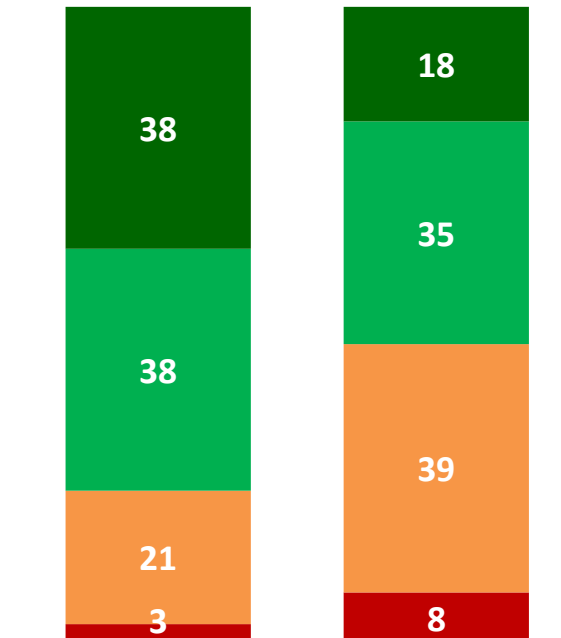
Profil podle POHLAVÍ



online

TV

Profil podle VZDĚLÁNÍ



online

TV

KOMENTÁŘ

- **Průměrný čas strávený sledováním obsahu internetového archivu ČT, tedy služby iVysílání, dosáhl v roce 2021 hodnoty 28 minut za měsíc na jednoho diváka, což je o 3 minuty více než v předchozím roce.**
- **U živého vysílání ČT uživatelé internetu strávili průměrně 18 minut měsíčně. Oproti roku 2020 se jedná o výrazný sedmiminutový nárůst.** Důvodem změny jsou i v tomto případě především sportovní přenosy, jejichž sledování přes internet v reálném čase je obecně velmi populární. Svědčí o tom **čtyřnásobný meziroční nárůst sledovanosti živého vysílání na sportovním webu České televize.**
- O 1 minutu na současných 10 minut 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 a dosahuje vyššího vzdělání.** Podíl obou pohlaví je v obou skupinách téměř vyrovnaný.
- Ve srovnání s rokem 2020 nedošlo v divácké struktuře prakticky k žádným posunům.

2021: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D

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
Jak si nevzít princeznu	2 246	1 078	83	52 %
Poslední aristokratka	1 866	397	39	23 %
Zločiny Velké Prahy	1 632	344	63	25 %
Božena	1 476	306	82	26 %
StarDance XI	1 469	238	27	18 %
Kukačky	1 442	359	93	31 %
Vlastníci	1 419	427	38	33 %
Hlava Medúzy	1 278	339	59	31 %
Boží mlýny	1 235	300	61	29 %
Ochránce	1 151	290	65	31 %
V síti	1 140	369	64	38 %
Osada	868	392	92	56 %
Havel	586	121	14	23 %
13 minut	340	117	36	45 %
Pečení na neděli	272	47	11	21 %

2021: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D

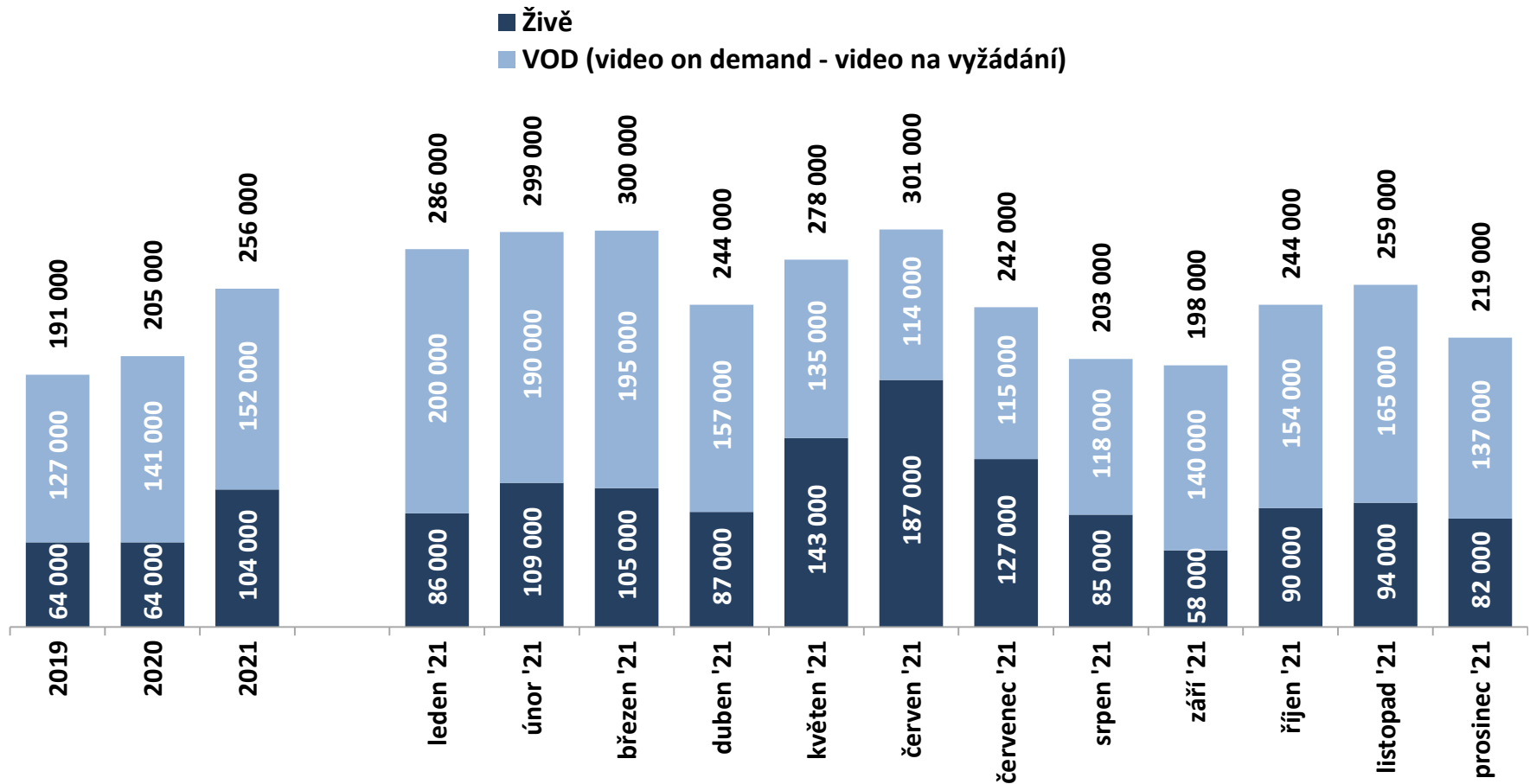
Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Ester	495	198	76	55 %
V karavanu po Česku	421	169	29	47 %
Karolína	407	109	62	42 %
Španělská chřipka	390	125	29	39 %
Krajinou domova III	168	35	5	24 %
Manu a Matěj na cestě III	161	33	6	24 %
Krása na prodej	157	70	15	54 %
Znásilnění pod kůží	152	65	15	52 %
Vraždy ve Valhalle	109	79	16	88 %
Bodyguard	86	60	15	88 %

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 2021 připadalo z celkového času, který diváci strávili s Českou televizí, 89 % na živé sledování v televizi, 9 % na odloženou televizní sledovanost a 2 % na sledovanost přes internet.
- **Nejsledovanějším cyklem České televize na internetu byl v roce 2021 seriál *Kukačky*, jehož každý díl si opožděně přehrálo 93 tisíc uživatelů.** V průměru dalších 359 tisíc diváků si jednotlivé díly pustilo odloženě v televizi. Internetoví diváci si oblíbili také seriál *Osada* (92 tisíc internet / 392 tisíc TV odloženě).
- **Jako již tradičně vzbudila velký zájem štědrovečerní pohádka, tentokrát šlo o titul *Jak si nevzít princeznu*.** Pohádka se stala divácky vůbec nejúspěšnějším pořadem roku na všech televizích – živě ji sledovalo bezmála dva a čtvrt milionu diváků. Další více než jeden milion diváků si pohádku přehrál odloženě v TV, což je nejvyšší hodnota odložené sledovanosti od začátku měření. Na webu následně věnovalo titulu pozornost dalších 83 tisíc diváků.
- **Internetové diváky zaujala také minisérie *Božena*, kterou si odloženě na internetu přehrálo 82 tisíc diváků, dalších 306 tisíc pak odloženě v televizi.** Velkou pozornost vzbudil rovněž seriál ze školního prostředí *Ochránce* (65 tisíc internet / 290 tisíc TV odloženě). Za zmínku stojí i dokument Víta Klusáka *V síti* (64 tisíc internet / 369 tisíc TV odloženě).
- **Z pořadů ČT2 nejvíce zaujaly dva časosběrné dokumenty Heleny Třeštíkové – *Ester* (76 tisíc internet / 198 tisíc TV odloženě) a *Karolína* (62 tisíc internet / 109 tisíc TV odloženě).** Výrazně sledován byl také dokumentární cyklus *V karavanu po Česku* nebo dokument *Španělská chřipka*.
- **Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek i aktivitami na sociálních sítích.**

2021: VIDEOOBSAH* – VÝVOJ OBJEMU ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS) ČESKÁ TELEVIZE, VŠECHNA VIDEO (CELKOVÝ ODSLEDOVANÝ ČAS V HODINÁCH ZA DEN)

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D, v hodinách denně



2021: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

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

VŠECHNA VIDEO BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



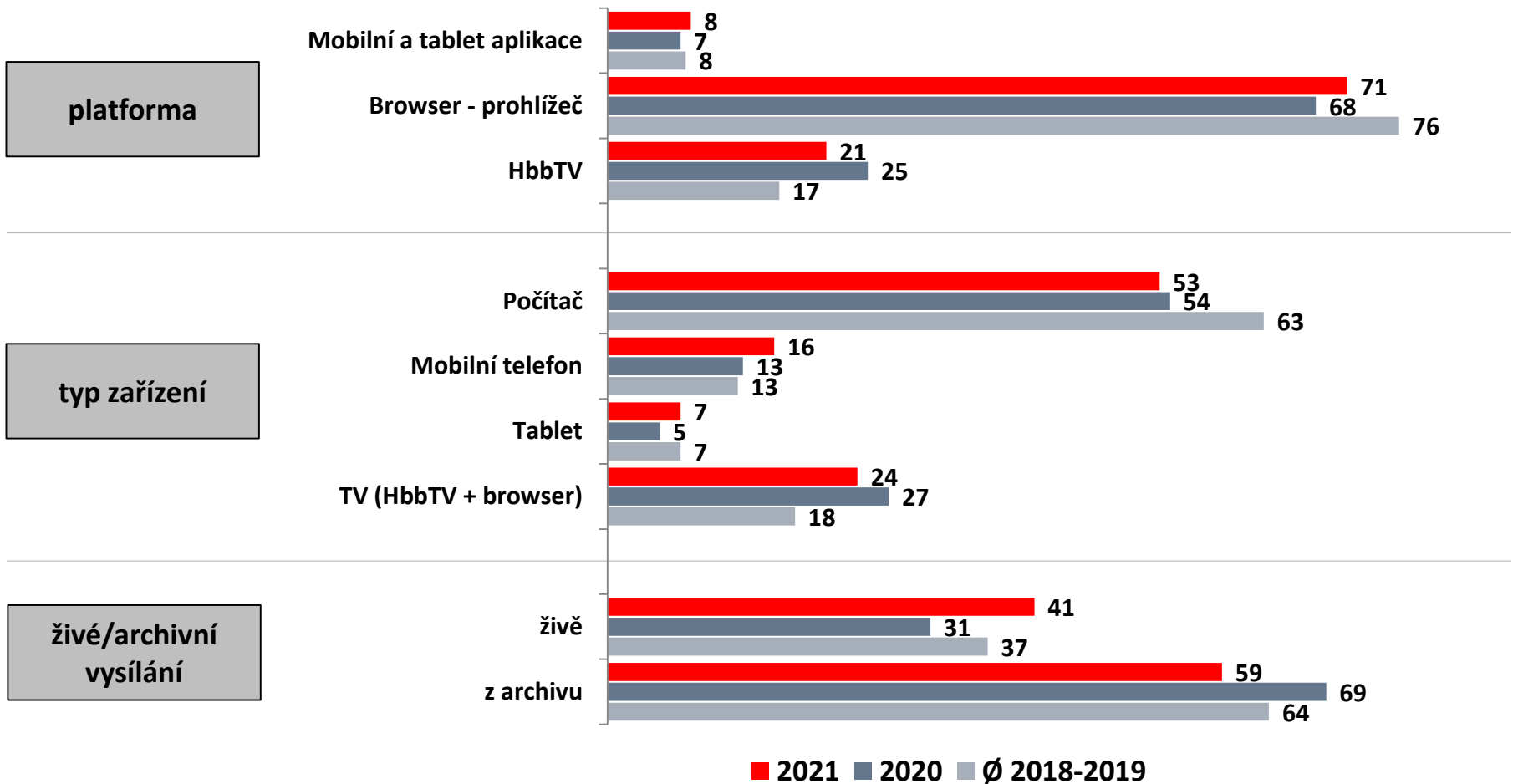
VŠECHNA VIDEO VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že 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 Admosphere, PEM-D, v %



KOMENTÁŘ

- **V roce 2021 diváci na webech České televize odsledovali každý den v průměru 256 tisíc hodin videoobsahu.* Ve srovnání s rokem 2020 se jednalo o nárůst o 25 %.** Z celkového času připadlo 104 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 152 tisíc hodin na videoobsah z archivu. Nejvyšší průměr denně odsledovaných hodin (živě nebo z archivu) jsme zaznamenali v zimních měsících, v době vrcholící vlny koronaviru, a v červnu v souvislosti s hokejovým a fotbalovým šampionátem.
- **Česká televize výraznou měrou přispívá k celkově odsledovanému videoobsahu, na kterém se podílela téměř z 53 %.** Za celý rok zde diváci odsledovali 93 milionu hodin. S odstupem následovala TV Prima (67 mil. hodin), TV Nova (16 mil. hodin) a stanice O (0,3 mil. hodin).
- **Diváci sledovali videoobsah ČT především prostřednictvím prohlížečů, přes které bylo přehráno 71 % z celkového objemu.**
- **Pětina videoobsahu ČT byla přehrána přes HbbTV –** relativní pokles o 4 p.b. oproti roku 2020 byl důsledkem významného zvýšení počtu sportovních přenosů, které diváci sledují převážně v reálném čase přes jiné platformy. Absolutně totiž čas strávený přehráváním obsahu přes HbbTV mírně narostl (viz strana 118). **Pro úplnost dodáváme, že v roce 2021 bylo v ČR téměř milion domácností (980 tisíc), které mají na televizoru k dispozici tzv. červené tlačítko.**
- Pokud jde o typ zařízení, na kterém byl on-line obsah přehráván, i nadále dominoval osobní počítač (více než polovina veškerého obsahu), 24 % přehrávání pak připadlo na televizory připojené na internet.
- 41 % videoobsahu ČT bylo přehráváno živě. Meziroční nárůst o 10 p.b. je opět přímým důsledkem zájmu o sportovní přenosy. 59 % odsledovaného času bylo přehráno z archivu.

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

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D

V roce 2021 jsme zaznamenali v průměru 718 tisíc spuštění videí České televize denně (v roce 2020 to bylo 600 tisíc). Nejvíce spuštění – v průměru 860 tisíc denně – připadlo na měsíc březen v souvislosti s vrcholem jarní vlny koronavirové pandemie.

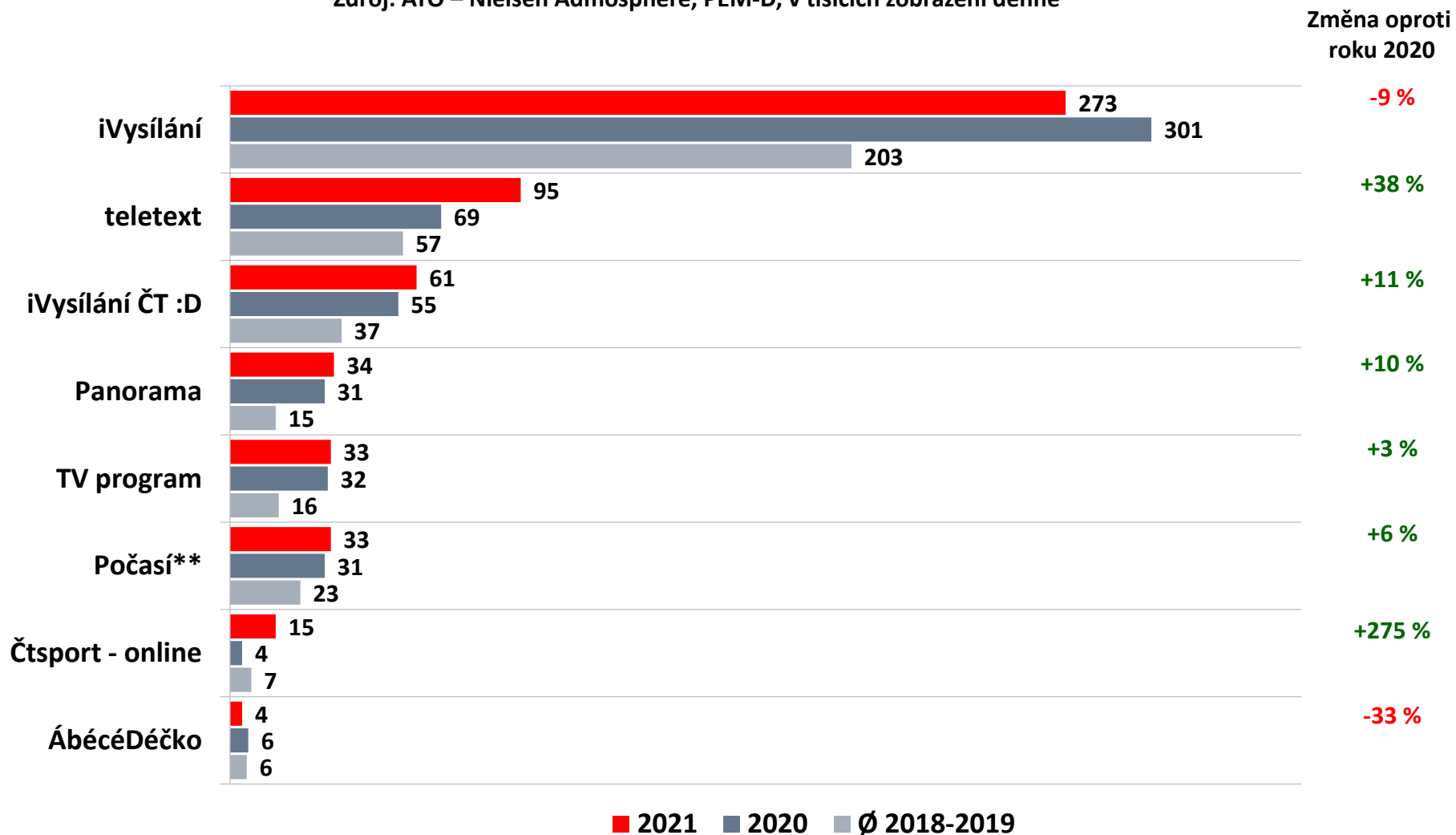
Videa na jednotlivých webech ČT byla využívána následovně:

- Web **ČT24** zaznamenal denně v průměru 15 tisíc spuštění videí z prohlížečů a dalších 6,2 tisíce z mobilní aplikace ČT24 (0,7 % celkového času stráveného u videoobsahu ČT*).
- Web **ČT :D** zaznamenal denně v průměru 53 tisíc spuštění.
- Web **ČT edu** vykázal v průměru 8 tisíc spuštění denně.
- Web **ČT sport** a sportovní mobilní aplikace zaznamenaly denně v průměru 120 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 17 % veškerého videoobsahu ČT.
- **iVysílání** (web a mobilní aplikace) zaznamenalo denně v průměru 451 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 61 % veškerého videoobsahu ČT.
- Na **HbbTV** připadlo v průměru 140 tisíc spuštění denně, jednalo se o 21 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.

Oproti roku 2020 stouply trojnásobně (ze 40 na 120 tisíc) průměrné počty denního spuštění sportovního obsahu, a to zejména díky velkým sportovním akcím – MS v hokeji, EURO ve fotbale a LOH Tokio.

HBBTV STATICKÝ OBSAH – TOP APLIKACE

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



Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2018.

KOMENTÁŘ

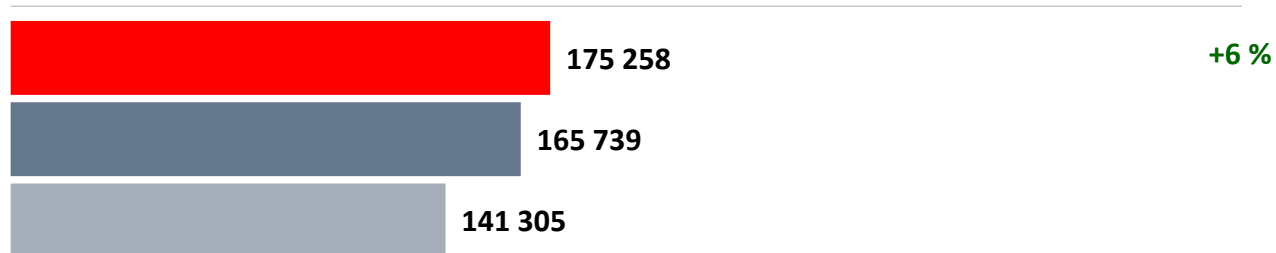
- Česká televize nabízí divákům již řadu let využívání služeb HbbTV. Aplikace ČT, prostřednictvím kterých je HbbTV využíváno, byly v letech 2019 a 2020 výrazně inovovány, další změny jsou naplánovány na první pololetí 2022. Ve srovnání s ostatními televizemi je služba HbbTV České televize jednoznačně nejvytíženější.
- **Nejčastěji využívanou aplikací je dlouhodobě iVysílání**, které bylo přes HbbTV v roce 2021 denně zobrazeno v průměru 273tisíckrát. Používání aplikace sice zaznamenalo meziroční pokles (-9 %), ale i tak je hodnota za rok 2021 o více než 30 % nad průměrem let 2018 a 2019. U prakticky všech dalších aplikací jsme registrovali meziroční nárůst. Například u teletextu o 26 tisíc zobrazení denně.
- **Všechny aplikace HbbTV dohromady byly v průměru denně zobrazeny 720tisíckrát oproti 670 tisícům v roce 2020.**
- **Počet automatického zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 5,7 milionu oproti 4,8 milionu v roce 2020.** Záměrně bylo červené tlačítko využito 142tisíckrát denně. V průběhu MS v hokeji a fotbalového turnaje EURO Česká televize nabídla divákům i služby pomocí modrého tlačítka. K oběma sportovním událostem navíc také zprovoznila speciální aplikace.
- Vedle standardního měření HbbTV máme k dispozici i tzv. unikátní metriky, které kvantifikují unikátní přístupy k HbbTV v delším časovém období, typicky za týden či měsíc. Díky tomu můžeme například konstatovat, že **HbbTV České televize každý měsíc využilo 672 tisíc unikátních diváků (+42 tisíc v meziročním srovnání).**

POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Zdroj: socialbakers.com, počet fanoušků k závěru časového období

 **Česká televize**

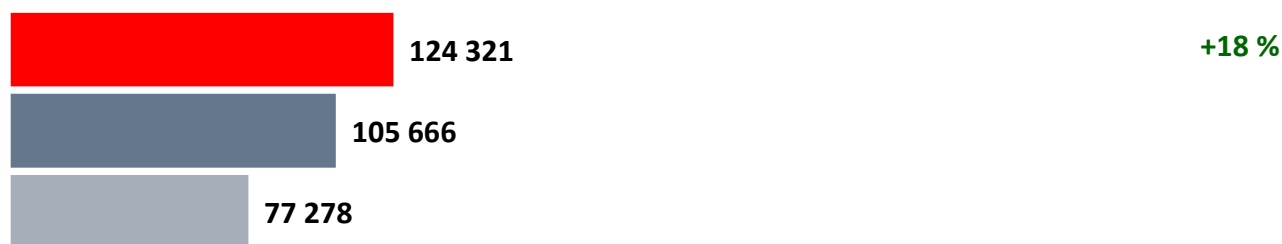
Změna oproti
roku 2020



twitter



Instagram



■ 2021 ■ 2020 ■ 2019

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

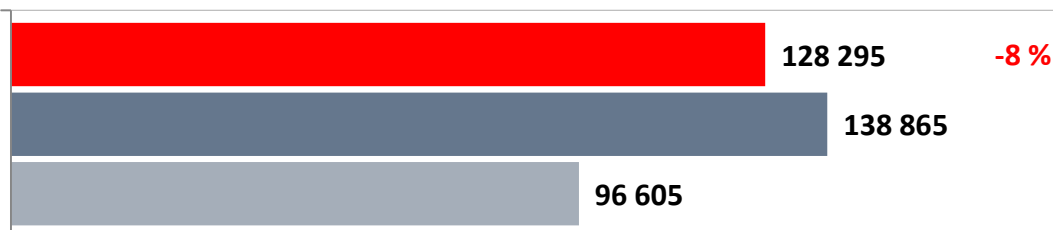
Zdroj: socialbakers.com, průměrné denní imprese/dosah



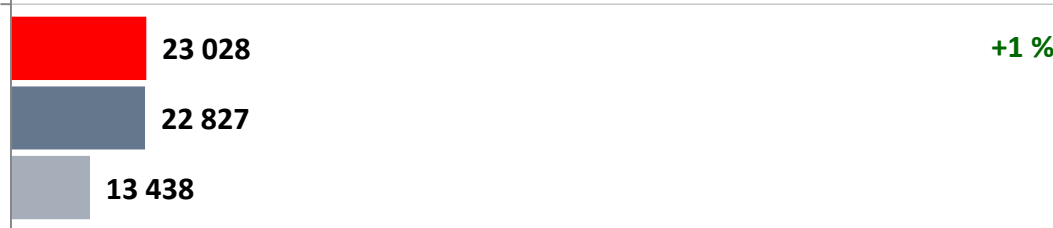
Změna oproti
roku 2020



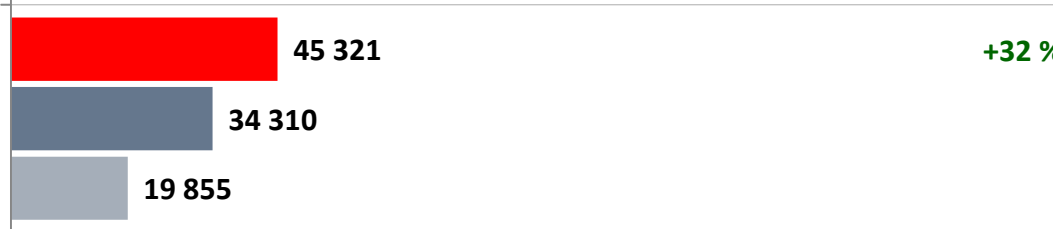
PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH*



PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE**



PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH***



■ 2021 ■ 2020 ■ Ø 2018-2019

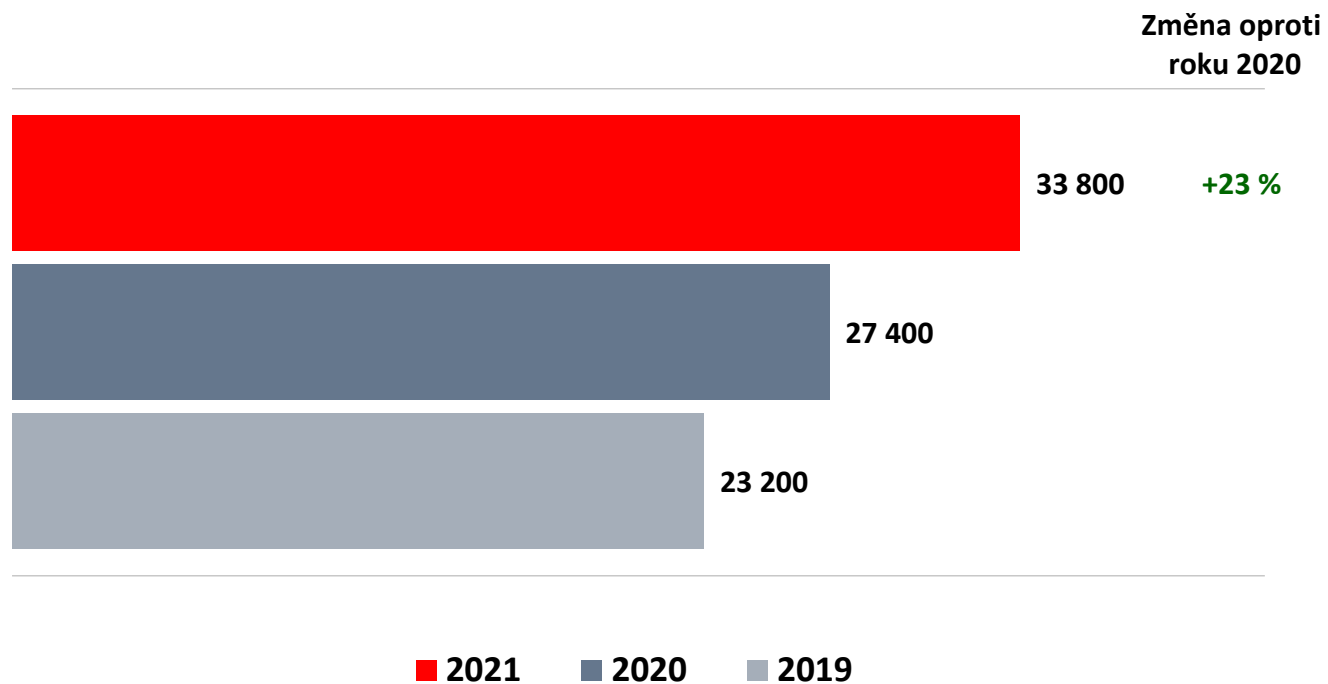
*Definice dosahu (reach) podle Facebooku = Počet lidí, kterým se jakýkoli obsah měřené stránky nebo o měřené stránce zobrazil na jejich obrazovce. Jedná se o unikátní FB účty (tzv. Unique Users).

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

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

POČET ODBĚRATELŮ YOUTUBE KANÁLU ČESKÉ TELEVIZE

Zdroj: YouTube, počet odběratelů k závěru časového období



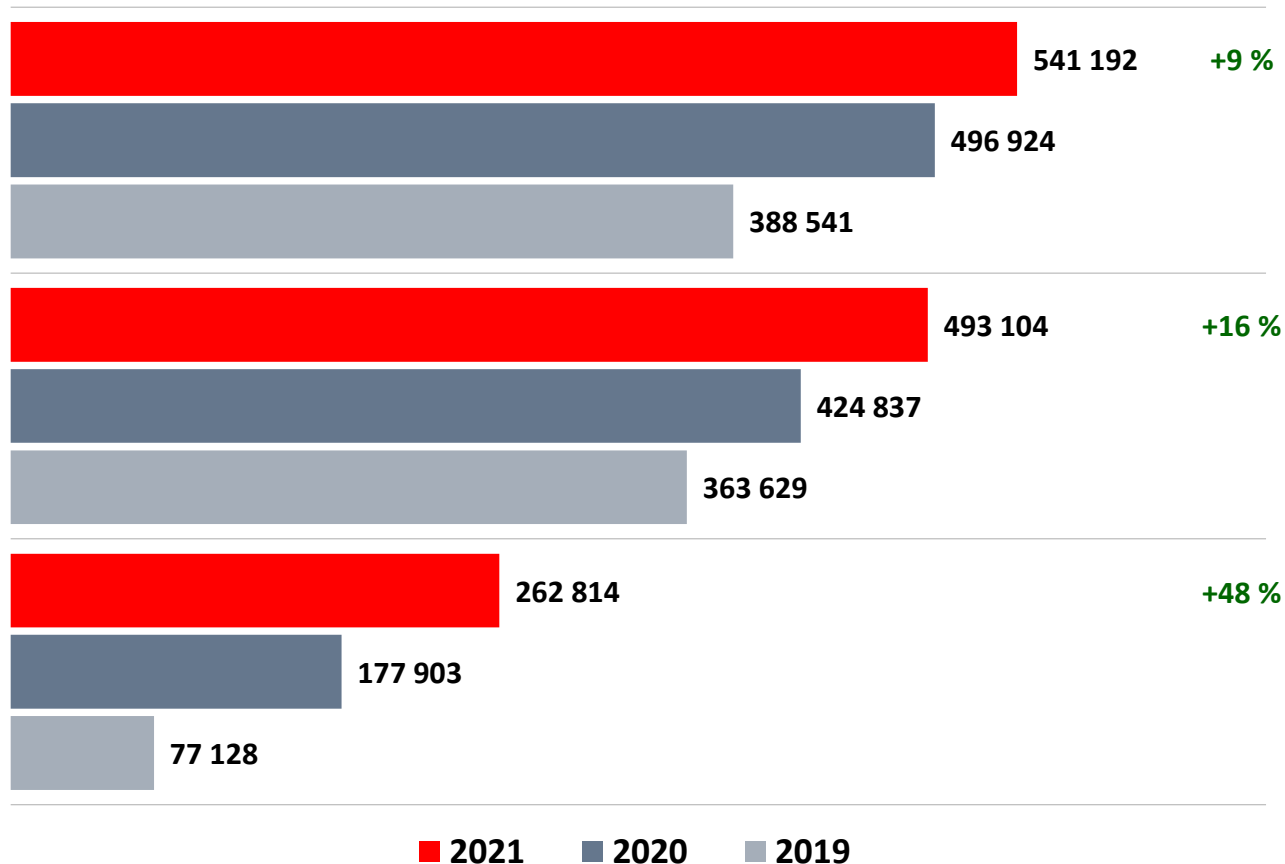
POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: socialbakers.com, počet fanoušků k závěru časového období



Změna oproti
roku 2020



DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: socialbakers.com, průměrné denní imprese/dosah

Změna oproti
roku 2020



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH*

1 611 597 -7 %

1 738 000

823 516



twitter

PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE**

1 386 301 +26 %

1 097 814

364 795



Instagram

PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH***

116 873 +76 %

66 591

14 998

■ 2021 ■ 2020 ■ Ø 2018-2019

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

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

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

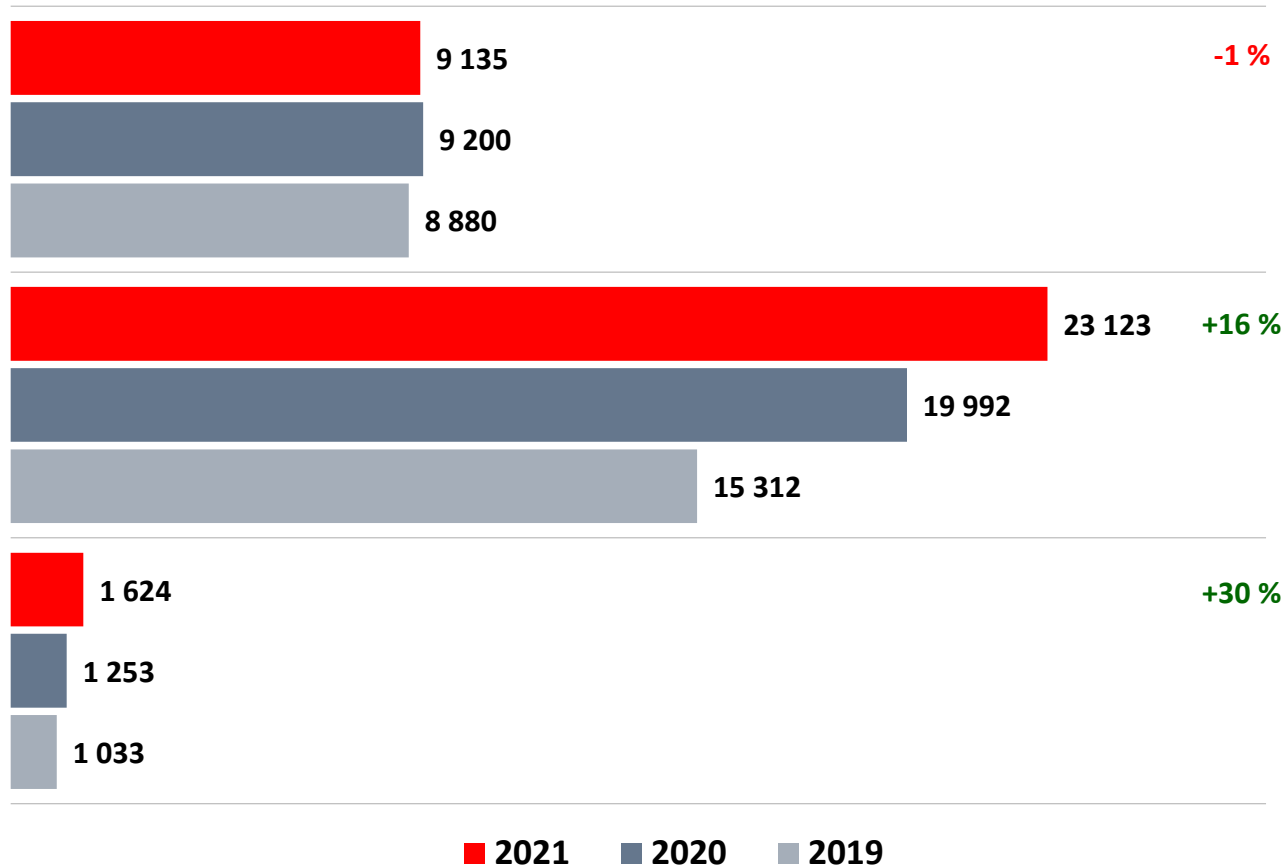
POČET PŘÍSPĚVKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: socialbakers.com, počet příspěvků, zjišťováno od roku 2019



Změna oproti
roku 2020



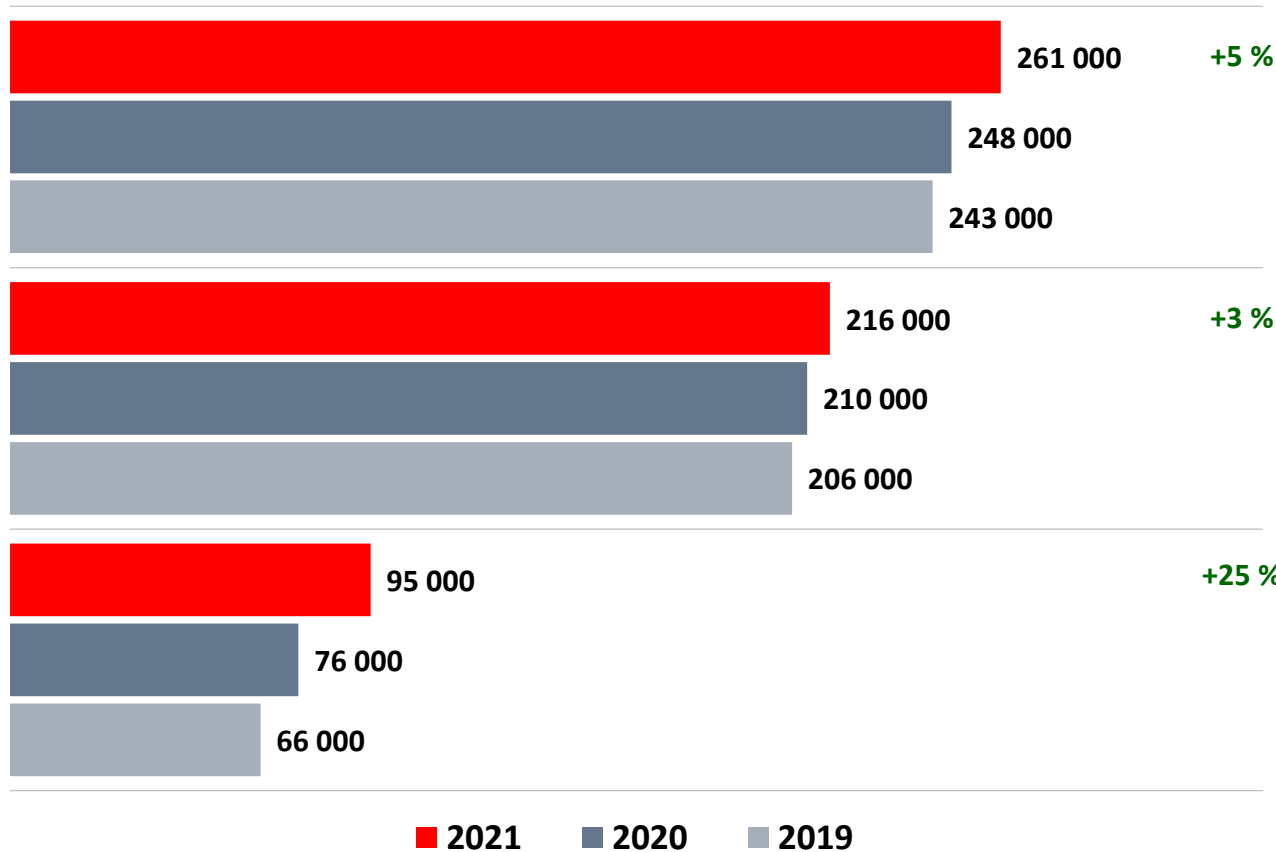
POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: socialbakers.com; počet fanoušků k závěru časového období



Změna oproti
roku 2020



KOMENTÁŘ

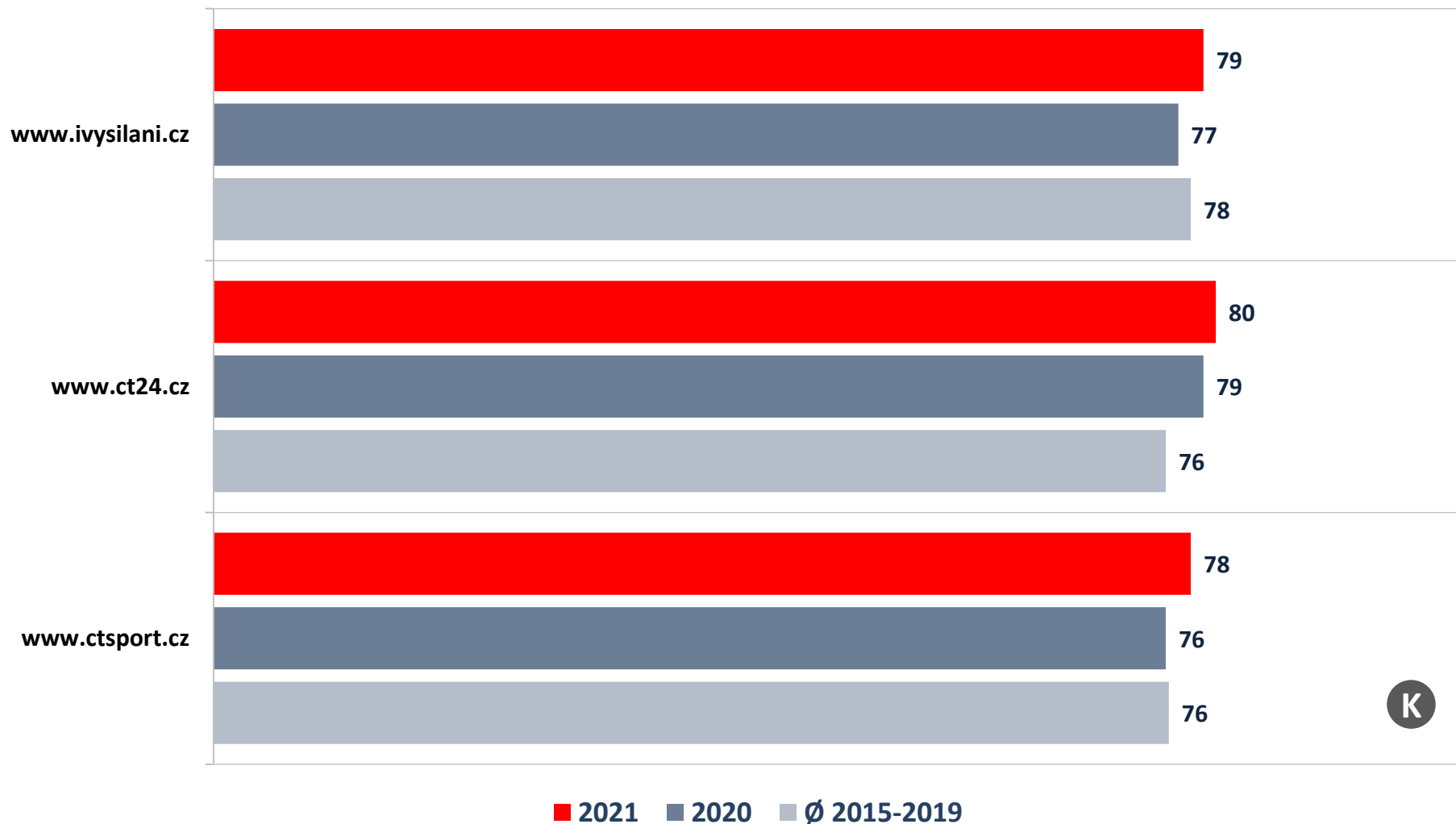
- **Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své korporátní profily, na nichž propaguje vysílaný obsah a své další aktivity.**
- **Profily ČT na třech hlavních platformách, tedy Facebooku, Twitteru a Instagramu, zaznamenaly meziroční nárůst fanouškovské základny.** V relativních číslech se to nejvíce týkalo Instagramu (+18 % na více než 124 tisíc fanoušku), v absolutních číslech přibylo nejvíce sledujících na Twitteru (+28 tisíc na celkem 327 tisíc). Na Facebooku sloupl počet fanoušků ke konci roku 2021 na 175 tisíc, tedy meziročně o 6 %.
- Průměrný denní dosah příspěvků publikovaných na Facebooku sice oproti roku 2020 mírně poklesl (-8 %), stále je ale výrazně nad průměrem let 2018 a 2019. V případě Instagramu narostl zásah o 32 %, průměr denních impresí tweetů zůstal prakticky nezměněn.
- **Základna odběratelů videí ČT na síti YouTube se rozrostla na bezmála 34 tisíc osob.** V porovnání s koncem roku 2020 se jedná o nárůst o 23 %.
- 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, Instagramu a YouTube.**
- Ke konci roku 2021 měla ČT24 na **Twitteru téměř půl milionu sledujících**, což představuje 16% nárůst v porovnání s koncem roku 2020. **Facebookový účet čtyřadvacítky zaznamenal během roku 2021 nárůst fanoušků ze 497 na 541 tisíc (+9 %).** Nejvyšší relativní změny v počtu sledujících dosáhl Instagram ČT24. **Za rok 2021 jich přibylo téměř 85 tisíc (+48 %).**

KOMENTÁŘ

- **Dosah facebookového profilu ČT24 překročil v roce 2021 v průměru hranici 1,6 milionu oslovených unikátních účtů za den.** V porovnání se zpravodajsky mimořádně exponovaným rokem 2020 se jednalo o pokles o 7 %, nicméně oproti průměru za roky 2018 a 2019 byla hodnota denního dosahu v roce 2021 téměř dvojnásobná. **Počet impresí tweetů z profilu ČT24 v porovnání s rokem 2020 vzrostl o 26 % a dosáhl v průměru k hranici 1,4 milionu denně.** Ze sledovaných sociálních sítí vykazují nejnižší denní zásah příspěvky na **Instagramu ČT24**, ale i u něj došlo k výraznému meziročnímu navýšení (+76 %).
- Zatímco u Facebooku ČT24 nedošlo v porovnání s rokem 2020 z hlediska počtu příspěvků k prakticky žádné změně, **na Twitteru ČT24 se jejich počet zvýšil o 16 % na více než 23 tisíc.** Také na Instagramu ČT24 jsme zaznamenali meziroční nárůst publikovaných příspěvků, a to o 30 %. V porovnání se zbylými dvěma sociálními sítěmi je však jejich absolutní počet výrazně nižší.
- **Rovněž ČT sport sdílí obsah s uživateli sociálních sítí.** Na Facebooku měla stanice ke konci roku 2021 261 tisíc fanoušků (+5 %), na Twitteru 216 tisíc sledujících (+3 %) a na Instagramu 95 tisíc fanoušků (+25 %).

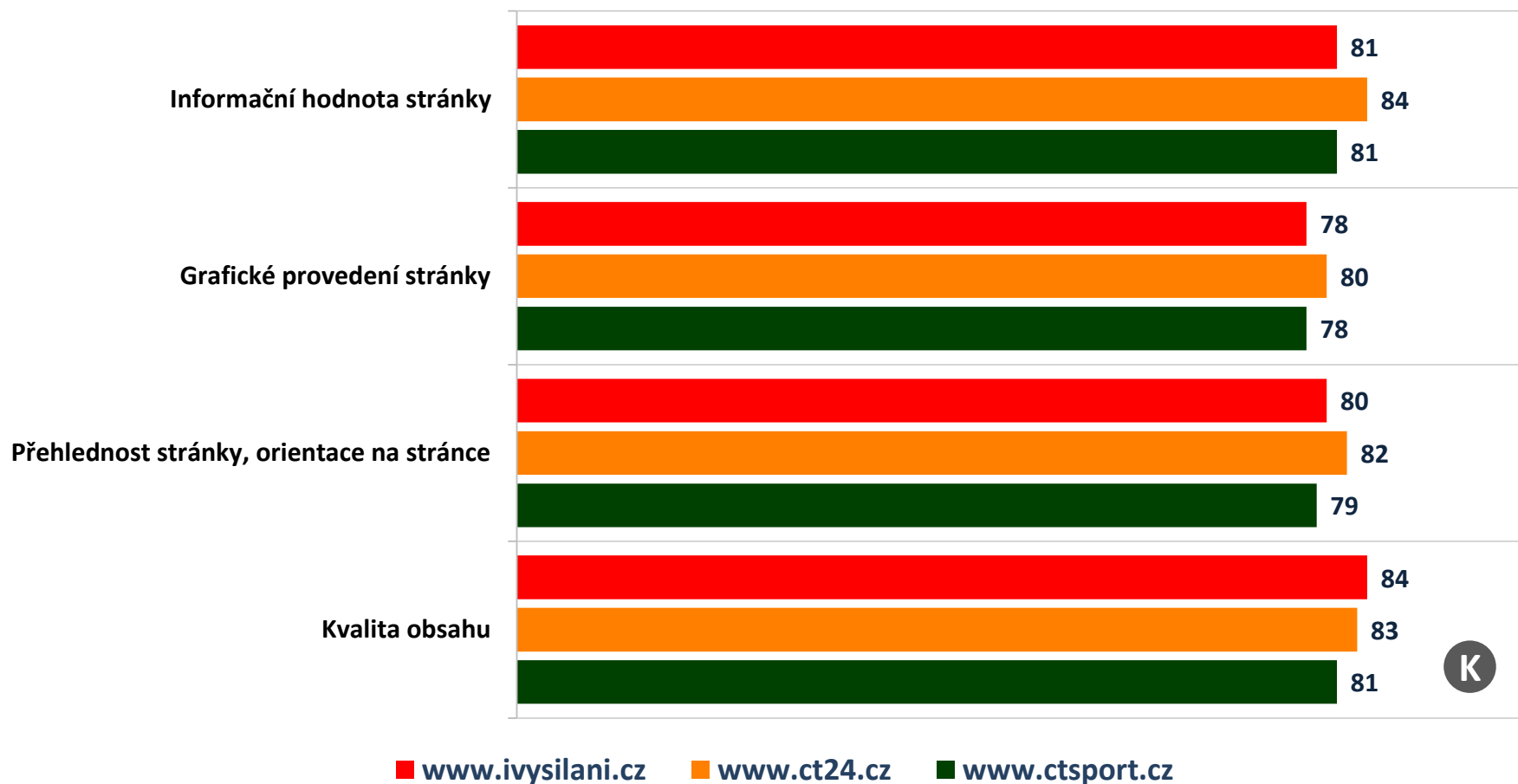
CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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



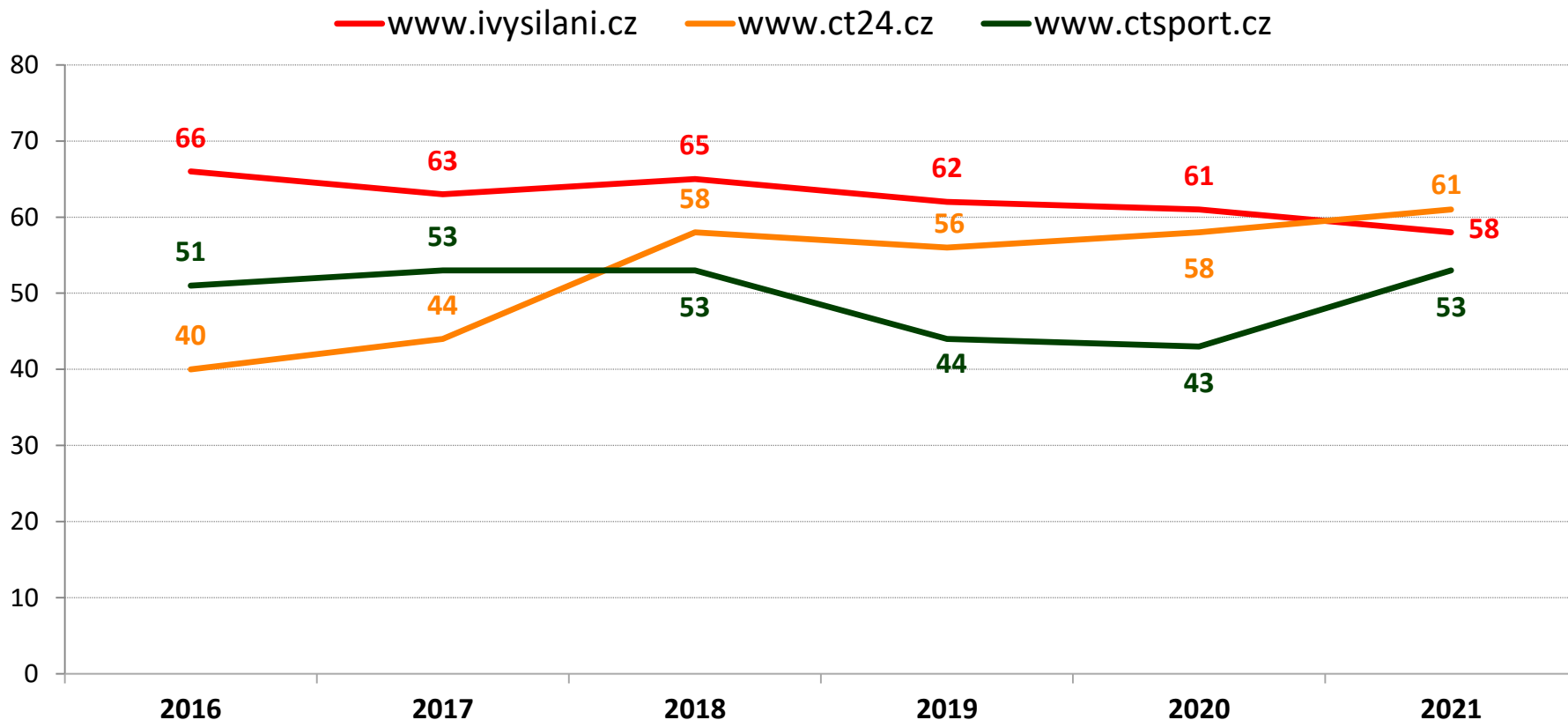
2021: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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



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, byly i v roce 2021 hodnoceny velmi pozitivně.** O 2 p.b. narostl koeficient celkového hodnocení internetové stránky iVysílání (79 %) a také webu ČT sport (78 %). Koeficient zpravodajského webu ČT24 činil 80 % (+1 p.b.).
- **Výrazně nadprůměrně byly hodnoceny také jednotlivé aspekty internetových stránek ČT,** tedy jejich informační hodnota, grafické provedení, přehlednost či orientace na stránce a kvalita obsahu. Jednotlivé koeficienty jsou u všech sledovaných webů a u všech kritérií vždy vyšší než 78 %. **Vůbec nejvíce, z 84 %, návštěvníci oceňují informační hodnotu webu ČT24 a kvalitu obsahu stránek iVysílání.**
- **Také tzv. NET PROMOTER SCORE (NPS), neboli míra loajality diváků na stupnici -100 až +100, je u všech tří sledovaných webů na velmi vysoké úrovni.** Zatímco v případě ČT24 ukazatel NPS meziročně narostl na hodnotu +61, u iVysílání poklesl o 3 body na +58, což je nejnižší hodnota NPS u této stránky od roku 2016. Je ale potřeba zmínit, že výzkum byl realizován ještě před zavedením nové podoby iVysílání na začátku prosince 2021, a tak se do hodnocení promítá pouze stará verze webu. Ta nebyla v poslední době z pochopitelných důvodů dále rozvíjena, spíše jen udržována.
- Po velmi výrazném nárůstu loajality ke stránce ČT24 v roce 2018, který byl způsoben změnou architektury webu, se hodnoty ustálily okolo hladiny +60. Pokles hodnoty NPS u ČT sport v letech 2019 a 2020 byl zřejmě spojen se „zvykáním si“ tradičních uživatelů na novou podobu stránky (v roce 2019 byla spuštěna nová verze webu), a také s drasticky omezenou sportovní nabídkou po většinu roku 2020. V roce 2021 se hodnota NPS webu ČT sport vrátila na úroveň let 2016-2018.
- **Všechny hodnoty NPS jsou vzhledem k obecně uznávaným standardům nadprůměrné, loajalitu návštěvníků k uvedeným webovým stránkám 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 Admosphere, Tracking ČT, v % [2021 (2020; Ø 2015-2019)]

	Průměrný týdenní zásah vysílání ČT v jednotlivých skupinách (ATO)	Souhlas s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům.“ (TRA) S	Souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.“ (TRA) S
Populace 18+	76 (75;76)	64 (60;64)	72 (74;76)
Muži 18+	74 (72;76)	66 (62;63)	76 (76;76)
Ženy 18+	78 (78;77)	62 (59;66)	69 (72;75)
18-24 let	32 (30;35)	55 (53;52)	74 (65;68)
25-34 let	50 (50;57)	59 (52;56)	73 (79;76)
35-44 let	74 (73;76)	68 (64;67)	76 (84;79)
45-54 let	82 (81;83)	68 (69;67)	74 (78;79)
55-64 let	88 (88;88)	66 (64;67)	72 (72;75)
65 nebo více let	92 (92;92)	62 (63;70)	68 (67;73)
Základní 18+	65 (68;67)	58 (57;61)	65 (66;68)
Středoškolské bez maturity 18+	79 (78;80)	62 (60;66)	69 (70;72)
Středoškolské s maturitou 18+	75 (73;75)	65 (61;65)	74 (75;80)
Vysokoškolské 18+	79 (78;77)	68 (62;63)	79 (84;80)

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah České televize v divácké skupině 18+ narostl v roce 2021 o 1 p.b. na hodnotu 76 %. Nárůst o 2 p.b. byl zaznamenán u mužů, u žen zůstal na stejné úrovni jako v roce 2020. Z hlediska věkových skupin došlo k nárůstu o 2 p.b. mezi diváky ve věku 18-24 let a o 1 p.b. u diváků ve věku 35-44 let a 45-54 let. U ostatních věkových skupin zůstal zásah beze změny. Nadále platí přímá úměra mezi zvyšujícím se věkem diváků a zásahem České televize. O 3 p.b. se snížil zásah ČT mezi diváky se základním vzděláním. U ostatních vzdělanostních skupin došlo k nárůstu o 1 až 2 p.b.**
- **Celková míra souhlasu s výrokem ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům narostla o 4 p.b. na hodnotu 64 %.** S výrokem souhlasilo o 4 p.b. více mužů a o 3 p.b. více žen než v roce 2020. Největší meziroční nárůst míry souhlasu s tímto výrokem registrujeme mezi mladšími diváky ve věku 25-34 let (+7 p.b.) a v následující věkové kategorii 35-44 let (+4 p.b.), dále pak u diváků s maturitou a vysokoškolským vzděláním (+4 p.b., respektive +6 p.b.).
- **Pokles o 2 p.b. na hodnotu 72 % jsme zaznamenali u celkového souhlasu s výrokem ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.** Zatímco s výrokem souhlasila stejná část mužů jako v roce 2020, u žen to bylo o 3 p.b. méně. Pokles souhlasu s výrokem o 4-8 p.b. vykazují divácké skupiny ve věku 25-54 let a také diváci s vysokoškolským vzděláním. K výraznému nárůstu souhlasu (+9 p.b.) došlo v nejmladší věkové kategorii diváků mezi 18 a 24 lety.

2021: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %



2021: SLEDOVANOST A HODNOCENÍ KVALITATIVNÍCH ASPEKTŮ KANÁLU ČT3 MEZI SENIORY (65+)

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, DKV ČT, v %

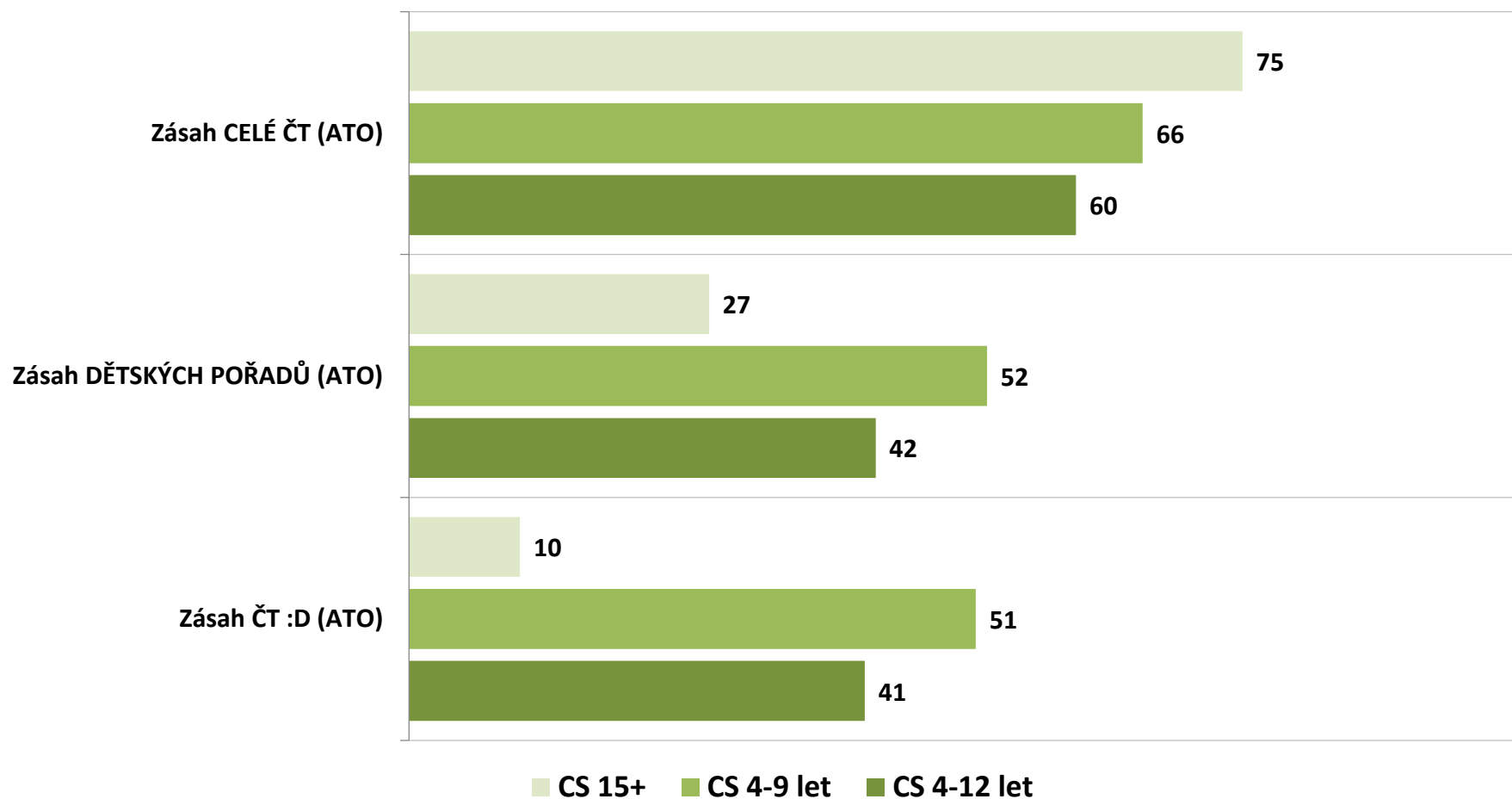
Parametr	Hodnota pro CS 65+
Průměrný týdenní zásah (reach)	29
Průměrný podíl na publiku (share)	1,83
Spokojenost	87
Originalita	57
Zaujetí	86

KOMENTÁŘ

- **Úroveň spokojenosti s pořady ČT dosáhla v roce 2021 hodnoty 83 %. Ženy dlouhodobě hodnotí pořady ČT o něco pozitivněji než muži, což se potvrdilo i v roce 2021. Mezi jednotlivými věkovými skupinami nejsou rozdíly ve spokojenosti s pořady nijak zásadní.** Z řady vystupuje snad jen skupina diváků ve věku 45-54 let, u níž je deklarovaná spokojenost na úrovni 86 %, tedy nejvyšší, a na druhé straně skupina nejmladších diváků ve věku 15-24 let, mezi kterými je spokojenost relativně nejnižší. I tam ale činí 80 %.
- **Nejmladší stanice České televize, program ČT3** určený převážně seniorům, se v druhém roce své existence mezi diváky plně etabloval. V závěru roku 2020 se jeho vysílání prodloužilo i do hlavního vysílacího času, ve kterém si rychle našel své publikum. **Vysílání stanice ČT3 dokázalo oslovit každý týden v průměru 29 % diváků starších 65 let.** Průměrný podíl na publiku se pohyboval mírně pod úrovní 2 %.
- **Hodnocení kvalitativních indikátorů vysílání programu ČT3 je mezi seniory nadprůměrné.** ČT3 je celkově jedním z vůbec nejlépe hodnocených kanálů ČT.

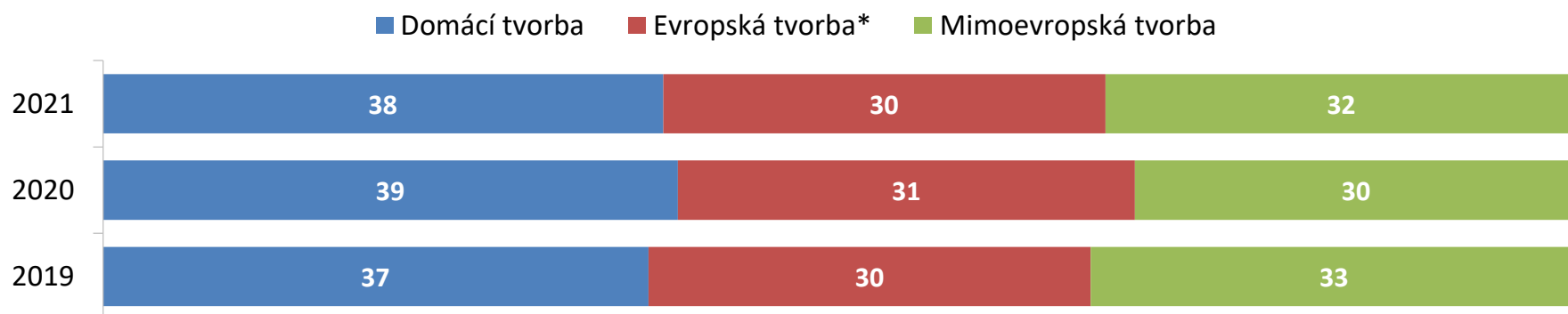
2021: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

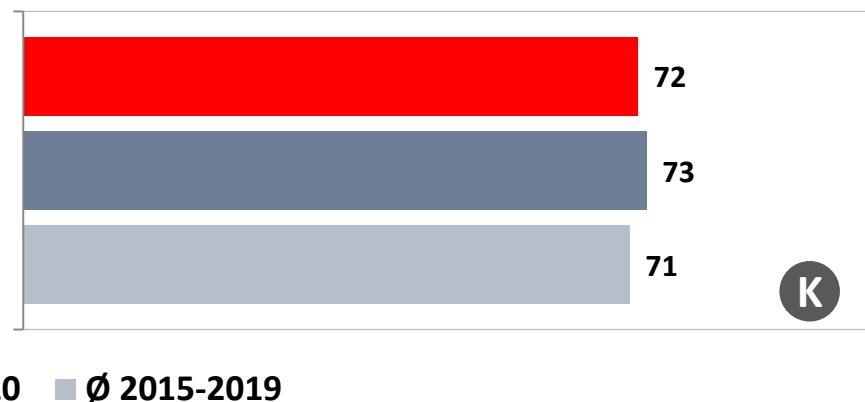


PODÍL DOMÁCÍ, EVROPSKÉ A MIMOEVROPSKÉ TVORBY NA DĚTSKÝCH POŘADECH, VNÍMÁNÍ PŮSOBNÍ ČT NA DĚTSKÉHO DIVÁKA

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



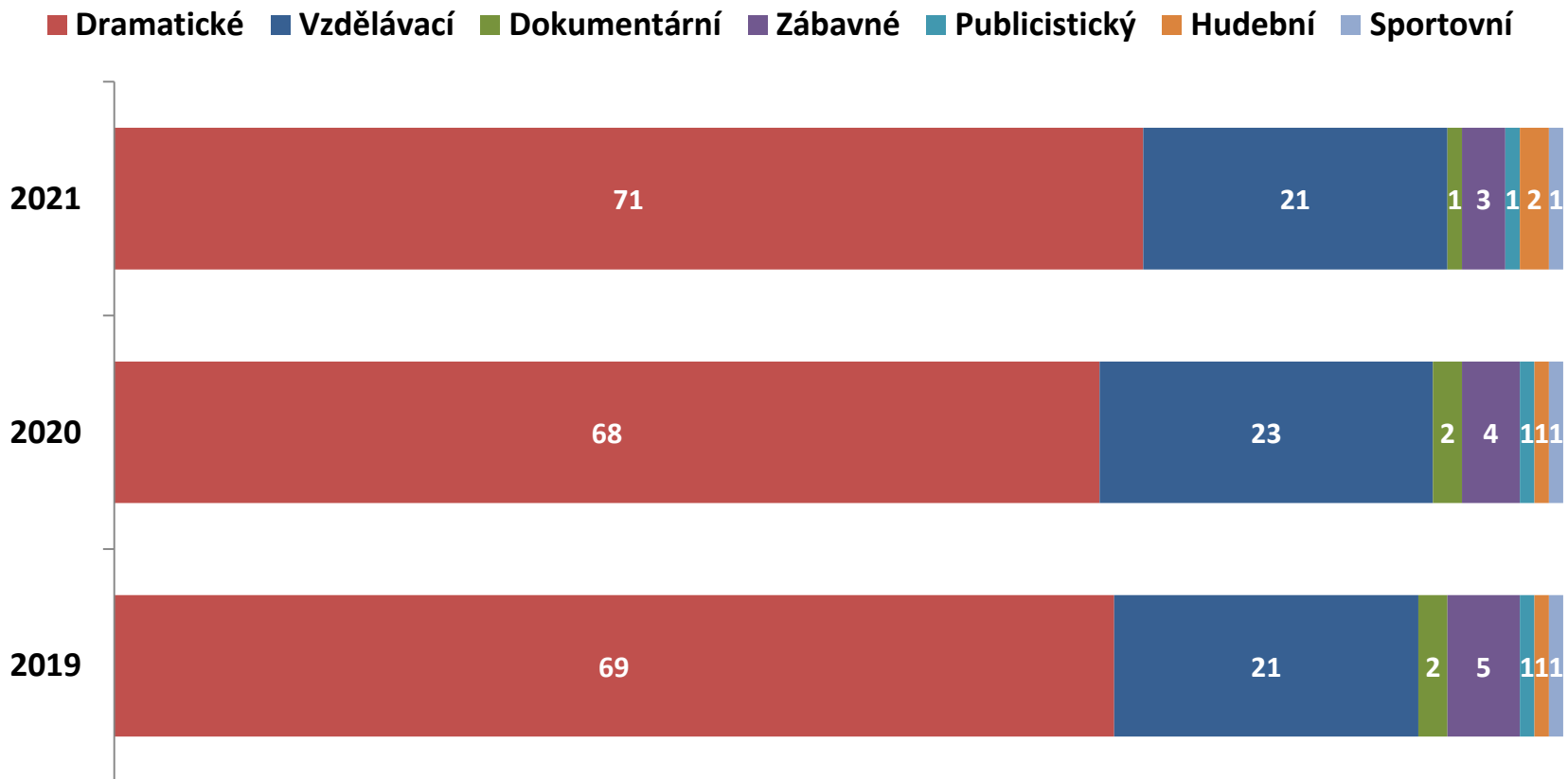
Vnímání ČT jako televize prezentující ve vysílání pro děti hodnoty slušnosti, vzdělanosti, úcty k národnostním menšinám a k životnímu prostředí. (TRA)



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

PODÍL JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ NA VŠECH DĚTSKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah vysílání celé České televize činil v roce 2021 mezi dětmi ve věku 4-9 let 66 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 60 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady byl ve skupině 4-9 let 52 %, zásah ČT :D ve stejné věkové skupině byl pak o 1 p.b. nižší (51 %).**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech zůstává dlouhodobě stabilní. V roce 2021 poklesl o 1 p.b. na hodnotu 38 %.** K poklesu o 1 p.b. došlo také u podílu odvysílané dětské evropské tvorby. O 2 p.b. naopak narostl podíl mimoevropské tvorby na pořadech pro děti.
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, v roce 2021 to bylo 71 % (meziročně +3 p.b.).** Druhým nejfrekventovanějším formátem pro děti byly v minulém roce vzdělávací pořady s podílem 21 %. Podobně jako v roce 2020, tak i v průběhu loňského jarního lockdownu nabídla Česká televize dětským divákům vzdělávací pořad *UčíTelka*. Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v minulých letech, tedy v řádu nižších jednotek procent.

2021: 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	26	11
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	39	16
Sváteční slovo	náboženské skupiny	40	3
Uchem jehly	náboženské skupiny	16	7
Zakázaný Bůh	náboženské skupiny	13	6
Babylon	národnostní/etnické menšiny	36	16
Khamoro 2020	národnostní/etnické menšiny	1	1
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	12	5
Klíč	hendikepovaní	21	9
Letní paralympijské hry 2020 Tokio	hendikepovaní	18	24
Paralympijský magazín	hendikepovaní	9	3
Televizní klub neslyšících	hendikepovaní	21	9
Zprávy v českém znakovém jazyce	hendikepovaní	360	58
Interview ČT24	LGBT	2	1
Queer	LGBT	19	8
Studio ČT24	LGBT	5	1

2021: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Bohoslužba Apoštolské církve	1	1
Bohoslužba Bratrské jednoty baptistů	1	1
Bohoslužba Církve československé husitské	1	1
Bohoslužba Českobratrské církve evangelické	1	1
Bohoslužba Evangelické církve metodistické	1	1
Bohoslužba Starokatolické církve	1	1
Mše svatá Květné neděle	1	1
Mše svatá s papežem Františkem v Šaštíně	1	2
Mše svatá v mezidobí	5	4
Novoroční ekumenická slavnost	1	1
Urbi et Orbi	2	1
Půlnoční mše 2021	2	3
Vánoční bohoslužba	1	1
Velikonoční bohoslužba	1	1
Velikonoční vigilie 2021	1	2
Velkopáteční bohoslužba	1	1

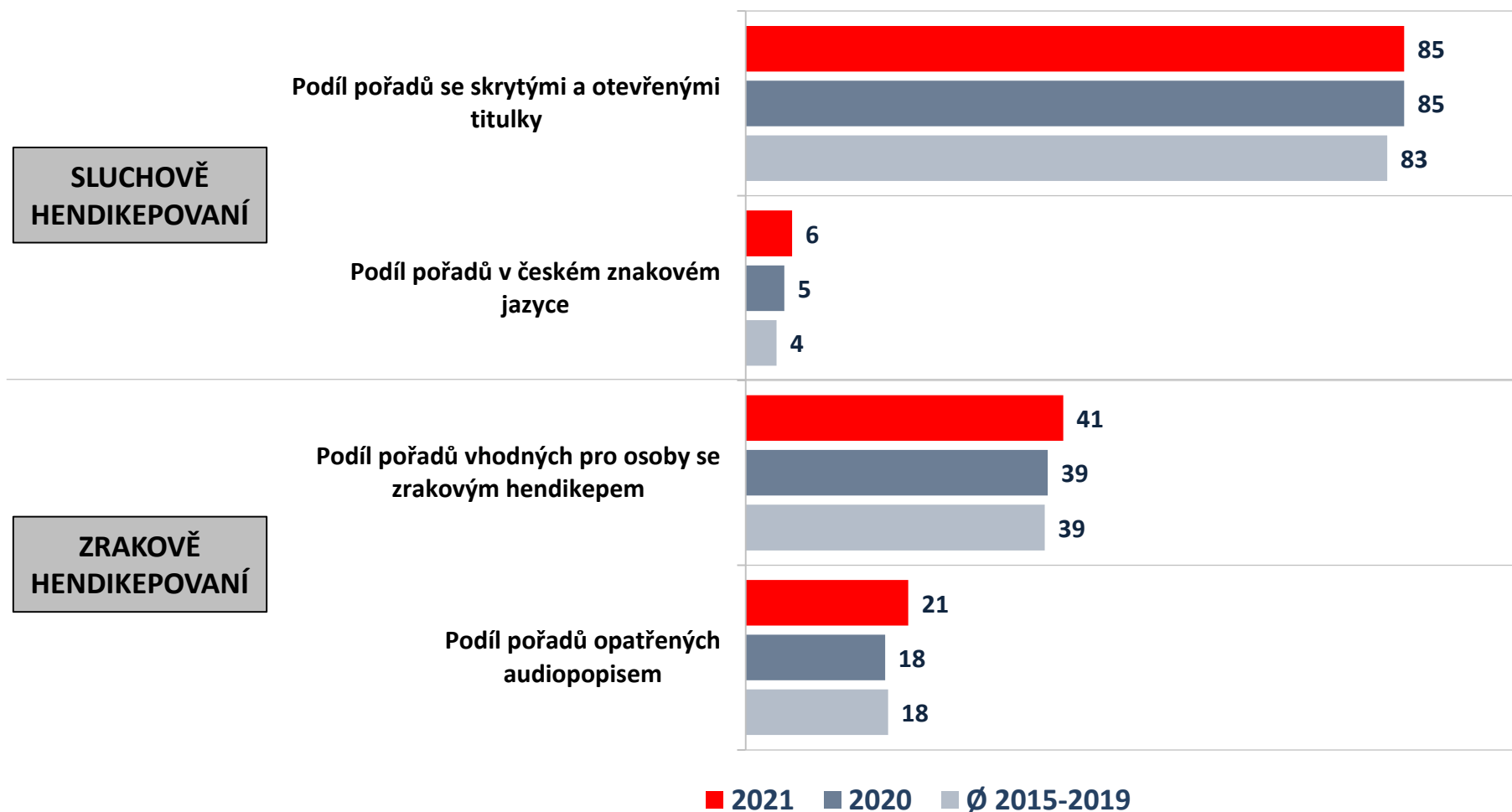
2021: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ MENŠINY ŽIJÍCÍ V ČR

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Babylon	různé	36	16
Sousedé	různé	12	5
Khamoro 2020	romská	1	1
Maďarská čítanka	maďarská	16	2

ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny a hendikepované spoluobčany.** Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2021 právě těmito 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 hlavním náboženským směrům, jakými jsou judaismus, buddhismus nebo islám.
- **Pro národnostní a etnické menšiny** připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Romům byl věnován pořad k jejich mezinárodnímu dni *Khamoro 2020*.
- **Hendikepovaným spoluobčanům** byly zase určeny tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce*, *Paralympijský magazín* nebo *Klíč*.
- **Tématu LGBT** se ČT dlouhodobě věnuje v rámci magazínu *Queer* nebo v diskuzních a zpravodajských pořadech.
- **Pokud jde o neslyšící diváky**, již před vypuknutím koronavirové krize bylo vysílání ČT koncipováno tak, aby i oni měli přístup k informacím, zábavě, vzdělávacím pořadům, dětské a dokumentární tvorbě a dalším formátům po celých 24 hodin. 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 dokonce výrazně překračuje. V roce 2021 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 85 % pořadů České televize, 6 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.**
- **Pro zrakově hendikepované** opatřila Česká televize audiopopisem 21 % (+3 p.b.) 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 (1/4)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

Media Tenor

- Media Tenor je ve středoevropském 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 Admosphere (dříve 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 (2/4)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

Nielsen Admosphere

- Nielsen Admosphere je výzkumná agentura se zázemím nadnárodní společnosti Nielsen. 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 Admosphere je členem profesních sdružení ESOMAR a SIMAR.
- Součástí skupiny Nielsen Admosphere 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 (3/4)

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.

PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. (NYU Prague a KMKSŽ FF UP) a PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D. (IKSŽ FSV UK)

- PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. je předním českým mediálním analytikem přednášejícím na New York University Prague a Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Jako člen týmu IKSŽ FSV UK se podílel na vypracování následujících hodnotících posudků:
 - *Expertní posouzení vybraných analýz České televize* leden 2015
 - *Posouzení hodnocení plnění veřejné služby Českou televizí* červenec 2015
 - *Revize metodiky hodnocení úkolů veřejné služby ČT - Obecný cíl 1* srpen 2016V roce 2016 byla spolupráce rozšířena o hodnocení zpravodajských pořadů formou případových studií zabývajících se prezentací významných událostí ve vysílání České televize.
- Druhou členkou analytického týmu je **PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.**, odborná asistentka Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, která se specializuje mimo jiné na lingvistiku a jazyk médií.

PŘÍLOHA 2 (4/4)

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D., Mgr. Marek Lapčík, Ph.D. (KMKSŽ FF UP)

- **Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.** působí na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Specializuje se na oborovou metodologii mediálních studií, výzkum příjemců mediálních obsahů a na výzkum mediálních reprezentací, především menšin a marginalizovaných skupin.
- **Mgr. Marek Lapčík, Ph.D.** působí na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Zabývá se metodologií sociálních věd a mediálních studií zejména, a to s důrazem na kvalitativní výzkumné postupy. Dlouhodobě se věnuje teorii zpravodajství a možnostem jeho analýzy, úzce se zaměřuje také na teorii diskursu a diskursivní analýzu.
- S Českou televizí oba odborníci spolupracují od roku 2019.

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 Admosphere, 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 OBSAHOVÉ ANALÝZY NYU PRAGUE A IKSŽ FSK UK

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

- a) **analýza rámcování** (framing analyses) zaměřená na to, jak byly události tematizovány a které informace byly zdůrazněny jako klíčové;
- b) **nominalizace hlavních aktérů** všímající si toho, jak jsou pojmenovávání hlavní aktéři z hlediska neutrality a případné příznakovosti jazyka;
- c) **vizuální reprezentace** tématu; jaké vizuální znaky byly použity pro reprezentaci aktérů a tématu jako celku.

Metodologické zdroje:

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

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

PŘÍLOHA 6

METODIKA ANALÝZY KMKSŽ FF UNIVERZITY PALACKÉHO V OLOMOUCI

V analýze byla užitá kombinace kvantitativních a kvalitativních výzkumných postupů.

V **kvantitativní části** výzkumu byla využita výzkumná technika tzv. obsahové analýzy. Obsahová analýza je ustálenou technikou analýzy dokumentů vycházející z pozitivistické tradice zkoumání. Lze ji charakterizovat jako výzkumnou techniku pro kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace.

Komplementárně byl vybraný vzorek podroben analýze vedené **kvalitativními postupy** zaměřenými na identifikaci klíčových jevů a způsobů výstavby jednotlivých příspěvků (například z hlediska užívání mediálních rutin). Základní užitou analytickou procedurou byly postupy a principy zakotvené teorie.