

## 5.8. Výzkum TV diváků a Image TV stanic

# Základní zpráva Výzkum TV diváků Image TV stanic pro Českou televizi

Americká 21, 120 00 Praha2

telefon: 222 511 221, fax: 222 512 800

e-mail: [vyzkum@scac.cz](mailto:vyzkum@scac.cz), <http://www.scac.cz>

## Metodologie

Metodologie

**Datum sběru:** 12. 10. – 7. 11. 2007

**Počet respondentů:** 1 250 respondentů

Výzkum byl proveden metodou osobního dotazování v domácnostech respondentů. Průměrná délka rozhovoru byla 70 minut.

Data byla převážena podle počtu respondentů v jednotlivých krajích a podle velikosti obce. Pro vážení byly použity údaje ČSÚ.

Dotazníky byly podrobeny logické kontrole a zpracovány statistickým softwarem SPSS.

Výzkum tohoto typu v ustáleném dotazníku, který má jen 2 baterie otázek variabilní – dle aktuální potřeby (v roce 2007 nová grafika ČT), probíhá pravidelně od r. 2001 každé 2 roky. Tím lze posoudit trend, s jakým se postavení celoplošných TV vyvíjí.

# Top lines

Top lines

## Image TV stanic

### Spontánní asociace

- ◆ V roce 2007 je **programová stanice ČT1** spojována nejčastěji se slovem **ČESKÁ** (nedochází k žádné změně oproti minulým letům). **Nicméně výrazně častěji se ve spojení s ČT1 objevují konkrétní pořady** – Večerníček, Četnické humoresky, AZ kvíz, Dobré ráno s ČT, Kluci v akci, Pošta pro tebe, Uvolněte se prosím atd. Oproti roku 2005 dochází ke spojení s konkrétním pořadem v 17% případů (8% v roce 2005) a navíc lze přičíst také konkrétní zmínku zpravodajských pořadů ve 3%. Výbornou pozici si v paměti lidí neustále uchovává **zpravodajství**, které se v průběhu let drží mezi prvními zásadními asociacemi (15%) a je velmi často spojováno se slovy objektivní, kvalitní.
- ◆ **ČT2** oproti roku 2005 posílila své spojení s dokumentární tvorbou (38%) – je patrné, že sport na sebe váže specializovaný kanál ČT4 (v roce 2005 byla ČT2 spojena se sportovními přenosy ve 28% případů, nyní ve 14%). Stále zůstává pro diváky stanic naučnou (13%, žádný posun oproti roku 2005) a stanic, která je pro specializovaného diváka (7% - stále mírný nárůst od roku 2001). Oproti roku 2005 je také častěji spojována s konkrétním pořadem – Krásné ztráty, Červený trpaslík, Panorama atd.
- ◆ Kanál **ČT4 Sport** je nejčastěji asociován obecně se sportovními přenosy (39%) a také lidem často vytane na mysli, že nemají jeho signál. **ČT24** je silně profilováno jako zpravodajství (46%) a podobně jako u sportovního kanálu si 15% diváků „postěžuje“, že nepřijímá jeho signál.
- ◆ **ČT sluší důstojnost a serióznost** (čím dál více), její českost a také objektivní zpravodajství. **Téměř 7% lidí spontánně v této konotaci ocenilo novou grafiku ČT.** České televizi naopak nesluší reklama, která divákům také nejvíce vadí. Ostatní výhrady jsou relativně ojedinělé a dosahují max. 5% (nezajímavost, skladba pořadů...). **Diváci by ocenili větší rozsah filmové nabídky – to je věc, která jim obecně u ČT nejvíce chybí, podobně jako zábava a vzdělávací pořady.**
- ◆ Vnímání **Novy se od roku 2005 výrazně proměnilo** – čtvrtina diváků si ji **spojuje s filmy**, což je mimořádný nárůst oproti předchozím rokům (2003 i 2005 dosahovaly asociace 5%). **Seriálová produkce** zůstává u Novy dominantním prvkem pro 30% diváků a to je také znatelný nárůst oproti roku 2005 (19%). Stále zůstává zábavnou a senzacechtivou stanicí s výraznými komerčními prvky (v těchto případech dosahuje podobných čísel mezi 10 až 14%).
- ◆ **Stanice Prima** je v současné době vnímána především jako **seriálová (35%)** a také jako producent **reality show formátu**. Zatímco v roce 2003 byla ve 12% spojována s krimi produkcí, v současné době je to již necelých 5%. **Diváci si také vybavují konkrétní pořady** na Primě – Rodinná pouta, Velmi křehké vztahy, MASH, Prima vařečka, Ber nebo neber, Letiště.



### *Celkové hodnocení televizních stanic na 7-bodové stupnici*

- ◆ Celkové hodnocení jednotlivých stanic je od roku 2003 **vyrovnané v případě ČT1** (stále dosahuje průměru 5,2 ze 7 bodů tj. zhruba 75% ideálního stavu). Pozvolný vzestup je patrný u **ČT2, která své hodnocení pravidelně zvyšuje od roku 2001** a dnes dosahuje stavu 4,9 tj. 70% ideálního stavu (v roce 2001 to bylo 61%). U Primy došlo k mírnému poklesu na průměrnou hodnotu 4,8 a Nova se v celkovém hodnocení zastavila těsně pod hranicí 5.
- ◆ Stále platí, že všechny televizní stanice mají hodnocení nadprůměrné – pohybuje se kolem hodnoty 5, což znamená, že v průměru se všechny stanice divákům spíše líbí.

### *Slovní charakteristiky*

- ◆ **ČT1 se nejčastěji pojí se slovy česká a pro děti (tradičně)**, následuje důvěryhodnost a informativnost. V **aktuálně-informačně-objektivním sémantickém prostoru** se v roce 2007 vyskytuje častěji než v letech předchozích a ještě k tomu je považována za spolehlivou (nejvíce od roku 2001 – vzestup o 16%).
- ◆ **Vzestupné trendy u ČT1 jsou patrné u slov:** informativní, aktuální, objektivní, spolehlivá, solidní, inteligentní, rodinná, klidná, užitečná, výchovná, vkusná, zajímavá, moderní.
- ◆ **ČT1 není rozháraná, kýčovitá, urážející, povrchní, laciná, chaotická ale ani mladá.**
- ◆ **ČT2 je stále více stanicí pro náročného diváka a výchovnou.** Je více vnímána jako informativní a inteligentní či zajímavá, navíc je to stanice solidní.
- ◆ **Nova je charakteristická svou senzacechtivostí (méně než v roce 2005) a vysíláním seriálů.** Mírně klesá její „bavičská“ nálepka (od roku 2001 klesající trend – z 62% na 49%). Je to stabilně moderní zábavná stanice, která působí „barevně“ a dynamicky. Nova určitě není výchovná, stará ani klidná či nudná. Jejím handicapem může být nevкус, nesolidnost či menší náročnost na inteligenci diváka (včetně používaného jazyka).
- ◆ **Prima se proměnila ve svých charakteristikách** – v současné době je nejvíce spojována nejen se seriály, ale také se soutěžemi (nárůst o 22%), je vnímána jako bavič a výrazně méně jako dynamická stanice. Stále je to televize pro obyčejného člověka a je zábavná. Je méně často vnímána jako mladá a moderní, ztrácí i v nálepce „rodinná“. Je více kýčovitá a méně inteligentní a vkusná.

### *Hlavní televizní stanice – celkově a pro jednotlivé žánry*

- ◆ **ČT1 si udržela svou pozici z roku 2005** a je stále hlavní stanicí pro 36% diváků, Nova mírně posílala (zhruba o 3%) a mírné posílení je patrné také u ČT2. **Velký propad je vidět u Primy, která snížila svůj podíl na 11%** (z 19% !!!).
- ◆ **ČT1 si zároveň udržela prvenství ve 3 žánrech: je hlavní stanicí pro pořady pro děti, zpravodajství a publicistiku. Zvýšila také svůj podíl v zábavě z 20% na 25%** (přebrala Nově i Primě). ČT2 si udržuje prvenství ve sportu.
- ◆ **Nova je hlavní stanicí pro zábavu, filmy a seriály** – v případě filmů výrazně posílila svou pozici (ze 40 na 49%) „díky“ propadu Primy v tomto segmentu (z 23 na 16%).
- ◆ **Prima nemá prvenství v žádném žánru, je druhou nejčastěji vybíranou stanicí pro seriálovou tvorbu.**

### *Nová tvář ČT*

- ◆ **Spontánně si diváci s novou tváří ČT nejčastěji vybavují nové identifikační symboly (27%), změnu barev (14%) a znělky se slogany (14%).**
- ◆ Nový vzhled působí moderně a většině diváků se líbí, 13% populace jej považuje za naprosto originální. Pouze 2% diváků jsou přesvědčena, že ČT novou grafikou ztratila serióznost. Nový vzhled není ani příliš razantní ani nepůsobí na diváky zmateně.
- ◆ Každému pátému divákovi se nové symboly (spíše) nelíbí, téměř polovina diváků se k němu staví kladně a třetina tento problém neřeší.
- ◆ **Průměrná známka nového vzhledu ČT je dvojka – chvalitebný.**



## Preference diváků

### *Očekávání od televize a jejich naplnění*

- ◆ **Televize má divákům poskytovat především zpravodajství** – informace určitě očekává více než 62% lidí (je to ještě výrazně více než v roce 2005, kdy tento silný požadavek vyslovilo 55% populace).
- ◆ **Dalším silným magnetem budou pro všechny diváky bez rozdílu české filmy** (50%) – druhé místo zaujímaly i v minulých letech a jdou napříč diváckou obcí.
- ◆ **Na dalších místech se významně změnilo pořadí od roku 2005** - české seriály sice stále určitě očekává 37% diváků, ale ještě častěji chtějí cestopisné a přírodopisné pořady, zajímavosti, zahraniční filmy, ale třeba také odhalování nespravedlnosti či publicistiku.
- ◆ **ČT1 uspokojuje diváky v oblasti zpravodajství, publicistiky, pořadů pro děti** a také ve většině dalších typech pořadů tvoří spokojenost s množstvím nejčtenější kategorií (stejně jako v minulých letech). **Přidat ovšem může v cestopisných a přírodopisných pořadech a v investigativní publicistice (zastupování veřejnosti či odhalování nespravedlnosti). Diváci uvítají také více zajímavostí nebo užitečné rady a nápady.**
- ◆ **ČT2 saturuje obecnost také ve zpravodajství a navíc v kulturních pořadech či publicistice.** Dle diváků může přidat více **investigativních pořadů, českých filmů, pořady rad a nápadů či zajímavostí** (podobně jako na ČT1).
- ◆ Diváci považují za dostatečné množství zpravodajství a publicistiky na Nově, také je nasycen detektivní žánr nebo nepolitické diskuse – naopak může přinášet více cestopisů, českých filmů či dokumentů. Je patrné, že na rozdíl od ČT1 je zde patrný nedostatek českých pořadů pro děti.
- ◆ Prima svou nabídkou nejméně splňuje očekávání diváků – nejčastěji se jí to daří v případě zpravodajských a publicistických pořadů. Diváci nejvíce očekávají, že přidá regionální zpravodajství, české filmy a inscenace a také kulturní pořady.

### *Typy pořadů, ve kterých jsou jednotlivé stanice nejlepší*

- ◆ **ČT1 vítězí v 15 typech pořadů – bezkonkurenční je v dětských pořadech**, oproti roku 2005 byla oceněna i jako nejlepší v českých moderovaných zábavných pořadech. Její doménou stále zůstává oblast zpravodajství, publicistiky a české filmové a seriálové tvorby.
- ◆ **ČT2 klasicky panuje ve všech vzdělávacích a naučných pořadech, k tomu se přidružuje kultura a sport.**
- ◆ **Nova stále dominuje v odhalování nespravedlnosti a navíc převzala prvenství v detektivním žánru**, které dříve patřilo Primě. Na Nově pravděpodobně objevíme nejlepší zahraniční filmy a seriály, samozřejmě sem patří oblast skandalizujících pořadů a také moderní hudební pořady.
- ◆ **Prima si uchovává prvenství v reality show a nově jej získává v telenovelách**, přišla o speciality jakými byly užitečné rady (získala ČT1) a kriminální žánr (nyní Nova).

### *Celkové hodnocení TV stanic na 7-bodové stupnici (druhé hodnocení)*

- ◆ **ČT1 i ČT2 se v celkovém hodnocení mírně zlepšily oproti roku 2005** – nejedná se o signifikantní rozdíl v případě ČT1, ale jednoznačný trend už od roku 2003 (5,1 – 5,2 – 5,4). V případě ČT2 došlo k více „skokovému“ rozdílu (4,6 – 4,8 – 5,2). K výraznému zlepšení došlo u ČT24, za dva roky získala 8 desetin bodu navíc. ČT4 Sport má stejné hodnocení jako ČT24.
- ◆ **V případě komerčních stanic dochází k mírnému zlepšení hodnocení Novy** (4,8 – 5,0), ale ještě nedošlo k návratu na pozici v roce 2001 (5,2). U Primy pozorujeme spíše mírný pokles (5,1 – 4,9).



## Zpravodajství

### Hlavní zpravodajské pořady

- ◆ Nejčastěji sledované hlavní zpravodajství je na TV Nova (podle deklarace diváků) – **Televizní noviny sleduje 49% lidí** a od roku 2003 nedošlo k žádné zásadní změně.
- ◆ **Události na ČT1 udržují svou druhou pozici (38%)** s mírným nárůstem od roku 2005, ale ještě stále nedosahují hodnot z roku 2003 (43%).
- ◆ **1. zprávy TV Prima sleduje od roku 2003 stále méně diváků** – v letošním roce deklarovalo sledovanost 13% lidí, před dvěma lety to bylo ještě 17% (a v roce 2003 dokonce 26%)
- ◆ **Otázky Václava Moravce od roku 2005 zdvojnásobily svou sledovanost** (podle deklarace diváků) a jejich znalost se také zvýšila.

### Jak mají vypadat zprávy v televizi

- ◆ **Televizní zpravodajství má být více klidné než akční a s určitým časovým odstupem. Nedílnou součástí zpravodajství mají být živé vstupy.**
- ◆ Zpravodajský pořad nemá být jen stručným a rychlým přehledem, ale také není třeba důkladná hluboká analýza (ta pravděpodobně patří do specializovaných pořadů spíše publicistického charakteru). **Diváci volí střed v délce a hloubce zpráv.** Od roku 2003 nedochází k žádným dramatickým změnám ve vnímání, pouze je patrný mírný trend směrem k větší stručnosti a kratšímu formátu.

### Zpravodajství – důležitost jednotlivých prvků a jejich realita

- ◆ Nejdůležitější vlastností zpravodajství zůstává **aktuálnost a srozumitelnost** – v průběhu let jejich hodnota ještě stoupá.
- ◆ Diváci stále více očekávají, že zpravodajství bude **nestranné a užitečné**, velkou roli může hrát výběr zpráv a s tím souvisí zařazování reportáží a přenosů.
- ◆ **Události ČT1 jsou hodnoceny nejlépe v aktuálnosti a srozumitelnosti**, mají skvělé chování moderátorů a jsou považovány za nejvíce užitečné a také nestranné. Jejich celkový dojem také působí nejlépe.
- ◆ **Televizní noviny na Nově mají nejlepší dobu začátku a celkovou délku. Jsou aktuální a zábavné a tím i zajímavé.** Nova nejvíce ztrácí v hodnocení nestrannosti.
- ◆ 1. zprávy na Primě nevíteží nad konkurencí v ničem, zpravodajství ČT24 vítězí v množství informací a jinak má velmi podobný profil jako zpravodajství na ČT1.

## Televizní vysílání - obecně

### Frekvence sledování TV stanic

- ◆ Každodenní sledovanost je typická pro stanice ČT1 a Nova – pouze 10% populace sleduje ČT1 méně než 2x týdně, zhruba totéž lze říci i také o TV Nova (zatímco Prima má dvojnásobek takových diváků).
- ◆ **Frekvence sledovanost ČT1 se od roku 2003 nemění**, v případě ČT2 dochází k nárůstu sledovanosti 4-5x týdně, denní sledovanost také mírně stoupla od roku 2005 (i 2003).
- ◆ **V případě Novy došlo od roku 2001 k relativně velkému úbytku každodenních diváků** – v roce 2001 tvořily 64% divácké obce a nyní pouze 47%. Ovšem u **Primy je situace výrazně dramatičtější** – v roce 2005 deklarovalo 43% TV diváků **denní sledování, nyní je to pouze 29%**.
- ◆ ČT1 má diváky rozdělené zhruba na dvě poloviny – jedna polovina ji sleduje v průměru max. hodinu denně a druhá polovina více než hodinu. Pouze zhruba **13% diváků** uvádí, že se dívá na ČT1 **více než 3 hodiny denně** (velmi podobný profil má v současné době také Prima). **U Novy je takových diváků čtvrtina.**

### Sledování TV v domácnosti



- ◆ **V 63% domácností deklarují, že sledují TV program pouze na jednom televizoru** (v roce 2005 to bylo v 55% domácností – pokles může být způsoben náhradou TV v dětských pokojích za počítače, na kterých ovšem děti nesledují TV program, ale hrají hry nebo mají jiný druh zábavy. Častěji také dochází k propojení obývacího a kuchyňského prostoru, takže už není nutné mít samostatnou TV v kuchyni. Není také jisté, zda lidé dokáží vnímat sledování určitých pořadů z archivu přes internet jako televizní vysílání).
- ◆ **V případě, že je v domácnosti více televizorů, schází se rodina u jednoho vybraného pořadu pouze občas.** Takové domácnosti, které společně tráví čas u televize (i když se mohou rozdělit) tvoří zhruba třetinu. Každá desátá „multitelevizní“ domácnost se nesejde u stejného pořadu nikdy.
- ◆ **Všechny televize jsou vybaveny dálkovým ovládáním a devět z deseti může přijímat teletext.**
- ◆ **Jakýkoliv přístup k internetu deklaruje 58% populace a 50% domácností má internetový přístup zavedený doma** (v roce 2005 to bylo pouhých 30% domácností).

#### *Digitalizace*

- ◆ V roce 2001 projevilo aktivní zájem o digitální vysílání 5% dotázaných („jakmile bude digitální vysílání, ihned zakoupím) – **v roce 2007 je tato skupina čtyřnásobná (21%)**. Došlo k výraznému ústupu z pozic „bez názoru“ a také ubylo lidí, kteří chtějí vyčkávat na zkušenosti.
- ◆ **Každý desátý divák patří mezi odpůrce digitálního vysílání stejně jako v roce 2005.**
- ◆ Je patrné, že informovanost lidí o digitalizaci stoupá – zatímco před dvěma lety byla horní přijatelná cena set-top-boxu cca 3.600 Kč, v roce 2007 se pohybuje kolem **1.600 Kč**. Dalším znakem informovanosti jsou pouze 3% populace, která o digitalizaci slyšela poprvé až díky dotazníku (v roce 2005 byla takových lidí třetina). Podle deklarace lze soudit, že minimálně 90% populace bylo informováno o digitalizaci nejpozději v tomto roce.
- ◆ **Digitální vysílání má lidem přinést především kvalitnější obraz a lepší příjem signálu,** samozřejmě také větší možnosti výběru – ať už v televizních stanicích nebo samotných pořadech. Pětina lidí stále neví, co od digitálního vysílání může očekávat (v roce 2005 to bylo 28% lidí).

