



Šestidílný dokumentární seriál, který popisuje šest ambiciózních dětí a jejich rodiče v cestě za úspěchem, nasadila Česká televize od dubna 2014 na kanál ČT2 do nedělního okna od 20:00. Před kamerou se tak ocitly: herečka, modelka, tenistka, krasobruslařka, houslista a boxeři.

Kdo ale dospěl k tomuto rozhodnutí? Samy děti, nebo jejich rodiče? Pomáháme dětem plnit jejich sny, nebo je připravujeme o jejich dětství, abychom si plnili sny vlastní? Dokumentární seriál vypráví o šesti různých přístupech k dětem a ambicím dospělých a dětí. Ne všichni z nich jsou talentovaní, nikdo z nich nemá podmínky k úspěchu úplně ideální, všechny ale spojují tři slova: pot, slzy a hlavně naděje.

	Datum	Začátek	Délka	Název	Spokojenost	15+			M15+			Ž15+			4-14		
						Rat %	Rat. tis.	Share %	Rat %	Rat. tis.	Share %	Rat %	Rat. tis.	Share %	Rat %	Rat. tis.	Share %
1	20.04.14	20:02:25	0:42:39	Bez práce nejsou koláče	7,6	1,6	139	3,89	1,3	54	3,41	1,9	86	4,27	0,7	7	3,20
2	27.04.14	20:08:00	0:43:42	Co nejde silou, jde ještě větší silou	8,5	1,1	96	2,36	1,1	45	2,41	1,1	51	2,32	0,3	3	1,73
3	04.05.14	20:00:23	0:44:04	A usmívej se u toho	8,3	1,1	94	2,25	0,7	30	1,69	1,4	63	2,69	0,4	5	2,20
4	11.05.14	20:01:10	0:44:04	Teď se ukaž	8,3	1,1	98	2,20	0,8	34	1,58	1,4	65	2,77	0,1	1	0,50
5	18.05.14	20:00:41	0:44:42	Všichni tě sledují	8,1	1,1	92	2,02	0,8	34	1,56	1,3	58	2,44	0,1	1	0,49
6	25.05.14	20:00:38	0:48:32	Není konec, dokud není konec	9,2	0,9	78	2,19	0,8	33	2,09	1,0	45	2,27	0,5	5	2,43
Průměr 6x					8,3	1,1	99	2,44	0,9	38	2,06	1,4	61	2,76	0,3	4	1,69

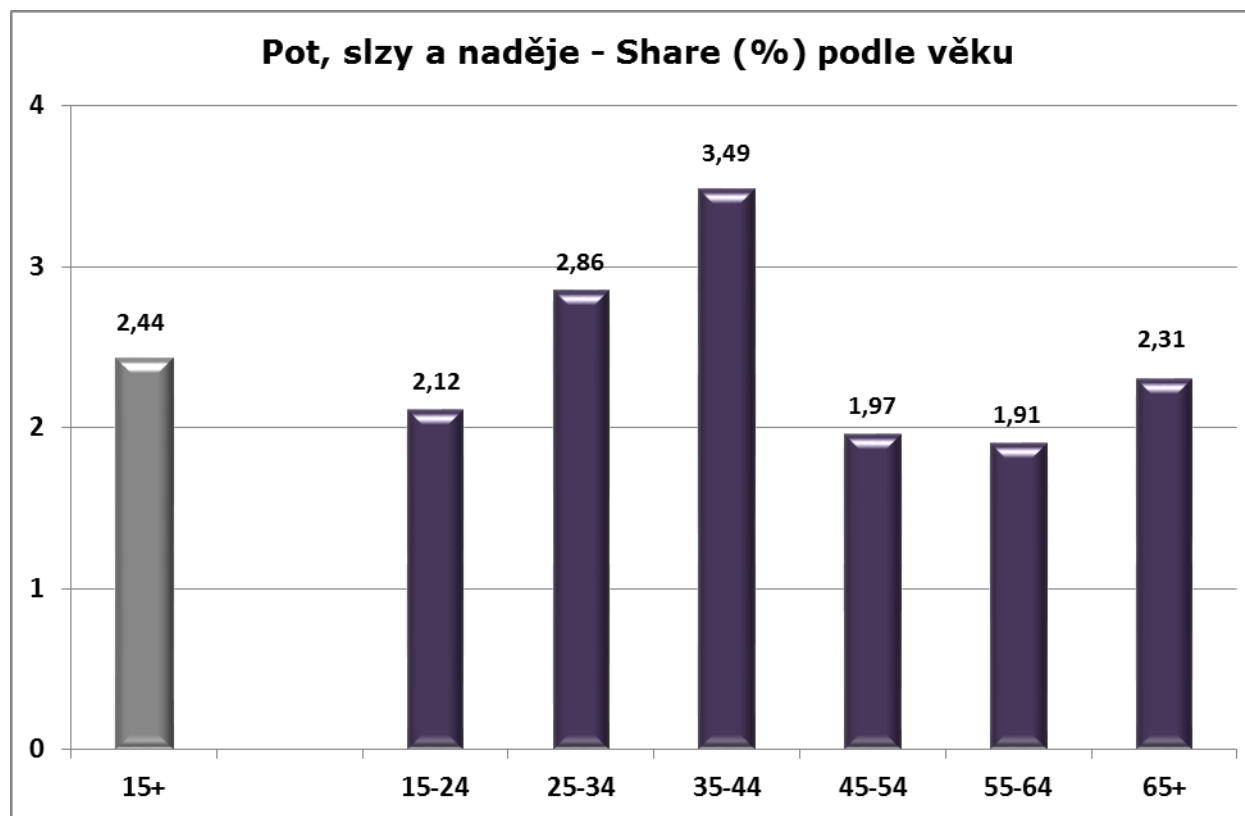
Zdroj: ATO - Mediaresearch

**Úvodní část seriálu s názvem *Bez práce nejsou koláče* vidělo nadprůměrných 139 tisíc dospělých při podílu na publiku 3,89 % a 7 tisíc dětí ve věku 4-14 let a ta se tak stala vůbec nejsledovanějším dílem cyklu.**

**Všech šest částí zhlédlo v průměru 99 tisíc diváků starších 15 let při podílu na publiku 2,44 % a 4 tisíce dětí ve věku 4-14 let při podílu na publiku 1,69 %.**

Seriál upoutal zejména ženy (share 2,76 %), které tvořily téměř dvě třetiny aktuálního televizního publika.

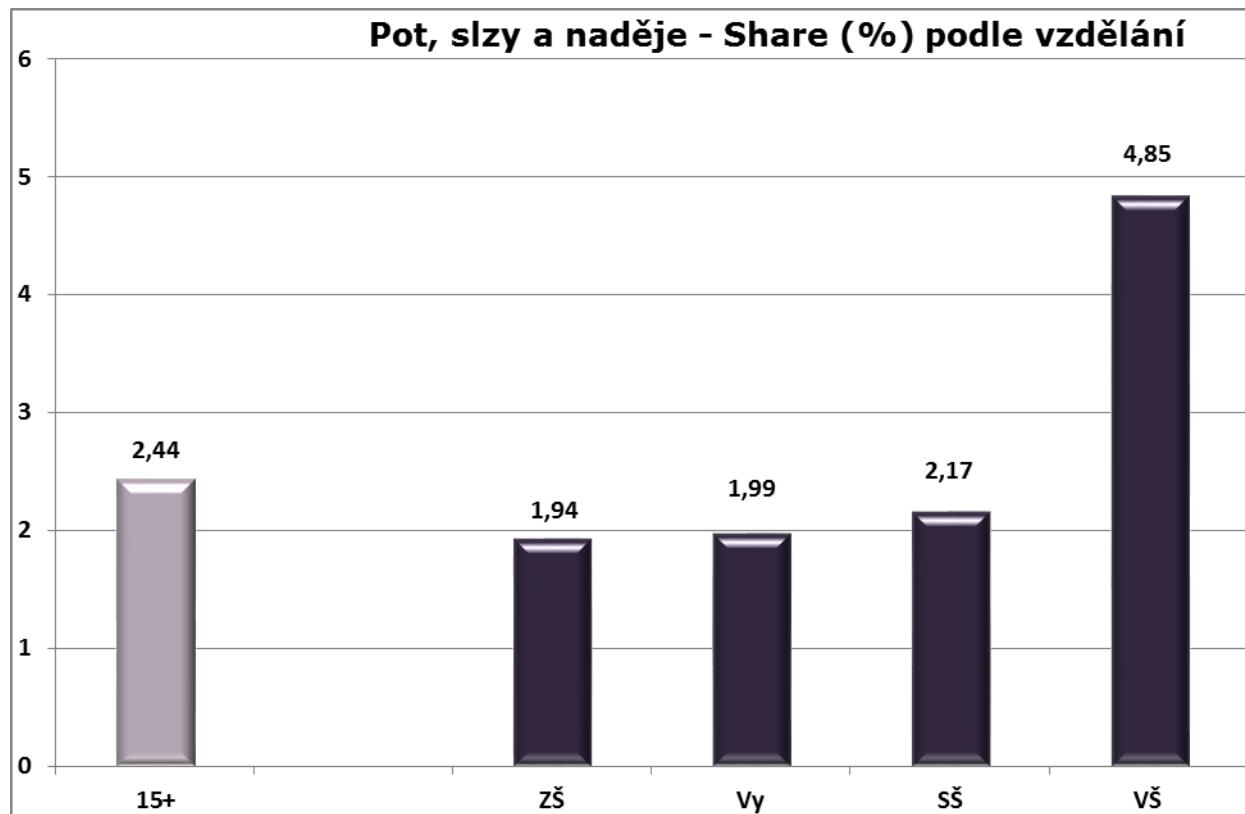
## Divácká odezva – věk



Share - % z diváků konkrétní cílové skupiny v dané době u televizoru

**Nadprůměrný zájem** o seriál projevili mladší televizní **diváci ve věku 25-44 let**, kdy byl podíl na publiku v této cílové skupině 3,27 %.

## Divácká odezva – vzdělání



Share - % z diváků konkrétní cílové skupiny v dané době u televizoru

Z hlediska míry dosaženého vzdělání dokumentární **cyklus nadprůměrně oslovil vysokoškoláky**, kdy jejich podíl na publiku dosahoval téměř 5%, a kteří tvořili téměř třetinu z celkového publika cyklu u obrazovek.

## Spokojenost diváků

Divácká spokojenost s dokumentárním cyklem byla s koeficientem spokojenosti **8,3 z hlediska ČT průměrná** (průměr ČT 8,4).

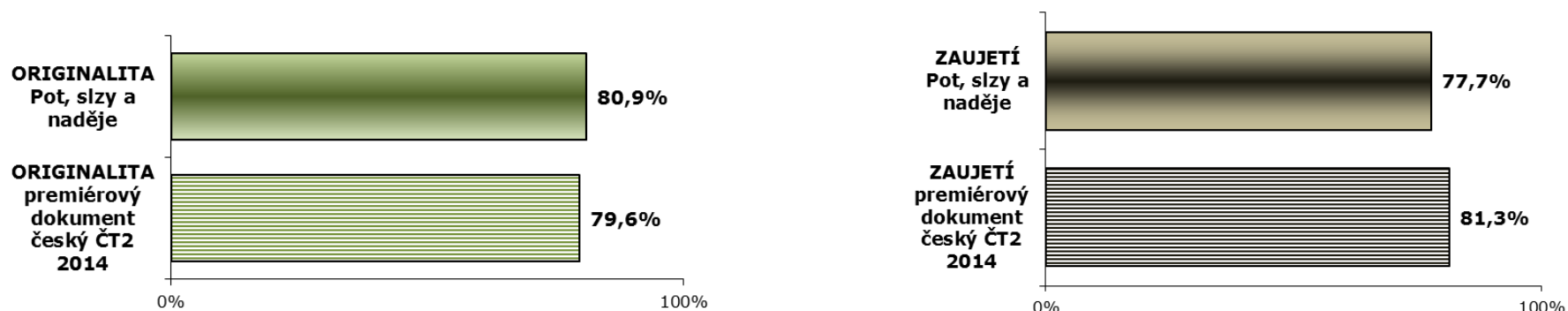
## Originalita a zaujetí

**Originalita:** „Pořad byl neobvyklý, jiný než pořady stejného žánru.“ (odpověď - ano /ne)

**Zaujetí:** „Pořad mne velmi zaujal, zapůsobil na mne.“ (odpověď - ano / ne)

Srovnání s premiérovými českými dokumenty ČT2 leden – květen 2014

Se seriálem byli diváci spokojeni i z hlediska originality námětu a zpracování, z hlediska míry zaujetí pak divácká očekávání cyklus nenaplnil.



## Web

Stránka dokumentárního cyklu **Pot, slzy a naděje** na webu ČT patřila v době jeho vysílání ke třem nejzobrazovanějším stránkám pořadů z kanálu ČT2 (1. Trabantem Jižní Amerikou, 2. Český žurnál). Jedna dějová linka vyvolávala negativní emoce (matka Tami) – většina komentářů byla o ní.

Zdroj: Google analytics