

HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE 2024

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	19
Žánry	37
B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ	
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie	43
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání	69
CÍL 3 – Podpora kultury	74
CÍL 4 – Podpora sportu	89
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa	103
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	115
C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	153
Dětské diváky	157
Náboženské skupiny, národnostní/etnické menšiny, lidé s hendikepem a LGBT	161
PŘÍLOHY	166

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 jejích 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.

- Metodika hodnocení je pravidelně podrobována evaluacím 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.
- V září 2024 provedly posouzení metodiky Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D. z Masarykovy univerzity v Brně a Mgr. Johana Kotišová, Ph.D. z Universiteit van Amsterdam. Závěry a doporučení z této evaluace budou poprvé promítnuty do metodiky Hodnocení plnění veřejné služby v roce 2025.

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 sociodemografických a dalších diváckých skupin** a jaké specifické pořady jsou jim nabízeny.

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 online, 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 principů:

- **Expertní posouzení** – kvalitativní odborné rozbor 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 1 398 230 hodnocení pořadů za rok 2024
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	82 628 pořadů za rok 2024*
• Online tracking ČT (OLT)	9 438 respondentů za rok 2024

II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ ²

• ATO - Nielsen	- Elektronické měření sledovanosti (peoplemetry), PEM-D - měření videoobsahu ³	Panel 1 900 domácností
	- Výzkum pro nastavení deduplikace ³	5 026 respondentů
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum ⁴	min. 1 000 respondentů/vlnu
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	48 933 příspěvků za rok 2024
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu	25 996 příspěvků za rok 2024
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok 2024
• NMS Market Research	- Vyhodnocení dat z online trackingu ČT	

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. Jakub Končelík, Ph.D. (ředitel CEMES FSV UK)• Ing. et Mgr. Kateřina Turková, Ph.D.• PhDr. Irena Prázová, Ph.D.• Mgr. Klára Odstrčilová• Mgr. Matyáš Rieger | <ul style="list-style-type: none">- Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z CEMES FSV UK | 1 téma za rok 2024 – analýza mediálního pokrytí události “povodně 2024” |
|--|--|---|

III. DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE DAT

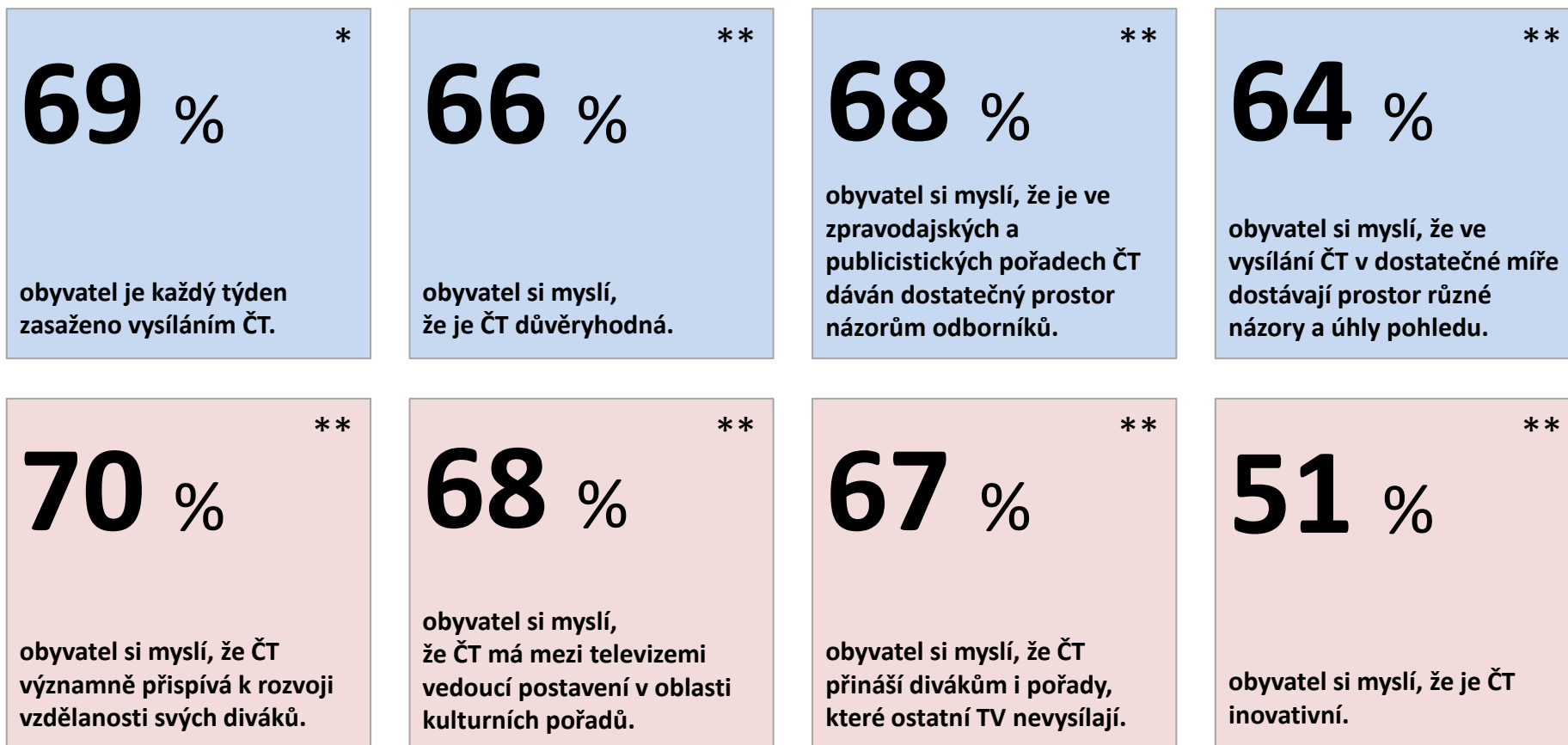
- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• NetMonitor | <ul style="list-style-type: none">- Výzkum návštěvnosti internetu v České republice zadávaný sdružením SPIR ⁶ | |
| <ul style="list-style-type: none">• University of Oxford, Reuters Institute | <ul style="list-style-type: none">- Digital News Report 2024 | Minimálně 2 000 respondentů za každý prezentovaný stát |

OBECNÉ METODOLOGICKÉ POZNÁMKY

- Pokud není u grafů uvedeno jinak, tak průměrným týdenním zásahem (reachem) je myšlen počet diváků v populaci 15+, kteří daný týden sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut. Zdrojem dat je elektronický výzkum sledovanosti ATO - Nielsen (dříve též ATO - Nielsen Admosphere nebo ATO - Mediaresearch). Zásah je uváděn v procentech diváků.
- Podíl na publiku (share) je průměrem za příslušné období, založeným na vteřinových datech sledovanosti.
- Zdrojem diváckého hodnocení pořadů podle kritérií spokojenosti, vnímané originality a míry zaujetí je denní kontinuální výzkum – DKV ČT. Výzkum probíhá na cílové skupině diváků ve věku 15+.
- V přehledových tabulkách v části *A. Vývoj hlavních ukazatelů – RQI* a v tabulce „Zásah vysílání a souhlas s výroky v jednotlivých cílových skupinách“ v části *C – Míra uspokojování potřeb různých diváckých skupin* uvádíme vedle hodnoty indikátoru za rok 2024 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2023 a průměr hodnot indikátoru z let 2018-2022. Stejně časové členění je použito také ve většině přehledových grafů.
- Výstupy z trackingu ČT jsou reprezentativní pro televizní populaci 18+.
- V grafech označených symbolem **K** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny koeficienty daných indikátorů na stupnici 0-100 %. Koeficient je vypočítán z průměru odpovědí na škále 1: rozhodně souhlasím až 4: rozhodně nesouhlasím.
- V grafech označených symbolem **S** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny prosté součty podílů odpovědí 1: rozhodně souhlasím + 2: spíše souhlasím, tzv. TOP2BOX.

HLAVNÍ PŘEHLED ZA ROK 2024

Zdroje: ATO – Nielsen*, Tracking ČT **



* Televizní populace 15+

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

A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ – RQI

ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY RQI

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

1. *Zásah vysílání* (Reach),
2. *Kvalitu vysílání* (Quality),
3. *Dopad vysílání* (Impact).

Hodnoty jednotlivých veličin jsou určovány prostřednictvím měření jim příslušných indikátorů.

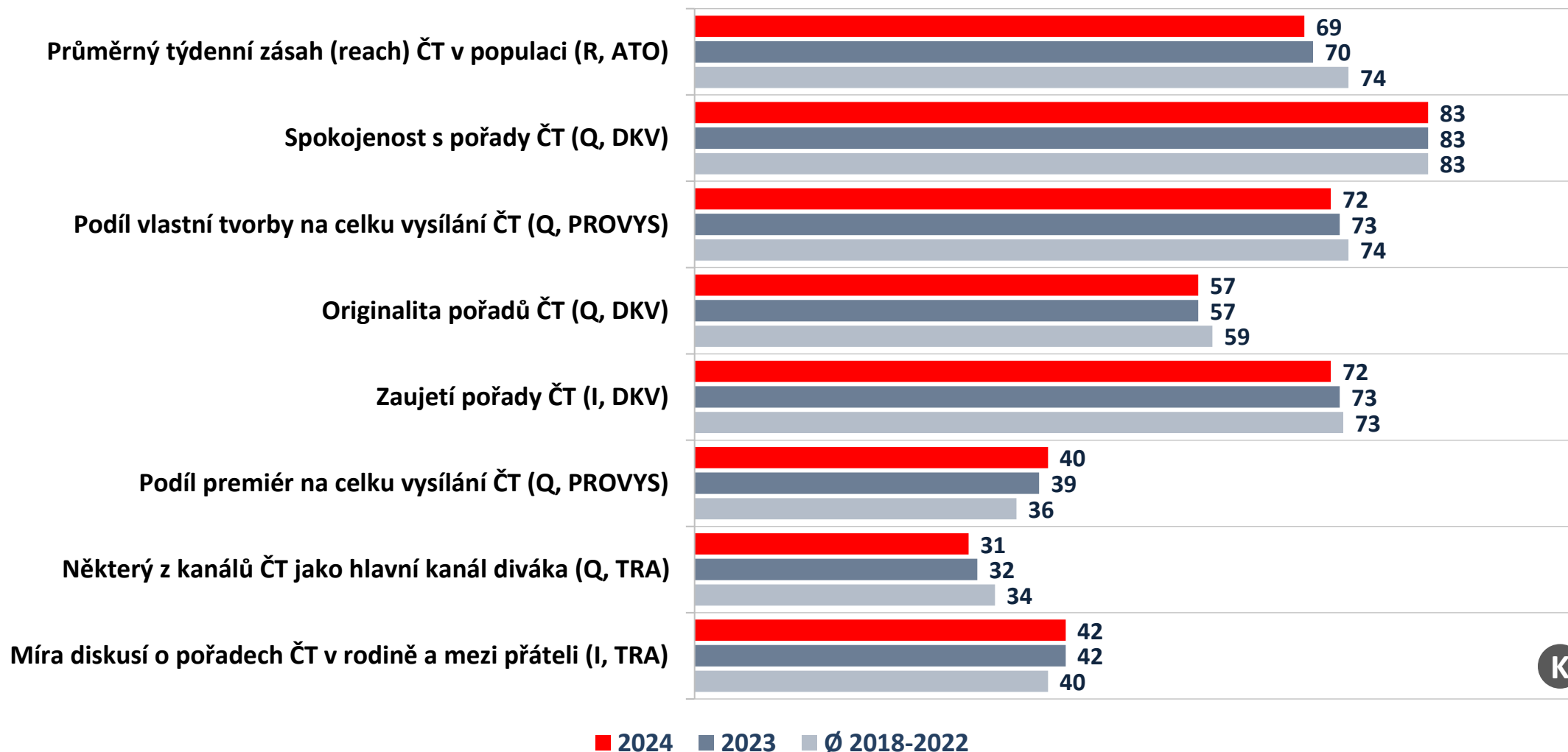
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele RQI jsou posuzovány
 - a) na úrovni celé ČT,
 - b) na úrovni jednotlivých kanálů,
 - c) na úrovni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

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

RQI – CELEK ČT

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

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



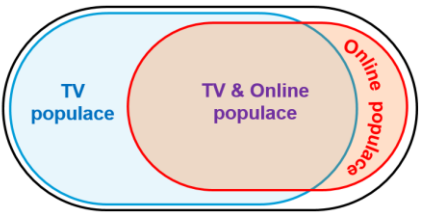
K

2024: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE

TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM *

Zdroje: ATO – Nielsen, NetMonitor, TV populace

Obecná populace 15+

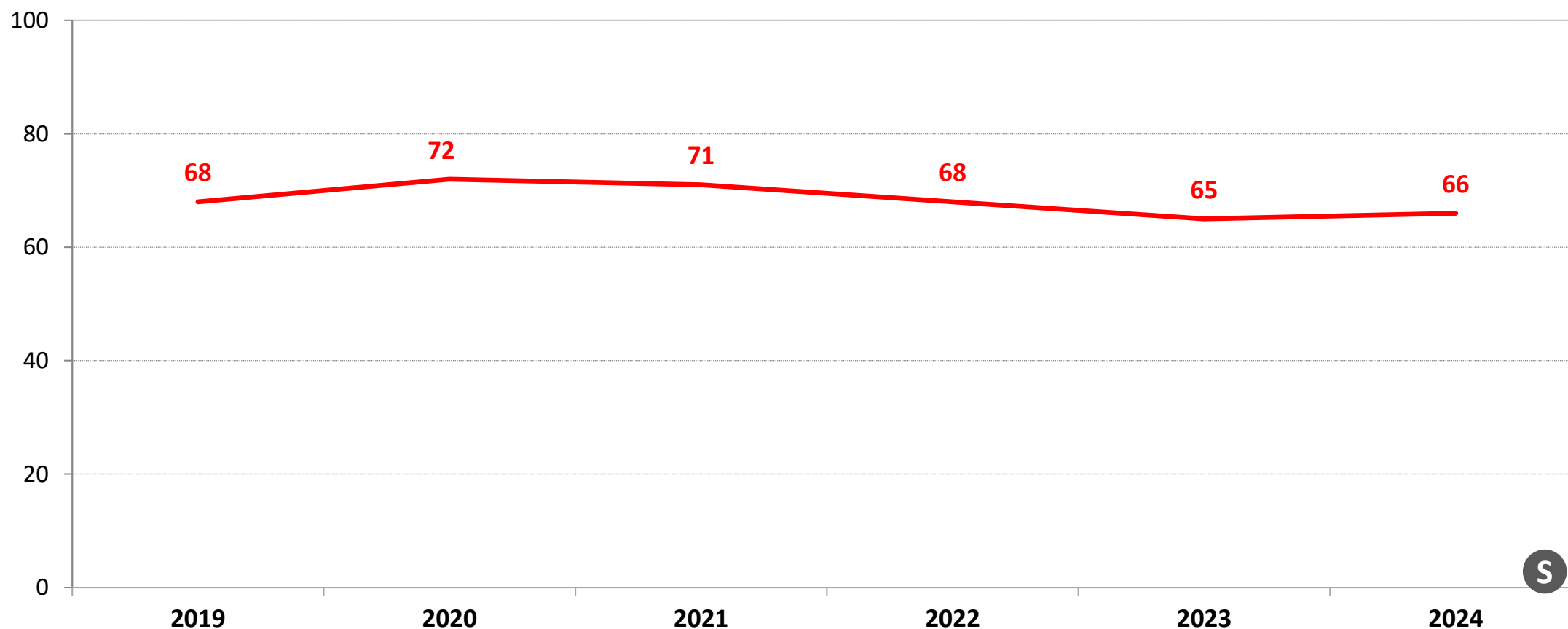


	Průměrný týdenní zásah TV vysíláním ČT (ATO)		Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT (NetMonitor)		Relativní navýšení zásahu TV vysíláním ČT díky online obsahu ČT
	podíl	počet v tis.	podíl	počet v tis.	
Populace 15+	69 %	5 683	12 %	1 047	3 %
Muži 15+	68 %	2 704	13 %	551	3 %
Ženy 15+	70 %	2 979	11 %	496	2 %
15-24 let	27 %	264	10 %	107	17 %
25-34 let	44 %	429	14 %	156	12 %
35-44 let	62 %	809	16 %	226	5 %
45-54 let	76 %	1 229	14 %	236	1 %
55 a více let	87 %	2 951	9 %	321	0,5 %
Základní 25+	70 %	396	4 %	20	1 %
SŠ bez maturity 25+	76 %	2 013	9 %	226	1 %
SŠ s maturitou 25+	73 %	1 830	14 %	350	2 %
VŠ 25+	75 %	1 179	19 %	344	6 %

* Detaily metodiky zjišťování celkového zásahu jsou obsaženy v Příloze 4.

DŮVĚRYHODNOST ČT (Q)

Zdroje: Tracking ČT, v %



Otázka: Nyní uvidíte postupně několik výroků týkajících se České televize jako celku. U každého výroku označte, do jaké míry s ním osobně souhlasíte/Nyní vám postupně přečtu několik výroků týkajících se České televize jako celku. U každého výroku mi prosím řekněte, do jaké míry s ním osobně souhlasíte. Vyberte vždy jednu z variant odpovědí rozhodně souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím nebo rozhodně nesouhlasím.

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize činil v uplynulém roce 69 %, meziročně došlo k jeho poklesu o 1 procentní bod (dále p.b.). Nižší zásah souvisí především s obecným meziročním poklesem celkového počtu diváků sledujících televizní vysílání. Zásah České televize je nicméně stále srovnatelný s úrovní, kterou si pro své vysílání stanovila britská BBC.**
- V souladu s metodikou britské BBC předkládáme již čtvrtým rokem také **celkový průměrný týdenní zásah České televize televizním vysíláním a online obsahem.** Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT dosáhl v minulém roce 12 %, což představuje 1,047 milionu dospělých diváků. **Zásah vysílání ČT se tak díky online obsahu relativně navýšil o 3 %. Navýšení bylo patrné zejména v mladších věkových kategoriích:** ve skupině 15-24 let činilo 17 %, ve skupině 25-34 let 12 %, u vysokoškolsky vzdělaného publika pak 6 %.
- **Hodnocení kvalitativních parametrů bylo v roce 2024 stabilní. Koeficient celkové spokojenosti s pořady České televize dosáhl hodnoty 83 %, meziročně tedy nedošlo k žádnému posunu.** Také koeficient vnímané originality pořadů zůstal na úrovni roku 2023 (57 %). K mírnému meziročnímu poklesu o 1 p.b. na hodnotu 72 % došlo u koeficientu míry zaujetí.
- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil v minulém roce 72 %.** Jak v porovnání s rokem 2023, tak s průměrem za období let 2018-2022 se jedná o mírný pokles o 1 resp. 2 p.b. Hlavní příčinou meziročního poklesu podílu původní tvorby jsou úsporná opatření zasahující zejména do dramatických formátů.

KOMENTÁŘ

- **Podíl premiér na celku vysílání dosáhl v roce 2024 hodnoty 40 %, meziročně registrujeme navýšení indikátoru o 1 p.b.** Změna souvisí s nárůstem premiérového nočního vysílání na programu ČT24 a také s nasazením premiérových akvizičních titulů do hlavního vysílacího času stanice ČT1.
- **Že je Česká televize inovativní si myslí 51 % dotázaných.**
- **31 % diváků** označuje některý z programů ČT jako svoji **hlavní stanici**. Meziroční pokles o 1 p.b., resp. o 3 p.b. ve srovnání s průměrem let 2018-2022 souvisí s postupující fragmentarizací audiovizuálního trhu.
- **Koeficient indikátoru *Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli* dosáhl stejně jako v roce 2024 hodnoty 42 %.**
- Celkový **souhlas** (součet odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“) **s výrokem „Česká televize je důvěryhodná“ dosáhl hodnoty 66 %**, meziročně narostl o 1 p.b. S výjimkou let 2020 a 2021, které byly silně ovlivněny pandemií Covid-19, se hodnota důvěryhodnosti pohybuje v úzkém intervalu 65-68 %.
- I přes opakované útoky nejen ze strany dezinformační scény, ale i z řad veřejných činitelů, a navzdory kauzám některých výrazných tváří ČT z poslední doby, **je možné důvěryhodnost České televize, zpravodajského kanálu ČT24 i zpravodajské relace Události hodnotit stále jako silně nadprůměrnou**, výrazně překračující úroveň naprosté většiny tuzemských zpravodajských zdrojů.

RQI – KANÁLY ČT

PŘEHLED ZA ROK 2024

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2024 (2023; Ø 2018-2022)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art
Zásah (reach) 15+	69 (70;74)	58 (60;63)	33 (35;37)	23 (25;28)	22 (20;21)	8 (8;11)	6 (6;6)
Zásah (reach) 4-12 let	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	33 (36;42)	--- ---
Podíl (share) 15+	30 (30;31)	16 (16;17)	4 (4;4)	4 (4;5)	5 (3;4)	--- ---	1 * (1;1)
Podíl (share) 4-12 let	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	31 ** (30;28)	--- ---
Spokojenost	83 (83;83)	83 (82;83)	84 (86;85)	81 (81;82)	86 (87;86)	--- ---	86 (86;86)
Originalita	57 (57;59)	54 (53;57)	70 (67;68)	54 (60;54)	50 (51;55)	--- ---	74 (73;69)
Zaujetí	72 (73;73)	69 (71;71)	79 (82;81)	72 (69;70)	75 (77;74)	--- ---	88 (86;80)
Hlavní kanál	31 (32;34)	16 (17;19)	2 (3;3)	7 (7;7)	5 (4;4)	1 (1;1)	0 (0;0)
Podíl premiér	40 (39;36)	31 (29;30)	21 (21;21)	82 (69;72)	53 (55;50)	11 (19;16)	21 (20;20)
Podíl vlastní tvorby	72 (73;73)	81 (81;81)	43 (42;47)	100 (100;100)	96 (97;96)	30 (32;31)	58 (59;55)

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

VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU VE SKUPINĚ 15+ (R)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

Stanice	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	58	60	62	64	64	63
ČT2	33	35	35	38	37	38
ČT24	23	25	27	29	30	25
ČT sport	22	20	21	22	15	22
ČT :D	8	8	10	10	12	12
ČT art	6	6	7	7	7	6
ČT3 *	---	---	15	15	10	---

* Začátek vysílání 23. 3. 2020, konec vysílání 31. 12. 2022

KOMENTÁŘ

- **Za výše zmíněným snížením zásahu České televize** (o 1 p.b. na hodnotu 69 %) **stojí stanice ČT1, ČT2 a ČT24** (shodně pokles o 2 p.b.). Naopak o 2 p.b. vyšší meziroční zásah zaznamenal program ČT sport, a to díky třem významným sportovním událostem: MS v hokeji v Praze, fotbalovému Euru a Letní olympiádě v Paříži. Celkový zásah stanice ČT art a dětského kanálu ČT :D zůstal v populaci 15+ meziročně beze změny, u dětského kanálu ale registrujeme pokles míry oslovení dětí ve věku 4-12 let (ze 36 % na 33 %).
- **Hodnoty koeficientů kvalitativních indikátorů jednotlivých programů ČT jsou dlouhodobě velmi stabilní, oproti roku 2023 se liší maximálně o 2 p.b.** Stanicemi, s nimiž diváci vyjádřili největší spokojenost, byly v roce 2024 ČT sport a ČT art (hodnota koeficientu 86 %). Také u všech ostatních stanic překročil koeficient spokojenosti hladinu 80 %.
- **Výrazně nadprůměrné hodnoty dalších dvou kvalitativních parametrů, tedy vnímané originality a míry zaujetí, vykázaly programy ČT2 a ČT art.** Koeficient originality stoupl nejvíce, a to 3 p.b., u ČT2 (70 %). O 1 p.b. se pak zvýšil u ČT1 (54 %) a ČT art (74 %). Naopak výrazný pokles o 6 p.b. na hodnotu 54 % jsme zaznamenali u ČT24. Koeficient míry zaujetí narostl u programů ČT24 a ČT art, pokles v rozpětí 2-3 p.b. jsme zaznamenali u ČT1, ČT2 a ČT sport.
- **Hodnoty 31 % dosáhl podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize. Vlajková stanice ČT1 je hlavním televizním programem pro 16 % diváků** (meziročně -1 p.b.), zpravodajská stanice ČT24 pro 7 % (beze změny), ČT sport pro 5 % dospělých diváků (+1 p.b.) a ČT2 pro 2 % (-1 p.b.).
- **K navýšení podílu premiérového vysílání** došlo u stanic ČT1 (+2 p.b.), ČT art (+1 p.b.) a zejména u ČT24 (+13 p.b.). U zpravodajského kanálu je příčinou pozitivní změny zavedení nočního vysílání od května 2024. Pokles podílu premiér o 2 p.b. jsme zaznamenali u ČT sport a o celých 8 p.b. u ČT :D.
- **Podíl vlastní tvorby** poklesl o 2 p.b. u stanice ČT :D (30 %) a o 1 p.b. u ČT sport (96 %) a ČT art (58 %).

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

<u>Skupina 15+</u>	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	16,08	16,36	16,10	16,68	16,97	16,54
ČT2	4,15	4,31	4,06	3,91	3,94	4,27
ČT24	4,13	4,44	4,91	5,17	5,50	3,94
ČT sport	4,57	3,32	3,74	3,73	1,93	3,50
ČT :D	1,08	1,04	1,09	1,17	1,25	1,38
ČT art	0,42	0,42	0,40	0,39	0,42	0,37
ČT3 *	---	---	1,16	1,28	0,85	---
ČT celkem	30,43	29,88	31,47	32,34	30,86	29,99

<u>Skupina 4+</u>	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	15,83	16,08	15,74	16,26	16,49	16,04
ČT2	4,05	4,18	3,94	3,79	3,85	4,11
ČT24	4,03	4,30	4,73	4,99	5,30	3,76
ČT sport	4,56	3,30	3,70	3,66	1,89	3,43
ČT :D	1,80	1,82	1,95	2,11	2,19	2,39
ČT art	0,43	0,42	0,41	0,39	0,41	0,37
ČT3 *	---	---	1,12	1,23	0,81	---
ČT celkem	30,69	30,10	31,58	32,43	30,94	30,11

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

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

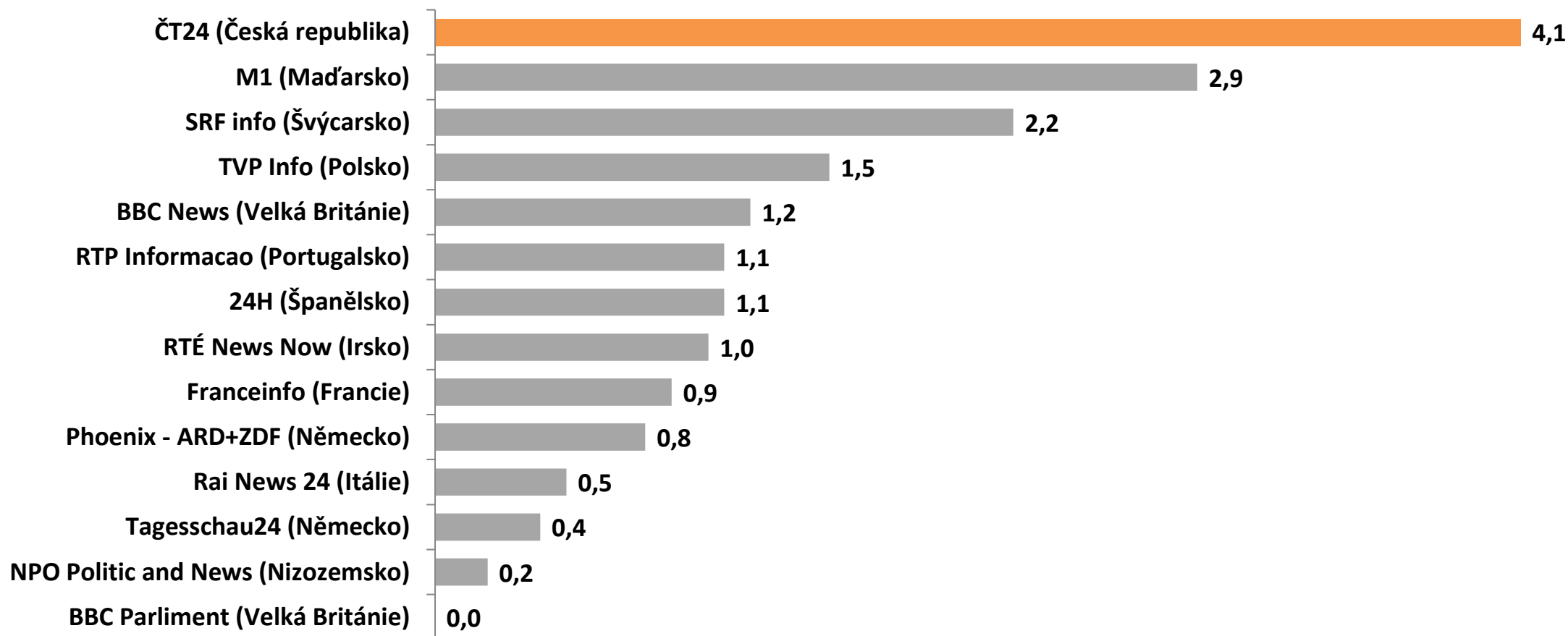
<u>Skupina 15+</u>	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	19,51	20,09	19,68	20,36	20,43	18,55
ČT2	3,86	3,93	3,83	3,71	3,75	3,73
ČT24	2,28	2,46	2,76	2,66	2,78	2,21
ČT sport	3,83	2,48	2,54	2,50	1,03	2,64
ČT :D	0,49	0,51	0,53	0,55	0,63	0,59
ČT art	0,76	0,73	0,72	0,70	0,74	0,66
ČT3 *	---	---	1,12	1,11	0,08	---
ČT celkem	30,74	30,20	31,19	31,59	29,45	28,37

<u>Skupina 4+</u>	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	19,29	19,88	19,35	20,01	20,06	18,21
ČT2	3,77	3,82	3,72	3,60	3,63	3,59
ČT24	2,24	2,41	2,68	2,58	2,71	2,13
ČT sport	3,88	2,49	2,54	2,47	1,01	2,63
ČT :D	0,95	1,00	1,01	1,08	1,15	1,04
ČT art	0,80	0,75	0,74	0,71	0,76	0,68
ČT3 *	---	---	1,09	1,08	0,07	---
ČT celkem	30,94	30,36	31,13	31,54	29,38	28,28

2024: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

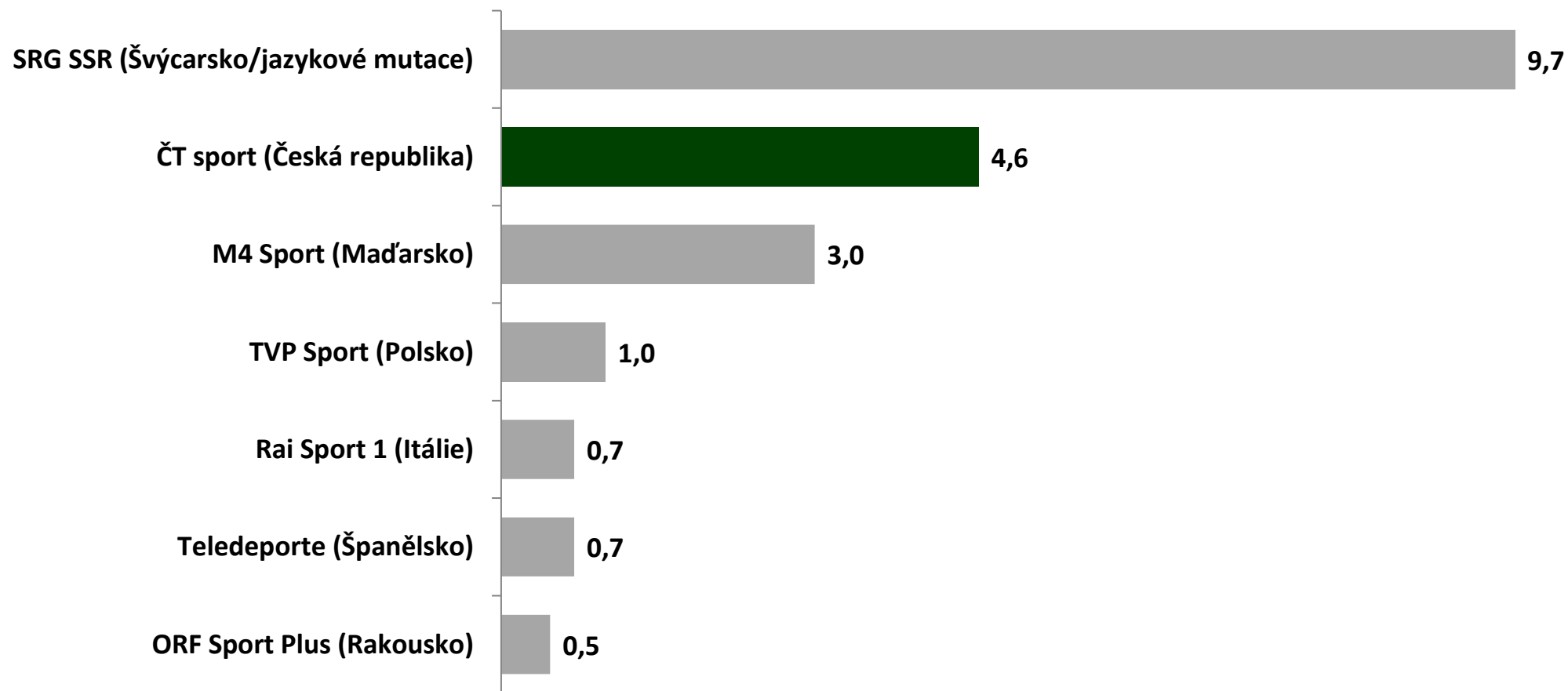


CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), NPO Politic and News (6+), Franceinfo (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

2024: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

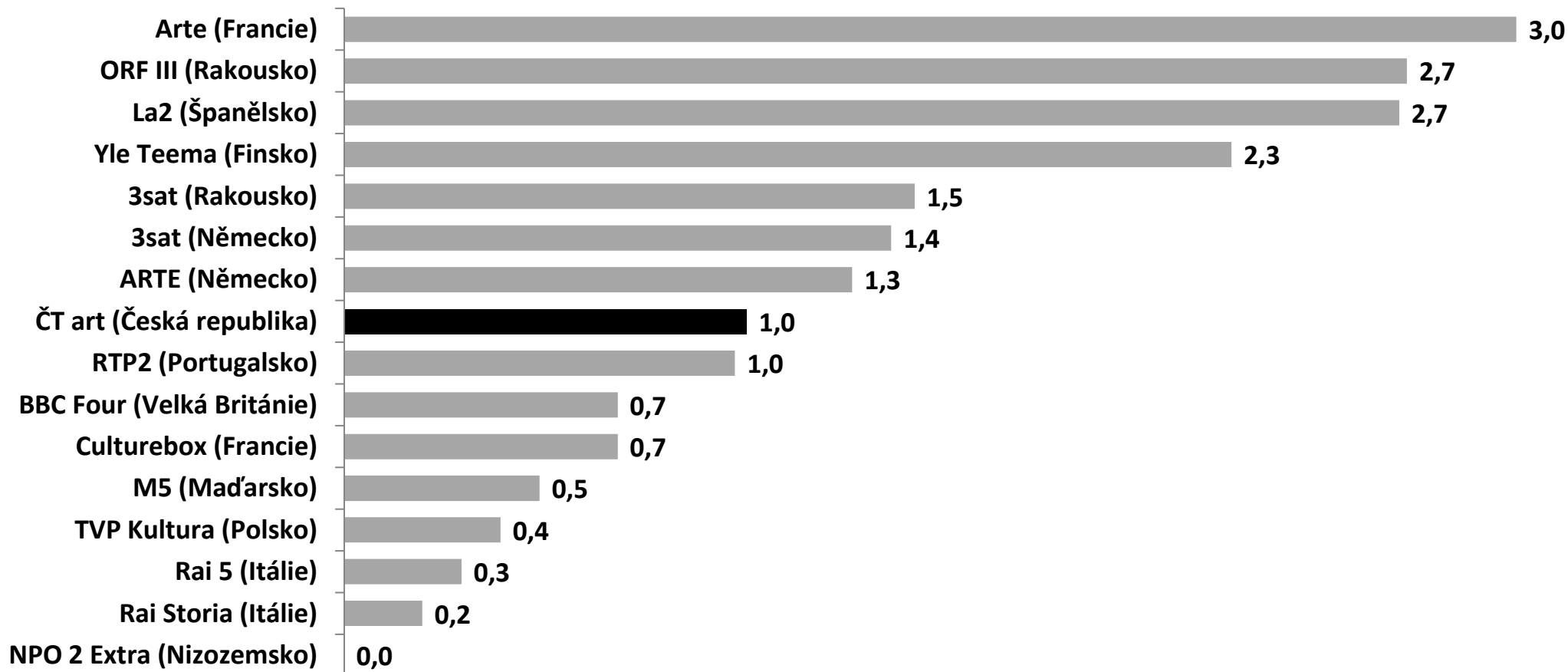


CS 15+ s výjimkou TVP Sport (16+) a ORF Sport Plus (12+)

2024: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

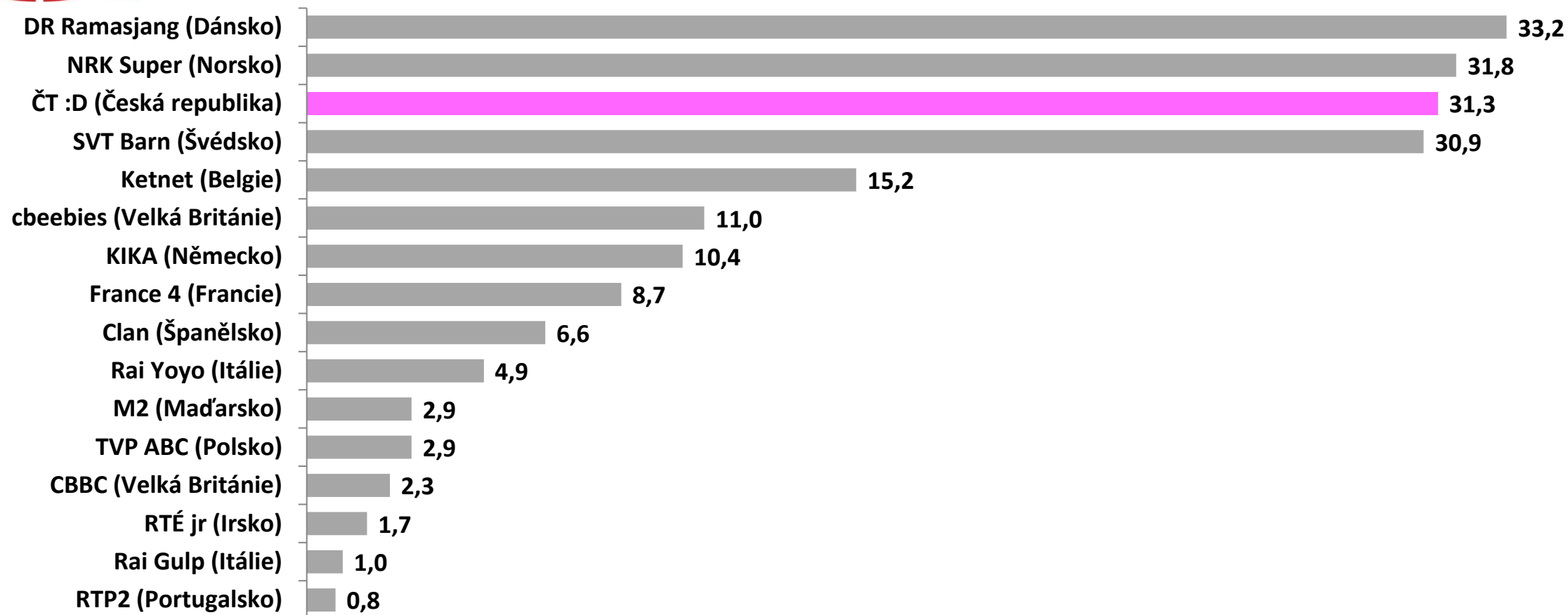


CS 15+ s výjimkou TVP Kultura (16+), ORF III, 3sat Rakousko (12+), NPO 2 Extra (6+), Arte, M5 (4+), 3sat Německo a ARTE Německo (3+)

2024: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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



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

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

Zdroj: DKV ČT, v %

Stanice	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	83	82	83	82	83	83
ČT2	84	86	86	86	86	84
ČT24	81	81	83	81	83	81
ČT sport	86	87	87	87	86	84
ČT art	86	86	87	86	87	84
ČT3 *	---	---	87	87	87	---



Divácká skupina	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Rodiče a děti celkem	82	84	85	87	88	88
Děti celkem	85	87	88	89	90	90
Děti do 6 let	89	90	92	93	95	95
Děti 7-9 let	86	87	88	90	93	93
Děti 10-12 let	78	80	80	83	84	85
Rodiče celkem	79	81	80	81	84	83
Matky	80	81	81	83	85	83
Otcové	78	80	80	80	83	80

Poznámka: Kvalitativní parametry vysílání jsou u ČT :D 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 koeficient 0-100 %. Hodnoty za ČT :D tak nejsou přímo srovnatelné s ostatními kanály ČT.

* Začátek vysílání 23. 3. 2020, konec vysílání 31. 12. 2022

ORIGINALITA POŘADŮ (Q) A ZAUJETÍ POŘADY (I)

Zdroj: DKV ČT, v %

ORIGINALITA POŘADŮ (Q)

Stanice	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	54	53	54	55	56	59
ČT2	70	67	64	64	66	72
ČT24	54	60	53	45	52	64
ČT sport	50	51	50	50	56	57
ČT art	74	73	66	59	65	72
ČT3 *	---	---	61	60	69	---

ZAUJETÍ POŘADY (I)

Stanice	2024	2023	2022	2021	2020	2019
ČT1	69	71	73	75	74	69
ČT2	79	82	83	84	84	80
ČT24	72	69	70	70	76	73
ČT sport	75	77	75	80	82	71
ČT art	88	86	85	78	83	82
ČT3 *	---	---	84	83	87	---

* Začátek vysílání 23. 3. 2020, konec vysílání 31. 12. 2022

KOMENTÁŘ

- **Česká televize se v roce 2024** s celkovým podílem na sledovanosti 30,43 % **stala posedmé za sebou nejvyhledávanějším tuzemským vysílatelem**. Share je o 0,55 p.b. vyšší než v roce 2023 a je **prakticky totožný s průměrem posledních deseti let**. Meziročně nejvíce narostl podíl stanic ČT sport (zásluhou významných sportovních událostí) a ČT :D. V širší cílové skupině 4+ dosáhla ČT podílu na publiku 30,69 %.
- **Výrazný byl odstup České televize od hlavních komerčních televizních skupin**: Náskok před skupinou Nova činil 3,54 p.b., před skupinou Prima 3,60 p.b.
- **V hlavním vysílacím čase (19-22 hodin) dosáhla Česká televize ve skupině 15+ podílu na publiku 30,74 %, což je o 0,54 p.b. lepší výsledek než v roce 2023 a celkově čtvrtý nejvyšší za posledních 20 let**. Podobného podílu na publiku dosáhla Česká televize také v cílové skupině 4+, ve které činil 30,94 %.
- Uvedené výsledky jsou mimořádné i vzhledem k menšímu počtu programů, které má ČT v porovnání s hlavní konkurencí ve svém portfoliu, a také s ohledem na fakt, že v podzimním vysílání roku 2024 se již projevila úsporná opatření týkající se hlavně programu ČT1. Šlo zejména o pokles původní dramatické premiérové tvorby v pátečním a pondělním prime time. Vlajkové stanice Novy a Primy přitom vysílaly v jednotlivých týdnech premiérové pořady obvykle hned v šesti dnech.
- **Podíl hlavního programu ČT1 na publiku** meziročně poklesl o 0,28 p.b. na 16,08 %. Hodnota podílu odpovídá průměru posledních 10 let, a to i přes pokračující fragmentarizaci televizního trhu a pokles objemu finančních prostředků investovaných do výroby pořadů (především do premiérové dramatické tvorby vysílané v hlavním čase).
- Divácky úspěšné byly na ČT1 zejména premiérové cykly **Docent II** (1,38 milionu diváků; share 35,65 % ve skupině 15+), **Smysl pro tumor** (1,37 mil.; 31,22 %; 15+), **Stíny v mlze II** (1,29 mil.; 33,29 %; 15+), třetí řada **Peče celá země** (1,36 mil.; 33,13 %; 4+) nebo třináctá řada **StarDance** (1,78 mil.; 44,90 %; 4+). Z filmové tvorby diváci ocenili Jiřinu Bohdalovou ve snímku **Svatá** (1,24 mil.; 32,02 %; 15+) nebo film uvedený ke dvoustému výročí narození B. Smetany **Smetana** (825 tis.; 20,94 %; 15+). Z akvizičních titulů nasazovaných ve čtvrtek a v pátek bodovala **Komisařka Florence** (571 tis.; 18,07 %; 15+).

KOMENTÁŘ

- Celodenní podíl programu ČT2 na sledovanosti překročil stejně jako v roce 2023 čtyřprocentní hranici, meziročně ale došlo k poklesu o 0,16 p.b. na 4,15 %. Nadprůměrný divácký zájem jsme zaznamenali u cyklů vlastní tvorby *Stezka Českem* (304 tis.; 8,15 %; 15+), *Naše lázně* (258 tis.; 7,64 %; 15+), *Skryté skvosty II.* (248 tis.; 7,18 %; 15+) nebo *V karavanu po Polsku* (235 tis.; 6,91 %; 15+). Diváky zaujala i talkshow *Výborná SHOW* (264 tis.; 7,60 %; 15+), která se v říjnu přesunula na ČT1, nebo solitérní dokument vlastní tvorby *Tajemství života Bedřicha Smetany* (300 tis.; 8,48 %; 15+).
- Podíl zpravodajské stanice ČT24 na sledovanosti činil 4,13 % (meziročně -0,31 p.b.), což je více než dvojnásobek výkonu konkurenční CNN Prima News. Velký zájem diváků se projevil zejména v době mimořádných zpravodajských událostí, konkrétně při volbách do Evropského parlamentu, volbách do zastupitelstev krajů a zejména v době zářijových povodní, kdy ČT24 opět potvrdila svoji výjimečnou roli při informování obyvatelstva. V neděli 15. 9. dokázala ČT24 svým vysíláním oslovit 3,1 mil. diváků 15+, jednalo se o nejvyšší denní zásah od března 2020. V mezinárodním srovnání evropských veřejnoprávních zpravodajských programů obsadila ČT24 z hlediska podílu na divácích první místo.
- Podíl sportovní stanice ČT sport činil v minulém roce 4,57 % (meziročně +1,25 p.b.). Jedná se o nejvyšší roční share od zahájení vysílání v roce 2006. Mimořádnou sledovanost přineslo úspěšné domácí Mistrovství světa v hokeji, které dokázalo celkově oslovit 6,82 milionu diváků. Finálové utkání *Švýcarsko–Česko* sledovalo v televizi nebo na internetu ve skupině 4+ celkem 3,74 milionu diváků při podílu na sledovanosti 76,14 %. Zápas se stal jak nejsledovanějším přenosem na programu ČT sport v historii, tak i nejvyhledávanějším pořadem na všech televizních stanicích od prosince 2022. Dvouapůlmilionovou hranici sledovanosti překonalo ještě čtvrtfinále *USA–Česko*, který si nenechalo ujít 2,52 milionu diváků při podílu na sledovanosti 55,09 %. Diváci věnovali svoji přízeň sportovní stanici i v době Letních olympijských her v Paříži, Mistrovství Evropy ve fotbale nebo světového šampionátu v biatlonu konaném v Novém Městě na Moravě. Ve srovnání se sportovními programy evropských televizí veřejné služby se z hlediska podílu na divácích kanál ČT sport umístil na druhém místě, hned za švýcarskými sportovními programy.

KOMENTÁŘ

- **Podíl kulturního kanálu ČT art na publiku přesáhl v minulém roce jednocentní hranici** (1,03 % v čase vysílání ČT art, tedy mezi 20. a 6. hodinou), meziročně zůstal téměř beze změny (-0,01 p.b.). Jedná se o třetí nejlepší výsledek od začátku vysílání v roce 2013. Diváci věnovali nejvíce pozornosti hořké komedii Studia DVA ***Tři grácie z umakartu*** (158 tis.; 4,37 %; 15+) a premiérovému dokumentu ***Cimrmani zblízka*** (136 tis.; 3,50 %; 15+). Program ČT art skončil ve srovnání s ostatními evropskými kulturními programy zhruba uprostřed žebříčku, hned za německým ARTE.
- **Podíl programu ČT :D na publiku ve věku 4-12 let dosáhl jak v celé vysílací ploše (6-20 hodin), tak v hlavním vysílacím čase (17-20 hodin) nejvyšších hodnot od začátku vysílání v roce 2013. Stanice dosáhla v celé dětské cílové skupině podílu na sledovanosti 31,29 %** (+0,80 p.b. meziročně). Tradičně ještě silnější je u mladších dětí ve věku 4-9 let, kde činil share 36,45 %.
- Česká televize jako celek zůstává u dětského diváka ve věku 4-12 let suverénně nejvyhledávanějším tuzemským vysílatelem. **V čase od 6-20 hodin dosáhla v této skupině podílu na sledovanosti 43,43 %, což je nejvíce v historii. U mladších dětí ve věku 4-9 let činil share ČT dokonce 46,90 %.** Děti ocenily zejména premiérové Večerníčky z vlastní produkce ***Čtyřlístek, Viki, sůva z nudlí*** nebo ***Kdopak by se čertů bál***. Zaujal je i seriál ***Elin supertajný deník*** nebo dlouhodobě oblíbené série ***Terčín zvířecí svět, Draci v hrnci*** a ***TamTam***. **Ve srovnání s dětskými programy evropských televizí veřejné služby je kanál ČT:D na třetí pozici, hned za dánskou stanicí DR Ramajsang a norskou NRK Super.**
- Na stejné úrovni jako v roce 2023 zůstal klíčový kvalitativní parametr –spokojenost s pořady – u stanic ČT24 (81 %) a ČT art (86 %). K drobnému nárůstu o 1 p.b. na 83 % došlo u kanál ČT1. Naopak k mírnému poklesu spokojenosti o 2 p.b. na úroveň 84 % došlo u ČT2 a o 1 p.b. na hodnotu 86 % u ČT sport.
- Vysílání stanice ČT :D nejlépe hodnotí diváci, kterým je primárně určena, tedy děti ve věku do 6 let (hodnota koeficientu 89 %). Mezi rodiči dosáhl koeficient spokojenosti s vysíláním ČT :D hodnoty 79 %, což je o 2 p.b. méně než v roce 2023.

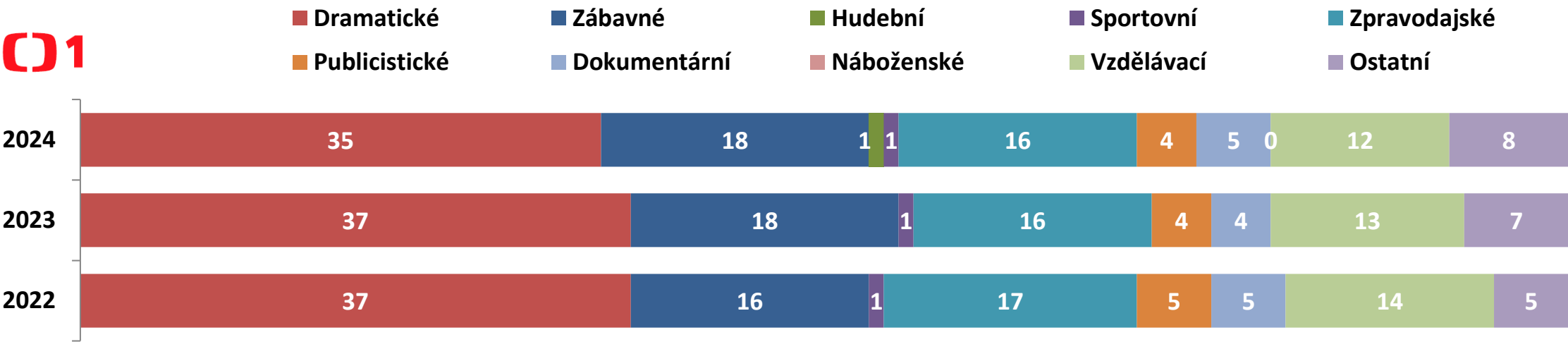
KOMENTÁŘ

- Mezi dramatickými pořady si z hlediska průměrné spokojenosti nejlépe vedly premiérové seriály ***Smysl pro tumor*** (hodnota koeficientu 88 %), ***Docent II*** (88 %) a druhá řada ***Stínů v mlze*** (87 %). Ze zahraniční tvorby patřily mezi nejúspěšnější čtvrtá řada seriálu ***Všechny velké a malé bytosti*** (90 %) a dvanáctá řada seriálu ***Zavolejte porodní sestrčky*** (89 %).
- Ze zábavných pořadů zaznamenaly největší spokojenost cyklus ***Toulavá kamera*** (89 %), taneční soutěž ***StarDance XIII*** (88 %) a pekařská show ***Peče celá země III*** (87 %). Nadprůměrně si z hlediska spokojenosti vedl i nový pořad ***Výborná SHOW*** (88 %). Tradičně vysokou spokojenost vykazaly také cyklické pořady ***Gejzír*** nebo ***Na plovárně*** (oba 87 %).
- Pokud pomineme mimořádně zařazený přímý přenos z finále ženské dvouhry Wimbledonu mezi Barborou Krejčíkovou a Jasmine Paoliniovou, stal se nejlépe hodnoceným pořadem na programu ČT2 i v tomto roce tradiční ***Novoroční koncert Vídeňských filharmoniků*** (93 %). Z premiérových cyklů vlastní tvorby patřilo prvenství pořadu ***Perimetr*** (90 %).
- Nejlépe hodnocenými pořady na ČT 24 se staly ***Zóna ČT24*** (hodnota koeficientu spokojenosti 89 %), ***Věda 24*** (89 %) a ***Hyde Park Civilizace*** (87 %). Také v uplynulém roce se ukázalo, že spokojenost s programem ČT24 se zvyšuje při referování o aktuálních společensky významných událostech. Nejvyšší hodnotu jsme v roce 2024 zaznamenali ve 37. týdnu, kdy se zpravodajství extenzivně věnovalo rozsáhlým povodním. Průměrný koeficient spokojenosti činil v tomto týdnu 83 %.
- Zářijové ničivé povodně se ostatně staly zásadní zpravodajskou událostí roku 2024, a proto Česká televize následně na reprezentativním vzorku zjišťovala zpětnou vazbu na své vysílání. Z výsledků vyplývá, že **95 % respondentů považuje Českou televizi za důležitý informační zdroj v době mimořádných událostí a 90 % dotázaných souhlasí s tím, že ČT ve svém vysílání o aktuálních událostech informuje podrobně a důkladně.**
- Z hlediska dalších kvalitativních parametrů, tedy originality a míry zaujetí, na tom byla – podobně jako v roce 2023 – nejlépe stanice **ČT art, následovaná ČT2**. Koeficient míry originality ČT art činil 74 %, koeficient míry zaujetí dokonce 88 %. U ČT2 byla dosáhla originalita hodnoty 70 %, míry zaujetí 79 %. U programu ČT1 narostla originalita o 1 p.b. na hodnotu 54 %, míra zaujetí ale klesla o 2 p.b. na 69 %.

ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

Zdroj: PROVYS ČT, v %

ČT1



ČT2



KOMENTÁŘ

- **Pouze k drobným změnám došlo v žánrové struktuře hlavního kanálu ČT1.** Na jeho vysílání mají stabilně nejvyšší podíl dramatické pořady, v posledních roce to bylo 35 %. Za meziročním poklesem o 2 p.b. stojí zejména úsporná opatření související s nadále se snižující reálnou hodnotou televizního poplatku. Podíl zábavných pořadů zůstal meziročně stejný (18 %), což platí i pro podíl zpravodajských pořadů (16 %). V porovnání s rokem 2023 došlo k poklesu podílu vzdělávacích pořadů o 1 p.b. a nárůstu dokumentárních pořadů o stejnou hodnotu.
- **Pokud jde o žánrovou strukturu programu ČT2, o 2 p.b. na hodnotu 51 % poklesl podíl dokumentárních pořadů.** Podruhé v řadě se snížil podíl dramatických pořadů na vysílací ploše, v porovnání s rokem 2022 došlo ke změně z 20 % na 17 %. Meziročně stabilní zůstal podíl vzdělávacích pořadů (10 %), nárůst o 1 p.b. jsme zaznamenali u náboženských a zábavných pořadů.

RQI – ŽÁNRY

PŘEHLED ZA ROK 2024

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2024 (2023; Ø 2018-2022)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	39 (40;44)	19 (21;23)	52 (55;58)	38 (38;41)	5 (4;6)	30 (30;33)	13 (17;20)	1 (1;1)	25 (22;21)	22 (23;29)
Spokojenost	81 (80;81)	81 (81;82)	82 (82;82)	84 (84;86)	84 (86;86)	86 (86;86)	84 (84;84)	84 (84;85)	84 (84;83)	** **
Originalita	45 (51;50)	59 (58;63)	56 (56;61)	63 (60;63)	63 (69;69)	74 (70;70)	63 (62;67)	73 (73;69)	45 (48;48)	** **
Zaujetí	63 (65;65)	74 (73;75)	69 (74;73)	77 (76;78)	83 (83;84)	83 (85;84)	76 (74;80)	85 (77;85)	71 (74;68)	** **
Hlavní kanál ČT	46 (48;56)	47 (46;53)	* *	14 (14;20)	* *	38 (36;40)	39 (34;39)	* *	59 (57;56)	51 (48;36)
Podíl premiér	87 (76;79)	29 (28;56)	15 (14;12)	23 (23;18)	19 (16;13)	15 (14;13)	46 (48;48)	16 (19;22)	57 (59;55)	10 (18;15)
Podíl vlastní tvorby	100 (100;100)	99 (99;99)	25 (27;30)	94 (96;96)	85 (83;82)	33 (32;39)	90 (89;91)	99 (98;99)	95 (97;96)	33 (35;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 % [2024 (2023; Ø 2018-2022)]

	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady
Spokojenost	81 (80;81)	84 (84;85)	84 (84;86)	84 (86;85)	83 (83;84)	87 (86;87)
Originalita	62 (58;64)	63 (58;63)	70 (69;69)	72 (69;69)	61 (61;65)	77 (79;70)
Zaujetí	70 (72;73)	77 (75;77)	84 (82;82)	82 (83;81)	75 (73;78)	88 (86;84)

KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší průměrný týdenní zásah v populaci 15+ tradičně vykazují dramatické pořady (52 %), následované pořady zpravodajskými (39 %) a zábavnými (38 %).** Dlouhodobý pokles zásahu většiny žánrů souvisí s poklesem celkového počtu diváků v porovnání s lety 2020-2022, kdy konzumaci médií ovlivňovaly mimořádné události. Nejprve přišla pandemie covidu, hned po jejím odeznění propukla válka na Ukrajině. Obě události způsobily výrazný nárůst zájmu o zpravodajství, první z nich měla zároveň přímý dopad na životní rytmus domácností, které trávily výrazně více času doma, a tedy i u televizních obrazovek.
- Meziročně došlo k poklesu zásahu dramatických pořadů o 3 p.b. Důvodem je absence premiérového původního seriálu v pondělním a pátečním PT. Významný pokles ze 17 % na 13 % sledujeme také u vzdělávacích pořadů. Hlavní příčinou může být snížení objemu těchto pořadů zejména v podvečerním vysílacím čase na ČT1. Naopak vlivem významných událostí došlo k nárůstu zásahu sportovních pořadů (o 3 p.b. na 25 %).
- **Koeficient spokojenosti zůstal stabilní u publicistických, dramatických, zábavných, dokumentárních, vzdělávacích, náboženských a sportovních pořadů.** K mírnému nárůstu o 1 p.b. došlo u zpravodajských (81 %) a k poklesu o 2 p.b. u hudebních pořadů (81 %).
- Navýšení **koeficientu vnímané originality** o 4 p.b. na hodnotu 74 % sledujeme u dokumentárních pořadů, naopak pokles o 3 p.b. u sportovních pořadů a o 6 p.b. u zpravodajských a hudebních pořadů. V ostatních žánrech zůstaly hodnoty prakticky stejné.
- **Koeficient míry zaujetí** byl loni v porovnání s rokem 2023 vyšší u publicistických pořadů (74 %; +1 p.b.), zábavných pořadů (77 %; +1 p.b.), vzdělávacích pořadů (76 %; +2 p.b.) a náboženských pořadů (85 %; +8 p.b.). Pokles registrujeme u dramatických (69 %; -5 p.b.), sportovních (71 %; -3p.b.), zpravodajských (63 %; -2 p.b.) a dokumentárních pořadů (83 %; -2 p.b.).

KOMENTÁŘ

- **Sledování zpravodajských pořadů na některém z kanálů ČT preferovalo 46 % diváků** (meziročně -2 p.b.), **u publicistických pořadů to bylo 47 %** (+1 p.b.). Setrvalý pokles hodnoty u zpravodajských pořadů dáváme do souvislosti jak s fungováním zpravodajského kanálu CNN Prima News, tak s neustálým zahušťováním online prostoru různými zpravodajskými pořady a podcasty. 38 % diváků označilo některý z kanálů ČT jako svůj hlavní pro sledování dokumentárních pořadů (+2 p.b.), 39 % pro pořady vzdělávací (+5 p.b.) a 51 % pro dětské pořady (+3 p.b.).
- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, v roce 2024 se na celkové ploše zpravodajství podílely z 87 %.** Meziroční nárůst o 11 p.b. souvisí se zavedením premiérového nočního vysílání ČT24. Nárůst podílu premiérového vysílání o 3 p.b. jsme zaznamenali u hudebních pořadů a o 1 p.b. u pořadů publicistických, dramatických a dokumentárních. V důsledku úsporných opatření došlo k významnému poklesu podílu premiér u dětských pořadů, a to z 18 % na 10 %. Mírný pokles parametru sledujeme také u vzdělávacích (z 48 na 46 %) a náboženských pořadů (z 19 na 16 %). U ostatních žánrů byl podíl premiérového vysílání stabilní.
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských, publicistických, zábavných, náboženských a sportovních pořadů se tradičně blíží k hranici 100 %.** Nárůst hodnoty v rozpětí 1-2 p.b. jsme zaznamenali u dokumentárních, vzdělávacích, hudebních a náboženských pořadů. K poklesu oproti roku 2023 o 2 p.b. došlo u dramatických, zábavných a sportovních pořadů. U ostatních programových typů zůstal podíl vlastní tvorby stabilní.
- Z hlediska **spokojenosti s premiérovými tituly** zůstalo hodnocení přibližně na hodnotách roku 2023, pouze u dokumentárních pořadů došlo k poklesu koeficientu o 2 p.b. na 84 %.
- **Celková míra vnímané originality u premiérových titulů** meziročně poklesla u náboženských pořadů (77 %; - 2 p.b.). K nárůstu došlo u dramatických (62 %; +4 p.b.), zábavných (63 %; +5 p.b.) a dokumentárních pořadů (72 %; + 3 p.b.).
- V případě **míry zaujetí premiérovými tituly** jsme zaznamenali pokles koeficientu u dramatických (70 %; -2 p.b.) a dokumentárních pořadů (82 %; -1 p.b.). Míra zaujetí u ostatních programových typů narostla shodně o 2 p.b.

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.

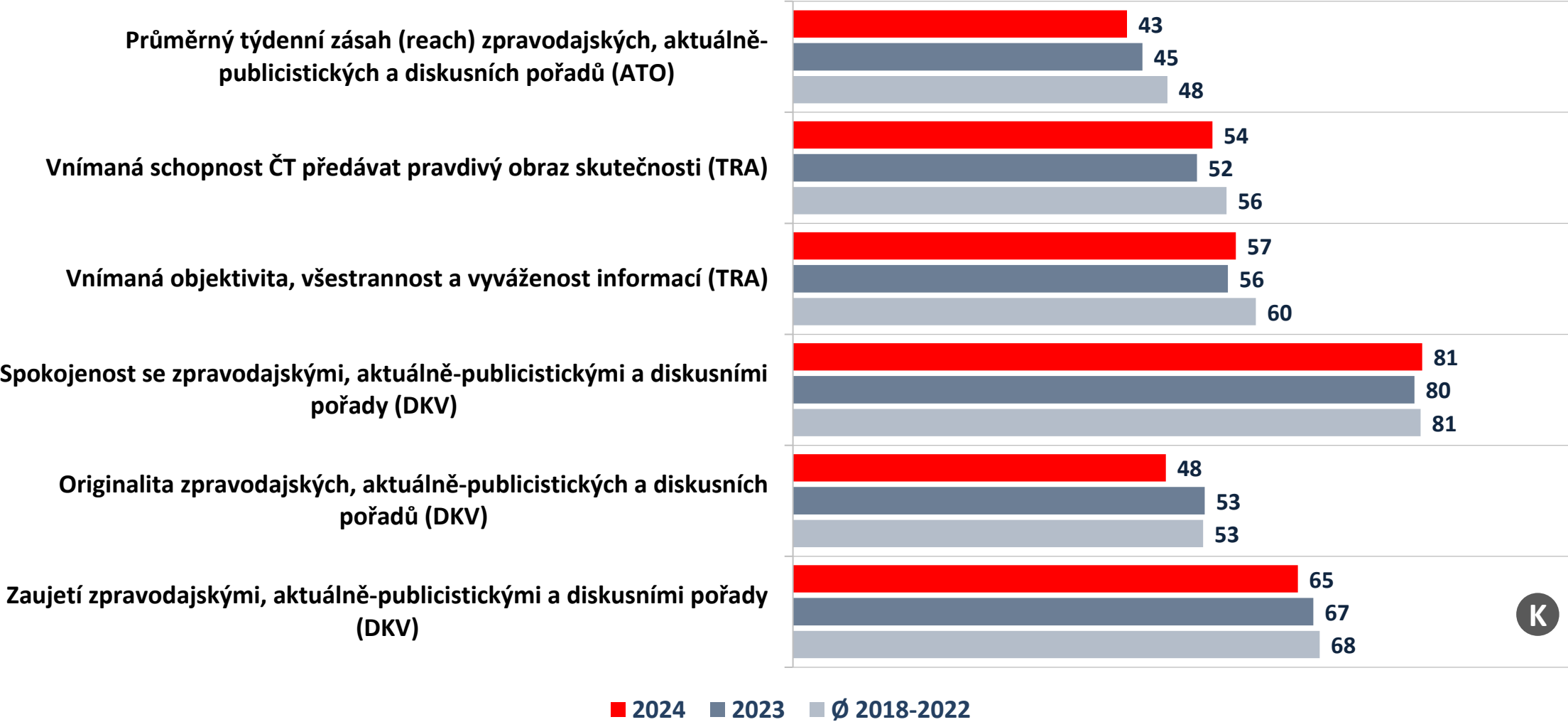
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 1

- „Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit 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 odvysílat informaci, jejíž původ není znám. Je povinna seznámit diváky se zdrojem vysílané informace s výjimkou obecně známých skutečností a informací převzatých od renomovaných zpravodajských agentur, které ji zásobují informacemi na základě platné smlouvy.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.11)

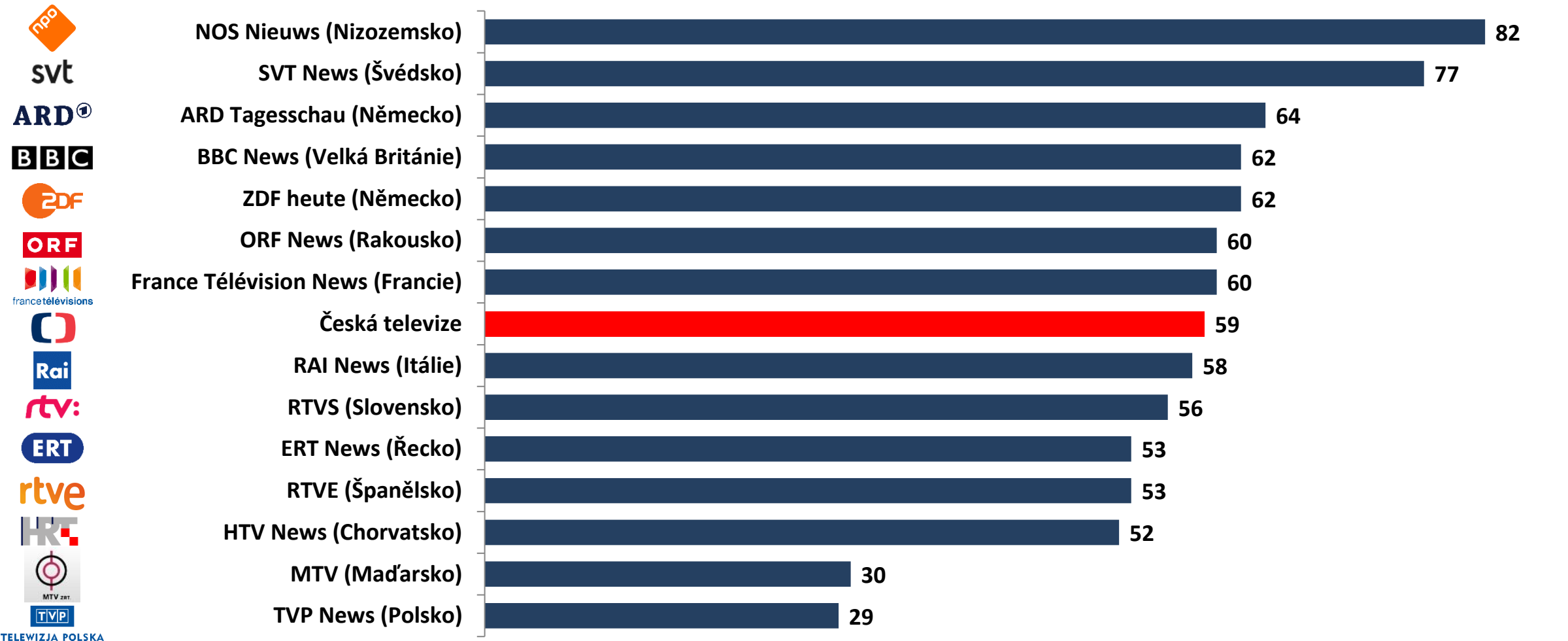
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



2024: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

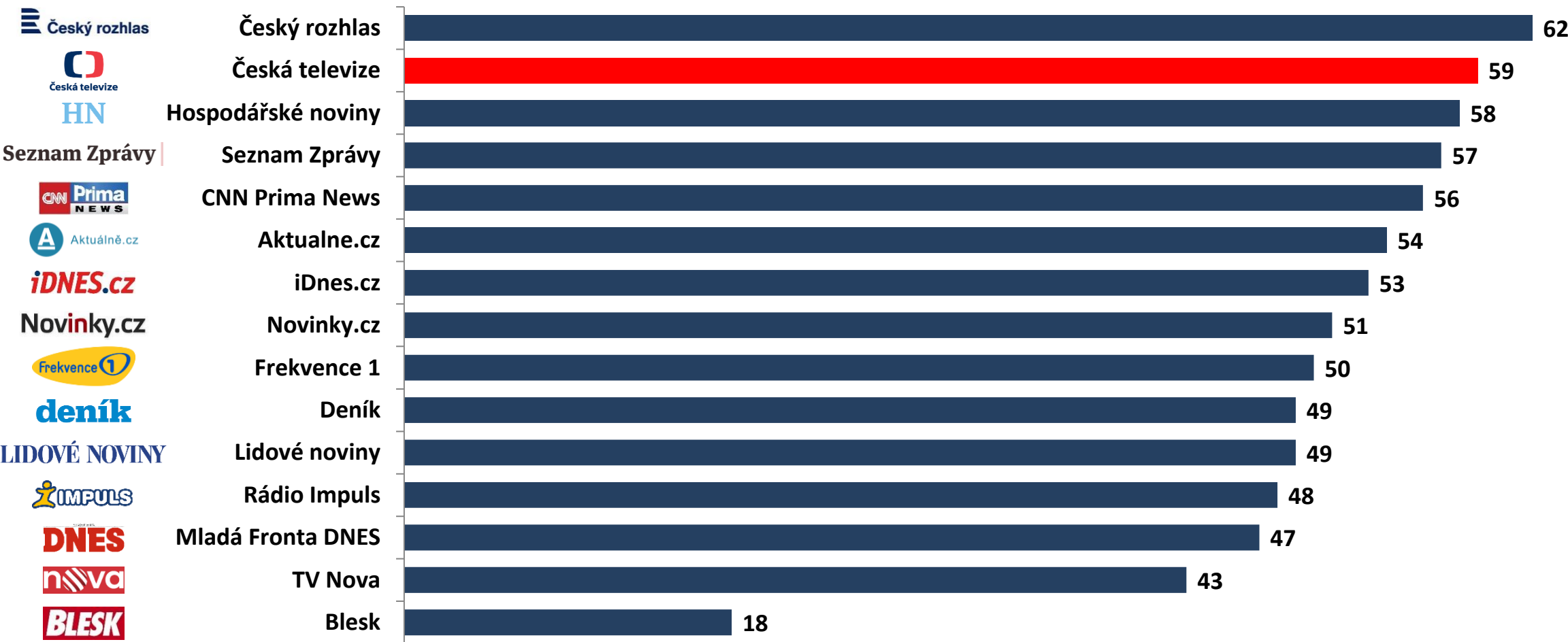
Zdroj: Digital News Report 2024, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)



Otázka: How trustworthy would you say news from the following brands is? Use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'.
Jak důvěryhodné jsou podle vás zprávy z následujících zdrojů? Pro hodnocení prosím použijte stupnici, kde 0 = zcela nedůvěryhodné a 10 = zcela důvěryhodné.

2024: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2024, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)



Otázka: How trustworthy would you say news from the following brands is? Use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'.
Jak důvěryhodné jsou podle vás zprávy z následujících zdrojů? Pro hodnocení prosím použijte stupnici, kde 0 = zcela nedůvěryhodné a 10 = zcela důvěryhodné.

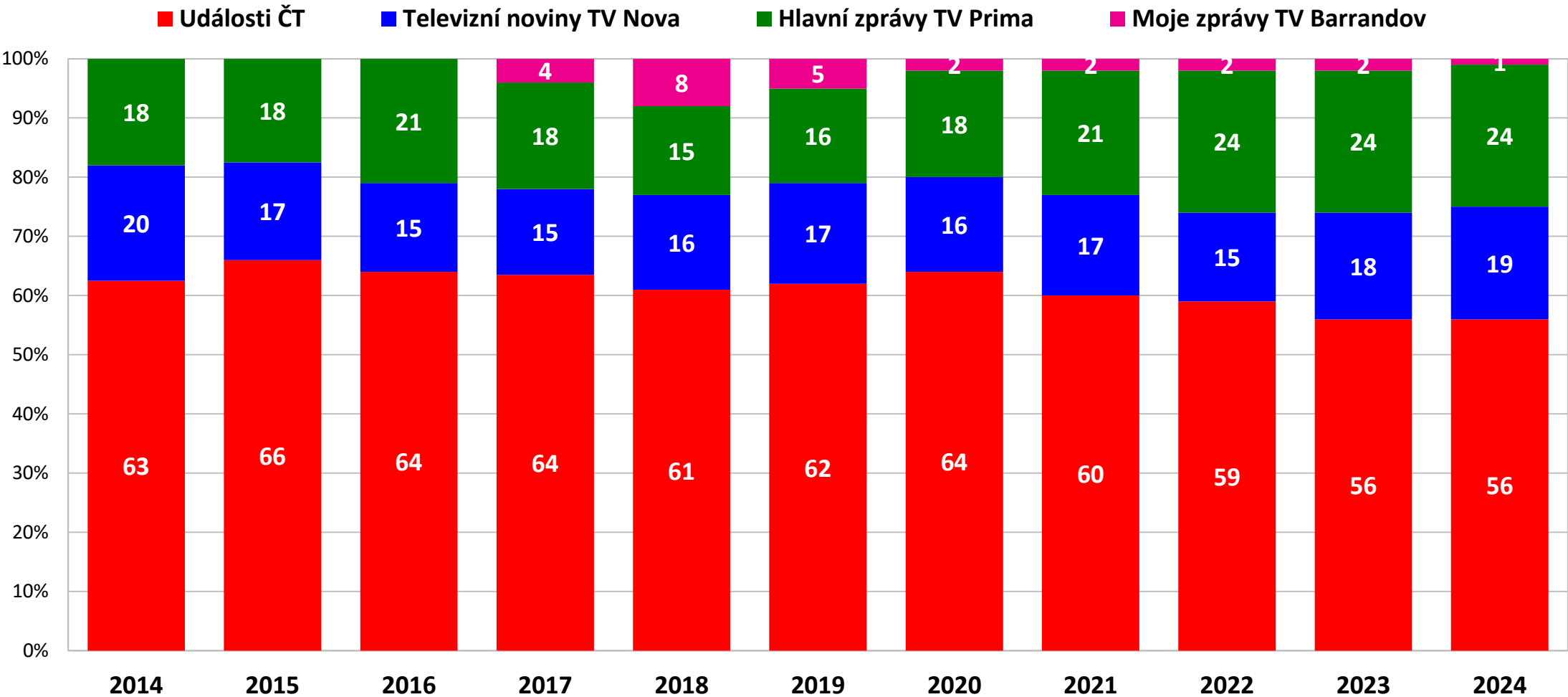
KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v populaci 15+ v roce 2024 meziročně mírně poklesl, a to na hodnotu 43 % (-2 p.b.).** V porovnání s průměrem let 2018-2022 se jedná o pokles o 5 p.b. Pokud jde o konkrétní témata, největší pozornost věnovali diváci zářijovým intenzivním deštům a následným povodním, které zasáhly velkou část území ČR. Zvýšený zájem vyvolala také politická agenda: krajské a senátní volby v říjnu, volby do Evropského parlamentu v červnu a také odchod Pirátů z vlády. Velmi sledované byly například také oslavy vítězství hokejového týmu na mistrovství světa.
- **Koeficient spokojenosti s výše uvedenými typy pořadů vzrostl o 1 p.b. na hodnotu 81 %, což odpovídá průměru za roky 2018-2022.** Opačný vývoj jsme zaznamenali u koeficientu míry zaujetí, který meziročně klesl o 2 p.b. na hodnotu 65 %. V porovnání s rokem 2023 se snížil také koeficient vnímané originality, a to o 5 p.b. na 48 %.
- I nadále mezi diváky **převládá názor, že ČT poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace** (hodnota koeficientu 57 %). Koeficient mapující schopnost ČT **předávat divákům pravdivý obraz skutečnosti** se zvýšil o 2 p.b. na hodnotu 54 %.
- **V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic dosáhla Česká televize hodnoty 59 % *.** Výsledek ČT je srovnatelný s významnými veřejnoprávními evropskými vysílateli, jakými jsou rakouská ORF, France Télévisions či italská RAI.
- **Součástí výzkumu realizovaného institutem Reuters a Univerzitou v Oxfordu je tradičně také hodnocení důvěryhodnosti hlavních zpravodajských zdrojů v jednotlivých zemích.** Česká televize se na národní úrovni umístila na **druhé příčce za Českým rozhlasem** (ČT 59 %; ČRo 62 %), třetí skončily Hospodářské noviny (58 %). Další významná zpravodajská média, např. Seznam Zprávy, CNN Prima News, Aktualne.cz, Novinky.cz nebo iDnes.cz vykázala nižší hodnocení důvěryhodnosti zpravodajství.

* Jde o podíl respondentů, kteří na stupnici 0-10 ohodnotili důvěryhodnost ČT známkou 6 nebo více.

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

Zdroj: Tracking ČT, v %



Otázka: Prosím, zamyslete se nad hlavními zpravodajskými pořady České televize, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov. Který z těchto čtyř zpravodajských pořadů je podle Vašeho názoru nejdůvěryhodnější?

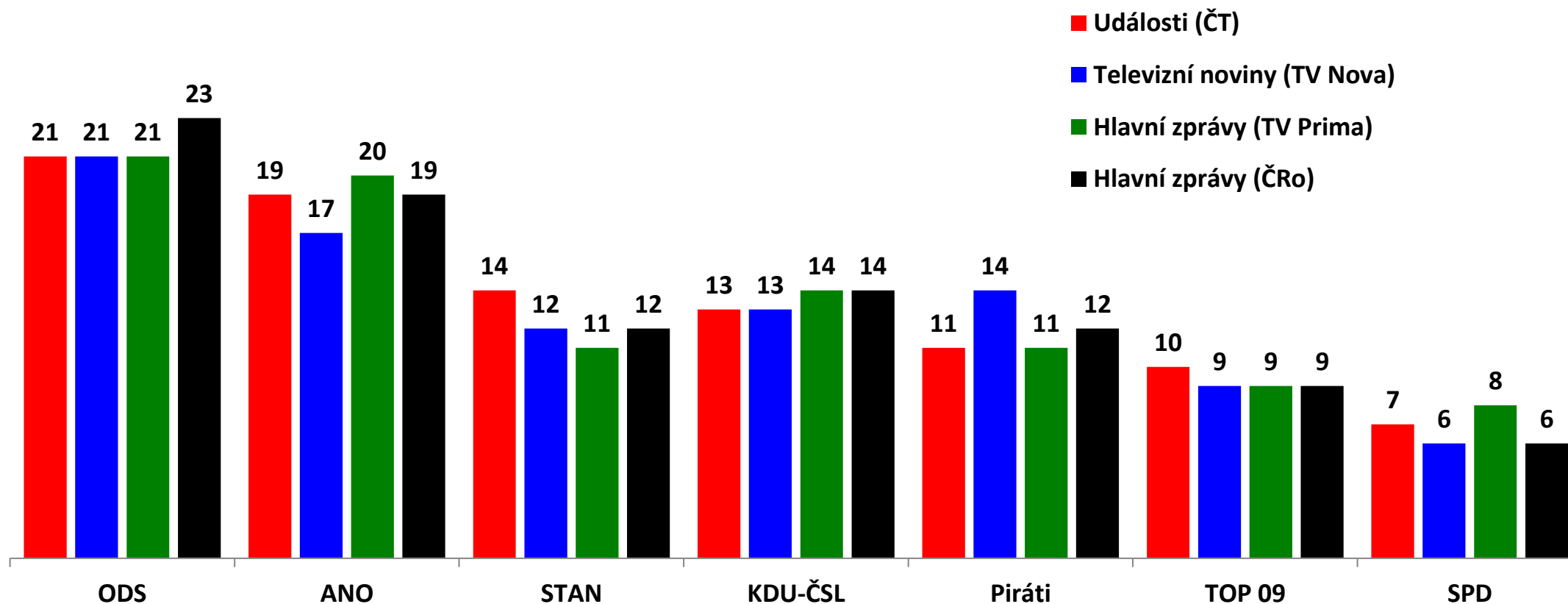
KOMENTÁŘ

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

- ***Události ČT*** jsou dlouhodobě vnímány jako jednoznačně nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajská relace na českém televizním trhu. Loni se k ***Událostem*** v rámci trackingového výzkumu přiklonilo 56 % diváků starších 18 let, což je stejně jako v roce 2023.
- ***Hlavní zprávy TV Prima*** považovala za nejdůvěryhodnější zpravodajskou relaci přibližně čtvrtina dotázaných (24 %), ***Televizní noviny TV Nova*** pak necelá pětina diváků (19 %).

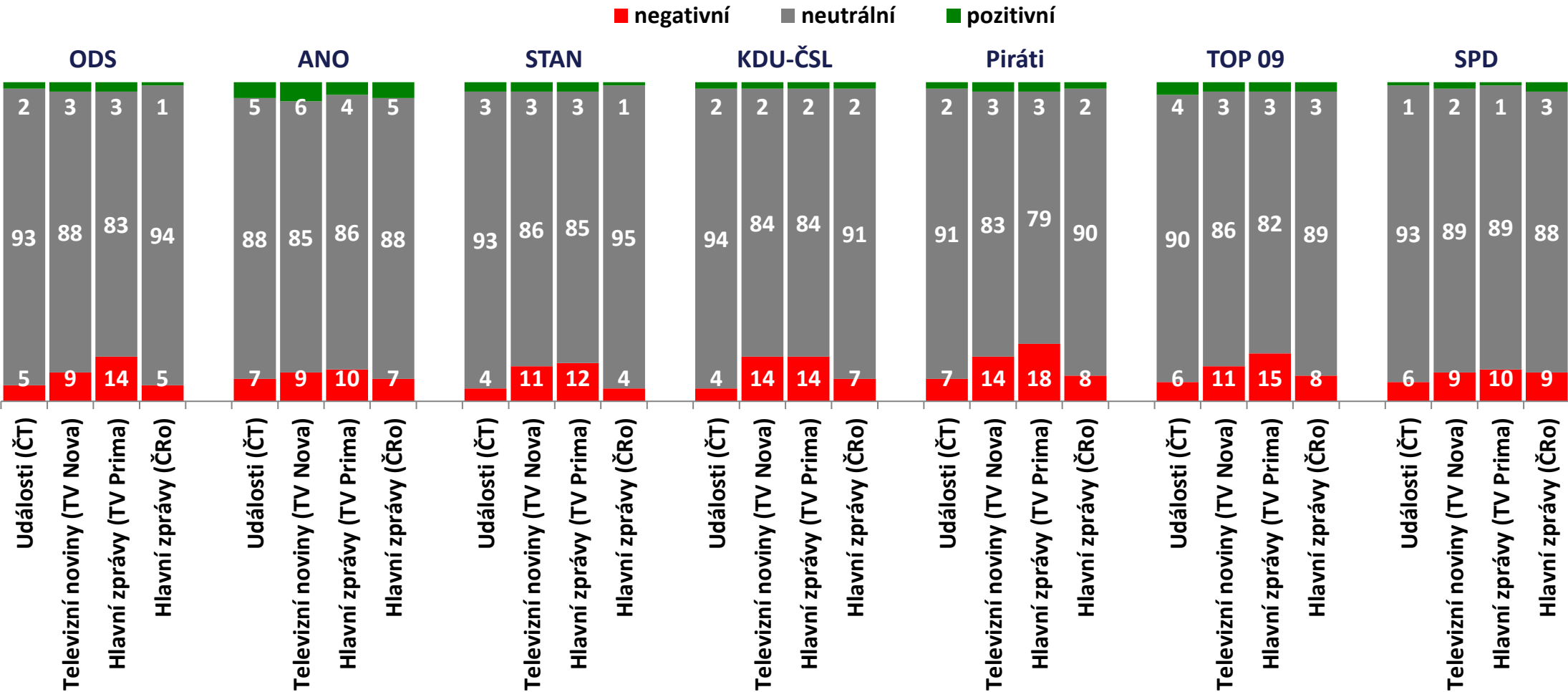
2024: PODÍL SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

Zdroj: Media Tenor, v %



2024: TÓN MEDIALIZACE SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH
SUBJEKTŮ V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %



PROSTOR VĚNOVANÝ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM SUBJEKTŮM
V HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACI ČT UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, počet zmínek

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

	ODS	ANO	STAN	KDU-ČSL	PIRÁTI	TOP 09	SPD	CELKEM 7 STRAN
2024	3 614 (+4 %)	3 153 (+12 %)	2 332 (+18 %)	2 179 (+7 %)	1 839 (+33 %)	1 688 (+11 %)	1 112 (+19 %)	15 917 (+13 %)
2023	3 481 (-11 %)	2 806 (+5 %)	1 968 (-22 %)	2 028 (+6 %)	1 378 (-16 %)	1 525 (+12 %)	931 (-21 %)	14 117 (-7 %)
2022	3 926 (+55 %)	2 678 (-58 %)	2 513 (+75 %)	1 908 (+36 %)	1 647 (-6 %)	1 360 (+9 %)	1 183 (+34 %)	15 215 (-3 %)

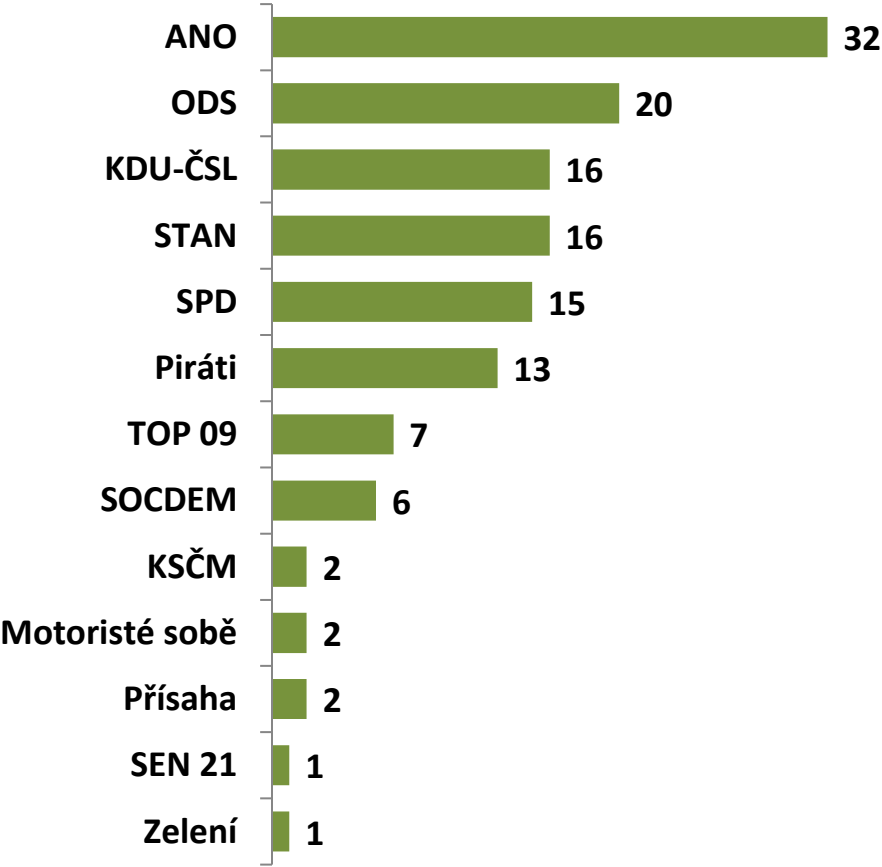
KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství vysílaném v rámci *Událostí ČT* měla nejsilnější vládní strana ODS (20 %). Hnutí ANO se umístilo těsně na druhé příčce (19 %), následováno menšími subjekty podílejícími se na koalici v pořadí STAN (14 %), KDU-ČSL (13 %), Piráti (11 %) a TOP 09 (10 %). Opozičnímu hnutí SPD věnovaly *Události* 7 % plochy zpravodajství, což konvenuje s ostatními sledovanými zpravodajskými relacemi (6-8 %).**
- **Obecně lze říci, že hlavní zpravodajské relace ČT, TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu v loňském roce vykazovaly jen malé rozdíly v relativní intenzitě, s jakou se věnovaly různým politickým uskupením. První dvě příčky byly u všech čtyř relací obsazeny stejnými subjekty, a ani u ostatních stran a hnutí neregistrujeme zásadní rozdíly.**
- **Tón medializace politických subjektů v pořadu *Události* vykazoval v porovnání s jinými zpravodajskými relacemi podobně nízké podíly pozitivních a výrazně nižší podíly negativních výpovědí (platí to především ve srovnání s komerčními stanicemi TV Prima a TV Nova), což svědčí o vysoké míře postojoyé neutrality zpravodajství České televize. Podíl negativních výpovědí se v *Událostech* napříč politickými subjekty pohyboval v rozmezí 4-7 %, nejvyšší jsme zaznamenali u Pirátů.**
- **V absolutních číslech byla v roce 2024 v pořadu *Události* nejčastěji zmíněna nejsilnější vládní strana ODS, a to v 3 614 případech, což je v porovnání s rokem 2023 o 4 % více. Hlavnímu opozičnímu subjektu, hnutí ANO, patřilo celkem 3 153 zmínek, meziročně šlo o nárůst o 12 %. Další v pořadí byl s počtem 2 332 zmínek STAN (+18 %), následovaný hnutím KDU-ČSL s 2 179 zmínkami, Piráty (1 839), TOP 09 (1 688) a SPD (1 112). U všech jmenovaných stran a hnutí došlo meziročně k nárůstu počtu zmínek. Důvodem byla obecně vyšší medializace politických subjektů v souvislosti s volbami do Evropského parlamentu a podzimními krajskými a senátními volbami.**

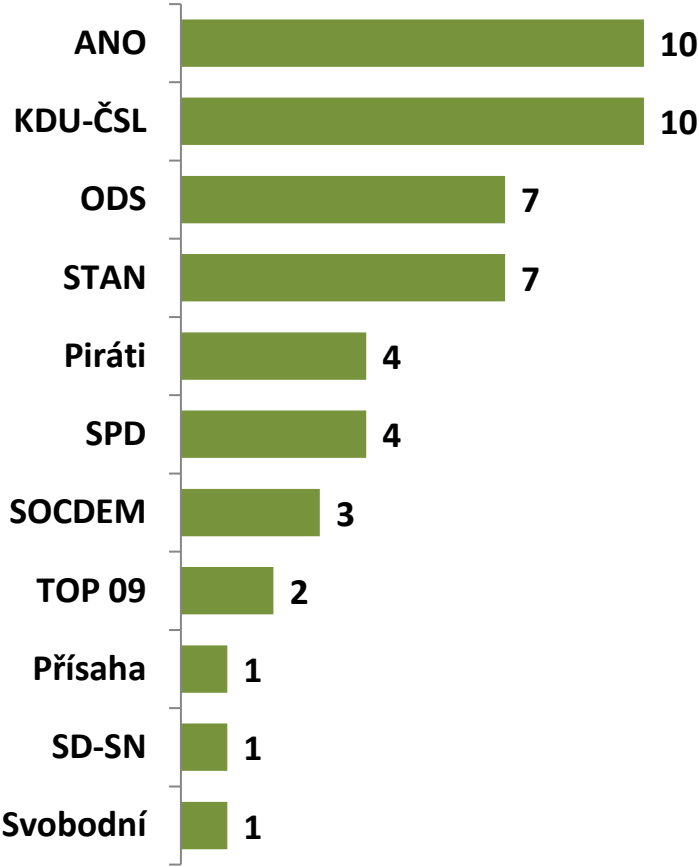
2024: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V
DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



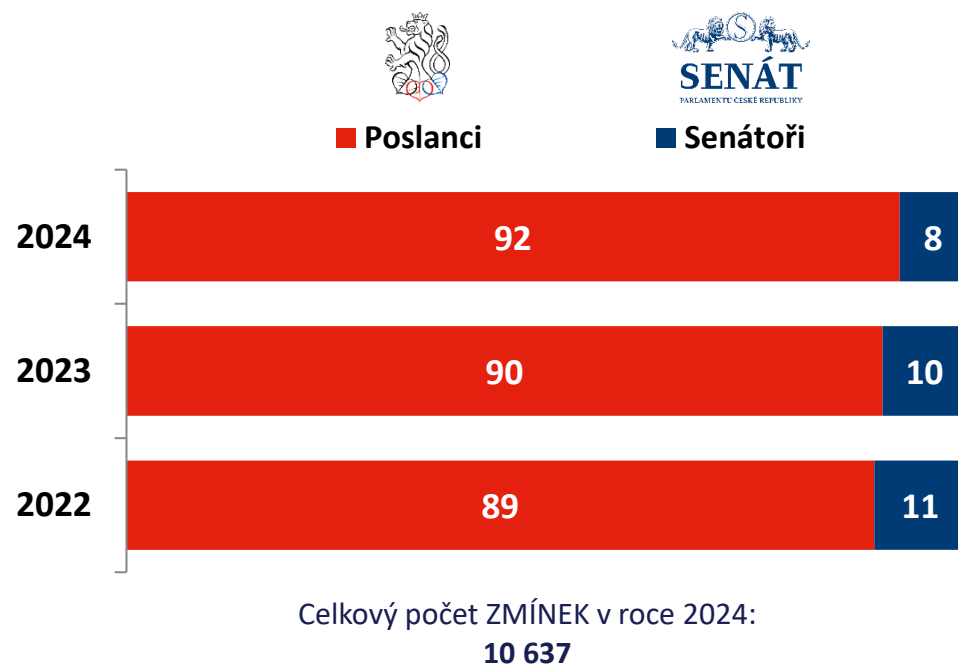
MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



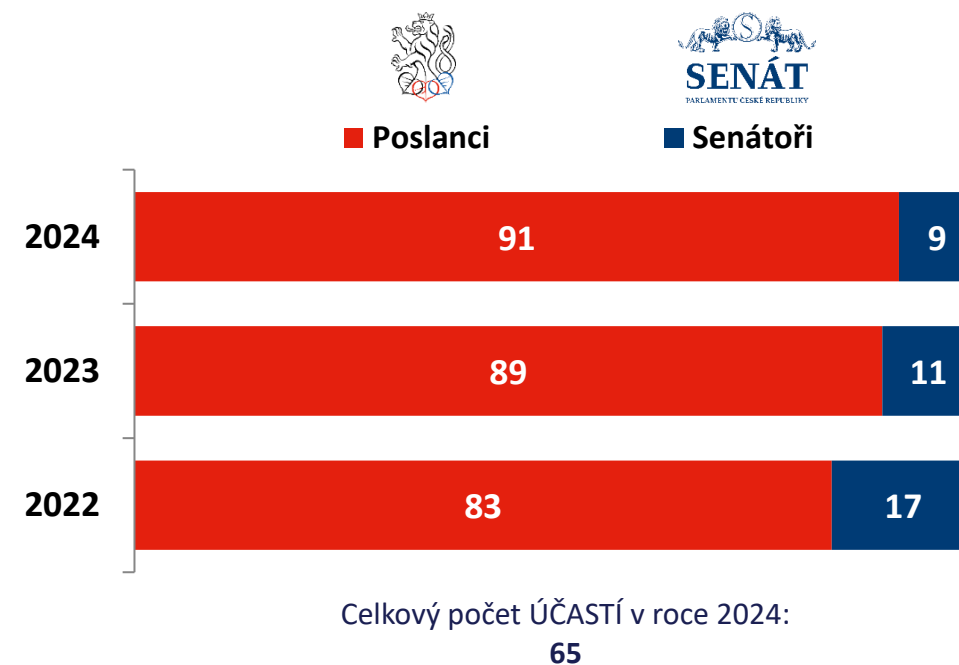
PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZMÍNEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

PODÍL NA ZMÍNKÁCH O ZÁKONODÁRCÍCH V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



PODÍL NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH



KOMENTÁŘ

ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

- Nejčastějšími diskutéry v pořadu *Otázky Václava Moravce* byli v roce 2024 zástupci opozičního hnutí ANO s 32 účastmi, na vládní ODS připadlo 20 hostů. Třetí místo si rozdělily KDU-ČSL a STAN, oba subjekty měly shodně po 16 účastnících debat.
- V pořadu *Máte slovo s M. Jílkovou* se nejčastěji objevovali rovněž hosté z hnutí ANO (10 účastí), stejný počet hostů přišel do pořadu také z KDU-ČSL. Následovali představitelé vládních subjektů ODS a STAN se sedmi účastmi.

POSLANCI A SENÁTOŘI

- V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslankyně a poslanci nad senátorkami a senátory (92 % vs. 8 %). Ve srovnání s rokem 2023 poměr hostů z dolní komory Parlamentu narostl o 2 p.b.
- Hosté z Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegyněmi a kolegy ze Senátu objevovali častěji také v diskusních pořadech (91 % vs. 9 %). Meziročně se i v tomto případě podíl poslankyň a poslanců navýšil o 2 p.b.

2024: VYVÁŽENOST ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Zdroj: Media Tenor

Pořad	Žánrová specifikace pořadu	Počet zkoumaných příspěvků	Počet příspěvků s nálezem k posouzení vyváženosti
Události	všeobecné zpravodajství	600	15
Události v regionech (Praha + Brno + Ostrava)	regionální zpravodajství	200	8
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	6

585 z 600 náhodně vybraných příspěvků odvysílaných v relaci Události bylo analýzou společnosti Media Tenor vyhodnoceno jako obsahově vyvážených. V případě pořadu Události v regionech (pražská, brněnská a ostravská relace) bylo jako obsahově vyvážených vyhodnoceno 192 příspěvků z 200. U Zpráv ve 23 to bylo 194 příspěvků z 200.

2024: HODNOCENÍ PREZENTACE MEDIÁLNÍHO POKRYTÍ UDÁLOSTI “POVODNĚ 2024” VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 1/4)

Zdroj: CEMES FSV UK

PREZENTOVANÁ TÉMATA A DÍLČÍ UDÁLOSTI

- Hlavními tématy byl **popis situace v zasažených místech a výsledky povodní**. Výskyt témat kopíroval vývoj povodní jako takových. V prvním analyzovaném dni 12. 9. 2024 bylo **varování před povodněmi**, které se mělo naplnit až v následujících dnech, většina příspěvků se týkala **příprav na povodně, protipovodňových opatření a předchozích povodní v minulosti silně zasažených oblastech**. Analyzované období 12. až 16. 9. tak lze rozdělit na hlavní fáze, kdy 12. 9. a 13. 9. byla sdělení zaměřená především na přípravy proti povodním, jednotlivá varování, a aktualizace předpovědi počasí. Od 14. 9. povodně zasahovaly jednotlivé oblasti, nejčastější tedy byla sdělení o aktuálních situacích, od 15. 9. 2024 se také objevovaly příspěvky o následcích povodní, které v poslední analyzovaný den již převládaly.
- Pokud bychom témata rozdělili v rámci zpravodajských a publicistických pořadů, ve zpravodajství **Událostí** byla výrazným tématem **situace v zasažených oblastech**, ať už samostatně tak např. v kombinaci s reportováním o následcích povodní. Další témata se objevovala ve vysílání v souladu s průběhem a eskalací situace.
- V rámci publicistických pořadů byla pozornost ve **Studiu 6** upřena na **situaci v zasažených oblastech**. I díky pokrytí v prvních dnech sledovaného období dostala prostor také protipovodňová opatření, často mj. spolu s přípravami na povodně a silným deštěm. Zmiňována však byla i další témata, namátkou situace v zahraničí, výstrahy a oznámení či předchozí povodně. V **Událostech, komentářích** byly povodně ve sledovaném období **pokryty variabilně**. Byly diskutovány jak **přípravy na povodně a protipovodňová opatření, tak výstrahy a oznámení či např. následky povodní**.

2024: HODNOCENÍ PREZENTACE MEDIÁLNÍHO POKRYTÍ UDÁLOSTI “POVODNĚ 2024” VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 2/4)

Zdroj: CEMES FSV UK

PROSTOR K VYJÁDŘENÍ

- V analyzovaném vysílání hovořili **nejčastěji zástupci obce**. Vzhledem k tomu, že docházelo k zasažení jednotlivých obcí nerovnoměrně a některé obce byly výrazně silněji zasaženy, je **adekvátní poskytování prostoru jejich zástupcům**. Ve vysílání se opakovaně objevovali **vládní představitelé**, kteří **informovali o aktuálních mimořádných opatřeních**. Nejčastěji se v příspěvcích objevovali ministři relevantních resortů: **ministerstvo vnitra, zemědělství, životního prostředí**, dále pak **předseda vlády**. Důležitou roli hráli i **zástupci zasažených krajů**.
- Hovořili ale i zástupci soukromých institucí, například tiskoví **mluvčí dodavatelů energií, telefonní operátoři či jiní poskytovatelé pro občany důležitých služeb**. Prostor dostali ale i méně tradiční mluvčí, jako např. zástupci charitativních organizací, ale i např. správci rybníků. Důležitými řečníky byli také nejprve pamětníci, kteří často hovořili v reportážích o přípravách na povodně a vzpomínali na povodně předchozí. Postupně naopak převládali ve výpovědích zasažení občané.

2024: HODNOCENÍ PREZENTACE MEDIÁLNÍHO POKRYTÍ UDÁLOSTI “POVODNĚ 2024” VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 3/4)

Zdroj: CEMES FSV UK

VYVÁŽENOST PREZENTACE UDÁLOSTI

- Celkově lze konstatovat, že v rámci analyzovaného vysílání u jednotlivých pořadů byla **reprezentace událostí** v určitých aspektech (preferenci určitých krajů, počty témat zaměřených na aktuální povodňovou situaci, zobrazování příslušníků záchranných složek) **nerovnoměrná, reflektovala však aktuální situaci a její závažnost** např. co do regionálního rozložení, kde se vysílání zaměřovalo na nejvíce postižené regiony. Vzhledem ke krizové situaci v Moravskoslezském kraji bylo nejvíce příspěvků v Událostech věnováno právě jemu. Více než čtvrtina analyzovaných příspěvků pak pokrývala více krajů nebo celou republiku.
- V rámci pokrývání témat ve vysílání se nejvíce vyskytovala dvě témata: **popis situace v zasažených místech a výsledky povodní**. Výskyt témat kopíroval vývoj povodní jako takových. Zatímco v prvním analyzovaném dni 12. 9. bylo varování před povodněmi, které se mělo naplnit až v následujících dnech, většina příspěvků se týkala příprav na povodně, protipovodňových opatření a předchozích povodní v minulosti silně zasažených oblastech. 12. 9. a 13. 9. byla sdělení zaměřená především na přípravy proti povodním, jednotlivá varování a aktualizace předpovědi počasí. Od 14. 9. povodně zasahovaly jednotlivé oblasti, nejčastější tedy byla sdělení o aktuálních situacích, od 15. 9. 2024 se také objevovaly příspěvky o následcích povodní, které v poslední analyzovaný den již převládaly. Co se týká zobrazování příslušníků záchranných složek, byly ve vysílání hojně zastoupeny. Ze záchranných složek se v analyzovaném souboru vyskytoval především **Hasičský záchranný sbor a jeho zástupci**. Ti se nejčastěji objevovali, protože pomoc při přírodních živlech spadá především do jejich gesce, a to i v případech záchrany života. Obrazově byli hasiči prezentováni ještě častěji.
- **Příspěvky splňovaly požadavek objektivit novinařského sdělení a absenci emocionálního zabarvení v projevech moderátorů i reportérů.** Objevilo se jen několik případů mírného zabarvení sdělení a jeden případ silného zabarvení sdělení. Moderátoři a moderátorky České televize se **povětšinou vyjadřovali neutrálně**. Vzhledem k tomu, že se jednalo o informování o mimořádné události a četných krizových situacích, je **způsob analyzovaného sdělení adekvátní této situaci**.

2024: HODNOCENÍ PREZENTACE MEDIÁLNÍHO POKRYTÍ UDÁLOSTI “POVODNĚ 2024” VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 4/4)

Zdroj: CEMES FSV UK

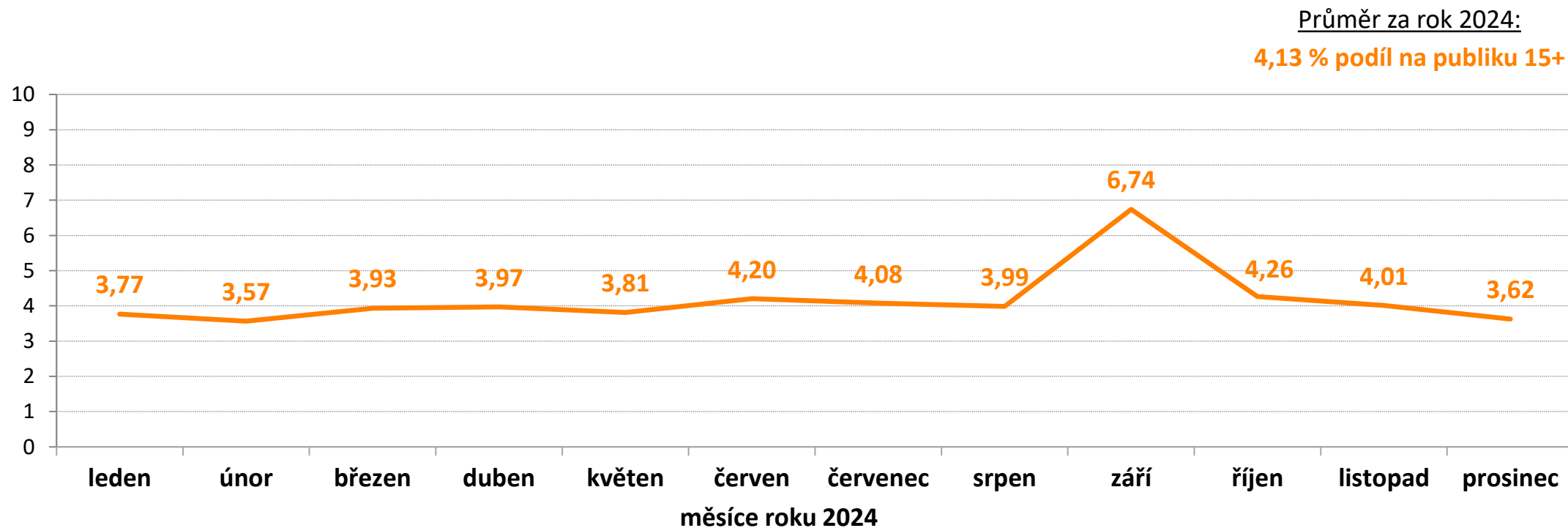
DALŠÍ ZJIŠTĚNÍ

- V rámci zpravodajství byl hojně používán **formát moderátorských a reportérských vstupů přímo v terénu**. Je nutné zmínit **připravenost** moderátorek a moderátorů i reportérek a reportérů **na tuto krizovou situaci**, což lze doložit tím, že se v rámci vysílání ve sledovaném období v daných pořadech objevovaly četné živé vstupy ze všech krajů ČR. S tím souvisí i **široké zastoupení vystupujících a hostů v analyzovaném vysílání**. Byla zaznamenána **široká škála hostů nejen ve Studiu 6, ale i v přímých vstupech**, tedy jak v publicistických, tak i ve zpravodajských pořadech.
- Kromě základní informační funkce zpravodajství byl zřetelný rovněž **kontrolní a pomáhající aspekt prostřednictvím moderátorů a reportérů** ve vysílání v krizové situaci (pomoc HZS atp.). Emocionální zabarvení u vstupů moderátorů a reportérů bylo minimální – pokud se ale vyskytovalo, emocionalita byla výraznější spíše u reportérů v terénu, kdy příspěvky byly dramaticky či emocionálně zabarvenější. **Vysílání**, složené z analyzovaných příspěvků, **bylo co do výstavby narácí i reprezentace jako celku v celkovém pohledu neutrální**. **Informace byly prezentovány věcně a v kontextu, bylo odkazováno na jejich zdroje**.
- **Informace podávané ve vysílání byly ozdrojované a jejich forma odpovídala formátu krizového, mimořádného vysílání**. Celkově lze konstatovat, že Česká televize svým zpravodajstvím a publicistikou o povodních 2024 ve sledovaném období v pořadech *Události, Zprávy ve 12*, *Studio 6* a *Události, komentáře* postupovala v souladu s principy veřejné služby v oblasti televizního vysílání.

2024: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

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

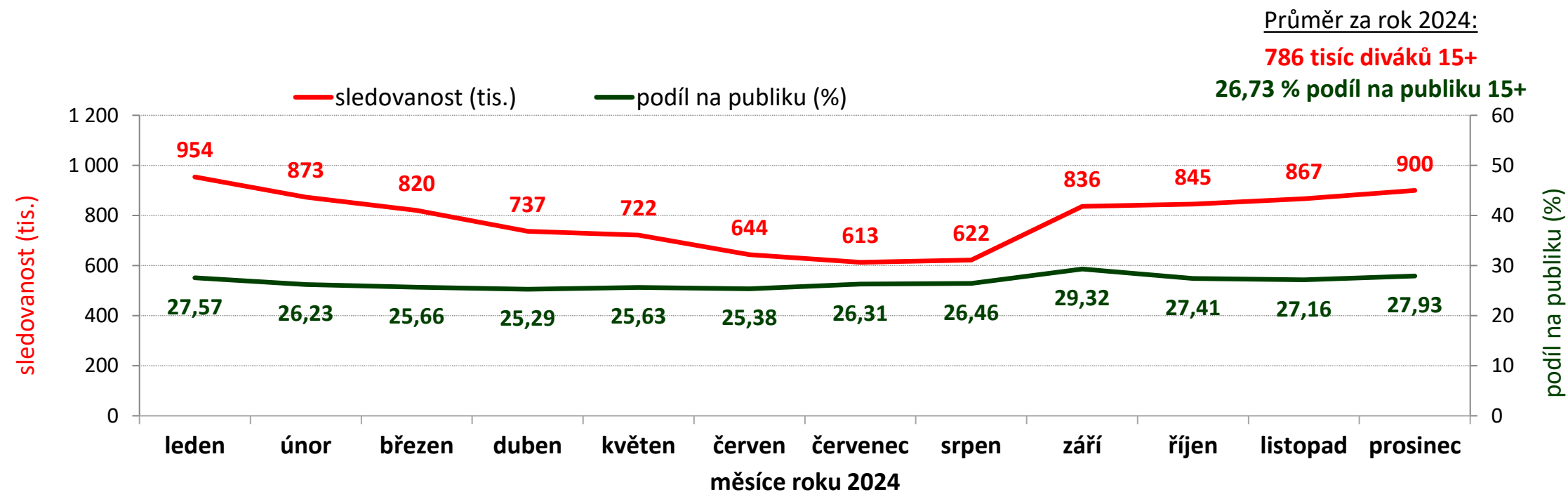
- **Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl v roce 2024 hodnoty 4,13 %.** Celkově ČT24 svým vysíláním oslovila 71 % dospělé TV populace ČR, tj. přes 5,8 milionu diváků.
- **Nejúspěšnějším měsícem roku 2024 bylo z hlediska podílu na sledovanosti září s 6,74 %.** V průběhu září proběhly republikou povodně, došlo k odchodu Pirátů z koalice a uskutečnily se volby do krajů a Senátu ČR.



2024: SLEDOVANOST A PODÍL POŘADU UDÁLOSTI NA PUBLIKU (ČT1 + ČT24)

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

- Hlavní zpravodajskou relaci ČT *Události* v roce 2024 průměrně sledovalo na programech ČT1 a ČT24 dohromady 786 tisíc diváků starších 15 let, což představuje pokles oproti zpravodajsky výjimečným rokům 2020-2023. Absolutní sledovanost *Událostí* odpovídala v minulém roce průměru dekády, která předcházela pandemii koronaviru a válce na Ukrajině (tedy letům 2011-2019). Vzhledem k dynamickému vývoji na mediální scéně v posledních letech, s ním spojenou fragmentarizací televizního trhu představovanou výrazným nárůstem alternativních informačních kanálů, jsou *Události* jedinou zpravodajskou relací, která si ve srovnání se stavem před deseti lety dokázala udržet podobný zájem diváků.
- Průměrný podíl na sledovanosti *Událostí* (ČT1 + ČT24) dosáhl v roce 2024 úrovně 26,73 %. V porovnání s rokem 2023 se jedná o meziročně stabilní hodnotu. Nejvyššího podílu na divácích (29,32 %) dosáhl pořad v září, kdy Česko postihly povodně a konaly se krajské a senátní volby.



VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

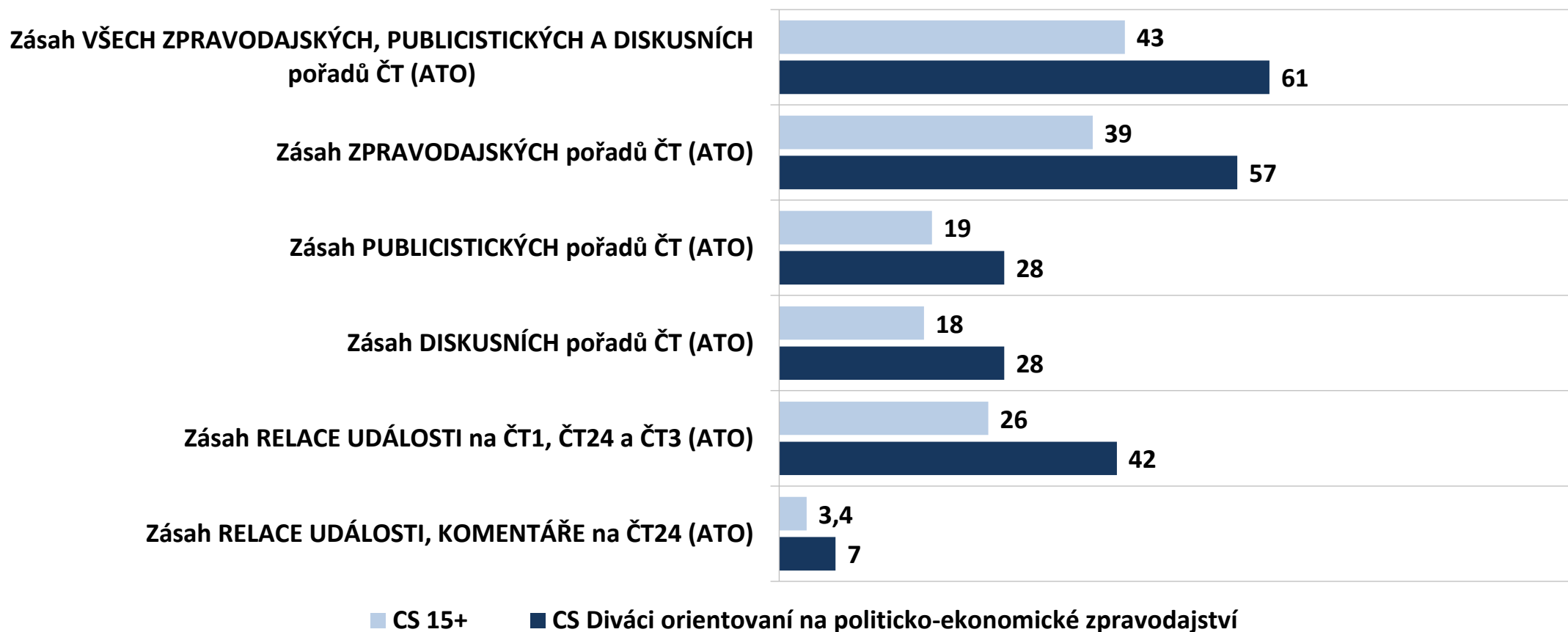
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

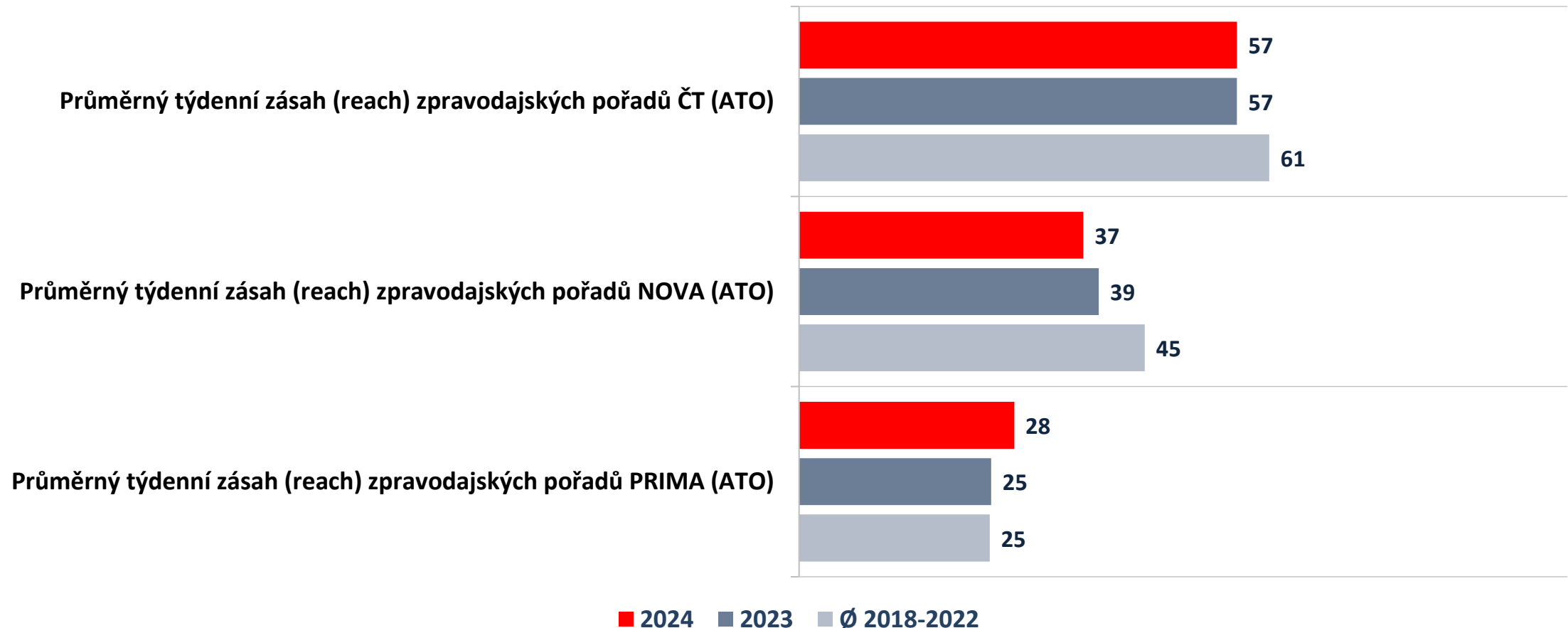
2024: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

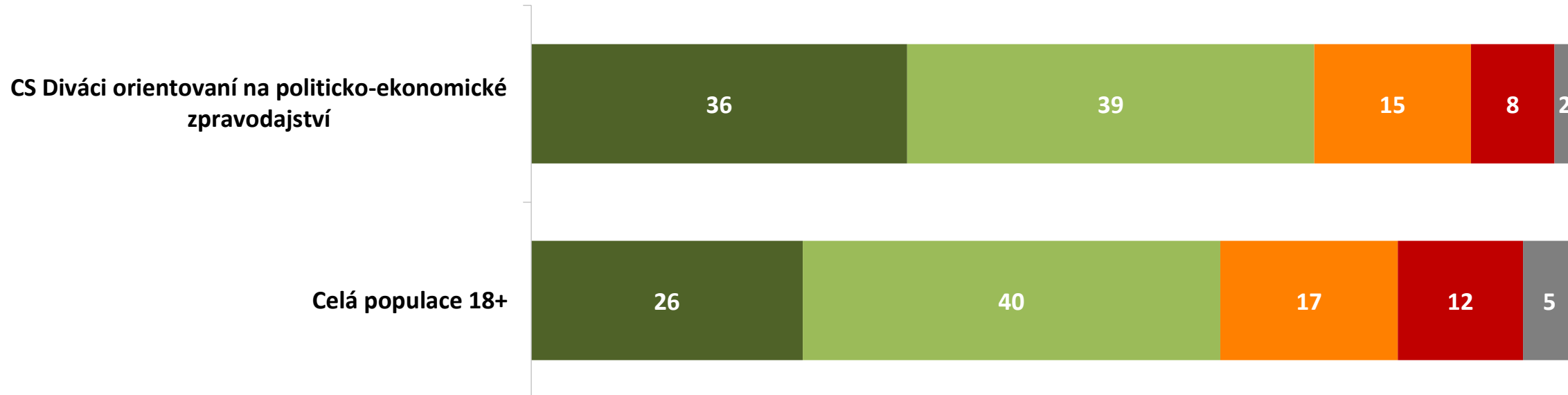


2024: SOUHLAS S VÝROKEM „ČESKÁ TELEVIZE JE DŮVĚRYHODNÁ“ MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ V POROVNÁNÍ S POPULACÍ 18+

Zdroj: Tracking ČT, v %

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

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



KOMENTÁŘ

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

- **Průměrný týdenní zásah celkem zpravodajských, publicistických a diskusních pořadů ČT v cílové skupině diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství dosáhl v minulém roce 61 %, což představuje o 18 p.b. vyšší hodnotu než v obecné populaci 15+.**
- Z jednotlivých podtypů jsme u diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství zaznamenali nejvyšší průměrný týdenní zásah zpravodajskými pořady (57 %). Průměrný týdenní zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině shodně 28 %.
- **Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují týdně v průměru výrazně vyšší podíl diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic Nova (rozdíl 20 p.b.) a Prima (rozdíl 29 p.b.).**
- **Celkem 75 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá ČT jako důvěryhodnou. V celé dospělé populaci činí tato hodnota 66 % *.**

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

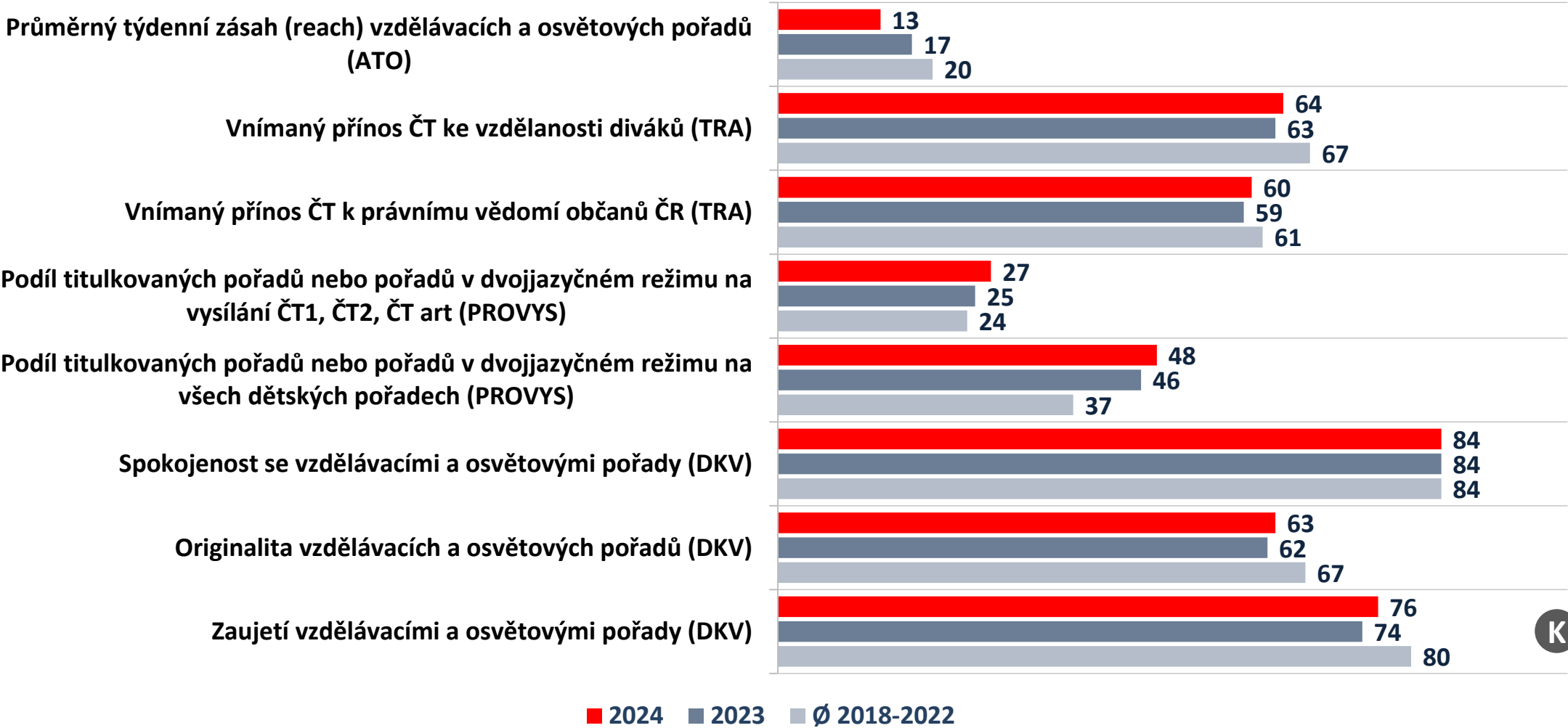
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 2

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

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



K

2024: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž (hod.)
Bilance	finanční gramotnost	2	1
Černé ovce	finanční gramotnost	12	2
Newsroom ČT24	mediální gramotnost	36	28
Tajemství elektřiny	energetická gramotnost	5	0,5
Tohle radši nezkoušejte	digitální gramotnost	10	2
Kyber tabu	digitální gramotnost	14	1
Středověké srdce Evropy	historie	10	4
My, občané Protektorátu	historie	3	3
Šťastně až na věky	sociální dokument	1	2
Do konce	sociální dokument	6	4
Spojila nás smrt	medicína	1	1
Srdeční záležitost	medicína	1	1
Česko na drogách	závislosti	6	1
Archouni	umění	13	3
Identita	umění	7	5
ArtZóna	všeobecný kulturní rozhled	38	32
Tady Havel, slyšíte mě?	osobnosti	1	1
Franz Kafka - známý neznámý	osobnosti	2	2
Tajemství života Bedřicha Smetany	osobnosti	1	1
Cimrmani zblízka	divadlo	1	1
Investigátoři	věda	6	5
Wifina	počítač	42	20
Kroky a skoky české animace	počítač	6	3
Perimetr	bezpečnost	12	5
Stezka Českem	cestování	10	4
Lidové tradice v krajích České republiky	cestování	4	4
Naše lázně	cestování	10	4
Planeta Praha	ekologie	1	1

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady ČT dosáhl v roce 2024 hodnoty 13 %.** Pokles o 4 p.b. oproti roku 2023 a o 7 p.b. v porovnání s obdobím let 2018-2022 souvisí jak s poklesem vysílací plochy vzdělávacích pořadů, tak s nižším diváckým zájmem o vzdělávací pořady v porovnání s obdobím pandemie covid-19.
- **Koeficient míry souhlasu s výrokem *ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků* dosáhl úrovně 64 %,** což je o 1 p.b. vyšší hodnota než v předchozím roce. Koeficient výroku *ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů* je aktuálně na úrovni 60 %; i v tomto případě došlo meziročně k drobnému navýšení o 1 p.b.
- **Podíl titulkovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu stoupl loni o 2 p.b. na hodnotu 27 %.** U indikátoru pozorujeme dlouhodobě rostoucí trend.
- **Nadále roste také podíl titulkovaných pořadů na dětských pořadech, v roce 2024 jich bylo již 48 %.** V meziročním srovnání se jedná o zlepšení o 2 p.b., v porovnání s průměrem období let 2018-2022 dokonce o 11 p.b.
- **Koeficient spokojenosti se vzdělávacími pořady je v posledních letech zcela stabilní, jeho hodnota činí 84 %.** Koeficient vnímané originality dosáhl v roce 2024 na hodnotu 63 % (+1 p.b.), koeficient míry zaujetí vzrostl na 76 % (+2 p.b.).

KOMENTÁŘ

Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla v roce 2024 velmi pestrá. Jmenujme na tomto místě alespoň některé zásadní tituly:

- **Finanční gramotnost** byla tématem několika dílů cyklů *Bilance* a *Černé ovce*.
- **Energetické gramotnosti** se věnoval cyklus *Tajemství elektřiny*.
- **Na mediální vzdělávání a digitální gramotnost** se i v roce 2024 zaměřoval pořad Newsroom ČT24. V závěru roku hlavní program ČT1 odvysílal cyklus *Tohle radši nezkoušejte*, kde byli diváci seznamováni s novými metodami internetových podvodníků. Nástrahy digitálního světa se řešily také v pořadu *Kyber tabu*.
- **Drogová závislost** byla tématem cyklu *Česko na drogách*, kde přední odborníci vysvětlovali, jaký vliv mají drogy na tělo i na celou společnost.
- V rámci **vzdělávacích pořadů v oblasti cestování** diváci ocenili cykly *Stezka Českem* a *Naše lázně*. Milovníkům **historie** nabídla ČT mimo jiné cykly *Středověké srdce Evropy* a *My, občané Protektorátu*. Příznivci **divadla** zase pozitivně přijali dokument *Cimrmani zblízka*.
- Česká televize odvysílala v roce 2024 také celou řadu **původních dokumentů**, včetně těch věnovaných **významným osobnostem**. Dokument *Srdeční záležitost* představil významného kardiologa Petra Neužila. Z řady dalších jmenujme například *Tady Havel, slyšíte mě?*, *Franz Kafka – známý neznámý* nebo *Tajemství života Bedřicha Smetany*.

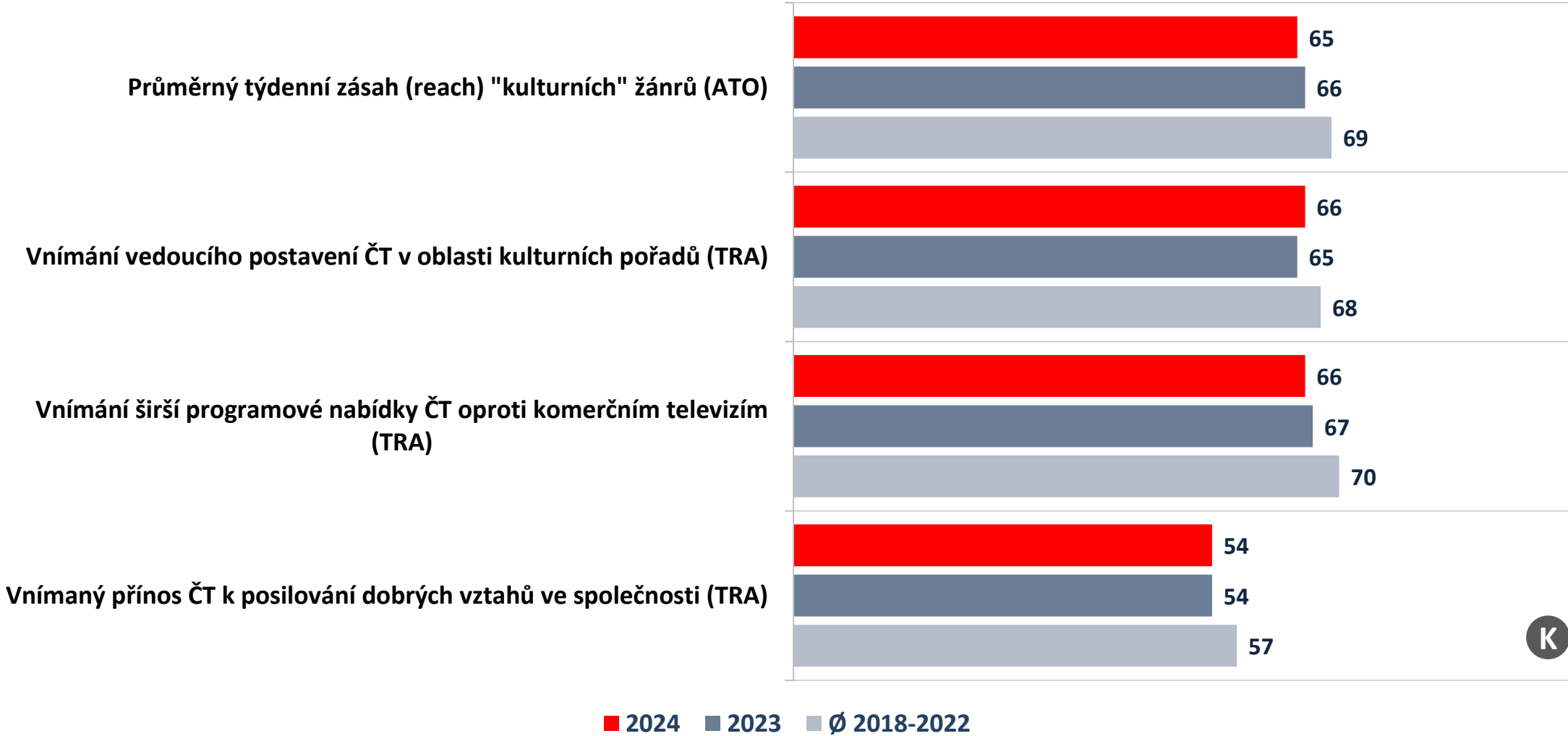
CÍL 3 – Podpora kultury

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 3

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

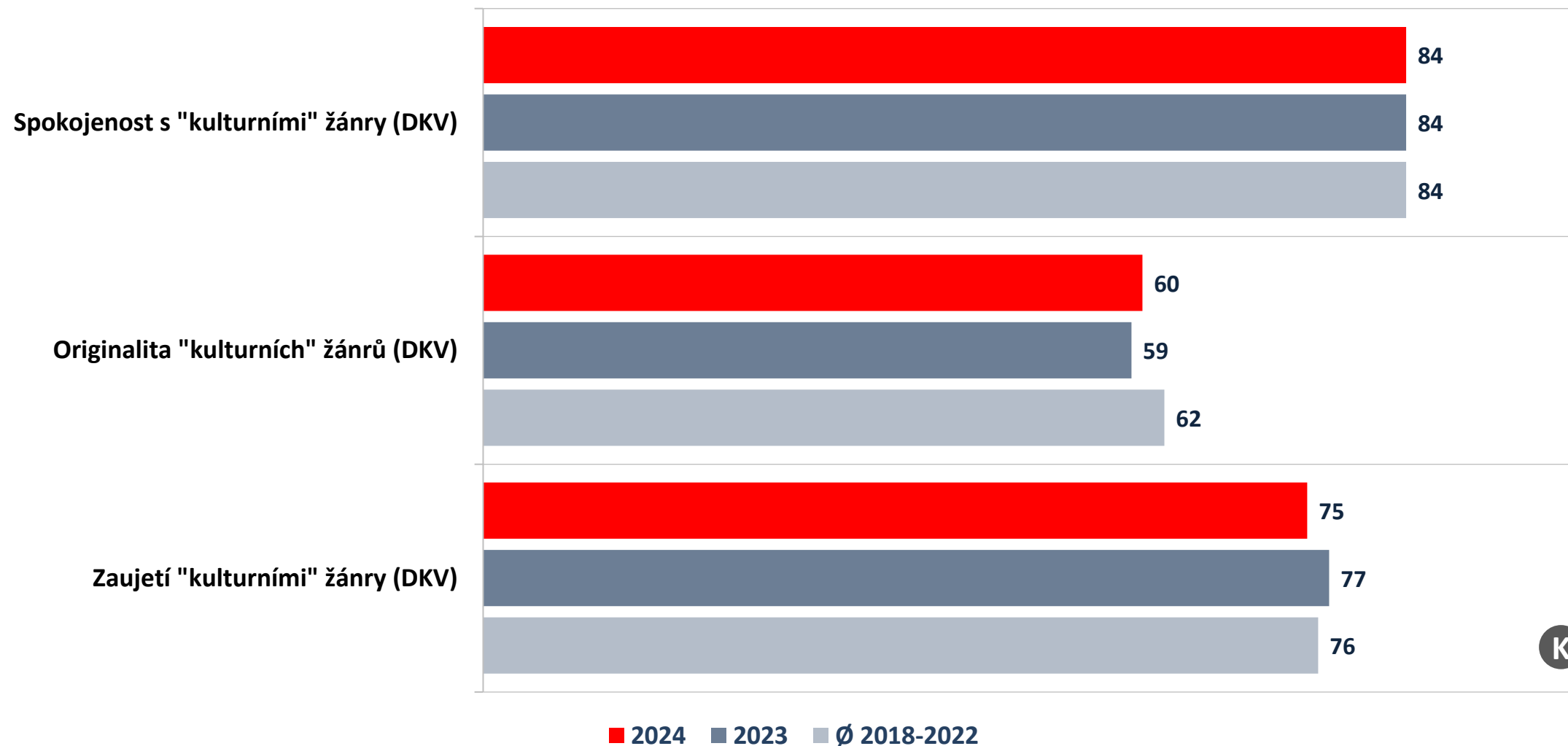
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v %



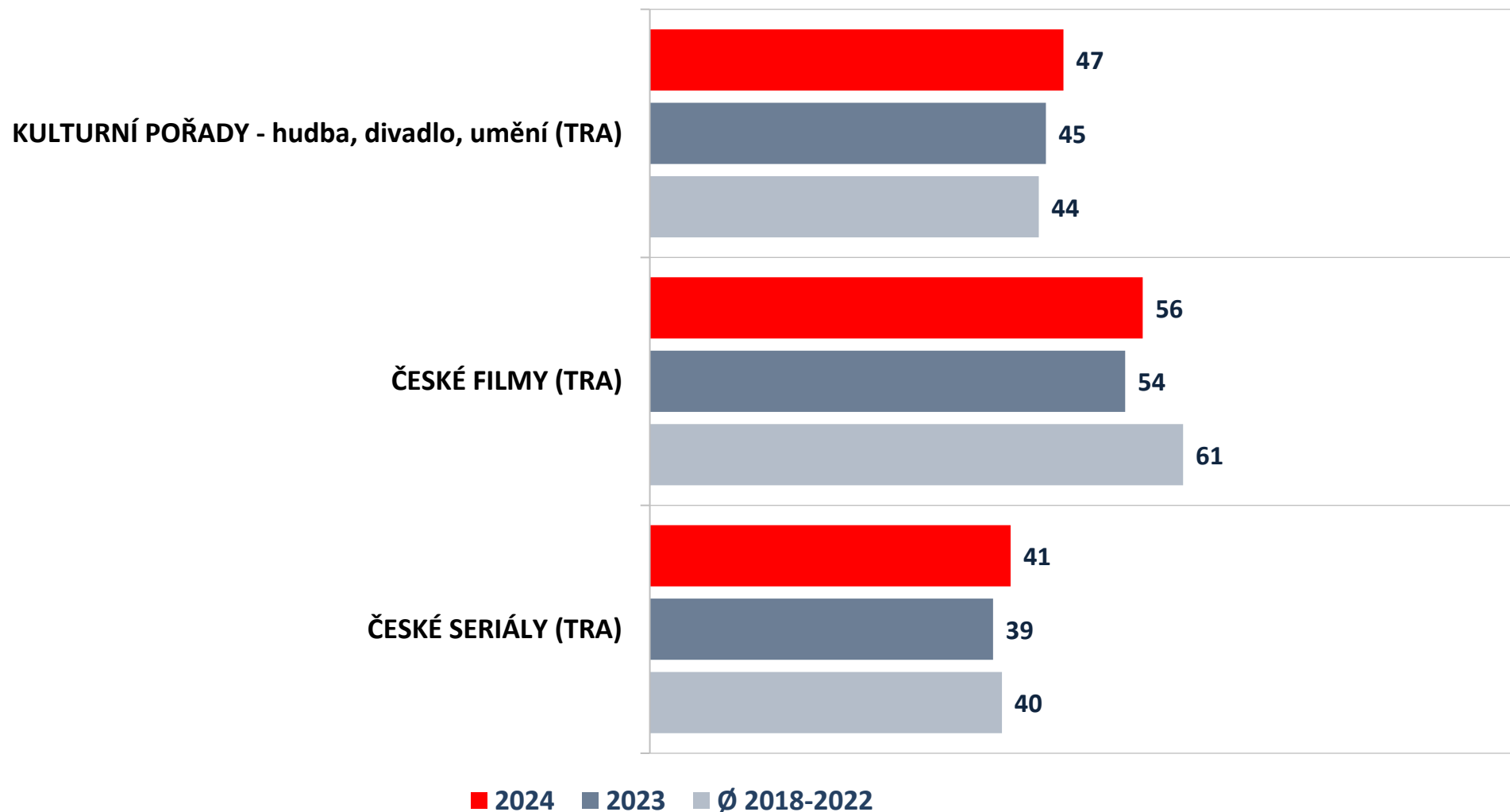
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ KULTURNÍMI ŽÁNRY

Zdroj: DKV ČT, v %



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

Zdroj: Tracking ČT, v %

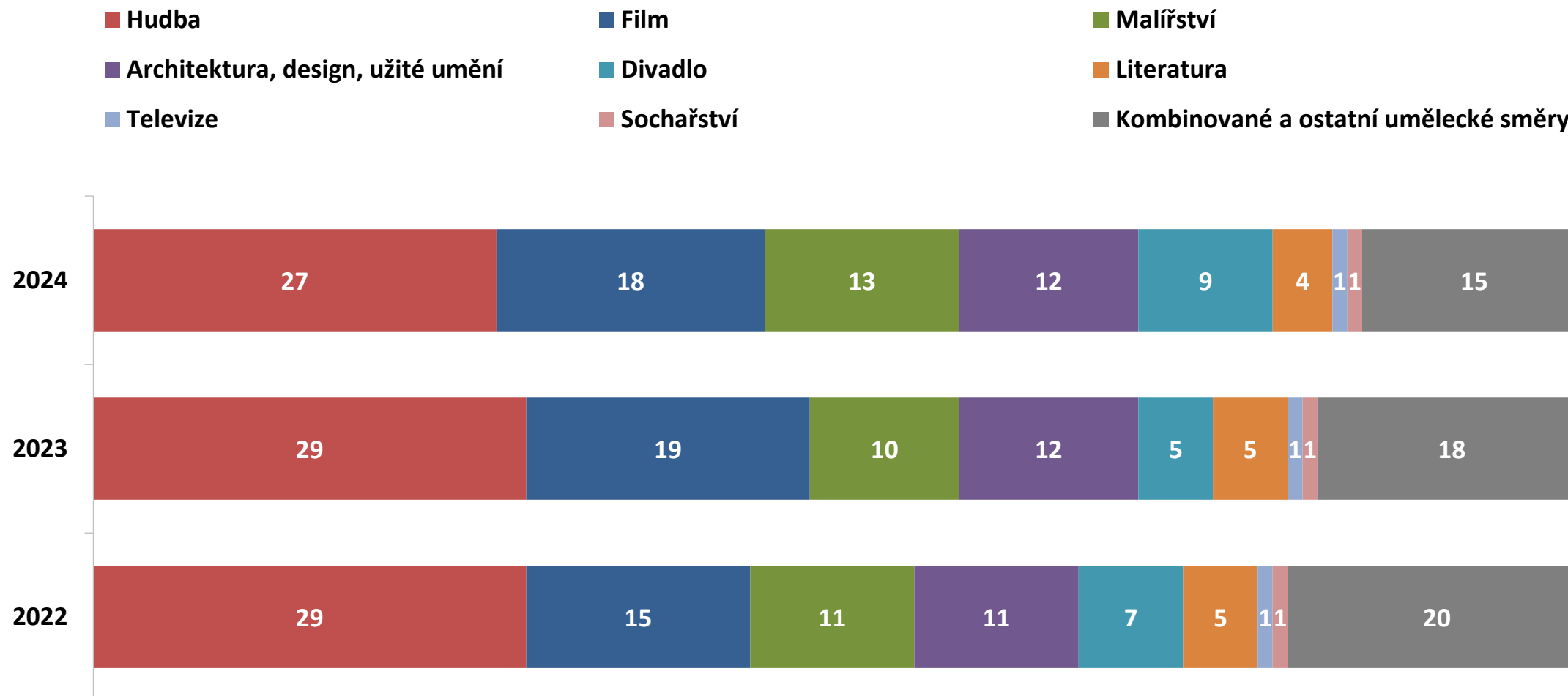


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů ve vysílání ČT činil v minulém roce 65 %.** V porovnání s dlouhodobějším průměrem se sice jedná o pokles o 4 p.b., je však třeba vzít v úvahu, že v letech 2020-2022 vysílal též kanál ČT3, který k celkovému zásahu (i k dalším indikátorům týkajícím se kulturních žánrů) nezanedbatelně pozitivně přispíval.
- **Koeficient spokojenosti s kulturními žánry setrval v roce 2024 na hodnotě 84 %** a je tedy velmi stabilní, podobně jako u osvětových a vzdělávacích pořadů. Koeficient vnímané originality stoupl o 1 p.b. na hodnotu 60 %, koeficient zaujetí kulturními žánry naopak poklesl o 2 p.b. na 75 %.
- **Jako svůj hlavní kanál v oblasti kulturních pořadů vnímá některý z programů ČT skoro polovina diváků (47 %).** Z dlouhodobějšího hlediska registrujeme trendový růst hodnoty tohoto indikátoru, což zřejmě souvisí se zvýšeným úsilím České televize nabídnout divákům prostřednictvím obrazovky divadelní hry, koncerty a další kulturní události, a to včetně přímých přenosů.
- Podíl diváků, kteří vnímají některý z kanálů ČT jako hlavní pro sledování českých filmů, činil 56 %, v případě českých seriálů to bylo 41 %. U obou kategorií došlo k meziročnímu nárůstu o 2 p.b.

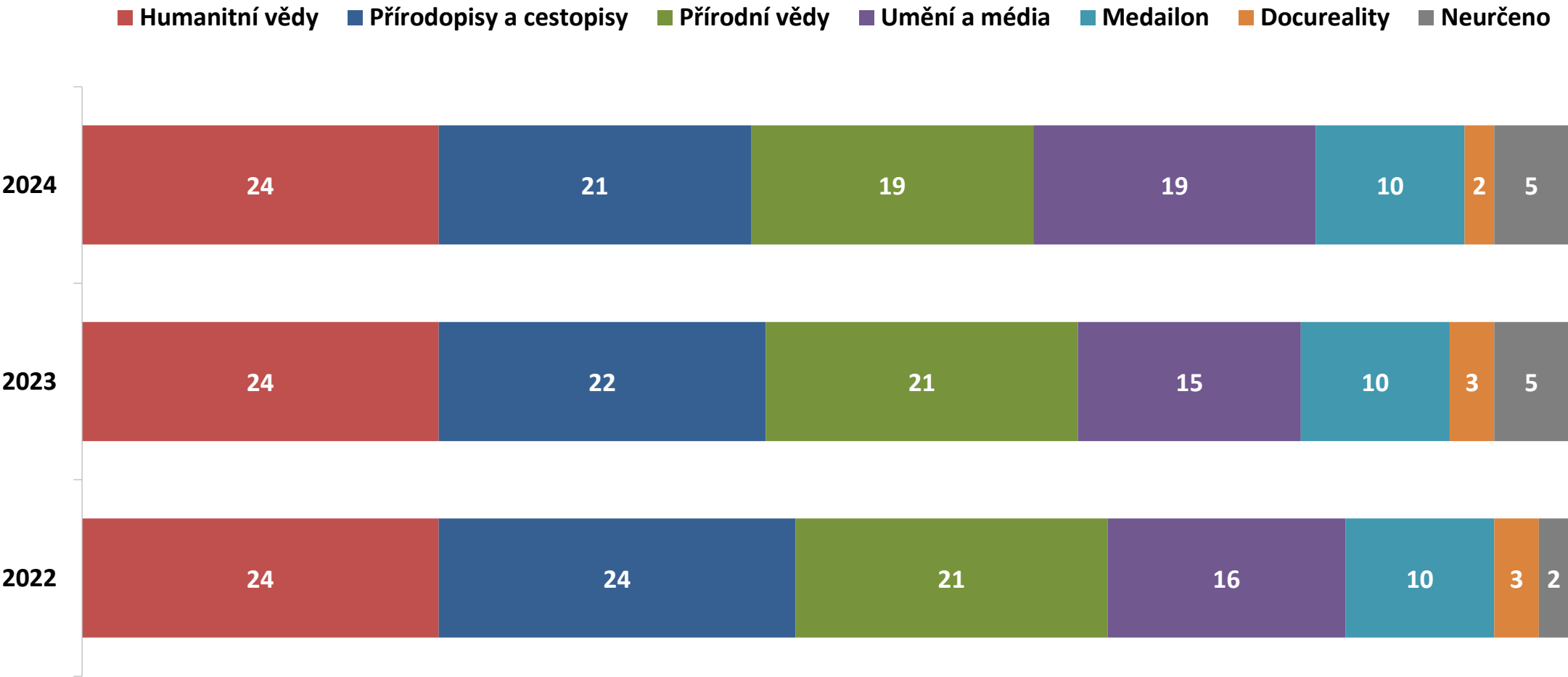
PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



2024: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)	
Bohemia Jazzfest	Mezinárodní festival filmů o lidských právech Jeden svět
Ceny Czech Grand Design	MFF Ekofilm
Colour of Ostrava	MFF Karlovy Vary
Czech press photo	Pražské jaro
Divadlo Plzeň	Rock for people
FAMUFEST	Serial Killer
Festival umění a kreativity ve vzdělávání – FUK	Signal
Janáček Brno	Smetanova Litomyšl
JAZZFESTBRNO	Sportfilm Liberec
Juniorfest	Svět knihy
Khamoro	Tady Vary
Letní filmová škola Uherské Hradiště	Veletrh vědy 2024
Mediální olympiáda	Zlatý Ámos
Metronome	Zlín Film Festival – Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež

2024: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
Adventní koncerty ČT (4x)	Středisko rané péče EDUCO Zlín, ParaCENTRUM Fenix, Centrum LOCIKA, Maminy s rakovinou
Benefiční koncert Společně to zvládnem!	Člověk v tísní
Benefiční open air koncert České filharmonie	Člověk v tísní
Benefiční speciál pořadu Co naše babičky uměly a na co my jsme zapomněli	Elpida
Benefiční speciál pořadu Kde domov můj?	Revma liga ČR, Cesta za snem, České ILCO, P-centrum
Benefiční speciál pořadu Peče celá země	projekt Pomozte dětem (ČT + NROS)
Benefiční speciál pořadu Zázraky přírody	projekt Patron dětí (Nadace Sirius)
Ceny Fóra dárců	Fórum dárců
Koncert hvězd proti bezmoci	Alsa
StarDance pro Centrum Paraple	Centrum Paraple
Světlo pro Světlušku	Nadační fond Českého rozhlasu
Tříkrálový koncert	Charita ČR

KOMENTÁŘ

- **Stejně jako v předchozích letech, byly i v roce 2024 hudební tituly nejčastějším typem uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Jejich podíl sice meziročně o 2 p.b. klesl, stále je však více než čtvrtinový (27 %). V rozsahu prostoru věnovaného jednotlivým uměleckým směrům následují film (18 %), malířství (nárůst o 3 p.b. na 13 %) a architektura, design a užité umění (12 %).
- **Na poli dokumentárních pořadů měly největší podíl tituly věnované humanitním vědám (24 %),** následované přírodopisnými či cestopisnými pořady (21 %) a dokumenty věnovanými přírodním vědám (pokles o 2 p.b. na 19 %).
- **Česká televize mediálně podporuje celou řadu kulturních akcí,** některé již dlouhou řadu let. V roce 2024 se ČT partnersky podílela např. na *MFF Karlovy Vary*, festivalu dokumentárních filmů *Jeden Svět*, hudebním festivalu *Colours of Ostrava* nebo soutěži o nejlepšího učitele *Zlatý Ámos*.
- **Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů.** Z těch nejvýznamnějších, které Česká televize v roce 2024 mediálně zaštitila, můžeme jmenovat projekty *Pomozte dětem*, *Světlo pro světlušku* nebo tradiční *Adventní koncerty ČT*.
- **Několik desetiletí trvající aktivita ČT na tomto poli se nepochybně odráží také ve vysoké míře souhlasu s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty.** Tento postoj sdílí 83 % diváků starších 18 let.

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

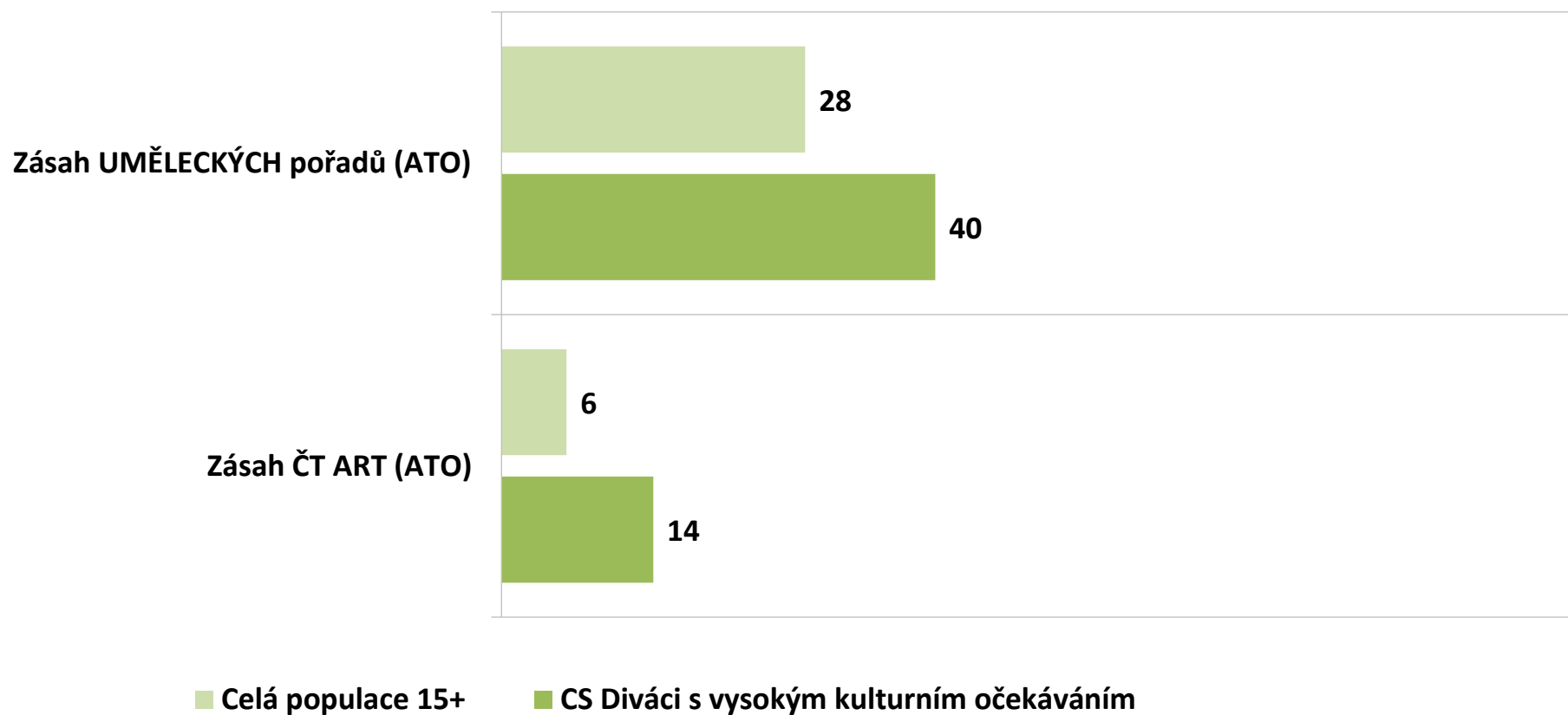
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

2024: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

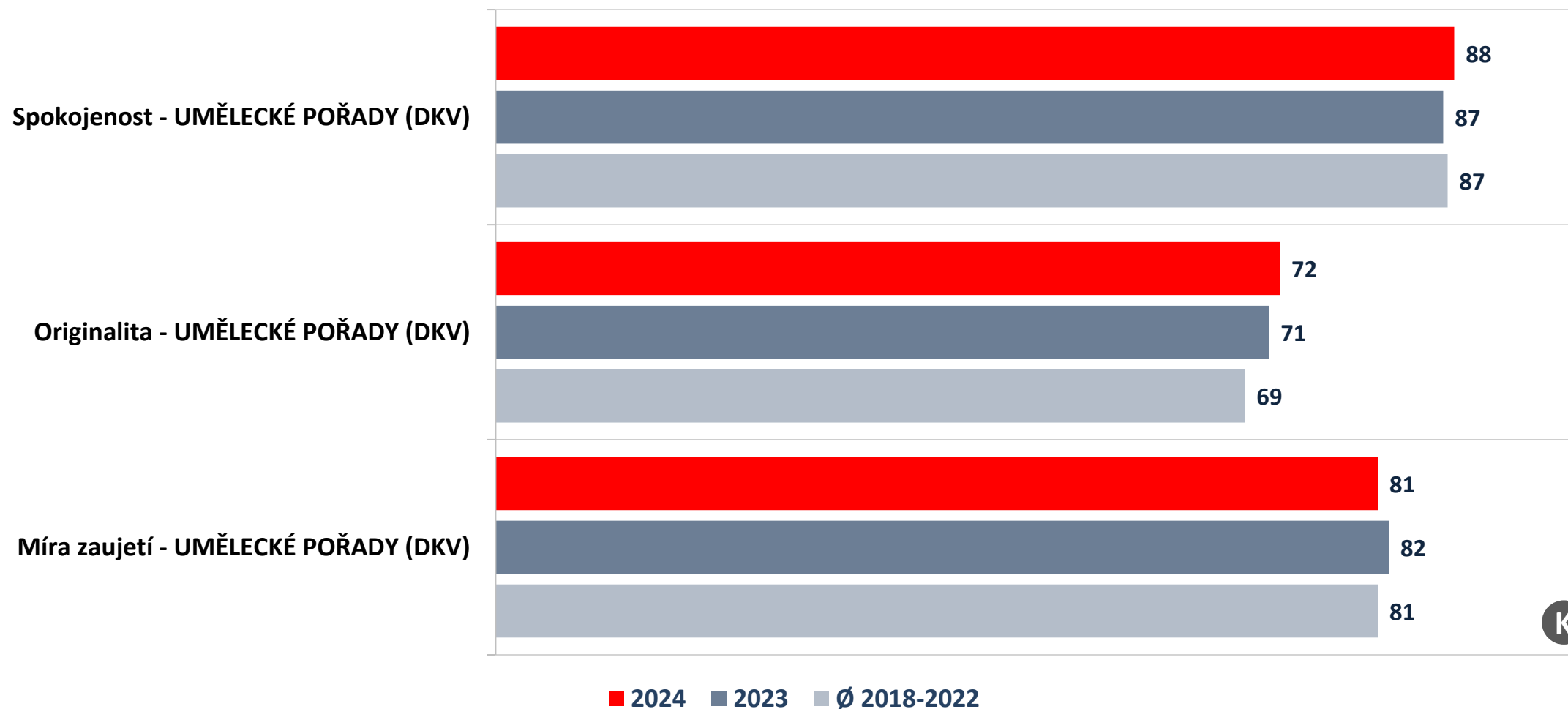
Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

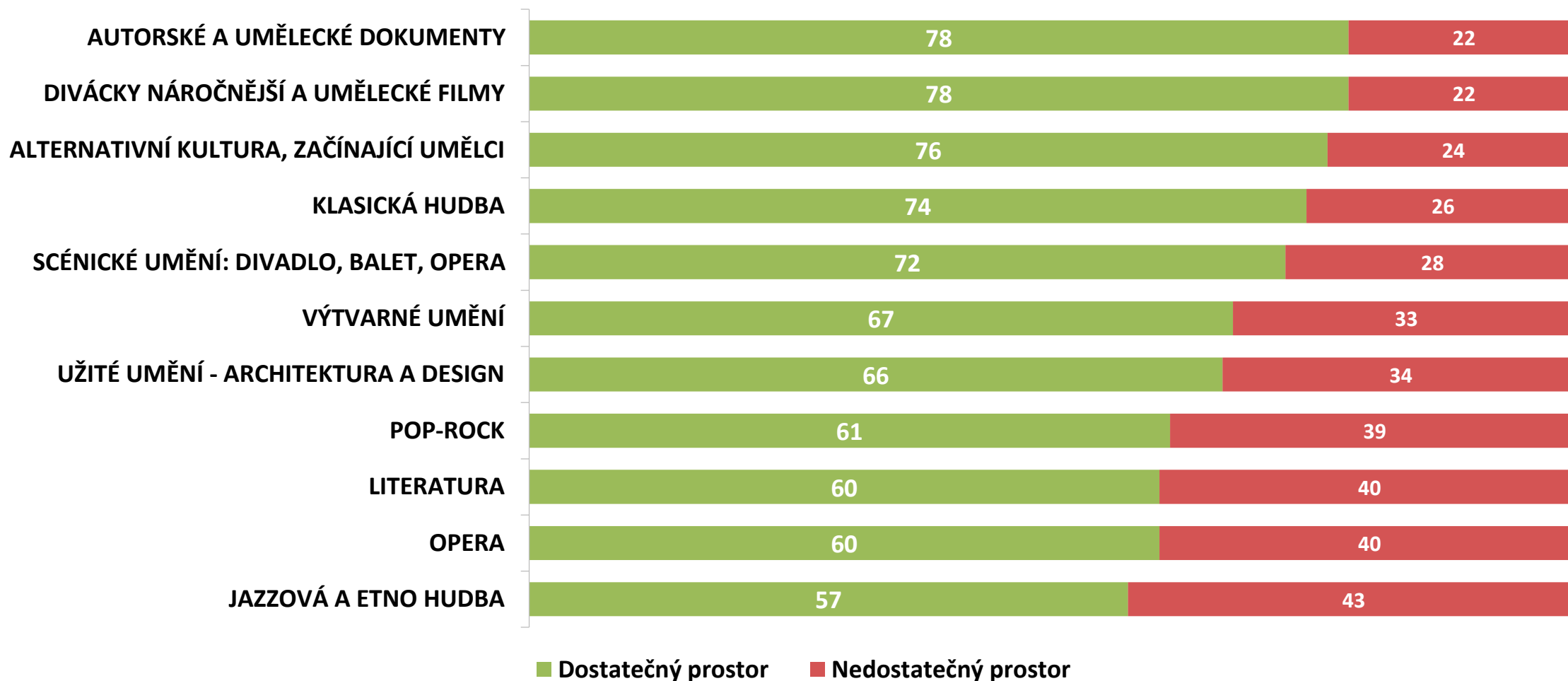
SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ UMĚLECKÝMI POŘADY VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

Zdroj: DKV ČT, v %



2024: POSTOJ DIVÁKŮ ČT ART K PROSTORU, KTERÝ JE VE VYSÍLÁNÍ VĚNOVÁN JEDNOTLIVÝM UMĚLECKÝM ŽÁNŘŮM

Zdroj: Tracking ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah uměleckých pořadů ČT** (pořady na ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka) činil **v roce 2024 v obecné populaci 15+ 28 %**, **v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním pak 40 %**.
- **Samotný kanál ČT art v průměru každý týden zasáhl 14 % diváků s vysokým kulturním očekáváním**, jeho zásah v obecné populaci 15+ byl přitom méně než poloviční.
- **Hodnota koeficientu spokojenosti s uměleckými pořady** činila loni mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním 88 %, byla tedy opět nadprůměrná. **Vysoké hodnoty jsme zaznamenali také u dalších dvou kvalitativních ukazatelů**, koeficientu vnímané originality uměleckých pořadů (72 %) a koeficientu míry zaujetí (81 %). **Nadále platí, že mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním dosahují koeficienty kvalitativních indikátorů uměleckých pořadů vyšších hodnot než v obecné populaci 15+.**
- **ČT art podle diváků vytváří dostatečný prostor pro jednotlivé umělecké žánry.** Spokojenost panuje zejména s vysílací plochou, která je věnována autorským a uměleckým dokumentům, filmům pro náročnějšího diváka, alternativní kultuře, klasické hudbě a scénickému umění. Uměleckými žánry, po jejichž větším zastoupení volají diváci nejčastěji, jsou jazzová a etnická hudba, literatura či opera.

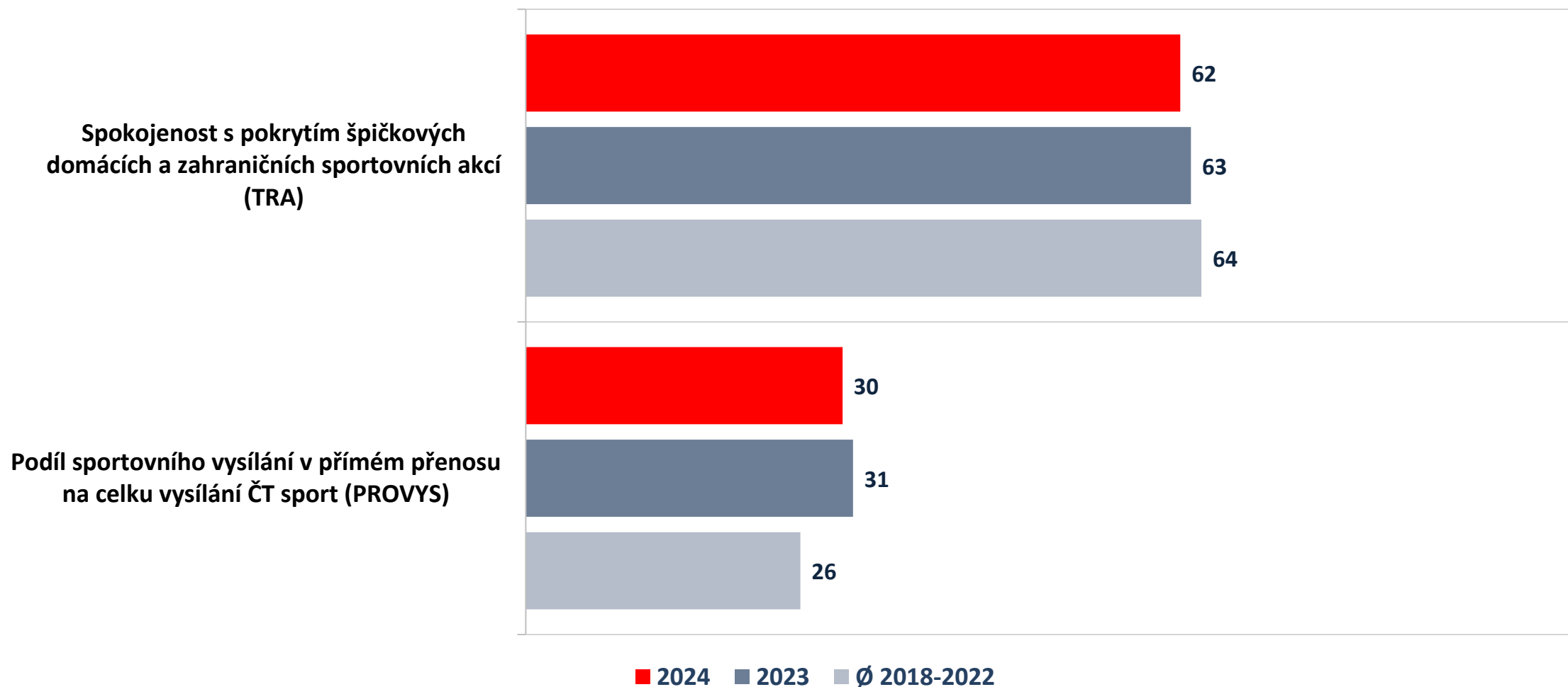
CÍL 4 – Podpora sportu

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 4

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

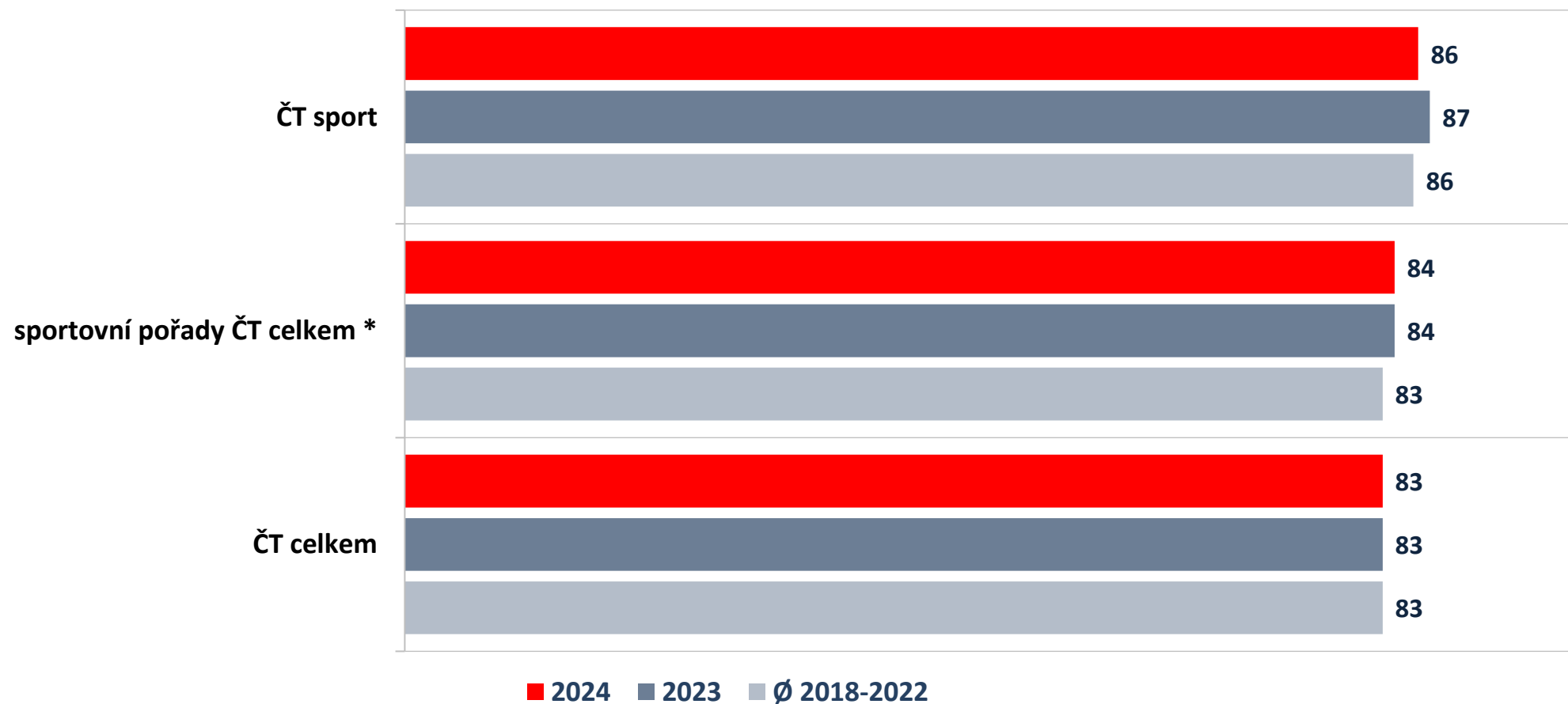
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: Tracking ČT, PROVYS ČT, v %



SPOKOJENOST S VYSÍLÁNÍM KANÁLU ČT SPORT A SPORTOVNÍCH POŘADŮ *

Zdroje: DKV ČT, v %



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

PODÍL JEDNOTLIVÝCH SPORTŮ NA SPORTOVNÍM VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Koeficient spokojenosti s pokrytím špičkových sportovních akcí dosáhl v minulém roce hodnoty 62 %. Oproti roku 2023 jde o drobný pokles o 1 p.b.**, ve srovnání s průměrem let 2018-2022 je to o 2 p.b. méně. Za příčinu mírně se zhoršujícího hodnocení v posledních letech považujeme v první řadě strukturální změny ve vlastnictví vysílacích práv na přenosy z nejatraktivnějších sportů, které zčásti přešly (a dále přecházejí) na placené komerční kanály. V roce 2024 se to týkalo zejména přenosů z Olympijských her v Paříži.
- **Podíl přímých sportovních přenosů na celku vysílání ČT sport se v posledním roce změnil jen nepatrně (-1 p.b. na 30 %)**, oproti průměru let 2018-2022, které ale byly zčásti poznamenány kovidovou pandemií, se jedná o nárůst o 4 p.b.
- **Koeficient spokojenosti s vysíláním stanice ČT sport dosáhl 86 %**, což o 1 p.b. méně než v roce 2023 a stejně jako v období let 2018-2022. Také u celku sportovních pořadů zůstal koeficient spokojenosti na stabilní úrovni, v tomto případě 84 %.
- **Nejvysílanějším sportem zůstává fotbal, který se na celku sportovního vysílání podílel 14 %**. V těsném závěsu následuje lední hokej s 12% podílem, dále lyžování (klasické i alpské disciplíny) a cyklistika (v obou případech 7 %). Podílu mezi 4 a 6 % vysílací plochy stabilně dosahují lehká atletika, basketbal, volejbal a motoristický sport. Díky přenosům z letních OH v Paříži stoupl o 2 p.b. na 28 % podíl ostatních (z hlediska ČR menších) sportů.

2024: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ AKCE

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

Akce	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2024 Česko	775	31,07	6 818	54	828
MS v biatlonu 2024 Česko	737	28,35	2 504	12	749
EURO 2024 Německo	467	20,11	4 173	38	505
Wimbledon 2024	477	31,26	1 026	19	496
MS v hokeji U20 2024 Švédsko *	394	14,24	2 786	18	412
SP v biatlonu	383	18,87	2 675	6	389
OH Paříž 2024	344	20,79	4 653	12	356
Liga národů UEFA	328	11,77	1 973	13	341
Evropská a Konferenční liga UEFA	251	8,93	2 486	12	263
MOL Cup	231	7,68	1 517	11	242
Euro Hockey Tour **	226	10,17	2 272	7	233
MS v cyklokrosu 2024 Česko	214	10,89	1 072	3	217
ME v atletice 2024 Itálie	177	9,52	1 699	4	181
Tour de France	153	11,92	1 747	7	160
Kvalifikace na EURO mužů U21 2025	152	5,21	1 110	4	156

2024: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY

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

Přenos	Datum	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2024: Švýcarsko - Česko	26.05.	3 517	74,71	4 854	278	3 795
MS v hokeji 2024: USA - Česko	23.05.	2 329	55,09	3 329	201	2 530
MS v hokeji 2024: Švédsko – Česko	25.05.	2 134	75,80	2 965	207	2 341
MS v hokeji 2024: Kanada - Česko	21.05.	1 855	62,61	2 956	183	2 039
MS v hokeji 2024: Česko – Rakousko	17.05.	1 883	48,77	2 721	124	2 007
MS v hokeji 2024: Švýcarsko - Česko	13.05.	1 868	48,69	2 984	117	1 985
MS v hokeji 2024: Norsko - Česko	11.05.	1 626	45,28	2 524	116	1 742
MS v hokeji 2024: Česko - Velká Británie	18.05.	1 597	43,90	2 461	115	1 712
MS v hokeji 2024: Česko - Finsko	10.05.	1 520	45,25	2 538	102	1 622
MS v hokeji 2024: Česko - Dánsko	15.05.	1 277	55,05	2 252	120	1 397
EURO 2024: Portugalsko - Česko	18.06.	1 219	37,86	2 054	96	1 315
EURO 2024: Česko - Turecko	26.06.	1 126	37,47	1 911	83	1 209
MS v hokeji 2024: Kanada - Švýcarsko	25.05.	1 098	35,56	2 346	87	1 186
Zahajovací ceremoniál OH Paříž 2024	26.07.	1 060	38,96	2 008	22	1 083
MS v hokeji 2024: Švédsko - Kanada	26.05.	995	46,95	1 879	62	1 057

2024: PŘEHLED A SLEDOVANOST VYSÍLANÝCH MISTROVSTVÍ SVĚTA A EVROPY (1/2)

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

Akce	Počet přenosů	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2024 Česko	59	775	31,07	6 818	54	828
MS v biatlonu 2024 Česko	12	737	28,35	2 504	12	749
MS v hokeji U20 2024 Švédsko *	10	394	14,24	2 786	18	412
MS v cyklokrosu 2024 Česko	3	214	10,89	1 072	3	217
ME v atletice 2024 Itálie	11	177	9,52	1 699	4	181
MS v letech na lyžích 2024 Rakousko	3	153	9,17	604	2	155
Halové MS v atletice 2024 Skotsko	9	138	5,77	1 461	2	140
MS v hokeji žen 2024	5	131	4,71	999	4	136
ME v biatlonu 2024 Slovensko	4	118	6,73	596	1	119
MS ve florbale mužů 2024 Švédsko	9	102	3,96	1 303	3	105
MS v letním biatlonu 2024 Estonsko	6	96	7,33	444	1	96
MS v hokeji U18 2024	5	90	6,28	763	4	94
ME v krasobruslení 2024 Litva	10	77	2,97	1 171	1	78
MS v rychlobruslení 2024 Německo	3	75	3,28	345	1	76
MS v biatlonu juniorů 2024 Estonsko	4	67	6,69	394	0	67
ME ve vodním slalomu 2024	3	57	3,97	352	1	58
ME v rychlostní kanoistice 2024 Maďarsko	2	57	4,40	217	1	57

2024: PŘEHLED A SLEDOVANOST VYSÍLANÝCH MISTROVSTVÍ SVĚTA A EVROPY (2/2)

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

Akce	Počet přenosů	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
ME v rychlostní kanoistice 2024	3	54	4,35	238	1	55
MS v rychlostní kanoistice 2024	3	49	4,38	191	0	49
MS v silniční cyklistice 2024	9	45	3,69	632	1	46
MS v rychlobruslení 2024 Kanada	8	44	1,87	620	1	45
ME v malém fotbale mužů 2024 Bosna a Hercegovina	4	43	1,95	290	1	44
ME v házené žen 2024	6	41	1,31	561	1	42
ME ve veslování Maďarsko 2024	2	38	2,53	162	0	38
MS v curlingu mužů 2024 Švýcarsko	2	29	2,65	180	0	29
MS v dráhové cyklistice 2024	4	26	0,91	319	0	27
ME v plážovém volejbalu mužů 2024 Nizozemsko	9	22	1,11	284	0	22
MS v orientačním běhu 2024 Skotsko	4	21	1,41	252	0	21
MS v gravelu 2024	2	20	1,53	170	0	20
ME v plážovém volejbalu žen 2024 Nizozemsko	13	15	0,91	304	0	15
MS v moderním pětiboji 2024 Čína	5	13	1,70	123	0	14
MS v parahokeji mužů 2024 Kanada	5	6	1,58	134	0	6
MS v softballu 2024 Mexiko	3	2	1,11	12	0	2

2024: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ ZAMĚŘENÝCH NA MLÁDEŽ A JUNIORY

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

Akce/Přenos/Pořad	Počet přenosů	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji U20 2024 Švédsko *	10	394	14,24	2 786	18	412
MS v hokeji žen U18 2024 Švýcarsko	1	199	4,87	606	10	209
Kvalifikace na EURO U21 2025	6	152	5,21	1 110	4	156
MS v hokeji U18 2024	5	90	6,28	763	4	94
MS v biatlonu juniorů 2024 Estonsko	4	67	6,69	394	0	67
Junior ČT Author Cup 2024	1	62	4,55	68	2	65
Fotbal: PLANEO CUP - Pohár mládeže FAČR 2024	13	34	1,68	367	1	35
ISU Junior Grand Prix Ostrava 2024	5	23	1,49	198	0	23
Cyklokros: HSF System Cup - MČR mládeže Uničov	1	20	1,28	35	0	20
Olympiáda dětí a mládeže 2024	103	20	2,09	898	0	20
ME ve vodním slalomu juniorů a U23 2024	1	9	0,68	16	0	9

2024: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ
ZAMĚŘENÝCH NA SPORTOVCE S HENDIKEPEM A NA SENIORY

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

Akce/Přenos/Pořad	Počet přenosů	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
Paralympijské hry Paříž 2024	40	50	3,07	1 518	0	50
Tenis: Wheelchair Czech Open	1	24	2,71	22	0	24
Tanec: ME Para Dance Sport	1	18	1,31	27	0	18
Paralympijský magazín	4	14	0,95	63	0	14
Archiv D	48	14	1,41	638	0	14
MS v parahokeji mužů 2024 Kanada	5	6	1,58	134	0	6

2024: PŘEHLED A SLEDOVANOST SPORTOVNÍCH POŘADŮ
ZAMĚŘENÝCH NA UNIVERZITNÍ A AMATÉRSKÝ SPORT

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

Akce/Přenos/Pořad	Počet přenosů	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
Všesokolský slet 2024	2	257	13,87	887	2	259
S ČT sport na vrchol	22	68	3,71	926	1	69
Náš fotbal živě	4	30	1,87	293	0	30
Archiv D: Sokolská historie	1	20	1,42	37	0	20
Univerzitní hokej 2024	2	13	0,40	132	0	13
Sokolský běh republiky	4	13	0,82	40	0	13
Sokolský zpravodaj	26	8	0,90	151	0	8
NCAA 2024	9	8	0,48	177	0	8

KOMENTÁŘ

- **Rok 2024 byl velmi bohatý na vrcholné sportovní události. Tou nejsledovanější bylo Mistrovství světa v ledním hokeji, konané v Praze a Ostravě. Přenosy průměrně sledovalo 828 tisíc diváků ve věku 4+, průměrný podíl na publiku činil 31,07 %. Jedná se tak o nejsledovanější Mistrovství světa v ledním hokeji vysílané na ČT sport.**
- **Velkou pozornost vzbudilo rovněž únorové Mistrovství světa v biatlonu v Novém Městě na Moravě, jehož přenosy v průměru sledovalo 749 tisíc diváků při podílu na publiku 28,35 %.**
- **Na průměrnou sledovanost přes 300 tisíc diváků dosáhly ještě přenosy z fotbalového Mistrovství Evropy, finále ženské dvouhry Wimbledonu s Barborou Krejčíkovou, Mistrovství světa v hokeji do 20 let, Světový pohár v biatlonu, kontinuální vysílání z Olympijských her v Paříži a také přenosy z Ligy národů UEFA.**
- **Nejsledovanějším samostatným přenosem bylo finále MS v hokeji Česko - Švýcarsko s 3,795 miliony diváků a podílem na sledovanosti 74,71 %. Jednalo se o vůbec nejsledovanější přenos v historii kanálu ČT sport a druhý nejsledovanější sportovní přenos v historii ČT. Sledovanější bylo pouze finále olympijského turnaje v ledním hokeji na OH v Naganu v roce 1998.**
- **Hranici 2 milionů diváků překročilo v roce 2024 celkem pět přímých přenosů, všechny z MS v hokeji. Dalších deset přenosů pak pokořilo hranici 1 milionu diváků.**

KOMENTÁŘ

- **ČT odvysílala v loňském roce přenosy z celkem 33 různých mistrovství světa či Evropy.** Kromě již zmíněného biatlonu, hokejových šampionátů či fotbalového EURA také například z MS v cyklokrosu, atletice, letech na lyžích, florbalu, krasobruslení, silniční cyklistice či házené žen.
- **Historicky nejsledovanějším samostatným přenosem ČT sport z MS v hokeji do 20 let** bylo loňské semifinále Česko - Švédsko s 867 tisíci diváků a podílem na publiku 24,38 %. **Tento zápas se zároveň stal nejsledovanější sportovní událostí zaměřenou na mládež a juniory.**
- **Pokud jde o sport hendikepovaných,** zařadila Česká televize do vysílání především přenosy z Paralympijských her v Paříži nebo tenisové turnaje vozíčkářů. Pravidelným pořadem mapujícím sport hendikepovaných byl *Paralympijský magazín*.
- **Primárně divákům z řad seniorů** byla určena série archivních sportovních dokumentů *Archiv D* nebo pravidelný *Sokolský zpravodaj*, v roce 2024 doplněný přenosy z *Všesokolského sletu*.
- **Amatérský sport** měl na obrazovkách své zastoupení v podobě pořadu *Náš fotbal živě*, v rámci kterého mohli diváci mimo jiné sledovat utkání z okresních přeborů nebo A. tříd. Již tradičním titulem byla reality show *S ČT sport na vrchol*, věnovaná amatérským lyžařům.
- **Univerzitní sport** reprezentovaly zejména přenosy z univerzitní ligy ledního hokeje.

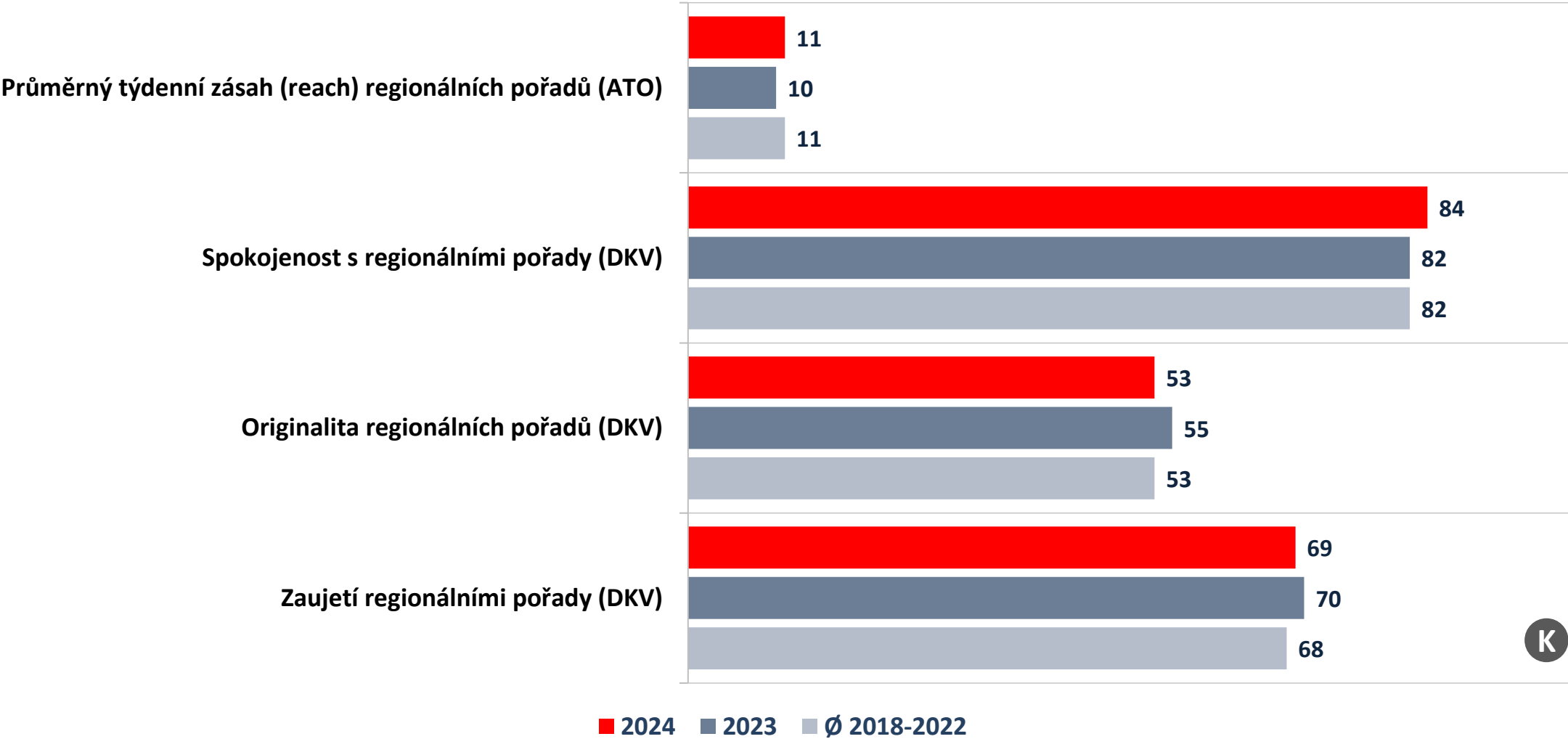
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 5

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

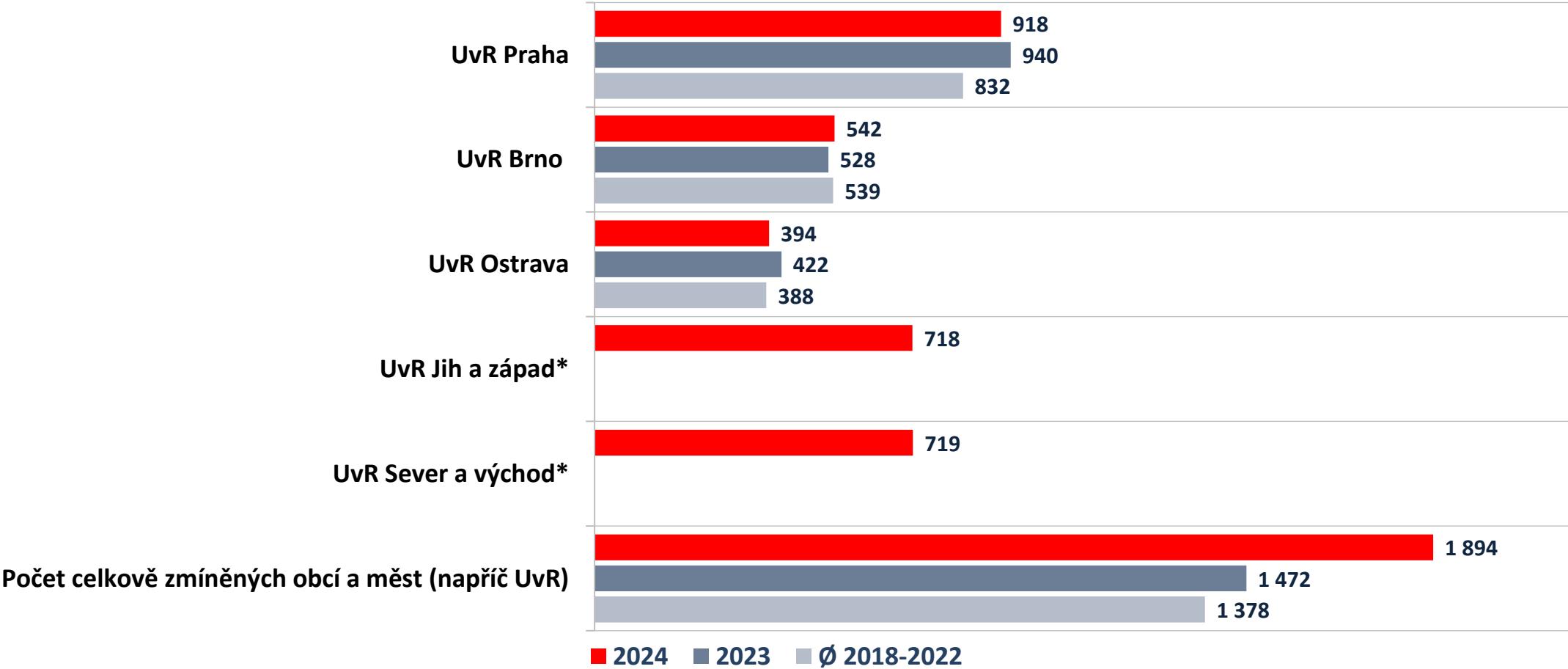
ZÁSAH, SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ REGIONÁLNÍMI POŘADY

Zdroje: ATO – Nielsen, DKV ČT, v %



POČET MĚST A OBCÍ ZMÍNĚNÝCH V POŘADU UDÁLOSTI V REGIONECH

Zdroj: Media Tenor, počet měst a obcí



*Začátkem dubna 2023 došlo k rozšíření regionálního vysílání ČT o další dvě relace, Jih a západ a Sever a východ. Počet měst a obcí zmíněných v obou pořadech je zaznamenáván a reportován od roku 2024.

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

Zdroj: PROVYS ČT, v %



	2024	2023	2022	2021	2020	2019
TS Brno	10	10	10	10	9	10
TS Ostrava	9	9	9	10	9	9
ČT Praha	81	81	81	80	82	81



	2024	2023	2022	2021	2020	2019
TS Brno	14	15	15	14	14	15
TS Ostrava	11	10	10	12	12	11
ČT Praha	75	75	75	74	74	74



	2024	2023	2022	2021	2020	2019
TS Brno	11	11	11	12	11	12
TS Ostrava	15	15	14	14	14	14
ČT Praha	74	74	75	74	75	74

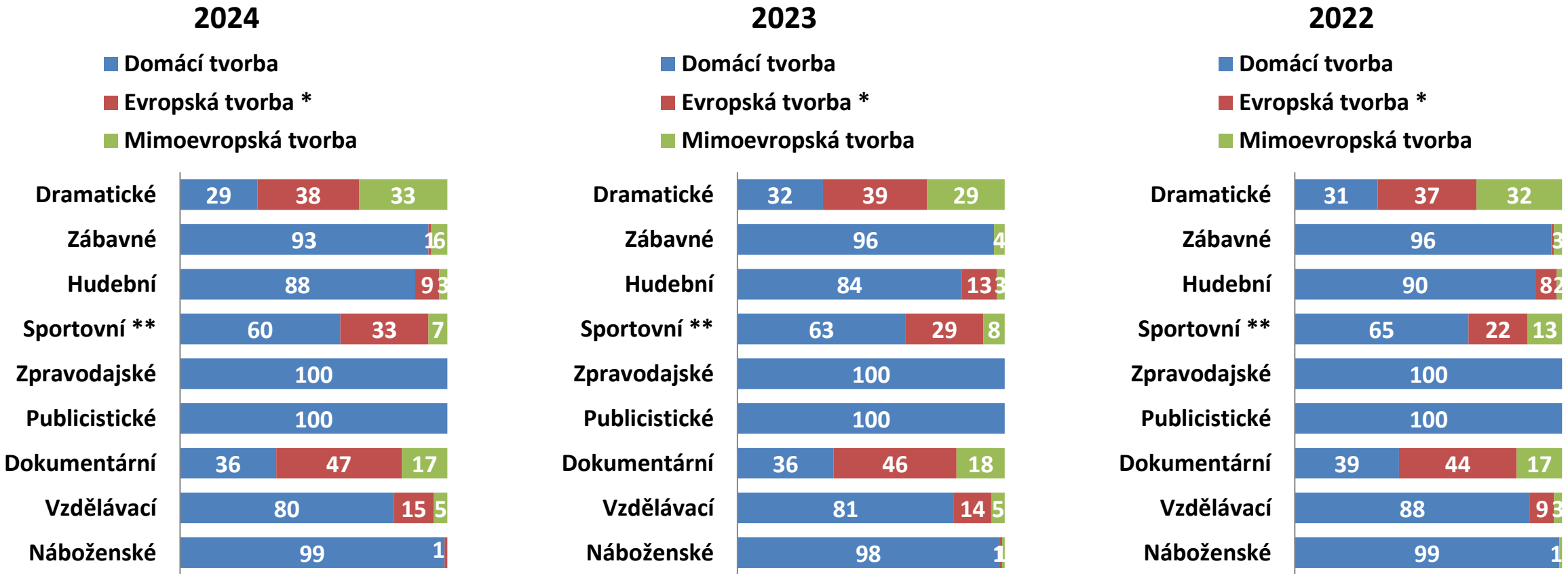
KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů České televize dosáhl loni hodnoty 11 %, což je o 1 p.b. více než v roce 2023. Ve střednědobém horizontu se jedná o velmi stabilní parametr.**
- **3. dubna 2023 začalo vysílání dvou nových regionálních zpravodajských studií: Jihozápad** (Plzeň, České Budějovice) **a Severovýchod** (Hradec Králové, Ústí nad Labem). Počet mutací podvečerního pořadu *Události v regionech* tak narostl na pět, vedle dvou nových jsou zde také Praha a Střední Čechy, Jižní Morava a Severní Morava. Regionální servis České televize tak výrazně posílil, což se mimo jiné projevilo i ve významném nárůstu celkového počtu zmíněných obcí a měst v pořadu *Události v regionech* (o 28 % na celkem 1 894 sídel).
- **Koeficient spokojenosti diváků s regionálními pořady dosáhl hodnoty 84 %, meziročně se jedná o navýšení o 2 p.b.**
- **Podíl regionálních studií TS Brno a TS Ostrava na vysílání ČT1 a ČT2 v roce 2024 výrazně převyšoval stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, podíl na vysílání regionálních studií zůstal meziročně nezměněn (TS Brno 10 % a TS Ostrava 9 %).

Začátkem dubna 2023 došlo k rozšíření regionálního vysílání ČT o další dvě relace, Jihozápad a Severovýchod. Počet měst a obcí zmíněných v obou pořadech je zaznamenáván a reportován od roku 2024.

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

Zdroj: PROVYS ČT, v %

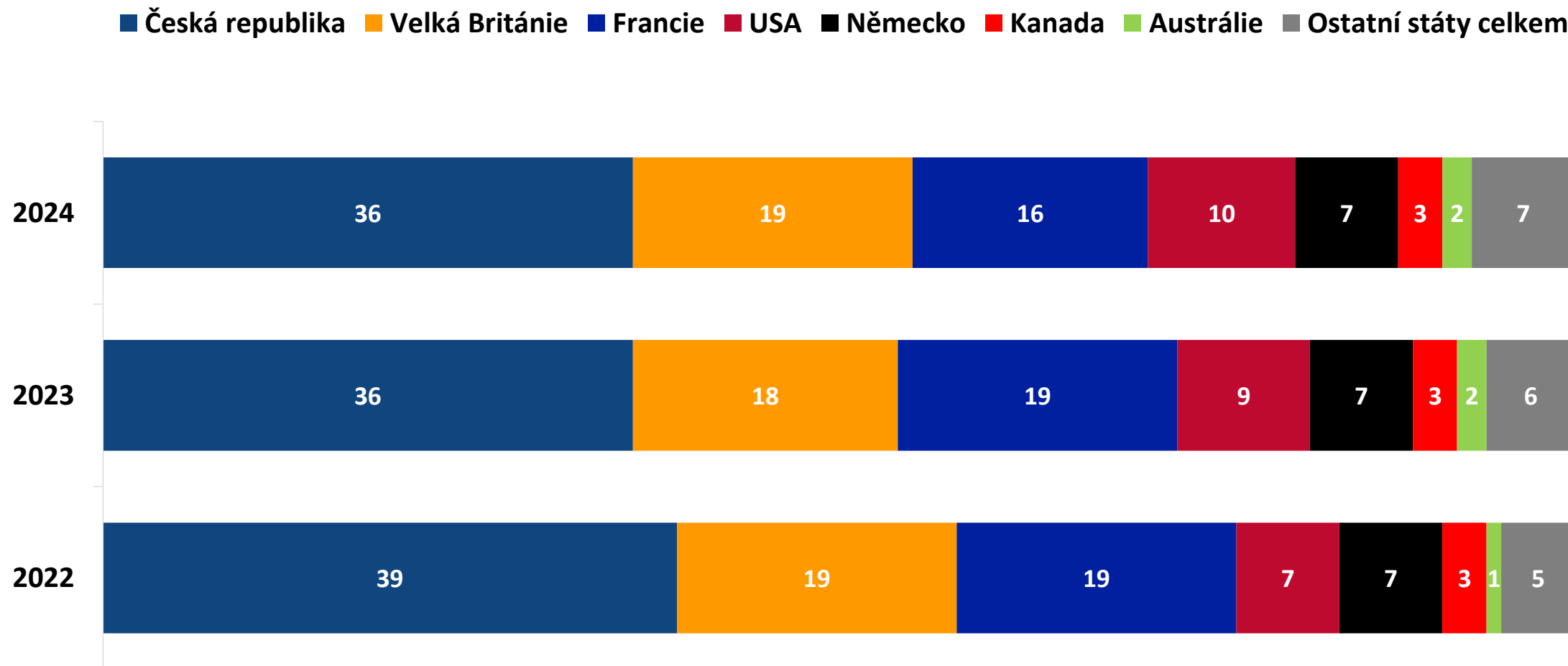


* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

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

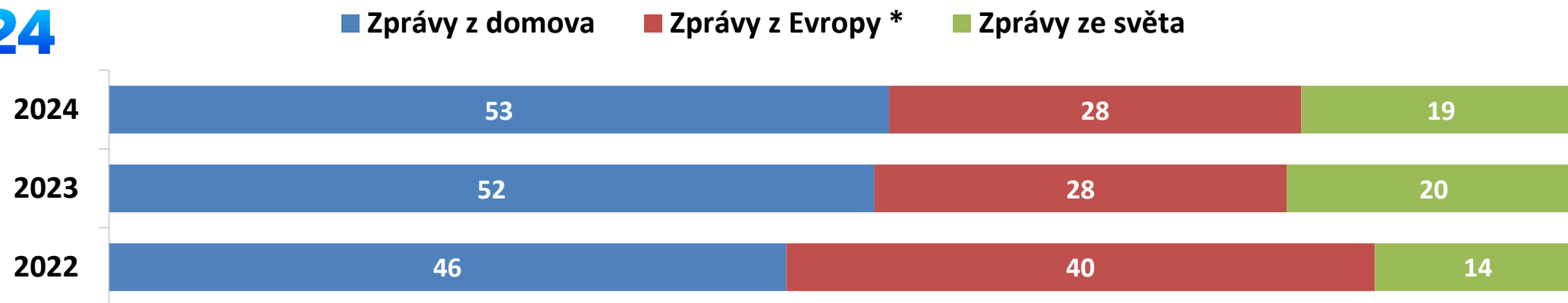
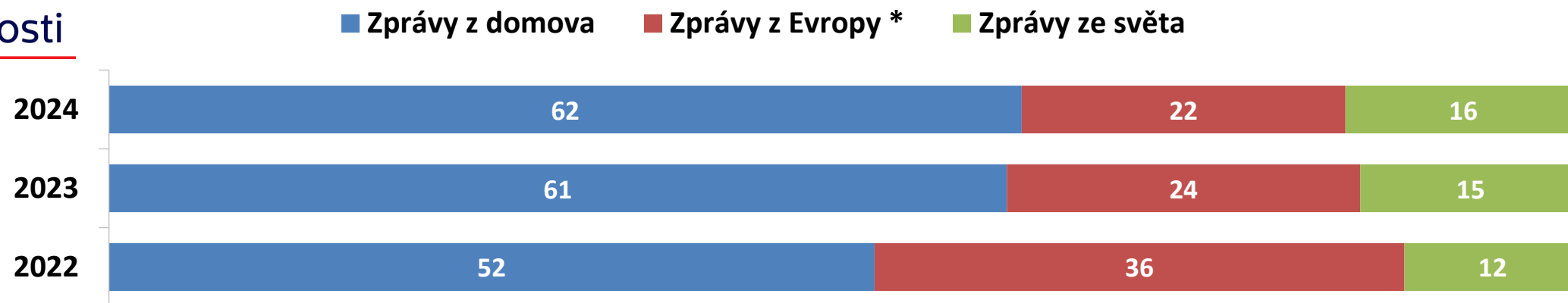
ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %

Události

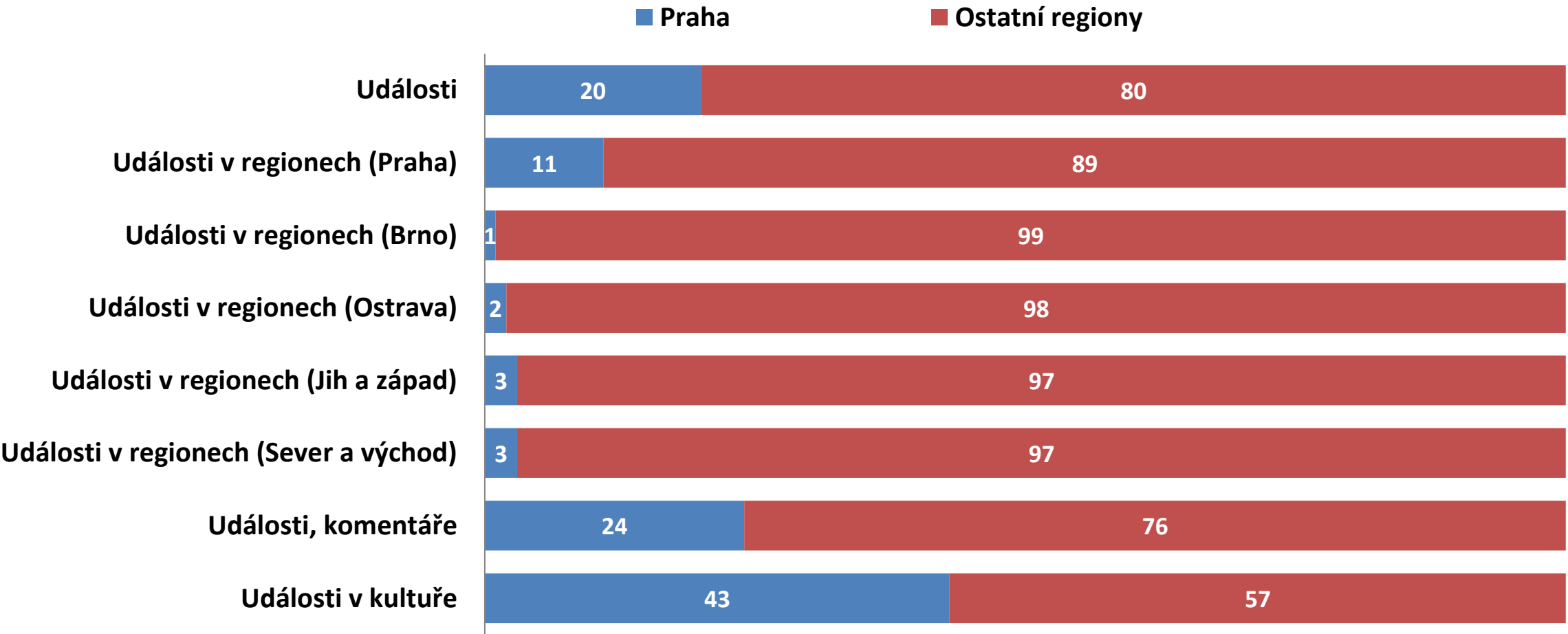
* Do kategorie „zprávy z Evropy“ jsou zahrnuty všechny zprávy týkající se členských států Rady Evropy s výjimkou České republiky.

KOMENTÁŘ

- **Podíl domácí tvorby na zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí byl i v roce 2024 absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby (evropské či mimoevropské) jsme zaznamenali u dramatických pořadů (podíl 71 %; meziročně +3 p.b.) a dokumentárních pořadů (64 %; beze změny).
- **Pokles podílu domácí tvorby na vzdělávacích pořadech v posledních dvou letech** je třeba dát do souvislosti s ukončením vysílání kanálu ČT3, kde měly původní vzdělávací a osvětové pořady své pravidelné místo. To samé částečně platí také pro dokumenty a hudební pořady.
- Nárůst podílu zahraničních dokumentárních pořadů ve vysílání ČT v letech 2023 a 2024 byl způsoben mírně vyšším podílem akvizičních titulů z USA a Austrálie. **Nadále však platí, že Česká televize výrazně nejčastěji přebírá dokumenty z Velké Británie a Francie.** Podíl domácí tvorby na vysílací ploše dokumentů byl i v minulém roce více než třetinový (36 %; meziročně beze změny).
- **I když v posledních dvou letech došlo ve vysílání ČT24 k poklesu podílu zpráv z Evropy (ze 40 % na 28 %), stále je to výrazně více než před zahájením ruské agrese na Ukrajinu** (v roce 2021 činil podíl zpráv z Evropy 21 %). Nadpoloviční většina zpravodajství ČT24 se v roce 2024 týkala domácích událostí (53 %), rostoucí trend můžeme sledovat také u hlavní zpravodajské relace *Události*, kde podíl domácích zpráv v roce 2024 narostl již na 62 %.

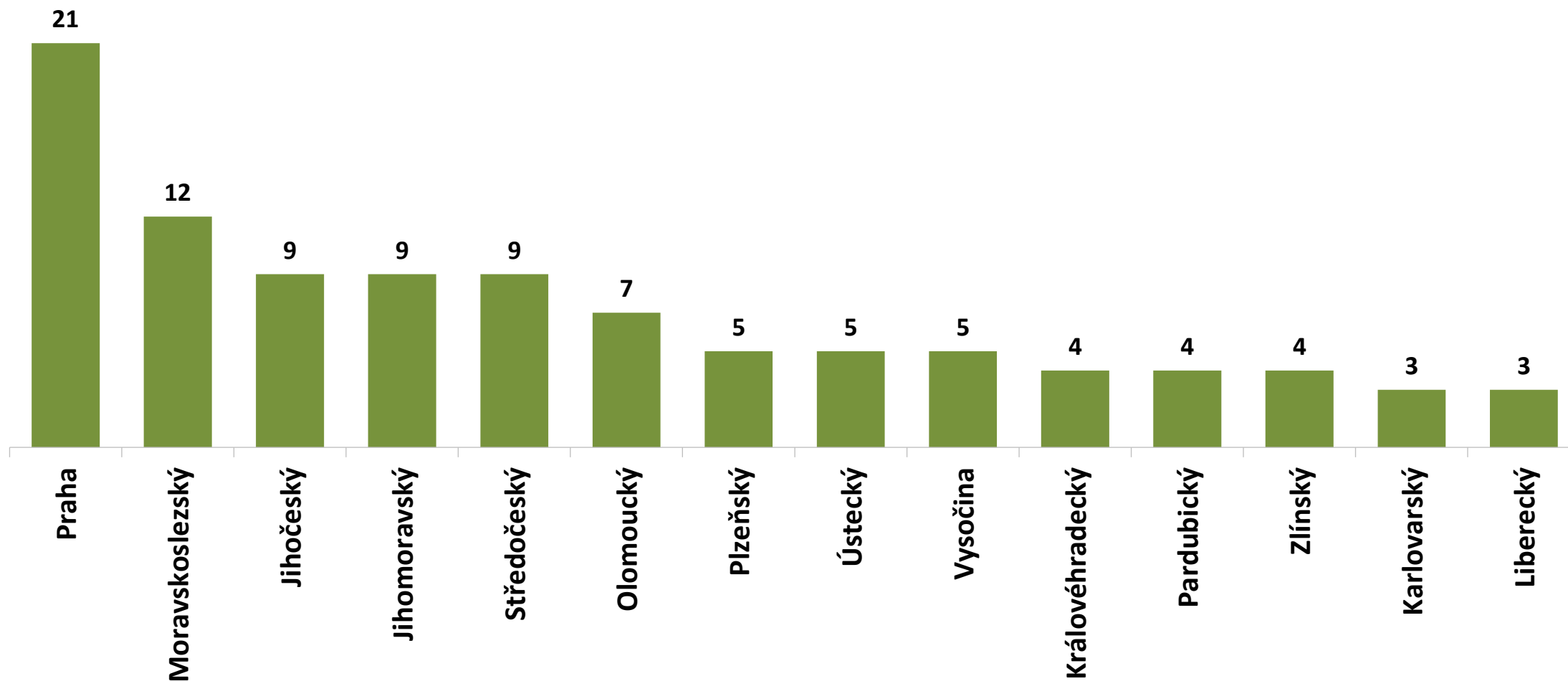
2024: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM
OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

Zdroj: Media Tenor, v %



2024: PODÍL ZPRÁV TÝKAJÍCÍCH SE JEDNOTLIVÝCH KRAJŮ ČR NA REGIONÁLNÍM ZPRAVODAJSTVÍ POŘADU UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, v %



KOMENTÁŘ

- **Podíl příspěvků o Praze na regionálním obsahu hlavní zpravodajské relace *Události* činil v minulém roce 20 %.** V rámci *Událostí, komentářů* se tématy souvisejícími s Prahou zabývalo 24 % všech regionálních příspěvků. V *Událostech v kultuře* byl tento podíl dokonce 43 %, což nepochybně souvisí s tím, že v Praze sídlí celá řada významných kulturně-společenských institucí, jakými jsou divadla, muzea, koncertní síně apod. Zároveň právě do Prahy za svými vystoupeními často míří velká světová umělecká jména.
- **Rovněž u podílu zpráv z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství *Událostí* je ve srovnání s krajskou populací patrné výrazně vyšší poměrné zastoupení příspěvků vázaných na metropoli.** Je to přirozeně dáno tím, že v Praze sídlí Parlament, Úřad vlády, 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 vybočuje jen Moravskoslezský a Jihočeský kraj, zejména kvůli obsáhlému referování o zářijových povodních a likvidaci následků velké vody.

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.

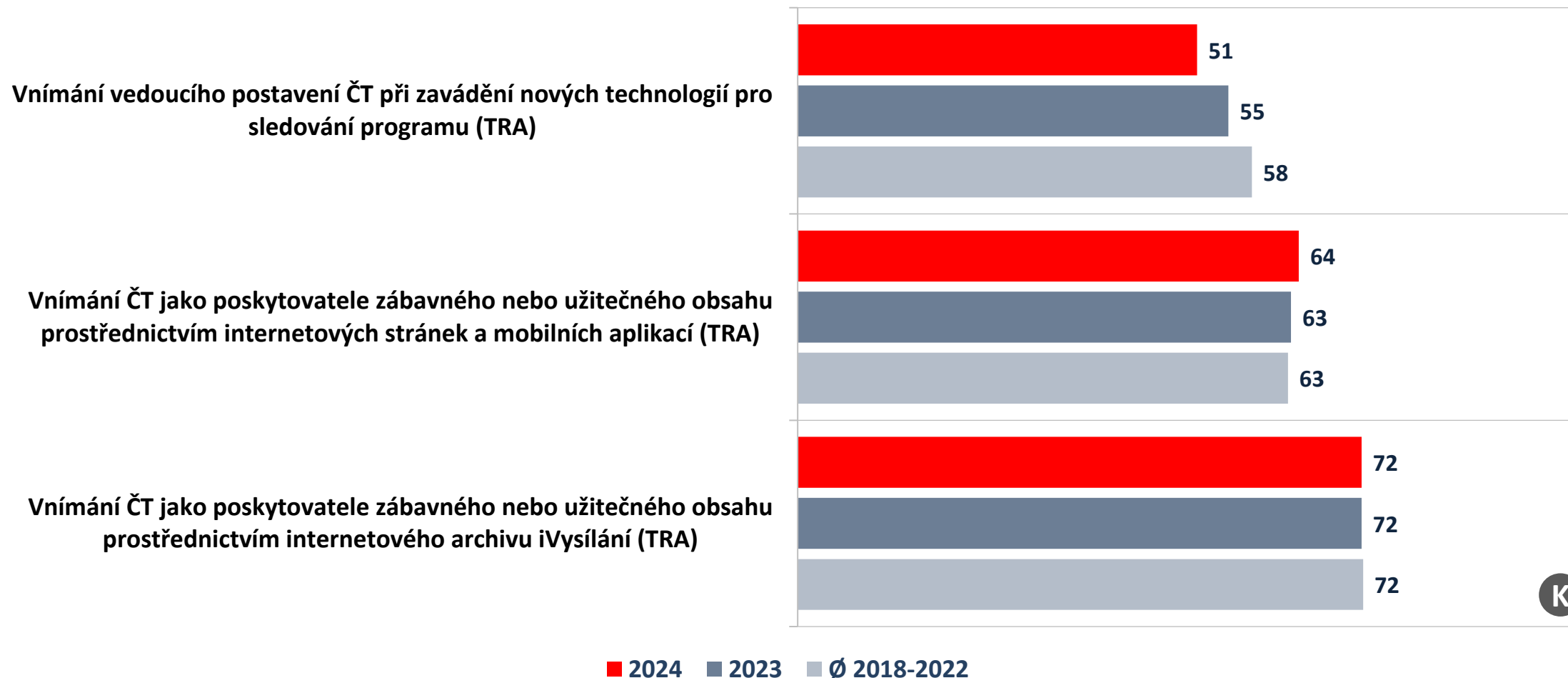
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích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

Zdroj: Tracking ČT, v %

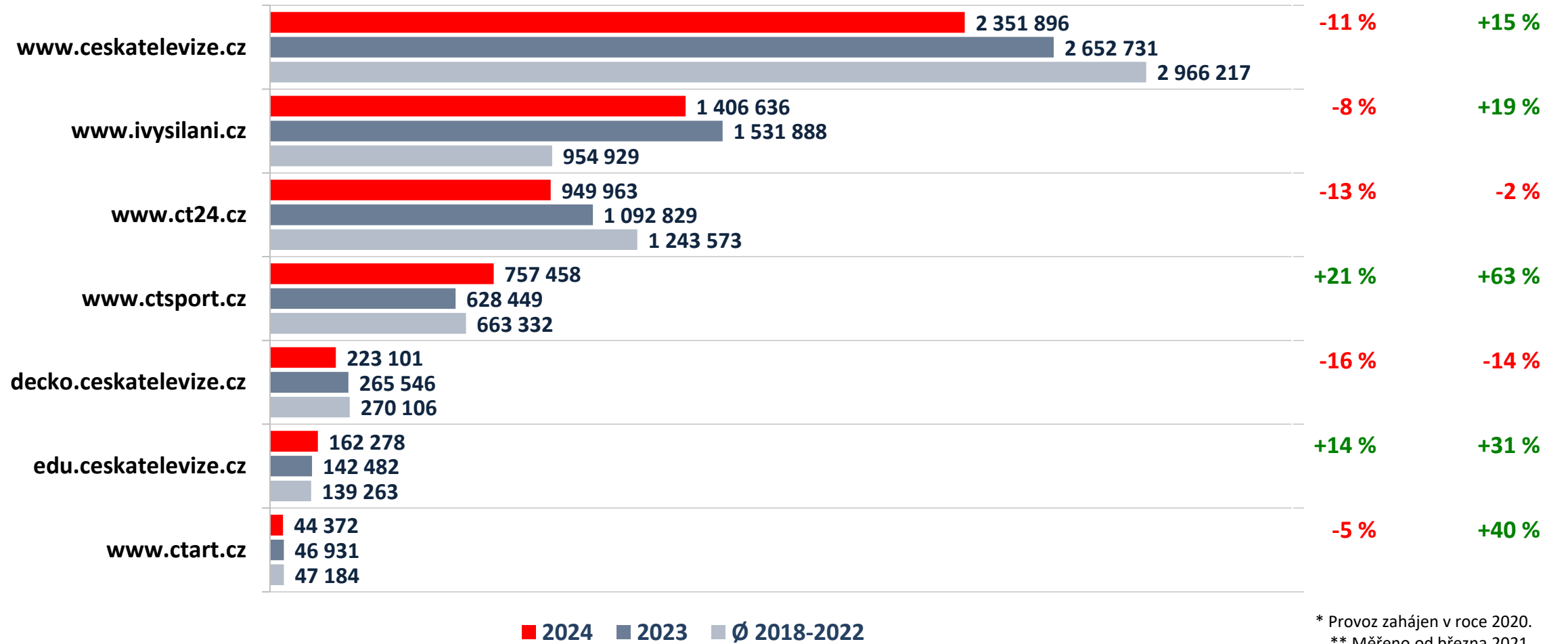


PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

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

Změna v počtu
unikátních
uživatelů
oproti roku 2023

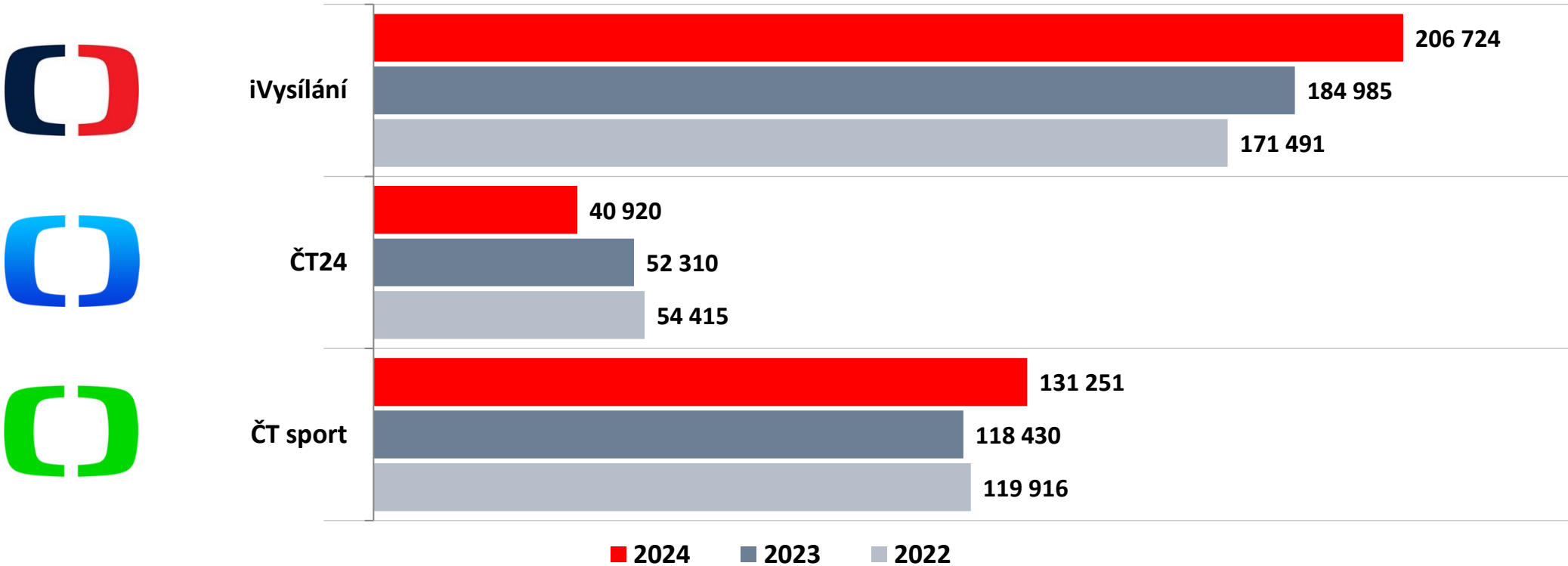
Změna v počtu
zobrazených
stránek
oproti roku 2023



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

Zdroj: Google Analytics

Změna oproti
roku 2023



KOMENTÁŘ

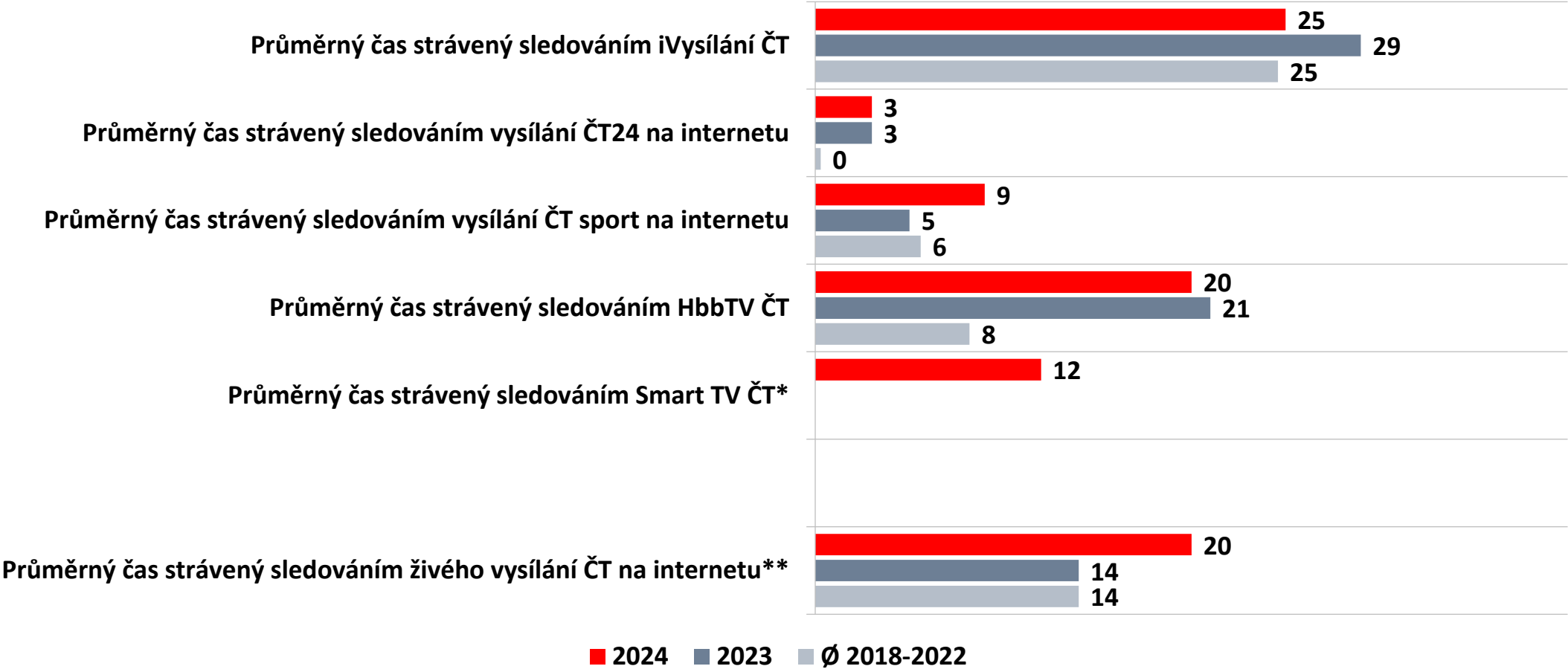
- **Koeficient indikátoru *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* dosáhl úrovně 51 %.** Oproti roku 2023 se jedná o pokles o 4 p.b., oproti průměru let 2018-2022 o 7 p.b. Koeficient indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací* stoupl o 1 p.b. na hodnotu 64 %. Koeficient indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetového archivu iVysílání* dosáhl stejně jako v předchozích letech úrovně 72 %.
- **V roce 2024 meziročně poklesla návštěvnost hlavních webů ČT, výjimkou byly jen stránky ČT sport a ČT edu.** Hlavní příčinou poklesu je změna metodiky měření NetMonitor v lednu 2024, která měla významný negativní vliv na dopočítávanou hodnotu reálného uživatele.
- **Hlavní web ceskatelevize.cz navštívilo v roce 2024 v průměru za měsíc více než 2,3 miliónu uživatelů, což je o 11 % méně než v roce 2023.** Podíváme-li se ovšem na počet zobrazených stránek, vidíme meziroční nárůst o 15 %.
- **Průměrná měsíční návštěvnost webu ČT24 činila necelých 950 tisíc unikátních uživatelů.** To bylo o 13 % méně než v průměrném měsíci roku 2023. Vedle již zmíněné úpravy metodiky NetMonitor se zde projevilo také omezení dostupnosti stránek v důsledku změn v české legislativě (restrikce provozu generovaného sociálními sítěmi, přísnější pravidla pro ukládání cookies). Nejsilnějším měsícem webu ČT24 bylo v uplynulém roce září, kdy Česko intenzivně zasáhly povodně.
- **Web iVysílání navštívilo loni každý měsíc v průměru více než 1,4 milionu uživatelů, což bylo o 8 % méně než v roce 2023. Počet zobrazených stránek se nicméně meziročně navýšil o 19 %.** Nejsilnějším měsícem byl leden, kdy iVysílání navštívilo více než 1,6 milionu uživatelů, kteří si zde vedle jiného přehrávali seriály *Smysl pro tumor* a *Dobré ráno, Brno! II* či pekařskou show *Peče celá země III*. V lednu bodoval i web only seriál *Adikts*.

KOMENTÁŘ

- **Průměrná návštěvnost webu ČT sport činila v minulém roce 757 tisíc uživatelů měsíčně. Oproti roku 2023 šlo o 21% navýšení, když počet zobrazených stránek se zvýšil dokonce o 63 %.** Web ČT sport tak vykázal nejvyšší meziroční nárůst ze všech sledovaných stránek ČT. Rok 2024 byl velmi bohatý na velké a z hlediska České republiky také úspěšné sportovní události. Na jaře se konalo vítězné MS v hokeji v Praze a květen se díky tomu stal na webu ČT sport nejúspěšnějším měsícem roku (1,8 milionu uživatelů). Dalšími velmi atraktivními událostmi byly ME ve fotbale a Letní olympijské hry v Paříži.
- **Na interaktivní web decko.cz přišlo v loňském roce průměrně 223 tisíc uživatelů za měsíc, což bylo o 16 % méně než v roce 2023.** Nejsilnějším měsícem byl s 307 tisíci uživateli prosinec, kdy byl tradičně spuštěn oblíbený interaktivní *Adventní kalendář*. Na webu decko.cz dobře fungovala také velká prázdninová hra *Zápas století* a celoroční hra *Uka dobro*.
- **Na vzdělávací web ČT edu přišlo v pátém roce jeho existence v průměru 162 tisíc unikátních uživatelů měsíčně, což je o 14 % více než v roce předchozím. Po roku 2022 byl tak ten uplynulý druhým nejúspěšnějším.** Uživatelé zobrazili v průměru 1,2 milionu stránek za měsíc, což značí meziroční nárůst o 31 %. Žáci a studenti si ze stránek ČT edu loni stáhli téměř 1,4 milionu pracovních listů.
- **Kulturně zaměřený web ČT art v roce 2024 navštívilo každý měsíc v průměru téměř 44 tisíc unikátních uživatelů, kteří si zde zobrazili více než 164 tisíc stránek měsíčně (nárůst o 40 %).**
- **Průměrný měsíční počet uživatelů mobilní aplikace iVysílání se meziročně zvýšil o 12 %.** Každý měsíc aplikaci využilo v průměru 207 tisíc uživatelů. Aplikaci ČT sport spustilo měsíčně v průměru 131 tisíc uživatelů mobilních zařízení (+11 %) a aplikaci ČT24 41 tisíc uživatelů (-22 %). Meziroční pokles u aplikace ČT24 může souviset s obecně nižším zájmem diváků o zpravodajství v porovnání s roky 2020-2023.
- **Zároveň je na místě zmínit, že od léta 2022 je deklarovaný počet uživatelů aplikací ČT nižší než počet reálný, odhadem o 8-10 %.** Hlavním důvodem je nedání souhlasu s ukládáním cookies do zařízení ze strany části uživatelů. Ti, kteří souhlas nedali, se následně neobjevili ve statistikách Google Analytics.

ČAS STRÁVENÝ SLEDOVÁNÍM VYSÍLÁNÍ ČT NA INTERNETU V POPULACI 4+

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



* Měřeno od roku 2024

** Hodnota zahrnuje živé sledování všech stanic ČT (ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport, ČT :D a ČT art) na internetu, a to prostřednictvím webů a aplikací iVysílání, ČT24 s ČT sport.

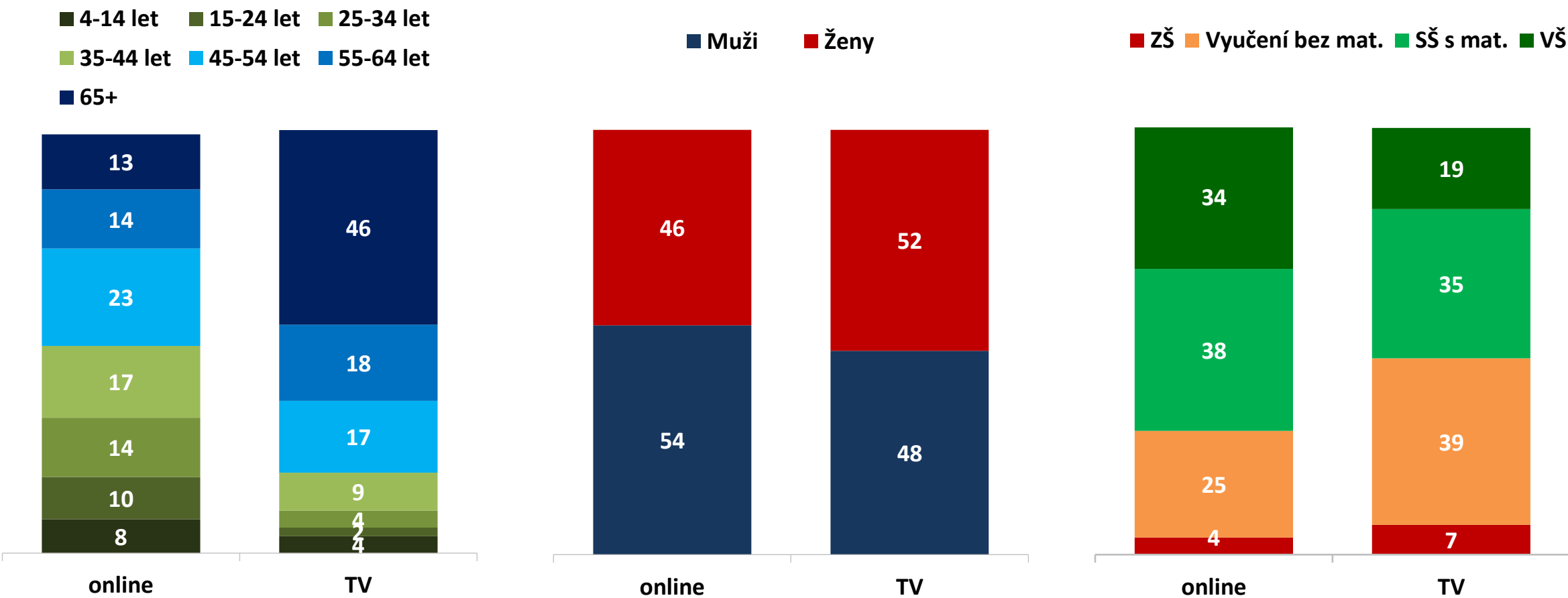
2024: DEMOGRAFICKÝ PROFIL DIVÁKŮ SLEDUJÍCÍCH ONLINE VYSÍLÁNÍ ČT A DIVÁKŮ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v %

Profil podle VĚKU

Profil podle POHLAVÍ

Profil podle VZDĚLÁNÍ



KOMENTÁŘ

- **Diváci strávili v roce 2024 sledováním videoobsahu České televize na internetu v průměru 69 minut za měsíc, meziročně se jedná o navýšení o 11 minut.** Primární důvod nárůstu je technický, je jím **začátek měření Smart TV od 1. 1. 2024**, které samo o sobě přispělo k celku 12 minutami měsíčně. Díky mimořádným sportovním akcím došlo meziročně k nárůstu online sledování ČT sport (+4 minuty), pokles z 29 minut na 25 minut měsíčně na jednoho diváka ale registrujeme u iVysílání.
- Došlo k celkovému nárůstu sledování živého vysílání ČT na internetu (+6 minut na celkových 20 minut měsíčně na diváka), což souvisí zejména s již zmíněnými významnými sportovními akcemi.
- Sociodemografický profil diváků sledujících vysílání ČT online a diváků tradičního televizního vysílání se v některých charakteristikách liší. **„Online populace“ je oproti té televizní v průměru výrazně mladší, je celkově vzdělanější a muži v ní převažují nad ženami.**
- Ve srovnání s rokem 2023 došlo ve struktuře diváků sledujících vysílání České televize online jen k minimálním posunům.

2024: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

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

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Tři princezny	1 569	889	105	63 %
StarDance XIII ...když hvězdy tančí	1 539	259	47	20 %
Čarovné jablko	1 508	467	79	36 %
Peče celá země	1 138	235	65	26 %
Smysl pro tumor	1 061	398	130	50 %
Docent II	1 038	412	103	50 %
Svatá	1 016	291	83	37 %
Stíny v mlze II	885	466	124	67 %
Vedlejší produkt	834	356	110	56 %
Smetana	702	161	31	27 %
Il Boemo	672	104	22	19 %
Přišla v noci	667	140	30	25 %
Služka	612	114	28	23 %
Lovec	556	321	80	72 %
To se vysvětlí, soudruzi	452	180	55	52 %
Dobré ráno, Brno! II	413	263	102	88 %
Výborná SHOW	401	86	11	24 %

2024: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

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

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Stezka Českem	223	108	27	61 %
Tajemství života Bedřicha Smetany	219	85	8	43 %
Výborná SHOW	208	68	13	39 %
Skryté skvosty II.	194	66	9	38 %
Naše lázně	191	84	11	50 %
V karavanu po Polsku	185	65	13	42 %
Příběhy starých hospod 2	160	111	19	81 %
My, občané Protektorátu	151	58	10	46 %
Praha ožralá	145	62	10	49 %
Tělo v mé hlavě	119	49	16	54 %
Kuciak: Vražda novináře	110	53	13	60 %
Jak to, že se svět nezastavil	106	30	11	39 %
Moje nová tvář	96	44	13	60 %
Česko na drogách	42	18	11	70 %

KOMENTÁŘ

- Pro Českou televizi je vedle živého vysílání důležitá také odložená sledovanost pořadů v televizi a na internetu. Ta s postupující vybaveností domácností moderními technologiemi přispívá k živé sledovanosti stále větší měrou. **V roce 2024 připadlo z celkového času, který diváci strávili s Českou televizí, 87,4 % na živé sledování v televizi, 8,6 % na odložené sledování v TV a 4,0 % na sledování přes internet, ať už živě, nebo z archivu.**
- **Pořadem, u kterého jsme zaznamenali nejvyšší odloženou sledovanost na internetu, se v roce 2024 stal seriál *Smysl pro tumor*, jehož jednotlivé díly si do 7 dnů od jejich odvysílání přehrál v průměru 130 tisíc diváků ze skupiny 4+. Dalších 398 tisíc diváků v průměru zhlédlo jednotlivé díly v „chytrých“ televizích, celková odložená sledovanost tak přispěla k té živé dalšími 50 %.**
- Velmi úspěšnou byla na internetu také druhá série seriálu ***Stíny v mlze***, jejíž jednotlivé díly si na iVysílání přehrál 124 tisíc diváků, dalších 466 tisíc pak odloženě v televizi (+67 % živé sledovanosti). Dalšími úspěšnými tituly byly minisérie ***Vedlejší produkt*** (odloženě 110 tisíc diváků na internetu) a ***Docent II*** (103 tisíc).
- Druhou řadu úspěšného komediálního seriálu ***Dobré ráno, Brno!*** sledovalo na internetu 102 tisíc uživatelů a dalších 263 tisíc uživatelů pak odloženě v televizi. Celkový přídavek k živé sledovanosti v TV činil rekordních 88 %.
- Nejvyšší odloženou sledovanost v absolutních číslech jsme zaznamenali u štedrovečerní pohádky ***Tři princezny***. Odloženě v televizi ji zhlédlo 889 tisíc diváků, dalších 105 tisíc pak na s odstupem na internetu.
- Z cyklů vysílaných na ČT2 vykázaly nejvyšší odloženou sledovanost ***Stezka Českem*** (108 tisíc v TV; 27 tisíc na internetu) a ***Příběhy starých hospod 2*** (111 tisíc; 19 tisíc). Diváky zaujal také dokument ***Tělo v mé hlavě*** o tématu bodyshamingu (49 tisíc; 16 tisíc).
- Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek ve vysílání i aktivitami na sociálních sítích.

2024: PŘEHLED „ONLINE-FIRST“ POŘADŮ NA IVYSÍLÁNÍ

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

VLASTNÍ TVORBA

Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost
Adikts*	9.1.	6	1 488 406	146	49 %
Vlastně se nic nestalo*	29.9.	6	1 418 924	153	65 %
Game story	6.4.	10	250 126	19	71 %
Show z druhý ruky	22.10.	7	100 254	9	64 %

ZAHRANIČNÍ TVORBA

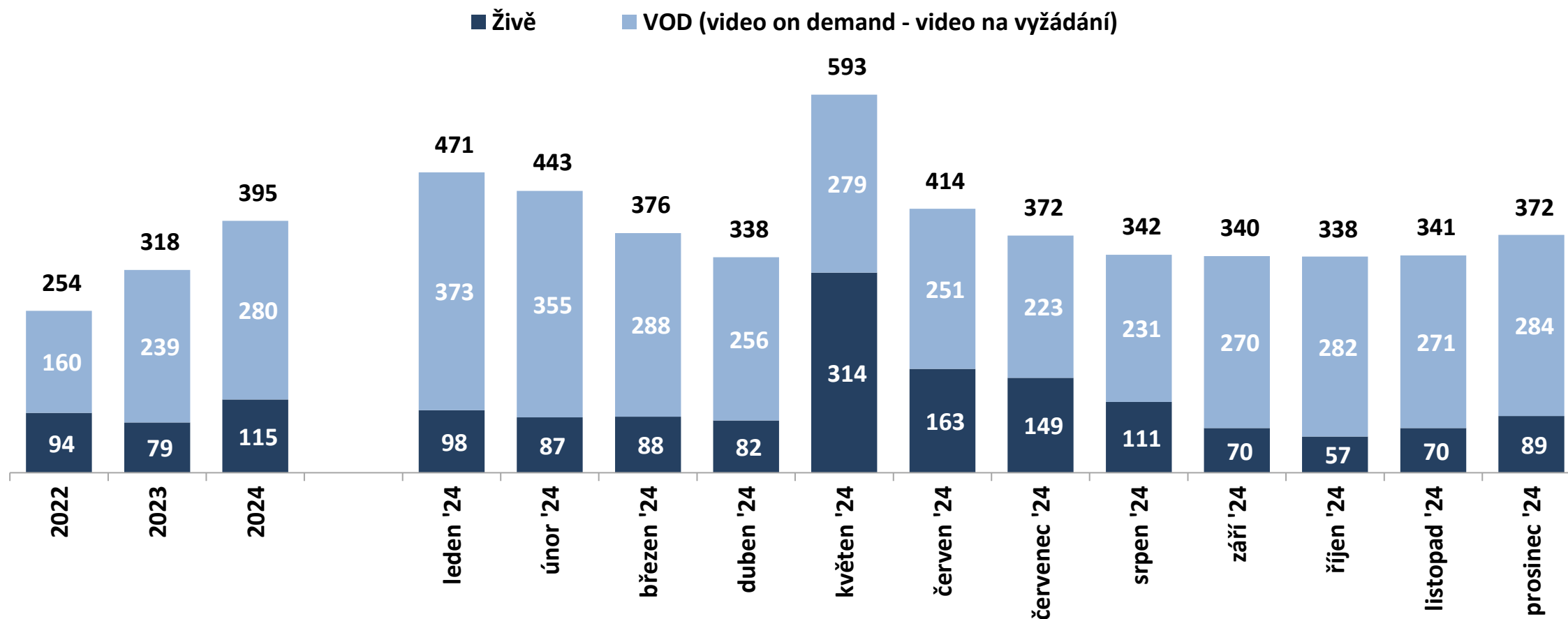
Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost
Zločin	1.5.	40	3 578 731	49	41 %
Černá voda*	12.8.	6	1 703 288	104	46 %
Lovci hlav*	24.10.	6	795 482	52	55 %
Na příjmu	1.11.	5	297 519	16	42 %

KOMENTÁŘ

- **V prosinci roku 2021 byla spuštěna nová podoba videoplatformy iVysílání,** jejímž cílem se nově stalo také oslovení mladších cílových skupin, které běžné televizní vysílání konzumují spíše sporadicky. Od té doby byla zejména mladým divákům na iVysílání nabídnuta celá řada pořadů či cyklů, které jsou dostupné výlučně online, ať už přes webové prohlížeče, mobilní aplikaci nebo platformu HbbTV.
- V roce 2024 byly do iVysílání zařazeny čtyři nové původní cykly a velký počet akvizičních filmů a seriálů, souhrnně označované „online-first nebo web-only“,. V lednu to byl seriál **Adikts**, který vznikl ve spolupráci ČT, České asociace pojišťoven a Policie ČR a který je součástí osvětové kampaně o riziku užívání drog. Jednotlivé díly tohoto seriálu si na iVysílání přehrálo v průměru 146 tisíc diváků. V září byl nasazen seriál **Vlastně se nic nestalo**, který se zabývá tématem intimního života mladých lidí ovlivněných sociálními sítěmi (v průměru 153 tisíc diváků na díl). Diváky dále zaujal cyklus **Game story** o vzniku nejzásadnějších českých počítačových her (19 tisíc) nebo **Show z druhé ruky** o udržitelné módě (9 tisíc).
- **Výhradně na iVysílání najdeme také několik akvizičních seriálů, třeba severský Zločin** (3 řady, 40 epizod), jehož každý díl si přehrálo v průměru 49 tisíc diváků, nebo šestidílný seriál **Černá voda** (104 tisíc diváků na díl).

2024: VIDEOOBSAH* – VÝVOJ OBJEMU ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS) NA ČT, VŠECHNA VIDEO (CELKOVÝ ODSLEDOVANÝ ČAS V TISÍCÍCH HODIN ZA DEN)

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



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

KONZUMACE VIDEOOBSAHU ČT PROSTŘEDNICTVÍM APLIKACÍ SMART TV *

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, počet zobrazení denně

Značka televizoru	Views (denní průměr)
Android TV	79 000
Samsung	41 000
LG	35 000
Apple TV	11 000
Hisense*	6 000
Philips*	700
CELKEM	172 700

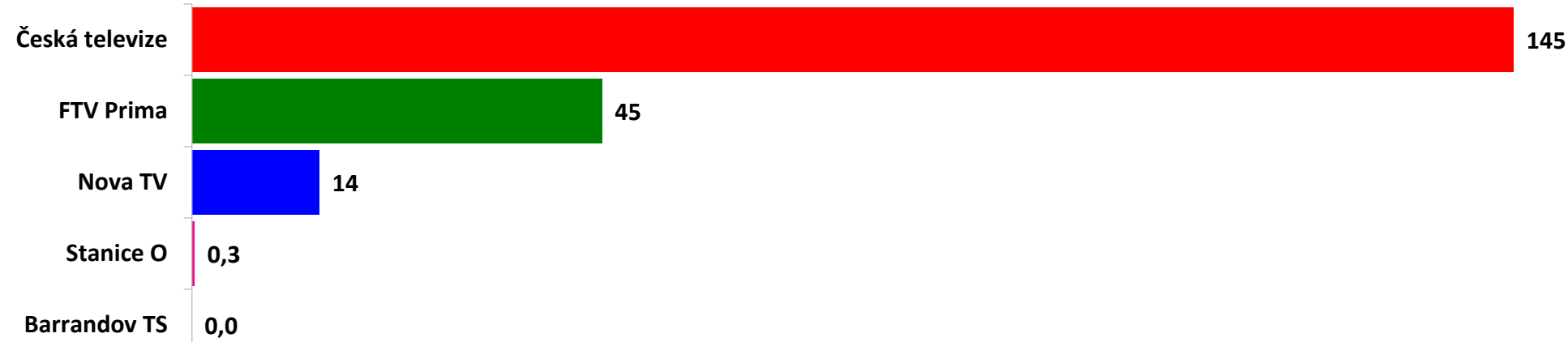
- Aplikace Smart TV České televize jsou od ledna 2024 nově měřeny v projektu PCEM pro značky LG, Android TV, Samsung, Apple TV, Hisense a Philips, a to jak jejich videoobsah (totožná nabídka jako v iVysílání), tak statický obsah podobně jako u platformy HbbTV.
- Smart TV je zatím měřena pro Českou televizi a Novu.
- V listopadu 2024 bylo ve zkušebním režimu reportování Smart TV doplněno o tzv. unikátní uživatele této služby podobně jako u platformy HbbTV.

* Nově měřeno od 1.1.2024, značky Hisense a Philips od 26.2.2024.

2024: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

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

VŠECHNA VIDEO BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



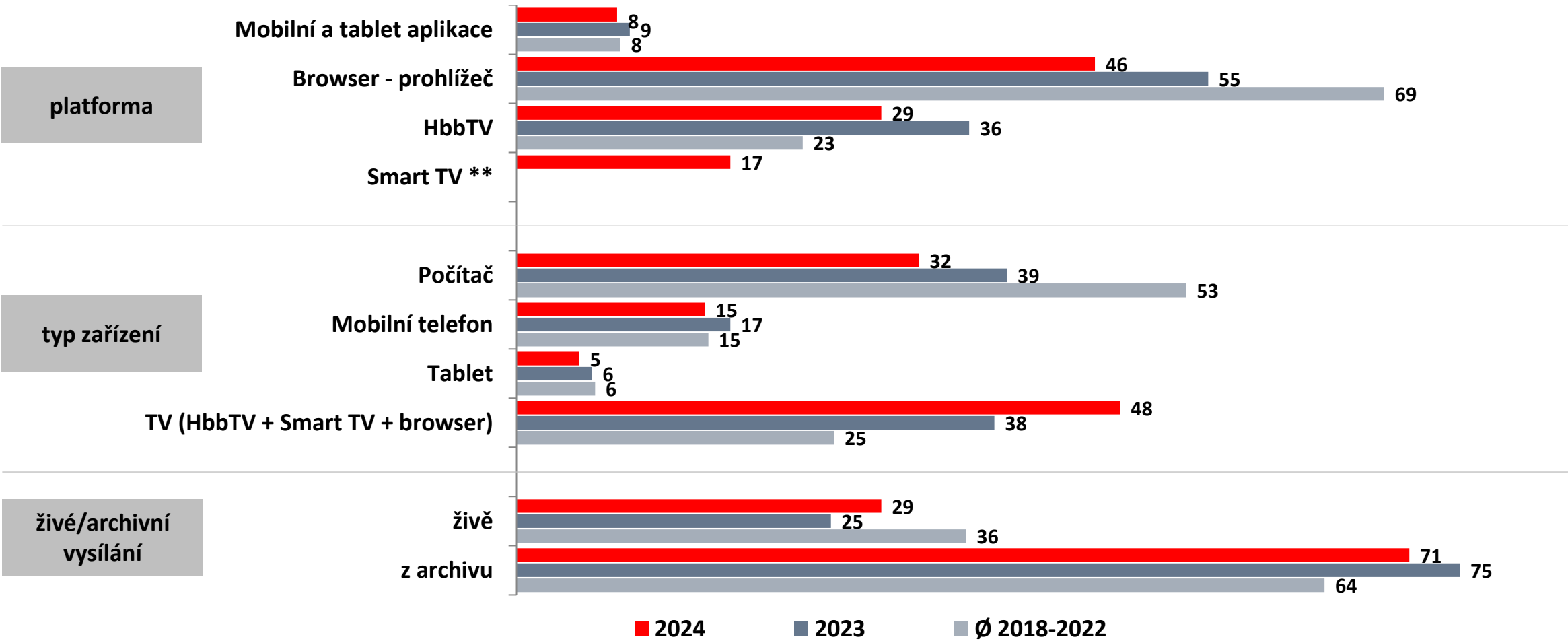
VŠECHNA VIDEO VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že Nova TV a FTV Prima měří jen část svého videoobsahu a čísla za videotéky Voyo a Prima+ nejsou k dispozici. TV Barrandov a Stanice O měří pouze prohlížeče, nikoliv mobilní a tabletové aplikace či HbbTV.

VIDEOOBSAH ČT* – PODÍL ODSLEDOVANÉHO ČASU DLE PLATFORM, TYPU ZAŘÍZENÍ A TYPU VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v %



• Videoobsahem ČT rozumíme jakékoli video umístěné na webu ČT, v mobilní aplikaci ČT nebo v nabídce HbbTV či Smart TV, ať už se jedná o pořad České televize nebo jiné, typicky krátké zpravodajské video, sportovní sestřih či doplňkové video pro děti.

** Měřeno od roku 2024

KOMENTÁŘ

- **V roce 2024 diváci České televize odsledovali prostřednictvím internetu každý den v průměru 395 tisíc hodin videoobsahu*, což znamená meziroční nárůst o 24 %.** Z celkového času připadlo 115 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 280 tisíc hodin na videoobsah z archivu. Výrazně nejvíce odsledovaných hodin jsme zaznamenali v květnu (593 tisíc) v souvislosti s MS v hokeji.
- **Česká televize se v roce 2024 podílela na celkově odsledovaném a měřeném videoobsahu ze 70 %.** Diváci na ČT zhlédli celkem **145 milionů hodin pořadů**, s odstupem následovala TV Prima (49 mil. hodin), TV Nova (16 mil. hodin) a stanice O (0,3 mil. hodin). Čísla za videotéky Voyo a Prima+ nejsou k dispozici.
- K výraznému meziročním nárůstu celkově odsledovaného videoobsahu (+29 milionů hodin) přispělo jednak **zařazení dat z vysílání ČT prostřednictvím Smart TV do měření** a také **rok mimořádně bohatý na významné sportovní události s účastí našich reprezentantů**. Pozitivní vliv sportovních událostí se projevil v meziročního nárůstu podílu videoobsahu ČT, který byl přehráván živě v reálném čase (+4 p.b. na 29 %).
- **Sledování videoobsahu ČT prostřednictvím Smart TV se podílelo na celkově odsledovaném čase ze 17 %.** Bylo to především na úkor dosavadních „tradičnějších“ způsobů sledování prostřednictvím browserů a HbbTV. Podíl browserů poklesl o 9 p.b. na 46 %, podíl HbbTV o 7 p.b. na 29 %. I když v absolutních číslech odsledovaného času vykazuje HbbTV podobný výsledek jako v loňském roce, zdá se, že růst technologie, který jsme sledovali v minulých letech, se zastavil. **Potenciál růstu se nyní předpokládá zejména u aplikací Smart TV.**
- **Především díky začlenění Smart TV do měření se televizory staly jasně nejpoužívanějším zařízením pro přehrávání videoobsahu na internetu (48 %, meziročně +10 p.b.).** Podíl osobních počítačů (32 %, -7 p.b.), které až do roku 2023 hrály prim, klesl.

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

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

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D

V roce 2024 jsme zaznamenali denně v průměru 1,049 milionu spuštění videí České televize (v roce 2023 to bylo 871 tisíc). Nejvíce spuštění, v průměru 1,510 milionu denně, připadlo na měsíc květen, kdy v ČR proběhlo „zlaté“ MS v ledním hokeji.

Videa na jednotlivých webech ČT byla přehrávána následovně:

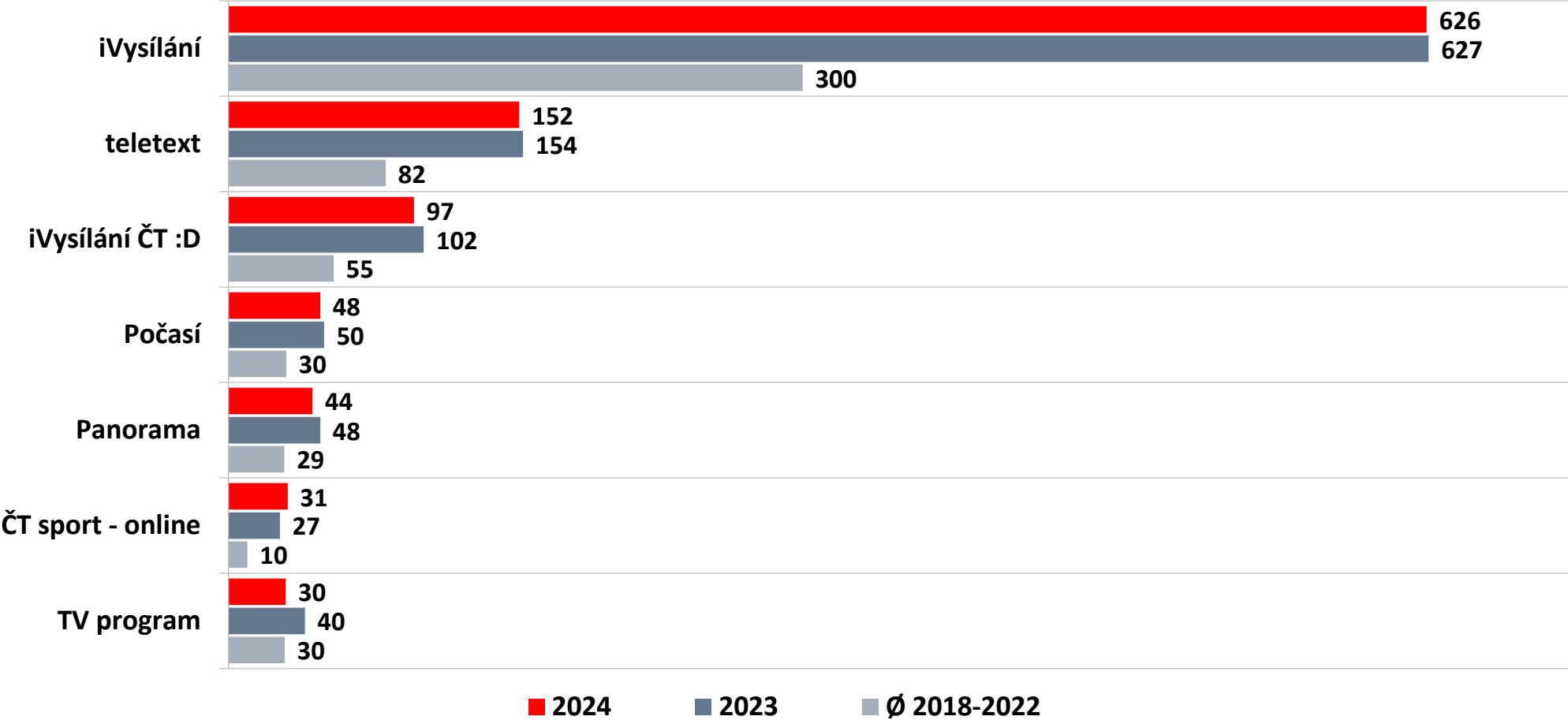
- Na webu a v mobilní aplikaci **ČT24** bylo spuštěno v průměru 38 tisíc videí denně. Z hlediska stráveného času se jednalo o 5 % veškerého videoobsahu ČT.
- Web **ČT sport** a sportovní mobilní aplikace zaznamenaly denně v průměru 135 tisíc spuštění (v roce 2023 jen 80 tisíc), z hlediska stráveného času se jednalo o 13 % veškerého videoobsahu ČT.
- Na **HbbTV** připadlo v průměru 335 tisíc spuštění denně, jednalo se o 29 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.
- Nově měřené **Smart TV** dosáhly na 171 tisíc spuštění denně, což reprezentuje 17 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.
- **iVysílání** (web a mobilní aplikace) vykazalo denně v průměru 370 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 36 % veškerého videoobsahu ČT.
- Web **ČT :D** zaznamenal denně v průměru 27 tisíc spuštění videí.
- Web **ČT edu** vykazal v průměru 11 tisíc spuštění denně.
- Web **ČT art** zaznamenal denně v průměru 300 spuštění videí.

* U videoobsahu rozlišujeme tzv. views, neboli počet spuštění videa, a dále čas strávený sledováním v minutách či hodinách. Videoobsahem ČT rozumíme jakékoli video umístěné na webu ČT, v mobilní aplikaci ČT nebo v nabídce HbbTV či Smart TV, ať už se jedná o pořad České televize nebo jiné video, typicky krátký zpravodajský příspěvek, sportovní sestřih či doplňkové video pro děti. Weby ČT :D, ČT edu a ČT art jsou reportovány jako součást iVysílání.

HBBTV STATICKÝ OBSAH – TOP APLIKACE

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

Změna oproti
roku 2023



* Od ledna 2023 byla upravena metodika výpočtu zobrazení pro zařízení televizor (zahrnutí tzv. co-viewing koeficientu).

KOMENTÁŘ

- **Česká televize nabízí divákům již řadu let využívání služeb HbbTV.** Ve srovnání s ostatními televizemi na českém trhu je služba HbbTV České televize nejpoužívanější.
- **Nejčastěji využívanou aplikací HbbTV bylo iVysílání,** u kterého jsme v roce 2024 zaznamenali v průměru **626 tisíc spuštění denně**, což byl prakticky identický výsledek jako v roce 2023. **Využívání aplikace iVysílání je nově měřeno i ve Smart TV, kde byla denně zobrazena 394tisíckrát.**
- Vedle iVysílání jsou využívány i další aplikace HbbTV – teletext, iVysílání ČT :D, Panorama, Počasí, ČT sport - online a další. V průběhu „zlatého“ MS v hokeji a fotbalového ME Česká televize navíc nabídla speciální sportovní aplikace, které si diváci velmi oblíbili. Aplikace MS hokej 2024 zaznamenala v průměru 349 tisíc spuštění denně.
- Počet automatického zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 7 milionů, záměrně bylo červené tlačítko využito v průměru 206tisíckrát denně. **V průběhu MS v hokeji a během fotbalového ME Česká televize nabídla divákům i modré tlačítko, které dosáhlo v průměru 2 milionů automatických zobrazení a 27 tisíc záměrných zobrazení denně, což je absolutní rekord této služby.**
- Vedle standardního měření HbbTV máme k dispozici i tzv. unikátní metriky, které kvantifikují jedinečné přístupy k HbbTV v delším časovém období, typicky za týden či měsíc. Díky tomu můžeme konstatovat, že **v roce 2024 využilo HbbTV České televize každý měsíc v průměru 815 tisíc unikátních diváků**, což je více než v případě HbbTV komerčních stanic, a také o 6 tisíc více ve srovnání s rokem 2023.

POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

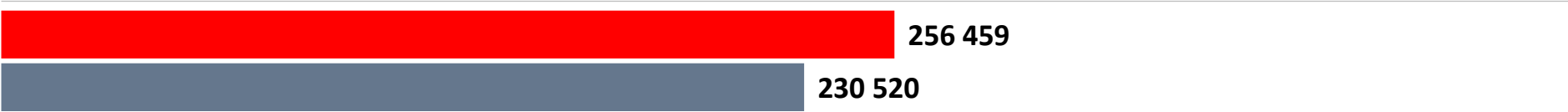
Zdroj: emplifi.io (dříve socialbakers.com), počet fanoušků k závěru časového období



Změna oproti
roku 2023



*



+11 %



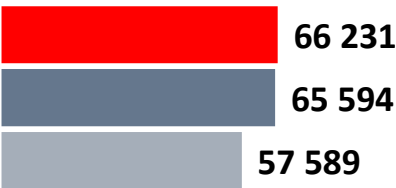
+2 %



+11 %



Tik Tok



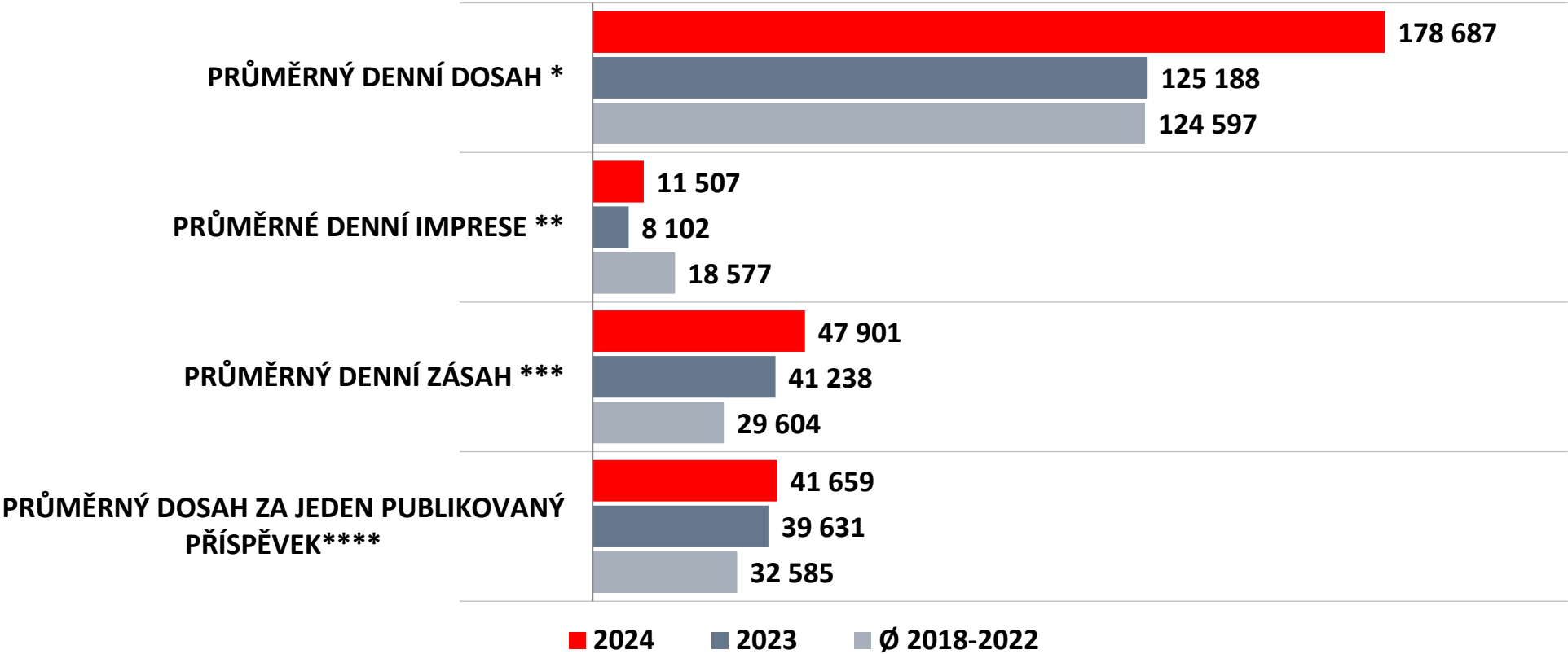
+1 %

2024 2023 2022

* V květnu roku 2023 došlo ke změně metodiky výpočtu počtu fanoušků na FB, kdy za ně začali být považováni všichni „sledující“. Do té doby to byli jen ti, kteří se s profilem propojili prostřednictvím tlačítka „To se mi líbí“.

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



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

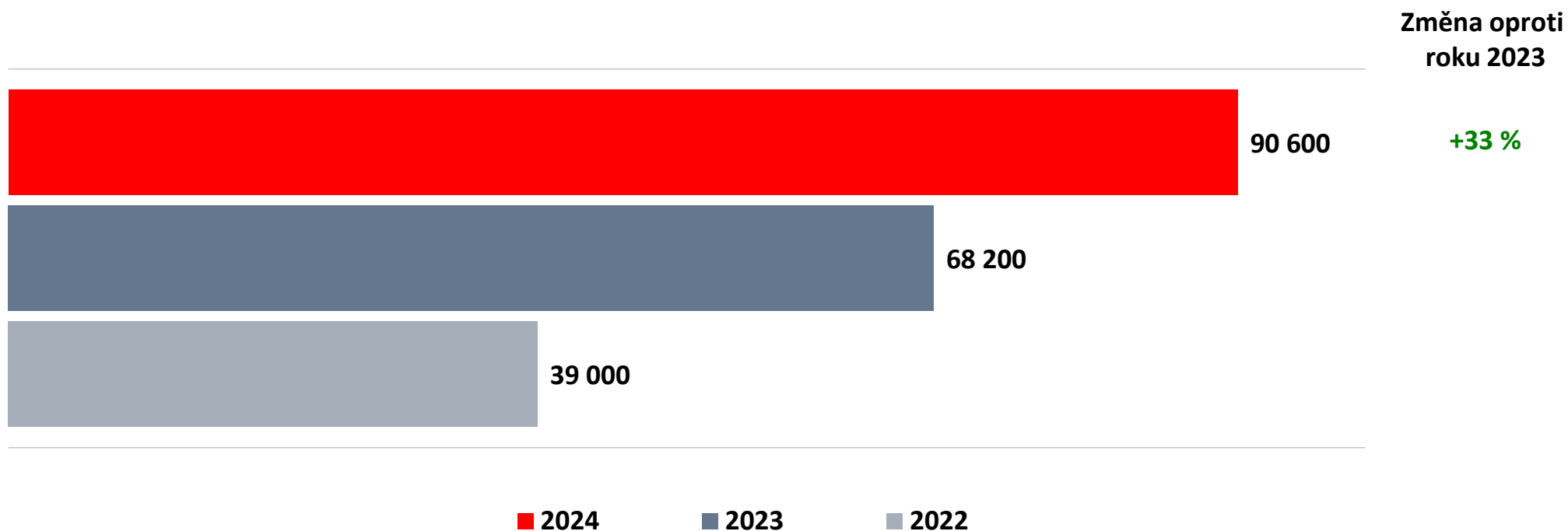
** Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživateli Twitteru.

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

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

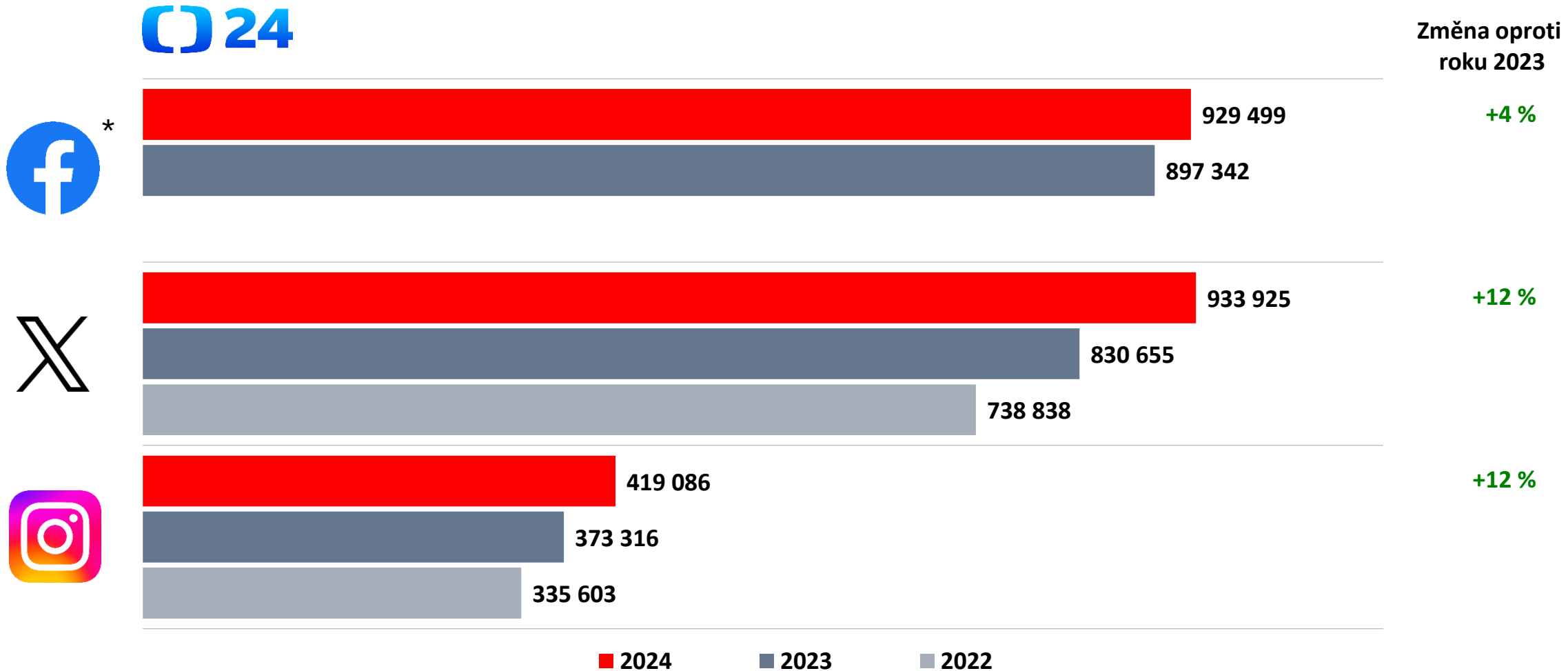
POČET ODBĚRATELŮ YOUTUBE KANÁLU ČESKÉ TELEVIZE

Zdroj: YouTube, počet odběratelů k závěru časového období



POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



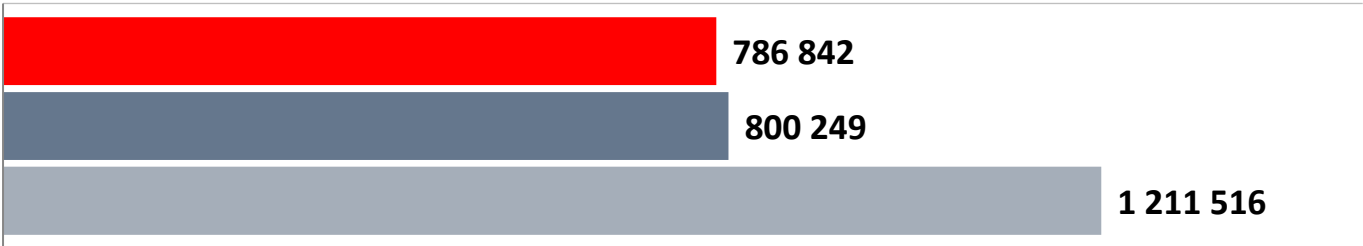
* V květnu roku 2023 došlo ke změně metodiky výpočtu počtu fanoušků na FB, kdy za ně začali být považováni všichni „sledující“. Do té doby to byli jen ti, kteří se s profilem propojili prostřednictvím tlačítka „To se mi líbí“.

DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



PRŮMĚRNÝ DENNÍ DOSAH*



-2 %

Změna oproti roku 2023



PRŮMĚRNÉ DENNÍ IMPRESE**



-20 %



PRŮMĚRNÝ DENNÍ ZÁSAH***



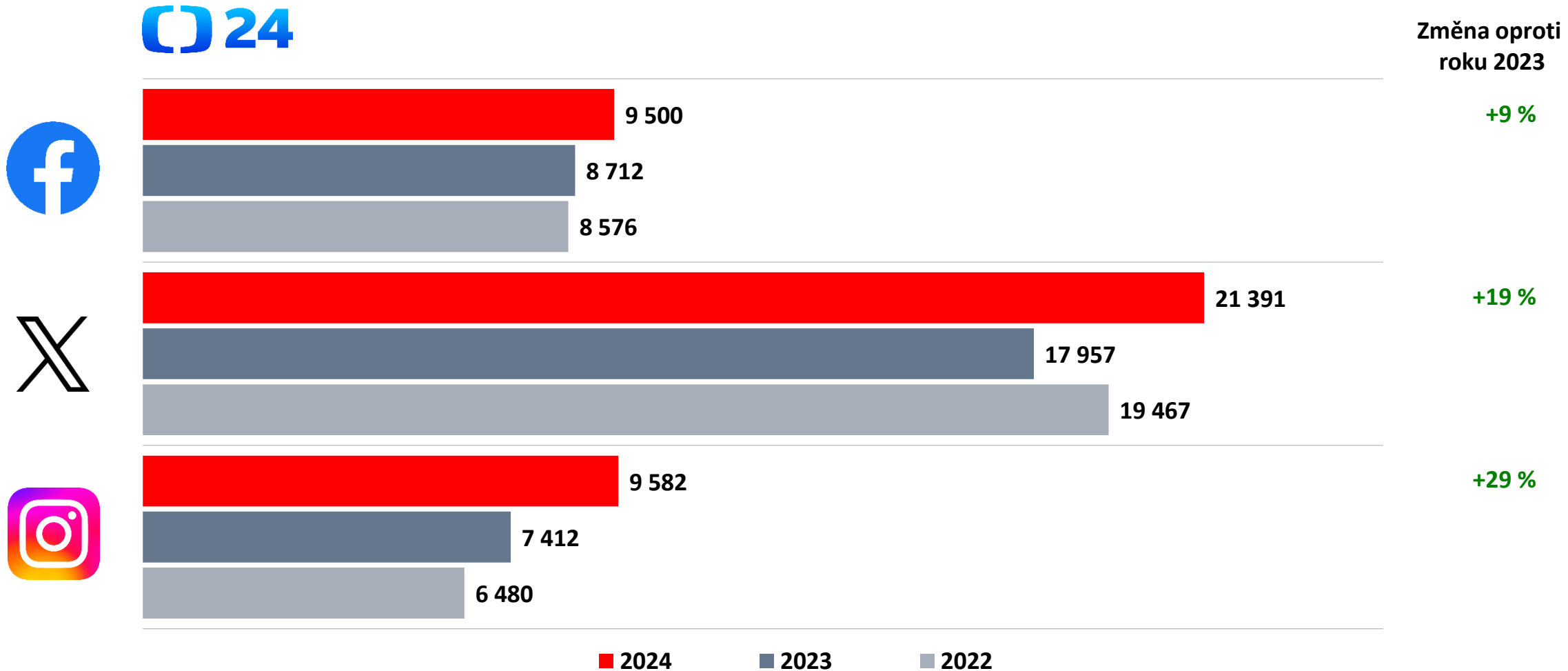
+38 %

■ 2024 ■ 2023 ■ Ø 2018-2022

* Definice dosahu (reach) podle Facebooku = Počet lidí, kterým se jakýkoli obsah měřené stránky nebo o měřené stránce zobrazil na jejich obrazovce. Jedná se o unikátní FB účty (tzv. Unique Users).
** Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživateli Twitteru.
*** Definice zásahu (reach) podle Instagramu = Průměrný počet unikátních účtů (tzv. Unique Users), kterým se zobrazily posty měřené stránky ve vybraném časovém období.

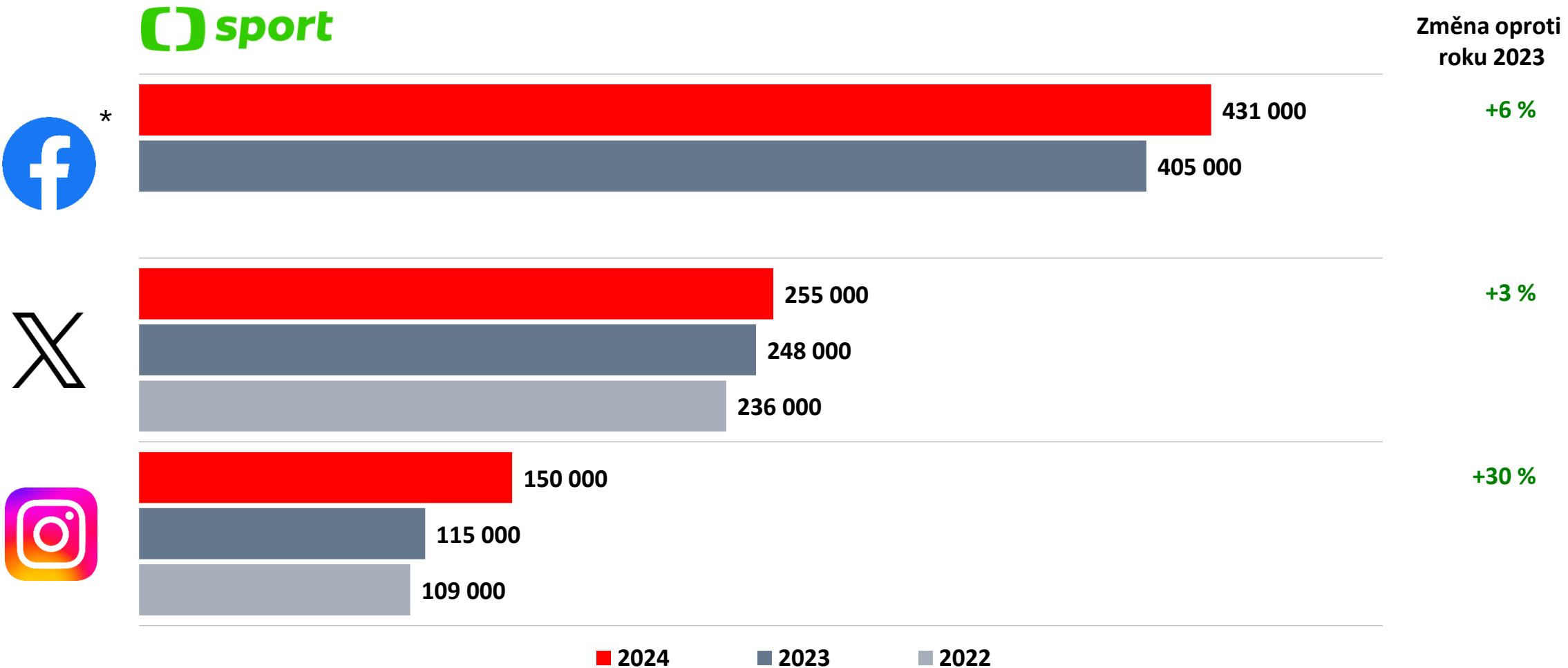
POČET PŘÍSPĚVKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



* V květnu roku 2023 došlo ke změně metodiky výpočtu počtu fanoušků na FB, kdy za ně začali být považováni všichni „sledující“. Do té doby to byli jen ti, kteří se s profilem propojili prostřednictvím tlačítka „To se mi líbí“.

KOMENTÁŘ

- **Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své korporátní profily**, na nichž propaguje vysílaný obsah a své další aktivity.
- **Profily ČT na čtyřech hlavních platformách, tedy Facebooku, síti X, Instagramu a TikToku, zaznamenaly meziroční nárůst fanouškovské základny.** V absolutních číslech se to nejvíce týkalo Facebooku s téměř 26 tisíci novými příznivci. Celkem jich ke konci roku 2024 měla ČT již 256 tisíc. Na síti X stoupl počet fanoušků na více než 418 tisíc, tedy meziročně o 2 %. Na Instagramu přesáhl počet sledujících hranici 160 tisíc, což znamená 11% meziroční nárůst. Profil ČT na TikToku měl ke konci roku více než 66 tisíc fanoušků, což v porovnání s rokem 2023 znamená navýšení o 1 %.
- **Výrazné meziroční změny průměrného denního dosahu či impresí příspěvků na měřených sociálních sítích souvisejí s neustále se měnící a netransparentní politikou nastavení algoritmů pro zobrazení, zcela závislou na libovůli majitelů platforem.** Dosah či imprese meziročně narostly o více než 40 % v případě Facebooku a sítě X, o 16 % u Instagramu a o 5 % u TikToku. Ze všech sociálních sítí registrujeme nejvyšší průměrný denní dosah – téměř 179 tisíc uživatelů – u profilu ČT na Facebooku.
- **Základna odběratelů videí ČT na síti YouTube se rozrostla na více než 90 tisíc osob.** V porovnání s koncem roku 2023 se jedná o třetinový nárůst.

KOMENTÁŘ

- Sociální sítě se v posledních letech stávají stále relevantnější platformou pro čerpání zpravodajských informací. Stanice **ČT24 je proto aktivní na nejvýznamnějších z nich, konkrétně na Facebooku, X a Instagramu.**
- **Profil ČT24 na síti X získal za 12 měsíců minulého roku 103 tisíc nových fanoušků**, což znamená 12% meziroční nárůst. Celkově jich tak na konci roku měl téměř 934 tisíc. Stejnou relativní změnu počtu sledujících jsme zaznamenali také u Instagramu ČT24, který má nyní celkem 419 tisíc příznivců. Facebookový účet čtyřřadvacítky zaznamenal během roku 2024 navýšení počtu fanoušků z 897 na 929 tisíc (+4 %).
- **Stejně jako v případě korporátního profilu ČT, došlo i u ČT24 na měřených sociálních sítích v některých případech k výrazným meziročním změnám průměrného denního dosahu či impresí příspěvků.** Zatímco na Facebooku dosah publikovaných příspěvků zůstal prakticky beze změny (mírný pokles z 800 na 787 tisíc v průměru denně), na síti X poklesl o celou pětinu na 910 tisíc, a to i přes téměř 40% nárůst počtu příspěvků. Zcela jinou situaci sledujeme u profilu ČT24 na Instagramu, kde je 38% nárůst zásahu úměrný meziročně vyššímu počtu publikovaných příspěvků.
- **Rovněž stanice ČT sport sdílí obsah na sociálních sítích**, a z hlediska počtu uživatelů si loni nevedla vůbec špatně. Na Facebooku měla stanice ke konci uplynulého roku 431 tisíc fanoušků (+6 %), na platformě X 255 tisíc sledujících (+3 %) a na Instagramu 150 tisíc fanoušků (+30 %).

PODCASTY ČT

Zdroj: Spotify, Google, Apple, ATO – Nielsen, PEM D, ACast

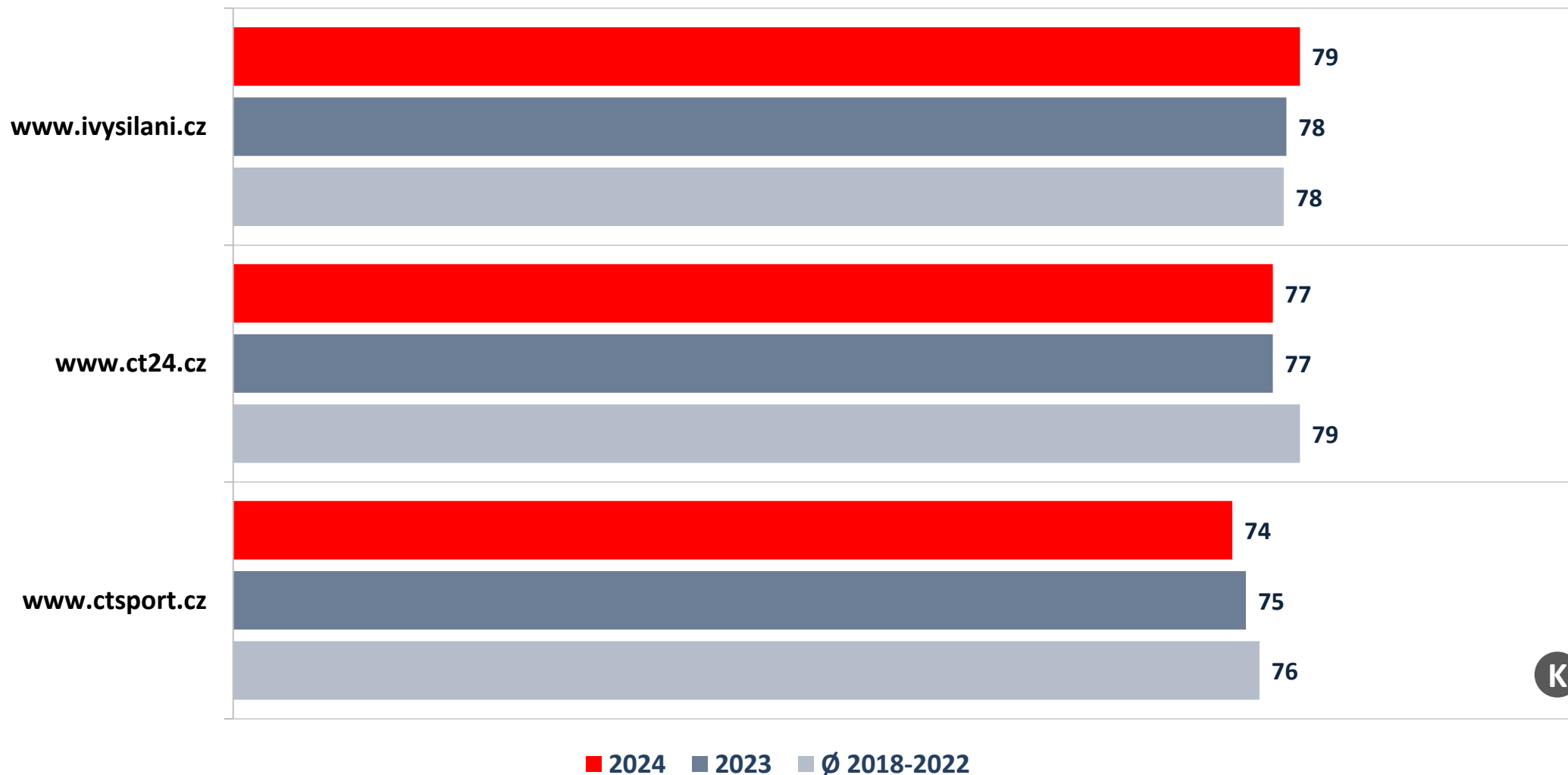
			Počet započatých přehrání / spuštění	
Název podcastu	Počet dílů	Periodicita	iVysílání celkem	Spotify, Google podcasts, Apple podcasts
Kavky	31	čtrnáctideník	20 160	101 511
Smysl pro tumor	8	jednorázový cyklus	3 009	24 525
Background ČT24: Generace	46	týdeník	6 119	44 116
V hlavě	7	nepravidelný	není na iVysílání	2 010
Reportéři ČT podcast	48	týdeník	3 841	296 154
Bilance podcast	24	týdeník	není na iVysílání	14 563
Celkem 163 dílů sportovních podcastů - Fotbal fokus, Hokej fokus, Hokej bez červené, Velo fokus, Biathlon fokus, Fokus podcast k ME v atletice, MS krasobruslení, Paříž fokus a Olympijský mýtus	163	různá	není na iVysílání	559 654

KOMENTÁŘ

- **Česká televize v současné době produkuje více než 30 podcastů, podcastových řad nebo sérií.** Více než třetinu podcastů tvoří audioverze pořadů z on-airového vysílání (např. *Hokej den poté, Události, komentáře, Interview ČT24 nebo Týden v politice*).
- Podcasty ČT je možné rozdělit do dvou skupin: pokračující cykly a uzavřené vícedílné tematické série.
- Některé podcasty jsou umístěny na webech ČT nebo v iVysílání. Všechny podcasty ČT sport nebo podcast *Background ČT24* jsou umístěny na YouTube.
- Nejvíce spuštění – 296 tisíc – zaznamenal v roce 2024 podcast **Reportéři ČT**.
- Redakce ČT sport vytváří celou řadu podcastů o fotbale, hokeji, cyklistice a dalších sportovních disciplínách. V roce 2024 byly realizovány podcasty k OH v Paříži s názvem **Paříž fokus** nebo série **Olympijský mýtus** ve spolupráci s ČT art. Celkem se v roce 2024 jednalo o 163 podcastových dílů se sportovní tematikou s 560 tisíci započatými přehráváními.

CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

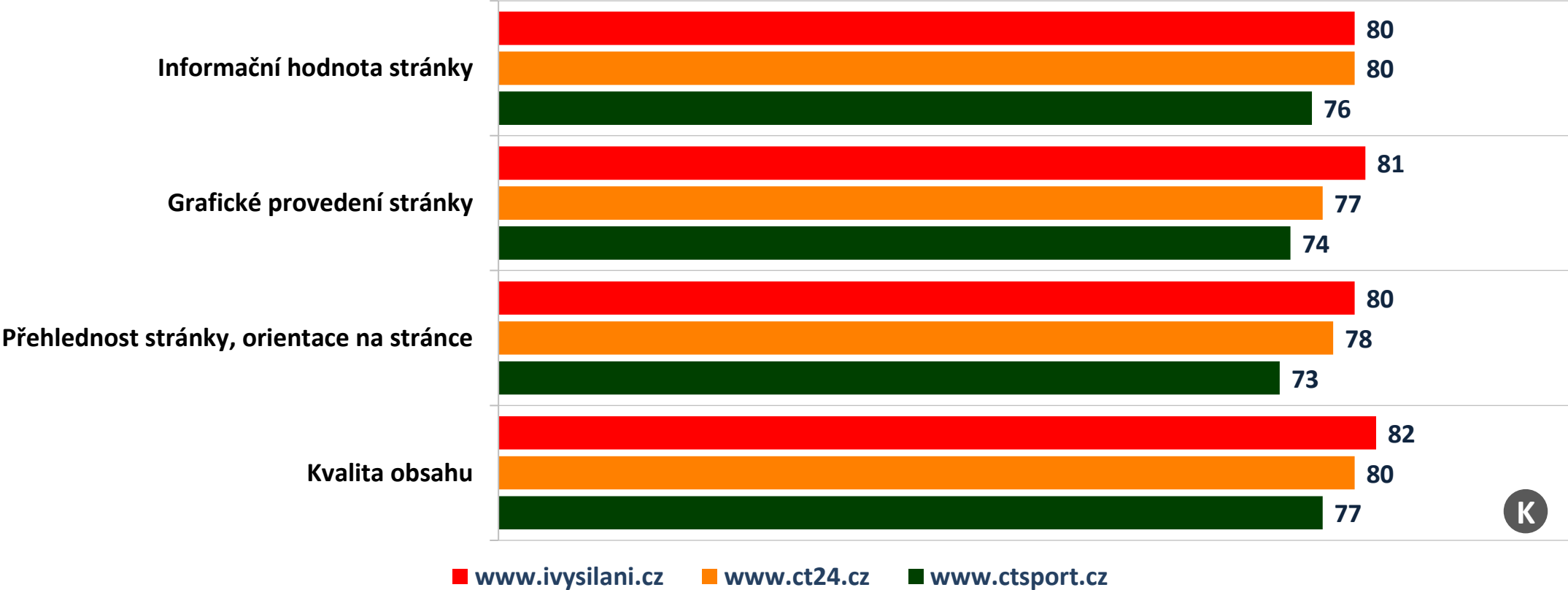
Zdroj: online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %



K

2024: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH
INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

Zdroj: online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research, v %

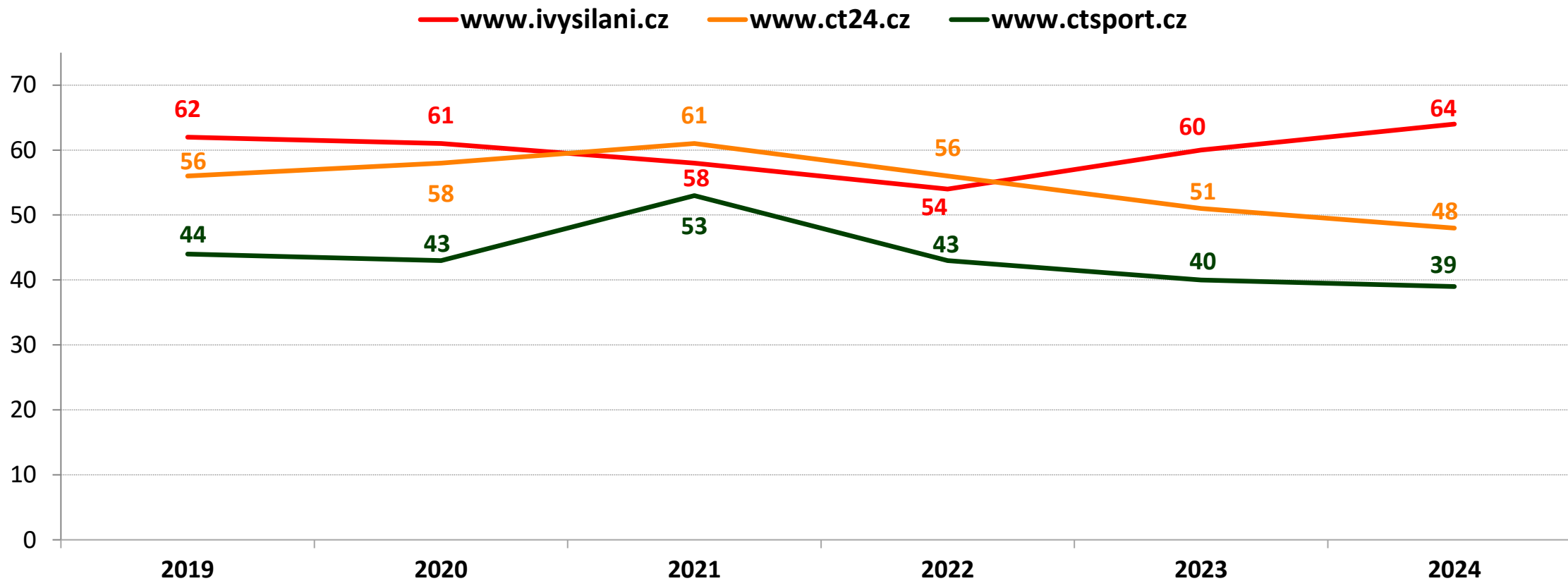


K

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

NET PROMOTER SCORE VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT

Zdroj: online 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 online trackingu, tedy iVysílání, ČT24 a ČT sport, jsou nadále hodnoceny velmi pozitivně.** O 1 p.b. na 79 % narostl koeficient hodnocení webu iVysílání, hodnocení stránky ČT24 zůstalo beze změny (77 %) a o 1 p.b. na 74 % kleslo hodnocení webu ČT sport.
- **Stále velmi nadprůměrně jsou hodnoceny také jednotlivé aspekty internetových stránek ČT,** tedy jejich informační hodnota, grafické provedení, přehlednost a kvalita obsahu. Jednotlivé koeficienty dosáhly u všech sledovaných webů a u všech kritérií vždy hodnoty minimálně 73 %. **Vůbec nejvíce návštěvníci ocenili kvalitu obsahu webu ČT24** (koeficient 82 %). Ve srovnání s ostatními měřenými internetovými stránkami vykázal mírně nižší hodnocení jednotlivých parametrů web ČT sport.
- **Také tzv. NET PROMOTER SCORE (NPS), neboli míra loajality diváků na stupnici -100 až +100, zůstává u všech tří sledovaných webů stále na vysoké úrovni.** NPS iVysílání narostl o 4 body na +64. U zpravodajského webu ČT24 ukazatel NPS meziročně poklesl o 3 body na hodnotu +48, u webu ČT sport o 1 bod na hodnotu +39.
- **Všechny hodnoty NPS jsou vzhledem k obecně uznávaným standardům nadprůměrné, loajalitu návštěvníků k uvedeným webovým stránkám tak lze interpretovat jako velmi až 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,
- lidí s hendikepem,
- LGBT+ osob,
- diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství (viz Cíl 1) a na kulturu (viz Cíl 3).

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

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

ZÁSAH VYSÍLÁNÍ A SOUHLAS S VÝROKY V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v % [2024 (2023; Ø 2018-2022)]

	Průměrný týdenní zásah vysílání ČT v jednotlivých skupinách (ATO)	Souhlas s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům.“ (TRA)	Souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.“ (TRA)
Populace 18+	70 (72;75)	58 (58;63)	67 (71;73)
Muži 18+	70 (71;74)	60 (59;64)	70 (72;75)
Ženy 18+	71 (73;77)	56 (58;62)	64 (69;72)
18-24 let	26 (28;31)	70 (65;56)	70 (71;70)
25-34 let	44 (45;51)	59 (49;56)	72 (69;74)
35-44 let	62 (64;74)	60 (63;64)	72 (81;77)
45-54 let	76 (78;81)	61 (63;67)	71 (76;75)
55-64 let	84 (86;88)	55 (54;65)	65 (64;73)
65 nebo více let	88 (89;92)	53 (57;64)	58 (64;70)
Základní 18+	55 (52;64)	56 (56;60)	58 (61;66)
Středoškolské bez maturity 18+	74 (76;79)	50 (56;65)	61 (66;69)
Středoškolské s maturitou 18+	69 (71;74)	63 (58;62)	69 (72;76)
Vysokoškolské 18+	74 (76;78)	64 (65;63)	78 (81;80)

2024: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %



KOMENTÁŘ

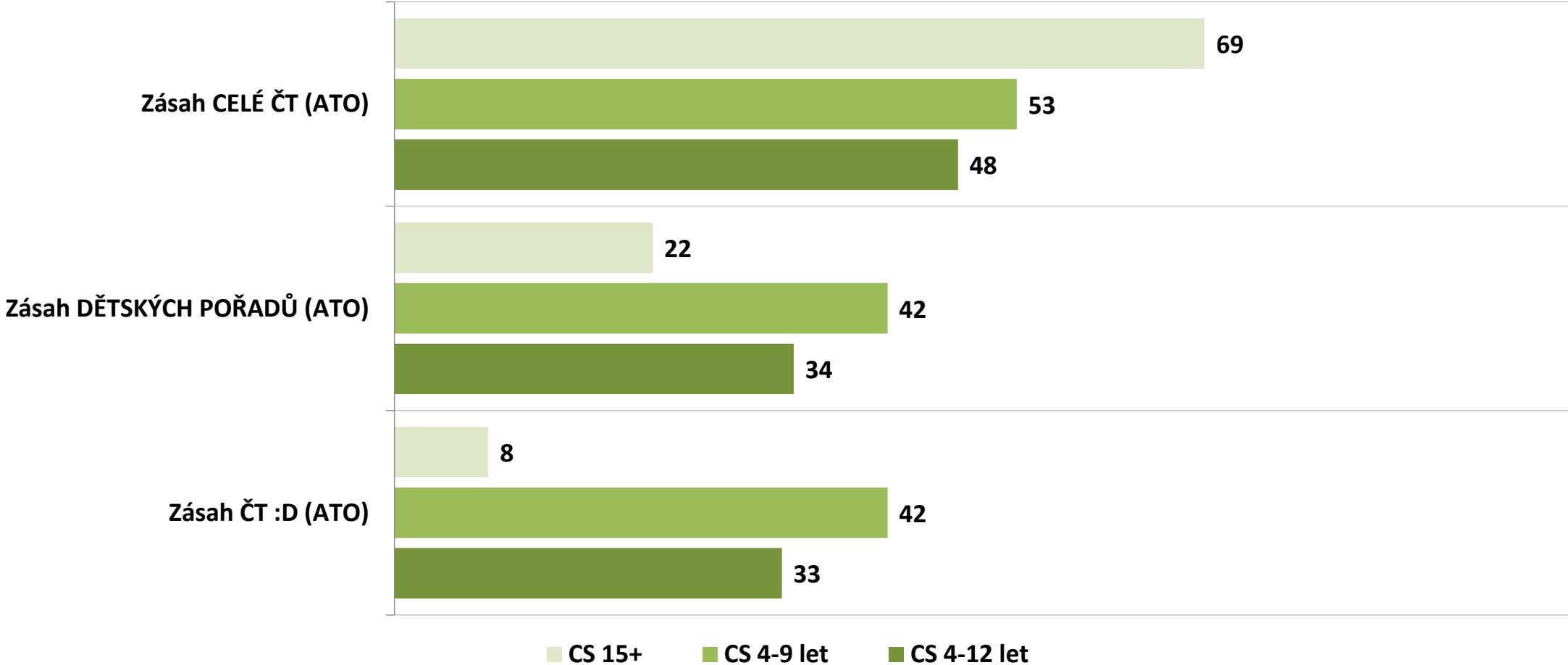
- **Celkový průměrný týdenní zásah vysíláním České televize ve skupině 18+ poklesl oproti roku 2023 o 2 p.b. na hodnotu 70 %.**
- **U žen byl zaznamenán pokles o 2 p.b., u mužů o 1 p.b.**
- **K poklesu zásahu o 1 až 2 p.b. došlo u všech sledovaných věkových skupin.** I nadále přitom platí přímá úměra mezi zvyšujícím se věkem diváků a zásahem České televize: Na jedné straně je vysíláním zasažena čtvrtina diváků do 24 let (26 %), na straně druhé devět z deseti seniorů a seniorek nad 65 let (88 %).
- **Pokud jde o vzdělanostní kategorie, o 3 p.b. se zvýšil zásah ČT mezi diváky se základním vzděláním.** U ostatních vzdělanostních skupin došlo nicméně k mírnému poklesu zásahu o 2 p.b.
- Jak jsme již uvedli na začátku zprávy, Česká televize oslovuje diváky nejen televizním vysíláním, ale také prostřednictvím internetu. Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT dosáhl v minulém roce 12 %, relativní zásah vysílání ČT se díky tomu navýšil o 3 %. **Toto navýšení bylo výrazné zejména v mladších cílových skupinách:** Ve skupině do 24 let činilo 17 %, v kategorii 25-34 let 12 %.

KOMENTÁŘ

- **Celková míra souhlasu s výrokem ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům, se meziročně nezměnila a zůstala na hodnotě 58 %.** S výrokem souhlasilo o 1 p.b. více mužů a o 2 p.b. méně žen než v roce 2023. Meziroční nárůst míry souhlasu s výrokem registrujeme mezi nejmladšími diváky ve věku 18-24 let (+5 p.b.), mezi lidmi ve věku 25-34 je to dokonce +10 p.b. Minimální změna (+1 p.b.) nastala u diváků mezi 55 a 64 lety. V ostatních věkových kategoriích jsme zaznamenali meziroční pokles v rozpětí 2-4 p.b. Zatímco u diváků se středním vzděláním bez maturity souhlas s výrokem meziročně poklesl (-6 p.b.), u těch s maturitou naopak vzrostl (+5 p.b.). Mezi diváky se základním a vysokoškolským vzděláním nedošlo meziročně prakticky k žádným změnám.
- **O 4 p.b. nižší hodnotu než v roce 2023 jsme zaznamenali u celkového souhlasu s výrokem ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají (67 %).** S výrokem souhlasilo o 2 p.b. méně mužů než v roce 2023, u žen to bylo o 5 p.b. méně. Nárůst o 3 p.b. jsme zaregistrovali mezi mladšími diváky ve věku 25-34 let. Pokles souhlasu s výrokem evidujeme především u diváckých skupin 35-44 let (-9 p.b.), 45-54 let (-5 p.b.) a 65+ (-6 p.b.). Hodnoty u zbylých dvou věkových skupin zůstaly na podobné úrovni jako v roce 2023. O 3-5 p.b. poklesl souhlas mezi diváky napříč všemi vzdělanostními skupinami.
- **Celková úroveň spokojenosti s pořady ČT dosáhla v roce 2024 hodnoty 83 %.** Ženy dlouhodobě hodnotí pořady ČT o něco pozitivněji než muži, což se potvrdilo i loni. V rámci jednotlivých věkových skupin vykazují lehce nadprůměrnou spokojenost diváci 55+. Naopak lehce podprůměrné hodnoty spokojenosti sledujeme u diváků mladší produktivní generace, tedy 25-44 let.

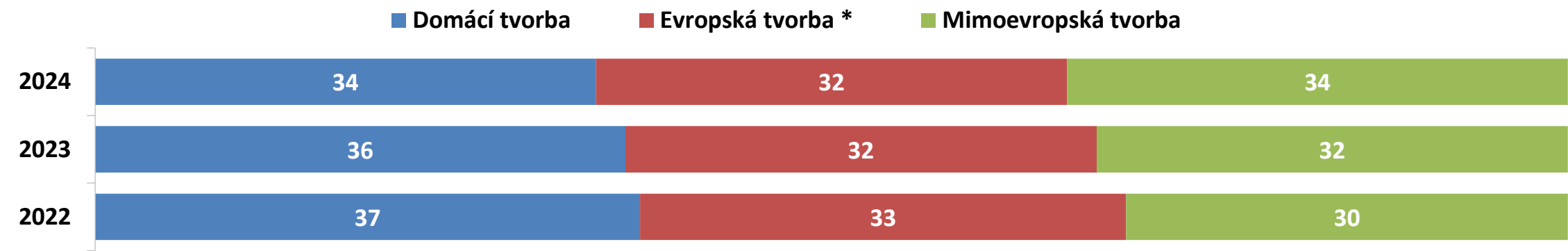
2024: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAB ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

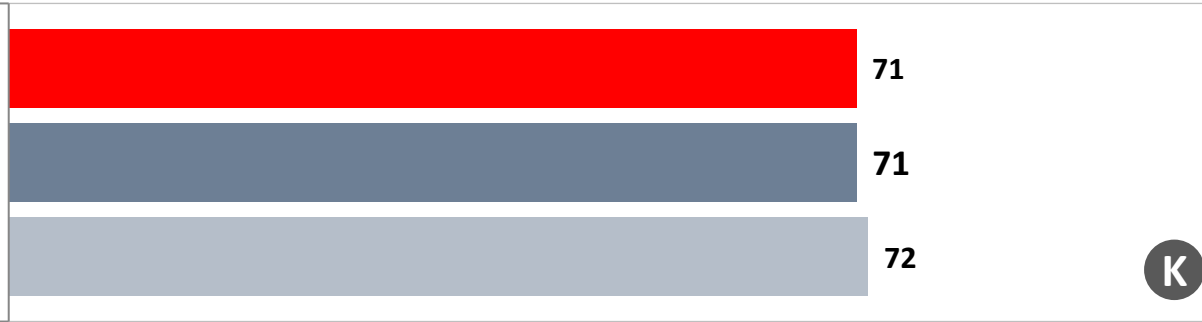


PODÍL DOMÁCÍ, EVROPSKÉ A MIMOEVROPSKÉ TVORBY NA DĚTSKÝCH POŘADECH, VNÍMÁNÍ PŮSOBNÍ ČT NA DĚTSKÉHO DIVÁKA

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



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

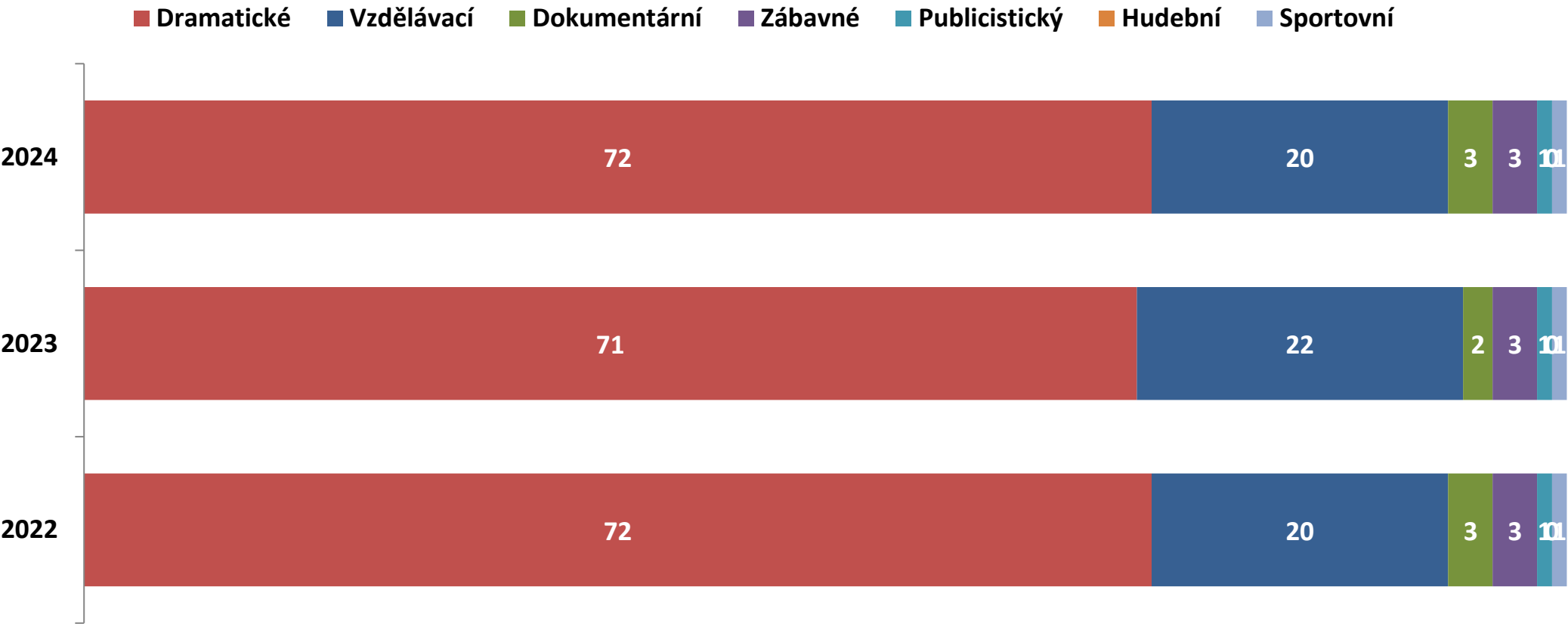


■ 2024 ■ 2023 ■ Ø 2018-2022

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

PODÍL JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ NA VŠECH DĚTSKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah vysíláním celé České televize činil v roce 2024 mezi dětmi ve věku 4-9 let 53 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 48 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady činil ve skupině 4-9 let 42 %, stejně jako zásah vysílání samotné ČT :D.**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech v roce 2024 meziročně mírně poklesl, a to o 2 p.b. na hodnotu 34 %. Podíl odvysílané dětské evropské tvorby zůstal beze změny, naopak o 2 p.b. narostl podíl tvorby mimoevropské.**
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, v roce 2024 činil jejich podíl 72 % (meziročně +1 p.b.). Druhým nejfrekventovanějším dětským formátem byly v minulém roce vzdělávací pořady s podílem 20 % (-2 p.b.). Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v letech 2022 a 2023, tedy v řádu nízkých jednotek procent. Celkově lze konstatovat, že žánrová struktura dětských pořadů je v posledních letech velmi stabilní.**

2024: VÝČET HLAVNÍCH POŘADŮ ČT TÝKAJÍCÍCH SE NÁBOŽENSKÝCH SKUPIN,
NÁRODNOSTNÍCH/ETNICKÝCH MENŠIN, LIDÍ S HENDIKEPEM A LGBT

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Zaměření	Počet	Celková stopáž v hodinách
Cesty víry	náboženské skupiny	17	17
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	41	17
V novém světle	náboženské skupiny	10	3
Babylon	národnostní/etnické menšiny	29	13
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	12	5
V širších souvislostech	národnostní/etnické menšiny	2	1
Khamoro 2023	národnostní/etnické menšiny	1	1
Me som	národnostní/etnické menšiny	10	1
Pongo Calling	národnostní/etnické menšiny	1	1
Povolení k pobytu	národnostní/etnické menšiny	1	1
Zprávy v českém znakovém jazyce	lidé s hendikepem	361	58
Televizní klub neslyšících	lidé s hendikepem	20	9
Klíč	lidé s hendikepem	20	9
Paralympijský magazín	lidé s hendikepem	4	1
Paralympijské hry Paříž 2024	lidé s hendikepem	41	74
MS v parahokeji mužů 2024 Kanada	lidé s hendikepem	20	7
Tour de France ve tmě	lidé s hendikepem	1	1
Světlo pro Světlušku	lidé s hendikepem	1	2
168 hodin	LGBT	1	1
Studio 6	LGBT	2	5
V širších souvislostech	LGBT	1	1

2024: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Adventní bohoslužba	1	1
Bohoslužba k uctění mučednické smrti mistra Jana Husa	1	1
Bohoslužba z Velehradu	1	2
Bohoslužba za zemřelé	1	1
Boží hod vánoční	1	1
Národní svatováclavská pouť 2024	1	2
Novoroční ekumenická slavnost 2024	1	1
Půlnoční mše 2024	1	1
Slavnostní uvedení nového olomouckého arcibiskupa	1	2
Urbi et Orbi	2	1
Velikonoční bohoslužba	1	1
Velkopáteční bohoslužba	1	1
Znovuotevření baziliky sv. Vavřince a sv. Zdislavy v Jablonném v Podještědí	1	1
Znovuotevření pařížské katedrály Notre-Dame	1	2

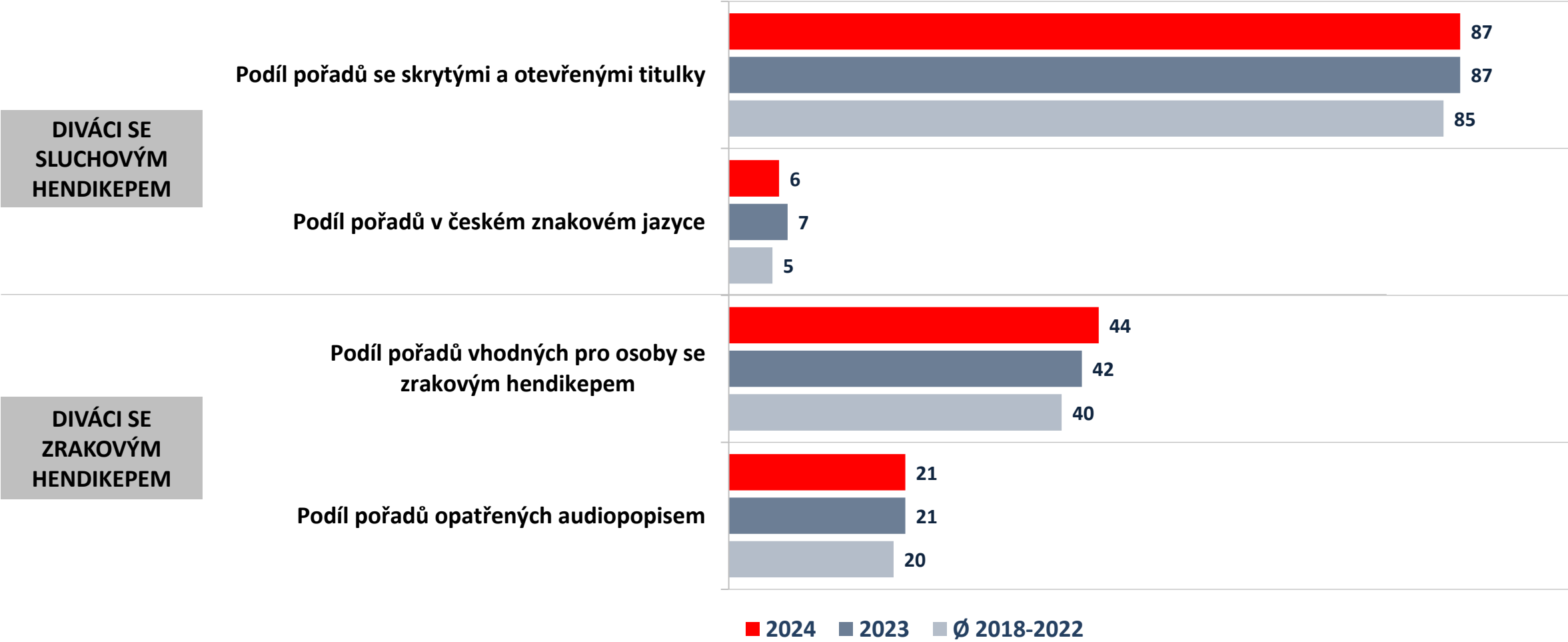
2024: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ
MENŠINY ŽIJÍCÍ V ČR

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Babylon	různé	29	13
Sousedé	různé	12	5
V širších souvislostech	různé	2	1
Khamoro 2023	romská	1	1
Me som	romská	10	1

ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny, spoluobčany s hendikepem a LGBT. Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2024 právě těmto skupinám.
- Věřícím byly věnovány tradiční premiérové tituly jako *Cesty víry*, *Křesťanský magazín*, nový cyklus *V novém světle* nebo četné přenosy bohoslužeb napříč hlavními církvemi působícími v ČR. Česká televize se ve svých pořadech věnovala vedle křesťanství také dalším významným náboženským směrům, jakými jsou islám, buddhismus, hinduismus nebo judaismus.
- Pro národnostní a etnické menšiny připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Romům byl věnován pořad k jejich mezinárodnímu dni *Khamoro* nebo cyklus portrétů romských osobností *Me som*.
- Lidem s hendikepem byly určeny tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce* nebo *Klíč*. Pozornost byla věnována také sportu hendikepovaných, a to v rámci *Paralympijských her* nebo *Mistrovství světa v parahokeji mužů*.
- Tématu LGBT se ČT dlouhodobě věnuje v rámci svých diskuzních a zpravodajských pořadů nebo v cyklu *V širších souvislostech*.
- Pokud jde o neslyšící diváky, zákon předepisuje České televizi opatřit skrytými titulky 70 % odvysílaných pořadů, tlumočení do českého znakového jazyka musejí obsahovat minimálně 2 % pořadů. Tyto kvóty Česká televize dlouhodobě nejen naplňuje, ale výrazně překračuje. V roce 2024 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 87 % pořadů České televize, 6 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.
- Pro lidi se zrakovým hendikepem opatřila ČT v minulém roce 21 % svých pořadů audiopopisem.

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 1/4

Historie Denního kontinuálního výzkumu (DKV) sahá až do roku 1971, kdy byl při tehdejší Československé televizi v odboru výzkumu programu a diváka založen tzv. deníčkový výzkum. Ten s metodologickými obměnami probíhá nepřetržitě dodnes. **Výstupy DKV se využívají především jako zpětná vazba tvůrcům programu a jednotlivých pořadů.** Kvalitativní parametry jsou také nedílnou součástí zprávy o hodnocení plnění veřejné služby.

Výzkum je založen na kontinuálním panelu hodnotitelů. Nábor do panelu respondentů probíhá dopisem, který je adresován náhodně vybranému vzorku plátců TV poplatků. Do tohoto výběru jsou z dat ČSÚ zahrnuty kvóty, aby bylo dodrženo poměrné zastoupení všech krajů Česka. Každý z oslovených plátců TV poplatků má poté možnost zaregistrovat sebe a až tři další rodinné příslušníky. **Respondenti mají na výběr vedle tradiční papírové i elektronickou formu spolupráce přes internet.** Spolupracovat nemohou osoby v pracovněprávním vztahu k ČT nebo jiné televizní stanici a také osoby pracující v oblasti sociologických výzkumů. Po vyjádření souhlasu s účastí na výzkumu se respondent přesouvá do tzv. zásobníku, z něhož je panel doplňován. **Jednotlivé divácké skupiny jsou charakterizovány věkem, pohlavím a dosaženým vzděláním.**

Panel tvoří vždy celkem 1 000 aktivních hodnotitelů ve věku 16 a více let. Pro účely výzkumu je spravován a doplňován kontinuálně na týdenní bázi. Maximální délka spolupráce s respondentem je stanovena na 104 týdnů (2 roky). Komunikaci s účastníky výzkumu mají na starost pracovníci ČT. Každý půlrok je v průměru obměňována čtvrtina respondentů. Po dovršení (dvouleté) spolupráce může být respondent znovu osloven až za dalších 10 let.

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 2/4

Hodnocení programu probíhá pomocí deníčků obsahujících seznam pořadů vysílaných mezi 6:00 a 24:00. Prostřednictvím deníčků lze hodnotit pořady na všech programech ČT a na hlavních kanálech TV Nova a TV Prima. Hodnocení využívá stupnici od 1 do 10, kdy 1 je nejhorší hodnocení a 10 nejlepší hodnocení. **Aby mohly být výsledky považovány za validní, musí být v analýzách u jednotlivých cílových skupin vždy nejméně 50 hodnocení.**

$$\text{Průměrná spokojenost} = \frac{\sum (\text{hodnocení respondenta} \times \text{váha respondenta v týdnu})}{\sum \text{vah všech respondentů}}$$

Vedle primární otázky na spokojenost jsou respondenti dotazováni také na vyjádření postoje k dalším dvěma výrokům. První se týká **originality** a zní „**Pořad byl neobvyklý, jiný než pořady stejného žánru.**“ Druhý sleduje **míru zaujetí** tvrzením „**Pořad mne velmi zaujal, zapůsobil na mne.**“ K výrokům se hodnotitelé vyjadřují dichotomicky zaškrtnutím možnosti souhlasím x nesouhlasím.

Důležitou součástí jsou i divácké připomínky, které umožňují plastičtější interpretaci číselných ukazatelů. Prostor pro napsání připomínky mají diváci na konci deníčků nebo v případě webu v kontextovém okně.

Validita získávaných údajů je ověřována dotazováním v ad-hoc výzkumech. Dalším z nástrojů kontroly je komunikace s respondentem a také připomínky k pořadům. Respondenti využívající online portál jsou jednou ročně vyzýváni k aktualizaci údajů na svém profilu.

V rámci DKV funguje motivační program založený na sběru virtuálních bodů, které si respondenti mohou vyměnit za odměny ve formě dárkových předmětů nebo vstupenek na kulturní akce.

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 3/4

Zadavatel výzkumu: Česká televize

Realizátor výzkumu: Česká televize, Útvar výzkumu a analýz

Cíl výzkumu: Nepřetržité sledování kvalitativních parametrů spojených s televizním vysíláním

Způsob sběru dat: Na vlastním panelu respondentů prostřednictvím webového nebo papírového dotazníku obsahujícího seznamy pořadů

Základní soubor: Televizní populace České republiky starší 16 let

Počet respondentů: N = 1 000 v panelu, který se kontinuálně vytváří každý týden; 70 % respondentů hodnotí pořady elektronicky prostřednictvím webové aplikace, 30 % je hodnotí poštovní formou.

Termín dotazování: 1x týdně, každý týden v průběhu celého roku

Délka dotazníku: Od 2 do 10 minut

Návratnost: Pošta 68 %, online 63 %

PŘÍLOHA 1

INFORMACE K DENNÍMU KONTINUÁLNÍMU VÝZKUMU ČT 4/4

Kontrola sběru dat:	Zaznamenané odpovědi respondentů jsou při následném zpracování kontrolovány v pracovním softwaru. Dále jsou za účelem ověření identity průběžně kontrolovány odevzdané osobní dotazníky a připomínky k pořadům. Používání nesprávné stupnice nebo spolupráce na výzkumu jiným než vybraným respondentem je komunikována s pověřenými pracovníky ČT.
Vážení dat:	Datový soubor je převažován podle sociodemografických charakteristik (kombinace pohlaví, vzdělanostních a věkových skupin). Oporou při stanovení kvót jsou aktuální data Českého statistického úřadu.
Počet hodnocení za rok:	1 764 182 (průměr posledních 10 let)
Počet unikátních hodnotitelů:	1 664 (2024)
Statistická významnost:	Od 0,2 bodu na škále 1-10 (platí při 350 hodnoceních na hladině spolehlivosti 95 %).
Zpracování dat:	Primárně probíhá každý týden na vlastním softwaru a dále pro účely analýz v programu Adwind Kite.

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (1/3)

Nielsen

- Nielsen je výzkumná agentura se zázemím nadnárodní společnosti. Nabízí široké portfolio produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat.
- Elektronické měření sledovanosti televize v ČR realizuje pro ATO od roku 2002 (do roku 2015 pod jménem Mediaresearch). Součástí je i výzkum životního stylu, spotřebního a mediálního chování LSS.
- Nielsen je členem profesních sdružení ESOMAR a SIMAR.
- Součástí skupiny Nielsen je i společnost Adwind Software, která ČT od roku 2013 poskytuje software pro práci s daty z výzkumu sledovanosti.

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.

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (2/3)

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.

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 online průzkumu a vybudovala jeden z prvních online 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 (online tracking).

PŘÍLOHA 2

PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB (3/3)

NetMonitor

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

PŘÍLOHA 3

INFORMACE K ELEKTRONICKÉMU MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI (1/2)

Zadavatel výzkumu: ATO (Asociace televizních organizací), ČT jako člen ATO

Realizátor výzkumu: Nielsen, a.s.

Období výzkumu: 1. 1. 2023 - 31. 12. 2027

Cíl výzkumu: dlouhodobé crossplatformní elektronické měření sledovanosti televize a videoobsahu

Způsob sběru dat: elektronicky pomocí měřících zařízení TV metrů (peoplemetrů) připojených k televizorům v domácnostech tvořících výzkumný panel

Základní soubor: jednotlivci starší 4 let z domácností v ČR s funkčním televizorem

Počet respondentů: cca 4 220 jednotlivců starších 4 let žijících v 1 900 domácnostech

Termín dotazování: kontinuální měření, denní zpracování a dodávka dat na vteřinové bázi

Vážení dat: Výběrový soubor jednotlivců starších 4 let je denně vážen na komplexní sadu vážících proměnných: pohlaví x věk, vzdělání, ekonomická aktivita, regiony NUTS2, velikost obce, velikost domácnosti, počet televizorů v domácnosti, příjem TV přes satelit, příjem TV přes kabel nebo IPTV.

PŘÍLOHA 3

INFORMACE K ELEKTRONICKÉMU MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI (2/2)

Rozpětí statistické chyby u podílu stanic na vysílání (share) v CS 15+ na hladině spolehlivosti 95 %:

Share stanice	Rozpětí statistické chyby
~1 %	± 0,11 p.b.
~4 %	± 0,21 p.b.
~15 %	± 0,41 p.b.

Rozpětí statistické chyby u sledovanosti pořadů (rating) v CS 15+ na hladině spolehlivosti 95 %:

Rating pořadu	Počet epizod	Rozpětí statistické chyby
~100 000 diváků	1 epizoda	± 16 000 diváků
~100 000 diváků	10 epizod	± 11 000 diváků
~1 000 000 diváků	1 epizoda	± 54 000 diváků
~1 000 000 diváků	10 epizod	± 42 000 diváků

PŘÍLOHA 4

METODIKA MĚŘENÍ CELKOVÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE 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 online populace vysíláním ČT.
- Díky informacím získaným deduplikací je ČT schopna kvantifikovat, o kolik byl sledováním obsahu poskytovaného ČT na online platformách navýšen standardní zásah vysílání ČT.
- K nastavení správných parametrů deduplikačního přepočtu slouží data získaná výzkumem na Českém národním panelu (ČNP). Výzkum realizuje exkluzivně pro Českou televizi agentura Nielsen, sběr dat probíhá na internetové populaci 15+ metodou CAWI. Při sběru dat jsou dodržovány všechny standardy asociace ESOMAR a sdružení SIMAR.

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (1/3)

Zadavatel výzkumu: Česká televize

Realizátor výzkumu: KANTAR CZ s.r.o.

Realizace: Aktuální smlouva pro roky 2023-2026; vysoutěženo v roce 2022 jako veřejná zakázka ve zjednodušeném podlimitním řízení v souladu s § 53 zákona

Požadavky ČT na realizátora: Členství ve sdružení SIMAR, nerealizace výzkumů pro politické subjekty

Cíl výzkumu: Dlouhodobé sledování chování televizních diváků a získání zpětné vazby. Mezi klíčová a stálá témata výzkumu patří: postoj k televizním stanicím, divácké preference a očekávání, image televizních stanic, hodnocení zpravodajství, postojové výroky, asociace s ČT. Pravidelnou součástí dotazníku je blok ad-hoc otázek pro aktuální potřeby ČT. Výstupy z trackingového výzkumu mimo jiné slouží k hodnocení plnění veřejné služby České televize, které je předkládáno Radě ČT.

Základní soubor: Televizní populace ČR 18+ (sledují TV alespoň 1–2x v týdnu)

Počet respondentů: N = 1 000 v každé vlně

Termín dotazování: 2-3 týdny v průběhu dubna a května a 2-3 týdny v průběhu listopadu a prosince

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (2/3)

- Způsob sběru dat:** Kombinace metod CASI (Computer Aided Self-Interviewing) s kvótním výběrem z online panelu domácností Kantar myMAP a CATI (Computer Aided Telephone Interviewing) s využitím náhodného generování telefonních čísel. Každou ze zmíněných metod je v příslušné vlně realizováno 500 rozhovorů, celkem tedy 1 000 rozhovorů na vlnu. Response rate (úspěšnost realizace rozhovoru) se v případě telefonického dotazování pohybuje okolo 10 %.
- Délka dotazníku:** cca 15 minut
- Kontrola sběru dat:** Data procházejí čištěním a logickou kontrolou, následně jsou zpracována za pomoci statistického softwaru SPSS. Telefonický sběr dat podléhá kontinuálnímu monitoringu supervizorů v reálném čase. Veškeré telefonické rozhovory jsou nahrávány a v případě potřeby poskytnuty objednateli.
- Vážení dat:** Datový soubor je převažován podle sociodemografických charakteristik (kombinace pohlaví a věkových skupin, kraj, velikost místa bydliště a vzdělání). Oporou při stanovení kvót jsou aktuální data Českého statistického úřadu.

PŘÍLOHA 5

INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT (3/3)

Zpracování dat: Pro účely roční zprávy Hodnocení veřejné služby ČT jsou vždy spojována data z obou vln výzkumu realizovaných v daném kalendářním roce. Není-li tedy u konkrétních výstupů uvedeno jinak, činí minimální velikost vzorku u celoroční zprávy 2 000 respondentů.

Rozpětí statistické chyby při N = 1 000 na hladině spolehlivosti 95 %:

Danou odpověď uvedlo	Rozpětí statistické chyby
5 % dotázaných	± 1,2 p.b.
25 % dotázaných	± 2,5 p.b.
50 % dotázaných	± 2,8 p.b.
75 % dotázaných	± 2,5 p.b.
95 % dotázaných	± 1,2 p.b.