

HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE

2025

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	21
Žánry	38
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	70
CÍL 3 – Podpora kultury	76
CÍL 4 – Podpora sportu	91
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa	104
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	116
C. MÍRA USPOKOJOVÁNÍ POTŘEB RŮZNÝCH DIVÁCKÝCH SKUPIN	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	145
Dětszí diváci	149
Náboženské skupiny, národnostní/etnické menšiny, lidé s hendikepem a LGBT	153
PŘÍLOHY	158

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 1 283 562 hodnocení pořadů za rok 2025
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	81 539 pořadů za rok 2025*
• Online tracking ČT (OLT)	7 295 respondentů za rok 2025

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	5 022 respondentů
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum ⁴	min. 1 000 respondentů/vlnu
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	48 317 příspěvků za rok 2025
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu	24 909 příspěvků za rok 2025
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok 2025
• 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)

- | | | |
|---|---|---|
| • doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. (ZČU v Plzni) | - | Expertní posouzení zpravodajství ČT: Pokrytí předvolební kampaně v Německu 2025 |
| • Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D. | - | Expertní posouzení politických debatních pořadů České televize před parlamentními volbami v roce 2025 |

III. DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE DAT

- | | | | |
|---|---|--|--|
| • NetMonitor | - | Výzkum návštěvnosti internetu v České republice zadávaný sdružením SPIR ⁶ | |
| • University of Oxford, Reuters Institute | - | Digital News Report 2025 | 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 TV 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 kvality a úrovně je denní kontinuální výzkum – DKV ČT. Výzkum probíhá na cílové skupině diváků ve věku 15+. Na základě doporučení posudku M. Urbánkové a J. Kotišové, který mimo jiné vycházel i z důkladné mezinárodní rešerše, **ČT od roku 2025 přestala měřit původně uváděná kritéria pořadů *Originalita* a *Zaujetí* a u hlavních programových typů je nahradila parametry *Kvalita* a *Úroveň***. Jedná se o souhlas (součet podílů odpovědí *rozhodně souhlasím* a *spíše souhlasím*) s výroky „Česká televize má kvalitnější pořady než ostatní televize“ (Kvalita) a „Pořady České televize mají vysokou úroveň“ (Úroveň) v daném žánru.
- 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 2025 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2024 a průměr hodnot indikátoru z let 2019-2023. Stejně časové členění je použito také ve většině přehledových grafů.
- Výstupy z trackingu ČT jsou reprezentativní pro konzumenty TV videoobsahu 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 2025

Zdroje: ATO – Nielsen*, Tracking ČT **



* Televizní populace 15+

** Konzumenti TV videoobsahu ČR 18+, součet podílů 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.

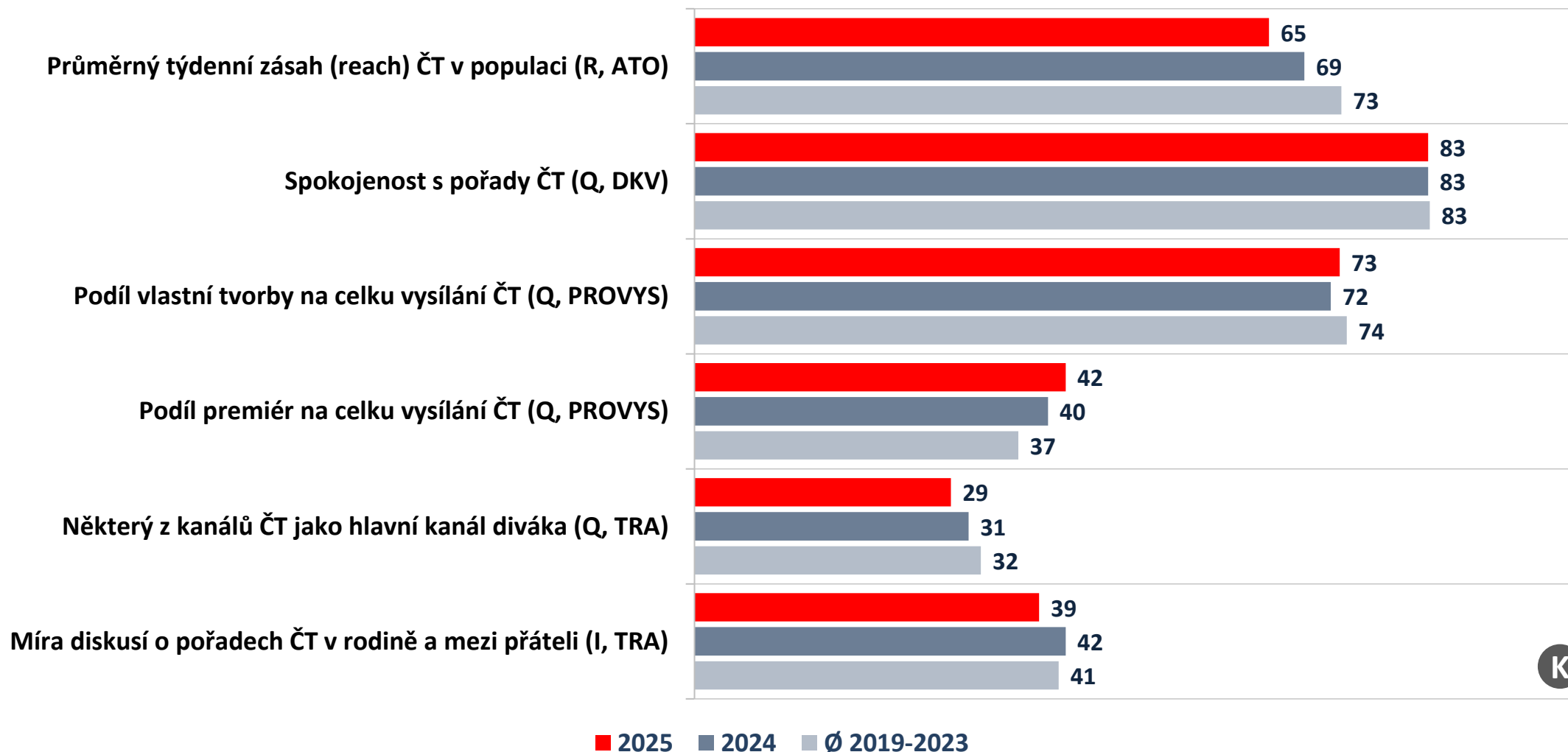
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele RQI jsou posuzovány
 - a) na úrovni celé ČT,
 - b) na úrovni jednotlivých kanálů,
 - c) na úrovni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

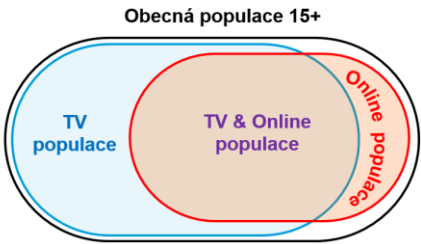
Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v %



K

2025: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE
TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM *

Zdroje: ATO – Nielsen, NetMonitor, TV populace

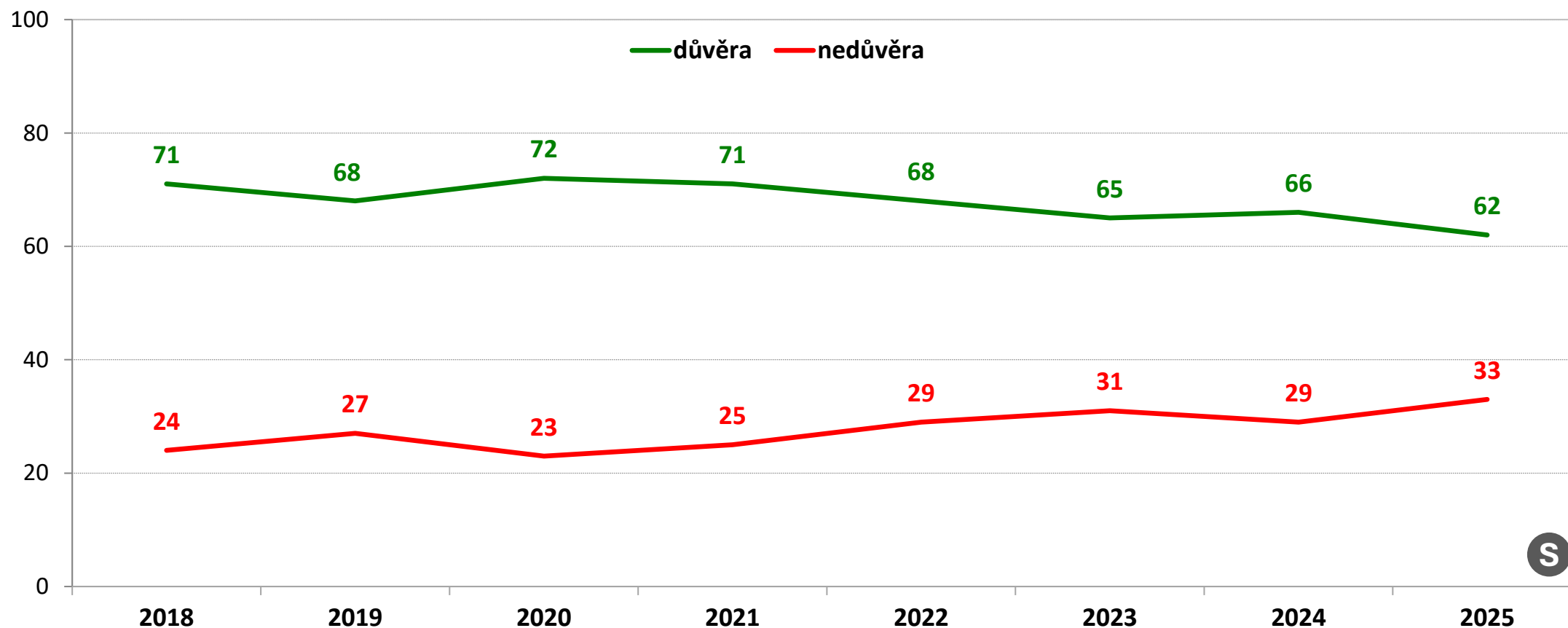


	Průměrný týdenní zásah TV vysíláním ČT (ATO)		Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT (NetMonitor)		Relativní navýšení zásahu TV vysíláním ČT díky online obsahu ČT
	podíl	počet v tis.	podíl	počet v tis.	
Populace 15+	65 %	5 337	13 %	1 126	4 %
Muži 15+	64 %	2 523	14 %	585	5 %
Ženy 15+	66 %	2 814	12 %	541	3 %
15-24 let	22 %	219	9 %	105	24 %
25-34 let	38 %	341	16 %	167	19 %
35-44 let	56 %	694	17 %	224	7 %
45-54 let	72 %	1 158	16 %	258	2 %
55 a více let	85 %	2 926	11 %	371	1 %
Základní 25+	68 %	418	4 %	22	1 %
SŠ bez maturity 25+	73 %	1 897	9 %	243	1 %
SŠ s maturitou 25+	70 %	1 739	15 %	377	3 %
VŠ 25+	70 %	1 065	21 %	379	8 %

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

DŮVĚRYHODNOST ČT (Q)

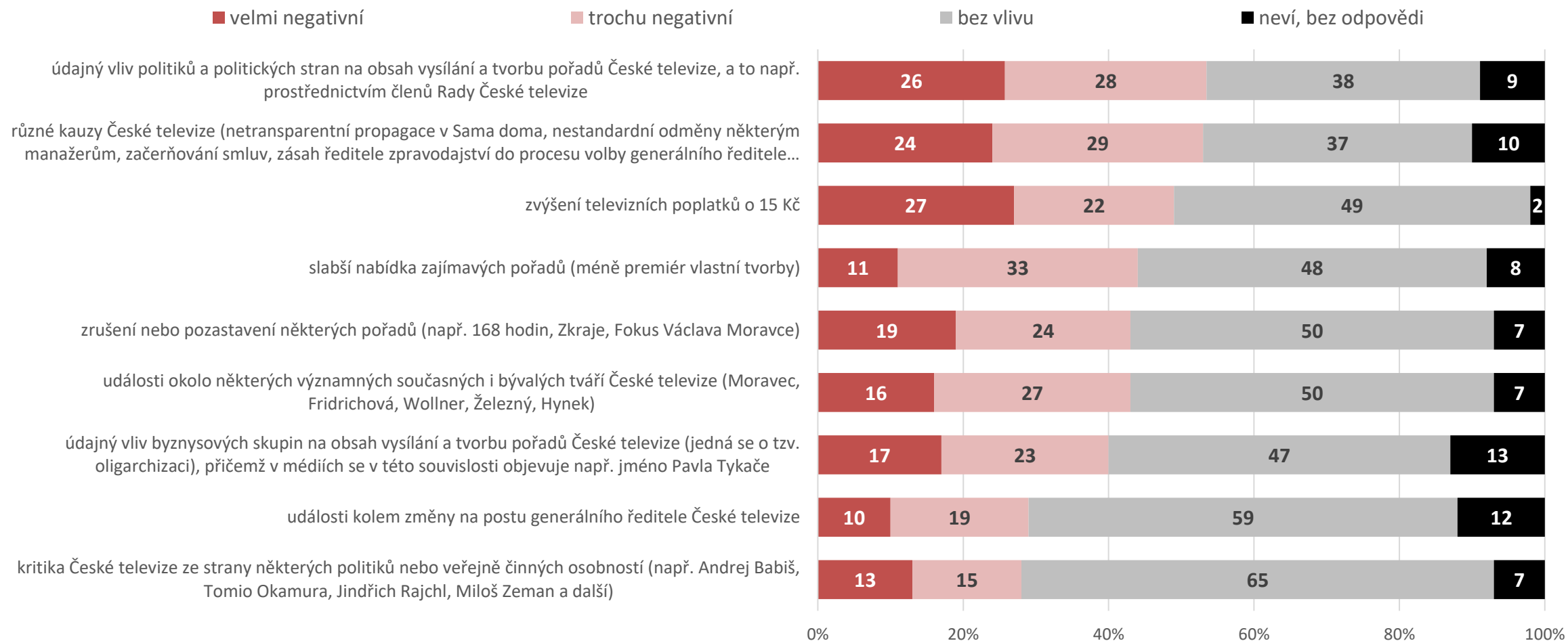
Zdroje: Tracking ČT, v %



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.

VLIV NA CELKOVÝ POSTOJ K ČESKÉ TELEVIZI (Q)

Zdroje: Tracking ČT (podzim 2025), v %



Otázka: Nyní Vám přečtu/uvidíte některé události, které se v poslední době odehrály kolem České televize. U každé z nich uveďte, do jaké míry tato událost ovlivnila Váš celkový postoj k České televizi, zda velmi negativně, trochu negativně, nebo jej neovlivnila vůbec.

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize činil v uplynulém roce 65 %, meziročně došlo k poklesu o 4 procentní body (dále p.b.), v porovnání s průměrem let 2019-2023 o 8 p.b.** Nižší meziroční zásah souvisí s omezenější nabídkou globálních sportovních akcí v roce 2025 a úspornými opatřeními, která ovlivnila objem divácky atraktivní premiérové vlastní tvorby. Další příčinou je obecný pokles celkového počtu diváků sledujících televizní vysílání v posledních letech. Ten se týká zejména mladších diváků a lidí v produktivním věku - meziročně došlo k poklesu u cílové skupiny 15-34 let o 13 %, u cílové skupiny 15-54 o 5 %.
- 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 13 %, což představuje 1,126 milionu dospělých diváků. **Zásah vysílání ČT se tak díky online obsahu relativně navýšil o 4 %. Nejvíce patrné to bylo v mladších věkových kategoriích:** Ve skupině 15-24 let činilo navýšení 24 %, ve skupině 25-34 let 19 %. U vysokoškolsky vzdělaného publika došlo k nárůstu o 8 %.
- **Hodnocení kvalitativních parametrů bylo v roce 2025 stabilní. Koeficient celkové spokojenosti s pořady České televize dosáhl hodnoty 83 %, meziročně tedy nedošlo k žádnému posunu.**

KOMENTÁŘ

- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil v minulém roce 73 %.** V porovnání s rokem 2024 se jedná o mírný nárůst o 1 p.b. K navýšení podílu původní tvorby došlo u publicistických a zábavných pořadů.
- **Podíl premiér na celku vysílání dosáhl v roce 2025 hodnoty 42 %, meziročně tak registrujeme navýšení indikátoru o 2 p.b.** Změna souvisí s nárůstem premiérového nočního vysílání na programu ČT24, zařazením nových publicistických formátů a také s nasazením premiérových akvizičních titulů do hlavního vysílacího času stanice ČT1.
- **29 % diváků** považuje některý z programů ČT za svoji **hlavní stanici**. Meziroční pokles o 2 p.b., resp. o 3 p.b. ve srovnání s průměrem let 2019-2023, souvisí s pokračující fragmentarizací audiovizuálního trhu.
- **Koeficient indikátoru *Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli*** dosáhl v roce 2025 hodnoty 39 %, meziročně se jedná o ztrátu 3 p.b. Pokles zřejmě souvisí s úbytkem atraktivní dramatické tvorby v hlavním vysílacím čase a také a absencí velmi populární StarDance.

KOMENTÁŘ

- Celkový **souhlas** (součet odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“) s **výrokem „Česká televize je důvěryhodná“ dosáhl hodnoty 62 %**, meziročně jsme zaznamenali pokles o 4 p.b.
- Mezi důvody, které měly negativní vliv na postoj k České televizi, diváci v rámci trackingového výzkumu nejčastěji uváděli: údajný vliv politiků a politických stran na obsah vysílání a tvorbu pořadů České televize; nejružnější kauzy ČT; zvýšení televizních poplatků o 15 Kč; ale i slabší nabídku premiérových pořadů způsobenou úspornými opatřeními v minulých letech; zrušení či pozastavení některých pořadů nebo události okolo některých významných současných i bývalých tváří České televize. Současně v minulém roce vstoupila v platnost novela mediálního zákona, která mimo jiné navýšila televizní poplatky, což mohlo v části společnosti vyvolat negativní reakce.
- 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 a odvolání ředitele ČT **je možné důvěryhodnost České televize, zpravodajského kanálu ČT24 i zpravodajské relace Události hodnotit stále jako nadprůměrnou**, výrazně překračující úroveň naprosté většiny tuzemských zpravodajských zdrojů.

RQI – KANÁLY ČT

PŘEHLED ZA ROK 2025

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2025 (2024; Ø 2019-2023)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art
Zásah (reach) 15+	65 (69;73)	55 (58;63)	32 (33;37)	24 (23;27)	18 (22;20)	7 (8;10)	6 (6;7)
Zásah (reach) 4-12 let	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	30 (33;40)	--- ---
Podíl (share) 15+	29 (30;31)	16 (16;17)	4 (4;4)	5 (4;5)	3 (5;3)	--- ---	1* (1;1) *
Podíl (share) 4-12 let	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	29** (31;29) **	--- ---
Spokojenost	83 (83;83)	83 (83;83)	83 (84;86)	82 (81;82)	84 (86;86)	--- ---	84 (86;86)
Hlavní kanál	29 (31;32)	15 (16;18)	2 (2;2)	7 (7;7)	5 (5;4)	0 (1;1)	0 (0;0)
Podíl premiér	42 (40;37)	30 (31;29)	22 (21;21)	86 (82;72)	54 (53;51)	18 (11;16)	19 (21;20)
Podíl vlastní tvorby	73 (72;73)	81 (81;81)	44 (43;44)	100 (100;100)	96 (96;97)	31 (30;31)	58 (58;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
-- Neměřeno

VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU VE SKUPINĚ 15+ (R)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

Stanice	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	55	58	60	62	64	64
ČT2	32	33	35	35	38	37
ČT24	24	23	25	27	29	30
ČT sport	18	22	20	21	22	15
ČT :D	7	8	8	10	10	12
ČT art	6	6	6	7	7	7
ČT3 *	---	---	---	15	15	10

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

KOMENTÁŘ

- **Za již zmíněným snížením celkového zásahu České televize** (o 4 p.b. na hodnotu 65 %) **stojí zejména nižší zásah ČT sport** (-4 p.b.). Důvodem byla omezenější nabídka globálních sportovních akcí v roce 2025 (v roce 2024 proběhlo fotbalové Euro, Letní olympiáda v Paříži nebo vítězné domácí MS v hokeji). O 3 p.b., resp. 1 p.b., se snížil zásah hlavní stanice ČT1 a kanálů ČT2. ČT24 svůj divácký dosah naopak o 1 p.b. navýšila (na 24 %). Celkový zásah dětského kanálu ČT :D poklesl u dětí ve věku 4-12 let o 3 p.b. (ze 33 % na 30 %). Ve srovnání s pětiletým obdobím 2019 – 2023 se jedná o pokles o 10 p.b.
- **Hodnoty koeficientů spokojenosti s jednotlivými programy ČT jsou dlouhodobě velmi stabilní.** Stanicemi, s nimiž diváci vyjádřili největší spokojenost, byly v roce 2025 ČT sport a ČT art (hodnota koeficientu 84 %). Také u všech ostatních stanic překročil koeficient spokojenosti hladinu 80 %. Změny se pohybovaly v úzkém rozpětí ± 2 p.b.
- **Hodnoty 29 % dosáhl podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize** (o 2 p.b. méně než v roce 2024). **Vlajková stanice ČT1 je hlavním televizním programem pro 15 % diváků** (meziročně -1 p.b.), zpravodajská stanice ČT24 pro 7 %, ČT sport pro 5 % dospělých diváků a ČT2 pro 2 %.
- **K navýšení podílu premiérového vysílání** došlo zejména u stanice ČT :D (+7 p.b.), a to díky zvýšenému podílu akvizice ve večerních hodinách. Nárůst premiér na vysílání jsme zaznamenali také u stanice ČT24 (+4 p.b.), zde především v důsledku zavedení nočního vysílání po celý rok 2025. Pokles podílu premiér o 2 p.b. nastal u ČT art. V případě ČT1 a ČT2 se jedná o nepatrné korekce v rozpětí ± 1 p.b.
- **Podíl vlastní tvorby** se o 1 p.b. navýšil u stanic ČT2 (na 44 %) a ČT :D (na 31 %). U ostatních stanic z portfolia České televize zůstal beze změny.

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

<u>Skupina 15+</u>	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	16,04	16,08	16,36	16,10	16,68	16,97
ČT2	4,23	4,15	4,31	4,06	3,91	3,94
ČT24	4,62	4,13	4,44	4,91	5,17	5,50
ČT sport	3,08	4,57	3,32	3,74	3,73	1,93
ČT :D	0,91	1,08	1,04	1,09	1,17	1,25
ČT art	0,41	0,42	0,42	0,40	0,39	0,42
ČT3 *	---	---	---	1,16	1,28	0,85
ČT celkem	29,29	30,43	29,88	31,47	32,34	30,86

<u>Skupina 4+</u>	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	15,79	15,83	16,08	15,74	16,26	16,49
ČT2	4,15	4,05	4,18	3,94	3,79	3,85
ČT24	4,52	4,03	4,30	4,73	4,99	5,30
ČT sport	3,07	4,56	3,30	3,70	3,66	1,89
ČT :D	1,49	1,80	1,82	1,95	2,11	2,19
ČT art	0,42	0,43	0,42	0,41	0,39	0,41
ČT3 *	---	---	---	1,12	1,23	0,81
ČT celkem	29,43	30,69	30,10	31,58	32,43	30,94

PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT V HLAVNÍM ČASE (19.00 – 22.00)

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

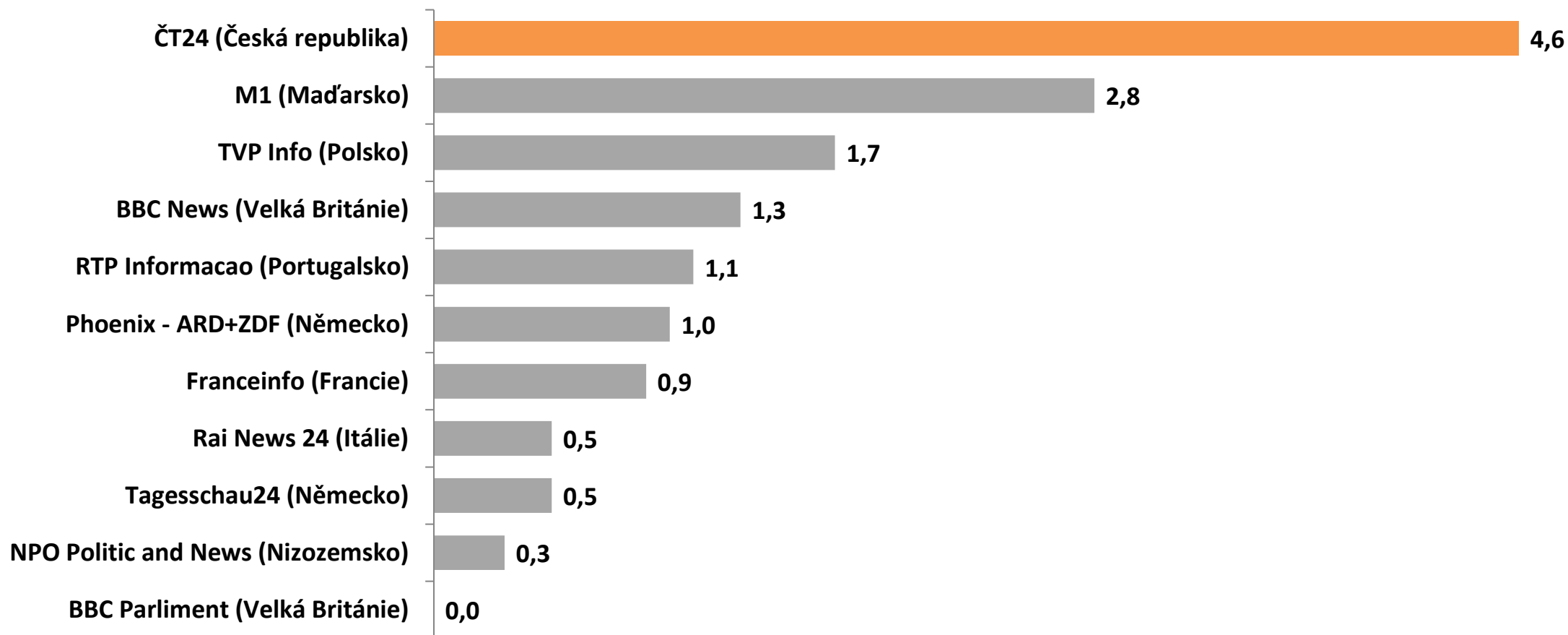
<u>Skupina 15+</u>	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	19,76	19,51	20,09	19,68	20,36	20,43
ČT2	3,91	3,86	3,93	3,83	3,71	3,75
ČT24	2,96	2,28	2,46	2,76	2,66	2,78
ČT sport	1,97	3,83	2,48	2,54	2,50	1,03
ČT :D	0,41	0,49	0,51	0,53	0,55	0,63
ČT art	0,75	0,76	0,73	0,72	0,70	0,74
ČT3 *	---	---	---	1,12	1,11	0,08
ČT celkem	29,76	30,74	30,20	31,19	31,59	29,45

<u>Skupina 4+</u>	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	19,49	19,29	19,88	19,35	20,01	20,06
ČT2	3,84	3,77	3,82	3,72	3,60	3,63
ČT24	2,92	2,24	2,41	2,68	2,58	2,71
ČT sport	1,99	3,88	2,49	2,54	2,47	1,01
ČT :D	0,77	0,95	1,00	1,01	1,08	1,15
ČT art	0,78	0,80	0,75	0,74	0,71	0,76
ČT3 *	---	---	---	1,09	1,08	0,07
ČT celkem	29,79	30,94	30,36	31,13	31,54	29,38

2025: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

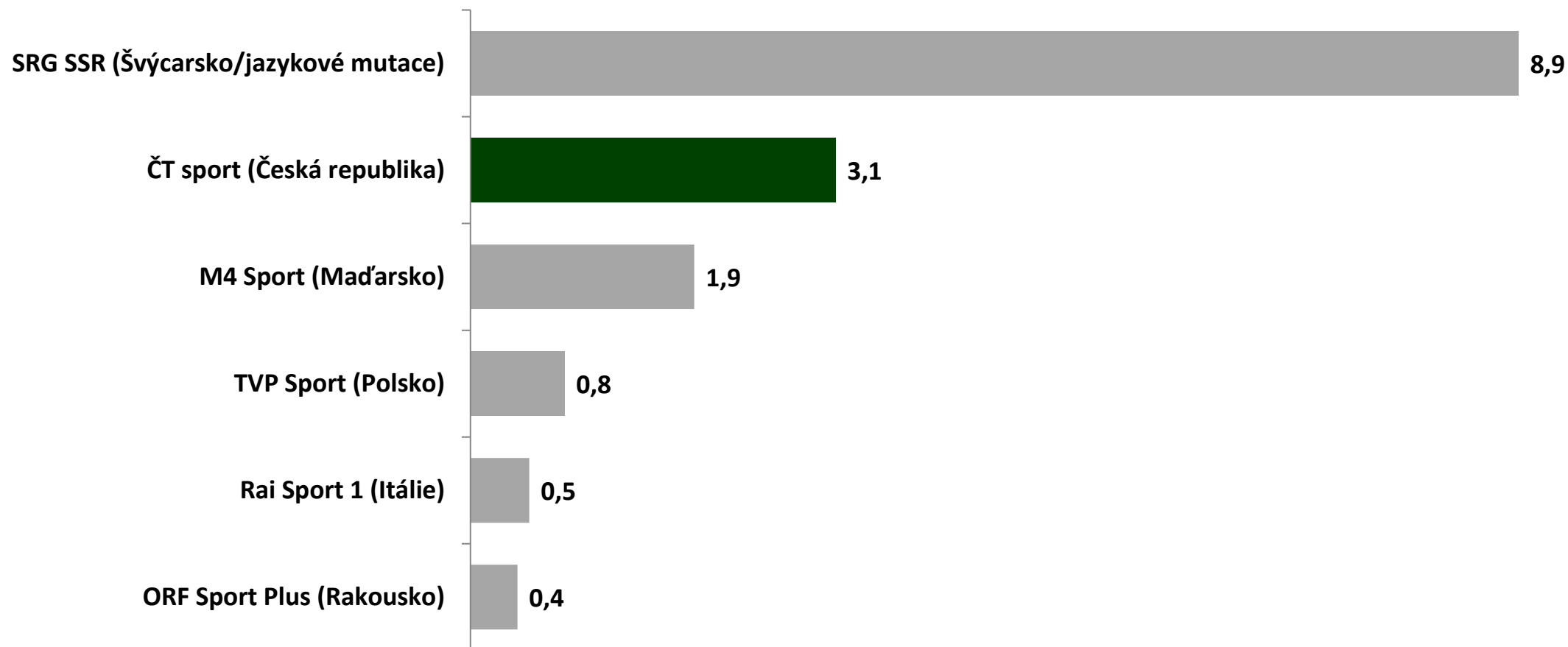


Data pro (v předchozích letech uváděné) zpravodajské stanice 24H (Španělsko), RTÉ News Now (Irsko) a SRF info (Švýcarsko) nebyla příslušnými televizemi poskytnuta.
CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), NPO Politic and News (6+), Franceinfo (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

2025: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

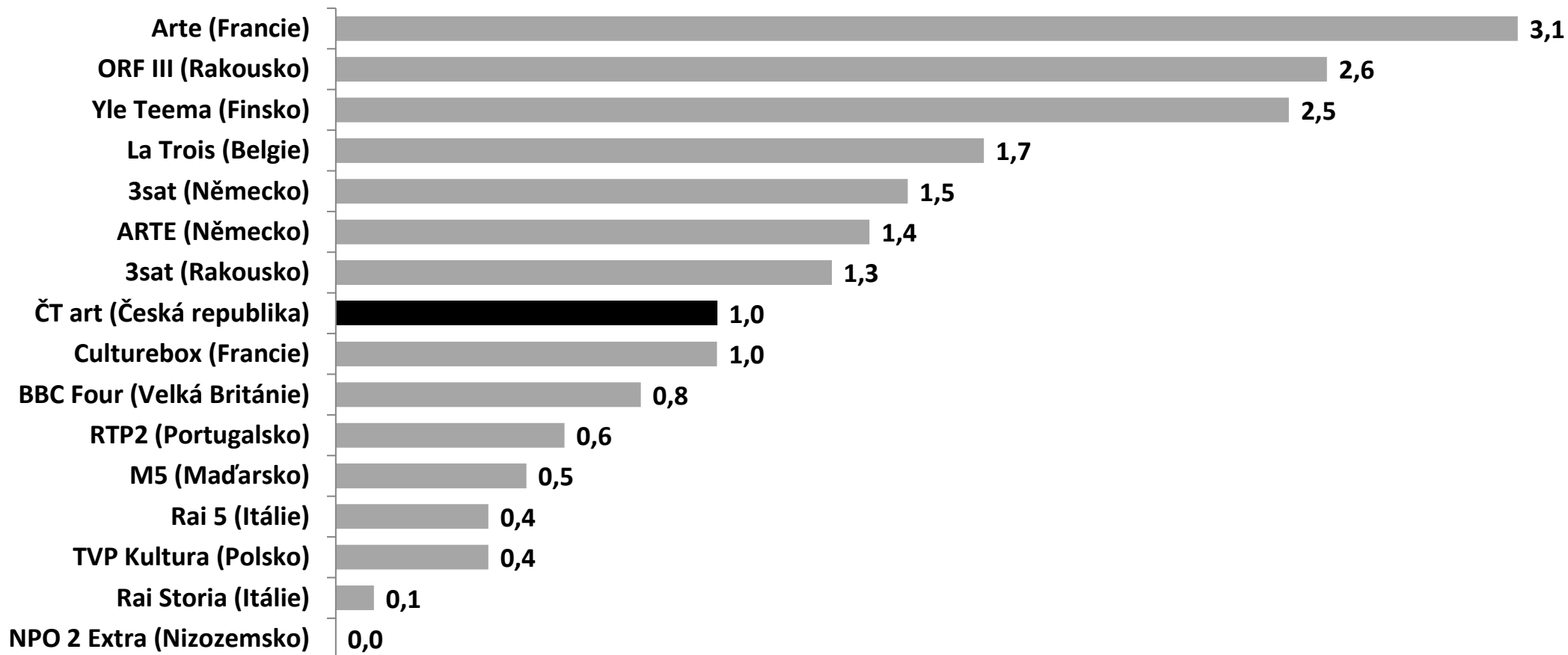


Data pro (v předchozích letech uváděnou) sportovní stanici Teledeporte (Španělsko) nebyla poskytnuta.
CS 15+ s výjimkou TVP Sport (16+) a ORF Sport Plus (12+)

2025: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

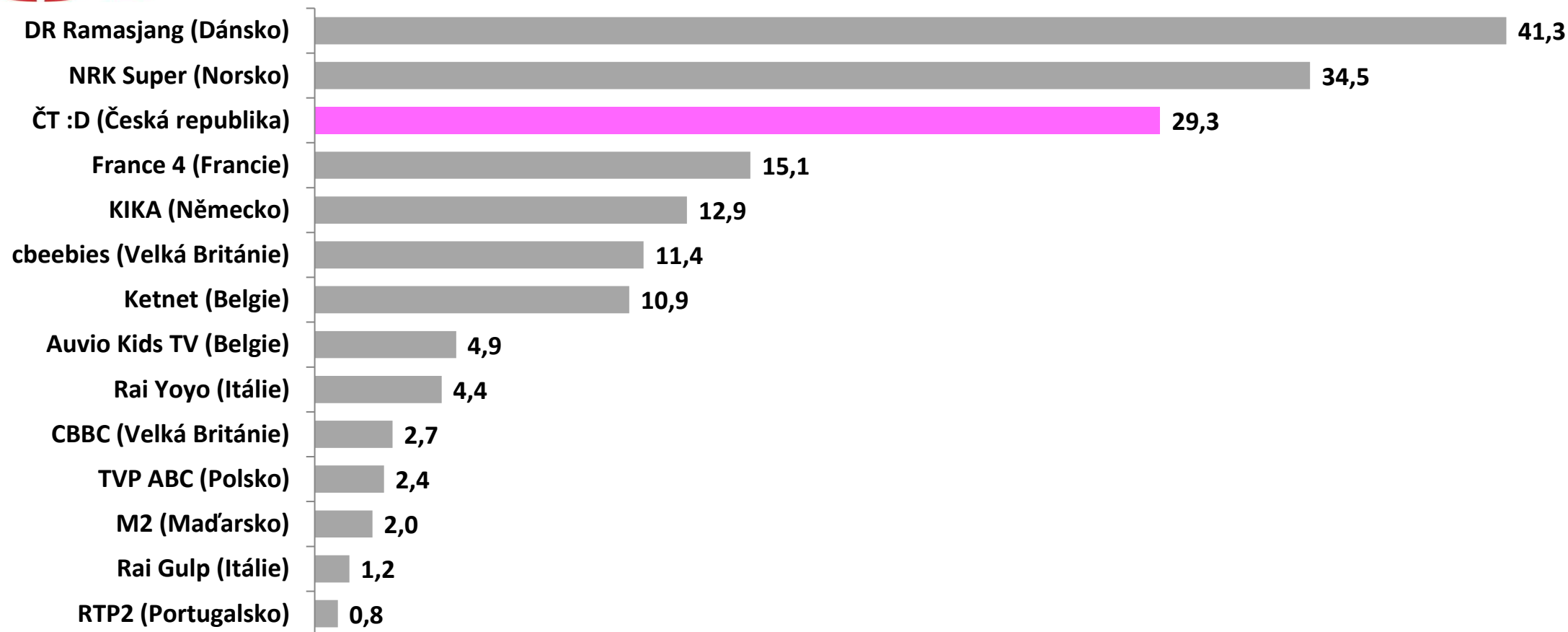


Data pro (v předchozích letech uváděné) kulturní stanice La2 (Španělsko) nebyla příslušnými televizemi poskytnuta.
CS 15+ s výjimkou TVP Kultura (16+), ORF III, 3sat Rakousko (12+), NPO 2 Extra (6+), Arte, M5 (4+), 3sat Německo a ARTE Německo (3+)

2025: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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



Data pro (v předchozích letech uváděné) dětské stanice Clan (Španělsko), RTÉ jr (Irsko) a SVT Barn (Švédsko) nebyla příslušnými televizemi poskytnuta.
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	2025	2024	2023	2022	2021	2020
ČT1	83	83	82	83	82	83
ČT2	83	84	86	86	86	86
ČT24	82	81	81	83	81	83
ČT sport	84	86	87	87	87	86
ČT art	84	86	86	87	86	87
ČT3 *	---	---	---	87	87	87



Divácká skupina	2025	2024	2023	2022	2021	2020
Rodiče a děti celkem	83	82	84	85	87	88
Děti celkem	86	85	87	88	89	90
Děti do 6 let	91	89	90	92	93	95
Děti 7-9 let	87	86	87	88	90	93
Děti 10-12 let	77	78	80	80	83	84
Rodiče celkem	79	79	81	80	81	84
Matky	79	80	81	81	83	85
Otcové	80	78	80	80	80	83

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

KOMENTÁŘ

- Česká televize se v roce 2025 s podílem na sledovanosti 29,29 % stala **poosmé za sebou nejvyhledávanějším tuzemským vysílatelem**. Dosažená hodnota je nicméně o 1,14 p.b. nižší než v roce 2024 (30,43 %). **ČT si udržela slušný náskok před komerčními skupinami**: Její výkon byl o 1,54 p.b. vyšší než podíl skupiny Nova a o 2,50 p.b. lepší než u skupiny Prima. Podíl na sledovanosti v cílové skupině 4+ činil 29,43 %.
- **V hlavním vysílacím čase (19-22 hodin) dosáhla Česká televize ve skupině 15+ podílu na publiku 29,76 %, což je o 0,98 p.b. méně než v roce 2024**. Podobného podílu na publiku dosáhla Česká televize také v cílové skupině 4+, ve které činil 29,79 %.
- Uvedené výsledky jsou meziročně nižší, ale vzhledem k menšímu počtu programů, které má ČT v porovnání s hlavní konkurencí ve svém portfoliu, a také s ohledem na fakt, že ve vysílání roku 2025 se projevila úsporná opatření v souvislosti s poklesem hodnoty televizního poplatku, se jedná o velmi dobrý výsledek. Úspory zasáhly především původní dramatickou tvorbu určenou pro ČT1, což se projevilo zejména v pátečním a nedělním hlavním čase. Hlavní stanice Novy a Primy přitom vysílaly v jednotlivých týdnech premiérové pořady obvykle v šesti až sedmi dnech.
- **Podíl hlavního programu ČT1 na publiku** byl 16,04 %, meziročně šlo o nepatrný pokles o 0,04 p.b. 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 dříve vysílané v hlavním čase).
- Úspěšné byly zejména premiérové cykly **OKTOPUS II** (sledovanost 1,37 mil. při podílu 36,37 % ve skupině 15+), **Zločin na dobré cestě** (913 mil.; 26,32 %), **Limity** (1,03 mil.; 26,12 %), **Děcko** (722 tis., 20,61 %) a **Ratolesti** (735 tis., 19,24 %). Z filmové tvorby diváci ocenili snímek **Kroky vraha** (1,64 mil.; 38,95 %), **Máma** (996 mil.; 26,06 %) a **Když lumpa trápí pumpa** (965 tis.; 23,95 %). Mezi akvizičními tituly bodovala **Inspektorka Candice Renoirová** a **Vyšetřuje Imma Tataranni**.
- Diváci tradičně ocenili vánoční schéma ČT1. Premiérová štedrovečerní pohádka České televize **Záhada strašidelného zámku** byla **nejsledovanějším pořadem roku 2025 na všech televizích, když ji vidělo 2,679 milionu diváků CS 4+, dalších 21 tis. ji sledovalo živě na internetu a 140 tis. si ji pustilo odloženě na iVysílání. Podíl pohádky na sledovanosti dosáhl 60,10 %**.

KOMENTÁŘ

- **Celodenní podíl programu ČT2 na sledovanosti překročil stejně jako v roce 2024 čtyřprocentní hranici, když činil 4,23 %** (meziročně nepatrný nárůst o 0,08 p.b.). Nadprůměrný divácký zájem jsme zaznamenali u cyklů vlastní tvorby ***Stezka Českem II*** (266 tis.; 7,61 % ve skupině 15+), ***Klenoty s vůní benzínu II*** (166 tis.; 5,66 %) a ***České řeky z výšky*** (221 tis.; 6,82 %). Stabilně dobrý výkon měly akviziční filmy ve víkendovém hlavním vysílacím čase.
- **Podíl zpravodajské stanice ČT24 na sledovanosti činil 4,62 %** (meziročně +0,49 p.b.). Zpravodajský kanál tak dosáhl nejlepšího výsledku za poslední tři roky. Podíl konkurenční CNN Prima News překoval o 2 p.b. Zájem diváků o ČT24 tradičně kumuluje v době zpravodajsky významných událostí, loni jimi byly například volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. **V sobotu 4. 10., tedy v den vyhlášení výsledků voleb, dokázala ČT24 svým vysíláním oslovit přes 2,3 mil. diváků 15+.** Výrazně sledované bylo také zpravodajství pokrývající pokračující globální konflikty a mapující sílící mezinárodní napětí, zejména ve spojitosti s kroky americké administrativy.
- **V mezinárodním srovnání evropských veřejnoprávních zpravodajských programů, které má Česká televize k dispozici, obsadila ČT24 z hlediska podílu na divácích první místo.**
- **Stanice ČT sport** dosáhla celoročního průměrného podílu na sledovanosti 3,08 %, meziročně o 1,49 p.b. méně. Příčinou poklesu byl na významné sportovní události přeci jen slabší rok 2025. Vysokou sledovanost měl jako obvykle **světový šampionát v hokeji**, čísla však nedosahovala rekordních hodnot z domácího MS v roce 2024. Průměrná sledovanost mistrovství činila 562 tisíc diváků CS 4+, přičemž zápasy českého týmu sledovalo průměrně přes 1,5 milionu diváků. **MS v hokeji dokázalo oslovit celkem téměř 5,5 milionu diváků. Čtvrtfinálové utkání Česko – Švédsko s necelým 1,9 milionem diváků CS 4+ se při podílu na sledovanosti 48,55 % stalo nejsledovanějším sportovním přenosem roku 2025.** Diváci svoji přízeň věnovali i **biatlonu**, konkrétně MS ve švýcarském Lenzerheide a SP z Itálie, Česka nebo Norska.
- **Ve srovnání se sportovními programy evropských televizí veřejné služby které má Česká televize k dispozici, se z hlediska podílu na divácích kanál ČT sport umístil na druhém místě, hned za švýcarskými sportovními programy.**

KOMENTÁŘ

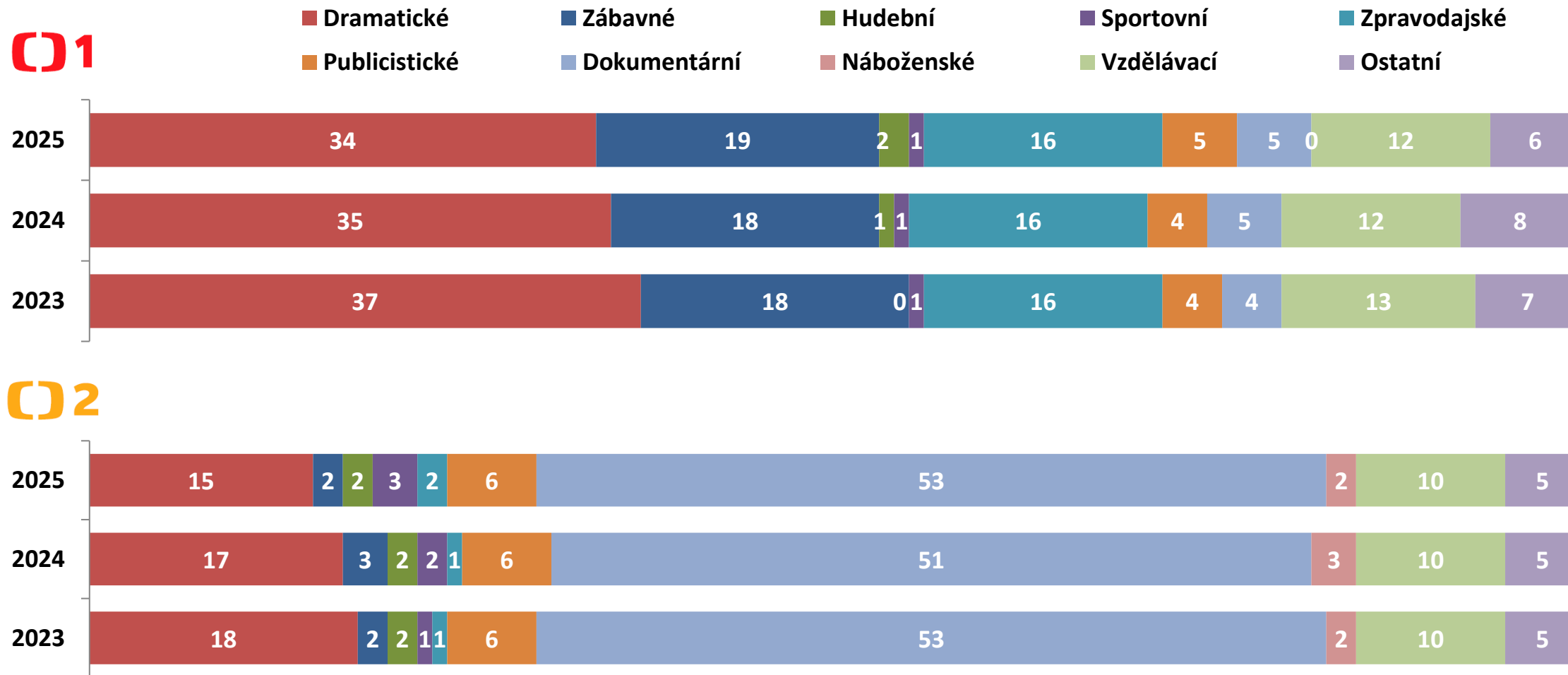
- **Podíl kulturního kanálu ČT art na publiku přesáhl v minulém roce jednocentní hranici** (1,03 % v čase vysílání ČT art, tedy mezi 20. a 6. hodinou). Meziročně zůstal beze změny, těsně za rekordním výsledkem z roku 2020 (1,05 %). Z premiérových pořadů vlastní tvorby diváci věnovali největší pozornost ***Koncertu pro Jaroslava Uhlíře*** (169 tis.; 5,02 % ve skupině 15+), uspořádanému u příležitosti skladatelových osmdesátin, a dokumentu bilancujícímu několik desetiletí trvající příběh legendární české kapely ***Tři sestry: 40 let na scéně*** (122 tis.; 3,66 %).
- **V mezinárodním srovnání evropských veřejnoprávních kulturních programů, které má Česká televize k dispozici, se ČT art z hlediska podílu na divácích umístil uprostřed žebříčku.**
- **Podíl programu ČT :D na publiku ve věku 4-12 let dosáhl v celé vysílací ploše (mezi 6. a 20. hodinou) hodnoty 29,28 %, meziročně došlo k jeho poklesu o 2 p.b. V hlavním vysílacím čase (od 17 do 20 hodin) zaznamenalo Děčko pokles o 3,9 p.b. na hodnotu 29,61 %. ČT:D je tradičně silnější u mladších dětí ve věku 4-9 let, kde činil její podíl 34,04 %, v hlavním vysílacím čase pak 34,70 %. I přes meziroční poklesy Česká televize jako celek zůstává u dětského diváka ve věku 4-12 let suverénně nejvyhledávanějším tuzemským vysílatelem s podílem 41,31 %, mezi mladšími dětmi ve věku 4-9 let jde dokonce o 45,05 %.**
- Z vlastní premiérové tvorby na Děčku ocenily děti zejména novou podobu Večerníčku ***O pejskovi a kočičce*** a animovaný seriál podle komiksů Jaroslava Foglara ***Rychlé šípy***. Zaujala je i série ***Tajemství pana M. – Cesta časem*** nebo dlouhodobě oblíbený seriál ***Draci v hrnci, Tamtam a Ty Brďo!***
- **Ve srovnání s dětskými programy evropských televizí veřejné služby, které má Česká televize k dispozici, je kanál ČT:D na třetí pozici, hned za dánskou stanicí DR Ramajsang a norskou NRK Super.**

KOMENTÁŘ

- Klíčový kvalitativní parametr – spokojenost s pořady – zůstal u ČT1 na stejné úrovni jako v roce 2024 (83 %). Nárůst o 1 p.b. jsme registrovali u ČT24 (82 %). Naopak k mírnému poklesu spokojenosti o 1 p.b. na hodnotu 83 % došlo u ČT2 a o 2 p.b. na hodnotu 84 % shodně u ČT sport a ČT art.
- Vysílání stanice ČT :D nejlépe hodnotili diváci, kterým je primárně určena, tedy děti ve věku do 6 let (hodnota koeficientu 91 %). Mezi rodiči dosáhl koeficient spokojenosti s vysíláním ČT :D hodnoty 83 %, což je o 1 p.b. více než v roce 2024.
- Mezi dramatickými pořady si z hlediska průměrné spokojenosti vedly nejlépe premiérové seriály **Oktopus II** (hodnota koeficientu spokojenosti 88 %), **Máma** (89 %) a **Tancuj Matyldo** (90 %). Ze zahraniční tvorby patřily mezi nejúspěšnější čtvrtá řada seriálu **Všechny velké a malé bytosti** (88 %), **Otec Brown** (86 %) a **Komisařka Florence** (84 %).
- Ze zábavných pořadů zaznamenaly největší spokojenost cykly **Toulavá kamera** (89 %), **Buchty po ránu** (88 %), **Výborná SHOW** (87 %) a **Pečení na neděli** (87 %).
- Tradičně vysokou spokojenost vykazaly také cyklické pořady **Toulky Českem budoucnosti** (86 %) nebo **Na plovárně** (88 %).
- Nejlépe hodnoceným pořadem na programu ČT2 byl i v tomto roce **Novoroční koncert Vídeňských filharmoniků** (91 %). Z premiérových cyklů vlastní tvorby patřilo prvenství pořadům **České řeky z výšky** a **Mistři medicíny III** (v obou případech 90 %). Vysoce hodnocený byl i akviziční cyklus **Irsko, půvabná a tajemná země** (90 %).
- Nejlépe hodnocenými pořady ČT24 se staly **Věda 24** (90 %) a **Hyde Park Civilizace** (88 %). Také v uplynulém roce se ukázalo, že spokojenost s programem ČT24 se zvyšuje při referování o aktuálních společensky významných událostech. Nejvyšší hodnotu spokojenosti jsme tak na zpravodajském kanálu ČT v roce 2025 zaznamenali u speciálu **Svět se loučí s papežem Františkem** (90 %).
- Na ČT art se velmi líbily pořady **Tři tenoři – zrození legendy** (93 %), **My Fair Lady** (92 %) a také dvojdielný cyklus **Queen: These Are Days of Our Lives** (91 %).
- Mezi nejlépe hodnocené sportovní akce v roce 2025 se zařadilo **MS v krasobruslení v americkém Bostonu** (91 %), **MS v plavání v Singapuru** (89 %) a **MS v alpském lyžování v rakouském Saalbachu** (88 %).

ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

Zdroj: PROVYS ČT, v %



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 34 %. Za meziročním poklesem o 1 p.b. stojí zejména úsporná opatření související s nadále se snižující reálnou hodnotou televizního poplatku v letech 2023-2024, kdy byla omezena premiérová vlastní tvorba dramatických pořadů. Podíl zábavných pořadů na ČT1 činil v roce 2025 19 % (+1 p.b.), meziročně stejný zůstal podíl zpravodajských pořadů se 16 %. V porovnání s rokem 2024 došlo k nárůstu podílu publicistických pořadů o 1 p.b. na 5 %. Podíl dokumentárních pořadů (5 %) a vzdělávacích pořadů (12 %) zůstal na stejné úrovni jako v roce 2024.
- **Pokud jde o žánrovou strukturu programu ČT2, o 2 p.b. na hodnotu 53 % narostl podíl dokumentárních pořadů.** Podruhé v řadě se snížil podíl dramatických pořadů na vysílací ploše, tentokrát ze 17 % na 15 % (ve srovnání s rokem 2023 šlo o pokles o 3 p.b.). Meziročně stabilní zůstal podíl vzdělávacích pořadů (10 %), pokles o 1 p.b. jsme zaznamenali u náboženských a zábavných pořadů.

RQI – ŽÁNRY

PŘEHLED ZA ROK 2025

Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2025 (2024; Ø 2019-2023)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	38 (39;43)	21 (19;23)	49 (52;58)	36 (38;41)	5 (5;6)	27 (30;32)	17 (13;20)	1 (1;1)	21 (25;21)	20 (22;27)
Spokojenost	81 (81;81)	81 (81;82)	82 (82;82)	84 (84;86)	84 (84;87)	84 (86;87)	84 (84;84)	84 (84;86)	83 (84;83)	-- --
Kvalita*	76 --	-- --	75 --	68 --	-- --	88 --	-- --	-- --	57 --	-- --
Úroveň*	77 --	-- --	78 --	73 --	-- --	90 --	-- --	-- --	59 --	-- --
Hlavní kanál ČT	43 (46;53)	44 (47;51)	-- --	14 (14;17)	-- --	37 (38;38)	37 (39;38)	-- --	51 (59;57)	47 (51;40)
Podíl premiér	90 (87;78)	33 (29;27)	16 (15;12)	22 (23;17)	17 (19;14)	13 (15;13)	45 (46;48)	19 (16;21)	59 (57;55)	17 (10;15)
Podíl vlastní tvorby	100 (100;100)	100 (99;99)	25 (25;30)	96 (94;97)	80 (85;83)	32 (33;36)	91 (90;91)	98 (99;99)	96 (95;96)	34 (33;36)

* měreno od roku 2025
-- Neměřeno

KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší průměrný týdenní zásah v populaci 15+ tradičně vykazují dramatické pořady, loni to bylo 49 %. Zásah zpravodajských pořadů činil 38 % a zábavných pořadů 36 %.** U většiny žánrů došlo meziročně jen k drobným změnám. Výraznější negativní posuny sledujeme v porovnání s průměry za období 2019-2023, do kterého ale spadají divácky velmi exponované roky 2020-2022 (pandemie covidu a začátek války na Ukrajině).
- Meziročně došlo k poklesu zásahu dramatických pořadů o 3 p.b, ve srovnání s roky 2019-2023 dokonce o 9 p.b. Pokles z 38 % na 36 % sledujeme také u zábavných pořadů. Jednou z příčin může být absence titulů *StarDance* a *Peče celá země* v minulém roce. Omezený počet významných sportovních událostí vedl k poklesu zásahu sportovních pořadů o 4 p.b. na 21 %. Naopak nárůst zásahu z 19 % na 21 % jsme díky zařazení nových pořadů zaznamenali u publicistických pořadů. Ještě větší pozitivní skok – ze 13 % na 17 % – registrujeme u vzdělávacích pořadů, zároveň je to však o 3 p.b. méně než činil průměr let 2019-2023 (které byly nicméně anomální vzhledem k mimořádnému zařazení řady vzdělávacích titulů do vysílání v době pandemie).
- **Koeficient spokojenosti zůstal stabilní prakticky u všech sledovaných žánrů.** K mírnému poklesu o 2 p.b. došlo u dokumentárních a o 1 p.b. u sportovních pořadů.
- Vedle spokojenosti jsme v roce 2025 sledovali také dva nové parametry – **kvalitu a úroveň pořadů podle žánrů**. Výsledky naznačují jisté rozvrstvení podle žánrů: Nejvyšší hodnoty vykazují **dokumentární** pořady (kvalita 88 %, úroveň 90 %). **Dramatika a zpravodajství** se pohybují ve středním pásmu (kvalita 75-76 %, úroveň 77-78 %), zatímco **zábavné pořady** jsou mírně pod průměrem (68 %; 73 %). Výrazně nejnižší hodnoty vykazují **sportovní pořady** (57 %; 59 %), u kterých ovšem téměř třetina odpovědí spadá do kategorie „nevím / nedokáži posoudit“. Vnímání kvality zde navíc může být přímo ovlivněno konkrétními výsledky utkání či závodů.
- **Celkově činila v roce 2025 hodnota parametru *kvalita* za všechny hodnocené žánry 74 % a parametru *úroveň pořadů* 76 %.**

KOMENTÁŘ

- **Sledování zpravodajských pořadů na některém z kanálů ČT preferovalo 43 % diváků, tedy o 3 p.b. méně než v roce 2024. Pokles souvisí s větším ukotvením stanice CNN Prima News na českém mediálním trhu. V případě publicistických pořadů preferovalo kanály ČT 44 % diváků, i zde je to meziročně o 3 p.b. méně.** Příčinou v tomto případě zřejmě není jen kanál CNN Prima News, ale může se jednat také o důsledek neustálého zahušťování online prostoru novými zpravodajsko-publicistickými pořady a podcasty.
- 37 % diváků označilo některý z kanálů ČT jako svůj hlavní pro sledování dokumentárních pořadů (-1 p.b.), 37 % pro vzdělávací pořady (-2 p.b.) a 47 % pro pořady dětské (-4 p.b.).
- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, v roce 2025 se na celkové ploše zpravodajství podílely z 90 %.** Meziroční nárůst o 3 p.b. souvisí se zavedením premiérového nočního vysílání ČT24, které již běželo v celém roce. Nárůst podílu premiérového vysílání o 4 p.b. jsme zaznamenali u publicistických pořadů a o 1 p.b. u pořadů dramatických. K významnému nárůstu premiér z 10 % na 17 % došlo u dětských pořadů, a to díky premiérovým akvizičním seriálům v hlavním vysílacím čase ČT :D. Mírný pokles premiérového vysílání sledujeme u vzdělávacích (ze 46 % na 45 %), zábavných (z 23 % na 22 %) a hudebních pořadů (z 19 % na 17 %).
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských a publicistických pořadů se tradičně limitně blíží hranici 100 %.** Pokles hodnoty jsme zaznamenali u dokumentárních (-1 p.b.), náboženských (-1 p.b.) a hudebních pořadů (-5 p.b.). Naopak nárůst o 2 p.b. registrujeme u zábavných a o 1 p.b. u vzdělávacích, sportovních a dětských pořadů.
- **Spokojenost s premiérovými tituly** v rámci jednotlivých žánrů zůstala přibližně na hodnotách roku 2024, s korekcemi v rozpětí ± 1 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.

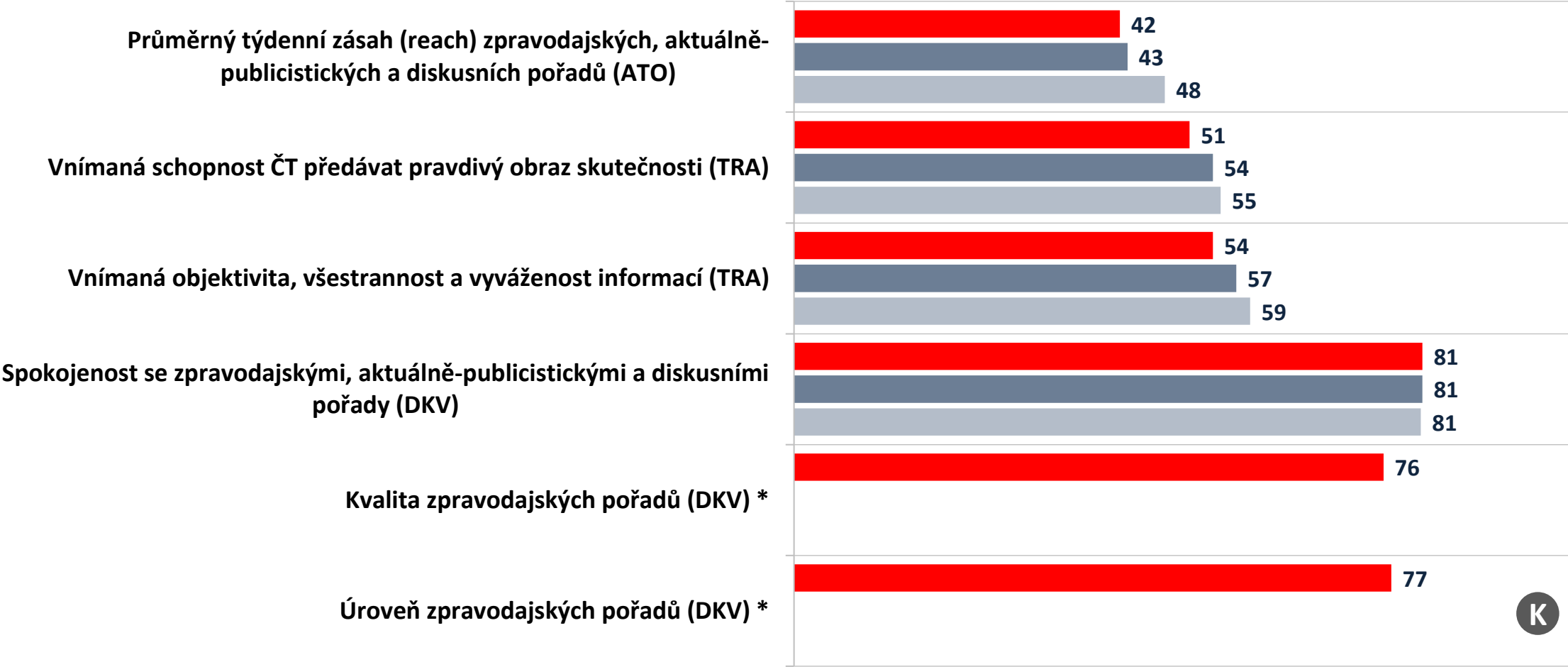
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 1

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



■ 2025 ■ 2024 ■ Ø 2019-2023

* měřeno od roku 2025

2025: HODNOCENÍ ZPRAVODAJSTVÍ ČT *

Zdroj: DKV ČT, součet podílů odpovědí *rozhodně souhlasím* a *spíše souhlasím* (% podíl)



Otázka: *Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky: „Zpravodajství České televize...“*

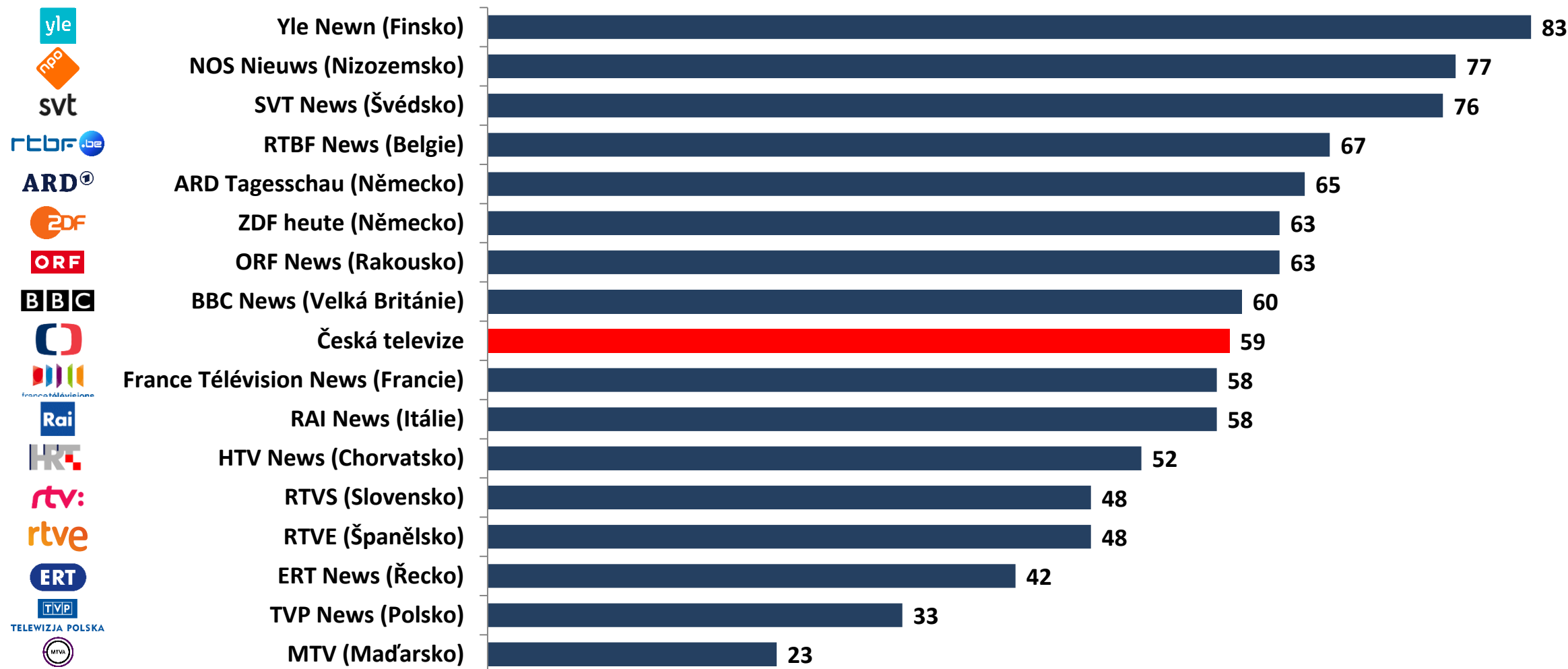
* měřeno od roku 2025

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v televizní populaci 15+ dosáhl v roce 2025 hodnoty 42 %. Ve srovnání s rokem 2024 se jedná o nepatrný pokles o 1 p.b., oproti průměru let 2019-2023 o poměrně výrazný propad o 6 p.b. Největší pozornost diváků v roce 2025 přitahovala domácí politická agenda spojená s předvolební kampaní a volbami do Poslanecké sněmovny PČR. Výrazný zájem vyvolávalo také turbulentní dění v mezinárodní politice, zejména napětí mezi velmocemi, klíčové politické události v USA po zvolení Donalda Trumpa prezidentem a pokračující ozbrojené konflikty.**
- **Spokojenost s výše uvedenými typy pořadů je dlouhodobě stabilní, hodnoty 81 % dosáhly jak v letech 2025 a 2024, tak i v dlouhodobém průměru za období let 2019-2023.**
- Do přehledu bylo nově zařazeno také hodnocení zpravodajských pořadů z hlediska jejich **kvality** a **úrovně**. Indikátory dosáhly hodnot 76 %, resp. 77 %.
- Kromě dvou výše zmíněných ukazatelů ČT do měření nově zařadila také sledování postojů diváků k různým aspektům zpravodajství. S tím, že zpravodajství ČT **„předává informace srozumitelnou formou“** souhlasí **83 % diváků. Podle názoru 80 % diváků zpravodajství „dává přehled o dění ve světě“ a „poskytuje podrobné a důkladné zprávy o denních událostech“.**
- **I nadále mezi diváky lehce převládá názor, že ČT „poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace“** (hodnota koeficientu 54 %) a **„předává divákům pravdivý obraz skutečnosti“** (51 %). V případě obou jmenovaných koeficientů však došlo v porovnání s rokem 2024 k poklesu o 3 p.b. Jak jsme již zmínili výše v jiné souvislosti, obraz České televize mohl být pošramocen široce diskutovaným odvoláním generálního ředitele ČT, u části voličů mohlo negativně rezonovat také před volbami výrazně politizované navýšení poplatků za ČT.

2025: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

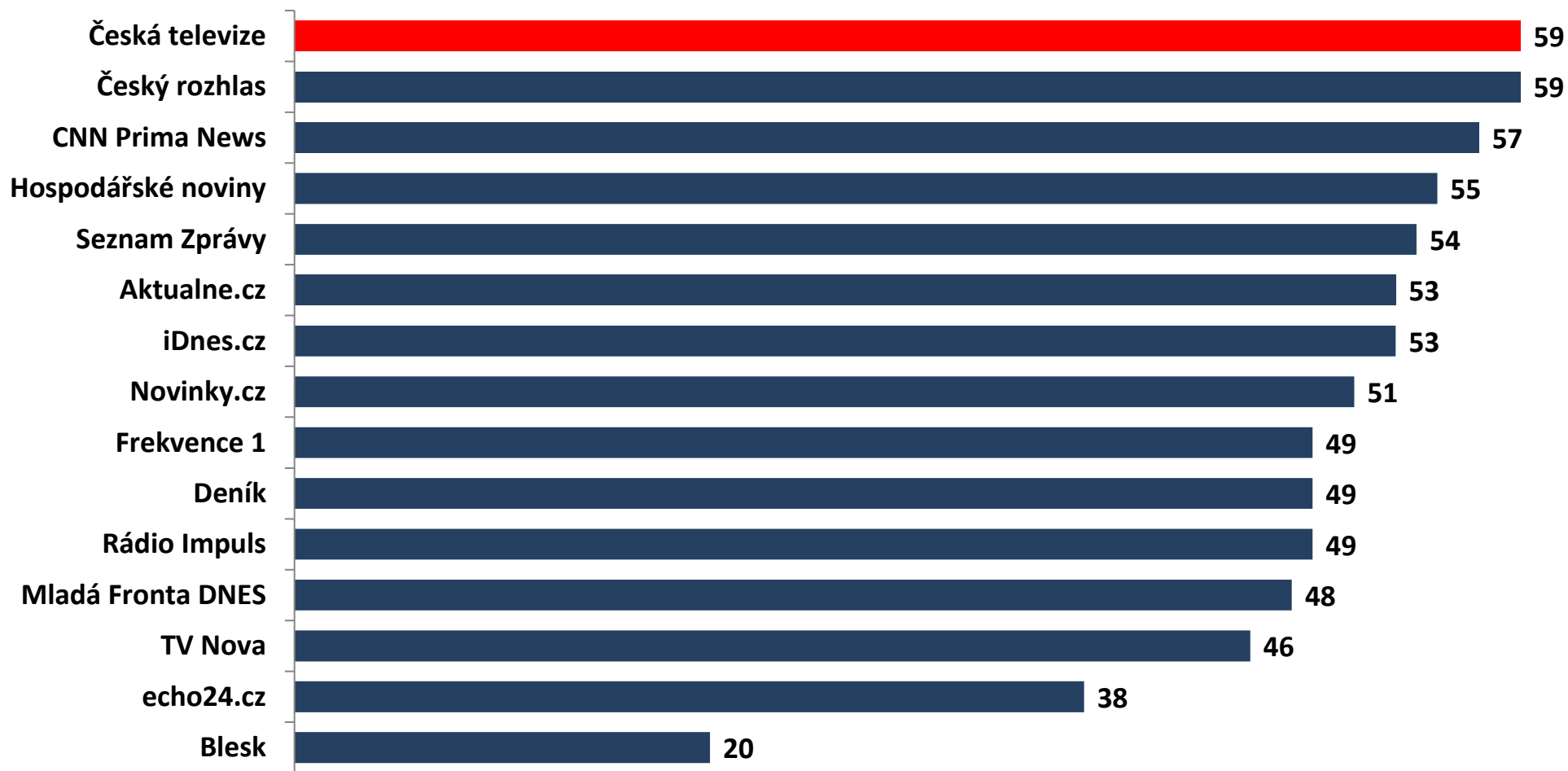
Zdroj: Digital News Report 2025, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)



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.

2025: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

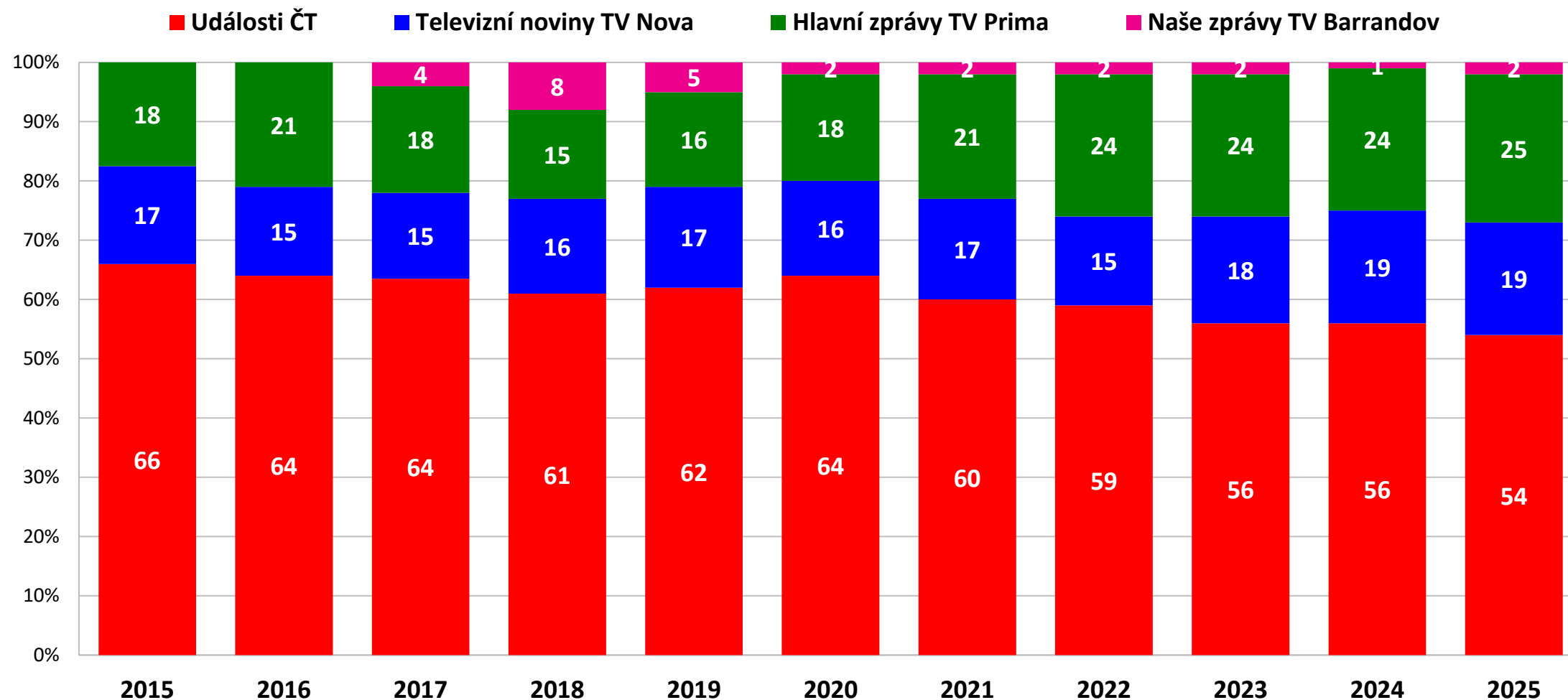
Zdroj: Digital News Report 2025, University of Oxford, Reuters Institute, hodnota 6-10 na stupnici 0-10 (% podíl)



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.

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?

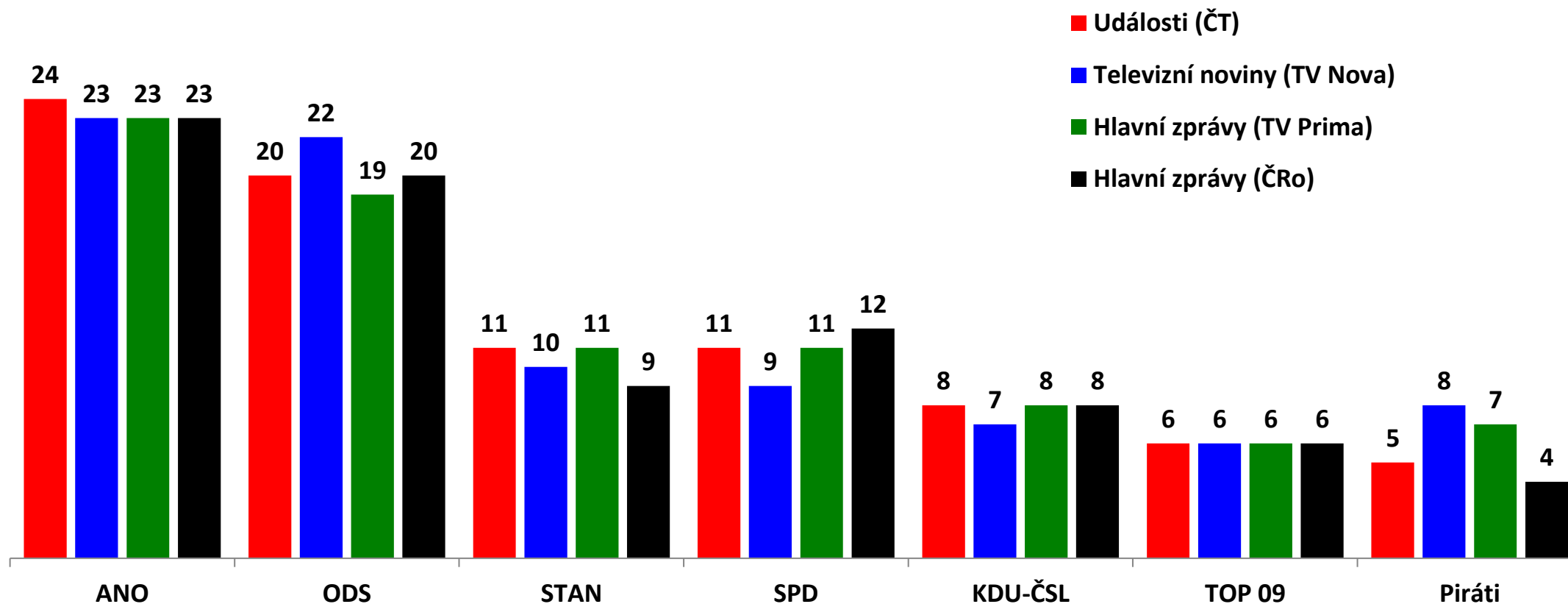
KOMENTÁŘ

- V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic dosáhla Česká televize výsledku 59 %*, tedy stejné hodnoty jako v roce 2024. Pozice ČT je přitom srovnatelná s významnými evropskými veřejnoprávními vysílateli, jakými jsou britská BBC, France Télévisions nebo italská RAI.
- Výzkum, který společně realizovaly agentura Reuters a Univerzita v Oxfordu, dlouhodobě zahrnuje i hodnocení důvěryhodnosti hlavních zpravodajských zdrojů v jednotlivých zemích. V České republice se na nejvyšší příčce umístila Česká televize společně s Českým rozhlasem, oba se shodným výsledkem 59 %. Třetí místo obsadila CNN Prima News s 57 %. Ostatní významná domácí zpravodajská média, jako jsou Hospodářské noviny, Seznam Zprávy, Aktuálně.cz, Novinky.cz či iDnes.cz zaznamenala nižší úroveň důvěryhodnosti.
- *Události* ČT jsou dlouhodobě považovány za nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajskou relaci na českém televizním trhu. V loňském roce ji v rámci trackingového výzkumu označilo 54 % diváků starších 18 let, což představuje pokles o 2 procentní body oproti roku 2024.
- *Hlavní zprávy* TV Prima považovala za nejdůvěryhodnější zpravodajskou relaci čtvrtina dotázaných (25 %; +1 p.b.), *Televizní noviny* TV Nova pak necelá pětina diváků (19 %).

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

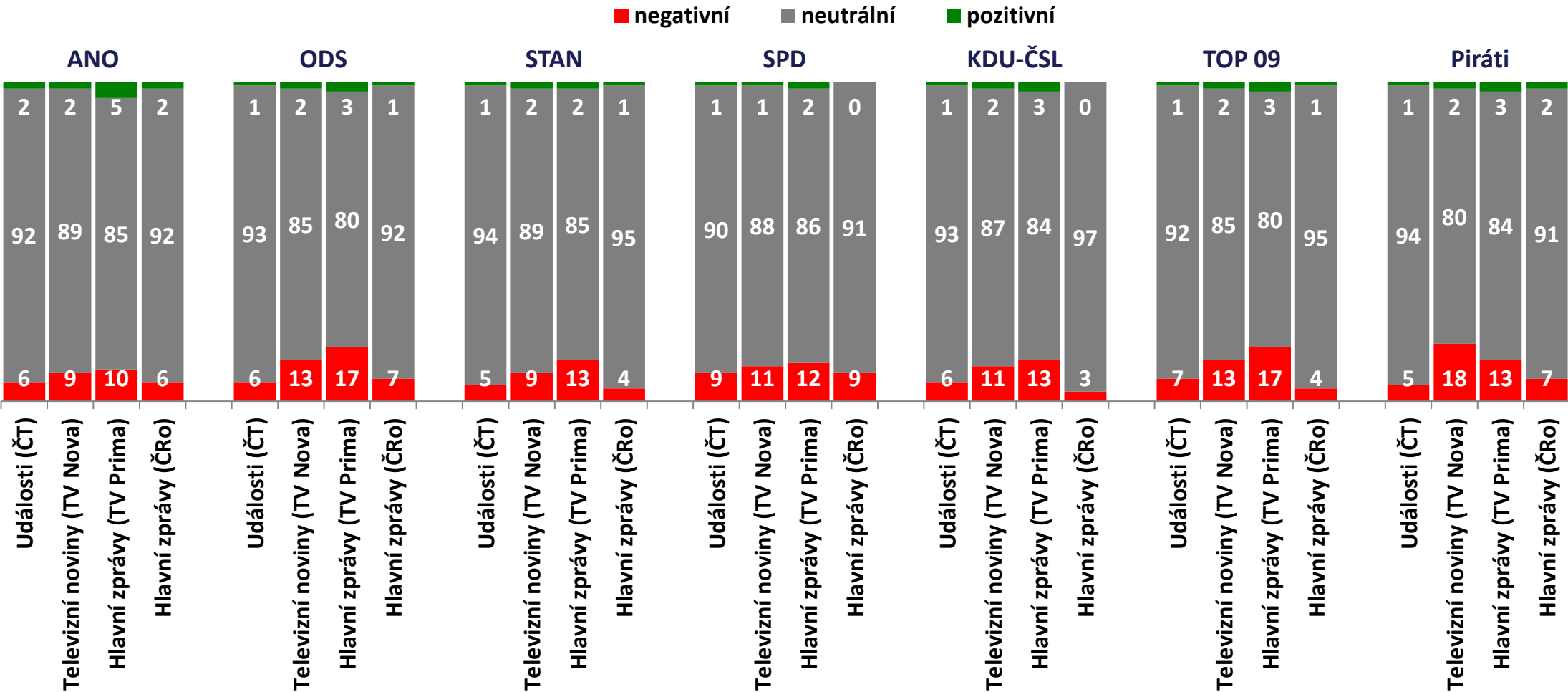
2025: PODÍL SEDMI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ

Zdroj: Media Tenor, v %



2025: 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)

	ANO	ODS	STAN	SPD	KDU-ČSL	TOP 09	PIRÁTI	CELKEM 7 STRAN
2025	4 288 (+36 %)	3 544 (-2 %)	1 946 (-17 %)	1 926 (+73 %)	1 430 (-34 %)	1 113 (-34 %)	890 (-52 %)	15 137 (-5 %)
2024	3 153 (+12 %)	3 614 (+4 %)	2 332 (+18 %)	1 112 (+19 %)	2 179 (+7 %)	1 688 (+11 %)	1 839 (+33 %)	15 917 (+13 %)
2023	2 806 (+5 %)	3 481 (-11 %)	1 968 (-22 %)	931 (-21 %)	2 028 (+6 %)	1 525 (+12 %)	1 378 (-16 %)	14 117 (-7 %)

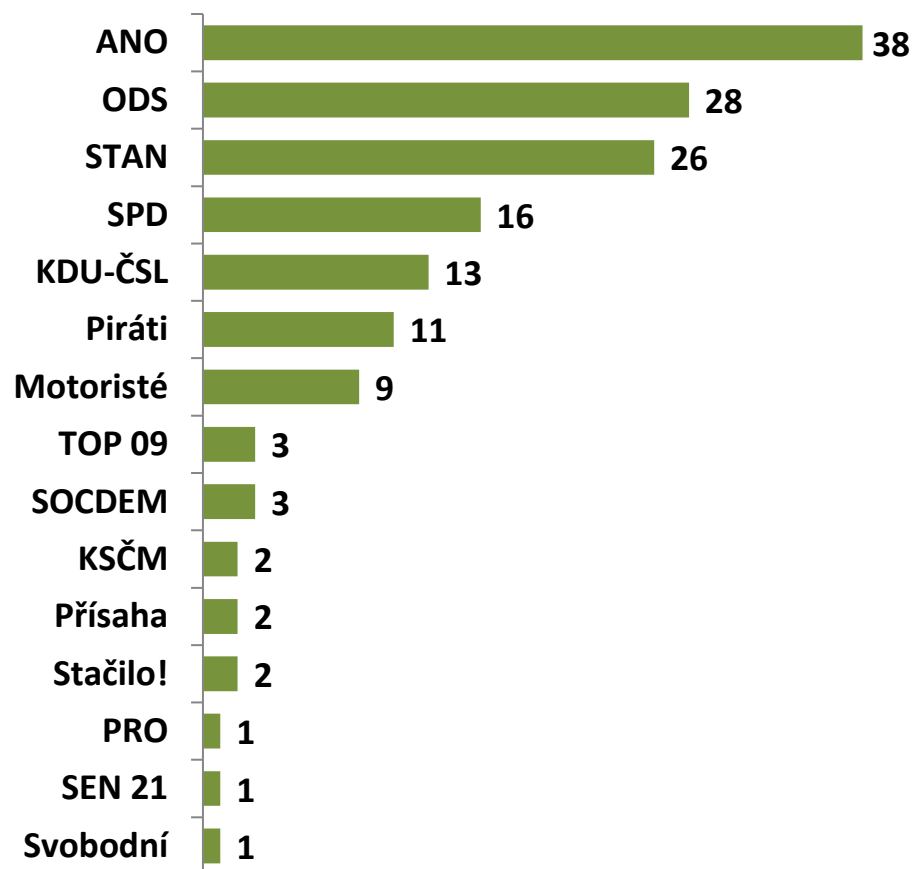
KOMENTÁŘ

- **Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství vysílaném v rámci *Událostí* ČT mělo v roce 2025 opoziční hnutí ANO (24 %). Nejsilnější vládní strana ODS se umístila na druhé příčce (20 %), následována koaličním hnutím STAN a opozičním hnutím SPD (shodně po 11 %). Podíl dalších parlamentní stran KDU-ČSL, TOP 09 a Pirátů na politickém zpravodajství *Událostí* činil 5-8 %.**
- **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 referovaly o různých politických uskupeních.** 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 se zpravodajskými relacemi komerčních stanic TV Prima a TV Nova podobně nízké podíly pozitivních a výrazně nižší podíly negativních výpovědí,** což svědčí o přetrvávající **vysoké míře postojové neutrality zpravodajství České televize.** Podíl negativních výpovědí se v *Událostech* napříč politickými subjekty pohyboval v rozmezí 5-9 %. Velmi podobné hodnoty registrujeme také u Českého rozhlasu.
- **V absolutních číslech byl v roce 2025 v pořadu *Události* nejčastěji zmíněn nejsilnější opoziční subjekt a zároveň suverénní vítěz říjnových voleb hnutí ANO, a to v 4 288 případech, což je v porovnání s rokem 2024 o 36 % více. Hlavnímu vládnímu subjektu ODS patřilo celkem 3 544 zmínek, meziročně šlo o pokles o 2 %.** Další v pořadí byl s počtem 1 946 zmínek STAN (-17 %), následovaný SPD s 1 926 zmínkami (+73 %). Následují KDU-ČSL (1 430), TOP 09 (1 113) a Piráti (890). U posledních třech jmenovaných stran došlo meziročně k poklesu počtu zmínek.

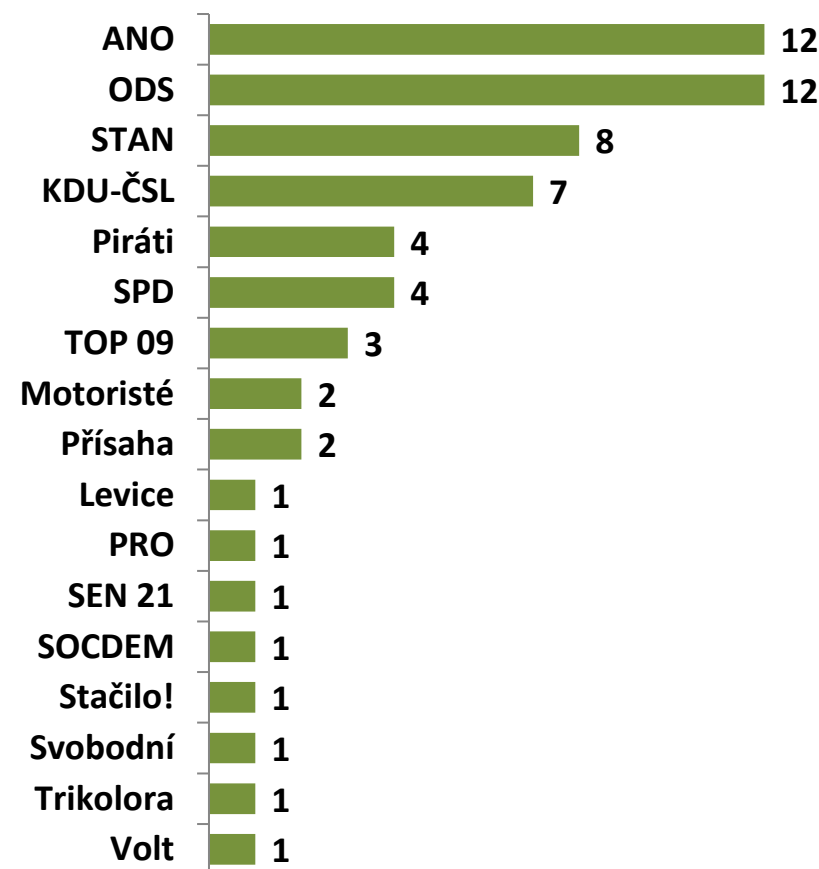
2025: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



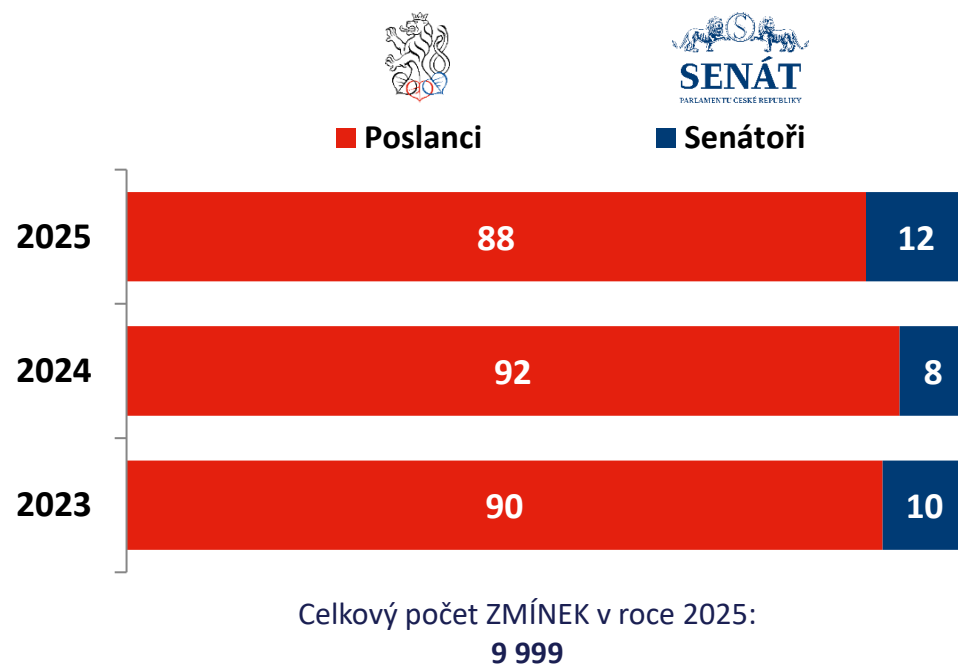
MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



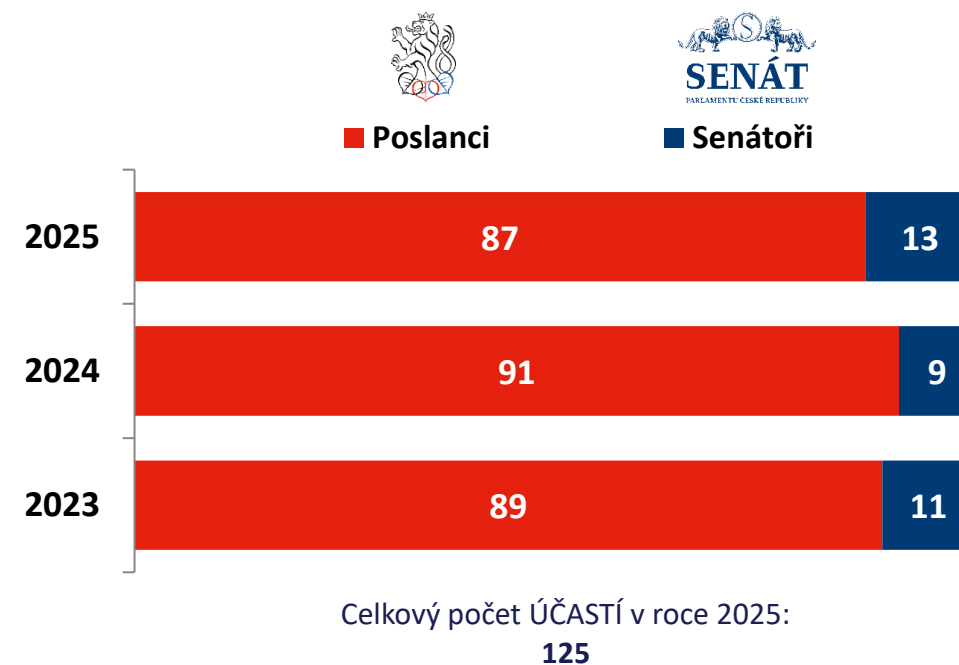
PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZMÍNEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

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 2025 zástupci opozičního hnutí ANO s 38 účastmi, na vládní ODS připadlo 28 hostů. Třetí místo patřilo STAN (26 účastí), následovaly strany či hnutí SPD (16), KDU-ČSL (13), Piráti (11) a Motoristé (9). **Poměr zástupců koalice a opozice* mezi hosty OVM byl 45 % ku 55 %.**
- V pořadu *Máte slovo s M. Jílkovou* se nejčastěji objevovali rovněž hosté z hnutí ANO (12 účastí), stejný počet hostů dorazil do pořadu také z ODS. Následovali představitelé vládních subjektů STAN a KDU-ČSL s 8, resp. 7 účastmi. **Poměr zástupců koalice a opozice* mezi hosty Máte slovo s M. Jílkovou byl 48 % ku 52 %.**

POSLANCI A SENÁTOŘI

- V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslankyně a poslanci nad senátorkami a senátory (88 % vs. 12 %). Ve srovnání s rokem 2024 poměr hostů z horní komory Parlamentu nicméně narostl o 4 p.b.
- Hosté z Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegyněmi a kolegy ze Senátu objevovali významně častěji také v diskusních pořadech (87 % vs. 13 %). Meziročně se i v tomto případě podíl senátorů a senátorek navýšil o 4 p.b.

2025: VYVÁŽENOST ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Zdroj: Media Tenor

Pořad	Žánrová specifikace pořadu	Počet zkoumaných příspěvků	Počet příspěvků s nálezem k posouzení vyváženosti
Události	všeobecné zpravodajství	600	19
Události v regionech (Praha + Brno + Ostrava)	regionální zpravodajství	200	5
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	3

581 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 195 příspěvků z 200. U Zpráv ve 23 to bylo 197 příspěvků z 200.

ANALÝZA POKRYTÍ PŘEDVOLEBNÍ KAMPANĚ V NĚMECKU 2025 VE ZPRAVODAJSKÝCH A PUBLICISTICKÝCH RELACÍCH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 1/2)

Zdroj: doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.

Analýza založená na výzkumu reflexe horké fáze volební kampaně v Německu před mimořádnými volbami do *Bundestagu* se zvláštním zřetelem na období bezprostředně spjaté s volbami dopadla takto: **ČT obstála v hodnocení se zřetelem na vyváženost, nestrannost, objektivitu, přesnost, férovost, stručnost a úplnost. Celkově lze konstatovat, že českému divákovi zprostředkovala autenticky dění v Německu před volbami v posledním měsíci, přičemž hlavní důraz byl v ČT kladen na několikadenní období před volbami a na den voleb. Princip vyváženosti se týkal jak reportáží, tak i výběru hostů.**

K dílčím nedostatkům by bylo možné uvést, že se týkaly slabšího referování o předvolebním klání v Německu v prvních týdnech horké fáze kampaně, nicméně toto lze konstatovat jen v kontextu globálního dění, kdy se kampaň tematicky překrývala s diplomatickým řešením situace na Ukrajině i s jiným lokálním děním, kdy do hry vstoupila bezpečnostní konference v Mnichově a filmový festival Berlinale. Ve dnech bezprostředně před volbami a v den voleb se ČT věnovala volbám v Německu velmi intenzivně a v tomto kontextu je třeba zdůraznit význam spolupráce mezi veřejnoprávními televizemi (ČT se ZDF a ARD).

Analýza zahrnuje příspěvky vztahující se k události odvysílané 22. 1. - 23. 2. 2025 ve vybraných pořadech stanic ČT1 a ČT24, jmenovitě v relacích: Události, Horizont ČT24, Zprávy ve 12 a 23 hodin, Události, komentáře a Speciál ČT24.

ANALÝZA POKRYTÍ PŘEDVOLEBNÍ KAMPANĚ V NĚMECKU 2025 VE ZPRAVODAJSKÝCH A PUBLICISTICKÝCH RELACÍCH ČT (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 2/2)

Zdroj: doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.

Přístup redaktorů a moderátorů byl vesměs profesionální a za celou sledovanou dobu nebyl z jejich strany zjištěn jediný „prohřešek“ proti pravidlům vůči kodexu ČT. Dílčí problémy se objevily, například nereferování o CSU autonomně, a diváci by určitě ocenili více reportáží o sousedním Bavorsku či Sasku. V souvislosti s AfD, důležitým fenoménem voleb, se redaktoři nedopustili žádných nevhodných formulací a pokud ano, tak nevědomky mírně ve prospěch AfD, pokud byla výjimečně nazvána jako strana „pravicová“ anebo když byla reflektována poněkud nadmíru i ve vztahu k CDU/CSU v některých pořadech speciál po volbách. Lépe mohly být zastoupeny v ČT vypovídající grafy a tabulky také v době kampaně, což se tedy výrazně zlepšilo v den voleb a ve speciálech.

Vhodným způsobem ČT referovala nejen o česko-německých vztazích, o východu a západu Německa, o regionálních rozdílech v Německu, o tom, koho volí mladá generace a o problematice AfD vyjma procesu její radikalizace, což ale zvládli zvaní hosté, které až na výjimky diváci určitě ocenili pro jejich erudici, vhled či infotainmentové odlehčení v době, kdy to bylo v záplavě analýz vhodné.

Analýza zahrnuje příspěvky vztahující se k události odvysílané 22. 1. - 23. 2. 2025 ve vybraných pořadech stanic ČT1 a ČT24, jmenovitě v relacích: Události, Horizont ČT24, Zprávy ve 12 a 23 hodin, Události, komentáře a Speciál ČT24.

ANALÝZA POLITICKÝCH DEBATNÍCH POŘADŮ ČESKÉ TELEVIZE PŘED PARLAMENTNÍMI VOLBAMI V ROCE 2025 (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 1/2)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.

Celkově lze konstatovat, že série politických debatních pořadů odvysílaná před parlamentními volbami v roce 2025 přispěla k naplňování poslání České televize ve smyslu poskytování informací nezbytných pro všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů. Zároveň ve svém celku dostála požadavkům objektivity, vyváženosti a nestrannosti.

Ve většině sledovaných aspektů a indikátorů nebyly zjištěny známky zvýhodňování či znevýhodňování žádného z politických subjektů. Identifikované rozdíly a odchylky byly malé, zpravidla vysvětlitelné a pochybení se vyskytla pouze ojediněle. Tyto dílčí odchylky a pochybení neměly systémový charakter ani rozsah, který by mohl významně narušit celkovou objektivitu a vyváženost debat. Česká televize tak poskytla občanům kvalitní, srozumitelný a pluralitní přehled o volební nabídce. Navržená doporučení směřují zejména k dalšímu rozvoji formátu politických debat – ke zvýšení atraktivity debat, posílení participace veřejnosti a důslednější péči o neutrální prezentaci.

Analýza zahrnuje sérii předvolebních debat odvysílaných Českou televizí před parlamentními volbami v roce 2025.

Celkem bylo analyzováno čtrnáct tematických debat, čtyři duely a jedna *Superdebata*, tedy 19 debat o celkové délce přibližně 32 hodin.

ANALÝZA POLITICKÝCH DEBATNÍCH POŘADŮ ČESKÉ TELEVIZE PŘED PARLAMENTNÍMI VOLBAMI V ROCE 2025 (HLAVNÍ ZÁVĚRY, 2/2)

Zdroj: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.

Celkově lze shrnout, že moderátoři v rámci debat zpravidla dodržovali princip neutrální prezentace (na verbální i neverbální úrovni) a zdržovali se osobních hodnocení a interpretací. V tomto ohledu jsme zaznamenali pouze několik výjimek. Šlo o jednotlivé případy, kdy moderátoři hodnotili průběh debaty, odpovědi či chování diskutujících, případně vložili hodnotící soud přímo do otázky (někdy převzatý z argumentace jiného diskutujícího). Další skupinu představovaly situace, kdy se projevila kombinace různých verbálních (návodně formulovaná otázka, explicitní připojení vlastního názoru, výraznější konfrontace jednoho z postojů) a neverbálních projevů (smích, výraz tváře, tón hlasu), které mohly naznačovat osobní postoj moderátora. Takových případů se ale v analyzovaném vzorku objevilo jen málo, a to zejména s ohledem na celkový rozsah debat (19 debat o celkové délce přibližně 32 hodin). Tyto projevy navíc neměly systematický charakter, který by vedl ke zvýhodňování či znevýhodňování konkrétní politické strany; spíše se jeví, že místy odrážely osobní postoje některých moderátorů k vybraným tématům. Na základě provedené analýzy proto uzavíráme, že identifikované případy neměly – i v kontextu všech ostatních sledovaných indikátorů – potenciál významně narušit celkovou objektivitu debat. Na tyto situace nicméně považujeme za vhodné upozornit, neboť, jak naznačují předchozí výzkumy, vnímaná neutrální prezentace patří z pohledu veřejnosti k důležitým očekáváním a kritériím při hodnocení práce moderátorů a celkové objektivitě vysílání České televize.

Analýza zahrnuje sérii předvolebních debat odvysílaných Českou televizí před parlamentními volbami v roce 2025. Celkem bylo analyzováno čtrnáct tematických debat, čtyři duely a jedna *Superdebata*, tedy 19 debat o celkové délce přibližně 32 hodin.

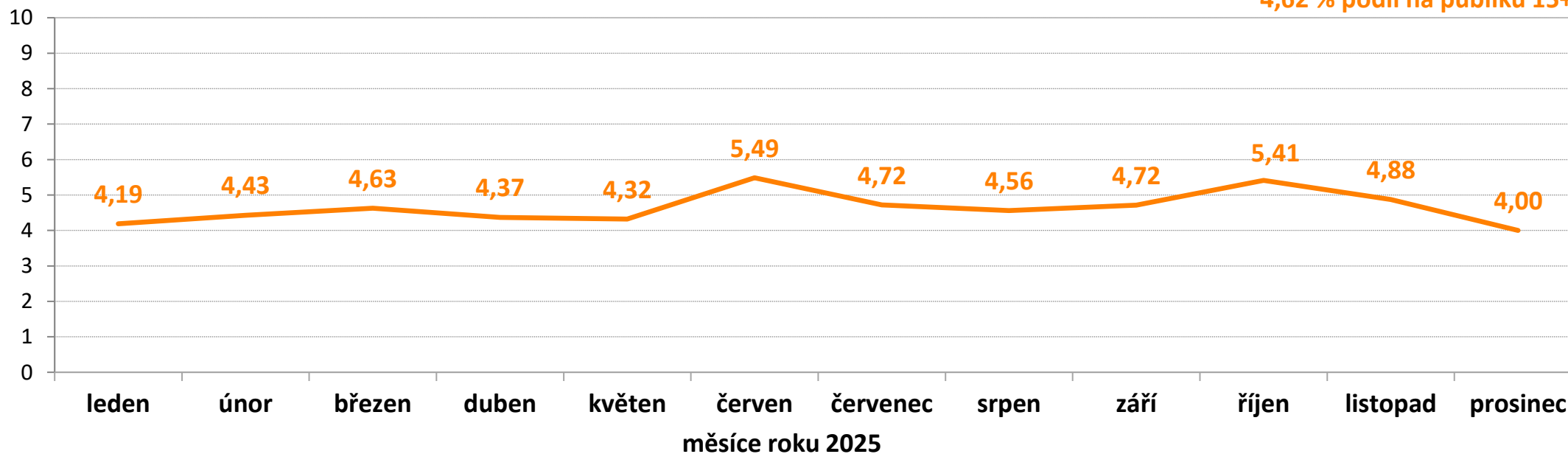
2025: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

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

- Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl v roce 2025 hodnoty 4,62 %, což je meziročně o téměř půl procentního bodu více. Celkově ČT24 svým vysíláním oslovila 68 % dospělé TV populace ČR, tj. přes 5,6 milionu diváků.
- Nejúspěšnějším měsícem roku 2025 byl z hlediska podílu na sledovanosti červen s 5,49 %. V jeho průběhu vrcholila tzv. bitcoinová kauza, kvůli níž byly svolány dvě mimořádné schůze Poslanecké sněmovny. Na začátku října se konaly sněmovní volby, což se projevilo v měsíčním nárůstu podílu na 5,41 %.

Průměr za rok 2025:

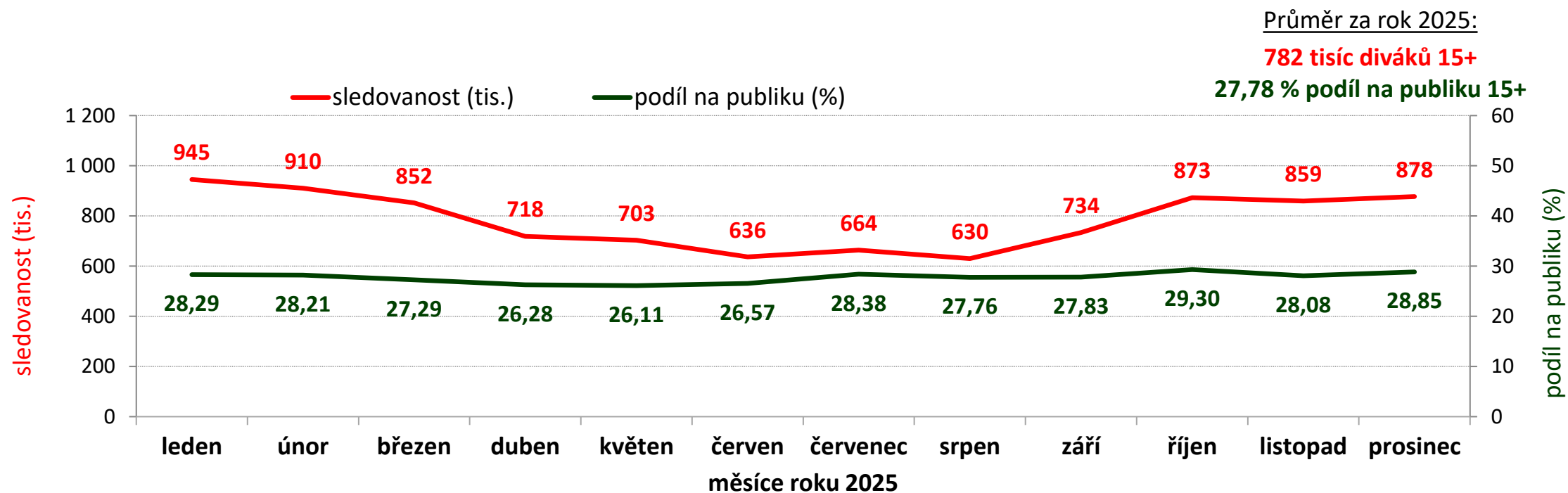
4,62 % podíl na publiku 15+



2025: 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 2025 sledovalo na programech ČT1 a ČT24 průměrně celkem 782 tisíc diváků starších 15 let, což představuje drobný meziroční pokles o 4 tisíce diváků. Absolutní sledovanost *Událostí* se v minulém roce blížila průměru dekády, která předcházela pandemii koronaviru a válce na Ukrajině (2011-2019). Bez ohledu na dynamické proměny mediální scény v posledních letech a výrazný nárůst počtu různých informačních kanálů si *Události* dokázaly udržet podobnou přízeň diváků jako před deseti lety.
- Průměrný podíl na sledovanosti *Událostí* (ČT1 + ČT24) dosáhl v roce 2025 úrovně 27,78 %. V porovnání s rokem 2024 se jedná o navýšení přesahující 1 p.b. Nejvyššího podílu na divácích dosáhl pořad v říjnu (29,30 %), kdy se v Česku konaly volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu.



VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

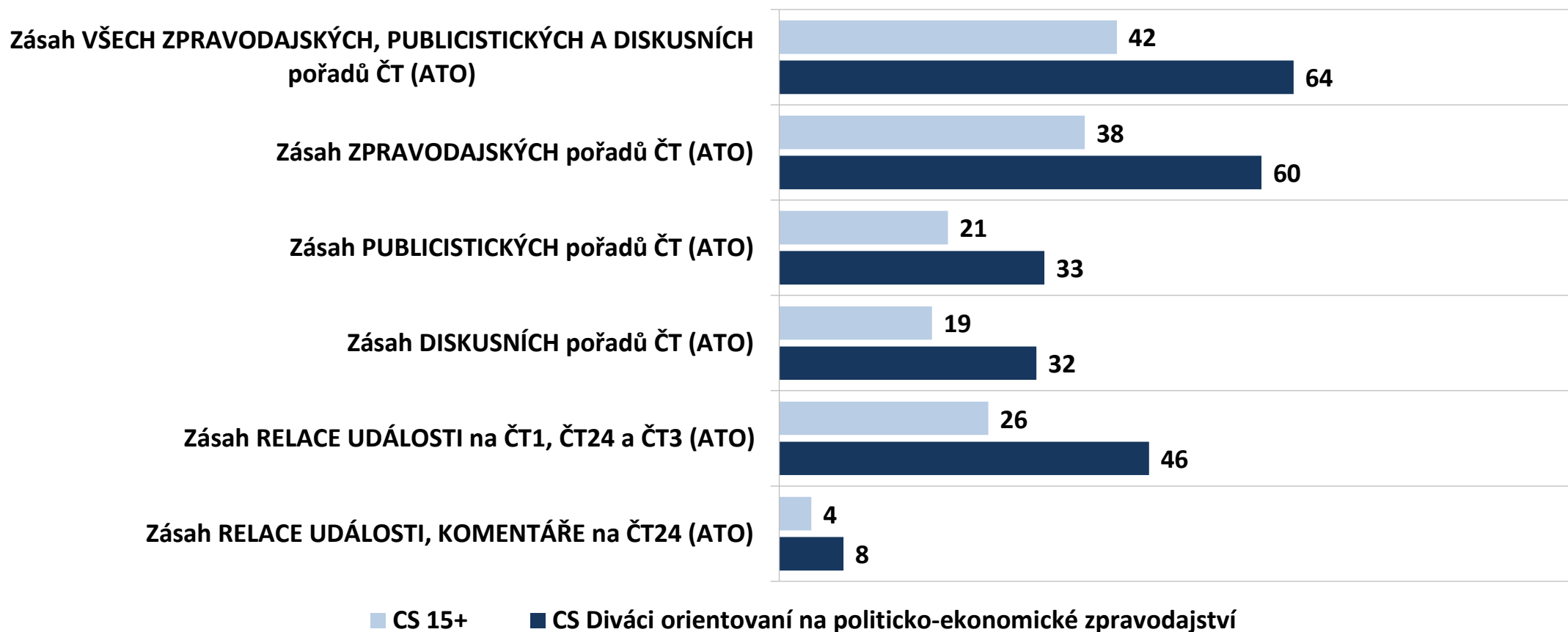
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

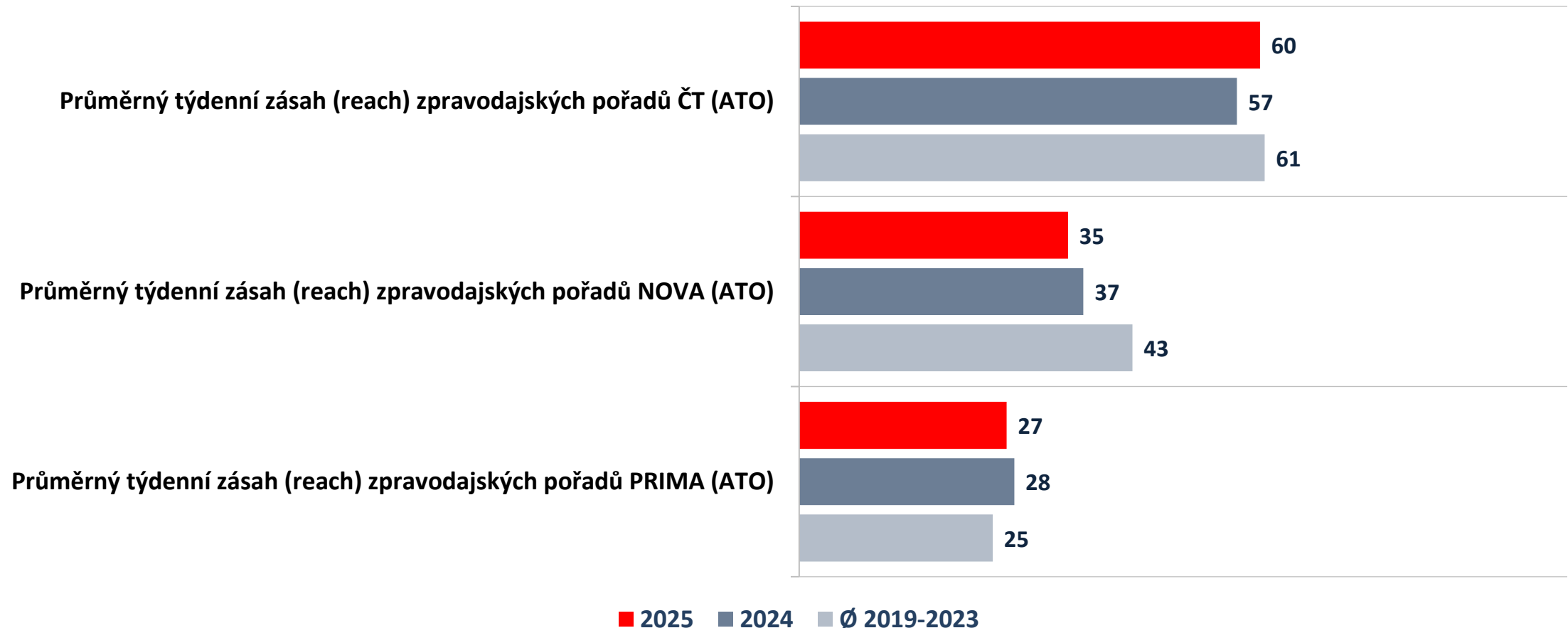
2025: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

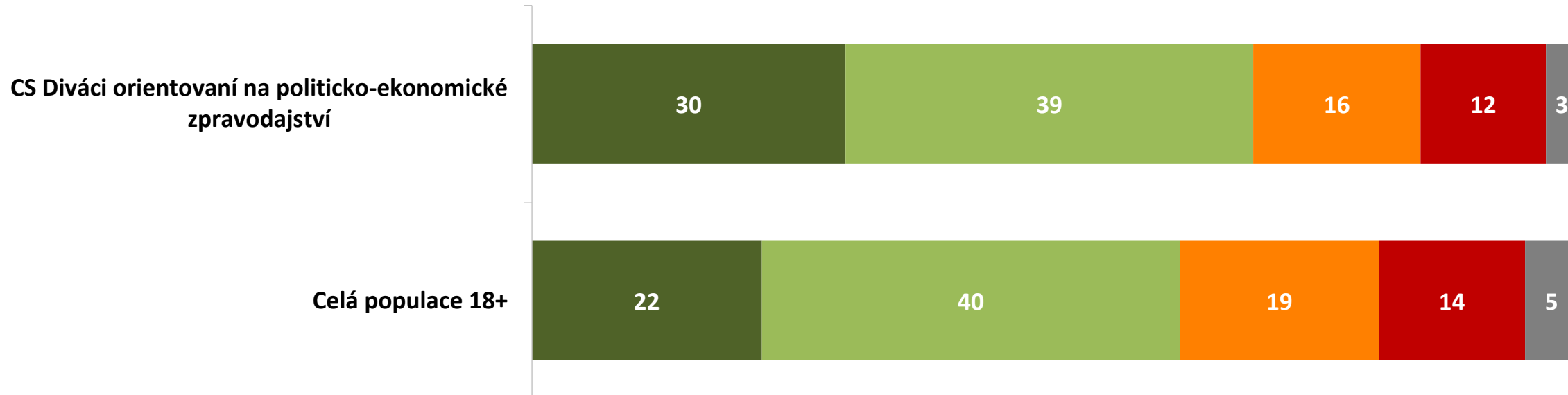


2025: SOUHLAS S VÝROKEM „ČESKÁ TELEVIZE JE DŮVĚRYHODNÁ“ MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ V POROVNÁNÍ S POPULACÍ 18+

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 64 %, což bylo o 22 p.b. více než v obecné populaci 15+.**
- Z jednotlivých podtypů jsme u diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství zaznamenali nejvyšší průměrný týdenní zásah zpravodajskými pořady (60 %). Zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině 33 %, resp. 32 %.
- **Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují týdně v průměru výrazně vyšší podíl diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic TV Nova (rozdíl 25 p.b.) a TV Prima (rozdíl 33 p.b.).**
- **Celkem 69 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá ČT jako důvěryhodnou. V celé dospělé populaci činí tato hodnota 62 %*.**

* 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.

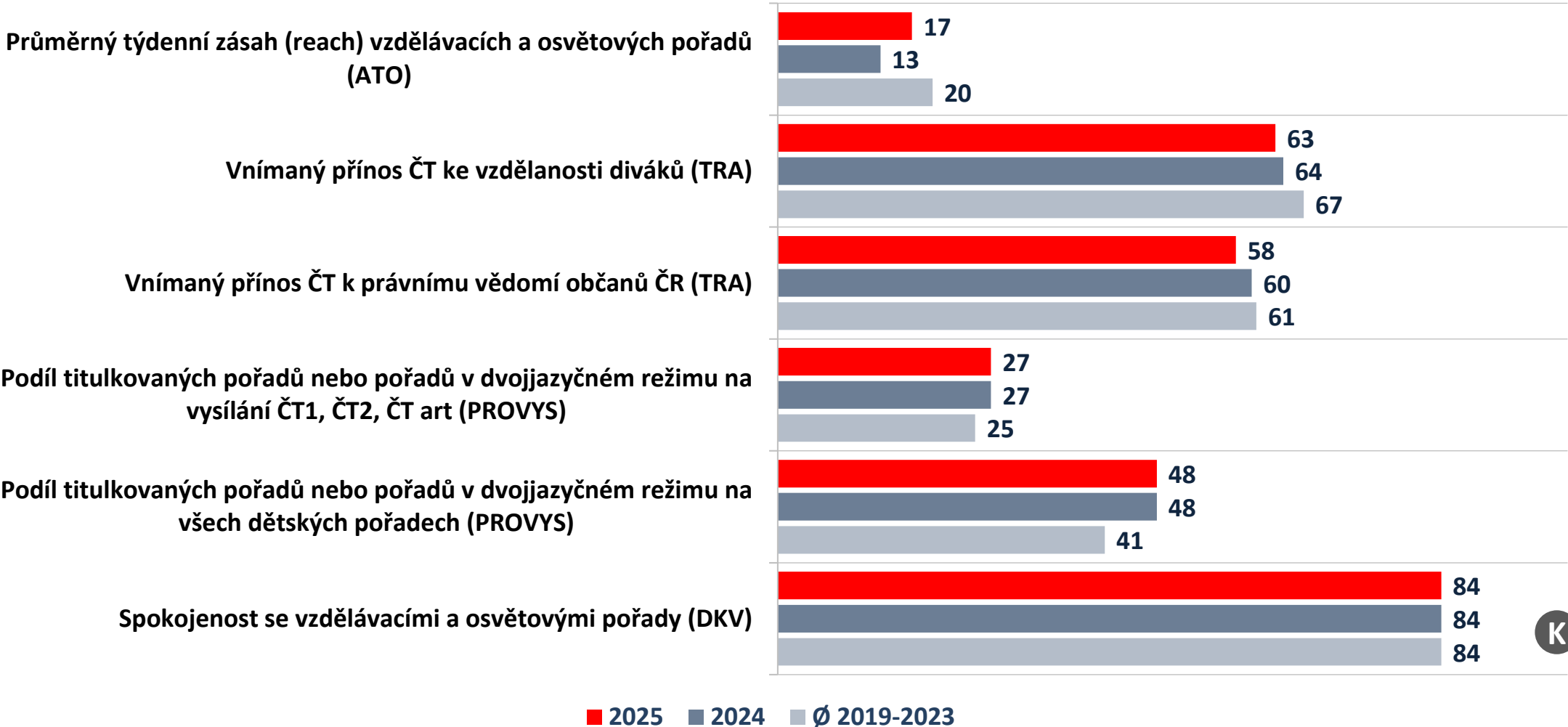
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

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

2025: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ (1/2)

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž (hod.)
ArtZóna	všeobecný kulturní rozhled	39	33
Nejlepší den	mezigenerační vztahy	5	1
DVA3	počítač	28	6
Wifina	počítač	41	19
Naše generace	sociální	4	2
Mise hledání lásky	sociální	5	2
Potížistky	sociální	7	2
V novém světle	sociální	10	3
Mistři medicíny III.	zdraví	13	6
Šéflékařky	zdraví	5	2
Ve službě horám	medicína	1	1
Stezka Českem II	cestování	10	4
České řeky z výšky	cestování	10	4
Příběhy staveb	cestování, umění	41	5
Krajinou soch	umění	6	3
Talenty	umění	6	3
Spisovatelky	umění	8	3
My, budovatelé nové republiky	historie	3	3
Rozdělený svět 1939-1962	historie	6	5
Zdař Bůh - Příběhy českého hornictví	historie	8	3
Útěk do Berlína	historie	1	2

2025: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ (2/2)

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž (hod.)
Po nás potopa nebude	ekologie	10	4
Česko a Evropa řeší klima III	ekologie	4	1
Nezlomní – jedna mise, čtyři životy	sociální dokument	1	1
Co s Péťou?	sociální dokument	1	1
Hranice Evropy	sociální dokument	1	2
Nejseš moje máma	sociální dokument	1	1
Já, brácha a jméno Hrušínský	osobnosti	1	1
Petr Pithart, politikem proti své vůli	osobnosti	1	1
Zrozena pro Afriku	osobnosti	1	1
Ještě nejsem, kým chci být	osobnosti	1	2
Uhde	osobnosti	1	1
Newsroom ČT24	mediální gramotnost	40	31
Zóna ČT24	mediální gramotnost	39	18
Reportáž psaná na benzínce	mediální gramotnost	1	1
De Facto	digitální gramotnost	17	5
Kyber tabu	digitální gramotnost	1	1
Dodejme si energii 2	energetická gramotnost	36	1
Energonauti	energetická gramotnost	12	3
Bilance	finanční gramotnost	9	4

KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady ČT dosáhl v roce 2024 hodnoty 17 %.** Oproti roku 2024 se jedná o nárůst o 4 p.b., v porovnání s obdobím let 2019-2023 naopak o pokles o 3 p.b. Důvodem vyššího meziročního zásahu jsou zejména divácky velmi úspěšné dokumentární cykly věnující se cestopisné problematice – *Stezka Českem II* a *České řeky z výšky*.
- **Koeficient míry souhlasu s výrokem ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků dosáhl úrovně 63 %, což je o 1 p.b. nižší hodnota než v roce 2024.** Koeficient výroku *ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů* je aktuálně na úrovni 58 %; i v tomto případě došlo meziročně k mírnému poklesu o 2 p.b.
- **Podíl titulkovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu stagnoval na hodnotě 27 %.** Ve srovnání s obdobím 2019-2023 vzrostl o 2 p.b.
- **Podíl titulkovaných pořadů na dětských pořadech zůstal na úrovni 48 %.** V porovnání s průměrem období let 2019-2023 se jednalo o nárůst o 7 p.b.
- **Koeficient spokojenosti se vzdělávacími pořady je dlouhodobě velmi stabilní, jeho hodnota činila stejně jako v předchozích letech 84 %.**

Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla v roce 2025 velmi pestrá. Jmenujme na tomto místě alespoň některé zásadní tituly:

- **Finanční gramotnost** byla tématem několika dílů cyklu *Bilance*. **Energetické gramotnosti** se zase věnoval cyklus *Dodejme si energii 2* a *Energonauti*. **Na mediální vzdělávání a digitální gramotnost** se i v roce 2025 zaměřovaly pořady *Newsroom ČT24*, *De Facto* a *Zóna ČT24*; na programu ČT2 zaznamenal slušnou diváckou odezvu také dokument *Reportáž psaná na benzínce*. Nástrahy digitálního světa se řešily rovněž v pořadu *Kyber tabu*.
- Ekologickou tematiku pokryly cykly *Po nás potopa nebude* a *Česko a Evropa řeší klima III*.
- **Česká televize se v řadě dokumentů věnovala také různým sociálním tématům.** Soužití s potomkem s poruchou autistického spektra se věnoval pořad *Co s Péťou?*, příběh čtyř humanitárních pracovníků organizace Člověk v tísni představil dokument *Nezlomní – jedna mise, čtyři životy*. S tématem levné pracovní síly byli diváci seznámeni v dokumentu novinářky Saši Uhlové *Hranice Evropy*.
- V rámci **vzdělávacích pořadů přibližujících českou krajinu** diváci ocenili zejména cykly *Stezka Českem II* a *České řeky z výšky*.
- Milovníkům **historie** nabídla ČT mimo jiné cykly *My, budovatelé nové republiky*, *Rozdělený svět 1939-1962* nebo cyklus zabývající se historií hornictví *Zdař Bůh - Příběhy českého hornictví*. Program ČT2 odvysílal i divácky velmi úspěšný dokument popisující kontroverzní akci skupiny bratří Mašinů s názvem *Útěk do Berlína*.

Česká televize odvysílala v roce 2025 rovněž celou řadu **původních dokumentů**, včetně těch věnovaných **významným osobnostem**. Jmenujme například *Já, brácha a jméno Hrušínský*, *Petr Pithart, politikem proti své vůli*, *Zrozena pro Afriku* a *Ještě nejsem, kým chci být* představující fotografku Libuši Jarcovjákovou.

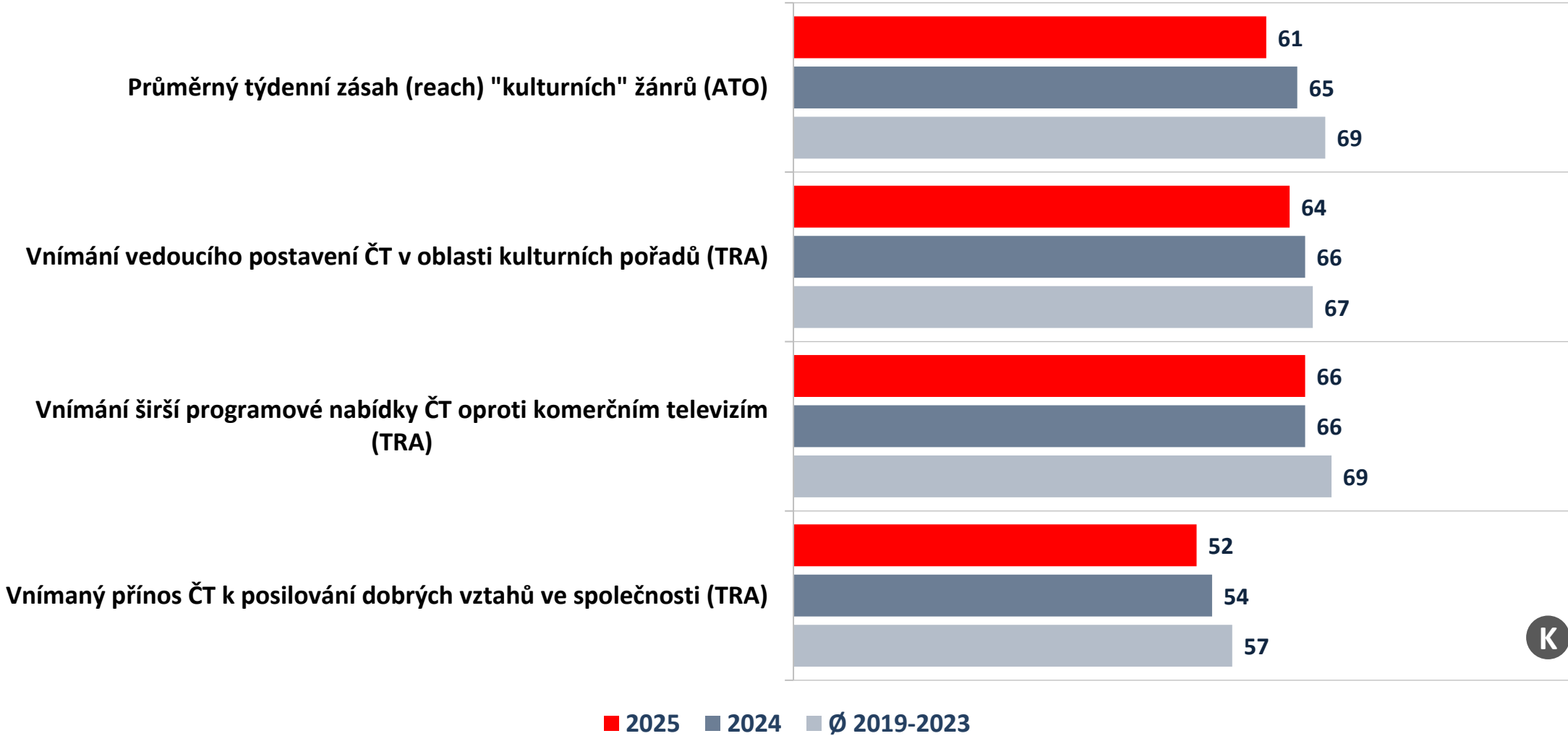
CÍL 3 – Podpora kultury

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

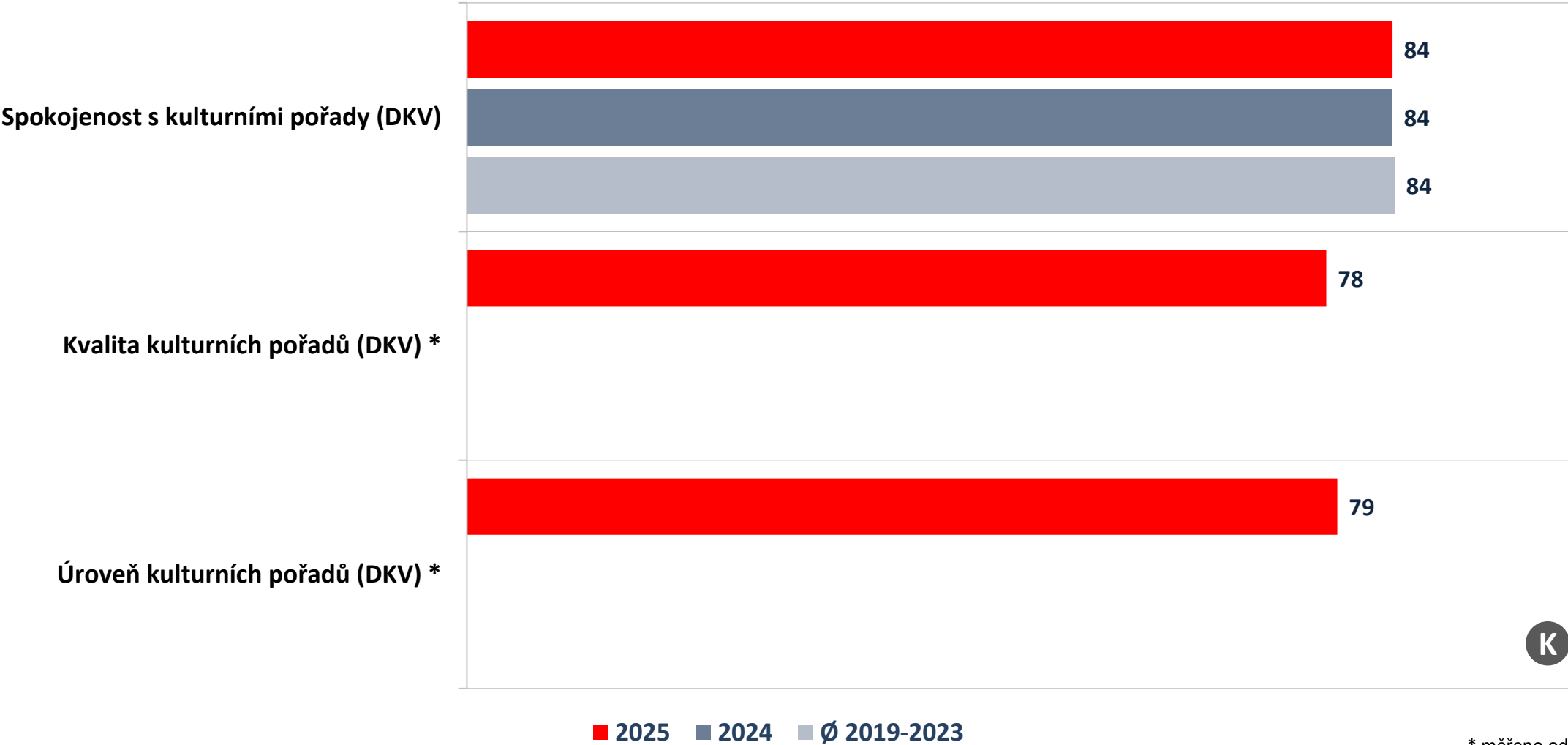
Zdroje: ATO – Nielsen, Tracking ČT, v %



K

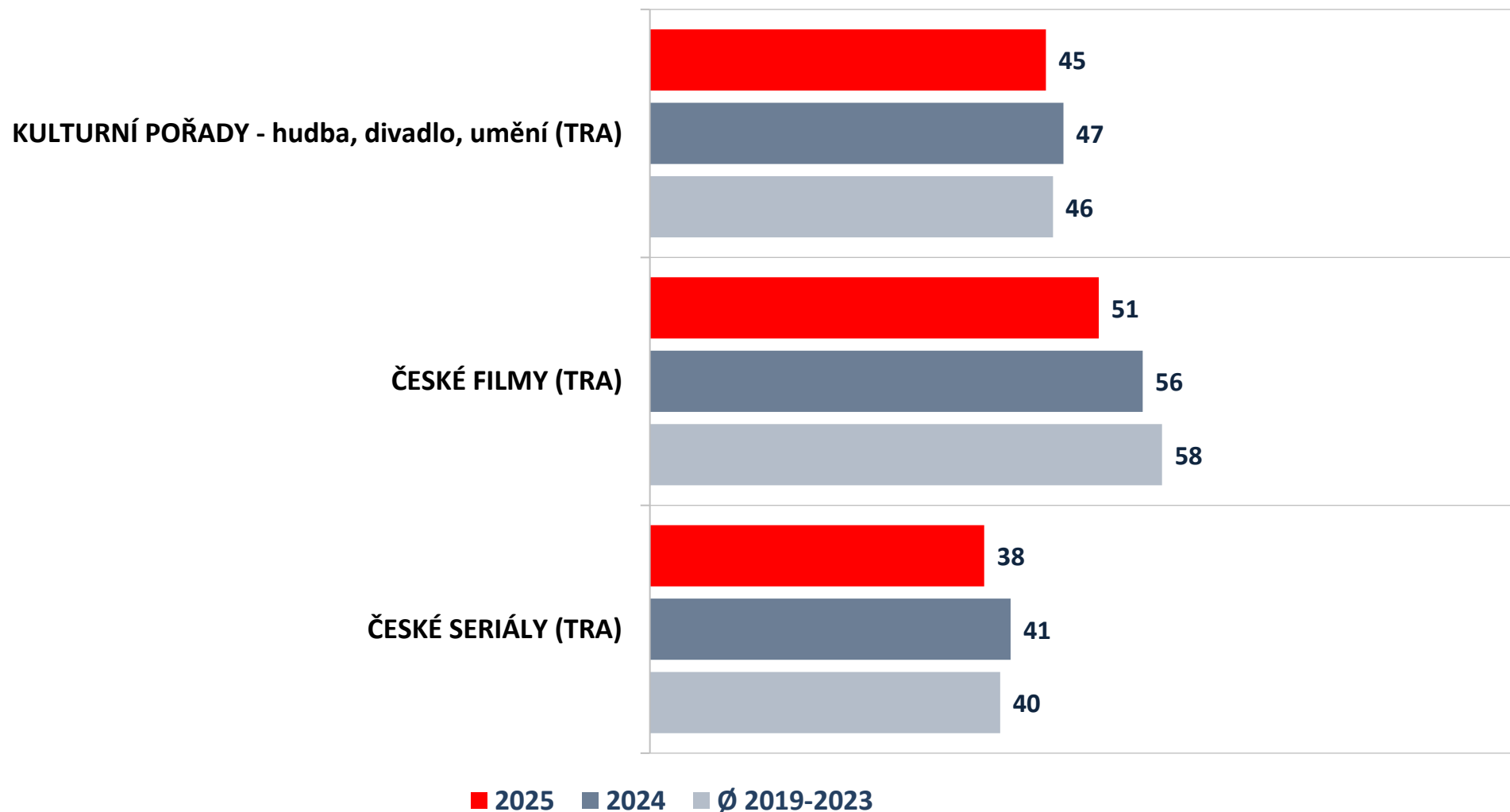
SPOKOJENOST, KVALITA A ÚROVEŇ KULTURNÍCH POŘADŮ

Zdroj: DKV ČT, v %



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

Zdroj: Tracking ČT, v %

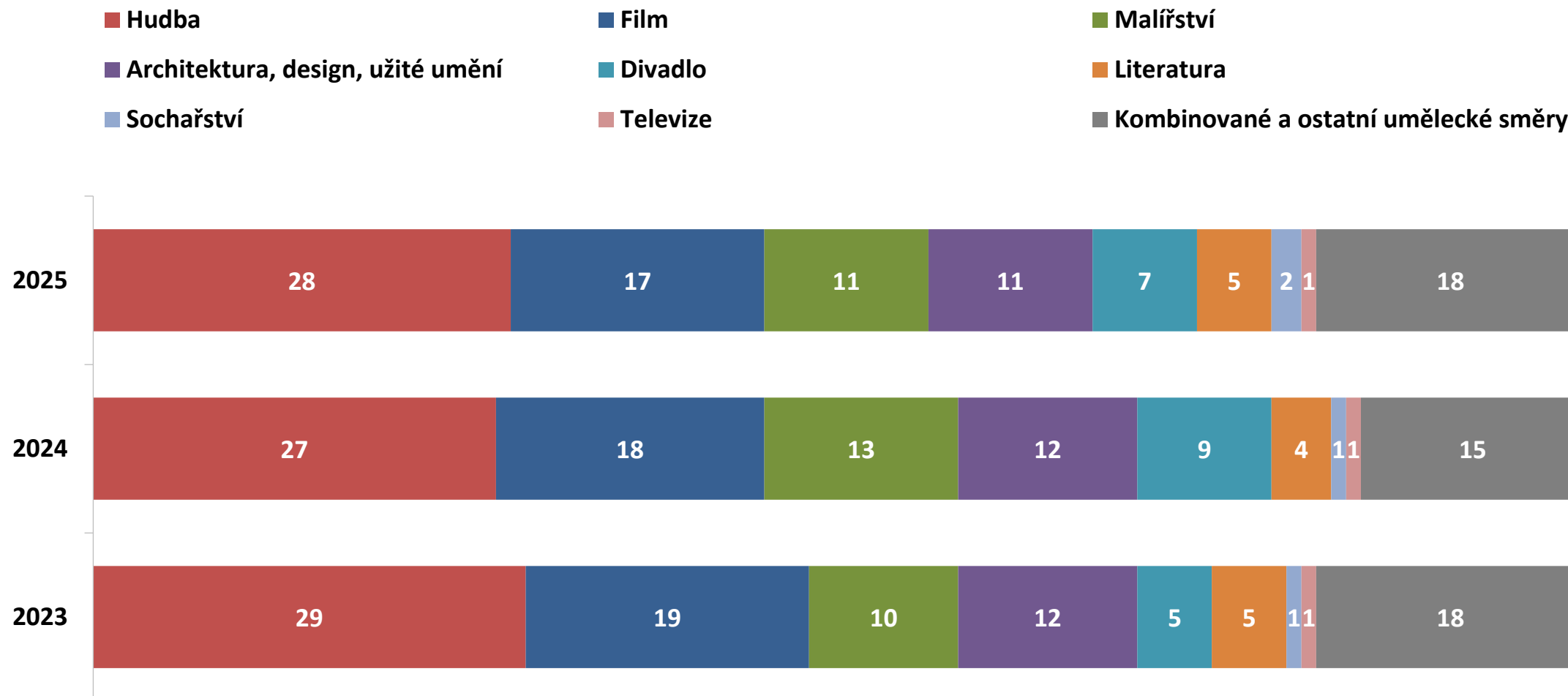


KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů ve vysílání ČT činil v minulém roce 61 %**, což značí meziroční pokles o 4 p.b. V porovnání s dlouhodobějším průměrem se jedná o ztrátu 8 p.b. Při interpretaci výsledků je nicméně 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.
- Koeficienty indikátorů zjišťovaných v rámci trackingového šetření *Vnímání vedoucího postavení ČT v oblasti kulturních pořadů* a *Vnímaný přínos ČT k posilování dobrých vztahů ve společnosti* oproti roku 2024 poklesly shodně o 2 p.b. (v prvním případě na 64 %, ve druhém na 52 %). Koeficient indikátoru *Vnímání širší programové nabídky ČT oproti komerčním televizím* stagnoval na hodnotě 66 %.
- **Spokojenost s kulturními pořady se v porovnání s rokem 2024 nezměnila (84 %)**. Ukazatele kvality a úrovně kulturních pořadů dosáhly 78 %, resp. 79 %.
- **Registrujeme úbytek podílu diváků, kteří vnímají některý z kanálů ČT jako hlavní, pokud jde o české filmy** (aktuálně 51 %, tedy o 5 p.b. méně než v roce 2024) a **české seriály (38 %; -3 p.b.)**.

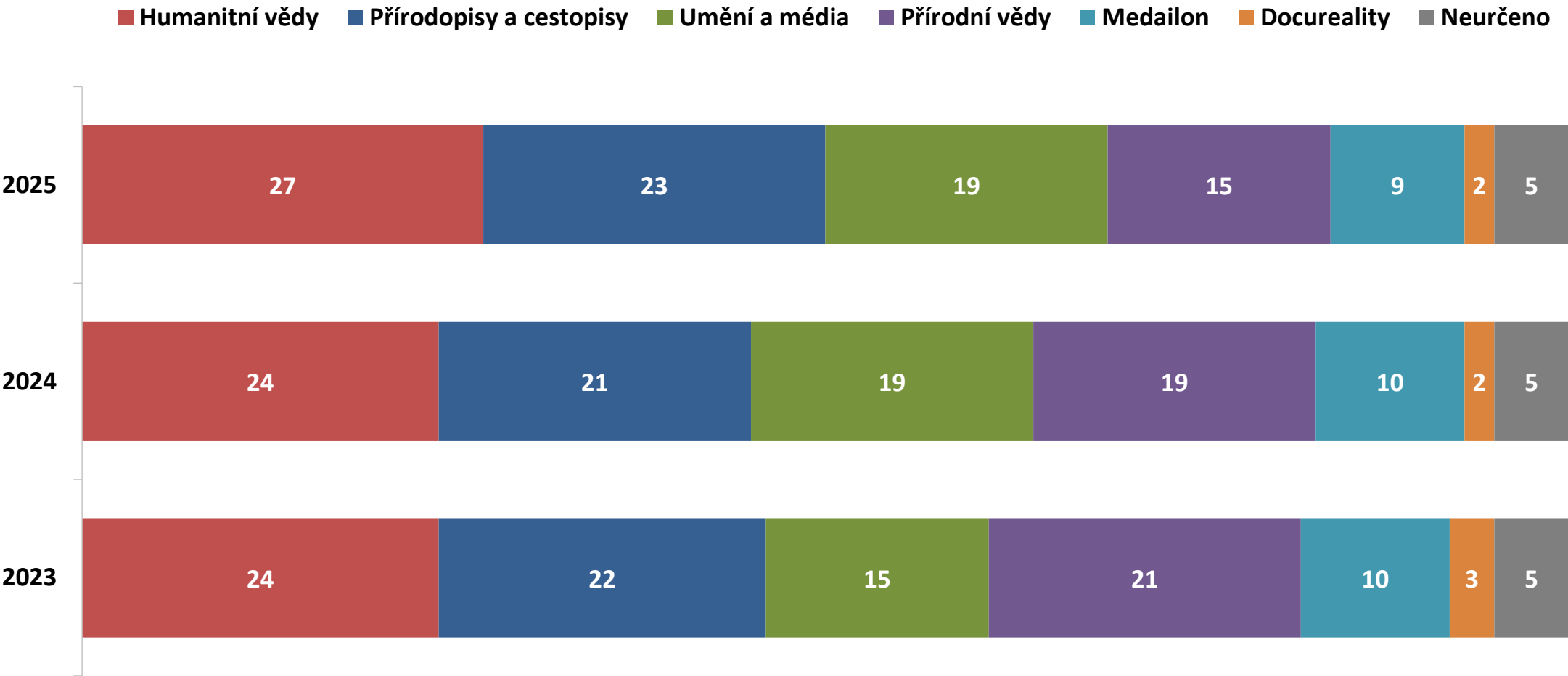
PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



2025: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)
Anifilm 2025
Colours of Ostrava
Czech Grand Design
Czech press photo
Činoherní klub - 60 let
Dvořákova Praha
FAMUFEST
Jazzfest Brno 2025
Khamoro 2025
KVIFF
Letní filmová škola Uherské Hradiště
Letní Letná
Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět
MFDF Ji.hlava
Rock for People
Serial Killer
Signal Festival
Smetanova Litomyšl
Svět knihy Praha
Tanec Praha
Týden Akademie věd
Zlatý Ámos
Zlín Film Festival

2025: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
Adventní koncerty České televize 2025	Háta, o.p.s., Charita Jablunkov, Pomocné tlapky, Hospic sv. Jana N. Neumanna
Benefiční Koncert hvězd proti bezmoci	ALSA
Benefiční koncert Smetanova Litomyšl Velké finále	Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové
Benefiční koncert Světlo pro Světlušku	NF ČRo
Benefiční open air koncert České filharmonie	Člověk v tísni
Benefiční speciál pořadu Kde domov můj?	Domov sv. Josefa, EDA cz
Benefiční speciál pořadu Zázraky přírody	Pomozte dětem
Ceny Fóra dárců 2025 pro osobnosti filantropie	Fórum dárců
StarDance tour	SOS dětské vesničky, Roska Ostrava, DEBRA ČR, Křižovatka handicap centrum, Sdružení TULIPAN, Nedoklubko
Tříkrálový koncert	Charita ČR

KOMENTÁŘ

- **Stejně jako v předchozích letech, byly i v roce 2025 hudební tituly nejčastějším typem uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Jejich podíl meziročně narostl o 1 p.b. na 28 %. Následují film (17 %), malířství (11 %) a architektura, design a užité umění (11 %).
- **Na poli dokumentárních pořadů měly největší podíl tituly věnované humanitním vědám (27 %; +3 p.b.),** s nevelkým odstupem skončily druhé přírodopisné či cestopisné pořady (23 %; +2 p.b.) a dokumenty o umění a médiích (19 %).
- **Česká televize mediálně podporuje celou řadu kulturních akcí,** některé již dlouhou řadu let. V roce 2025 se ČT partnersky podílela např. na *MFF Karlovy Vary*, mezinárodním festivalu seriálů *Serial Killer*, hudebním festivalu *Colours of Ostrava*, operním festivalu *Smetanova Litomyšl* nebo soutěži o nejlepšího učitele *Zlatý Ámos*.
- **Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů.** Z těch nejvýznamnějších, které Česká televize v roce 2025 mediálně zaštitila, zmiňme tradiční ***Adventní koncerty ČT***, benefiční speciály pořadů ***Zázraky přírody*** a ***Kde domov můj?*** nebo charitativní koncerty ***Světlo pro Světlušku*** a ***ALSA – Koncert hvězd proti bezmoci***.
- **Několik desetiletí trvající aktivita ČT na poli charity se nepochybně odráží také ve vysoké míře souhlasu s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty.** Tento postoj sdílí 82 % diváků starších 18 let.

VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

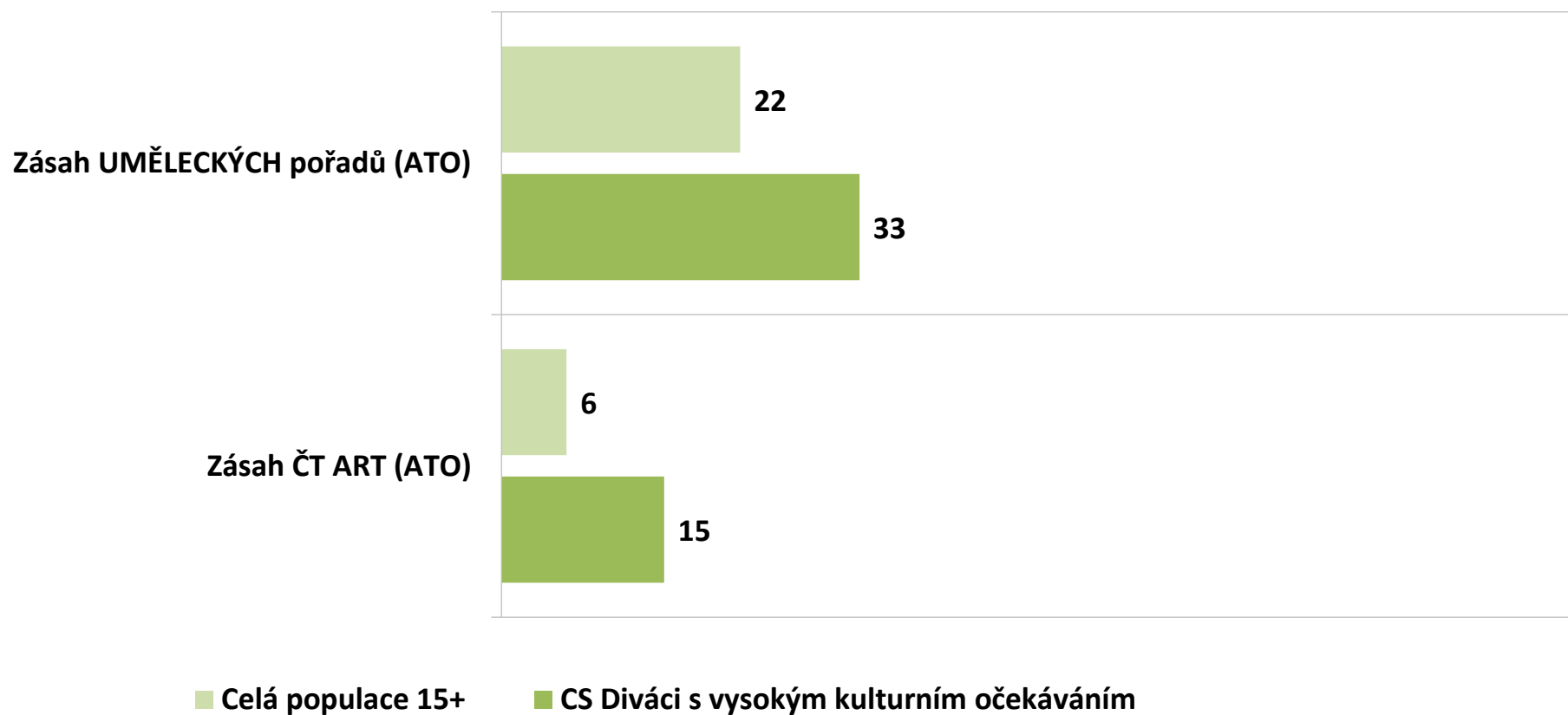
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

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.

2025: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

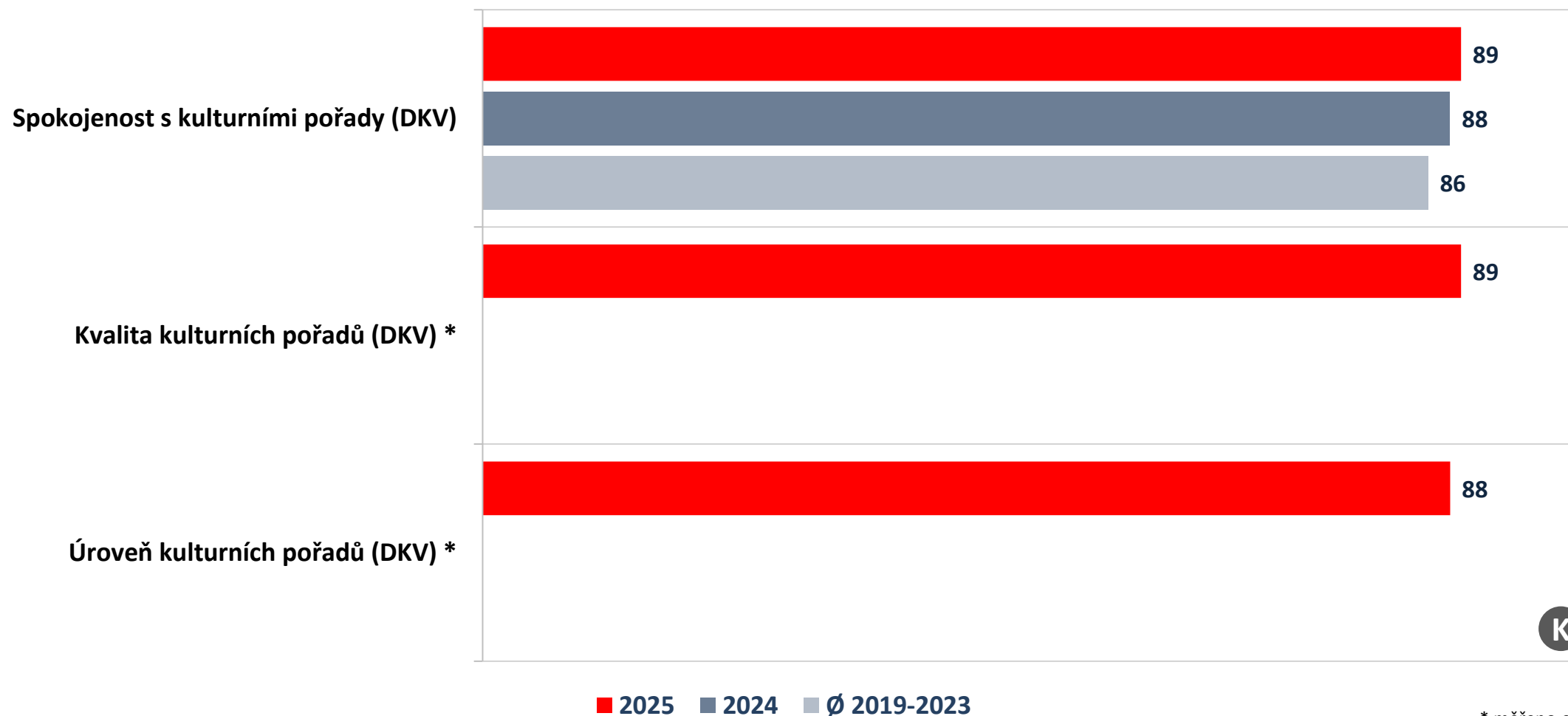
Zdroj: ATO – Nielsen, v %



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

SPOKOJENOST, KVALITA A ÚROVEŇ KULTURNÍCH POŘADŮ VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

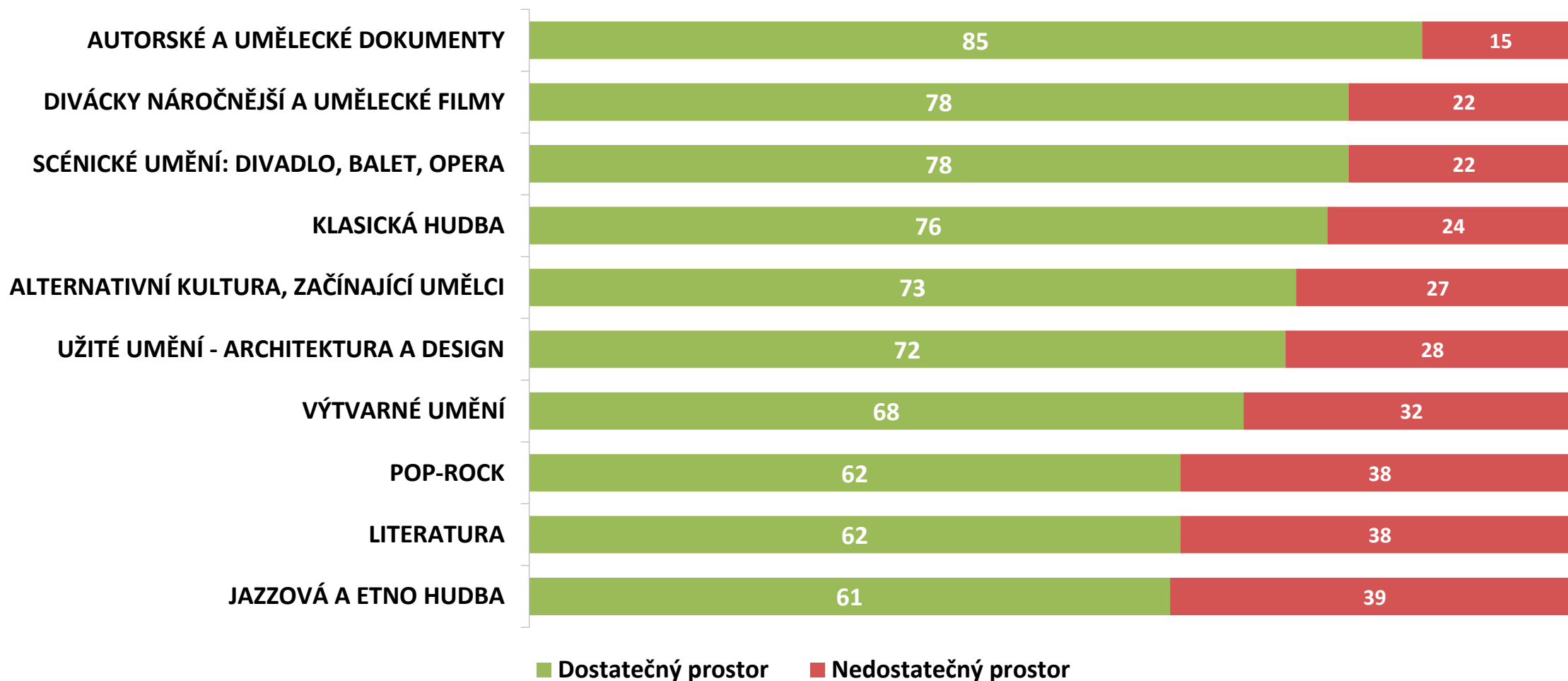
Zdroj: DKV ČT, v %



* měřeno od roku 2025

2025: 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 2025 v obecné populaci 15+ 22 %, v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním pak 33 %.
- **Samotný kanál ČT art v průměru každý týden zasáhl 15 % 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 89 %, byla tedy opět nadprůměrná. Index kvality a úrovně kulturních pořadů činil 89 resp. 88 %. **Nadále tak 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 nebo scénickému umění jako je divadlo, balet a opera. Uměleckými žánry, po jejichž větším zastoupení volají diváci nejčastěji, jsou jazzová a etnická hudba, literatura či pop-rock.

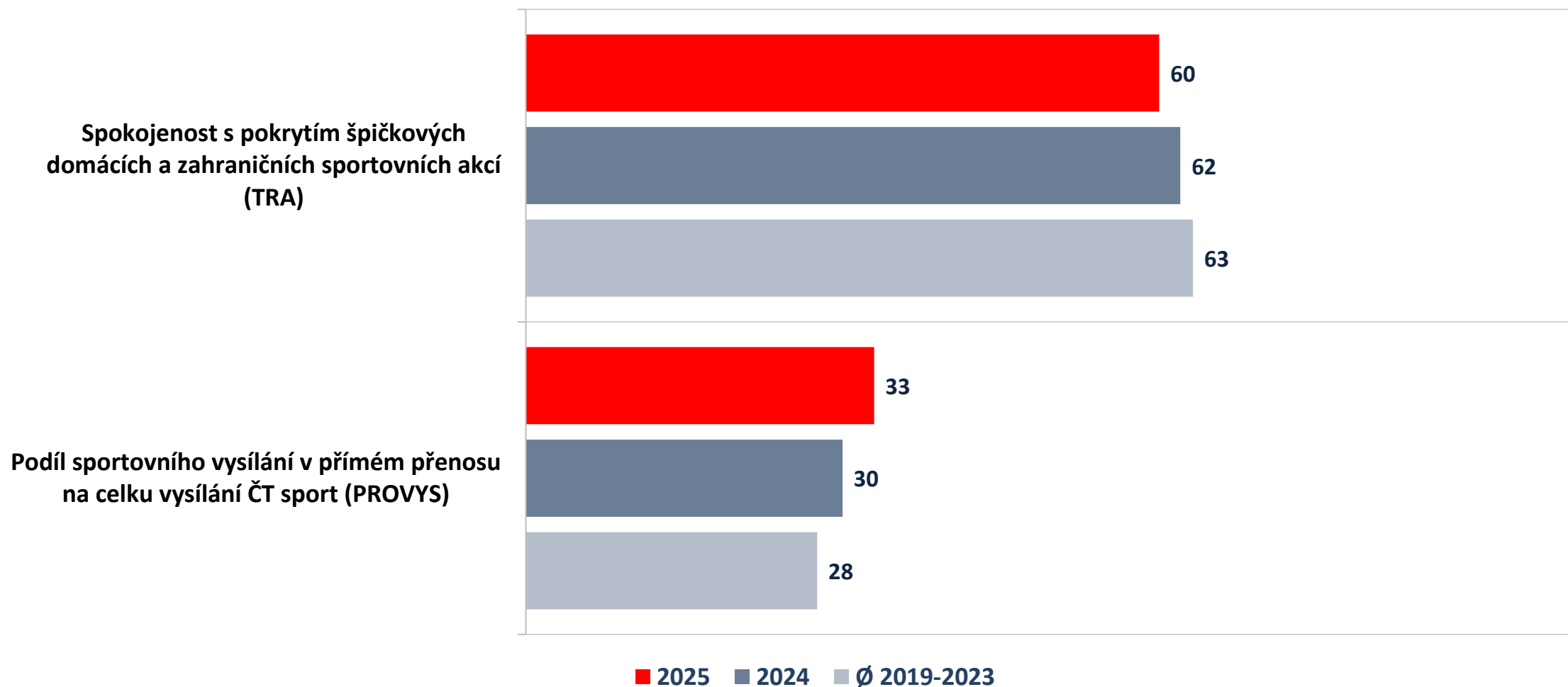
CÍL 4 – Podpora sportu

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)

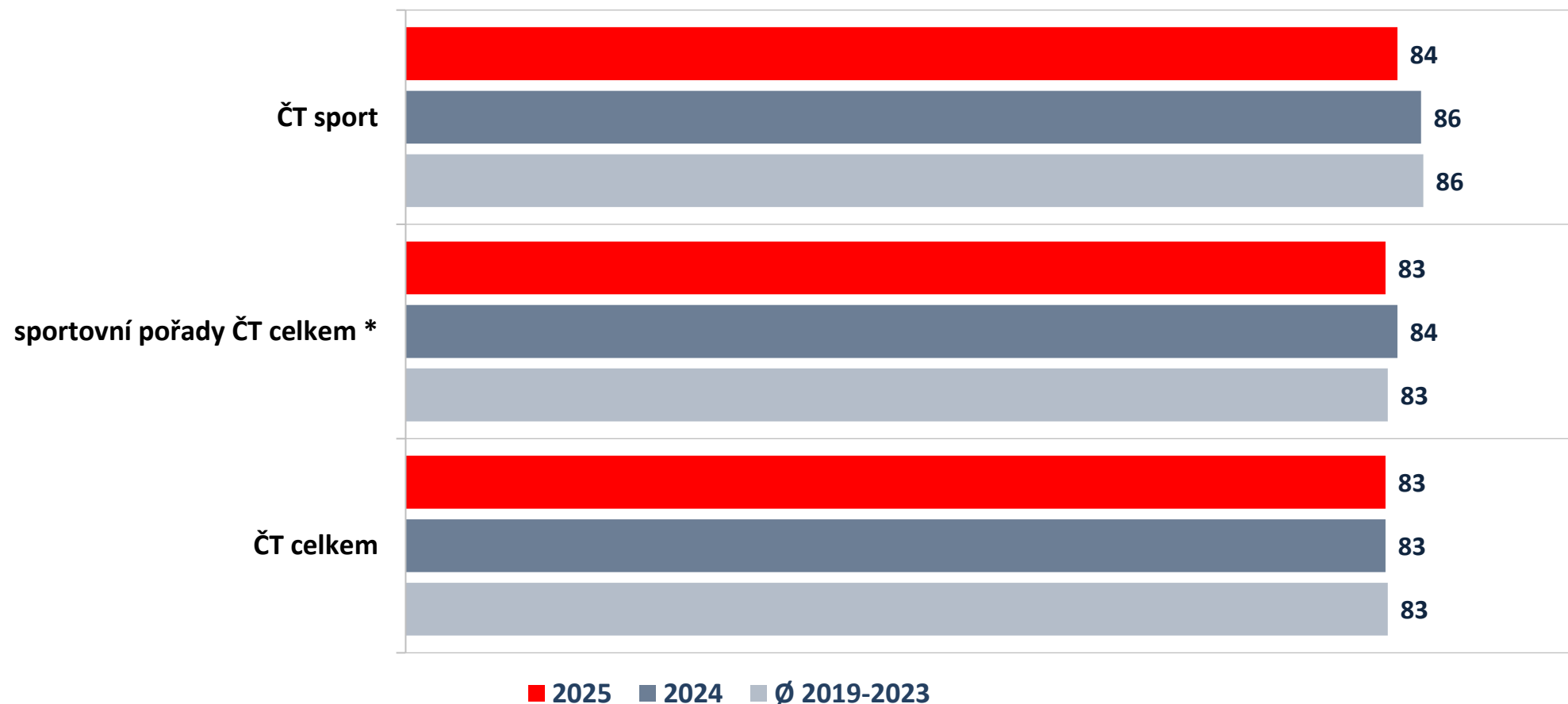
ZÁKLADNÍ PŘEHLED

Zdroje: Tracking ČT, PROVYS ČT, v %



SPOKOJENOST S VYSÍLÁNÍM KANÁLU ČT SPORT A SPORTOVNÍCH POŘADŮ *

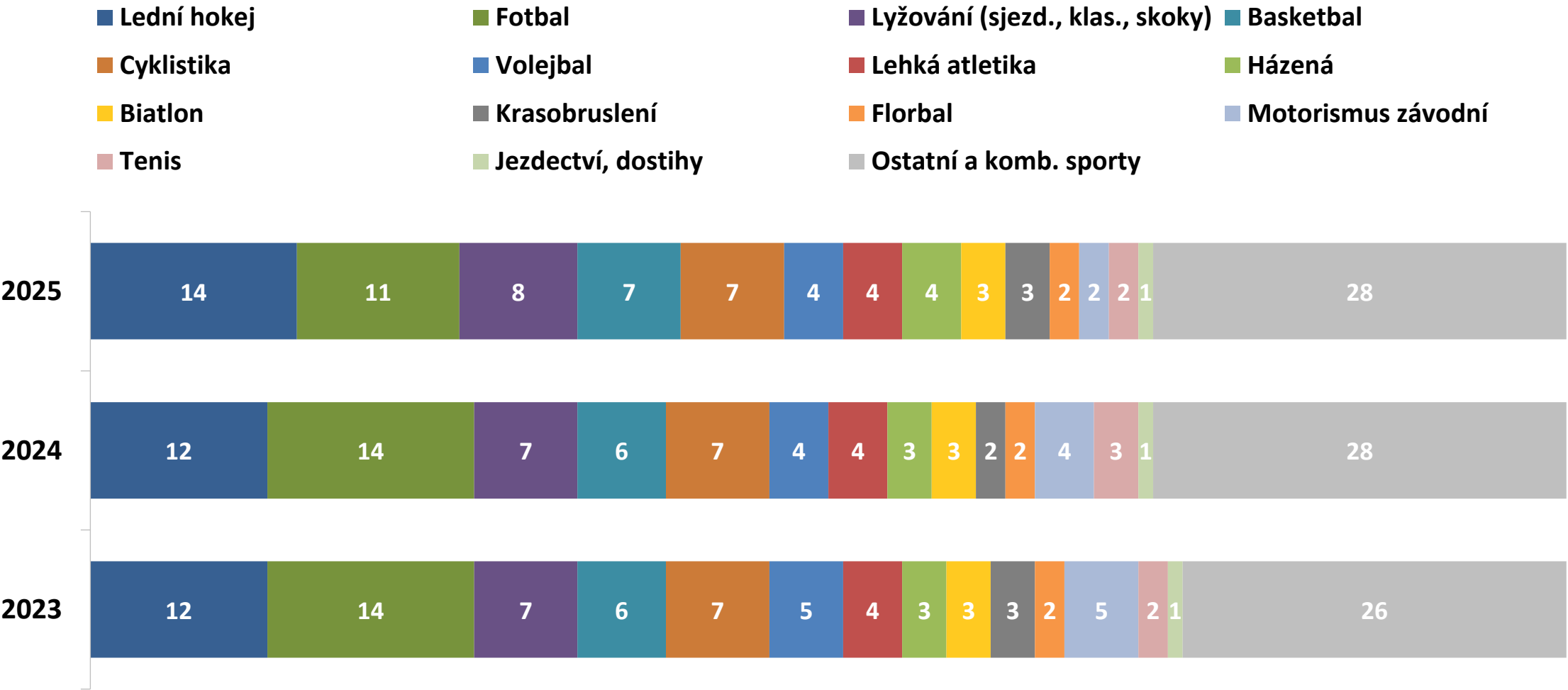
Zdroje: DKV ČT, v %



* 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 60 %. Oproti roku 2024 jde o mírný pokles o 2 p.b.,** ve srovnání s průměrem let 2019-2023 je to o 3 p.b. méně. Za příčinu zhoršujícího se hodnocení v posledních letech považujeme především strukturální změny ve vlastnictví vysílacích práv na přenosy z nejatraktivnějších sportů, které zčásti přešly (a dále přecházejí) na placené komerční kanály.
- **Podíl přímých sportovních přenosů na celku vysílání ČT sport se v roce 2025 mírně zvýšil na 33 % (+3 p.b.).** Oproti průměru let 2019-2023, které ale byly zčásti poznamenány profesionálnímu sportu nepřející covidovou pandemií, se jedná o nárůst o 5 p.b.
- **Koeficient spokojenosti s vysíláním stanice ČT sport dosáhl 84 %,** což je o 2 p.b. méně jak oproti roku 2024, tak i ve srovnání s obdobím let 2019-2023. U celku sportovních pořadů zůstal koeficient spokojenosti meziročně na stejné hodnotě (83 %).
- **Nejvysílanějším sportem se v loňském roce ve vysílání ČT stal lední hokej, na celku sportovního vysílání se podílel ze 14 %.** V těsném závěsu následoval fotbal s 11% podílem, na třetím místě bylo lyžování (klasické i alpské disciplíny) s 8 % plochy. Basketbal a cyklistika shodně zaznamenaly 7 %, čtyřprocentního podílu dosáhly volejbal, lehká atletika a házená.

2025: 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 biatlonu 2025 Švýcarsko	552	29,63	1 852	11	563
MS v hokeji 2025 Švédsko a Dánsko	533	22,36	5 473	29	562
SP v biatlonu	404	22,55	2 740	8	411
Kvalifikace na MS ve fotbalu 2026	321	11,37	2 260	12	332
MS v ledním hokeji U20 2025 Kanada *	206	11,03	1 991	12	219
Konferenční liga UEFA 2025/2026	200	7,51	719	8	209
MS v ledním hokeji žen 2025 Česko	198	7,37	1 812	6	204
Euro Hockey Tour	196	8,46	2 251	6	202
MS v atletice 2025 Japonsko	168	14,02	1 337	3	171
Tour de France	148	11,71	1 590	6	154
ME v biatlonu 2025 Itálie	152	6,40	663	1	154
MS v alpském lyžování 2025	148	11,69	1 401	3	151
SP v alpském lyžování 2024/2025	140	7,65	2 147	2	142
MS v cyklokrosu 2025 Francie	136	7,28	692	2	139
ME v rychlobruslení 2025	137	6,52	518	1	138
Billie Jean King Cup 2025	127	6,85	911	2	129
MS ve florbalu žen 2025 Česko	125	5,65	1 571	4	129
Halové ME v atletice 2025 Nizozemsko	124	5,91	1 482	1	125
ME v atletice družstev 2025 Španělsko	123	5,44	919	1	125
Turné čtyř můstků 2024/2025 *	112	4,70	750	1	113

2025: NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY

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

Akce	Datum	Sledovanost (000)	Podíl na publiku (%)	Zásah (000)	online Stream (000)	Sledovanost TV + stream (000)
MS v hokeji 2025: Švédsko – Česko	22.05.	1 780	48,55	3 056	107	1 887
MS v hokeji 2025: Norsko – Česko	11.05.	1 649	42,49	2 583	88	1 737
MS v hokeji 2025: Německo – Česko	19.05.	1 595	56,22	2 481	97	1 693
MS v hokeji 2025: Česko – Dánsko	12.05.	1 562	43,71	2 627	91	1 653
MS v hokeji 2025: Česko – USA	20.05.	1 504	54,26	2 633	112	1 615
MS v hokeji 2025: Česko – Maďarsko	15.05.	1 493	43,43	2 572	78	1 571
MS v hokeji 2025: Česko – Kazachstán	17.05.	1 182	48,96	2 065	59	1 241
MS v hokeji 2025: Švýcarsko – Česko	09.05.	1 084	47,50	1 858	72	1 156
MS v hokeji 2025: Švýcarsko – USA	25.05.	764	24,00	1 738	40	804
MS v biatlonu 2025: Hromadný start M / Lenzerheide	23.02.	649	28,61	751	10	659
MS v biatlonu 2025: Sprint M / Lenzerheide	15.02.	642	30,61	820	9	652
MS v biatlonu 2025: Štafeta Ž / Lenzerheide	22.02.	618	31,54	798	10	627
MS v biatlonu 2025: Štafeta M / Lenzerheide	22.02.	615	32,74	784	11	626
MS v biatlonu 2025: Stíhací závod M / Lenzerheide	16.02.	612	27,89	709	10	621
SP v biatlonu: Smíšená štafeta / Oberhof	12.01.	586	24,37	731	7	593
SP v biatlonu: Stíhací závod M /Anterselva	25.01.	574	29,17	751	9	583
SP v biatlonu: Single Mix štafeta / Oberhof	12.01.	565	23,40	712	7	572
MS v biatlonu 2025: Stíhací závod Ž / Lenzerheide	16.02.	564	23,23	686	8	572
SP v biatlonu: Štafeta M / Nové Město	09.03.	562	31,41	751	9	571
SP v biatlonu: Štafeta Ž / Nové Město	09.03.	559	26,14	795	9	568

KOMENTÁŘ

- **Nejsledovanější sportovní událostí roku 2025 bylo na domácích obrazovkách Mistrovství světa v biatlonu ve Švýcarsku**, kterému věnovalo pozornost průměrně **563 tisíc diváků** z cílové skupiny 4+, přičemž průměrný podíl na publiku činil 29,63 %.
- Téměř totožné sledovanosti dosáhlo **MS v ledním hokeji** konané ve Švédsku a Dánsku. **Přenosy průměrně sledovalo 562 tisíc diváků** při podílu na publiku 22,36 %.
- **Na průměrnou sledovanost přes 300 tisíc diváků** dosáhly ještě přenosy ze **Světového poháru v biatlonu** a také **Kvalifikace na MS ve fotbale 2026**.
- Čím dál větší přízni se i přes časový posun v posledních letech těší **MS v ledním hokeji do 20 let**. Loni bodovalo také **MS žen v ledním hokeji**, které se konalo na domácí půdě. **Průměrná sledovanost přenosů z obou klání přesáhla 200 tisíc diváků**.
- Žebříček dvaceti nejsledovanějších samostatných sportovních přenosů zcela ovládly lední hokej a biatlon. Vůbec **neysledovanějším bylo čtvrtfinále MS v hokeji Švédsko - Česko s 1,89 milionem diváků** a podílem na publiku 48,55 %. Jednalo se o 11. nejsledovanější přenos v historii kanálu ČT sport.
- **Hranici 1 milionu diváků překročilo v roce 2025 celkem osm přímých přenosů, všechny z MS v hokeji**.
- Za zmínku stojí také **finálové utkání MS ve florbale žen mezi Českem a Švýcarskem, které v průměru sledovalo 444 tisíc diváků, a stalo se tak nejsledovanějším florbalovým přenosem v historii ČT**.

2025: PŘEHLED A SLEDOVANOST VYSÍLANÝCH MISTROVSTVÍ SVĚTA A EVROPY

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 biatlonu 2025 Švýcarsko	12	552	29,63	1 852	11	563
MS v hokeji 2024 Česko	60	533	22,36	5 473	29	562
MS v ledním hokeji U20 2025 Kanada *	12	206	11,03	1 991	12	219
MS v ledním hokeji žen 2025 Česko	10	198	7,37	1 812	6	204
MS v atletice 2025 Japonsko	9	168	14,02	1 337	3	171
ME v biatlonu 2025 Itálie	4	152	6,40	663	1	154
MS v alpském lyžování 2025	17	148	11,69	1 401	3	151
MS v cyklokrosu 2025 Francie	5	136	7,28	692	2	139
ME v rychlobruslení 2025 Nizozemsko	3	137	6,52	518	1	138
MS ve florbalu žen 2025 Česko	14	125	5,65	1 571	4	129
Halové ME v atletice 2025 Nizozemsko	7	124	5,91	1 482	1	125
ME v atletice družstev 2025 Španělsko	3	123	5,44	919	1	125
MS v klasickém lyžování 2025 Norsko	11	98	7,77	912	2	99
MS ve volejbalu mužů 2025 Filipíny	16	89	8,03	1 126	4	94
MS ve skocích na lyžích 2025 Norsko	9	80	4,38	827	1	81
ME v krasobruslení 2025 Estonsko	9	75	3,64	1 284	1	76
ME v rychlostní kanoistice 2025 Itálie	6	64	4,28	422	1	64
MS v severské kombinaci 2025 Norsko	13	60	3,98	593	1	61
MS v rychlobruslení 2025 Norsko	9	57	2,00	737	1	58
MS v biatlonu juniorů 2025 Švédsko	10	53	3,71	578	1	53
MS v curlingu 2025 Kanada	5	45	2,58	508	0	46

2025: 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 ledním hokeji U20 2025 Kanada *	12	206	11,03	1 991	12	219
Kvalifikace na EURO U21 2027	5	108	4,59	774	3	111
EURO U21 2025 Slovensko	19	92	4,02	1 385	3	94
MS ve fotbale U17 2025 Katar	9	55	4,01	612	1	56
MS v biatlonu juniorů 2025	10	53	3,71	578	1	53
MS v ledním hokeji U18 2025 USA	6	37	2,75	512	1	38
MS ve volejbalu U21 2025 Čína	4	36	3,71	224	1	38
ME v ragby XV U18 2025 Česko	1	29	1,24	146	1	30
MS v basketbalu U19 2025 Česko	8	28	1,37	405	1	28
Olympiáda dětí a mládeže 2025	70	24	2,08	625	0	25
MS v orientačním běhu juniorů 2025	2	17	2,21	70	0	17
Pohár mládeže FAČR 2025	13	16	0,83	150	0	16
MS v házené U19 2025 Egypt	6	11	0,78	162	0	11
ME ve vodním slalomu juniorů a U23 2025	1	9	0,56	16	0	9

2025: 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)
MS v parahokeji 2025 USA	2	27	0,92	185	1	28
Archiv D	22	15	1,86	322	0	15
Světový turnaj parahokeje 2025 Česko	4	12	0,65	104	0	12
Přípravné utkání mužů v paraflorbalu 2025	1	8	0,81	16	0	8
Sport v regionech: Liga seniorů v Táboře	1	7	0,71	6	0	7
Tenis: Wheelchair Czech Open	1	1	0,09	0	0	1

2025: 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)
S ČT sport na vrchol 2025	20	46	2,26	522	1	47
Univerzitní liga ledního hokeje	4	11	0,37	204	0	11
Sokolský zpravodaj	18	9	1,00	97	0	9
NCAA 2025	4	2	0,99	20	0	2

KOMENTÁŘ

- **ČT odvysílala v loňském roce přenosy z několika desítek různých mistrovství světa či Evropy.** Vedle již zmíněných světových šampionátů v biatlonu, hokeji a florbalu je třeba zmínit také MS v cyklokrosu, atletice, alpském i klasickém lyžování, v bruslařských disciplínách, silniční cyklistice či házené.
- **Ze sportovních akcí mládeže a juniorů diváci věnovali nejvíce pozornosti MS v ledním hokeji do 20 let nebo fotbalové kvalifikaci na ME hráčů do 21 let.**
- **Nejsledovanějším samostatným přenosem zaměřeným na mládež a juniory bylo stejně jako na MS dospělých utkání Česko-Švédsko, v tomto případě o bronzové medaile. Přenos sledovalo 540 tisíc diváků s podílem na publiku 25,36 %.**
- **Pokud jde o sport hendikepovaných,** zařadila Česká televize do vysílání především přenosy z para hokeje nebo tenisového turnaje vozíčkářů. **Primárně divákům z řad seniorů** byla určena série archivních sportovních dokumentů *Archiv D* nebo pravidelný *Sokolský zpravodaj*.
- **Amatérský sport** měl na obrazovkách své zastoupení v podobě pořadu *S ČT sport na vrchol*, věnovaného amatérským lyžařům.
- **Univerzitní sport** reprezentovaly zejména přenosy z univerzitní ligy ledního hokeje.

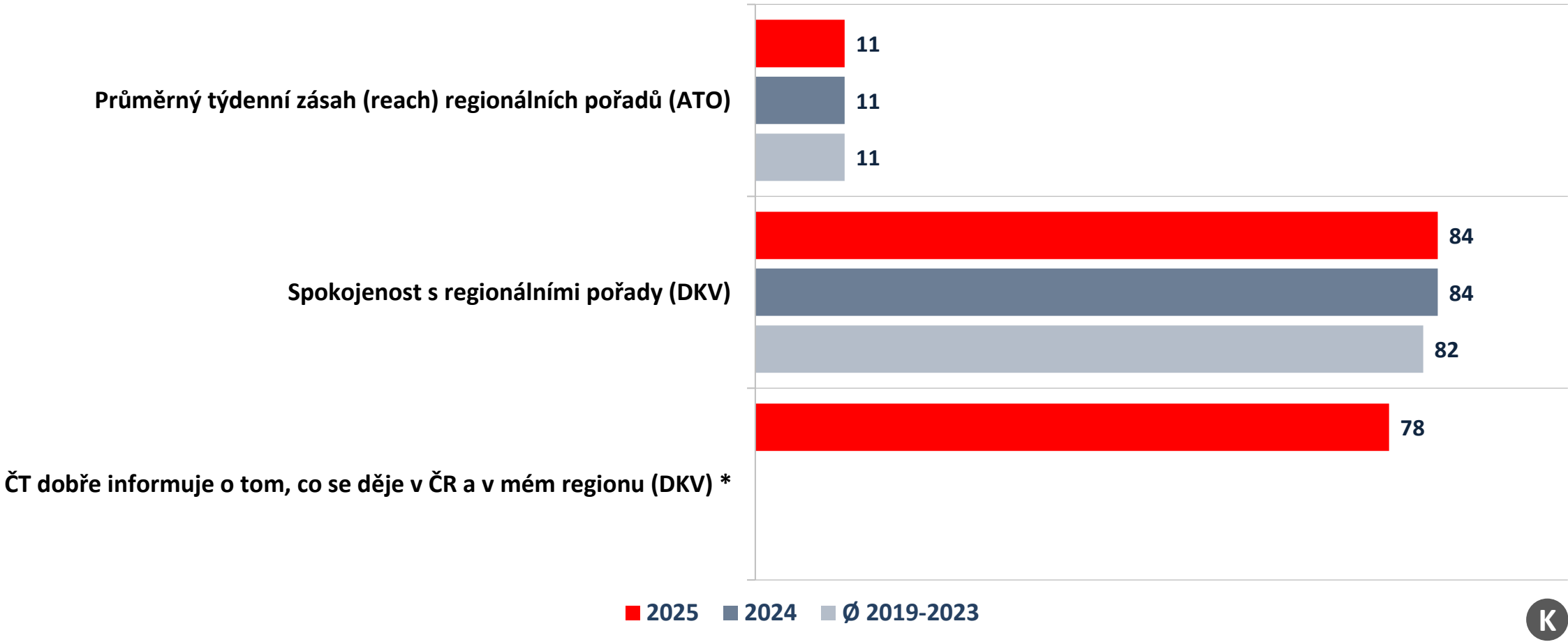
CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

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)

ZÁKLADNÍ PŘEHLED

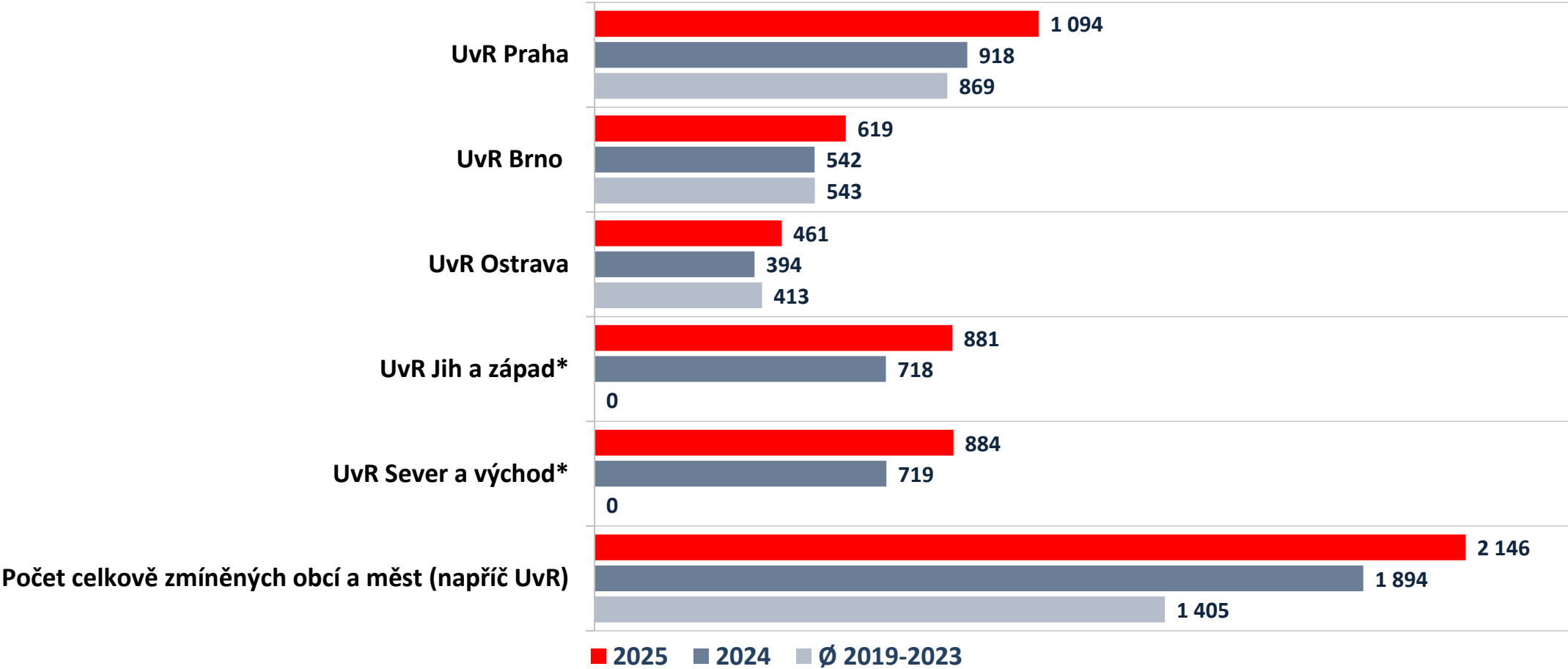
Zdroje: ATO – Nielsen, DKV ČT, v %



* měřeno od roku 2025

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 %



	2025	2024	2023	2022	2021	2020
TS Brno	10	10	10	10	10	9
TS Ostrava	10	9	9	9	10	9
ČT Praha	80	81	81	81	80	82



	2025	2024	2023	2022	2021	2020
TS Brno	15	14	15	15	14	14
TS Ostrava	10	11	10	10	12	12
ČT Praha	75	75	75	75	74	74



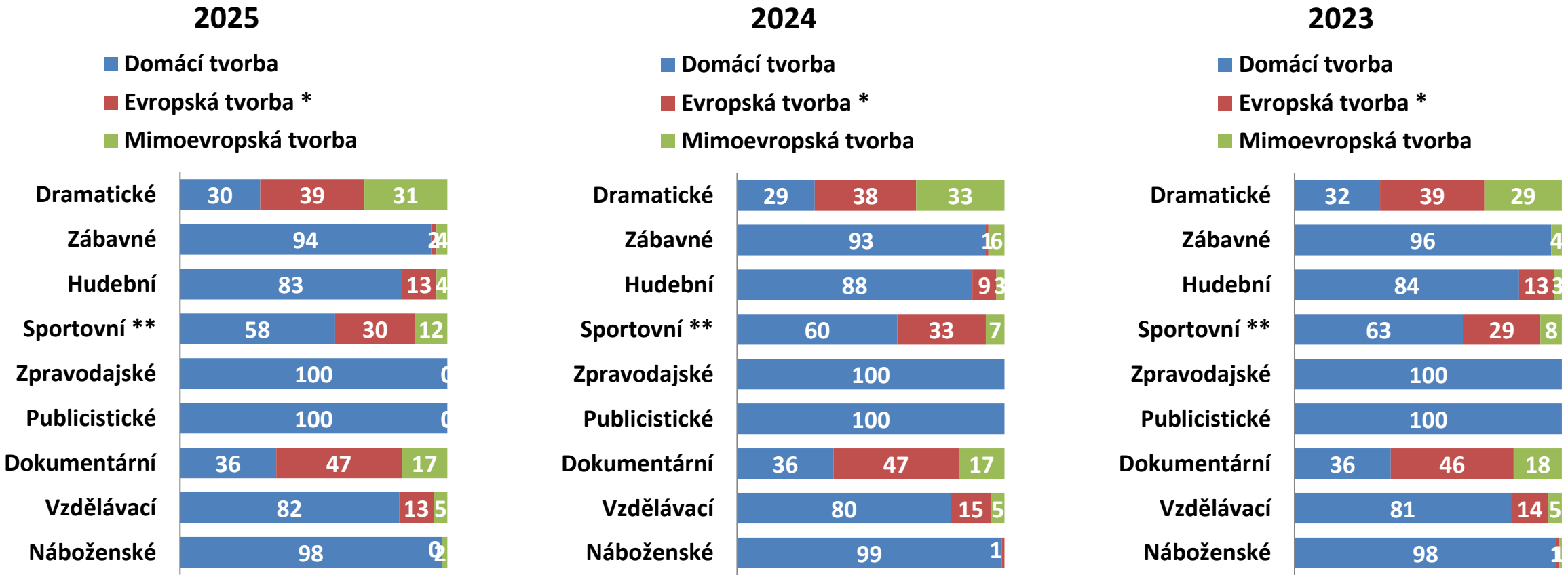
	2025	2024	2023	2022	2021	2020
TS Brno	11	11	11	11	12	11
TS Ostrava	15	15	15	14	14	14
ČT Praha	74	74	74	75	74	75

KOMENTÁŘ

- Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů České televize dosáhl v roce 2025 hodnoty 11 %, meziročně ani ve střednědobém horizontu se tedy nezměnil.
- Již v roce 2023 bylo spuštěno vysílání dvou nových regionálních zpravodajských studií: **Jihozápad** (Plzeň, České Budějovice) a **Severovýchod** (Hradec Králové, Ústí nad Labem), což se mimo jiné projevilo i ve významném nárůstu celkového počtu obcí a měst zmíněných v pořadu *Události v regionech*. Tento trend pokračoval i v roce 2025, kdy se **celkový počet zmíněných sídel** zvýšil na **2 146** (meziročně +13 %).
- **Koeficient spokojenosti diváků s regionálními pořady zůstal meziročně na hodnotě 84 %, oproti průměru let 2019-2023 se jednalo o navýšení o 2 p.b.**
- **78 % diváků se domnívá, že ČT dobře informuje o tom, co se děje v ČR a jejich regionu.**
- **Podíl regionálních studií TS Brno a TS Ostrava na vysílání plnoformátových programů ČT1 a ČT2 v roce 2025 výrazně převyšoval zákonem stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, podíl na vysílání regionálních studií dosáhl přesně této hranice (TS Brno 10 % a TS Ostrava 10 %).

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

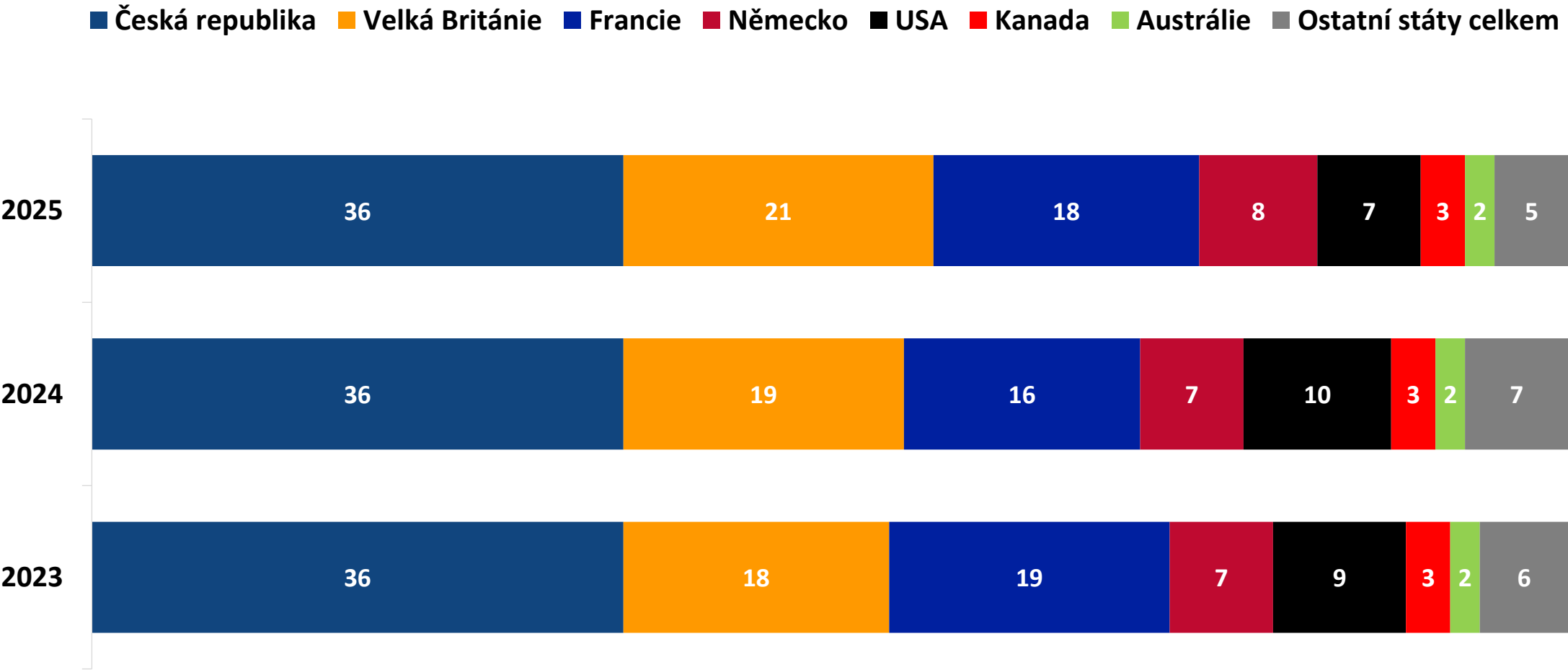
Zdroj: PROVYS ČT, v %



* 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.

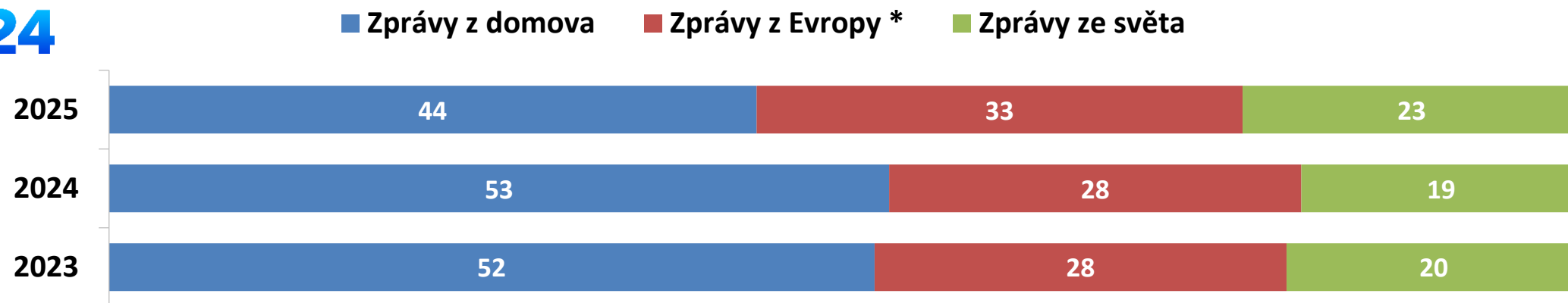
ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

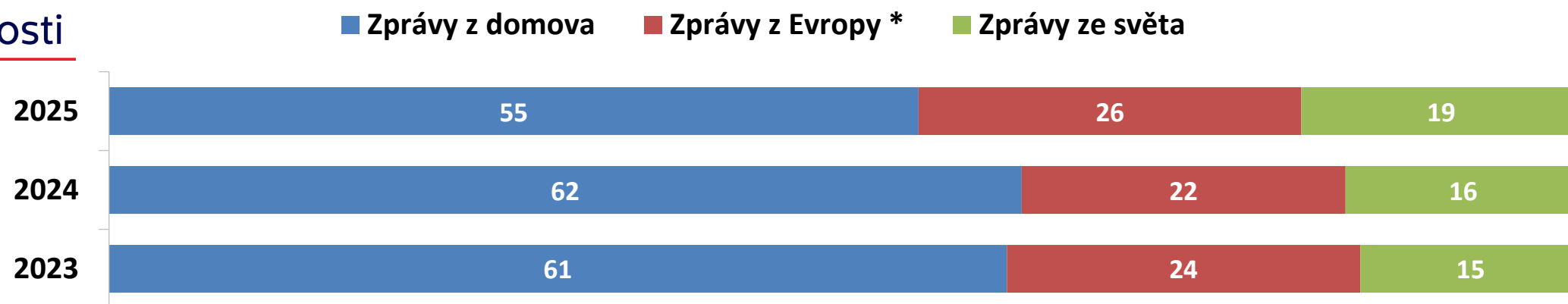


PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %



Události



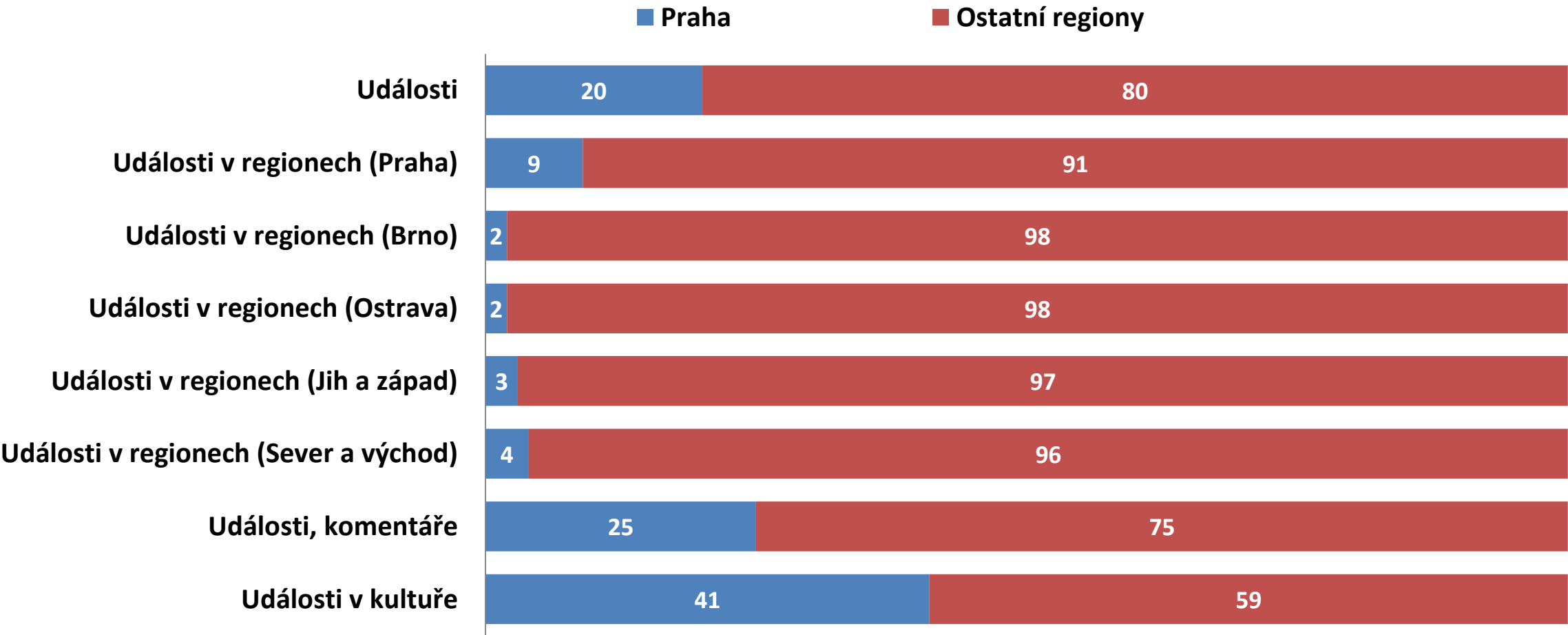
* Do kategorie „zprávy z Evropy“ jsou zahrnuty všechny zprávy týkající se členských států Rady Evropy s výjimkou České republiky.

KOMENTÁŘ

- **Podíl domácí tvorby na zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí byl i v roce 2025 absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby (evropské či mimoevropské) jsme zaznamenali u dramatických pořadů (podíl 70 %; meziročně -1 p.b.) a dokumentárních pořadů (64 %; beze změny).
- Podíl různých zemí původu na zahraničních dokumentárních pořadech vysílaných ČT zůstává v posledních letech v zásadě stabilní. **Nadále platí, že Česká televize výrazně nejčastěji přebírá dokumenty z Velké Británie a Francie, u obou zemí došlo v minulém roce k mírnému nárůstu o 2 p.b.** Naopak pokles o 3 p.b. jsme zaznamenali u dokumentů z USA. **Největší část dokumentárního vysílání nicméně i loňském roce zabíraly domácí dokumenty;** jejich podíl byl více než třetinový (36 %; meziročně beze změny).
- **Vzhledem k neklidné geopolitické situaci došlo v minulém roce ve vysílání ČT24 k nárůstu podílu zpráv z Evropy (z 28 % na 33 %) i ze světa (z 19 % na 23 %), recipročně o 9 p.b. poklesl podíl zpráv z domova.** Zprávy ze zahraničí tak vysílání dominovaly (56 % oproti 44 % zpráv z domova). Rostoucí trend podílu zahraničního zpravodajství jsme zaznamenali také u hlavní zpravodajské relace ČT *Události*. Stále zde s 55 % převládaly zprávy z domova, ale jejich podíl meziročně klesl o 7 p.b.

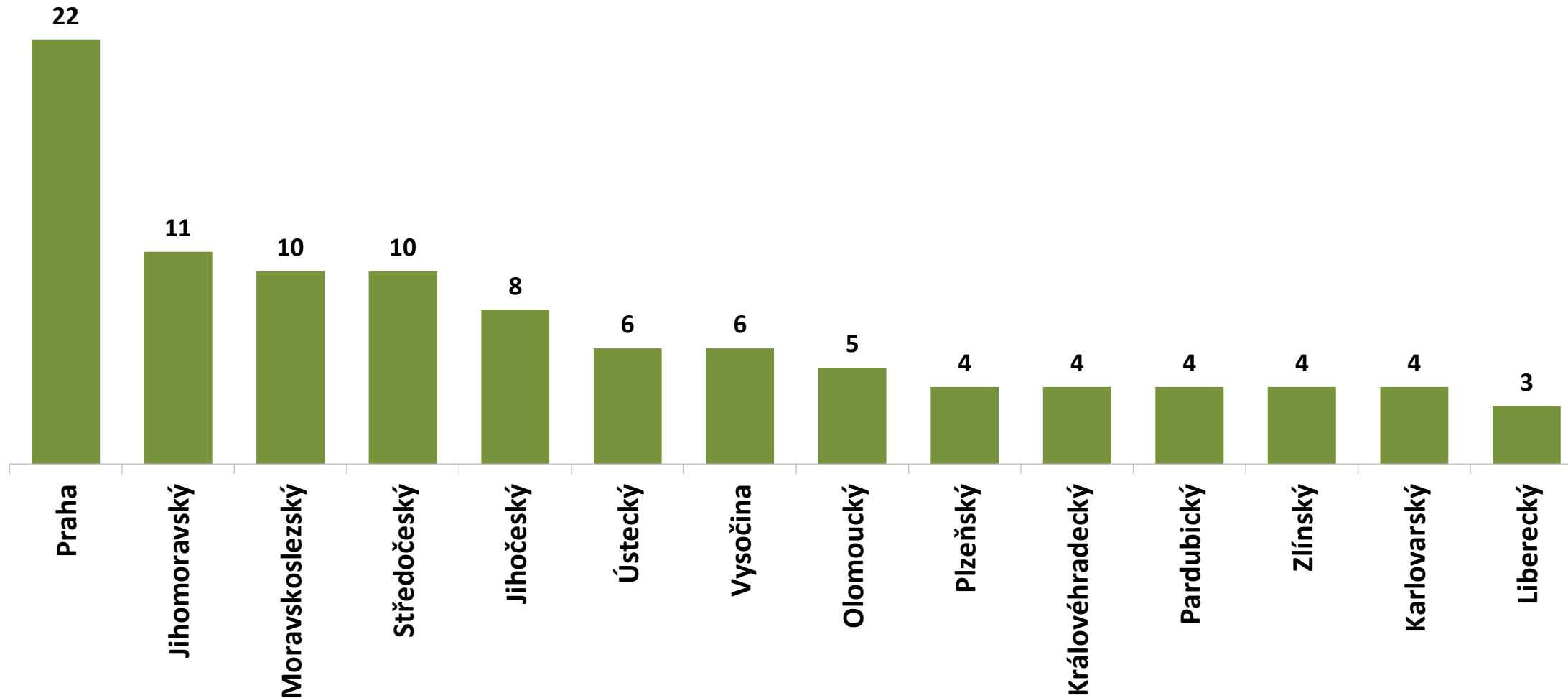
2025: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

Zdroj: Media Tenor, v %



2025: 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 %, meziročně se nezměnil.**
- V rámci *Událostí, komentářů* se tématy souvisejícími s Prahou zabývalo 25 % všech regionálních příspěvků. V *Událostech v kultuře* byl tento podíl dokonce 41 %, což nepochybně souvisí s tím, že v Praze sídlí celá řada významných kulturně-společenských institucí, jakými jsou divadla, muzea, koncertní síně apod. Zároveň platí, že světově známí umělci vystupující v ČR míří nejčastěji právě do Prahy.
- **Rovněž u podílu zpráv z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství *Událostí* je patrné výrazně vyšší poměrné zastoupení příspěvků vázaných na metropoli (22 %).** Je to přirozeně dáno tím, že v Praze sídlí **Parlament, Úřad vlády, ministerstva, prezident i řada dalších centrálních institucí.** Pokud bychom Prahu nebrali v potaz, pak by podíl témat a událostí vázaných na ostatní kraje víceméně odpovídal jejich podílu na populaci. V dalším pořadí tak za Prahou nalezneme zprávy z nejlidnatějších krajů, tedy Jihomoravského (11 %), Moravskoslezského a Středočeského (shodně 10 %).

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.

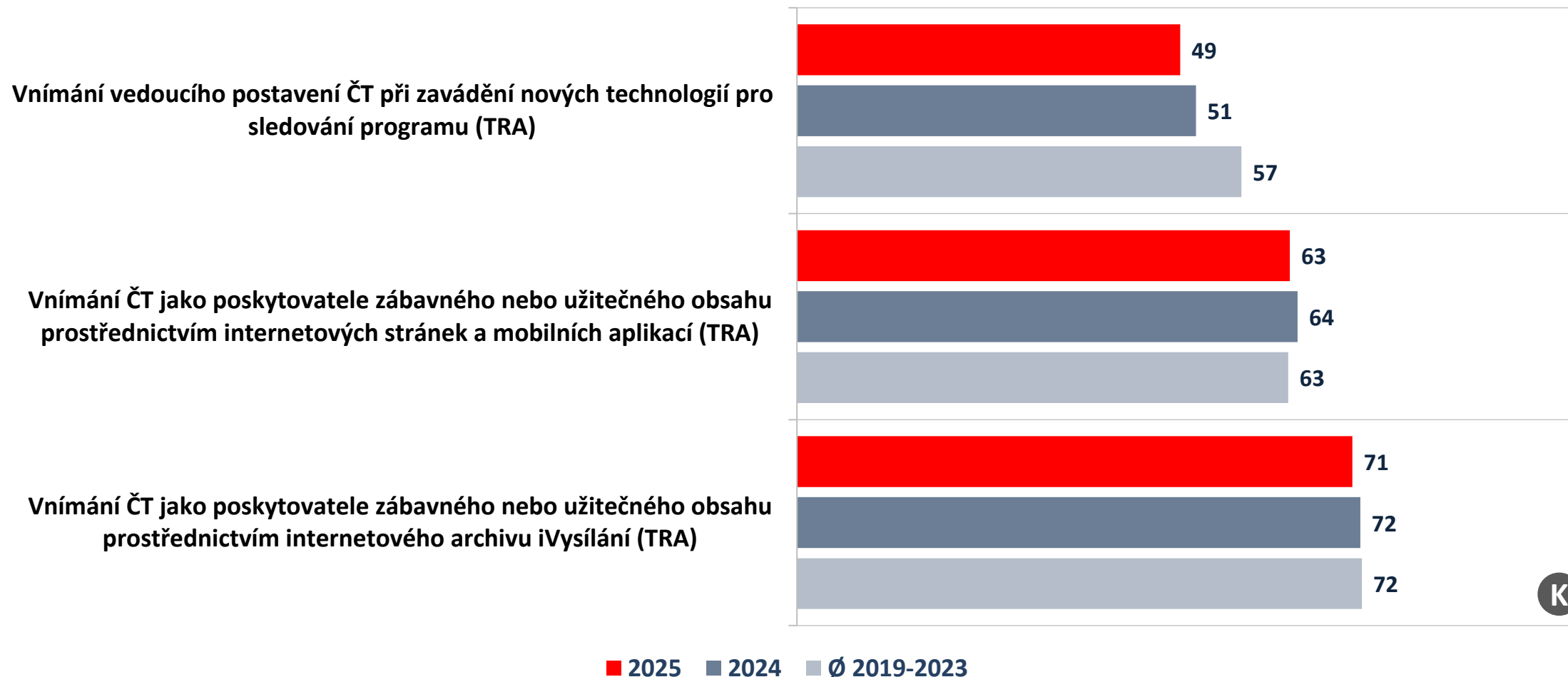
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích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

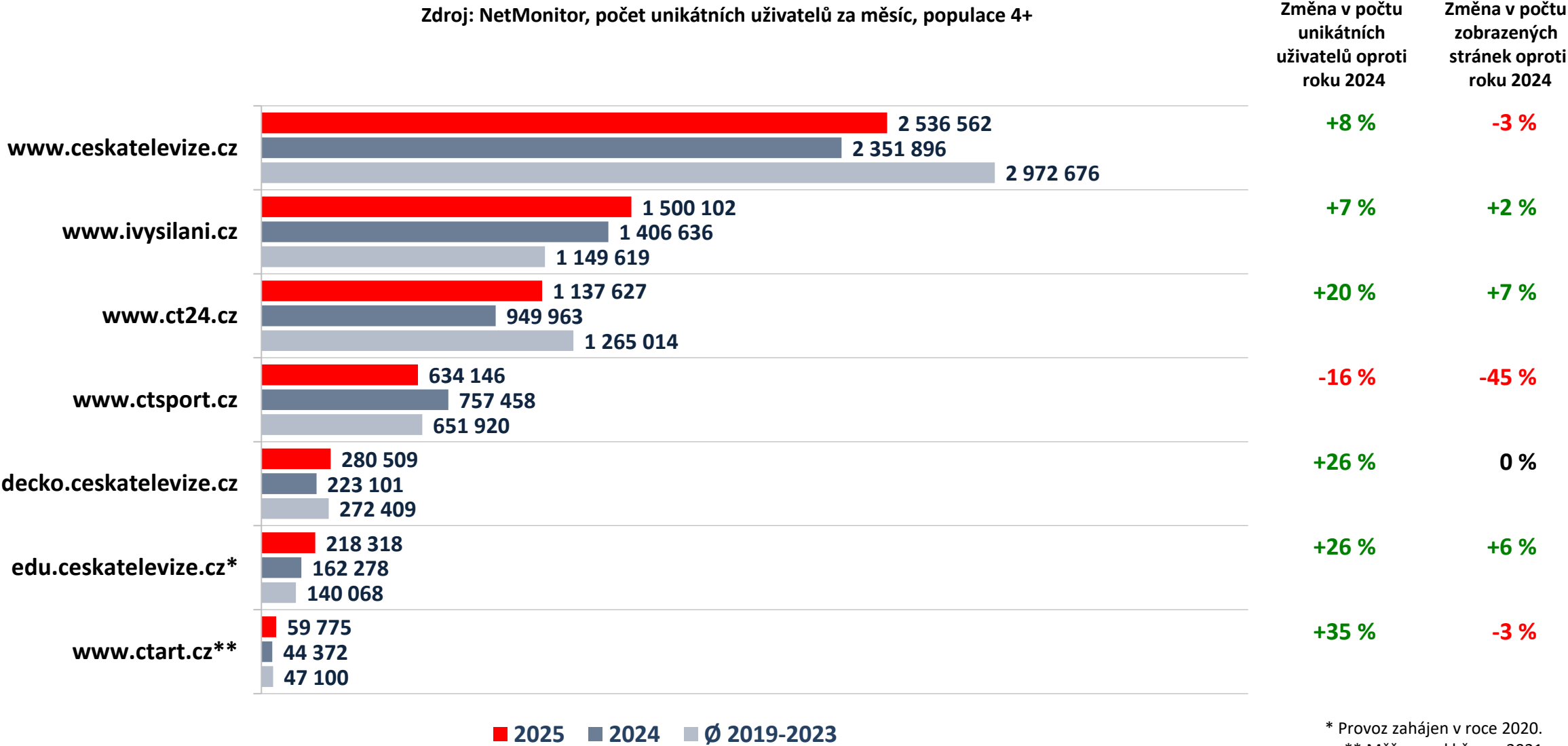
Zdroj: Tracking ČT, v %



K

PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

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



* Provoz zahájen v roce 2020.
** Měřeno od března 2021

KOMENTÁŘ

- **Koeficient indikátoru *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* dosáhl úrovně 49 %.** Oproti roku 2024 poklesl o 2 p.b., oproti průměru let 2019-2023 o 8 p.b. Koeficient indikátoru ***Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací*** klesl o 1 p.b. na hodnotu 63 %, jedná se přitom o stejný výsledek jako v letech 2019-2023. Koeficient indikátoru ***Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetového archivu iVysílání*** klesl jak proti roku 2024, tak i ve srovnání s průměrem předchozích let o 1 p. b. na 71 %.
- 1. září 2025 byla do měření návštěvnosti webů NetMonitor zavedena nová metodika Jar Flex, která nahradila stávající metodiku Constant Panel. Tato metodika lépe reaguje na omezení související s nedostatečnou podporou souborů cookie třetích stran v některých webových prohlížečích. Od změny metodiky jsme očekávali navýšení počtu uživatelů webových stránek ČT, jak to ostatně naznačovala i testovacích data získaná v průběhu roku 2025. Výsledky za období září-prosinec 2025 odpovídají předpokladům: U hlavních měřených webů ČT je navýšení počtu uživatelů proti stejnému období v roce 2023 cca 30%. Nová metodika navyšuje počty reálných uživatelů a návštěv, zatímco počty zobrazených stránek a celkově strávený čas na webech neovlivňuje.
- Na všech měřených webech ČT, kromě ČT sport, jsme zaznamenali meziroční nárůst počtu unikátních uživatelů.
- **Hlavní web ceskatelevize.cz navštívilo v roce 2025 v průměru za měsíc více než 2,5 miliónu uživatelů, což je o 8 % více než v roce 2024.** Podíváme-li se na počet zobrazených stránek, vidíme nicméně mírný meziroční pokles o 3 %.

KOMENTÁŘ

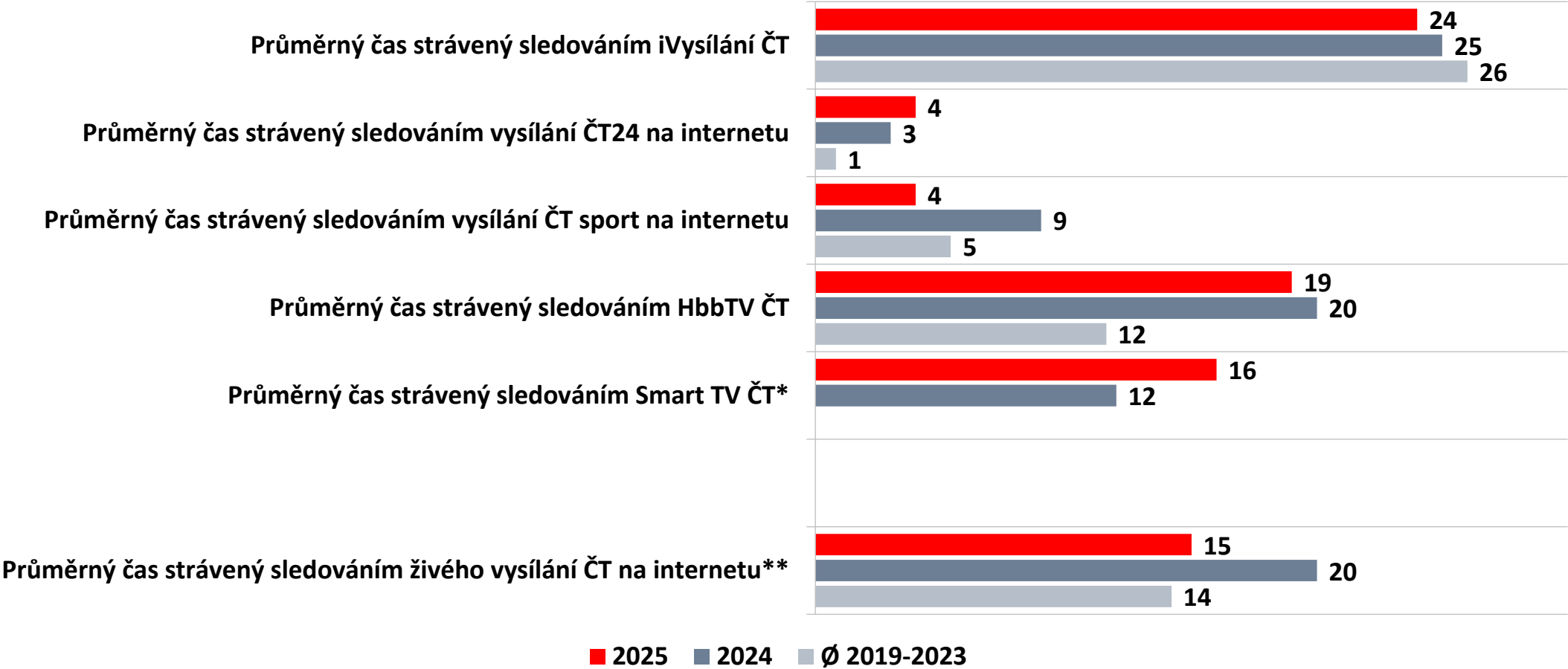
- **Průměrná měsíční návštěvnost webu ČT24 činila více než 1,1 milionu unikátních uživatelů.** To bylo o 20 % více než v průměrném měsíci roku 2024. Vedle již zmíněné úpravy metodiky NetMonitor se zde pozitivně projevil také zvýšený zájem o zpravodajství, což koresponduje i s vyšší sledovaností televizního vysílání zpravodajské stanice. Nejsilnějším měsícem webu ČT24 byl říjen, kdy se konaly parlamentní volby: Stránky navštívilo 1,8 milionu uživatelů, kteří si zobrazili 11,1 milionu stránek. Samotná volební sobota 4. října se stala historicky nejsilnějším dnem online zpravodajství ČT24 s téměř 3 miliony zobrazených stránek za jediný den.
- **Web iVysílání má za sebou úspěšný rok 2025. Každý měsíc ho v průměru navštívilo více než 1,5 milionu uživatelů, což bylo o 7 % více než v roce 2024. Počet zobrazených stránek se meziročně navýšil o 2 %.** Dobře zde fungovaly především původní a akviziční seriály. Nejsilnějším měsícem iVysílání byl prosinec s téměř 2 miliony uživatelů, vybírajících si vedle jiného ze široké nabídky pohádek a rodinných filmů, které neodmyslitelně patří k českým Vánocům. Konkrétním titulům, včetně příkladů odložené sledovanosti, se věnujeme na následujících stránkách.
- **Průměrná měsíční návštěvnost webu ČT sport činila v minulém roce 634 tisíc uživatelů, v průměru bylo zobrazeno 4,4 milionu stránek za měsíc. Oproti roku 2024 se jedná o 16% pokles v počtu uživatelů a dokonce o 45% propad v počtu zobrazených stránek.** Zatímco rok 2024 byl „supersportovním“ (domácí MS v hokeji, MS ve fotbale či Olympijské hry v Paříži), tak v roce 2025 bylo vrcholných akcí přirozeně lákajících diváky výrazně méně. Nejsilnější byl pro web ČT sport květen (téměř 1,3 milionu uživatelů a 15 milionu zobrazených stránek), kdy probíhalo MS v hokeji.

KOMENTÁŘ

- **Interaktivní web decko.cz navštívilo v roce 2025 průměrně 280 tisíc unikátních uživatelů měsíčně** (+26 %) při průměrném počtu 5,5 milionu zobrazených stránek v průměru za měsíc (meziročně prakticky beze změny). O 7 p.b. nicméně poklesl čas strávený na dětském webu. Nejsilnějším měsícem byl pro web Děčka tradičně prosinec s oblíbeným interaktivním *Adventním kalendářem* (515 tisíc uživatelů za měsíc při počtu 8,4 milionu zobrazených stránek). Hry pro děti, ať už webové nebo ty pro chytré telefony, zaznamenaly v úhrnu více než 10,5 milionu spuštění. Do letní soutěže *Uložte ovečky*, která propojuje digitální příběh s výlety po celé České republice, se v roce 2025 zapojilo 29 806 hráčů. Celou hru dokončilo 83 % dětí. Během dvou prázdninových měsíců nasbíraly děti 121 898 hesel, což je o 37 % více než v roce 2024.
- **Na vzdělávací web ČT edu přišlo v pátém roce jeho existence v průměru 218 tisíc unikátních uživatelů měsíčně**, což je meziročně o 26 % více. V počtu zobrazených stránek zaznamenal tento web nárůst o 6 %, z hlediska stráveného času byl výkon podobný jako v roce 2024. Nejčastěji stahované byly pracovní listy s 1,3 milionem interakcí. Téměř 5 milionů spuštění dosáhla výuková videa. Projekt ČT edu byl oceněn medailí České školní inspekce *Za zásluhy o rozvoj kvality vzdělávání*.
- **Kulturně zaměřený web ČT art v roce 2025 navštívilo každý měsíc v průměru téměř 60 tisíc unikátních uživatelů**, průměrně si zde zobrazili 256 tisíc stránek měsíčně.
- V rámci online platform proběhlo celkem 2 444 live stream přenosů, převážně ze sportovních událostí. V souhrnu šlo o 5 672 hodin živého vysílání, tedy 236 dní nepřetržitého live streamu, což představuje téměř dvacetiprocentní nárůst oproti roku 2024.

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 a ČT sport.

KOMENTÁŘ

- **Diváci strávili v roce 2025 sledováním videoobsahu České televize na internetu v průměru 67 minut za měsíc.**
 - Mírný pokles z 25 minut na 24 minut měsíčně na jednoho diváka jsme zaregistrovali u iVysílání.
 - Naopak o minutu (ze 3 na 4 na diváka) narostl čas věnovaný měsíčně vysílání ČT24 na internetu.
 - K výraznému poklesu sledování (z 9 na 4 minuty na diváka) došlo u živého vysílání ČT sport na internetu, což souvisí s již zmíněnou absencí řady velkých sportovních událostí v roce 2024.
 - Průměrný čas strávený na HbbTV ČT se prakticky nezměnil a dosáhl 19 minut na diváka měsíčně.
 - O 4 minuty na 16 minut na diváka za měsíc narostl čas strávený sledováním Smart TV ČT.
- Živé vysílání ČT na internetu zaznamenalo meziročně čtvrtinový pokles odsledovaného času (z 20 na 15 minut na diváka za měsíc). Za poklesem stojí především nižší výkon sportovních streamů.
- 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 mladší, celkově vzdělanější a muži v ní převažují nad ženami.** Ve srovnání s rokem 2024 došlo ve struktuře diváků sledujících vysílání České televize online jen k minimálním posunům.

2025: 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
Záhada strašidelného zámku	1 684	1 086	140	73 %
Největší zázrak	1 536	583	72	43 %
Kroky vraha	1 309	385	67	35 %
OKTOPUS 2	1 013	410	127	53 %
Bratři	859	164	36	23 %
Limity	820	255	75	40 %
Máma	778	287	90	48 %
Když lumpa trápí pumpa	723	320	56	52 %
Zločin na dobré cestě	704	249	58	44 %
Manželé Stodolovi	686	213	31	36 %
Tom je v tom	670	194	45	36 %
Kotrmelce pana herce	631	210	28	38 %
Tancuj Matyldo	598	168	30	33 %
Děcko	568	194	98	51 %
Ratolesti	533	255	85	64 %
Němá tajemství	529	218	54	52 %
Sucho	508	137	31	33 %
Příliš mnoho lásky	375	145	54	53 %

2025: 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
Hunyadi - Vzestup Havrana	272	74	21	35 %
Hrabě Monte Christo	264	75	12	33 %
Zrozena pro Afriku	208	46	13	29 %
Co s Péťou?	202	110	38	73 %
Stezka Českem II	194	99	23	62 %
C. a k. Technické památky českých zemí	176	89	10	56 %
Manu a Matěj na cestě po střední Itálii	157	45	9	34 %
České řeky z výšky	155	93	21	74 %
Krajina Dana Bárty	135	49	13	46 %
Ve službě horám	125	36	14	40 %
Naše generace	115	58	12	61 %
Mise hledání lásky	100	31	14	45 %
LEX Anička	81	30	10	50 %

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 2025 připadlo z celkového času, který diváci strávili s Českou televizí, 86,1 % na živé sledování v televizi, 9,7 % na odložené sledování v TV a 4,2 % na sledování přes internet, ať už živě, nebo z archivu.**
- **Pořadem, u kterého jsme zaznamenali nejvyšší odloženou sledovanost na internetu, se v roce 2025 stala štědrovečerní pohádka *Záhada strašidelného zámku*.** Dodatečně si ji přehrálo 140 tisíc diváků na internetu a dalších 1,1 milionu odloženě v televizi (příspěvek +73 % k živé sledovanosti).
- Velmi úspěšnou byla na internetu také druhá série seriálu ***OKTOPUS***, jejíž jednotlivé díly si na iVysílání přehrálo v průměru 127 tisíc diváků, dalších 410 tisíc pak odloženě v televizi (+53 %). Dalšími úspěšnými tituly byly seriály ***Děcko*** (odloženě 98 tisíc diváků na internetu), ***Ratolesti*** (85 tisíc) a ***Limity*** (75 tisíc).
- Diváky zaujal také televizní film Jiřího Stracha ***Máma*** (90 tisíc přehrání na digitálních platformách).
- Z pořadů vysílaných na ČT2 vykázaly nejvyšší odloženou sledovanost dokumenty ***Co s Pétou?*** (110 tisíc diváků odloženě v TV; 38 tisíc diváků dodatečně na digitálních platformách), ***Stezka Českem II*** (99 tisíc; 23 tisíc) a ***České řeky z výšky*** (93 tisíc; 21 tisíc).
- Z akvizičních seriálů diváky zaujal především titul ***Hunyadi – Vzestup Havrana*** (74 tisíc odloženě v TV; 21 tisíc dodatečně na internetu).
- Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek ve vysílání i aktivitami na sociálních sítích České televize.

2025: 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
Potížistky *	08.03.2025	7	188 644	19	63 %
Na záchodcích II.	05.05.2025	5	67 607	5	45 %

ZAHRANIČNÍ TVORBA

Název pořadu	Datum nasazení	Počet dostupných epizod	Počet views celkem - všechny díly	Počet diváků v tisících - průměr na díl	Dosledovanost
Exit	14.01.2025	25	1 681 192	40	62 %
Vláda I. - III.	01.04.2025	30	724 175	13	40 %
Vězeň *	02.04.2025	6	587 466	44	34 %
Krvavý král *	14.05.2025	6	544 766	41	40 %
Viktorie I. - III.	01.11.2025	50	929 504	19	44 %
Přiznání	01.10.2025	6	669 051	66	48 %

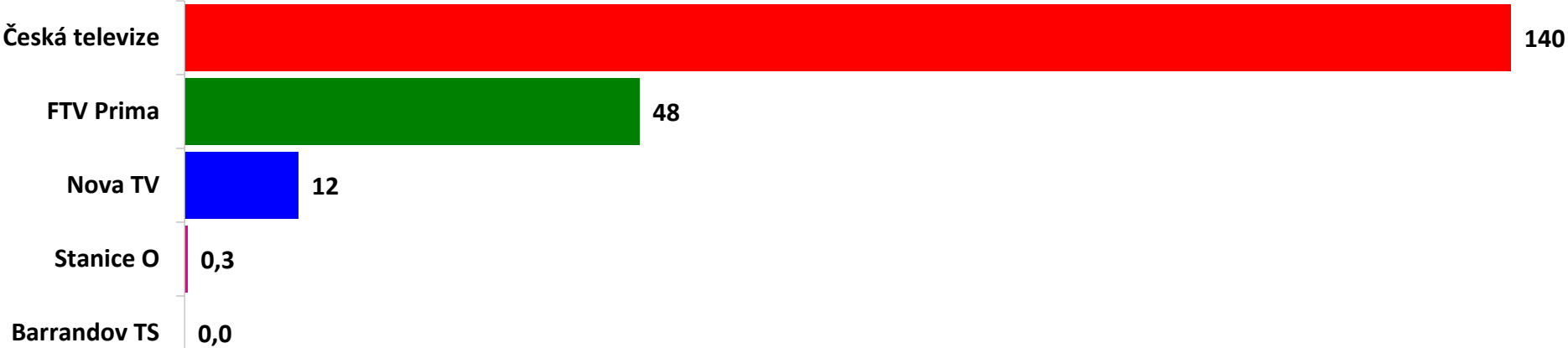
KOMENTÁŘ

- **V prosinci roku 2021 byla spuštěna nová podoba videoplatformy iVysílání,** která si vzala za cíl oslovit mladší divácké skupiny, jež 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 2025 byly do iVysílání zařazeny dva nové původní cykly a velký počet akvizičních filmů a seriálů, souhrnně označované „online-first“ nebo „web-only“. V březnu to byl cyklus **Potížitky**, jehož jednotlivé díly si na iVysílání přehrálo v průměru 19 tisíc diváků, v květnu pak byla nasazena druhá řada cyklu **Na záchodcích** (průměrně 5 tisíc diváků na jeden díl).
- **Výhradně na iVysílání najdeme také několik úspěšných akvizičních seriálů,** třeba britský šestidílný seriál **Přiznání** (66 tisíc diváků v průměru na jeden díl) nebo temný norský **Exit** zahrnující 3 řady s 24 epizodami (40 tisíc diváků).

2025: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

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

VŠECHNA VIDEO BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



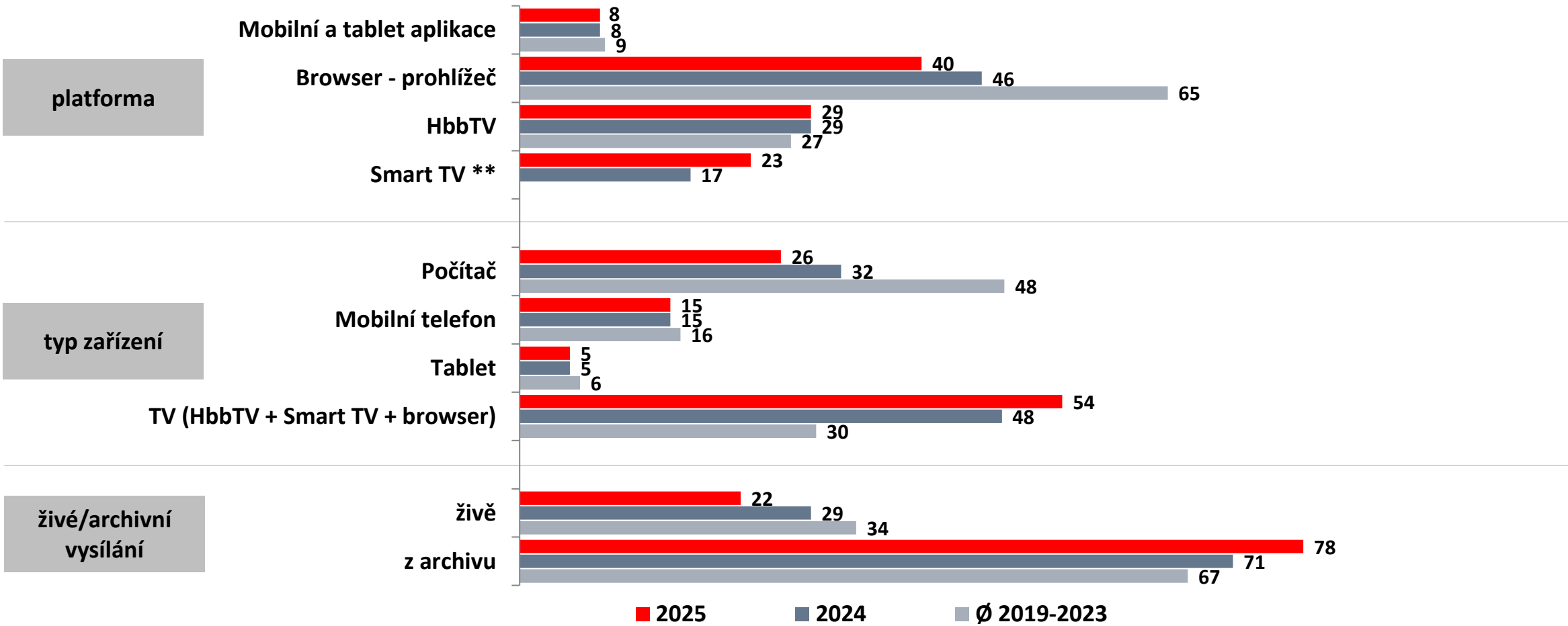
VŠECHNA VIDEO VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že Nova TV a FTV Prima měří jen část svého videoobsahu a čísla za videotéky Oneplay 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 2025 diváci České televize odsledovali prostřednictvím internetu každý den v průměru 383 tisíc hodin videoobsahu*, což znamená meziročně mírný pokles o 3 %. Z celkového času připadlo 85 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 298 tisíc hodin na videoobsah z archivu.**
- **Česká televize se v roce 2025 podílela na celkově odsledovaném měřeném videoobsahu ze 70 %. Diváci na ČT zhlédli celkem 140 milionů hodin pořadů, s výrazným odstupem následovala TV Prima (48 mil. hodin), TV Nova (12 mil. hodin) a stanice O (0,3 mil. hodin). Výsledky za videotéky Oneplay a Prima+ nejsou k dispozici.**
- **Sledování videoobsahu ČT prostřednictvím Smart TV se loni podílelo na celkově odsledovaném čase ze 23 %. Bylo to především na úkor dosavadních „tradičnějších“ způsobů sledování vysílání prostřednictvím browserů, jejichž podíl klesl o 6 p.b. na 40 %. I když v absolutních číslech odsledovaného času vykazuje HbbTV podobný výsledek jako v loňském roce, zdá se, že růst této technologie, který jsme mohli sledovat v uplynulých letech, se zastavil. Potenciál růstu nyní očekáváme zejména u aplikací Smart TV.**
- **Především díky začlenění Smart TV do měření se televizory staly jasně nejpoužívanějším zařízením pro přehrávání videoobsahu na internetu (54 %, meziročně +6 p.b.). Podíl osobních počítačů, které až do roku 2023 dominovaly, nadále klesá (26 %, -6 p.b.).**

* 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 2025 jsme zaznamenali denně v průměru 985 tisíc spuštění videí České televize (o rok dříve to byl 1 milion). Nejvíce spuštění, v průměru 1,244 milionu denně, připadlo letos na měsíc prosinec, kdy diváci sledovali především pohádky a rodinné filmy. Video na jednotlivých webech ČT byla přehrávána následovně:

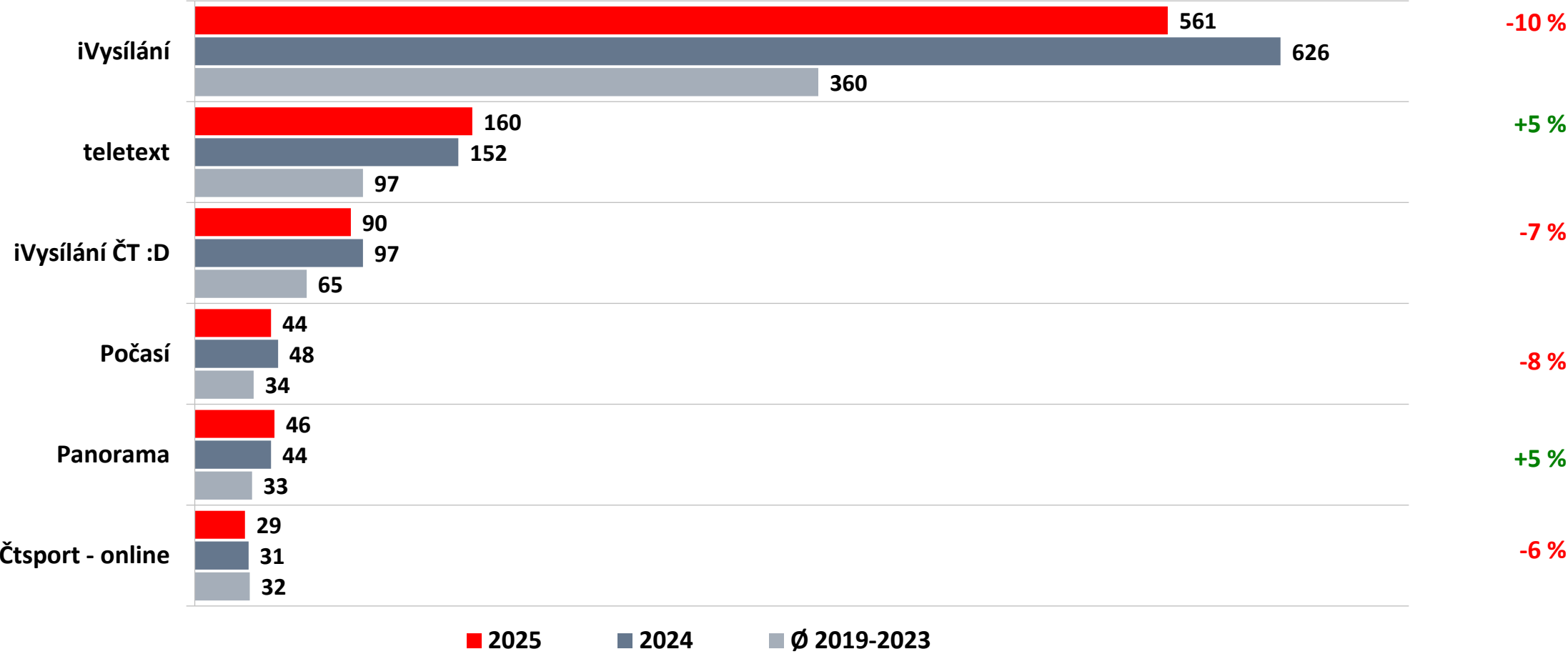
- Na webu a v mobilní aplikaci **ČT24** bylo spuštěno v průměru 46 tisíc videí denně. Z hlediska stráveného času se jednalo o 6 % veškerého videoobsahu ČT.
- Web **ČT sport** a sportovní mobilní aplikace zaznamenaly denně v průměru 70 tisíc spuštění (v roce 2024 to bylo 135 tisíc), z hlediska stráveného času se jednalo o 7 % veškerého videoobsahu ČT.
- Na **HbbTV** připadlo v průměru 290 tisíc spuštění denně, jednalo se o 29 % celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.
- Aplikace **Smart TV** dosáhly na 215 tisíc spuštění denně a na celkovém času stráveném přehráváním videoobsahu ČT se podílely z 23 %.
- **iVysílání** (web a mobilní aplikace) vykázalo denně v průměru 364 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 36 % veškerého videoobsahu ČT.
- Web **ČT :D** zaznamenal denně v průměru 26 tisíc spuštění videí.
- Web **ČT edu** vykázal v průměru 10 tisíc spuštění denně.
- Web **ČT art** zaznamenal denně v průměru 140 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 2024



* Od ledna 2023 byla upravena metodika výpočtu zobrazení na televizních přijímačích (zahrnutí tzv. co-viewing koeficientu).

KOMENTÁŘ

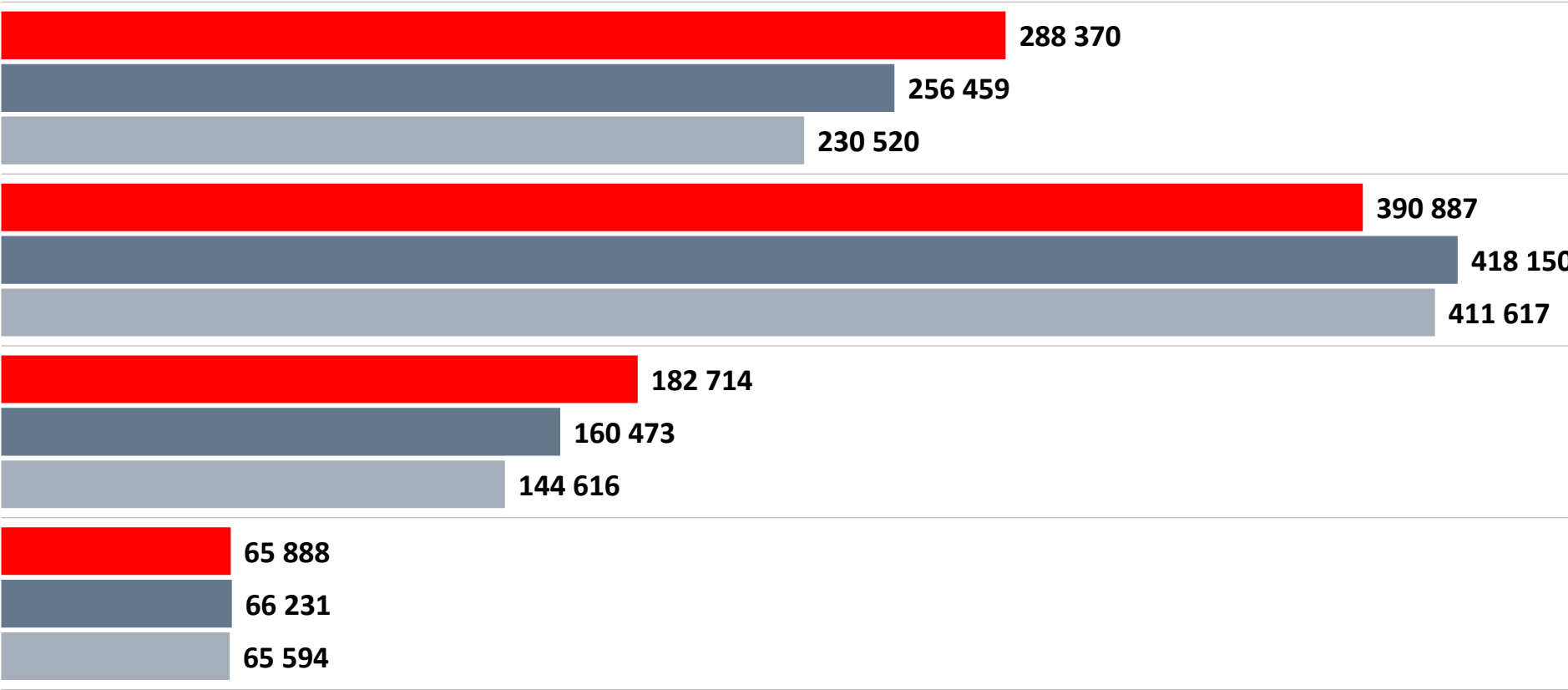
- **Česká televize nabízí divákům již řadu let využívání služeb HbbTV.** Ve srovnání s ostatními televizemi na českém trhu je služba HbbTV České televize nejpoužívanější.
- **Zdaleka nejčastěji využívanou aplikací HbbTV bylo iVysílání,** u kterého jsme v roce 2025 zaznamenali v průměru **561 tisíc spuštění denně**, což ale znamenalo 10% meziroční pokles.
- Vedle iVysílání byly využívány i další aplikace HbbTV-teletext (+5 % spuštění), iVysílání ČT :D (-7 %), Panorama (+5 %), Počasí (-8 %), ČT sport-online (-6 %) a další.
- Počet automatického zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 6,3 milionů, záměrně bylo červené tlačítko využito v průměru 194tisíckrát denně. **Během MS v hokeji mohli diváci využít i modré tlačítko, které dosáhlo v průměru 2,1 milionu automatických zobrazení a 46 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 2025 využilo HbbTV České televize každý měsíc v průměru 765 tisíc unikátních diváků**, což je více než v případě HbbTV komerčních stanic.

POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



Tik Tok



Změna oproti roku 2024

+12 %

-7 %

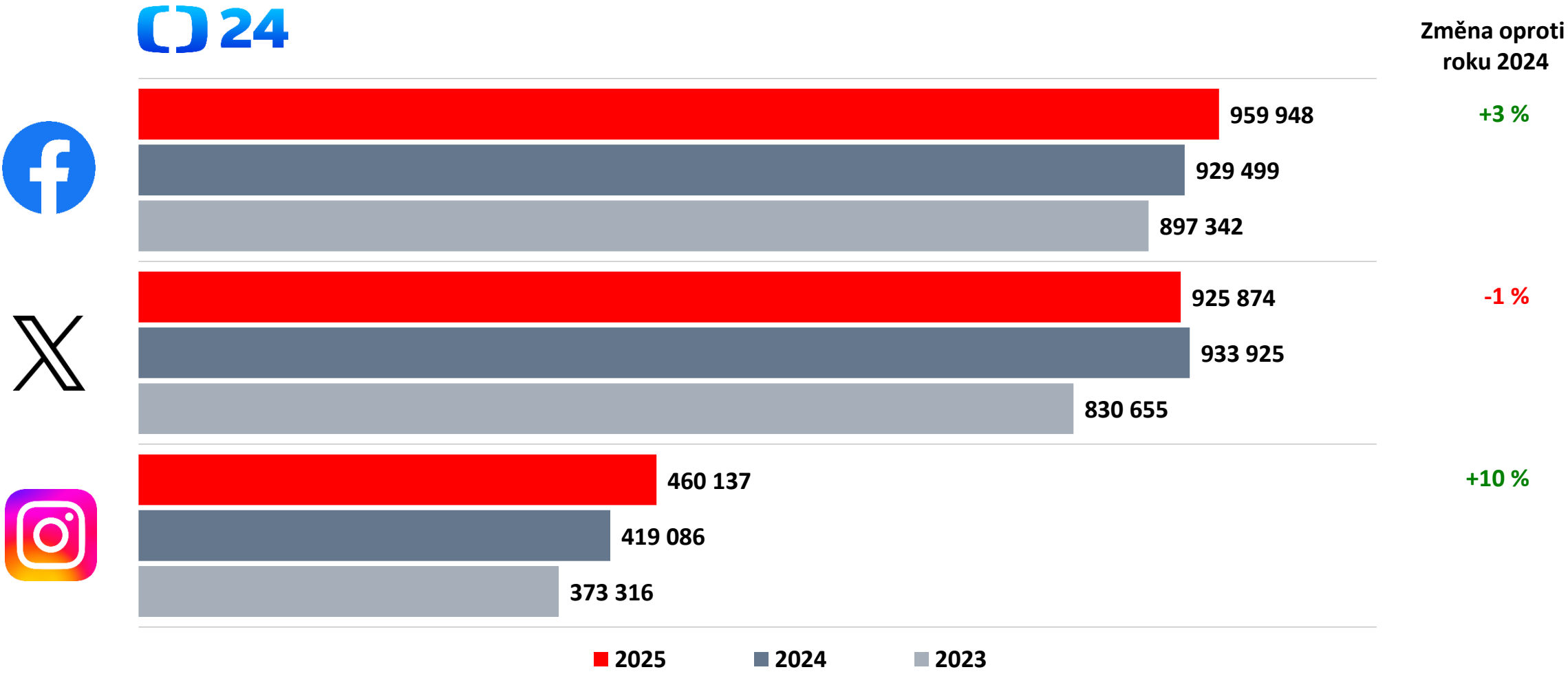
+14 %

-1 %

■ 2025 ■ 2024 ■ 2023

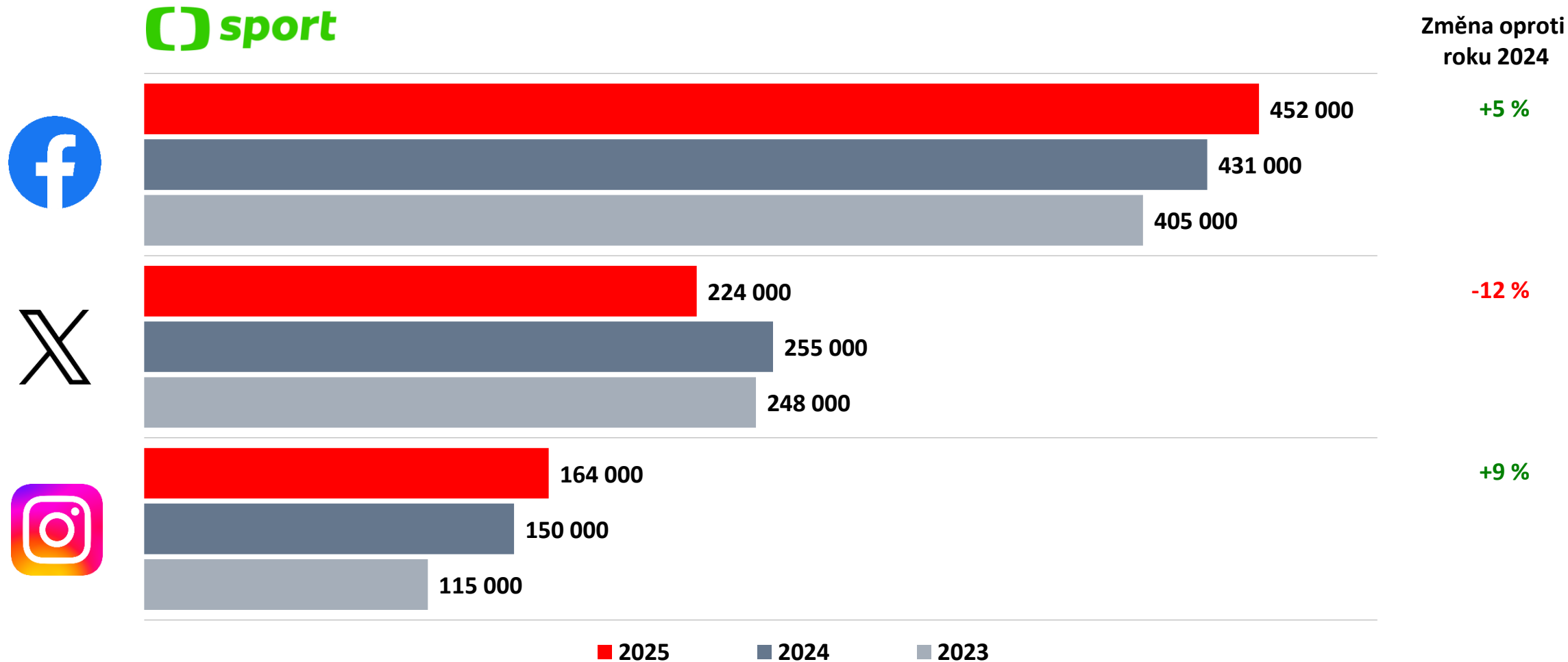
POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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



KOMENTÁŘ

- **Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své korporátní profily, na nichž propaguje vysílaný obsah a další aktivity.**
- **Korporátní profily ČT na Facebooku a Instagramu zaznamenaly nárůst fanouškovské základny, na TikToku a zejména na síti X ale počet fanoušků poklesl.** V absolutních číslech byl největší nárůst u Facebooku s téměř 32 tisíci novými příznivci. Celkem jich ke konci roku 2025 měla ČT již 288 tisíc. Na Instagramu přesáhl počet sledujících hranici 182 tisíc, což znamená 14% meziroční nárůst. Na síti X zaznamenal profil ČT pokles fanoušků o 27 tisíc v důsledku snah platformy omezit a odstranit neaktivní účty a boty. Obdobný pokles počtu fanoušků zaznamenaly všechny významnější účty na X. Profil ČT na TikToku měl ke konci roku téměř 66 tisíc fanoušků, meziroční snížení jejich počtu bylo vzhledem k celkovému objemu jen nepatrné (v řádu stovek uživatelů).
- 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.**
- **Také u profilu ČT24 na síti X poklesl absolutní počet fanoušků, a to o 8 tisíc na celkových bezmála 926 tis.,** což znamená 1% meziroční úbytek. Facebookový účet Čtyřadvacítka zaznamenal během roku 2025 navýšení počtu fanoušků z 929 na 959 tisíc (+3 %). Profil ČT24 na síti Instagram získal nově 41 tisíc odběratelů, meziroční nárůst činil 10 %.
- **Rovněž stanice ČT sport sdílí obsah na sociálních sítích, a z hlediska počtu uživatelů si nevedla vůbec špatně.** Na Facebooku měla stanice ke konci loňského roku 452 tisíc fanoušků (+5 %), na Instagramu 164 tisíc fanoušků (+9 %). Na platformě X stanice ČT sport přišla o 12% uživatelů, ke konci minulého roku jich tak bylo 224 tisíc.

PODCASTY ČT

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

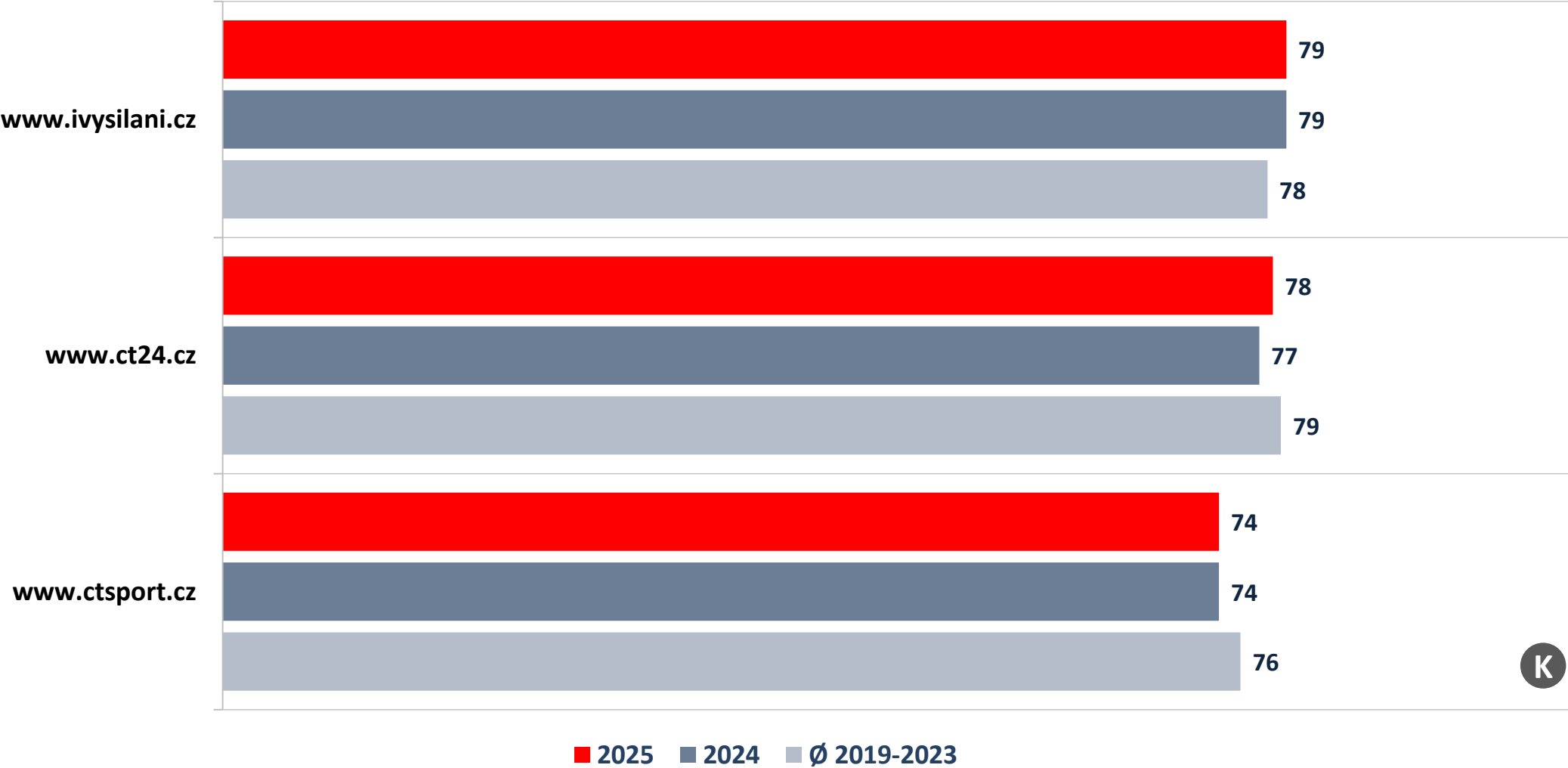
		Počet započatých přehrání / spuštění v roce 2025			
Název podcastu	Počet dílů roce 2025	iVysílání celkem	YouTube	Spotify, Apple podcasty	celkem
Reportéři ČT podcast	37	6 879	309 487	136 093	452 459
Úsvit atomového věku (série)	20	102 823	175 072	112 750	390 645
Kavky	31	12 928	98 517	69 507	180 952
Fenomén Večerníček	6	3 314	146 730	4 346	154 390
Velký vlastenecký podcast (série)	3	1 781	1 383	109 162	112 326
Bilance	24	16 616	36 823	53 489	106 928
Past pokroku 1+2	20	7 790	31 915	3 520	43 225
Co s nimi?	7	12 571	6 230	6 691	25 492
Zrnění	5	3 533	677	9 367	13 577
Procento na kulturu	8	1 399	1 875	7 287	10 561
Sportovní podcasty (Fokus Podcast, Fotbal fokus, Velo fokus, Hokej bez červené, Praha Berlín Varšava: Závod míru, MS atletika Tokio 2025)	147	16 547	575 431	684 707	1 276 685

KOMENTÁŘ

- **Česká televize v současné době produkuje více než 20 podcastů, podcastových řad nebo sérií. V tabulce výše jsou uvedeny původní podcasty a podcastové řady.** Kromě nich je možné jako podcasty konzumovat i televizní pořady z vysílání ČT24, které jsou v aplikacích dostupné ve formě zvukového záznamu.
- Podcasty ČT je možné rozdělit do dvou skupin: pokračující cykly a uzavřené vícedílné tematické série. Některé jsou umístěny na webech ČT nebo v iVysílání, v případě ČT sport jich celou řadu najdeme na platformě YouTube.
- Nejvíce spuštění (452 tisíc) zaznamenal v roce 2025 podcast **Reportéři ČT**, který doplňuje a rozšiřuje témata populárního publicistického pořadu. Konzumenti podcastů věnovali velkou pozornost také sérii **Úsvit atomového věku** (390 tisíc spuštění).
- Redakce ČT sport vytváří celou řadu podcastů o fotbale, hokeji, cyklistice, biatlonu a dalších sportovních disciplínách. V roce 2025 se jednalo celkem o 147 podcastových dílů se sportovní tematikou s 1,3 miliony přehráváními. Realizovány byly také tematické podcasty k významným kláním, například k MS v atletice v Tokiu či k Tour de France. Vznikla také zajímavá série o slavném cyklistickém fenoménu Závodu míru s názvem **Praha Berlín Waršava**.

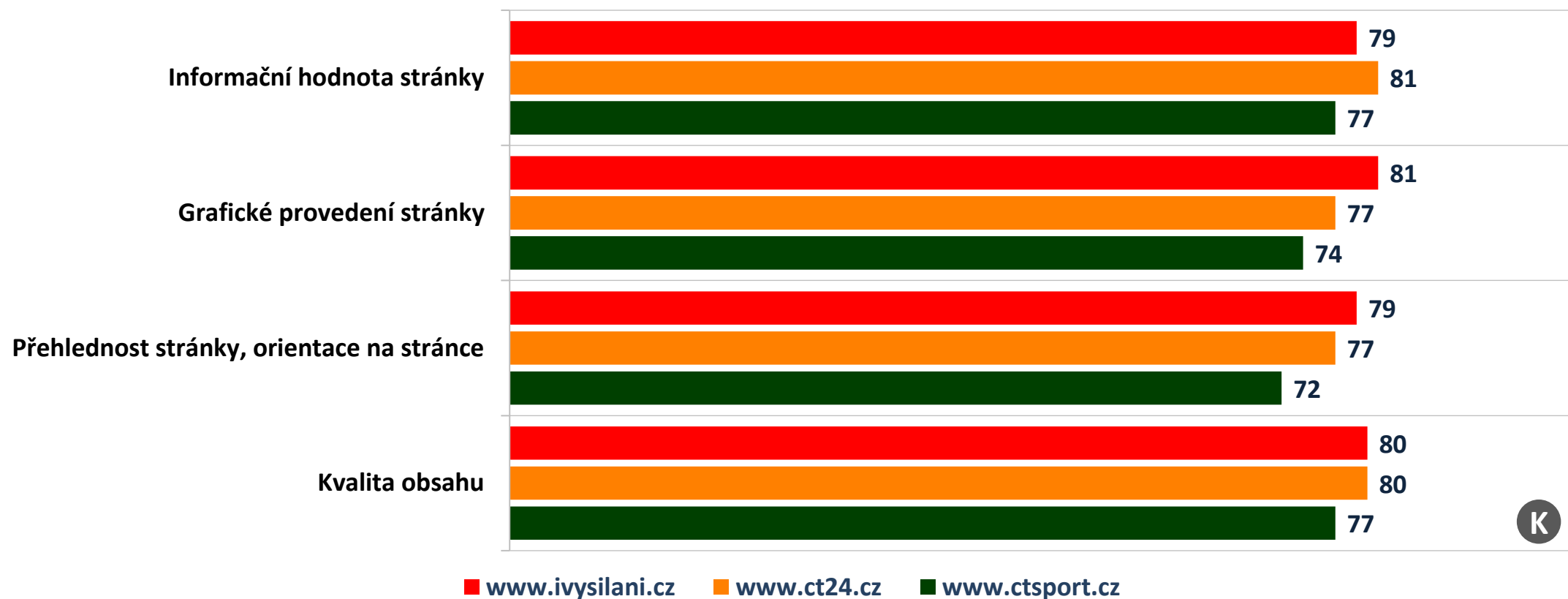
CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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



2025: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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



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

KOMENTÁŘ

- **Všechny tři internetové stránky ČT sledované v rámci online trackingu, tedy iVysílání, ČT24 a ČT sport, jsou nadále hodnoceny velmi pozitivně.** Koeficient hodnocení stránky ČT24 vzrostl o 1 p. b. na 78 %, hodnocení webů iVysílání (79 %) a ČT sport (74 %) se v meziročním srovnání nezměnilo.
- **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 hodnoty minimálně 72 %.
- **Vůbec nejvíce návštěvníci ocenili informační hodnotu webu ČT24 a grafické provedení stránky iVysílání** (hodnota koeficientu 81 %). Ve srovnání s ostatními měřenými internetovými stránkami vykázal mírně nižší hodnocení jednotlivých parametrů web ČT sport.

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 % [2025 (2024; Ø 2019-2023)]

	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)
TV populace 18+	67 (70;74)	57 (58;62)	68 (67;72)
Muži 18+	66 (70;73)	56 (60;63)	69 (70;74)
Ženy 18+	68 (71;76)	58 (56;61)	66 (64;70)
18-24 let	22 (26;30)	57 (70;58)	64 (70;70)
25-34 let	38 (44;49)	59 (59;56)	72 (72;73)
35-44 let	58 (62;71)	57 (60;63)	76 (72;78)
45-54 let	72 (76;80)	60 (61;67)	74 (71;75)
55-64 let	80 (84;87)	58 (55;62)	62 (65;70)
65 nebo více let	88 (88;91)	54 (53;62)	60 (58;67)
Základní 18+	53 (55;60)	59 (56;59)	62 (58;64)
Středoškolské bez maturity 18+	71 (74;78)	50 (50;62)	62 (61;68)
Středoškolské s maturitou 18+	66 (69;73)	58 (63;62)	70 (69;74)
Vysokoškolské 18+	69 (74;77)	65 (64;64) 	76 (78;80) 

2025: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %



KOMENTÁŘ

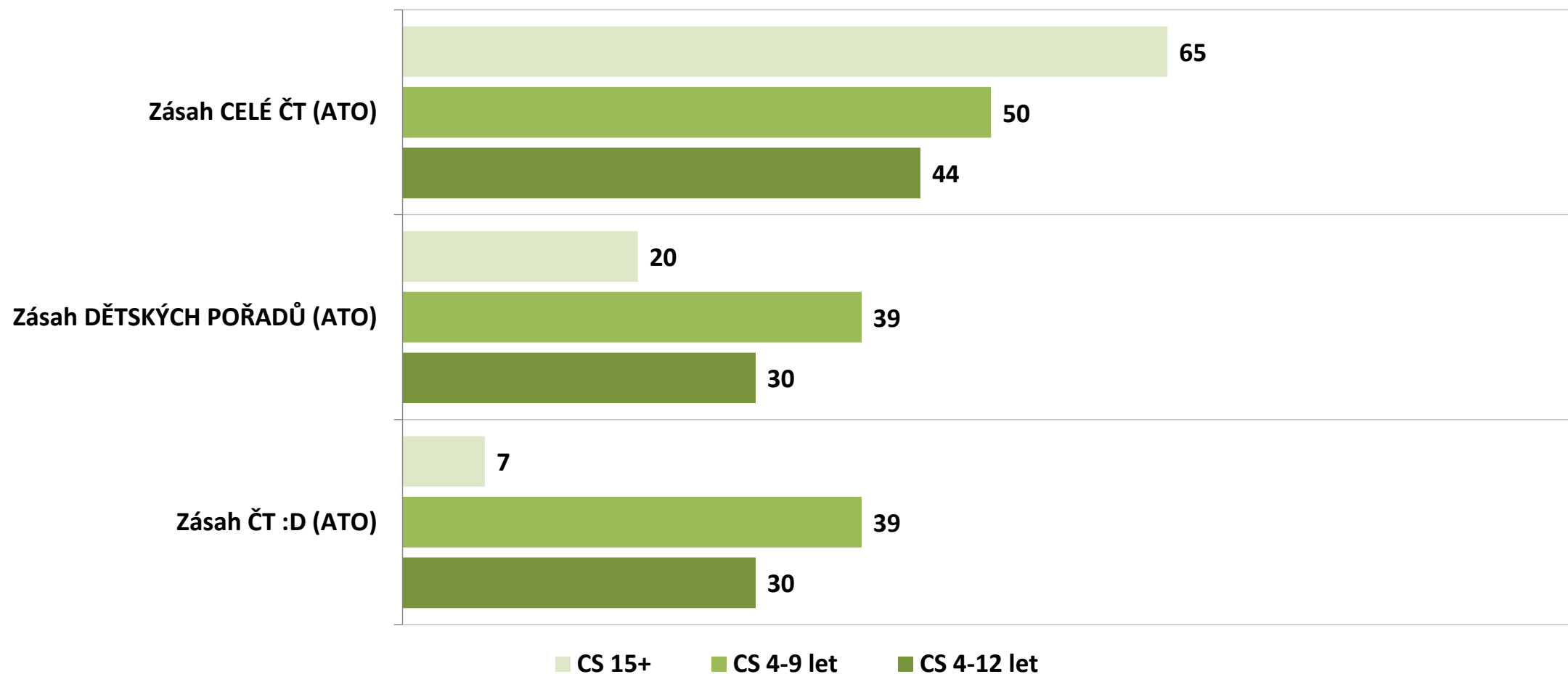
- **Průměrný týdenní zásah vysílání České televize v divácké skupině 18+ dosáhl v roce 2025 hodnoty 67 %. Oproti roku 2024 se snížil celkově o 3 p.b, mezi muži to bylo o 4 p.b. na 66 % a u žen o 3 p.b. na 68 %.**
- **I nadále platí, že zásah vysíláním ČT statisticky významně roste s věkem.** V rámci jednotlivých věkových kategorií došlo v porovnání s rokem 2024 u produktivní skupiny diváků do 65 let k poklesu zásahu o 4-6 p.b. U nejstarší populace 65+, která má zároveň mezi diváky ČT nejvyšší podíl, zůstal zásah nezměněn na úrovni 88 %.
- Pokud jde o vzdělanostní skupiny, zásah ČT se oproti roku 2024 plošně snížil o 2-5 p.b., nejvíce mezi diváky s vysokoškolským vzděláním.
- **Příčinu plošného meziročního poklesu zásahu vysíláním České televize v roce 2025 vidíme v absenci významných globálních sportovních akcí a také v postupném mírném odlivu diváků od televizních obrazovek směrem k jiným médiím, který je obecným jevem.**
- 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 13 %, relativní zásah vysílání ČT díky tomu narostl o 4 %. **Toto navýšení bylo výrazné zejména v mladších cílových skupinách:** Ve skupině do 24 let činilo 29 %, v kategorii 25-34 let 19 %.

KOMENTÁŘ

- **Celková míra souhlasu s výrokem *ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům* meziročně poklesla o 1 p.b. na hodnotu 57 %.** S výrokem souhlasilo o 2 p.b. více žen a o 4 p.b. méně mužů než v roce 2024. Nejvyšší pokles souhlasu s tímto výrokem registrujeme u diváků ve věku 18-24 let (-13 p.b.), nicméně v porovnání s průměrem let 2019-2023 není propad zdaleka tak dramatický, jedná se o -1 p.b. U dalších věkových skupin jsme zaznamenali poklesy a nárůsty v řádu nižších jednotek procentních bodů. Z hlediska vzdělanostních skupin došlo k nárůstu souhlasu u diváků se základním (+3 p.b.) a vysokoškolským (+1 p.b.) vzděláním. Pokles souhlasu jsme zaznamenali mezi diváky s maturitou (-5 p.b.). **Vysokoškolsky vzdělaní diváci zůstávají i nadále skupinou, která je s programovou nabídkou ČT vůbec nejspokojenější (65 %).**
- **Celkový souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají“ narostl oproti roku 2024 o 1 p.b. na 68 %.** Tradičně vyšší zůstává míra souhlasu u mužů (69 %) než u žen (66 %). Nárůst jsme zaznamenali mezi diváky ve věku 35-54 let (+3-4 p.b.) a mezi těmi nejstaršími 65+ (+2 p.b.). Pokles naopak registrujeme v nejmladší věkové skupině 15-24 let (-6 p.b.). Míra souhlasu narostla u diváků se základním vzděláním (+4 p.b.) a klesla u vysokoškoláků (-2 p.b.).
- **Spokojenost s pořady ČT napříč věkovými skupinami je tradičně vysoká.** Nejlepší hodnocení registrujeme mezi nejmladšími a nejstaršími diváky (83 %). Relativně nejkritičtější jsou diváci mladšího produktivního věku (25-44 let), ale i zde činí hodnota spokojenosti 79-80 %. I tentokrát je patrný rozdíl mezi pohlavími, když **ženy obecně hodnotí pořady ČT pozitivněji než muži** (aktuálně 86 % vs. 80 %).

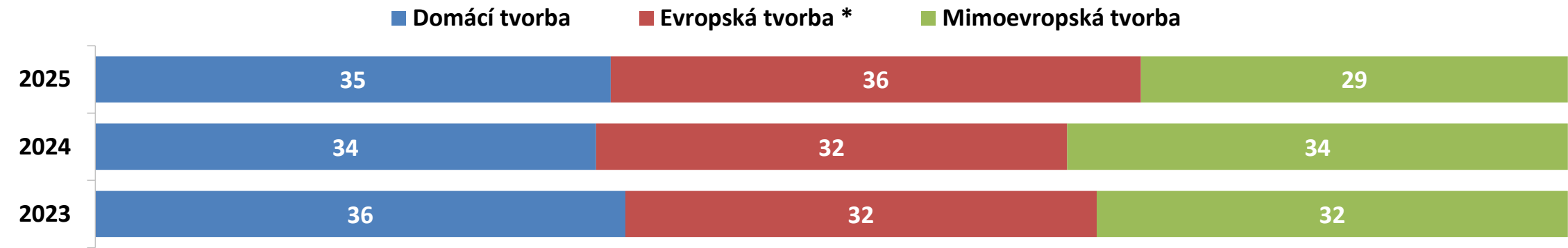
2025: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

Zdroj: ATO – Nielsen, v %

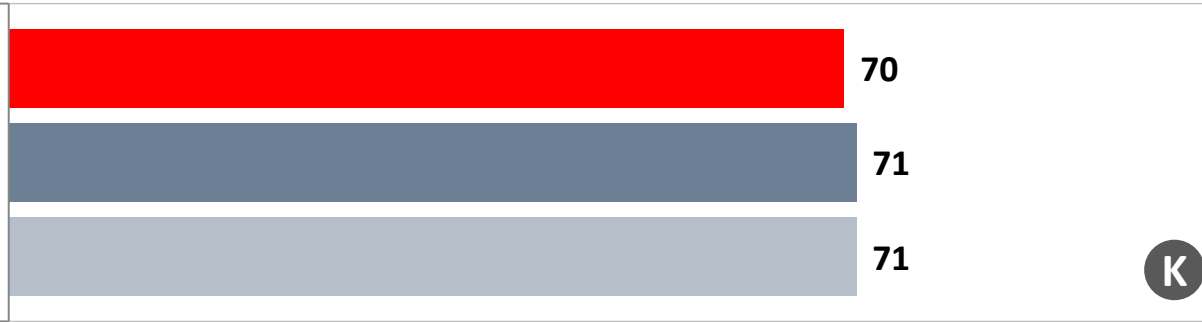


PODÍL DOMÁCÍ, EVROPSKÉ A MIMOEVROPSKÉ TVORBY NA DĚTSKÝCH POŘADECH, VNÍMÁNÍ PŮSOBNÍ ČT NA DĚTSKÉHO DIVÁKA

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



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

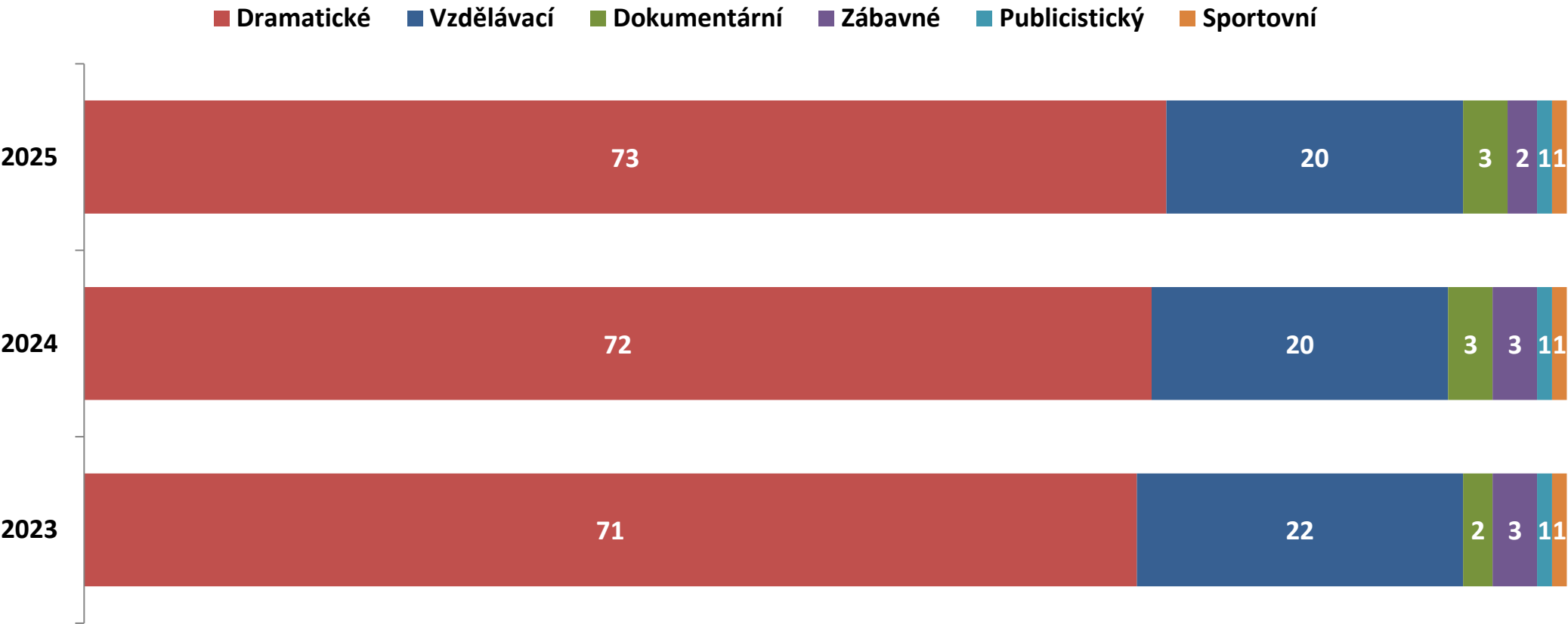


2025 2024 Ø 2019-2023

* 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 2025 mezi dětmi ve věku 4-9 let 50 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 44 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady i zásah samotné ČT :D činil ve skupině 4-9 let shodně 39 %.**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech v roce 2025 meziročně velmi mírně narostl, a to o 1 p.b. na hodnotu 35 %.** Podíl odvysílané dětské evropské tvorby narostl o 4 p.b. na 36 %, naopak o 5 p.b. se snížil podíl tvorby mimoevropské.
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, v roce 2025 činil jejich podíl 73 % (meziročně +1 p.b.).** Druhým nejfrekventovanějším dětským formátem byly v minulém roce vzdělávací pořady se stabilním podílem 20 %. Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v letech 2023 a 2024, tedy v řádu nízkých jednotek procent. **Celkově lze konstatovat, že žánrová struktura dětských pořadů je v posledních letech velmi stabilní.**

2025: 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	23	10
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	42	17
V novém světle	náboženské skupiny	10	3
Babylon	národnostní/etnické menšiny	44	24
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	12	5
Máte slovo s M.Jílkovou	národnostní/etnické menšiny	1	1
Khamoro 2024	národnostní/etnické menšiny	1	1
ROMA SPIRIT 2025	národnostní/etnické menšiny	1	1
Zprávy v českém znakovém jazyce	lidé s hendikepem	360	58
Televizní klub neslyšících	lidé s hendikepem	20	9
Klíč	lidé s hendikepem	20	9
MS v parahokeji 2025 USA	lidé s hendikepem	4	7
Co s Péťou?	lidé s hendikepem	1	1
Přežít svou hlavu	lidé s hendikepem	1	1
Ta druhá	lidé s hendikepem	1	1
Interview ČT24	LGBT	1	0
Ratolesti	LGBT	1	1
Zóna zájmu	LGBT	1	0

2025: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Adventní bohoslužba	1	1
Bohoslužba k uctění mučednické smrti mistra Jana Husa	1	2
Bohoslužba z Velehradu	1	2
Inaugurační mše papeže Lva XIV.	1	2
Národní svatováclavská pouť 2025	1	2
Půlnoční bohoslužba	1	1
Urbi et Orbi	1	0
Urbi et Orbi	1	1
Velikonoční bohoslužba	1	1
Velkopáteční bohoslužba	1	1
Zádušní mše za papeže Františka	1	2

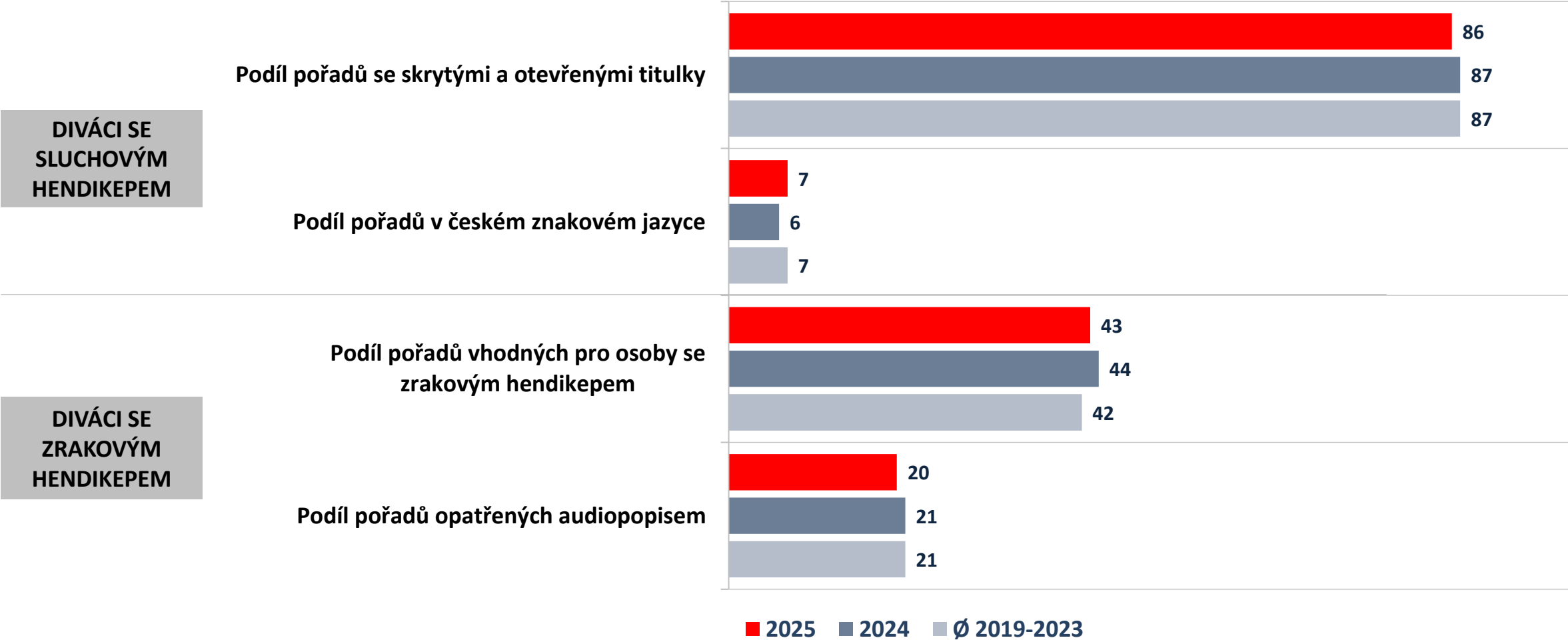
2025: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ MENŠINY ŽIJÍCÍ V ČR

Zdroj: PROVYS ČT, pouze premiérové vysílání

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Babylon	různé	19	8
Sousedé	různé	6	3
Máte slovo s M. Jílkovou	různé	1	1
Khamoro	romská	1	1
Amare lavutara	romská	10	2
ROMA SPIRIT 2025	romská	1	1

ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM
HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



KOMENTÁŘ

- Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny, spoluobčany s hendikepem a LGBT. Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2025 právě těmto skupinám.
- **Věřícím** byly věnovány tradiční premiérové tituly jako *Cesty víry*, *Křesťanský magazín* nebo cyklus *V novém světle*, stejně tak i četné přenosy bohoslužeb napříč hlavními církvemi působícími v ČR.
- **Pro národnostní a etnické menšiny** připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Primárně Romům byl věnován pořad ke světovému festivalu romské kultury *Khamoro* nebo přenos z galavečera *Roma Spirit 2025*, v rámci kterého byla oceněna práce jednotlivců i organizací pro romskou komunitu. Dalším titulem byl cyklus *Amare lavutara*, který zase prezentoval špičkové romské muzikanty a jejich umění.
- **Lidem s hendikepem** byly určeny pravidelné tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce* a *Klíč*. Tématice péče o syna s poruchou autistického spektra se věnoval premiérový dokument *Co s Pétou?*, duševním obtížím mladých lidí zase snímek *Přežít svou hlavu*. Pozornost byla věnována i sportu hendikepovaných, a to například prostřednictvím přenosů z *Mistrovství světa v parahokeji mužů* v americkém Buffalu.
- **Tématu LGBT** se ČT dlouhodobě věnuje v rámci svých diskuzních a zpravodajských pořadů nebo v cyklu *Zóna zájmu* (dříve *V širších souvislostech*).
- **Pokud jde o neslyšící diváky**, zákon předepisuje České televizi opatřit 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 2025 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 86 % pořadů České televize, 7 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.**
- **Pro osoby se zrakovým hendikepem** opatřila ČT v minulém roce 20 % odvysílaných 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.**

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

Na základě doporučení posudku M. Urbánkové a J. Kotišové, který mimo jiné vycházel i z důkladné mezinárodní rešerše, **ČT od roku 2025 přestala měřit původně uváděná kritéria *Originalita* a *Zaujetí* a u hlavních programových typů je nahradila parametry *Kvalita* a *Úroveň*.** Jedná se o souhlas (součet podílů odpovědí *rozhodně souhlasím* a *spíše souhlasím*) s výroky „**Česká televize má kvalitnější pořady než ostatní televize**“ (Kvalita) a „**Pořady České televize mají vysokou úroveň**“ (Úroveň) v daném žánru. Souhlas s výroky pro šest hlavních programových typů (zpravodajské, dokumentární, kulturní, dramatické, zábavné a sportovní pořady) je v rámci panelu DKV zjišťován od ledna 2025 s měsíční frekvencí. **Společně s těmito parametry ČT začala zjišťovat i míru souhlasu s pěti výroky hodnotícími zpravodajství ČT** (viz strana 37).

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

Validita získávaných údajů je ověřována dotazováním v ad-hoc výzkumech. Dalšími z nástrojů kontroly jsou 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 80 %, online 65 %

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:	1 683 140 (průměr posledních 10 let)
Počet unikátních hodnotitelů:	1 576 (2025)
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, postoje 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: Konzumenti TV videoobsahu ČR 18+ (sledují 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.