

# HODNOCENÍ PLNĚNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY ČESKÉ TELEVIZE 2020



Předkládá: Mgr. Renata Týmová, vedoucí útvaru Výzkumu a analýz ČT

Zpracoval: útvar Výzkumu a analýz ČT

## Motto

*„Česká televize dbá při naplňování zákonem a Kodexem uloženého závazku veřejné služby o uspokojení potřeb občana – televizního diváka. Za tímto účelem systematicky a pravidelně získává a analyzuje údaje o potřebách a přáních jednotlivých diváckých skupin i o tom, jak odvysílané pořady hodnotí. Každé programové rozhodnutí musí přihlídnout k výsledkům takto prováděných reprezentativních výzkumů, přičemž se ovšem uplatňuje výrazně odlišný způsob v zadávání a vyhodnocování dostupných dat oproti komerčním provozovatelům televizního vysílání, a to především zacílením na kvalitativní ukazatele.“*

Kodex České televize, čl. 1 odst. 1.3

# OBSAH

<b>ÚVOD</b>	4
<b>A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ (RQI)</b>	
Celek ČT	13
Kanály ČT	19
Žánry	36
<b>B. PLNĚNÍ OBECNÝCH CÍLŮ</b>	
CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie	42
CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání	74
CÍL 3 – Podpora kultury	81
CÍL 4 – Podpora sportu	100
CÍL 5 – Prezentace regionů České republiky, Evropy a světa	110
CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb	122
<b>C. VYSÍLÁNÍ PRO SPECIFICKÉ DIVÁCKÉ SKUPINY</b>	
Skupiny definované pohlavím, věkem a vzděláním	157
Dětský divák	160
Náboženské skupiny, národnostní/etnické skupiny, hendikepovaní a genderové skupiny	164
<b>PŘÍLOHY</b>	171

# POZADÍ, HISTORIE A PŘÍNOSY PROJEKTU

- Zákon o České televizi č. 483/1991 Sb. a Kodex České televize definují celou řadu obecných i konkrétních požadavků na televizní vysílání veřejné služby. Zároveň je vyžadováno pravidelné sledování míry naplňování těchto požadavků.
- Evropské země s dlouholetou tradicí veřejné služby, například Velká Británie, Nizozemsko či Německo, monitorují naplňování jejich principů již mnoho let. Česká televize je na poli měření veřejné hodnoty aktivní od roku 2011.
- Při definování prvotních principů hodnocení ČT využila celou řadu zahraničních postupů a inspiračních zdrojů, ať už se jednalo o metodiku RQIV britské BBC, německý Drei-Stufen-Test, nástroje nizozemské NPO pro měření kvality, jedinečnosti a hodnoty vysílání či trackingové výzkumy zaměřené na percepci vysílání belgické RTBF.
- Výstupy z měření a hodnocení slouží k realizaci dohledu Rady ČT nad plněním úkolů veřejné služby Českou televizí, na interní úrovni poskytují zpětnou vazbu pro sestavování programu, pro lepší a efektivnější řízení či kvalitnější kontrolu procesů v rámci České televize.
- Principy přijaté v průběhu posledních let Českou televizí a jí definované postupy se nyní na oplátku prosazují v evropském měřítku. Nejen proto hodlá ČT nadále podporovat smysluplný rozvoj měření a hodnocení veřejné služby.

# EVALUACE METODIKY

- Metodika hodnocení je pravidelně podrobována posouzení ze strany odborníků z akademické sféry, kteří se zabývají fungováním médií.
- V letech 2015-2016 posudek vypracovali specialisté z Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Na základě jejich doporučení došlo ke změně v metodice hodnocení kvality zpravodajských pořadů. Vedle posouzení obsahové vyváženosti jednotlivých příspěvků bylo přikročeno k celistvému hodnocení prezentace významných domácích i zahraničních událostí, ke kterým v daném období došlo.
- Na jaře 2019 se dalšího posouzení ujal doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., z katedry politologie a mezinárodních vztahů Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Jeho doporučení vedla k řadě parciálních změn především v prezentaci výsledků hodnocení.
- V létě 2020 bylo osloveno oborové sdružení SIMAR se žádostí o posouzení metodiky Denního kontinuálního výzkumu (DKV) ČT. Posouzení se zabývalo základní metodologií výzkumu, konstrukcí a výpočtem kvalitativních parametrů a způsobem zpracování, interpretace a prezentace dat. Autoři pod vedením výkonné ředitelky sdružení SIMAR Ing. Hany Huntové v závěrech konstatovali, že DKV využívá dobrých a prověřených postupů a nabízí kvalifikované a použitelné výstupy. Posouzení také obsahovalo řadu dílčích doporučení, která byla v následujících měsících zavedena do praxe DKV.

**Hodnocení je realizováno pomocí tří metodických přístupů, vzájemně odlišných typem zjišťovaných indikátorů plnění veřejné služby:**

1. indikátory vycházející z **měřitelného chování a postojů veřejnosti**;
2. indikátory vycházející z **expertního posouzení** plnění zásad definovaných Kodexem ČT;
3. indikátory vycházející z tzv. „**tvrdých dat**“, např. z databáze odvysílaných pořadů PROVYS.

**Tato zpráva hodnotí ČT ze tří úhlů:**

## **I. Vývoj základních ukazatelů RQI**

Jak se vyvíjejí **základní ukazatele charakterizující úroveň vysílání veřejné služby**, tedy jeho *zásah, kvalita a dopad (Reach, Quality, Impact)*.

## **II. Plnění obecných cílů**

Jak ČT naplňuje **základní standardy požadované po médiích veřejné služby**, a to jak z hlediska konkrétních požadavků definovaných Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání, Zákonem o ČT a Kodexem ČT, tak z hlediska mezinárodně uznávaných principů veřejnoprávního vysílání.

## **III. Vysílání pro specifické divácké skupiny**

Jak jsou vysíláním ČT zasaženi **diváci z jednotlivých socio-demografických a dalších diváckých skupin** a jaké specifické pořady jsou jim nabízeny.

# TYPY INDIKÁTORŮ A DAT

Základním stavebním kamenem všech hodnocení jsou indikátory. Pracujeme se třemi typy indikátorů, které se vzájemně odlišují typem dat, která využívají:

I. Indikátory vycházející z **měřitelného chování diváků a měřitelných postojů veřejnosti**:

- **Elektronické měření sledovanosti ATO** (peoplemetry) – výzkum sledovanosti TV;
- **Monitoring nových médií** – sledovanost kanálů online, sledovanost webového archivu;
- **Denní kontinuální výzkum (DKV)** – dlouhodobý interní výzkum ČT, modifikovaný pro potřeby měření veřejné hodnoty;
- **Trackingový výzkum** – pravidelný výzkum s půlroční periodicitou.

II. Indikátory vycházející z **expertních analýz** naplňování definovaných zásad:

- **Expertní posouzení** – kvalitativní odborné rozborů a posudky orientované na různé oblasti vysílání ČT (na zpracování významných kauz, programovou skladbu a podobně);
- **Obsahová analýza** – specifický typ expertního posouzení zaměřený na různé programové typy, například na zpravodajské, publicistické a diskusní pořady.

III. Indikátory vycházející z tzv. „**tvrdých dat**“:

- **Databáze odvysílaných pořadů PROVYS**

Všechny sledované indikátory vycházejí ze zdrojů uvedených na následujících dvou listech.

# PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ 1/2

## I. INTERNÍ ZDROJE DAT

• Denní kontinuální výzkum ČT (DKV) <sup>1</sup>	panel 1 000 respondentů, celkem 2 236 910 hodnocení pořadů za rok 2020
• Databáze odvysílaných pořadů ČT (PROVYS)	81 091 pořadů za rok 2020 *
• Online tracking ČT (OLT)	5 382 respondentů za rok 2020

## II. EXTERNÍ DODAVATELÉ DAT, VÝZKUMŮ A ANALÝZ <sup>2</sup>

• ATO - Nielsen Admosphere	- Elektronické měření sledovanosti (peoplemetry), PEM-D - měření videoobsahu	Panel 1 870 domácností
	- Výzkum pro nastavení deduplikace <sup>3</sup>	5 026 respondentů v roce 2020
• Kantar CZ	- Semestrální trackingový výzkum <sup>4</sup>	min. 1 000 respondentů/vlnu
	- ad hoc online výzkum „Postoje obyvatel ČR v době koronavirové krize“	4 vlny po min. 800 respondentech
• Media Tenor	- Analýza zpravodajských pořadů ČT	43 115 příspěvků za rok 2020
	- Komparativní analýza zpravodajství TV Nova, FTV Prima a Českého rozhlasu	25 365 příspěvků za rok
	- Posouzení vyváženosti zpravodajství ČT	1 000 příspěvků za rok
	- Srovnávací analýza zpravodajských pořadů Události ČT a vybraných zahraničních relací k intenzitě medializace onemocnění COVID-19	3 873 příspěvků za období 12. 3. až 12. 4. 2020



# PŘEHLED ZDROJŮ INDIKÁTORŮ A DAT POUŽITÝCH PRO HODNOCENÍ 2/2

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.</li> <li>PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.</li> </ul>	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky z NYU Prague a FSV UK <sup>5</sup>	1 téma za rok 2020
<ul style="list-style-type: none"> <li>Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.</li> <li>PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D.</li> </ul>	-	Expertní posouzení zpravodajství ČT odborníky ze Západočeské univerzity v Plzni <sup>6</sup>	1 téma za rok 2020
<ul style="list-style-type: none"> <li>NMS Market Research</li> </ul>	-	Vyhodnocení dat z Online trackingu ČT	---

## III. DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE DAT

<ul style="list-style-type: none"> <li>NetMonitor</li> </ul>	-	výzkum návštěvnosti internetu v České republice zadávaný sdružením SPIR <sup>7</sup>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>University of Oxford, Reuters Institute</li> </ul>	-	Digital News Report 2020	Minimálně 2 000 respondentů za každý prezentovaný stát
<ul style="list-style-type: none"> <li>www.crowdtangle.com, www.facebook.com, www.twitter.com</li> </ul>	-	nástroj pro analýzu vlastních profilů na sociálních sítích Facebook, Twitter a Instagram	
<ul style="list-style-type: none"> <li>STEM/MARK a Median</li> </ul>	-	ad-hoc telefonický výzkum „Postoje veřejnosti ke koncesionářským poplatkům a vnímání veřejnoprávních médií“	2 002 respondentů

# OBECNÉ METODOLOGICKÉ POZNÁMKY

- Pokud není u grafů uvedeno jinak, zásahem (reachem) je myšlen počet diváků v populaci 15+, kteří daný týden sledovali vysílání kontinuálně alespoň 15 minut. Zdrojem dat je elektronický výzkum sledovanosti ATO - Nielsen Admosphere (dříve ATO - Mediaresearch). Zásah je uváděn v procentech diváků.
- Podíl na publiku (share) je průměrem za příslušné období, založeným na vteřinových datech sledovanosti.
- Zdrojem diváckého hodnocení pořadů podle kritérií spokojenosti, vnímané originality a míry zaujetí je denní kontinuální výzkum – DKV ČT. Výzkum probíhá na cílové skupině diváků ve věku 15+.
- V přehledových tabulkách v části A. Vývoj hlavních ukazatelů – RQI a v tabulce Zásah vysílání a souhlas s výroky v jednotlivých cílových skupinách v části C – Vysílání pro specifické divácké skupiny uvádíme vedle hodnoty indikátoru za rok 2020 v závorce také hodnotu stejného indikátoru zjištěnou v roce 2019 a průměr hodnot indikátoru z let 2014-2018. Stejně časové členění je použito také ve většině přehledových grafů.
- Výstupy z trackingu ČT jsou reprezentativní pro televizní populaci 18+.
- V grafech označených symbolem **K** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny koeficienty daných indikátorů na stupnici 0-100 %. Koeficient je vypočítán z průměru odpovědí na škále 1: rozhodně souhlasím až 4: rozhodně nesouhlasím.
- V grafech označených symbolem **S** jsou u položek vycházejících z trackingového výzkumu (TRA) zobrazeny prosté součty podílů odpovědí 1: rozhodně souhlasím + 2: spíše souhlasím, tzv. TOP2BOX.
- Zpráva za rok 2020 obsahuje mimořádně také informace monitorující aktivity České televize v době koronavirové krize. Příslušné strany jsou označeny symbolem **COVID-19**

# HLAVNÍ PŘEHLED

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere\*, Tracking ČT\*\*, (rozdíl oproti roku 2019)

**74 %** (0 p.b.) \*

obyvatel ČR je každý týden  
zasážno vysíláním ČT.

**72 %** (+4 p.b.) \*\*

obyvatel ČR si myslí,  
že je ČT důvěryhodná.

**75 %** (0 p.b.) \*\*

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

**70 %** (0 p.b.) \*\*

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

**77 %** (+3 p.b.) \*\*

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

**72 %** (-1 p.b.) \*\*

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

**74 %** (0 p.b.) \*\*

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

**61 %** (+3 p.b.) \*\*

obyvatel ČR si myslí, že je ČT  
inovativní.

\* Populace 15+

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

# A. VÝVOJ ZÁKLADNÍCH UKAZATELŮ – RQI

## ZÁKLADNÍ POPIS METODIKY RQI

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

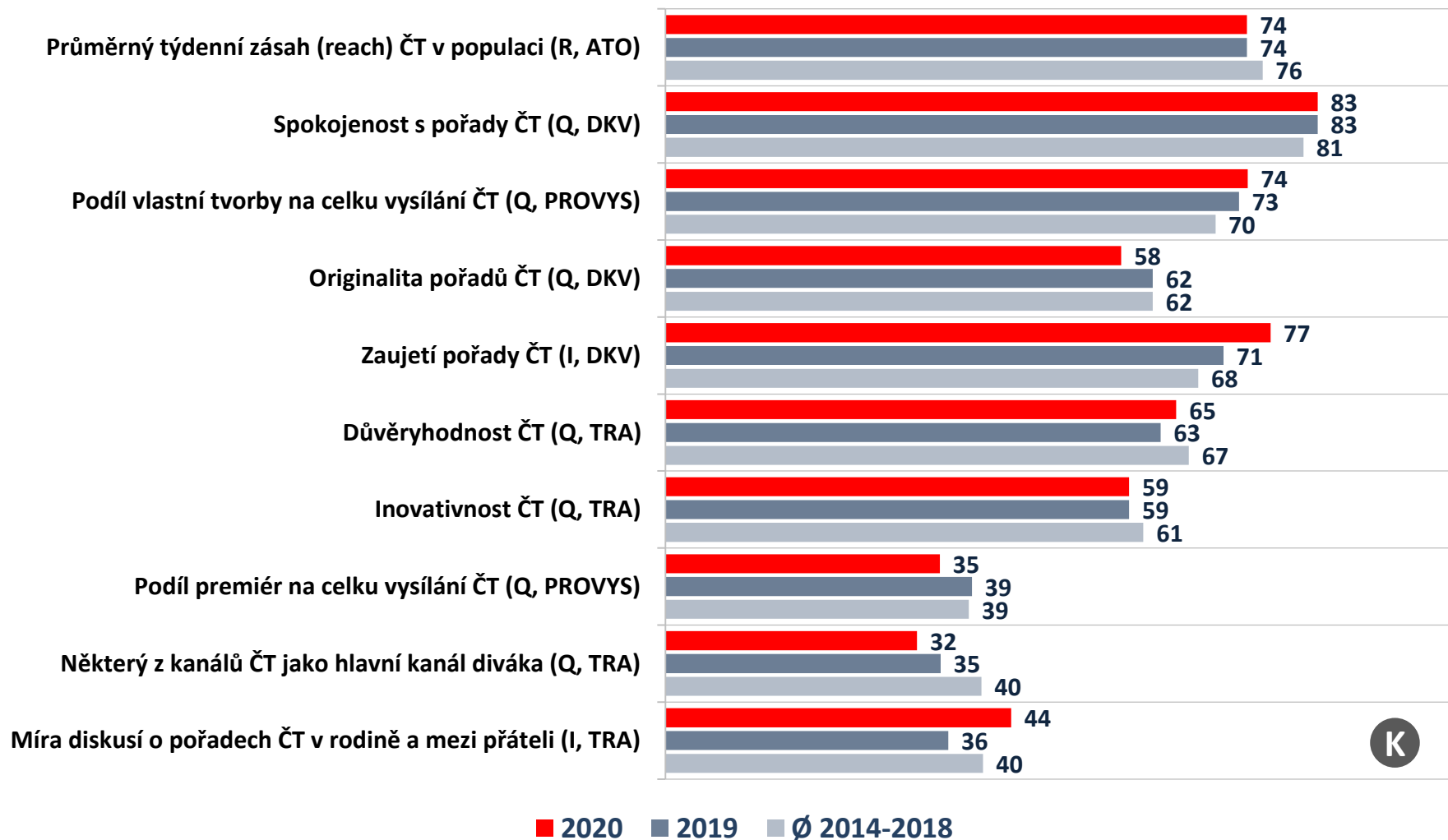
Hodnoty jednotlivých veličin jsou určovány prostřednictvím měření jim příslušných indikátorů.
- Kromě výše uvedených tří veličin je v britské metodice definována ještě veličina čtvrtá, Value for Money, která řeší zejména náklady vynaložené na vysílání ve vztahu k zásahu publika.
- Základní ukazatele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

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

# RQI - CELEK ČT

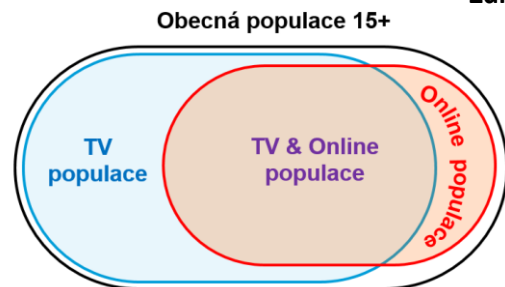
# INDIKÁTORY ZÁSAHU (R), KVALITY (Q) A DOPADU (I) PRO ČT JAKO CELEK

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



## 2020: PRŮMĚRNÝ CELKOVÝ TÝDENNÍ ZÁSAH (R) ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM \*

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, 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	podíl	počet	
Populace 15+	74 %	6 272 649	14 %	1 209 559	3 %
Muži 15+	71 %	2 928 869	14 %	588 341	3 %
Ženy 15+	76 %	3 343 780	14 %	621 218	3 %
15-24 let	32 %	290 998	17 %	152 149	<b>20 %</b>
25-34 let	50 %	594 616	22 %	254 630	<b>12 %</b>
35-44 let	73 %	1 129 181	21 %	324 657	3 %
45-54 let	81 %	1 207 438	15 %	229 389	1 %
55 a více let	90 %	3 050 417	7 %	248 735	0 %
Základní 15+	59 %	648 512	8 %	93 148	4 %
SŠ bez maturity 15+	78 %	2 200 228	10 %	280 628	1 %
SŠ s maturitou 15+	73 %	2 160 796	16 %	461 423	3 %
VŠ 15+	78 %	1 263 113	23 %	374 360	6 %

## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kanálů České televize za rok 2020 činil 74 %**, jeho hodnota byla tedy stejná jako v roce předchozím. Dlouhodobě se zásah ČT udržuje na vyšší úrovni, než jakou si pro své vysílání stanovila britská BBC (70 %).
- Dle vzoru BBC předkládáme nově i **celkový průměrný týdenní zásah České televize TV vysíláním a online obsahem**. Průměrný týdenní zásah online obsahem ČT dosáhl v roce 2020 14 %, což představuje 1,2 milionu dospělých diváků. **Relativní navýšení zásahu vysílání ČT činilo díky online obsahu 3 %**. **Toto relativní navýšení bylo významné zejména v mladších cílových skupinách**: Ve skupině 15-24 let dosáhlo 20 %, v kategorii 25-34 let činilo 12 %.
- Spokojenost s pořady České televize zůstala **na stejné úrovni jako v minulém roce, tedy na hodnotě 83 %**. Pokud jde o další kvalitativní indikátory, vnímaná originalita pořadů klesla o 4 p.b. na úroveň 58 %, míra zaujetí pořady naopak vzrostla o 6 p.b. na hodnotu 77 %.
- **Podíl vlastní tvorby na celku vysílání činil 74 %**, oproti roku 2019 se jedná o mírný nárůst o 1 p.b.
- **Podíl premiér na celku vysílání dosáhl hodnoty 35 %**. Důvodem poklesu o 4 p.b. byla hlavně absence premiérového vysílání na sportovním kanálu ČT sport, způsobená koronavirovou krizí (pokles o 15 p.b.), a spuštění nového kanálu ČT3 využívajícího převážně archivní vysílání.
- Koeficient inovativnosti dosáhl stejně jako v roce 2019 úrovně 59 %.
- **Koeficient důvěryhodnosti České televize zaznamenal v roce 2020 nárůst o 2 p.b.** – jeho hodnota činila 65 %. **S výrokem „Česká televize je důvěryhodná“ rozhodně nebo spíše souhlasilo 72 % respondentů**, což znamená nárůst dokonce o 4 p.b.
- **Za výrazným nárůstem hodnoty indikátoru *Míra diskusí o pořadech ČT v rodině a mezi přáteli (+8 p.b.)*** stojí s velkou pravděpodobností zvýšený zájem diváků o zpravodajství ČT v době koronavirové krize, a také nový kanál ČT3.



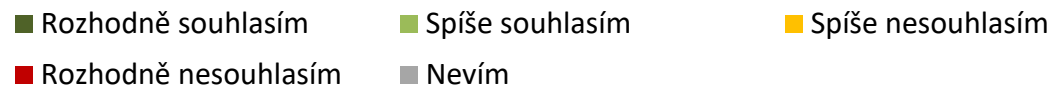
## HODNOCENÍ VYSÍLÁNÍ ČT V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE 1/2

Zdroj: Kantar CZ, výzkum „Postoje obyvatel ČR v době koronavirové krize“, 2. vlna (31. 3. – 1. 4. 2020), v %

- Českou televizi považovalo za svůj **hlavní zdroj informací týkajících se koronavirové krize 36 % dospělých obyvatel Česka.**



- 81 % respondentů souhlasilo s názorem, že **ČT poskytuje v době krize jedinečný informační servis.**
- 80 % obyvatel souhlasilo s tvrzením, že **role ČT je v době mimořádných událostí nepostradatelná.**



Česká televize poskytuje ohledně aktuální koronavirové krize jedinečný informační servis.



Ukazuje se, že v době mimořádných událostí je role České televize a jejího zpravodajského servisu nepostradatelná.

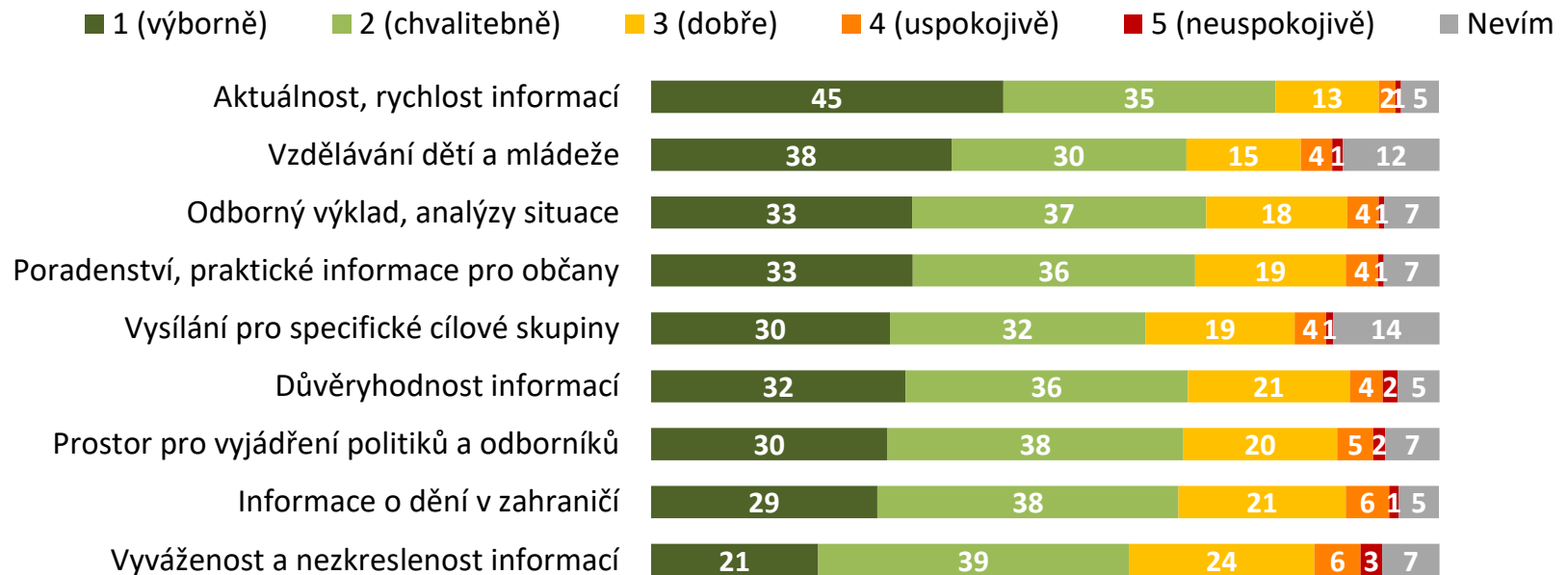


## HODNOCENÍ VYSÍLÁNÍ ČT V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE 2/2

Zdroj: STEM/MARK, Median, „Výzkum postojů veřejnosti ke koncesionářským poplatkům a vnímání veřejnoprávních médií“, květen-červen 2020, v %

- Podle dalšího reprezentativního výzkumu realizovaného společnostmi STEM/MARK a Median bylo vysílání ČT v době koronavirové krize hodnoceno především jako aktuální, odborné a plnící vzdělávací funkci. Výrazně pozitivně bylo vnímáno ale i v dalších aspektech.

**Ohodnoťte vysílání České televize v době koronavirových omezení z následujících hledisek:**



# RQI – KANÁLY ČT

## PŘEHLED ZA ROK 2020

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2020 (2019; Ø 2014-2018)]

	ČT celkem	ČT1	ČT2	ČT24	ČT sport	ČT :D	ČT art	ČT 3***
Zásah (reach) 15+	<b>74</b> (74;76)	<b>64</b> (63;65)	<b>37</b> (38;40)	<b>30</b> (25;27)	<b>15</b> (22;25)	<b>12</b> (12;12)	<b>7</b> (6;5)	<b>10</b>
Zásah (reach) 4-12 let	---	---	---	---	---	<b>43</b> (44;49)	---	---
Podíl (share) 15+	<b>31</b> (30;30)	<b>17</b> (17;16)	<b>4</b> (4;4)	<b>5</b> (4;4)	<b>2</b> (4;4)	---	<b>1</b> (1;1)*	<b>3***</b>
Podíl (share) 4-12 let	---	---	---	---	---	<b>27</b> (28;26)**	---	---
Spokojenost	<b>83</b> (83;81)	<b>83</b> (83;81)	<b>86</b> (84;83)	<b>83</b> (81;80)	<b>86</b> (84;83)	---	<b>87</b> (84;83)	<b>87</b>
Originalita	<b>58</b> (62;62)	<b>56</b> (59;60)	<b>66</b> (72;73)	<b>52</b> (64;54)	<b>56</b> (57;61)	---	<b>65</b> (72;74)	<b>69</b>
Zaujetí	<b>77</b> (71;68)	<b>74</b> (69;66)	<b>84</b> (80;77)	<b>76</b> (73;61)	<b>82</b> (71;65)	---	<b>83</b> (82;78)	<b>87</b>
Hlavní kanál	<b>32</b> (35;40)	<b>19</b> (21;23)	<b>2</b> (3;4)	<b>7</b> (4;6)	<b>2</b> (6;7)	<b>1</b> (0;1)	<b>0</b> (1;0)	<b>0</b>
Podíl premiér	<b>35</b> (39;39)	<b>29</b> (29;30)	<b>22</b> (21;23)	<b>76</b> (70;69)	<b>38</b> (53;52)	<b>13</b> (20;20)	<b>20</b> (20;21)	<b>10</b>
Podíl vlastní tvorby	<b>74</b> (73;69)	<b>81</b> (80;79)	<b>48</b> (50;48)	<b>100</b> (99;99)	<b>96</b> (96;76)	<b>30</b> (30;32)	<b>52</b> (55;64)	<b>99</b>

\* Údaj za časový úsek 20.00 - 6.00, kdy ČT art vysílá

\*\* Údaj za časový úsek 6.00 - 20.00, kdy ČT :D vysílá

\*\*\* Údaje za období vysílání kanálu ČT3: 23. 3. - 31. 12. 2020, u share za časový úsek 6:00 / 9:00 - 17.25 / 22:00

## VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU VE SKUPINĚ 15+ (R)

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

Stanice	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	64	63	63	63	65	66
ČT2	37	38	38	39	40	41
ČT24	30	25	27	27	26	27
ČT sport	15	22	24	22	26	25
ČT :D	12	12	12	13	13	12
ČT art	7	6	5	7	6	5
ČT3*	10	---	---	---	---	---

\* Průměr za období od 23. 3. do 31. 12. 2020

## KOMENTÁŘ

- K významnému **nárůstu průměrného týdenního zásahu o 5 p.b. došlo u kanálu ČT24**. O 1 p.b. se meziročně zvýšil zásah ČT1 a ČT art. **Pokles zásahu o 7 p.b. zaznamenal ČT sport**, hlavním a pochopitelným důvodem byla absence zásadních sportovních událostí mezinárodního významu (MS v hokeji, ME ve fotbale a LOH), ale i přerušení domácích soutěží z důvodu koronavirové krize.
- **Hodnoty kvalitativních indikátorů jednotlivých programů zůstaly většinou stabilní**. Mezi **kanály s nejvyšší spokojeností se zařadil nový program ČT3 a kulturní ČT art**; spokojenost s nimi dosáhla úrovně 87 %. Tradičně vysoce jsou hodnoceny stanice ČT2 a ČT sport (obě 86 %), a to i přes velmi omezenou premiérovou nabídku sportovního kanálu. Další kvalitativní parametry, **originalita a zaujetí, dosáhly nadprůměrných hodnot u ČT2, ČT art a ČT3**. **Posledně jmenovaný kanál oslovil diváky vhodným výběrem toho nejlepšího z archivu v kombinaci s vlastními premiérovými pořady**.
- **O 3 p.b. na hodnotu 32 % se snížil podíl diváků, kteří za svůj hlavní kanál považují některý z programů České televize**. I v tomto případě stojí za poklesem především kanál ČT sport, respektive absence významných živě přenášených sportovních událostí. Naopak na důležitosti nabyl zpravodajský kanál ČT24, který byl hlavním pro 7 % diváků (oproti 4 % v roce 2019).
- **ČT zaznamenala meziročně pokles podílu premiér ve vysílání o 4 p.b.**, z již zmíněných důvodů ho má na svědomí hlavně kanál **ČT sport** (-15 p.b.). O 7 p.b. méně bylo premiér také na dětském kanálu ČT :D, naopak nárůst o 6 p.b. (na 76 %) jsme zaznamenali u ČT24.
- **V meziročním srovnání se mírně zvýšil podíl vlastní tvorby na úroveň 74 % (+1 p.b.)**. Za nárůstem stál především nový kanál ČT3, který měl téměř absolutní podíl vlastní tvorby na vysílání. Ostatní kanály zůstaly přibližně na úrovni roku 2019, pokles o 3. p.b. zaznamenala stanice ČT art.

## PRŮMĚRNÝ PODÍL (SHARE) KANÁLŮ ČT NA CELODENNÍM VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

<u>Skupina 15+</u>	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	16,97	16,54	15,80	15,34	16,27	15,87
ČT2	3,94	4,27	4,26	4,35	4,46	4,54
ČT24	5,50	3,94	4,38	4,23	3,99	4,22
ČT sport	1,93	3,50	4,06	3,40	4,46	4,09
ČT :D	1,25	1,38	1,30	1,49	1,40	1,36
ČT art	0,42	0,37	0,33	0,39	0,38	0,34
ČT3*	0,85	---	---	---	---	--
<b>ČT celkem</b>	<b>30,86</b>	<b>29,99</b>	<b>30,13</b>	<b>29,20</b>	<b>30,96</b>	<b>30,42</b>

<u>Skupina 4+</u>	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	16,49	16,04	15,31	14,83	15,72	15,30
ČT2	3,85	4,11	4,10	4,18	4,29	4,35
ČT24	5,30	3,76	4,17	4,00	3,77	3,97
ČT sport	1,89	3,43	3,99	3,32	4,38	4,00
ČT :D	2,19	2,39	2,31	2,68	2,57	2,45
ČT art	0,41	0,37	0,33	0,39	0,37	0,33
ČT3*	0,81	---	---	---	---	--
<b>ČT celkem</b>	<b>30,94</b>	<b>30,11</b>	<b>30,21</b>	<b>29,40</b>	<b>31,09</b>	<b>30,41</b>

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

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

<u>Skupina 15+</u>	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	<b>20,43</b>	18,55	18,52	17,38	19,39	18,19
ČT2	<b>3,75</b>	3,73	3,79	4,08	4,05	4,31
ČT24	<b>2,78</b>	2,21	2,55	2,50	2,37	2,51
ČT sport	<b>1,03</b>	2,64	2,93	2,53	3,59	3,18
ČT :D	<b>0,63</b>	0,59	0,58	0,62	0,50	0,50
ČT art	<b>0,74</b>	0,66	0,53	0,65	0,59	0,53
ČT3*	<b>0,08</b>	---	---	---	---	--
<b>ČT celkem</b>	<b>29,45</b>	<b>28,37</b>	<b>28,90</b>	<b>27,77</b>	<b>30,48</b>	<b>29,21</b>

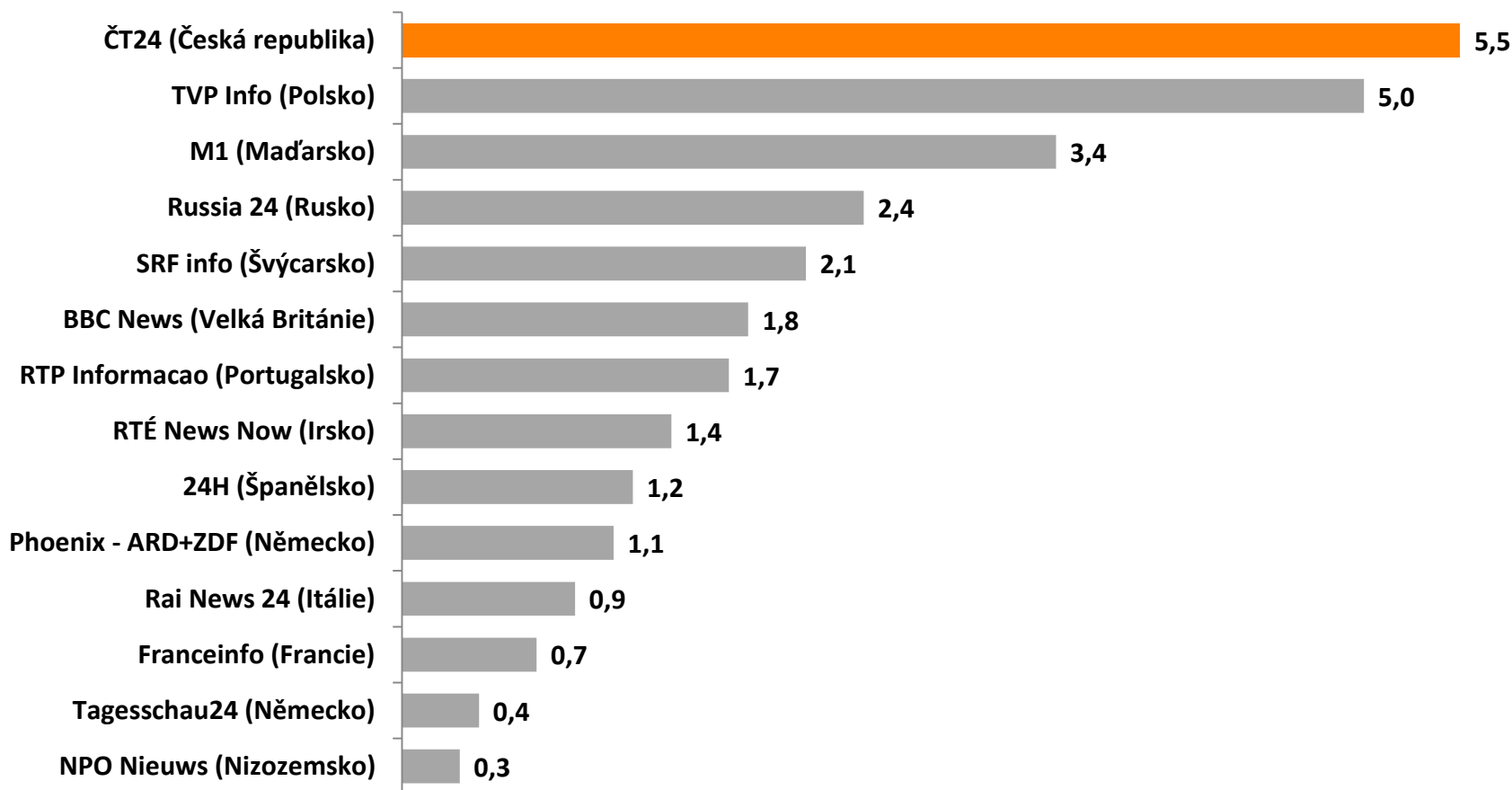
<u>Skupina 4+</u>	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	<b>20,06</b>	18,21	18,13	17,00	18,96	17,78
ČT2	<b>3,63</b>	3,59	3,65	3,94	3,91	4,15
ČT24	<b>2,71</b>	2,13	2,45	2,40	2,26	2,39
ČT sport	<b>1,01</b>	2,63	2,90	2,50	3,57	3,15
ČT :D	<b>1,15</b>	1,04	1,05	1,14	0,92	0,91
ČT art	<b>0,76</b>	0,68	0,55	0,68	0,59	0,53
ČT3*	<b>0,07</b>	---	---	---	---	--
<b>ČT celkem</b>	<b>29,38</b>	<b>28,28</b>	<b>28,72</b>	<b>27,64</b>	<b>30,21</b>	<b>28,93</b>



## 2020: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRAVODAJSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

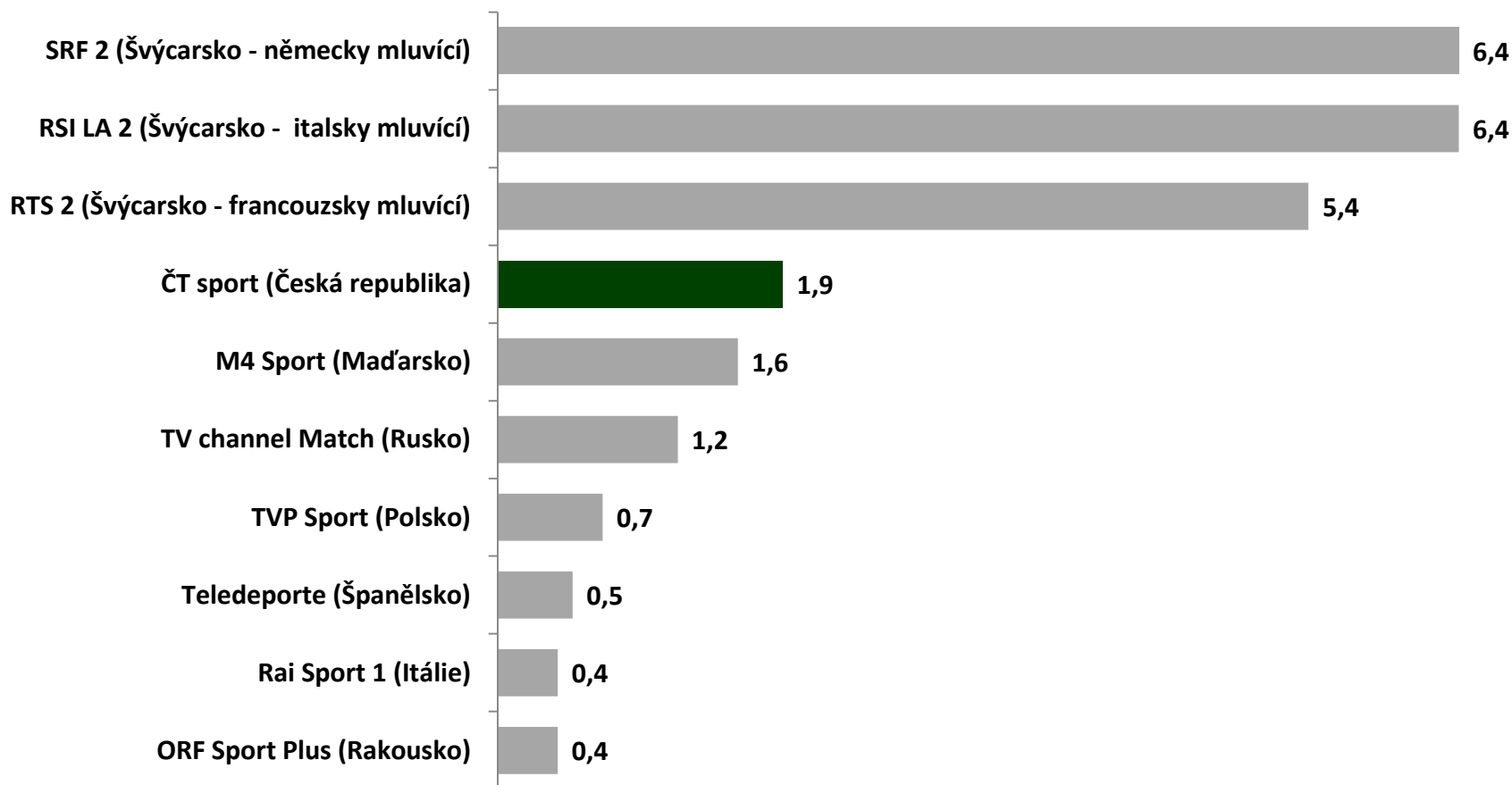


CS 15+, s výjimkou TVP Info (16+), Franceinfo a Russia 24 (4+), Tagesschau24 a Phoenix – ARD+ZDF (3+)

## 2020: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU SPORTOVNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

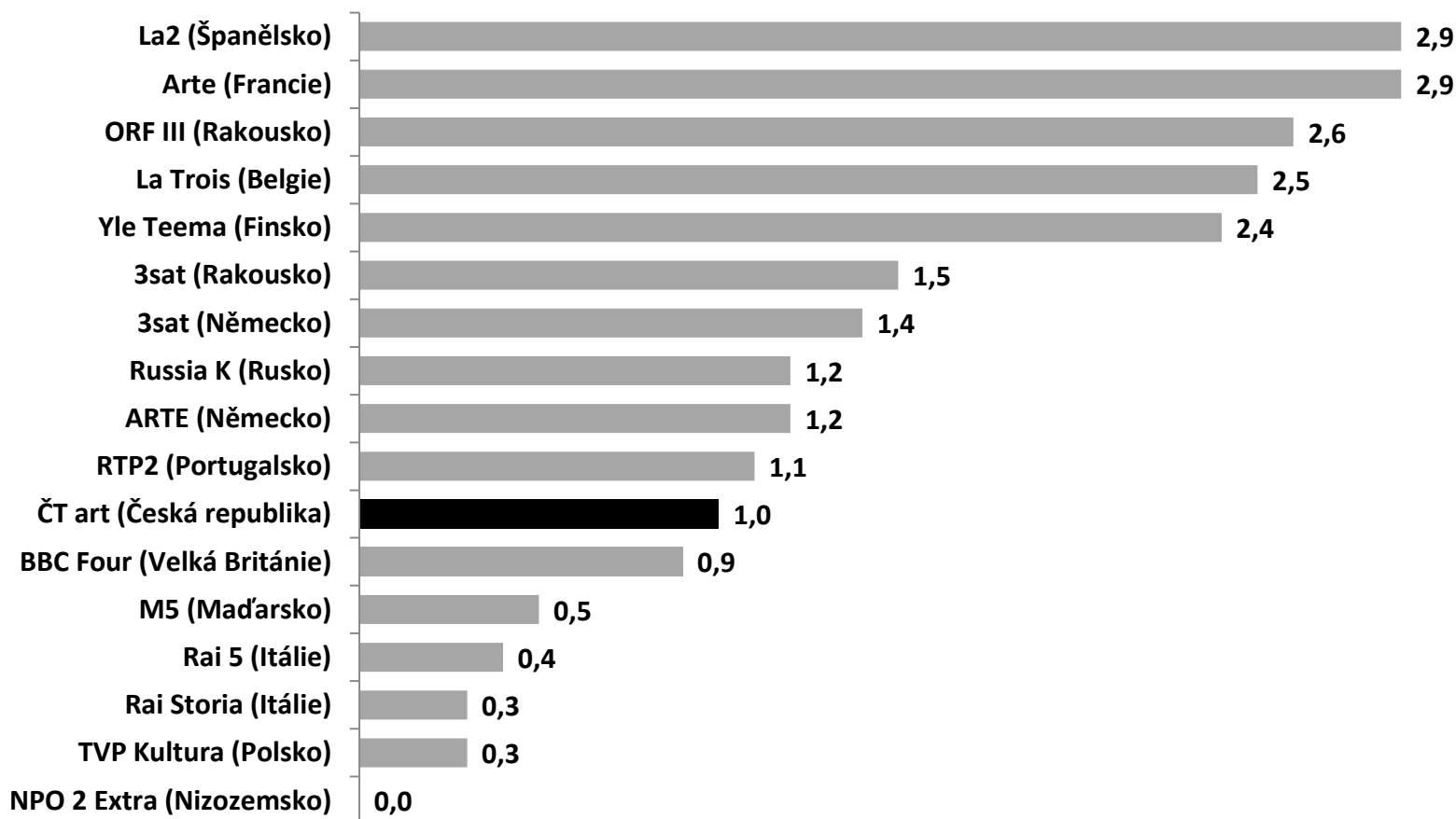


CS 15+ s výjimkou TV channel Match (4+) a TVP Sport (16+)

## 2020: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU KULTURNÍCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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

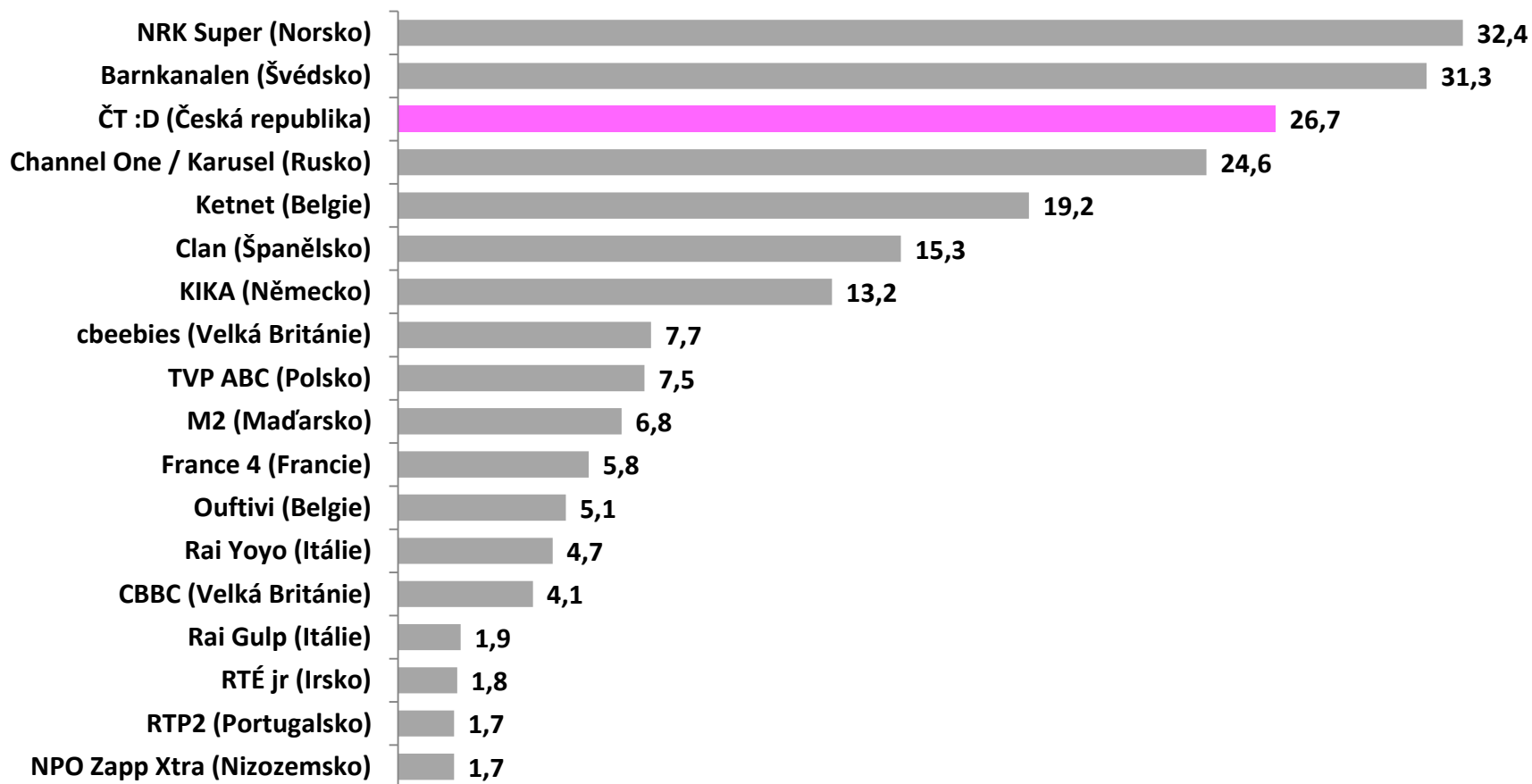


CS 15+ s výjimkou Arte Francie, Yle Teema, Russia K, M5 (4+), 3sat Německo, ARTE Německo (3+), ORF III (12+) a TVP Kultura (16+)

## 2020: MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU DĚTSKÝCH KANÁLŮ NA SLEDOVANOSTI (SHARE)



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



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

## KOMENTÁŘ

- **Česká televize dosáhla v roce 2020 ve skupině diváků starších 15 let podílu na publiku 30,86 %, a stala se tak již třetím rokem po sobě divácky nejúspěšnějším vysílatelem.** Dosažená hodnota podílu na publiku je přitom druhou nejvyšší od roku 2008. Podobného výsledku dosáhla Česká televize i v cílové skupině 4+, kde podíl na publiku činil 30,94 %.
- Na 16,97 % posílil share u hlavního kanálu ČT1, což je nejvyšší hodnota od roku 2009.
- **Vůbec nejlepšího výsledku za dobu své existence dosáhla zpravodajská ČT24 (5,50 %) a také kulturní ČT art (1,05 %, v čase vysílání od 20h do 6h).** Stejně jako v roce 2019 se ČT24 stala v mezinárodním srovnání veřejnoprávních televizí zpravodajským kanálem s nejvyšším podílem na publiku v Evropě. Kanál ČT art skončil ve srovnání kulturních stanic na devátém místě, na úrovni BBC Four.
- **V důsledku celosvětových protiepidemických opatření a s nimi spojeným rušením celé řady zásadních sportovních akcí došlo v loňském roce k poklesu podílu ČT sport na divácích na hodnotu 1,93 %.** I tak měl ale sportovní kanál v evropském srovnání druhý nejvyšší share, a to hned po švýcarských sportovních programech vysílajících ve třech jazykových mutacích.
- **Pokles podílu na publiku zaznamenala i ČT2, a to na hodnotu 3,94 %.** Část diváků, v normálních dobách uvyklá sledování Dvojky, dávala v době koronavirové krize a také v souvislosti se změnou vysílacích schémat přednost zpravodajské ČT24 či nové ČT3. Po spuštění pořadů pro žáky základních škol se ČT stala hlavním vzdělávacím kanálem pro dětské publikum, což logicky také vedlo k odchodu části dospělých diváků jinam.

## KOMENTÁŘ

- Dětský **program Děčko** dosáhl mezi dětmi ve věku 4-12 let podílu na publiku 26,75 %. V hlavním vysílacím čase (17.00 - 20.00) zaznamenal nejlepší výsledek od začátku zahájení vysílání v roce 2013 – 28,12 %. Program je úspěšný zejména u mladších dětí ve věku 4-9 let, mezi kterými činil podíl na publiku 32,22 %.
- **Česká televize jako celek byla u dětského diváka ve věku 4-12 let nejvyhledávanějším vysílatelem, mezi šestou ranní a osmou večerní se na ni v průměru dívalo 39,04 % diváků z této cílové skupiny.**
- **V porovnání s dětskými programy vysílaných evropskými veřejnoprávními televizemi vykazuje kanál ČT :D jednu z nejvyšších hodnot podílu na publiku, v loňském roce skončil na třetím místě, hned za norskou a švédskou televizí.**
- **V hlavním vysílacím čase (19.00 - 22.00) dosáhla Česká televize podílu na publiku 29,45 %. Hlavní kanál ČT1 zaznamenal opět meziroční nárůst, tentokrát na hodnotu 20,43 %, a je v tomto čase dlouhodobě druhým nejsledovanějším televizním programem na českém televizním trhu.**
- Podíl ČT2 na divácích je i přes rostoucí konkurenci na poli dokumentárních a filmových programů v hlavním čase stabilní, hodnota za rok 2020 činila 3,75 %.

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

Zdroj: DKV ČT, v %

Stanice	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	83	83	82	81	81	81
ČT2	86	84	83	83	83	82
ČT24	83	81	80	80	79	79
ČT sport	86	84	84	83	83	82
ČT art	87	84	84	84	83	83
ČT3	87	---	---	---	---	---



Divácká skupina	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Rodiče a děti celkem	88	88	88	82	---	---
Děti celkem	90	90	93	86	---	---
Děti do 6 let	95	95	93	89	---	---
Děti 7-9 let	95	93	93	88	---	---
Děti 10-12 let	83	85	88	81	---	---
Matky	88	83	83	79	---	---
Otcové	83	80	78	74	---	---

Poznámka: Kvalitativní parametry vysílání jsou u ČT :D od roku 2017 zjišťovány odlišně než u ostatních kanálů ČT. Diváci, a to jak dětští, tak dospělí, hodnotí programovou nabídku ČT :D jako celek na klasické školní stupnici 1 až 5. Výsledné průměrné hodnoty jsou pak převedeny na index 0-100 %. Hodnoty za ČT :D tak nejsou přímo srovnatelné s ostatními kanály ČT.

## ORIGINALITA POŘADŮ (Q) A ZAUJETÍ POŘADY (I)

Zdroj: DKV ČT, v %

### ORIGINALITA POŘADŮ (Q)

Stanice	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	56	59	60	54	64	62
ČT2	66	72	73	69	77	73
ČT24	52	64	56	51	58	50
ČT sport	56	57	64	55	65	61
ČT art	65	72	82	67	72	72
ČT3	69	---	---	---	---	---

### ZAUJETÍ POŘADY (I)

Stanice	2020	2019	2018	2017	2016	2015
ČT1	74	69	65	64	67	67
ČT2	84	80	75	79	79	76
ČT24	76	73	61	64	63	57
ČT sport	82	71	63	64	64	66
ČT art	83	82	80	78	76	76
ČT3	87	---	---	---	---	---

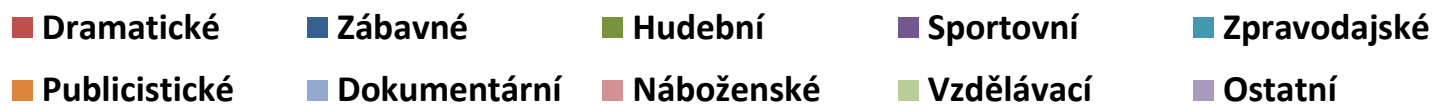


## KOMENTÁŘ

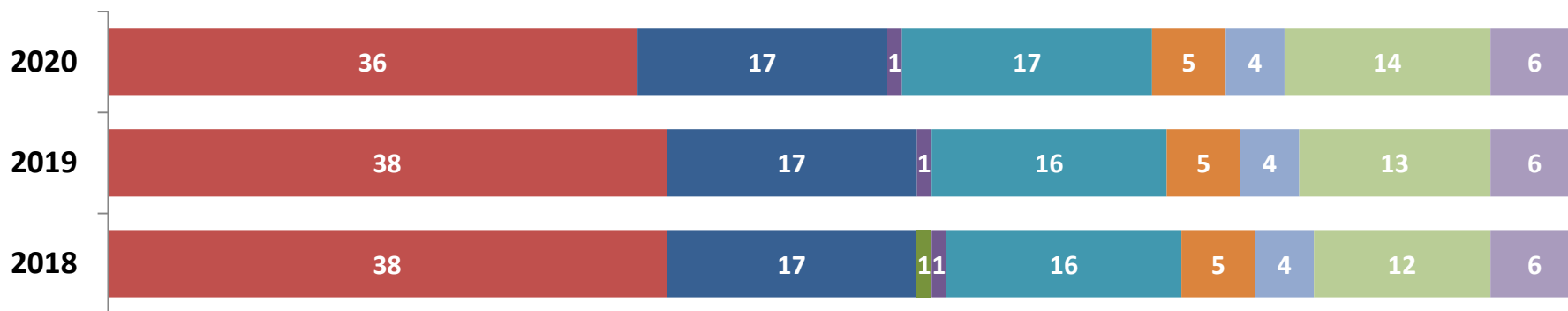
- **Hlavní kanál ČT1 si v roce 2020 udržel stejnou úroveň průměrné spokojenosti diváků s pořady jako v roce předešlém, tedy 83 %.** Hodnocení pořadů České televize se přitom zlepšilo u diváků mladších 35 let a u těch mezi 45 a 64 lety.
- O 3 p.b. na 87 % narostla spokojenost s pořady ČT art, stejnou hodnotu zaznamenal i nový kanál ČT3. Jednalo se přitom o vůbec nejvyšší dosažené hodnoty spokojenosti.
- **Z dramatických pořadů byly velmi pozitivně hodnoceny série *Marie Terezie*, *Stockholmský syndrom* a *Vysoká hra*.** Dařilo se také zahraničním seriálům na ČT2, například titulům jako *Viktorie* a *Medicejové*. Kromě tradičně oblíbených přírodopisných dokumentů byl úspěšný třeba i dokument o Jiřím Suchém na ČT1, dokumenty o českých stavebních památkách na ČT2 nebo dokumenty o umění na ČT art. Mezi nejlépe hodnocenými pořady je mnoho z těch, které reagovaly na aktuální potřeby různých skupin obyvatel. Na ČT3 šlo například o *Pohybovky Pavla Kříže*, *Taneční hodiny Zdeňka Chlopčíka* nebo magazín *Život na třetí*. Na ČT2 dosahoval stabilně vysokých hodnot spokojenosti vzdělávací pořad *UčíTelka*.
- **Další dva kvalitativní parametry, tedy originalita a míra zaujetí, byly nejlépe hodnoceny u kanálů ČT3, ČT2 a ČT art.** Vůbec nejlépe si vedla ČT3, u které dosáhl indikátor originality hodnoty 69 % a indikátor míry zaujetí hodnoty 87 %.
- **Celková spokojenost s pořady ČT :D mezi rodiči a dětmi činila 88 %**, podobně jako v roce 2019. U samotných dětí dosáhlo hodnocení Děčka úrovně 90 %, i v tomto případě se jednalo o zopakování výsledku z předešlého roku. Mezi nejlépe hodnocené cykly určené dětem se zařadily třeba *Agent v kapse II* nebo *Rejpavá žížala*.

## ŽÁNROVÁ STRUKTURA VYSÍLÁNÍ ČT1 a ČT2 (Q)

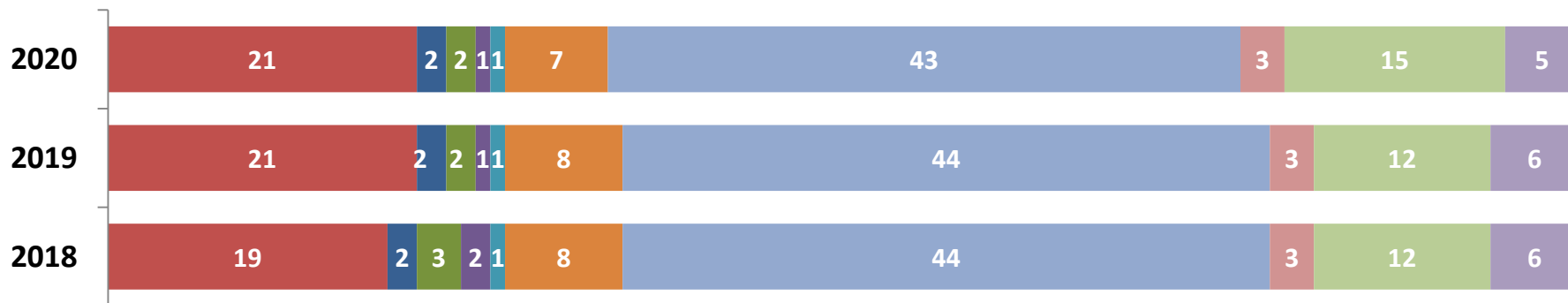
Zdroj: PROVYS ČT, v %



01



02



## KOMENTÁŘ

- **Pouze k marginálním změnám došlo v žánrové struktuře hlavního kanálu ČT1**, na jehož vysílání mají stabilně nejvyšší podíl dramatické pořady. Ty meziročně zaznamenaly pokles podílu na vysílání o 2 p.b. na hodnotu 36 %. Podíl zábavných pořadů i zpravodajských pořadů činil 17 %. O 1 p.b. na hodnotu 14 % vzrostl v porovnání s rokem 2019 podíl vzdělávacích pořadů.
- Pokud jde o **žánrovou strukturu programu ČT2, díky zařazení mimořádných vzdělávacích pořadů pro děti narostl jejich podíl o 3 p.b. na hodnotu 15 %**. K mírnému meziročnímu poklesu o 1 p.b. došlo u dokumentárních pořadů, ty ale i nadále zůstávají s podílem 43 % jednoznačně dominantním formátem Dvojky. Z původních 8 % v roce 2019 na 7 % v roce 2020 poklesl na ČT2 podíl publicistických pořadů.

## RQI – ŽÁNRY

## PŘEHLED ZA ROK 2020

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, PROVYS ČT, DKV ČT, v % [2020 (2019; Ø 2014-2018)]

	Zpravodajské pořady	Publicistické pořady	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady	Sportovní pořady	Dětské pořady
Zásah (reach 15+)	47 (41;43)	24 (23;22)	59 (58;59)	43 (41;41)	7 (4;4)	32 (33;36)	22 (20;14)	1 (1;1)	15 (22;25)	31 (30;32)
Spokojenost	81 (81;79)	82 (82;81)	83 (81;80)	86 (86;82)	87 (87;84)	87 (86;83)	84 (84;82)	86 (84;83)	81 (84;82)	**
Originalita	50 (55;51)	62 (67;67)	59 (62;63)	64 (66;67)	69 (73;73)	68 (74;75)	67 (70;72)	70 (72;75)	45 (50;55)	**
Zaujetí	70 (64;59)	78 (75;73)	78 (70;68)	81 (76;73)	87 (84;78)	87 (82;80)	83 (78;77)	83 (83;84)	70 (66;60)	**
Hlavní kanál ČT	59 (57;63)	57 (54;62)	*	16 (22;27)	*	35 (46;49)	39 (42;45)	*	55 (58;59)	38 (27;33)
Podíl premiér	82 (77;76)	28 (27;27)	11 (13;15)	15 (25;27)	13 (18;19)	15 (13;14)	47 (47;46)	22 (22;32)	42 (57;56)	14 (18;19)
Podíl vlastní tvorby	100 (99;99)	99 (99;100)	37 (26;26)	97 (96;96)	78 (77;79)	38 (41;44)	87 (89;86)	99 (100;98)	95 (96;74)	38 (35;36)

\* Hlavní kanál u těchto programových typů není v rámci trackingového výzkumu ČT zjišťován.

\*\* Kvalitativní parametry dětských pořadů jsou měřeny odlišnou metodikou než u ostatních programových typů.

## SPOKOJENOST (Q), ORIGINALITA (Q) A MÍRA ZAUJETÍ (I) PREMIÉROVÝMI POŘADY

Zdroj: DKV ČT, v % [2020 (2019; Ø 2014-2018)]

	Dramatické pořady	Zábavné pořady	Hudební pořady	Dokumentární pořady	Vzdělávací pořady	Náboženské pořady
Spokojenost	81 (80; 79)	84 (86; 83)	88 (87; 84)	86 (84; 82)	84 (83; 82)	86 (86; 85)
Originalita	60 (65; 66)	63 (65; 67)	69 (73; 76)	67 (72; 75)	64 (67; 71)	69 (71; 75)
Zaujetí	74 (67; 68)	80 (75; 73)	85 (84; 78)	83 (80; 79)	81 (75; 75)	83 (83; 85)

## KOMENTÁŘ

- Vzhledem k situaci vyvolané koronavirovou krizí došlo v roce 2020 ve srovnání s předchozím rokem k **nárůstu průměrného týdenního zásahu u zpravodajských (+6 p.b.), publicistických (+1 p.b.) a vzdělávacích pořadů ČT (+2 p.b.)** O něco lepší výsledek než v roce 2019 zaznamenaly také **zábavné (+2 p.b.) a dětské pořady**. Kvůli omezené sportovní nabídce poklesl o 7 p.b. zásah sportovních pořadů.
- **Spokojenost s jednotlivými žánry zůstala na podobné úrovni jako v minulých letech**, k mírnému nárůstu o 2 p.b. došlo u dramatických a náboženských pořadů, k poklesu o 3 p.b. u pořadů sportovních. **U všech žánrů poklesla vnímaná originalita** (v rozmezí od -2 do -6 p.b.), **zároveň ale prakticky u všech rostla míra zaujetí**, nejvíce u pořadů dramatických (+8 p.b.), zpravodajských (+6 p.b.), zábavných a vzdělávacích (+5 p.b.).
- Změnily se také hodnoty u deklarovaného hlavního kanálu pro jednotlivé žánry. **59 % diváků považuje některý z kanálů ČT za hlavní pro zpravodajské pořady (+2 p.b.), 57 % diváků za hlavní pro pořady publicistické (+3 p.b.)**. Kvůli změně skladby vysílání došlo k poklesu podílu dospělých diváků, kteří považují některý z kanálů ČT za hlavní pro dokumentární (-11 p.b.) a zábavné pořady (-6 p.b.). Naopak, **zařazením mimořádných vzdělávacích pořadů na ČT1 a ČT2 došlo k významnému posílení indikátoru u dětských pořadů (z 27 % na 38 %)**.

## KOMENTÁŘ

- **Tradičně nejvyšší podíl premiér vykazují zpravodajské pořady, loni to bylo 82 % (+5 p.b.).** O 1 p.b. na hodnotu 28 % narostl podíl premiér u publicistických pořadů. Vzhledem k omezení výroby nových pořadů došlo **k významnému poklesu podílu premiér u zábavných pořadů** (z 25 % na 15 %), kvůli **celosvětové pandemické situaci zase u sportovních** (z 57 % na 42 %) a **hudebních pořadů** (z 18 % na 13 %).
- **Podíl vlastní tvorby u zpravodajských, publicistických, zábavných, sportovních a náboženských pořadů dosahuje tradičně téměř 100 %.** K nejvyššímu nárůstu oproti roku 2019 došlo u dramatických pořadů (z 26 % na 37 %), a to zejména díky spuštění nového kanálu ČT3. O 3 p.b. na hodnotu 38 % narostl podíl vlastní tvorby také u dětských pořadů, naopak o 3. p.b. na 38 % poklesl u pořadů dokumentárních.
- **Z hlediska spokojenosti s premiérovými pořady jsou nejlépe hodnoceny hudební, dokumentární a náboženské pořady.** Všechny tři zmíněné žánry si vedou dobře, i pokud jde o další kvalitativní indikátory: Index originality je u nich minimálně 67 %, index zaujetí minimálně 83 %.



# 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.

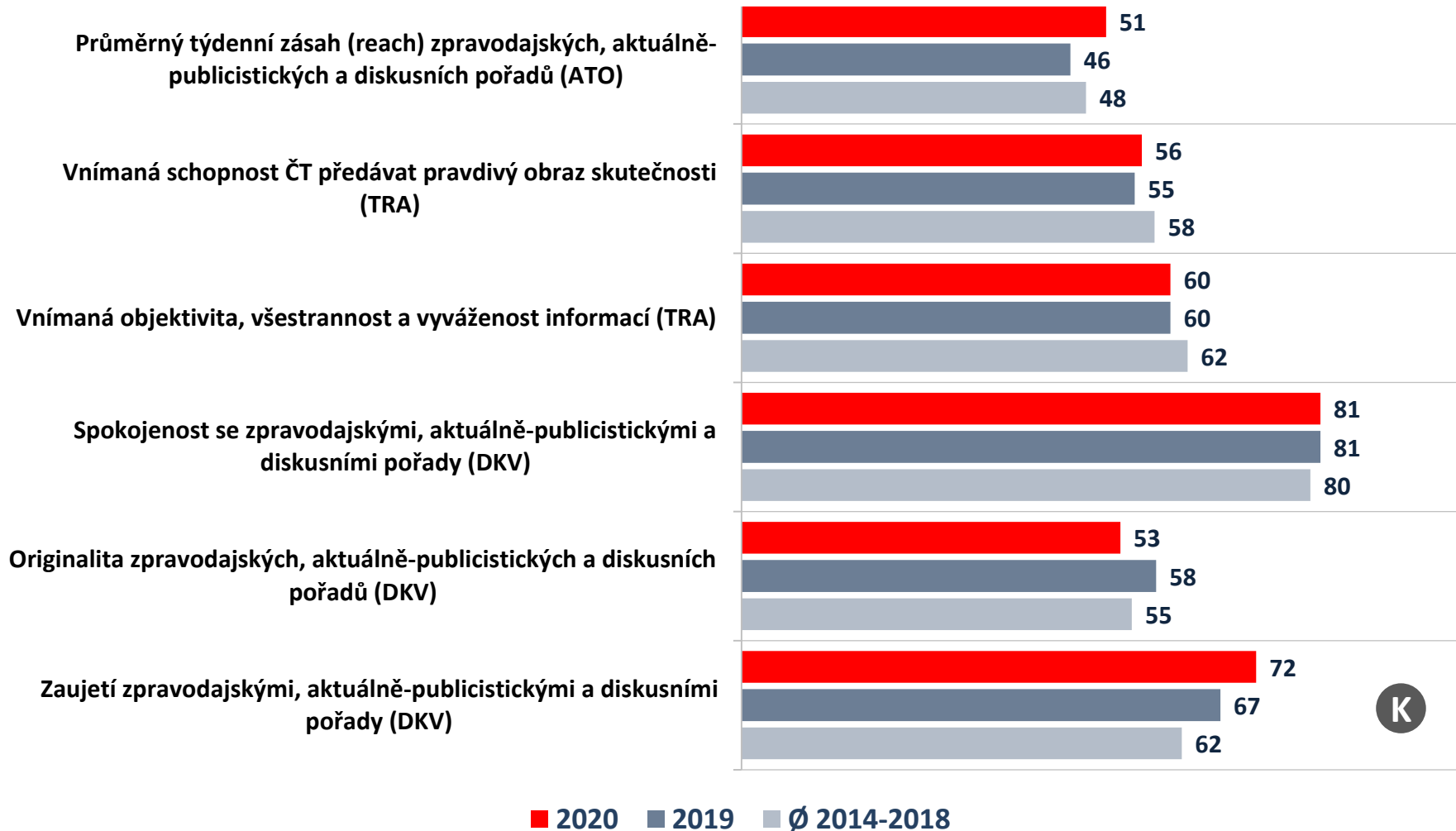
# CÍL 1 – Poskytování zpravodajských a publicistických informací, udržování a rozvoj občanské společnosti a demokracie

## VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 1

- „Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivitu a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“ (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, § 31 odst. 3)
- „Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů...“ (Zákon o ČT, § 2 odst. 2 písm. a)
- „Programy České televize umožňují svobodné šíření, výměnu, případně konfrontaci informací, názorů a postojů. Základní smysl jejího působení spočívá ve vytváření otevřeného prostoru pro veřejnou rozpravu o otázkách veřejného zájmu a pro sdělování rozmanitých zkušeností či prožitků vnímání světa, který diváky obklopuje.“ (Kodex ČT, čl. 1 odst. 1.2)
- „Prvořadým úkolem České televize je zprostředkovávat informace ve zpravodajských a aktuálně publicistických pořadech. Divákům poskytuje informace důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.1)
- „Aktuálně-publicistické pořady České televize nabízejí především kritickou reflexi reality, musí jít do hloubky věcí, zjišťovat pravé příčiny jevů a popsat rozsah následků.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.3)
- „Ve zpravodajství a aktuální publicistice Česká televize dbá na přesnost a nestrannost, spočívající především ve zjišťování a ověřování skutečností.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.6)
- „Česká televize je při získávání a zpracovávání informací plně podřízena imperativu zjistit a divákům zprostředkovat pravdivý obraz skutečnosti a v případech, kdy to pro nemožnost opatřit si všechny informace není beze zbytku uskutečnitelné, postupovat s cílem pravdě se maximálně přiblížit.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.8)
- „Česká televize nesmí odvyšlat informaci, jejíž původ není znám. Je povinna seznámit diváky se zdrojem vysílané informace s výjimkou obecně známých skutečností a informací převzatých od renomovaných zpravodajských agentur, které ji zásobují informacemi na základě platné smlouvy.“ (Kodex ČT, čl. 5 odst. 5.11)

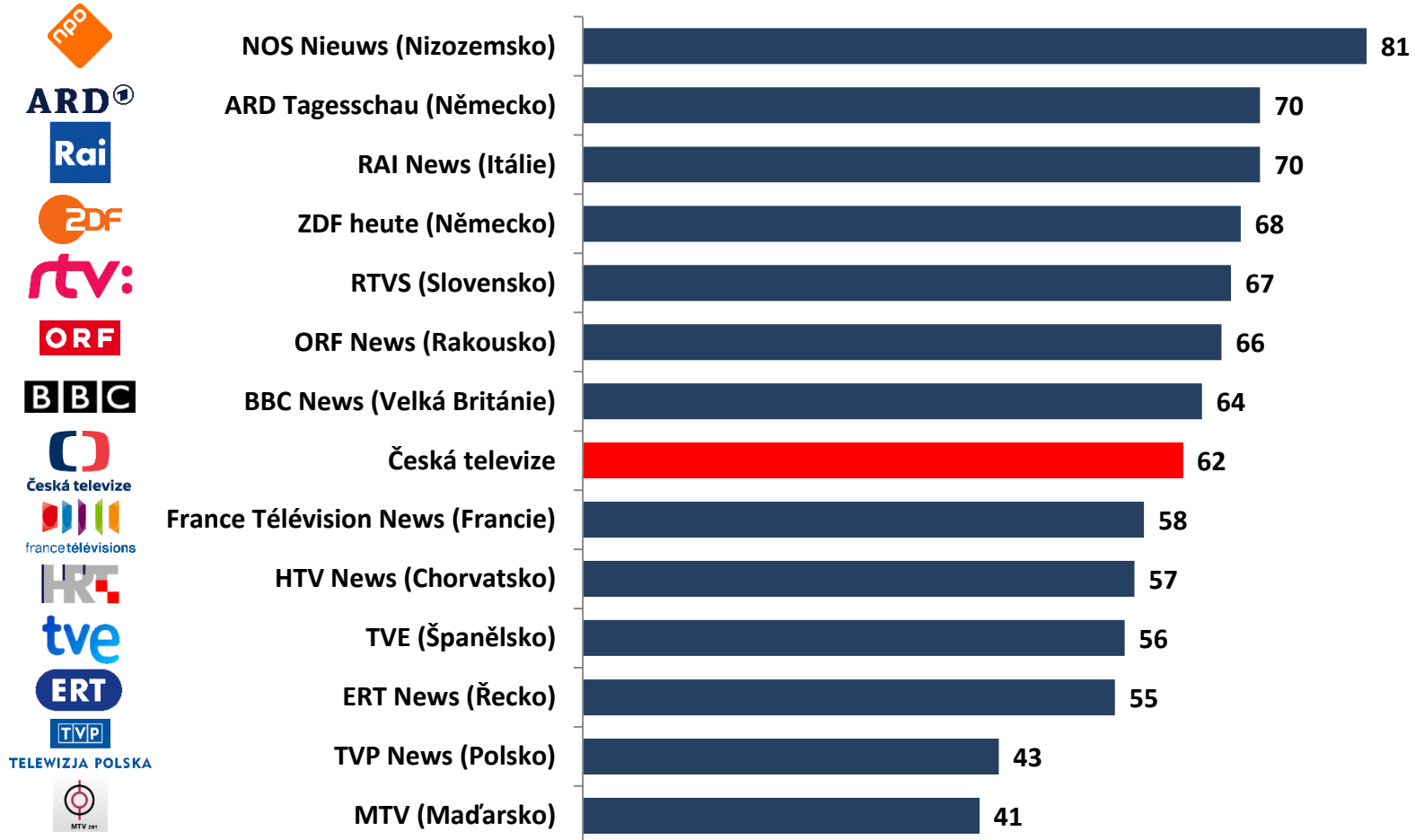
## ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



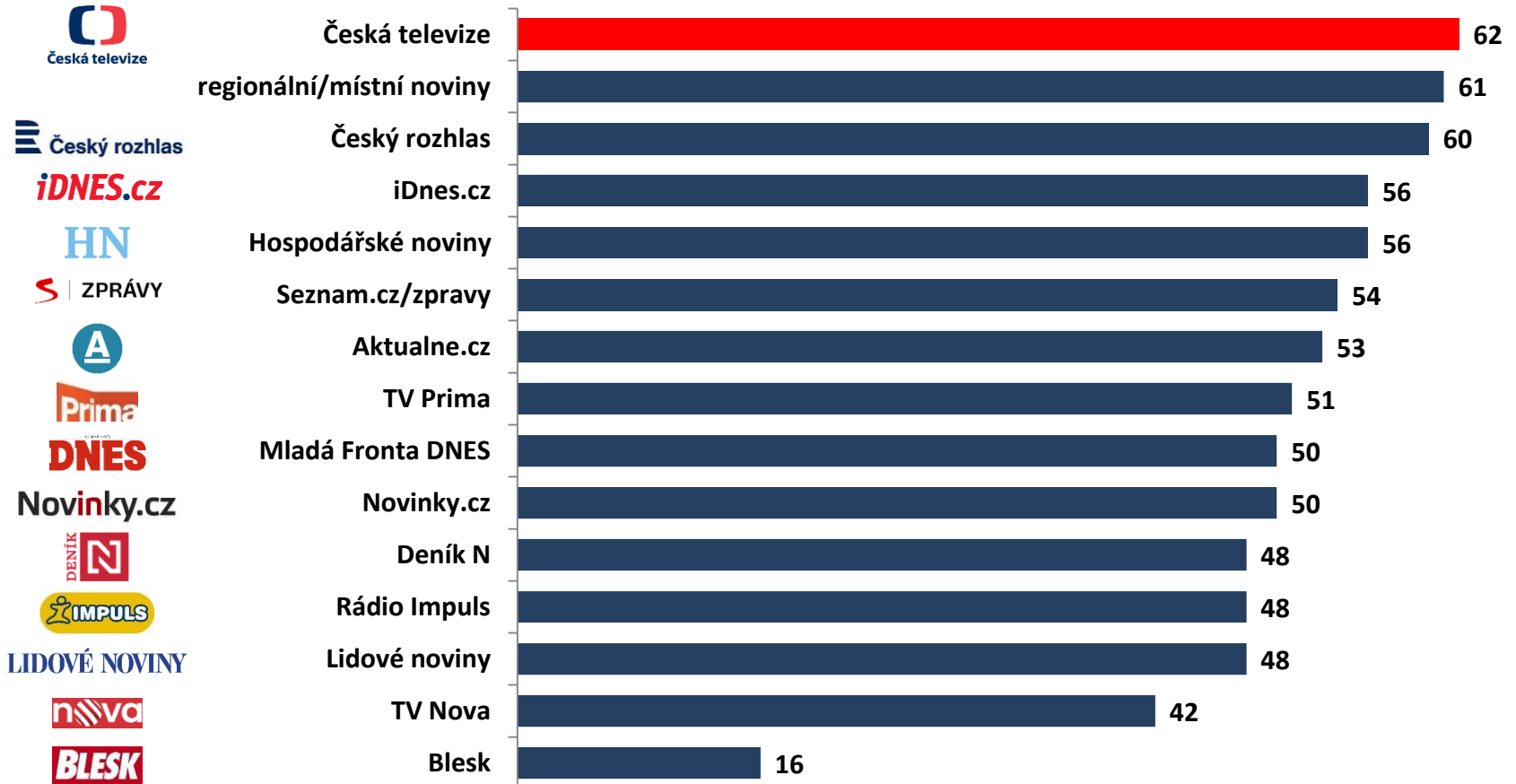
## 2020: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2020, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %



## 2020: SROVNÁNÍ MÉDIÍ V ČR Z HLEDISKA DŮVĚRYHODNOSTI ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Digital News Report 2020, University of Oxford, Reuters Institute, podíl hodnocení 6-10 na stupnici 0-10, v %

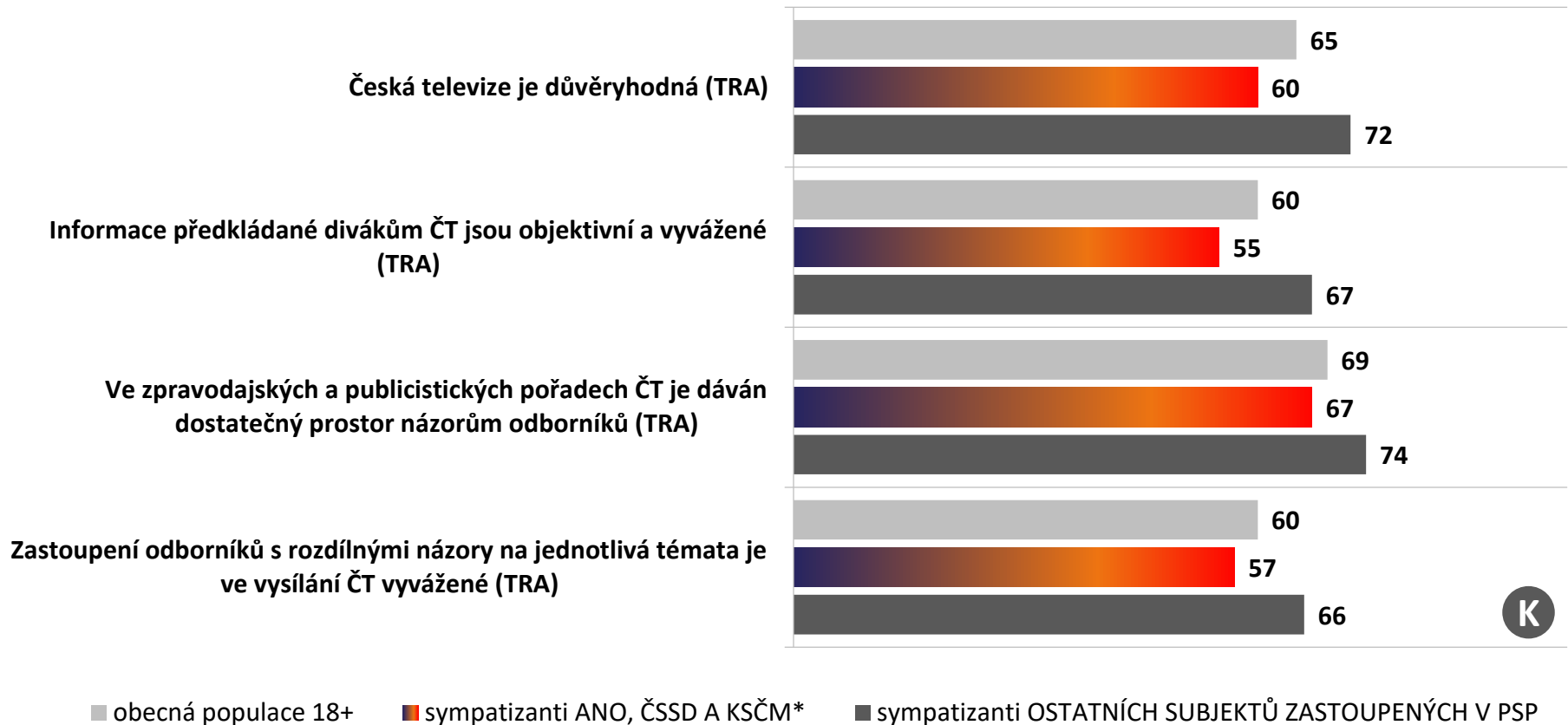


## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celku zpravodajských, aktuálně-publicistických a diskusních pořadů v populaci 15+ se v roce 2020 ve srovnání s předchozím rokem výrazně zvýšil (+5 p.b.), a to na hodnotu 51 %.** Velkou pozornost diváci věnovali především zpravodajství pokrývajícím pandemii nemoci COVID-19.
- **Spokojenost s výše uvedenými typy pořadů zůstala v porovnání s rokem 2019 na stejné úrovni (81 %).** Kvalitativní parametr originality se po výkyvu v roce 2019 vrátil přibližně na úroveň předchozích pěti let (53 %), zatímco parametr zaujetí zaznamenal nárůst o 5 p.b. na hodnotu 72 %.
- **I nadále mezi diváky převládá názor, že ČT poskytuje objektivní, vyvážené a všestranné informace** (hodnota koeficientu 60 %) a předává divákům **pravdivý obraz skutečnosti** (56 %).
- V nezávislém mezinárodním srovnání důvěryhodnosti zpravodajství veřejnoprávních stanic se Česká televize umístila přibližně uprostřed pořadí (62 % respondentů ji na stupnici 0-10 ohodnotilo známkou v rozpětí 6-10). Z hlediska dosažených hodnot dosáhla výsledku srovnatelného s prestižními evropskými veřejnoprávními vysílateli jako BBC, ORF nebo France Télévisions.
- **Součástí výzkumu realizovaného agenturou Reuters a Univerzitou v Oxfordu bylo i vnímání důvěryhodnosti hlavních zpravodajských zdrojů na národní úrovni. Česká televize se v tomto ohledu umístila na první příčce,** následována regionálními a místními novinami (61 %) a Českým rozhlasem (60 %). Další dotazovaná zpravodajská média, např. idnes.cz, Seznam Zprávy nebo aktualne.cz, zaznamenala nižší hodnocení důvěryhodnosti zpravodajství.

## 2020: VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT MEZI PŘÍZIVCI SUBJEKTŮ PODPORUJÍCÍCH VLÁDU A PŘÍZIVCI OSTATNÍCH SUBJEKTŮ ZASTOUPENÝCH V POSLANECKÉ SNĚMOVNĚ

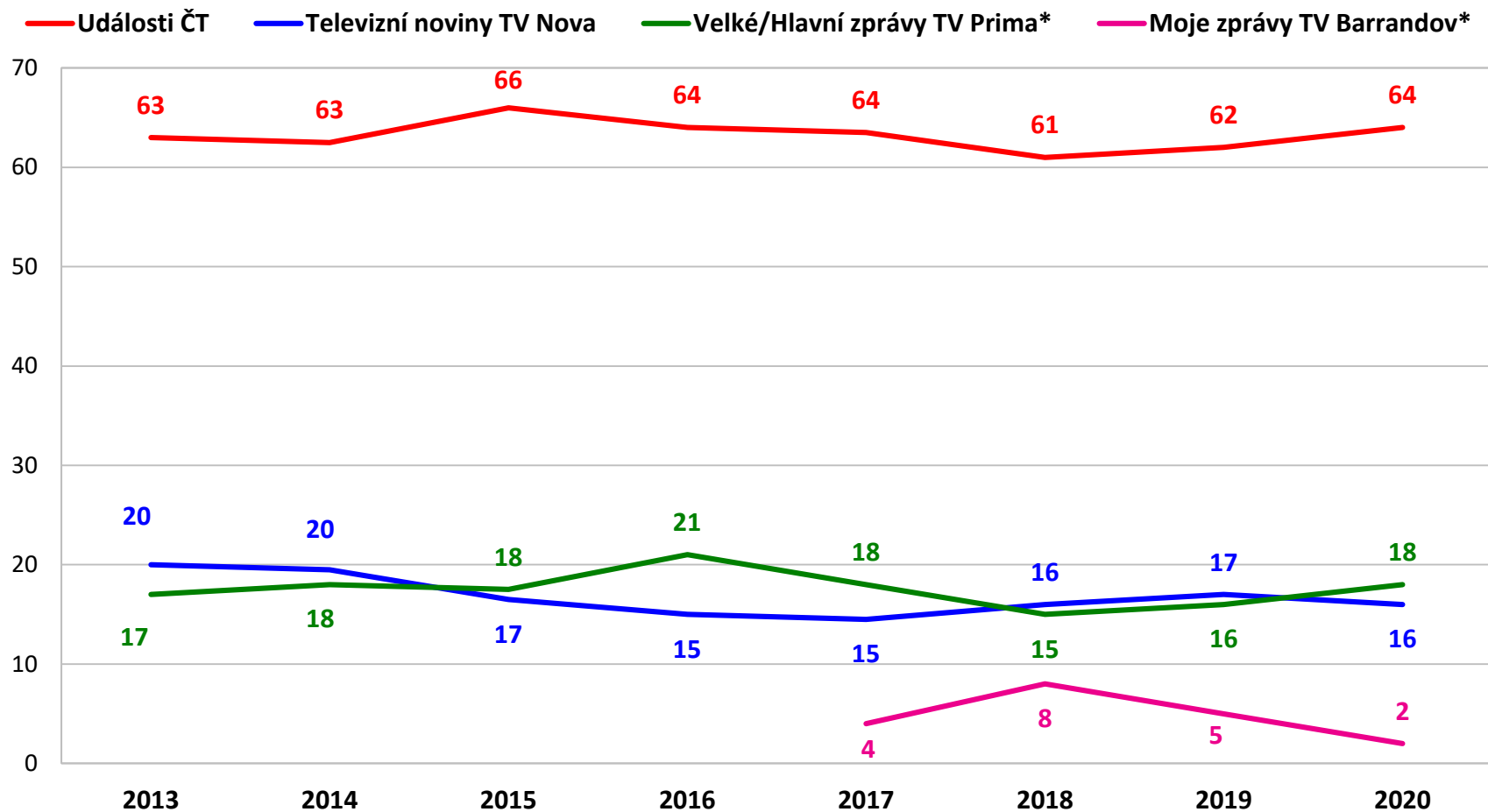
Zdroj: Tracking ČT, v %



\* politické subjekty podílející se na vládě nebo na její podpoře

## NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

Zdroj: Tracking ČT, v %



\* Velké zprávy byly 3. 5. 2020 přejmenovány na Hlavní zprávy

\*\* V roce 2017 dotazovány jako Naše zprávy



## KOMENTÁŘ

### VNÍMÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI, OBJEKTIVITY A VYVÁŽENOSTI ČT

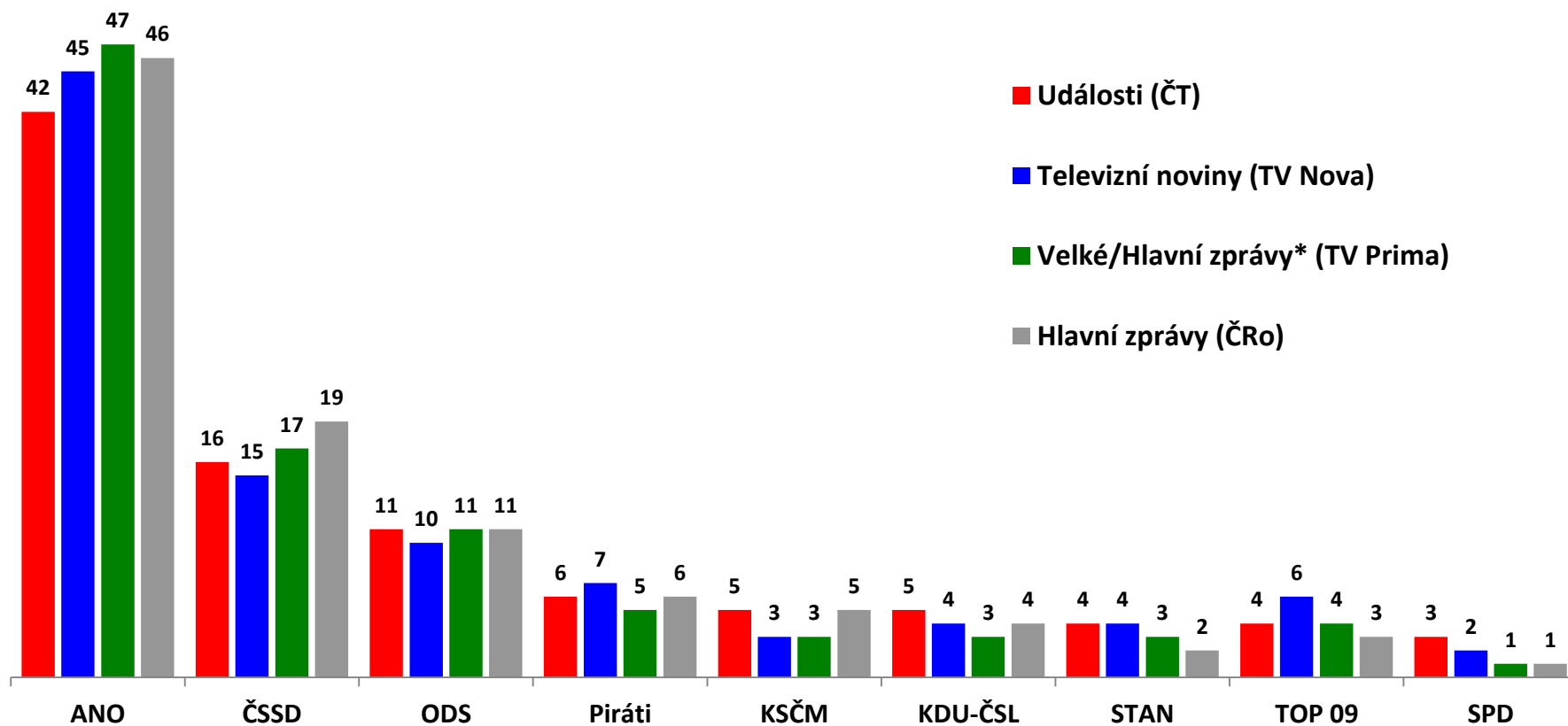
- **Jak příznivci politických subjektů tvořících nebo podporujících vládu, tak i příznivci ostatních subjektů zastoupených v Poslanecké sněmovně ve většině vnímají Českou televizi jako důvěryhodnou instituci (index 60 %, resp. 72 %), která předkládá divákům objektivní a vyvážené informace (index 55 %, resp. 67 %).** Obě skupiny také většinově souhlasí s názory, že ČT ve svých zpravodajských a publicistických pořadech dává dostatečný prostor názorům odborníků, a že tito odborníci jsou ve vysílání zastoupeni vyváženě s ohledem na jejich rozdílné názory na jednotlivá témata.
- **Sympatizanti opozičních stran a hnutí jsou v hodnocení uvedených aspektů zpravodajství vždy pozitivnější než příznivci subjektů podílejících se na vládě nebo na její podpoře.** Indexy za druhou uvedenou skupinu jsou ve všech případech nižší než ty za celou populaci 18+.

### NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÝ POŘAD

- ***Události ČT* jsou dlouhodobě vnímány jako jednoznačně nejdůvěryhodnější hlavní zpravodajská relace na českém televizním trhu.** *Události* takto v trackingovém výzkumu označily téměř dvě třetiny všech respondentů (64 %; +2 p.b), zatímco *Hlavní zprávy* TV Prima nebo *Televizní noviny* TV Nova považovala za nejdůvěryhodnější méně než pětina dotázaných (18 %, resp. 16 %). **V roce 2020 došlo také k významnému navýšení diváckého zájmu o *Události*, kdy se jejich průměrná sledovanost dostala poprvé od roku 2008 přes jeden milion.**

## 2020: PODÍL DEVĚTI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ NA POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %

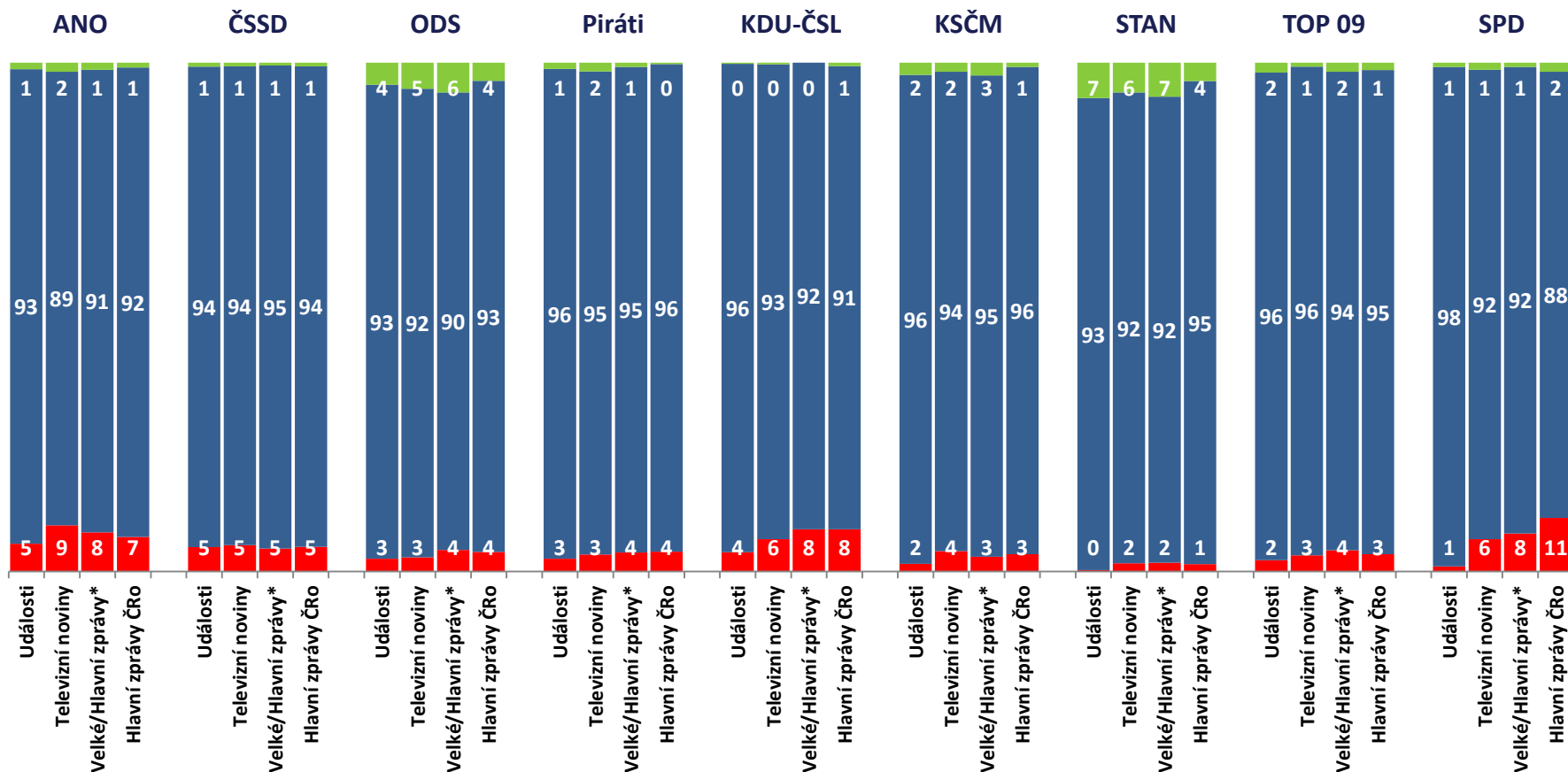


\* Velké zprávy byly 3. 5. 2020 přejmenovány na Hlavní zprávy

## 2020: TÓN MEDIALIZACE DEVÍTI NEJČASTĚJI ZMIŇOVANÝCH POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní



## PROSTOR VĚNOVANÝ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM SUBJEKTŮM VE ZPRAVODAJSKÉ RELACI UDÁLOSTI

Zdroj: Media Tenor, počet zmínek

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

	ANO	ČSSD	ODS	PIRÁTI	KSČM	KDU-ČSL	STAN	TOP 09	SPD	CELKEM 9 STRAN
<b>2020</b>	7 139 (+9%)	2 754 (-36%)	1 919 (+24%)	1 062 (+2%)	870 (-21%)	799 (+15%)	704 (+33%)	621 (-3%)	485 (-11%)	16 353 (-4%)
<b>2019</b>	6 562 (-10%)	4 332 (-4%)	1 546 (-12%)	1 037 (+5%)	1 102 (-38%)	693 (-28%)	531 (-24%)	642 (-5%)	542 (-46%)	16 987 (-14%)
<b>2018</b>	7 297 (+34%)	4 500 (-11%)	1 753 (-1%)	986 (+131%)	1 777 (+69%)	962 (-46%)	695 (+14%)	678 (-45%)	997 (+108%)	19 645 (+10%)

## KOMENTÁŘ

### PROSTOR VĚNOVANÝ VE VYSÍLÁNÍ JEDNOTLIVÝM POLITICKÝM STRANÁM A HnutíM

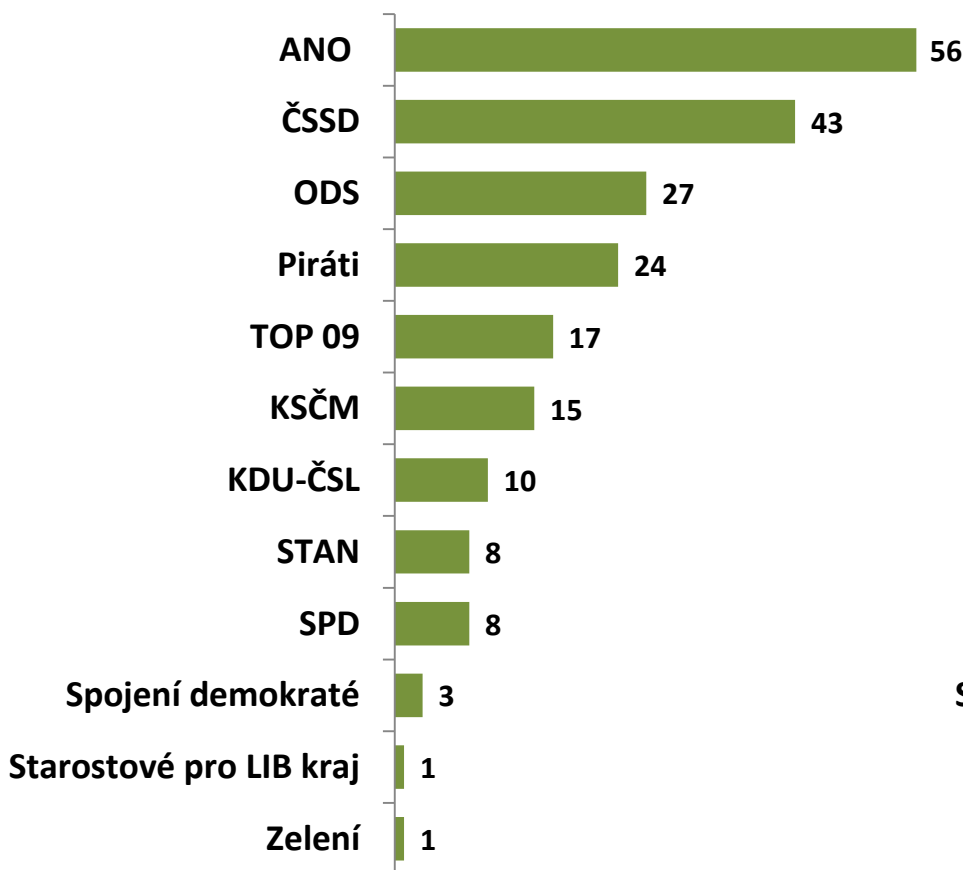
- **Hlavní zpravodajské relace ČT, TV Nova, TV Prima a Českého rozhlasu v loňském roce nevykazovaly zásadní rozdíly v relativní intenzitě, s jakou se věnovaly jednotlivým politickým uskupením. Nejvyšší podíl na politickém zpravodajství měly ve všech případech ANO a ČSSD, které se také největší měrou podílely na chodu státu.**
- Tón medializace politických subjektů v pořadu *Události* vykazoval v porovnání s jinými zpravodajskými relacemi **podobně nízké podíly pozitivních a výrazně nižší podíly negativních výpovědí**, což svědčí o vysoké míře postojové neutrality zpravodajství České televize. V ostatních zpravodajských relacích se objevovaly častěji negativní zmínky především v případě SPD, KDU-ČSL a ANO.
- **V roce 2020 byly v pořadu *Události* nejčastěji zmiňovány subjekty podílející se na vládě, a to ANO se 7 139 zmínkami (+9 % meziročně) a ČSSD se 2 754 zmínkami (-36 % meziročně).** Pokles počtu zmínek u ČSSD souvisí s proměnou vládní agendy, která se v roce 2020 výrazně soustředila na zdravotnické zvládnutí koronavirové krize. V roce 2019 měla navíc na čísla vliv silně akcentovaná kauza výměny ministra kultury, náležejícího do gesce ČSSD. **Třetí v pořadí byla ODS s 1 919 zmínkami, následovaná Piráty s 1 062 zmínkami.** Výrazný meziroční nárůst počtu zmínek o STAN, ODS a KDU-ČSL z velké části souvisí s jejich úspěchem ve volbách do krajských zastupitelstev na podzim 2020, v případě ODS rovněž s výměnou na postu předsedy Senátu a se silně medializovanou senátní návštěvou Tchaj-wanu.

Poznámka: V zásadě by mělo platit, že poměrná účast politických subjektů v relacích má zhruba odpovídat četnosti jejich zastoupení v zastupitelských orgánech, především v PSP ČR a principu odstupňované rovnosti dle judikatury nejvyššího správního soudu vydané v období po roce 2006 (např. usnesení NSS ze dne 29.6.2006 čj. Vol 15/2006 – 20, usnesení NSS ze dne 27. 11. 2013 čj. Vol 142/2013-72). Kodex ČT (6.2) uvádí, že „*Vyváženost se posuzuje zejména podle váhy jednotlivých politických stran v demokratické společnosti odvozené především z výsledků voleb do hlavních orgánů zastupitelské demokracie.*“ Zároveň by měl být v úhrnu zajištěn přibližně stejný prostor zástupcům vládních stran a opozice. V Kodexu ČT (6.1) je tento požadavek formulován tak, že „*Česká televize dbá, aby hlavní názorové proudy dostaly rovnoměrný prostor k vyjádření.*“

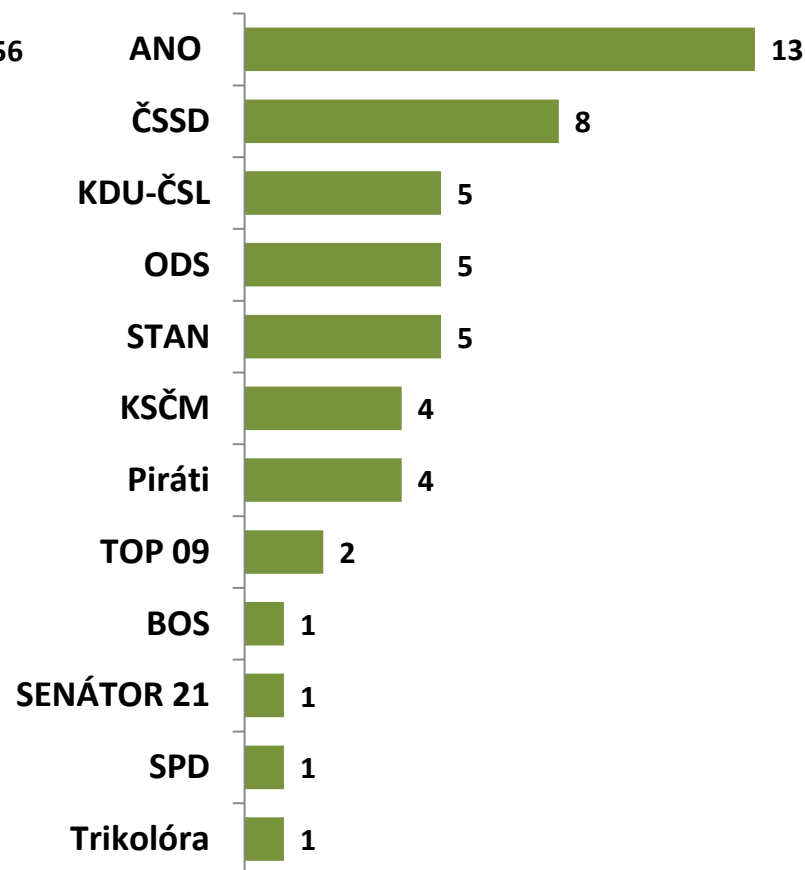
## 2020: ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH STRAN A HNUTÍ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, počet účastí

### OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE I. + II.



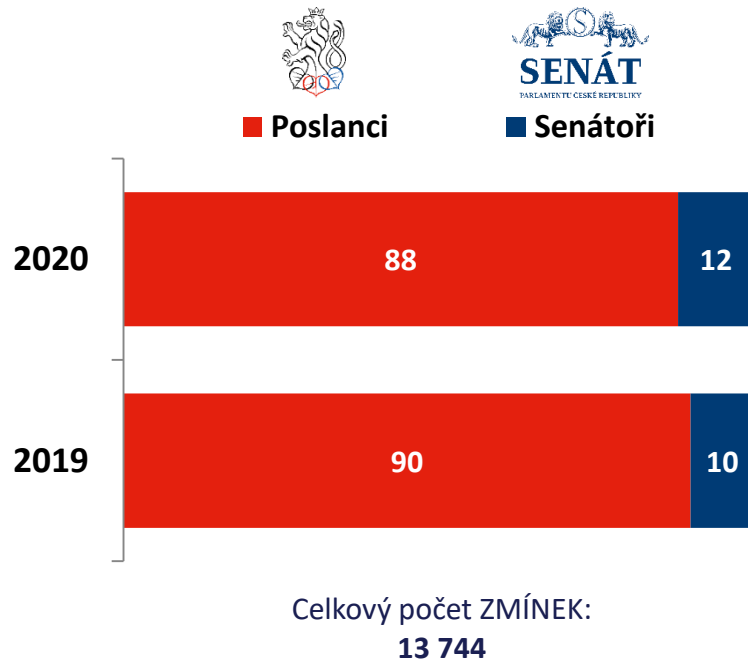
### MÁTE SLOVO S M. JÍLKOVOU



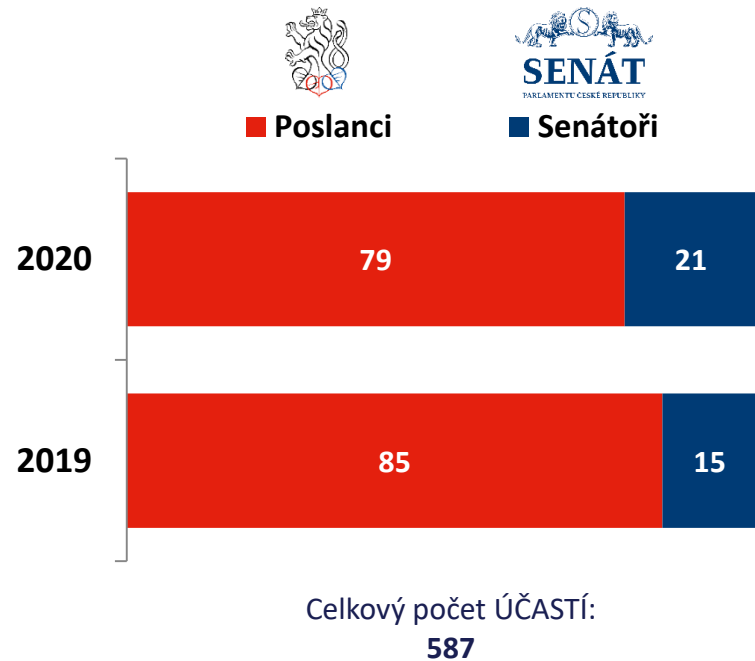
## PODÍL POSLANCŮ A SENÁTORŮ NA CELKOVÉM POČTU ZNÍMEK O ZÁKONODÁRCÍCH A NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor, v %

### PODÍL NA ZMÍNKÁCH O ZÁKONODÁRCÍCH V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



### PODÍL NA ÚČASTI ZÁKONODÁRCŮ NA DISKUSNÍCH POŘADECH



## KOMENTÁŘ

### ÚČAST ZÁSTUPCŮ POLITICKÝCH SUBJEKTŮ V DISKUSNÍCH POŘADECH

- Nejčastějšími diskutéry v pořadech *Otázky Václava Moravce* a *Máte slovo s M. Jílkovou* byli v roce 2020 představitelé dvou vládních uskupení, ANO (69 účastí) a ČSSD (51 účastí). Ve vysílání uvedených pořadů se objevili zástupci celkem 15ti politických subjektů, pochopitelně častěji těch parlamentních. **Skladba politických hostů obou pořadů odpovídala koaličnímu a opozičnímu rozložení sil v Poslanecké sněmovně.**

### POSLANCI A SENÁTOŘI

- V podílu na celkovém počtu zmínek o zákonodárcích v politickém zpravodajství výrazně převažovali poslanci nad senátory (v poměru 88/12 %), meziročně nicméně došlo k navýšení podílu zmínek o senátorech (+2 p.b.). Členové Poslanecké sněmovny se v porovnání s jejich kolegy z horní komory Parlamentu objevovali častěji také v diskusních pořadech (79 % účastí ze všech zákonodárců připadlo na poslance a 21 % na senátory). Meziroční navýšení podílu účasti senátorů o 6 p.b. lze dát do souvislosti se senátními volbami na podzim 2020.

Poznámka: V zásadě by mělo platit, že poměrná účast politických subjektů v relacích má zhruba odpovídat četnosti jejich zastoupení v zastupitelských orgánech, především v PSP ČR a principu odstupňované rovnosti dle judikatury nejvyššího správního soudu vydané v období po roce 2006 (např. usnesení NSS ze dne 29.6.2006 čj. Vol 15/2006 – 20, usnesení NSS ze dne 27.listopadu 2013 čj. Vol 142/2013-72). Kodex ČT (6.2) uvádí, že „*Vyváženost se posuzuje zejména podle váhy jednotlivých politických stran v demokratické společnosti odvozené především z výsledků voleb do hlavních orgánů zastupitelské demokracie.*“ Zároveň by měl být v úhrnu zajištěn přibližně stejný prostor zástupcům vládních stran a opozice. V Kodexu ČT (6.1) je tento požadavek formulován tak, že „*Česká televize dbá, aby hlavní názorové proudy dostaly rovnoměrný prostor k vyjádření.*“



## 2020: VYVÁŽENOST ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Zdroj: Media Tenor

Pořad	Žánrová specifikace pořadu	Počet zkoumaných příspěvků	Počet příspěvků s nálezem k posouzení vyváženosti
Události	všeobecné zpravodajství	600	11
Události v regionech Praha	regionální zpravodajství	68	5
Události v regionech Brno	regionální zpravodajství	66	
Události v regionech Ostrava	regionální zpravodajství	66	
Zprávy ve 23	všeobecné zpravodajství	200	6

**589 z 600 náhodně vybraných příspěvků odvysílaných v relaci *Události* bylo analýzou společnosti Media Tenor vyhodnoceno jako obsahově vyvážených.** Podobně i u pořadů *Události v regionech* (pražská, brněnská a ostravská relace) a *Zprávy ve 23* byly téměř všechny zkoumané příspěvky vyhodnoceny jako vyvážené.

# 2020: ANALÝZA PŘEDVOLEBNÍCH DEBAT ČT K VOLBÁM DO ZASTUPITELSTEV KRAJŮ 2020

Zdroj: Media Tenor

## PŘEDVOLEBNÍ DEBATY



- **Moderátoři** Daniela Písařovicová i Martin Řezníček v Předvolebních debatách **odkazovali na externí zdroje přesně** (88 % resp. 87 %), podíl konfrontačních replik vyslovených vůči politikům moderátorkou a moderátorem byl téměř totožný (12 %, resp. 15 %).
- Způsob vedení diskuzí oběma moderátory se lišil pouze v detailech, D. Písařovicová a M. Řezníček dosahovali podobných výsledků, a drželi tak **konzistentní úroveň diskuzí**.
- **Do tematické náplně předvolebních diskuzí významně zasáhla koronavirová pandemie a s ní související témata**, události a opatření, včetně dopadů na jednotlivé kraje. V některých krajích však dominovala jiná témata, jako např. těžba, hornictví v Moravskoslezském kraji či problematika vyloučených lokalit v Olomouckém kraji (bytová politika).

## SUPERDEBATA

- V předvolební Superdebatě diskutovalo 8 mužů a 1 žena. **Moderátorka Daniela Písařovicová dosáhla vysoké, 90% transparentnosti, přičemž neuvědla žádný nepřesný zdroj informací.**
- **Celková míra konfrontačnosti moderátorky (10 %) odpovídala dlouhodobým výsledkům** dosahovaným v diskuzních pořadech ČT s vyšším počtem hostů.
- **Diskutováno bylo celkem 22 rozdílných témat**, přičemž 34 % všech výpovědí se týkalo epidemie koronaviru, zbytek tvořila témata jako bezpečnostní politika, financování krajů aj.

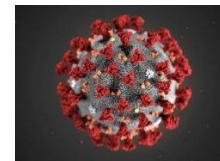
## 2020: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÝCH UDÁLOSTÍ VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Zdroj: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D., PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D., Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D.

**V roce 2020 došlo k částečné obměně analytického týmu posuzujícího vyváženost zpravodajství. Na expertním posouzení se nově podílejí odborníci ze Západočeské univerzity v Plzni, konkrétně Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. a PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D.**

Výše zmínění odborníci společně s PhDr. Tomášem Trampotou, Ph.D. (NYU Prague) a PhDr. Terezou Klabíkovou Rábovou, Ph.D. (IKSŽ FSV UK) zpracovali v rámci dvou analytických týmů pro Českou televizi kvalitativní analýzy\* prezentace dvou významných témat, která rezonovala médii v roce 2020. Analyzovány byly příspěvky odvysílané v definovaném období ve zpravodajských pořadech České televize, v případě druhého tématu byly výsledky srovnávány s hlavními zpravodajskými pořady TV Nova a Prima TV. Předmětem posouzení bylo zpracování následujících témat:

- **COVID-19 A VYHLÁŠENÍ NOUZOVÉHO STAVU**
- **PŘEDVOLEBNÍ KAMPAŇ A VOLEBNÍ VYSÍLÁNÍ K PREZIDENTSKÝM VOLBÁM V USA**

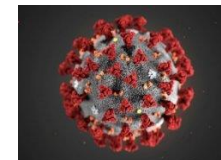


Na následujících stranách prezentujeme hlavní závěry analýz ve zkrácené, ale nekomentované podobě. Kompletní analýzy tvoří samostatnou přílohu tohoto dokumentu.

\* Základní popis metodik je obsažen v Přílohách č. 4 a 5

# 2020: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

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



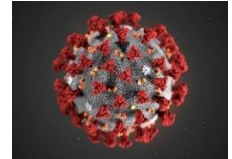
## COVID-19 A VYHLÁŠENÍ NOUZOVÉHO STAVU (1/2)

- **Mediální prezentace tématu COVID-19 byla spojena s velmi širokou tematizací reprezentující oblasti veřejného i privátního života občanů ČR, které byly koronavirovou krizí a s ní spojenými opatřeními zasaženy. Česká televize nabídla bohaté spektrum perspektiv na dané téma (zdravotnické, politické, ekonomické, podnikatelské, profesní, individuální lidské příběhy atd.).**
- **Česká televize se držela neutrální a nestranné prezentace informací, detailně informovala o probíhajících opatřeních a stala se tak (z hlediska informační bohatosti) bezkonkurenčním informačním zdrojem o aktuální situaci kolem COVID-19.**
- **Pozitivem je zařazování informací o každodenní práci profesí čelících zvýšené hrozbě nákazy COVID-19 (První linie).** Toto zviditelňování je jejich symbolickou odměnou a přispívá k sociální koherenci.
- Relace mají proti běžné žurnalistice a publicistice pestřejší formát – obsahují více srozumitelných textových i grafických přehledů, rekapitulací, strukturovaných opakování servisních informací občanům, shrnutí. Vykazují oproti jiným tématům tedy odlišnou strukturu, jsou ovšem přednášeny v souznění se standardními žurnalistickými normami.

Analyzovány byly pořady *Události*, *Devadesátka* a *Události, komentáře* za období 12. 3. - 18. 3. , 7. 4. - 13. 4. a 28. 4. - 4. 5. 2020.

# 2020: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

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



## COVID-19 A VYHLÁŠENÍ NOUZOVÉHO STAVU (2/2)

- **Všichni moderátoři a reportéři, zejména v živě moderovaných pořadech, jsou velmi dobře informačně a argumentačně připraveni** (jejich projev je celkově kultivovaný).
- **Razantnost tématu vedla během prvního ze sledovaných týdnů k bezprecedentní monotematizaci zpravodajství.** Téma často zabíralo celou stopáž pořadů. Ačkoliv takto byla z mediální agendy vytlačena jiná témata, **šlo o jev typický v daném období napříč médii.**
- Typickým (téměř seriálovým) narativem bylo uvádění počtu (odhalených) nakažených. Práce s daty během prvního analyzovaného týdne vedla k přílišné narativní zkratce a důrazu na „jedno číslo“ bez kritičtějšího odstupu reflektujícího, jak jsou tato data získávána a jaká jsou omezení jejich vypovídací hodnoty. Šlo o jev, který se projevoval napříč českými médii.
- **Česká televize se jako jedno z mála vysílacích médií snažila složité téma detailně vysvětlovat s využitím velkého rejstříku hlasů odborníků** (zejména v pořadech *Devadesátka* a *Události, komentáře*).

Analyzovány byly pořady *Události*, *Devadesátka* a *Události, komentáře* za období 12. 3. - 18. 3. , 7. 4. - 13. 4. a 28. 4. - 4. 5. 2020.

## 2020: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D.



### PŘEDVOLEBNÍ KAMPAŇ A VOLEBNÍ VYSÍLÁNÍ K PREZIDENTSKÝM VOLBÁM V USA (1/2)

- V souvislosti s pořadem *Události* je nutné vyzdvihnout, že na práci ČT se odrážela realita erudovaného a zkušeného týmu redaktorů a moderátorů. ČT tak logicky provedla diváka nejdůležitějšími fenomény předvolebního klání v USA a neopomenula se přitom ve svých reportážích věnovat celému vějíři témat do hloubky, včetně těch, které komerční televizní stanice v ČR často vůbec nereflektovaly.
- Reportáže ČT byly velmi dobře zpracované, bohaté na informace, přehledné graficky, vizuálně, číselně i statisticky.
- Při ověřování užívaných informací, číselných údajů a argumentů nebyl v případě ČT zjištěn téměř žádný rozpor.
- V případě pořadu *Události, komentáře* ČT, který byl hodnocen samostatně, platí v zásadě totéž co pro *Události*. Témata zaměřená na peripetie předvolebního období v USA divákovi zprostředkoval profesionální tým redaktorů přímo z USA (New Yorku, Washingtonu a Nashvillu), a to v kultivované formě, z mnoha úhlů pohledu a s vysokou mírou informovanosti.

V rámci vysílání ČT byly analyzovány pořady *Události*, *Události komentáře* a *Volební noc* za období 15. 10. - 3. 11. 2020.

## 2020: HODNOCENÍ PREZENTACE VYBRANÉ UDÁLOSTI VE ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH ČT

Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D.



### PŘEDVOLEBNÍ KAMPAŇ A VOLEBNÍ VYSÍLÁNÍ K PREZIDENTSKÝM VOLBÁM V USA (2/2)

- **Relaci *Americká volební noc* hodnotíme velmi kladně.** Kromě již zmiňovaného profesionálního týmu redaktorů v USA se ČT mohla opřít o skvělou dramaturgii celého pořadu. Také proto mohla divákům nabídnout **pestrou paletu relevantních témat, hostů ve studiu a hlavně v terénu – od Čechoameričanů, přes odborníky až k významným politikům.** Pořad *Americká volební noc 2020* považujeme za **vyvážený, což platí také pro hodnocení hostů ve studiu i mimo studio jako celek**
- Také práci moderátorů ve studiu, včetně těch obhospodařujících sociální sítě, je nutné hodnotit jen známkou nejvyšší kvality.
- U všech sledovaných relací ČT jsme zaznamenali též dílčí výhrady či náměty k zamyšlení, které jsme uvedli do dílčích shrnutí a věříme, že mohou být případně podnětné pro ještě kvalitnější vysílání v budoucnosti. **Celkové vyznění ČT je tedy velmi dobré až vynikající, a to nejen ve srovnání s obdobnými zpravodajskými relacemi komerčních TV stanic, totéž platí i pro *Události* a *Americkou volební noc*.** celek

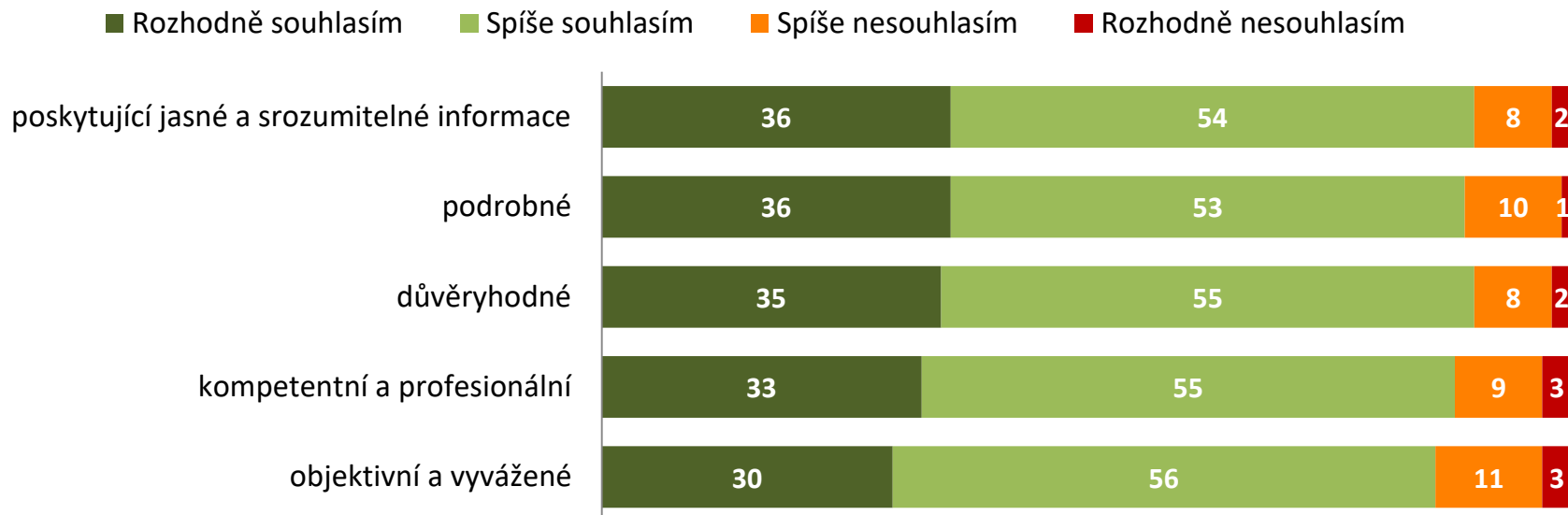
V rámci vysílání ČT byly analyzovány pořady *Události*, *Události komentáře* a *Volební noc* za období 15. 10. - 3. 11. 2020.

## HODNOCENÍ ZPRAVODAJSTVÍ ČT V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE

Zdroj: Kantar CZ, výzkum „Postoje obyvatel ČR v době koronavirové krize“, 2. vlna (31. 3. – 1. 4. 2020), v %

- Podle výsledků výzkumu Kantar CZ se diváci „koronavirového“ zpravodajství České televize v zásadě shodují na jeho vysoké úrovni. Přibližně 9 z 10 diváků rozhodně nebo spíše souhlasí s tím, že toto zpravodajství bylo podrobné, kompetentní a profesionální, poskytlo jasné a srozumitelné informace a bylo objektivní a vyvážené.
- Zároveň 90 % diváků považovalo vysílání České televize týkající se koronavirové pandemie za důvěryhodné. Pro srovnání, koronavirové vysílání BBC hodnotilo jako důvěryhodné 83 % britských diváků\*.

### Koronavirové zpravodajství ČT je...



\* Zdroj: EBU - Evropská vysílací unie



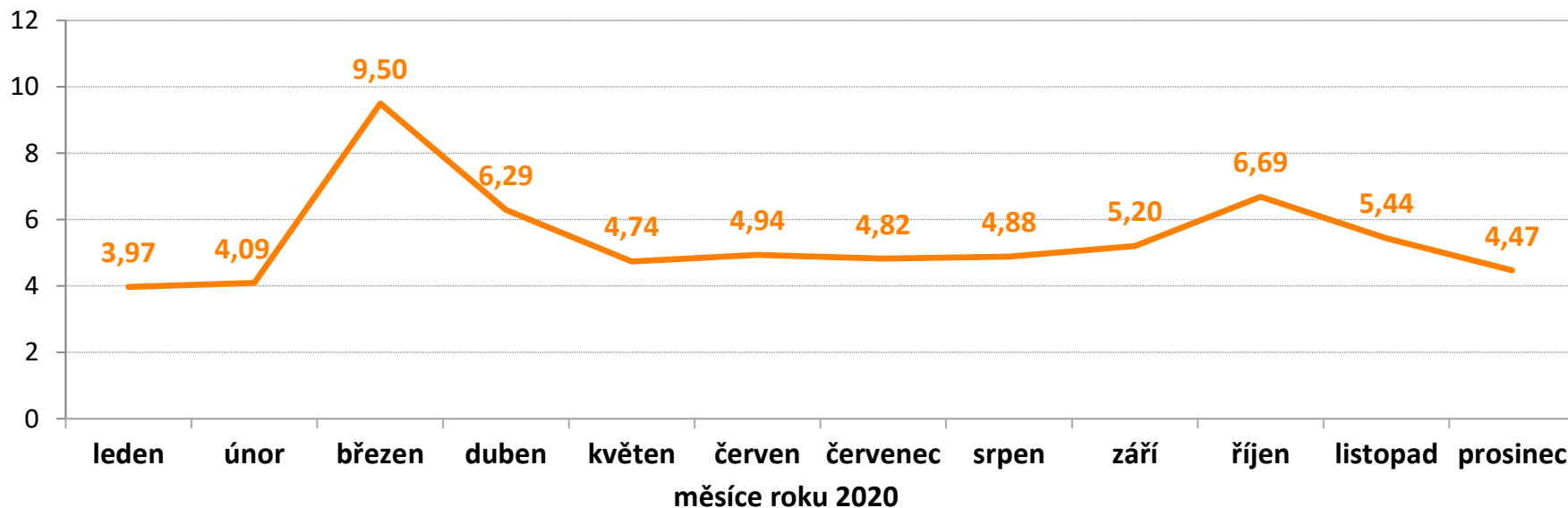
## 2020: MĚSÍČNÍ PODÍL KANÁLU ČT24 NA PUBLIKU

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

- Průměrný roční podíl ČT24 na publiku dosáhl hodnoty 5,50 %, a byl tak vůbec nejvyšším od začátku vysílání zpravodajského kanálu v roce 2005. Celkově ČT24 svým vysíláním v roce 2020 oslovila 82 % dospělé populace, tj. bezmála 7 milionu diváků.
- Březen 2020 se stal **nejúspěšnějším měsícem v historii vysílání ČT24** (share 9,50 %).
- **11. a 12. týden 2020** (9. 3. – 22. 3.), kdy podíl ČT24 na publiku dosáhl 12,04 %, resp. 11,94 %, byly **historicky nejúspěšnějšími týdny**.

Průměr za 2020:

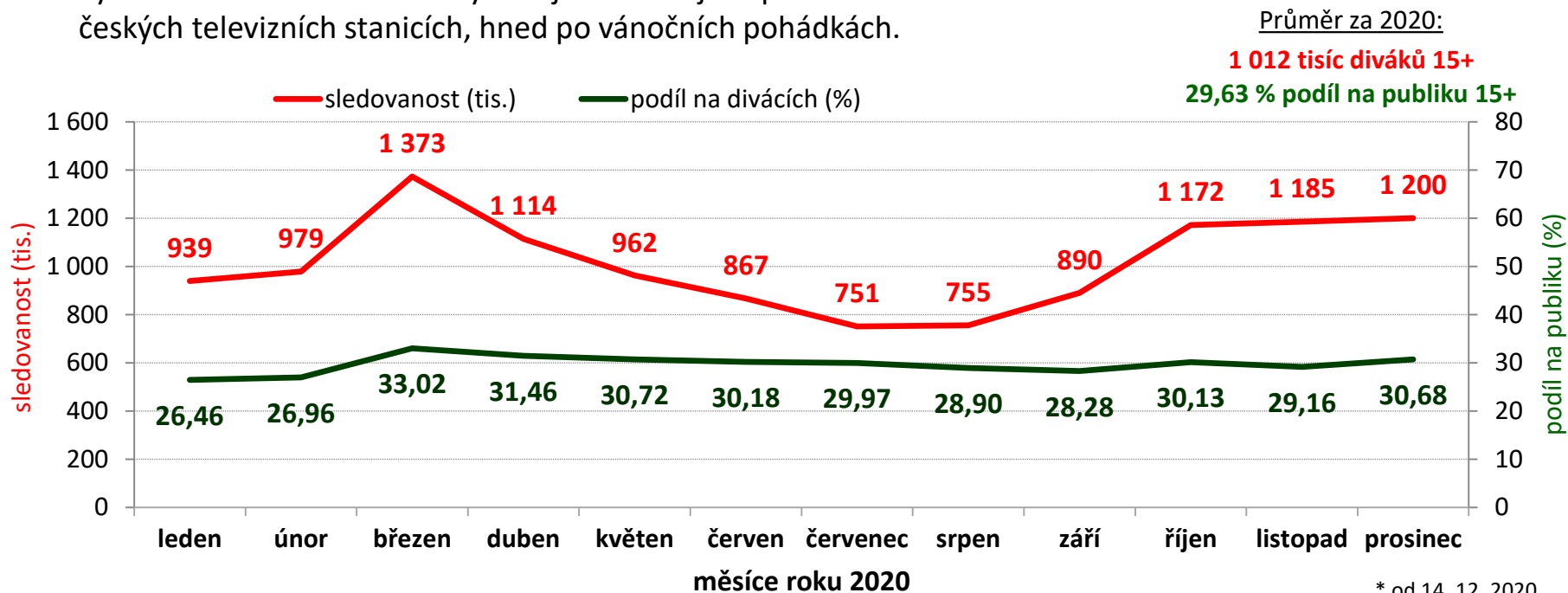
5,50 % podíl na publiku 15+



## 2020: SLEDOVANOST A PODÍL POŘADU UDÁLOSTI NA PUBLIKU (ČT1 + ČT24 + ČT3\*)

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

- Vysokému zájmu diváků se v roce 2020 těšila hlavní zpravodajská relace ČT *Události*. Na programech ČT1, ČT24 a v závěru roku i na stanici ČT3 ji průměrně sledovalo 1,012 milionu diváků starších 15 let (v porovnání s rokem 2019 se jednalo o nárůst o 230 tisíc diváků). Průměrný podíl na publiku (share) činil 29,63 % (meziroční nárůst o více než 5 p.b.). Nejvyššího výkonu dosáhly *Události* ve 12. týdnu, kdy koronavirová pandemie v ČR akcelerovala (týdenní průměr 1,564 milionu diváků, share 35,46 %).
- Vůbec nejsledovanější byly *Události* v neděli 15. března, kdy si je zapnulo **nejvíce diváků za posledních 15 let** (2,011 milionu při podílu na publiku 42,65 %). Toto vydání *Událostí* se stalo čtvrtým nejsledovanějším pořadem roku 2020 na všech českých televizních stanicích, hned po vánočních pohádkách.

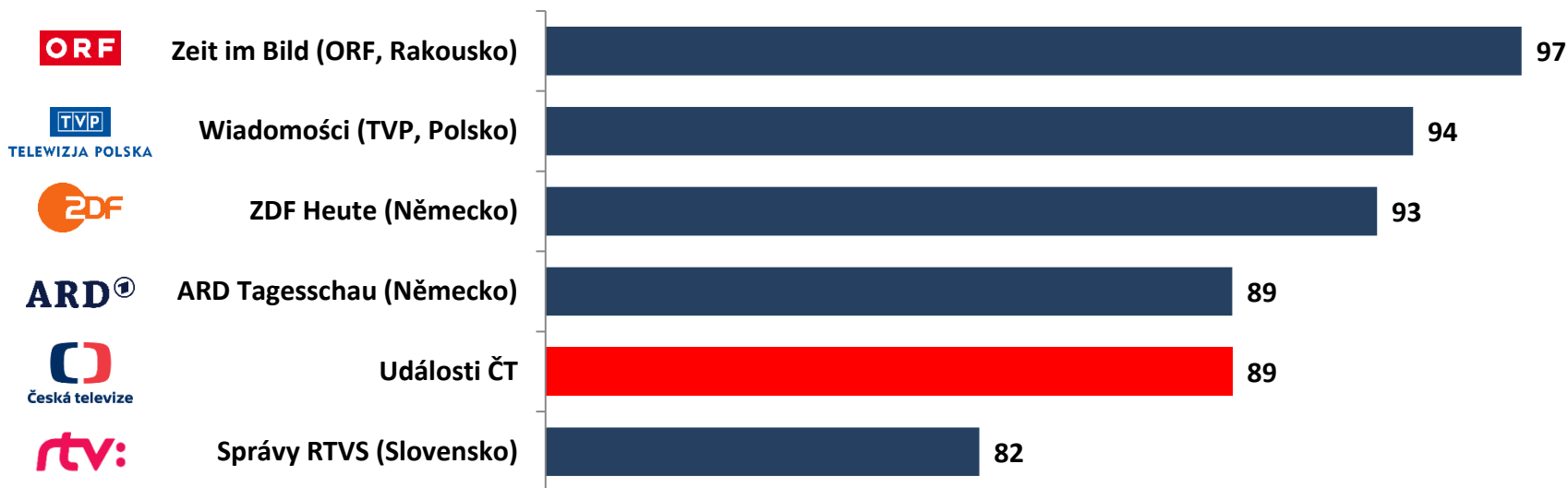


\* od 14. 12. 2020

## 2020: SROVNÁNÍ TELEVIZÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY Z HLEDISKA PODÍLU ZPRÁV O ONEMOCNĚNÍ COVID-19 V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Zdroj: Media Tenor\*, v %, 12. 3. – 12. 4. 2020

- Ve sledovaném období mezi 12. březnem a 12. dubnem 2020 byl koronavirus naprosto dominantním tématem ve všech veřejnoprávních zpravodajských relacích zemí střední Evropy.
- Všechny relace věnovaly dané problematice více než 80 % své vysílací plochy. **Události poskytl zprávám o koronaviru 89 % svého času a nevybočovaly z průměru okolních zemí.** Nejvíce se tématu věnovala rakouská veřejnoprávní televize ORF v relaci *Zeit im Bild* (97 %), nejméně slovenské *Správy RTVS* (82 %). Důvodem odstupu Slovenska zřejmě bude, že bylo epidemií koronaviru zasaženo později než ostatní státy.
- **Události ČT v souvislosti s epidemií koronaviru zpravodajsky pokryly jednoznačně nejvyšší počet různých zahraničních lokalit.**



## VÝBĚR SPECIÁLNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ VYSÍLANÝCH V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE

Zdroj: ČT, ATO – Nielsen Admosphere

Název pořadu	Datum	Čas	Kanál	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)
Věda 24	15.3.	18:30	ČT24	711	18,25
Země v nouzi, aneb jak teď a kudy dál	19.3.	20:10	ČT1	616	12,93
Země v nouzi – dobro v době krize	23.4.	20:10	ČT1+ČT24	329	8,49
Fokus Václava Moravce	31.3.	20:07	ČT1+ČT24	405	9,52
Speciál ČT24 k přijatým mimořádným opatřením	12.10.	20:10	ČT24	519	13,1
Vláda omezuje život v Česku	13.10.	20:15	ČT24	133	3,02
Země v nouzi - pandemie pokračuje: Jak teď a kudy	18.10.	20:00	ČT24	208	4,56
Česko se uzavírá	21.10.	20:10	ČT24	115	2,71

## VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

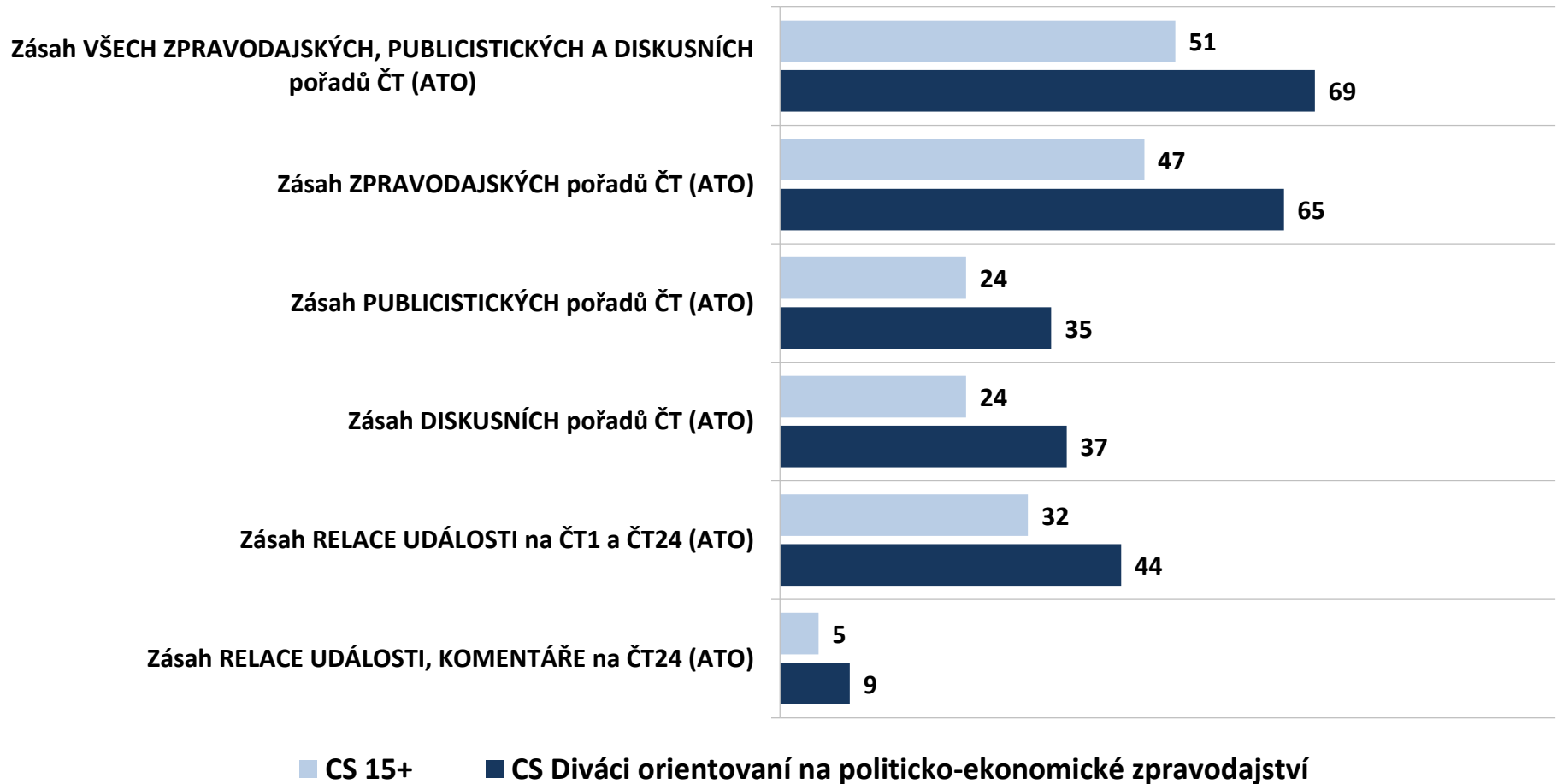
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na sledování politického a ekonomického zpravodajství. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

### 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.*

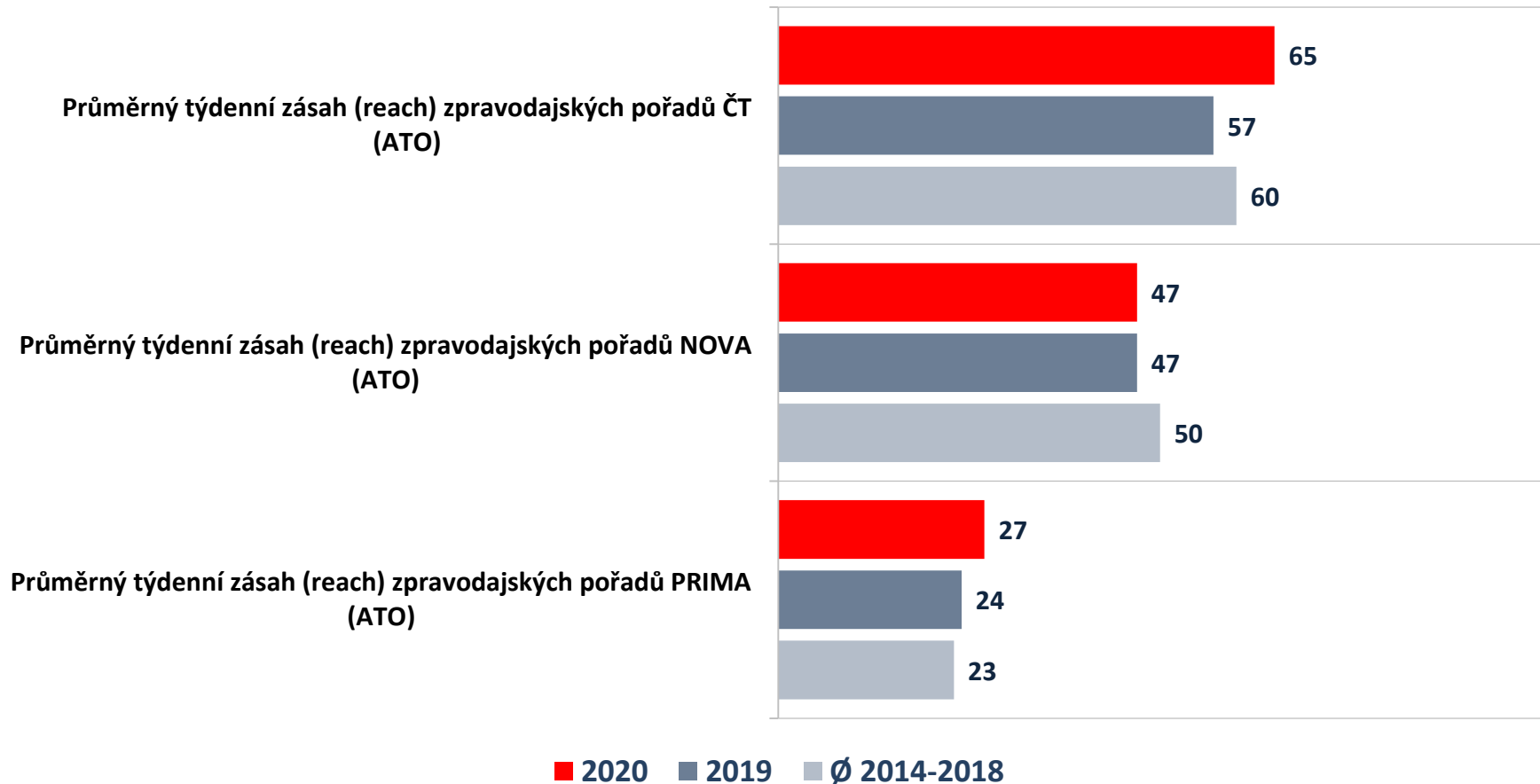
## 2020: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ZPRAVODAJSTVÍ, PUBLICISTIKY A DISKUSNÍCH POŘADŮ ČT V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



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

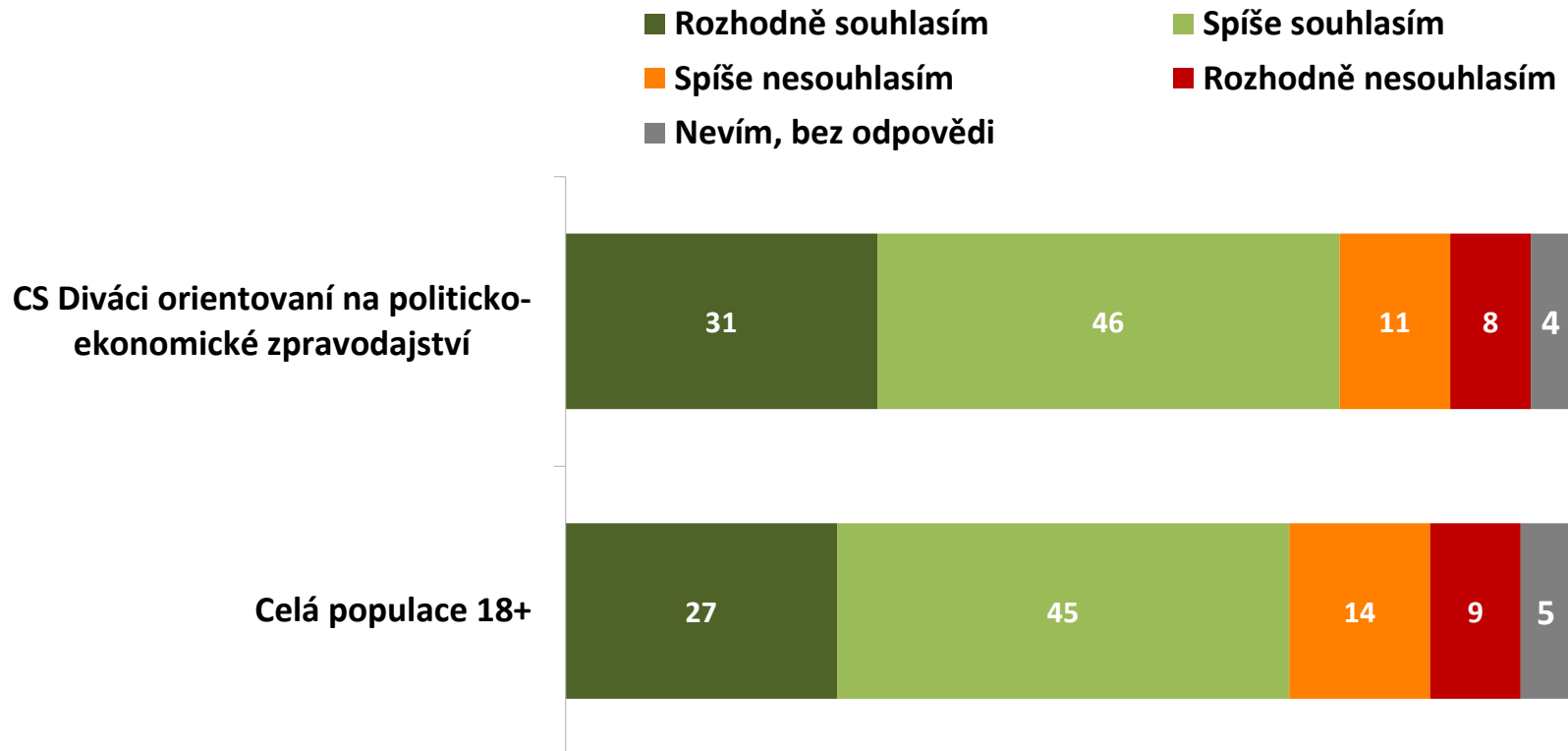
Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



## 2020: SOUHLAS S VÝROKEM „ČESKÁ TELEVIZE JE DŮVĚRYHODNÁ“ MEZI DIVÁKY ORIENTO VANÝMI NA POLITICKO-EKONOMICKÉ ZPRAVODAJSTVÍ V POROVNÁNÍ S POPULACÍ 18+

Zdroj: Tracking ČT, v %

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





## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah celkem zpravodajských, publicistických a diskusních pořadů ČT v cílové skupině diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství dosáhl v roce 2020 69 %, což představuje o třetinu vyšší hodnotu než v obecné populaci 15+.**
- Z jednotlivých podtypů jsme u diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství zaznamenali nejvyšší průměrný týdenní zásah zpravodajskými pořady (65 %). Průměrný týdenní zásah publicistickými a diskusními pořady činil v této specifické skupině 35 %, resp. 37 %.
- Zpravodajské pořady České televize i nadále zasahují výrazně vyšší počet diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství než zpravodajství komerčních stanic Nova a Prima. Důležité je také zmínit, že **v porovnání s rokem 2019 byl nárůst zásahu nejvyšší právě u zpravodajství ČT.**
- **Celkem 77 % diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství vnímá Českou televizi jako důvěryhodnou,** u dospělé populace činí hodnota důvěryhodnosti 72 % (součet odpovědí „rozhodně souhlasím“ a „spíše souhlasím“).

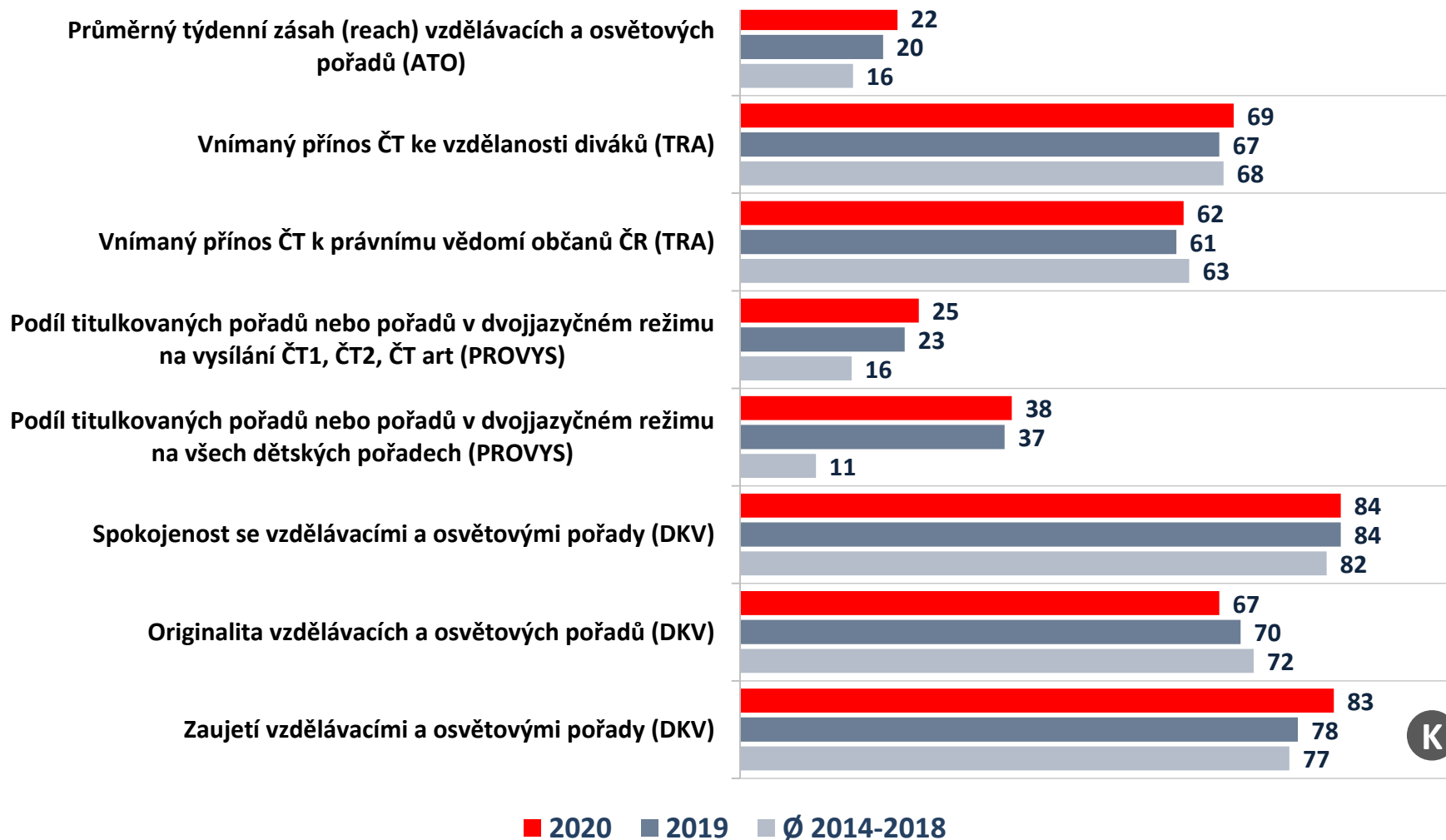
# CÍL 2 – Podpora vzdělanosti a vzdělávání

### VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 2

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

## ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



## 2020: PŘEHLED HLAVNÍCH VZDĚLÁVACÍCH A OSVĚTOVÝCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Charakter pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Anatomie zrady	historie	2	3
Tresty v Čechách	historie	6	3
Bitva o Ostravsko 1945	historie	1	1
Kovy řeší dějiny	historie	1	1
Barokní srdce Evropy	architektura	11	5
Animační školička	výtvarné umění	10	2
PopStory II	hudba	6	6
Virtuosos	hudba	4	8
DVA3	počítač	33	8
Máme na to	finanční gramotnost	10	3
Slovohrátky	humanitní vědy	13	1
Kosmix	přírodní vědy	26	2
Kája a Mat+Ema+Tika	přírodní vědy	10	2
Rejpavá žížala	ekologie	16	4
Česko řeší klima	ekologie	4	1
Zázraky přírody	přírodní vědy	6	7
Tajemství těla	přírodní vědy	4	5
Mistři medicíny	přírodní vědy	6	3
V karavanu po Slovensku	cestování	6	3

## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah diváků vzdělávacími a osvětovými pořady dosáhl v roce 2020 hodnoty 22 %.** Oproti roku 2019 jde o **nárůst o 2 p.b.**, v porovnání s průměrem let 2014-2018 dokonce o 6 p.b. Za nárůstem zásahu stojí zejména pořady, které Česká televize vytvořila v době koronavirové krize pro dětské publikum. **Mimořádný úspěch zaznamenal projekt *UčíTelka* na programu ČT2**, který zasáhl téměř dvě třetiny dětí ve věku 6-10 let.
- **Koeficient indikátoru ČT významně přispívá ke vzdělanosti svých diváků dosáhl úrovně 69 %**, což je o 2 p.b. lepší výsledek než v předchozím roce. Za nárůstem zřejmě i v tomto případě stojí nové vzdělávací pořady pro děti. Na prakticky stejné úrovni jako v předchozím roce zůstal indikátor **ČT významně přispívá k právnímu vědomí občanů** (62 %).
- **Meziročně mírně vzrostl podíl titulovaných pořadů a pořadů v dvojjazyčném režimu.** Oba indikátory velmi výrazně překonaly průměry hodnot dosažené v letech 2014-2018.
- **Index spokojenosti se vzdělávacími pořady je dlouhodobě vysoký, loni dosáhl stejné hodnoty jako v roce 2019, tedy 84 %.** Index originality poklesl o 3 p.b. na 67 %, index míry zaujetí vzrostl o 5 p.b. na 83 %.
- Nabídka vzdělávacích a osvětových pořadů ČT byla i v roce 2020 velmi pestrá. Z výběru uvedeného na předchozí straně jmenujme alespoň vzdělávací cykly na kanálu ČT2 ***Barokní srdce Evropy*** nebo ***V karavanu po Slovensku***. **Finanční gramotnosti** se věnoval cyklus ***Máme na to*** a pro dětské publikum ČT připravila pořady jako ***Kája a Mat+Ema+Tika***, ***Kosmix***, ***DVA3*** nebo ***Slovohrátky***.

## PŘEHLED MIMOŘÁDNÝCH VZDĚLÁVACÍCH POŘADŮ VYSÍLANÝCH V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE

Zdroj: PROVYS ČT

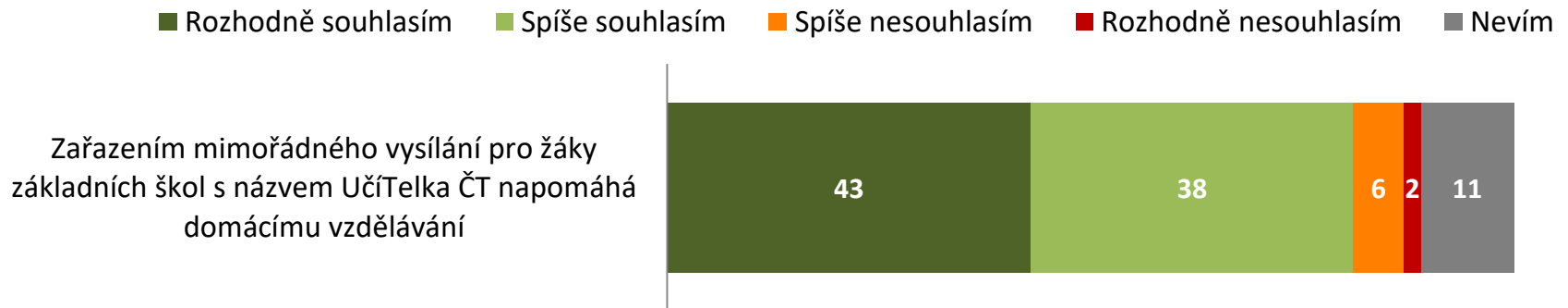
V počátku koronavirové krize Česká televize v krátké době vytvořila a do vysílání zařadila řadu vzdělávacích pořadů reagujících na aktuální situaci. **Pro domácí vzdělávání dětí připravila pořady *UčíTelka*, *Odpoledka* nebo *Škola doma*, který připravoval děti k přijímacím zkouškám na střední školy.** Pro děti bylo také určeno 60 dílů *Cvičení se Lvíčky*. Pro dospělé publikum Česká televize odvysílala mimořádně projekty *Linka 1212* a *Nemocnice v první linii*. Seniorům byly zase určeny premiérové pořady na novém kanálu ČT3 *Život na třetí*, *Pohybovky Pavla Kříže* a *Taneční pro starší a pokročilé se Zdeňkem Chlopčíkem*. Ve spolupráci s MZ ČR odvysílala ČT i řadu edukačních spotů o doporučeném chování v době nouzového stavu.

Název pořadu	Počet dílů	Celková stopáž v hodinách
Cvičení se Lvíčky	60	10
Česká filharmonie živě u vás	4	6
Edukační spot – koronavirus	9 (191*)	0,2 (5*)
Linka 1212	3	2
Nemocnice v první linii	6	3
Odpoledka	330	194
Pohybovky Pavla Kříže	8	1
Spolu to zvládneme (spot)	7 (105*)	0,1 (1*)
Škola doma	20	15
Taneční pro starší a pokročilé se Zdeňkem Chlopčíkem	22	2
UčíTelka	81	164
UčíTelka – kabinet	4	2
Život na třetí	210	63

## UčíTelka

Zdroj: Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, DKV ČT, Kantar CZ\*

- **Zábavně-vzdělávací pořad *UčíTelka*** vznikl s odbornou garancí Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy v reakci na uzavření škol. Vysílán byl každý všední den od 9 do 12 hodin na programu ČT2, a to na jaře **v období od 16. 3. do 19. 6.**, následně pak i na podzim **od 1. 9.**
- **Vysíláním *UčíTelky* se podařilo oslovit 64 % dětí ve věku 6-10 let, průměrná sledovanost činila v cílové skupině 19 tisíc diváků, share 33,15 %.** První vydání *UčíTelky* se s průměrnou sledovaností 145 tisíc diváků stalo nejsledovanějším pořadem 1. pololetí 2020 v dětské věkové skupině 4-12 let na všech TV stanicích.
- **Kvalitativní hodnocení pořadu dospělými diváky bylo výrazně nadprůměrné.**
- Z výzkumu společnosti Kantar CZ, realizovaného na přelomu března a dubna 2020, vyplývá, že **projekt *UčíTelka* zaznamenalo od jeho spuštění v polovině března 94 % rodičů dětí školou povinných. Osm z deseti diváků se shodlo na tom, že pořad napomáhá domácímu vzdělávání.**



\* Trackingový výzkum postojů obyvatel ČR v době koronavirové krize, březen-duben 2020

## VZDĚLÁVACÍ PORTÁL ČT EDU

Zdroj: NetMonitor, DKV ČT, Nielsen Admosphere\*

- Česká televize z důvodu koronavirové krize uspíšila start vzdělávacího webu **ČT edu**, který nyní nabízí přibližně 5 500 vzdělávacích videí z pořadů České televize. Od jeho spuštění **1. dubna 2020** jej **v průměru každý měsíc navštívilo 113 tisíc uživatelů** (jen v prvním dni to bylo 25 tisíc uživatelů). Celkem si návštěvníci webu ČT edu v roce 2020 pustili přes 6,5 milionu videí. **Vůbec nejvytíženějším dnem bylo úterý 7. dubna, kdy web navštívilo více než 54 tisíc uživatelů internetu.**
- V průběhu května a června realizovala Česká televize **tři výzkumná šetření mezi učiteli, rodiči a žáky, jejichž cílem bylo získat zpětnou vazbu na portál ČT edu.** Hlavní zjištění jsou následující:
  - **Znalost ČT edu mezi učiteli je vysoká** – o portálu ví (převážně z televize) téměř 70 % dotázaných, třetina všech web navštívila a téměř pětina využila videa pro vzdálenou výuku.
  - **Hodnocení webu ČT edu je velmi příznivé** – učitelé oceňují především přehlednost, srozumitelnost, možnost vyhledávání, ale i grafickou podobu a kvalitu videí. Deklarovaná využitelnost učiteli na SŠ či ZŠ (ať již současná, či budoucí) se pohybuje kolem 65 %.
  - **Silnou stránkou ČT edu je dle rodičů rozdělení podle stupňů vzdělání v kombinaci s předměty.** Oceňují také možnost přehrávání různě dlouhých úseků videí/pořadů. **Nejčastějším motivem pro návštěvu webu je snaha o zpestření výuky dětem. Web ČT edu je rodiči vnímán jako moderní výukový nástroj, který jim pomáhá při domácím vzdělávání dětí.**

\* Výzkum vnímání a hodnocení ČT edu mezi učiteli, květen 2020



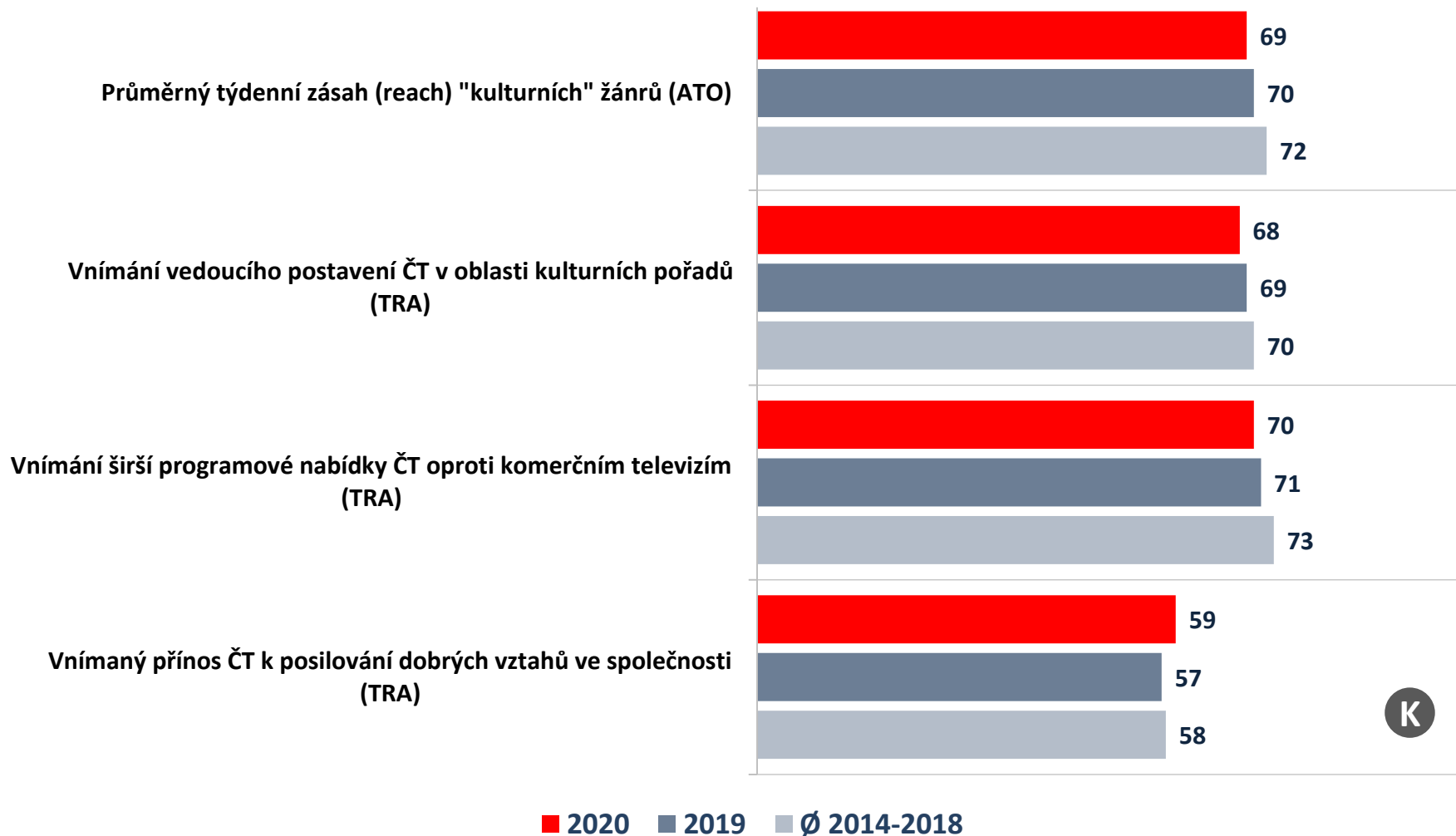
# CÍL 3 – Podpora kultury

### VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 3

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

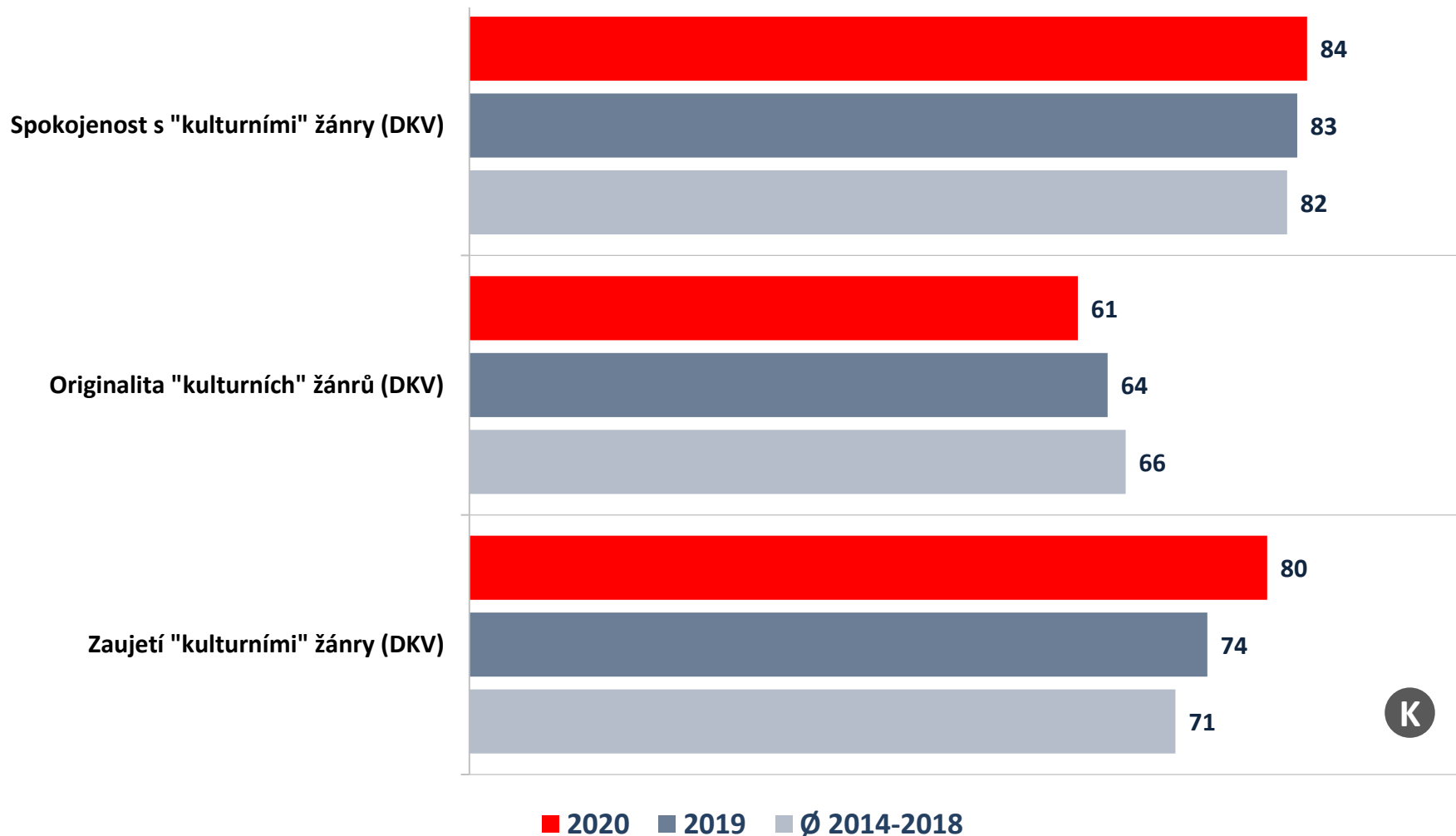
## ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



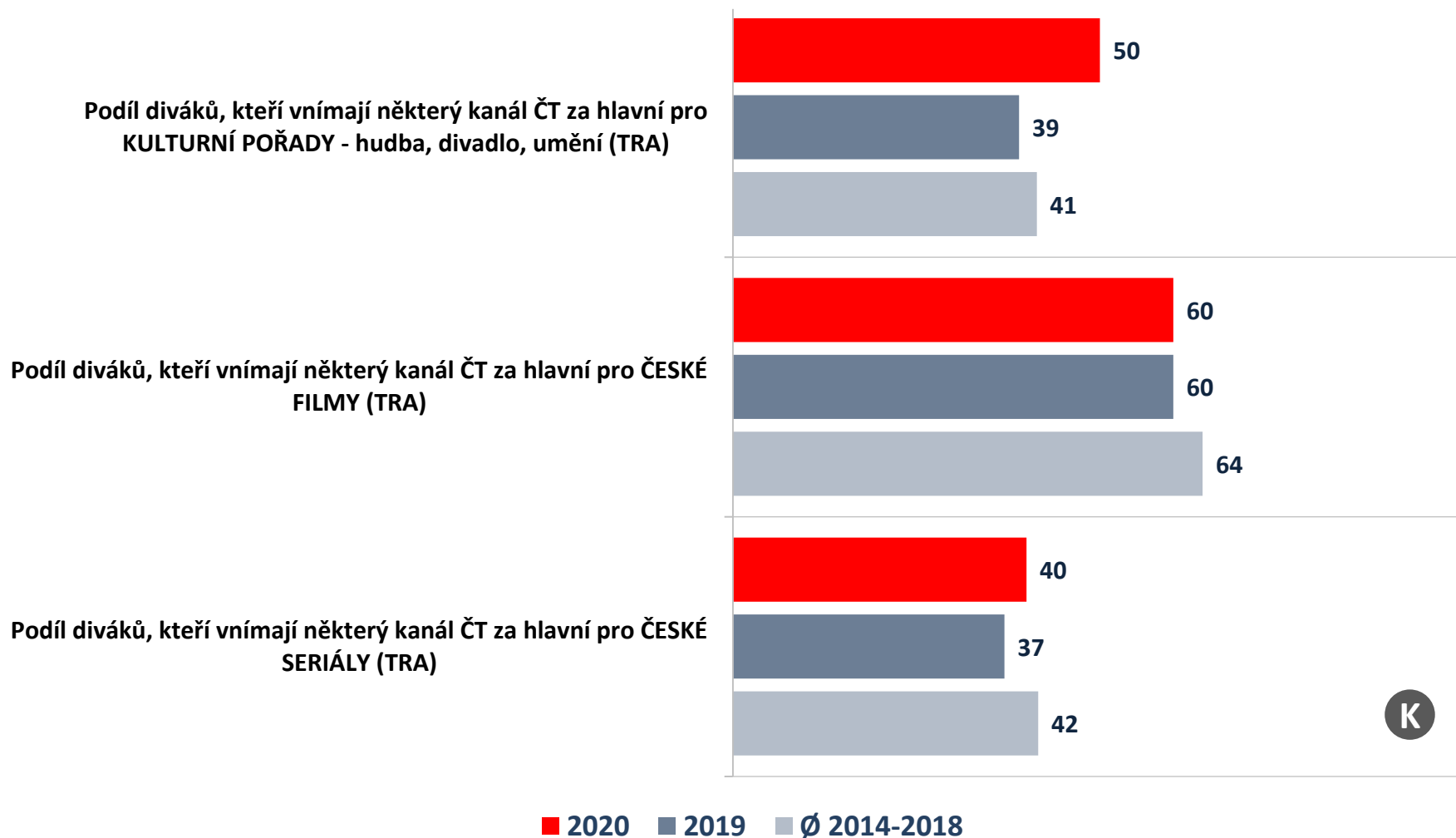
## SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ KULTURNÍMI ŽÁNRY

Zdroj: DKV ČT, v %



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

Zdroj: Tracking ČT, v %

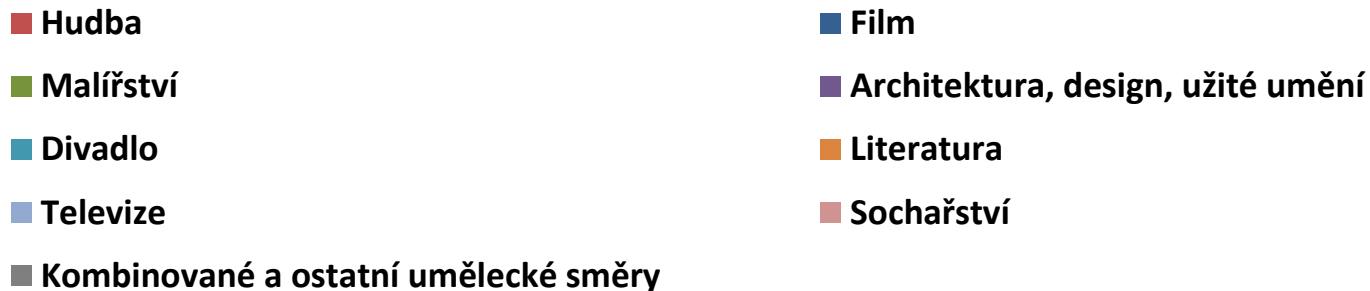


## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah kulturních žánrů činil v minulém roce 69 %.** V porovnání s předchozím rokem se jednalo o pokles o 1 p.b.
- **Koeficienty indikátorů vycházející z trackingového šetření se držely přibližně na úrovni roku 2019,** největší změnu v podobě nárůstu o 2 p.b. jsme zaznamenali u položky *Vnímání přínosu ČT k posilování dobrých vztahů ve společnosti.*
- **Pokud jde o kvalitativní parametry kulturních žánrů,** meziročně nepatrně vzrostla spokojenost (na úroveň 84 %), index originality klesl o 3 p.b. na 61 %. Největší změnu jsme zaregistrovali u míry zaujetí (+6 p.b.), díky čemuž index vystoupal na hodnotu 80 %.
- **50 % diváků vnímá některý z kanálů České televize jako hlavní v oblasti kulturních pořadů, což je oproti minulému roku znatelný nárůst (+11 p.b.).** Za výraznou změnou bude nejspíš stát úsilí České televize zprostředkovat divákům v době uzavřených kulturních institucí divadelní hry, koncerty a další kulturní události, často prostřednictvím živého vysílání.
- Meziročně beze změny zůstal podíl diváků, kteří vnímají kanály ČT jako hlavní, pokud jde o české filmy (60 %). **Nárůst o 3 p.b. jsme zaznamenali u podílu diváků vnímajících kanály ČT jako hlavní pro české seriály.**

## PODÍL JEDNOTLIVÝCH UMĚLECKÝCH SMĚRŮ NA VŠECH VYSÍLANÝCH UMĚLECKÝCH POŘADECH

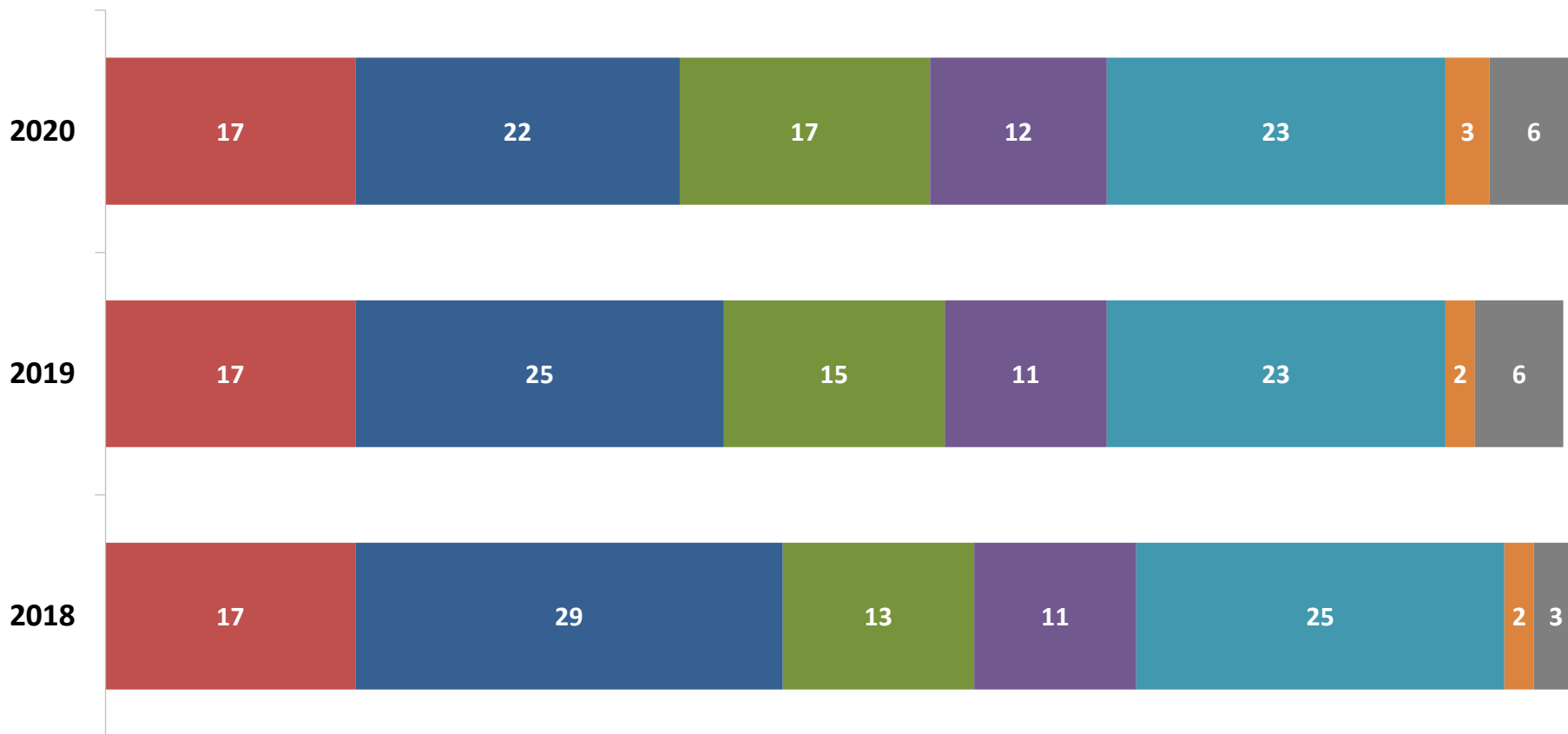
Zdroj: PROVYS ČT, v %



## PODÍL JEDNOTLIVÝCH PODŽÁNŘŮ NA DOKUMENTÁRNÍCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %

Umění a média      Humanitní vědy      Přírodní vědy      Medailon  
Přírodopisy a cestopisy      Docureality      Neurčeno



## 2020: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH UDÁLOSTECH

Zdroj: ČT

Partnerství při kulturních událostech (výběr)
Concertino Praga
Anifilm
Designblok
JAZZFESTBRNO 2020
Jeden svět 2020
Mene Tekel
Mezinárodní trienále skla a bižuterie JABLONEC 2020
MFF Febiofest
Pražské jaro 2020
Serial Killer
Smetanova Litomyšl
Struny podzimu
Tady Vary ve vašem kině
Zlatý Ámos - anketa o nejoblíbenějšího učitele
Zlín Film Festival



## 2020: MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ ČT PŘI VÝZNAMNÝCH CHARITATIVNÍCH PROJEKTECH

Zdroj: ČT

Charitativní projekty (výběr)	
Projekt / Kampaň	Subjekt
4 Adventní koncerty	Dolmen / Smiling Crocodile / Křižovatka / Pestrá
Benefiční koncerty Pomáháme s Českou filharmonií	Život 90 / Člověk v tísni / Nadace Partnerství / ČČK
Centrum Paraple	Centrum Paraple
Český den proti rakovině	Liga proti rakovině
Daruj vzdělání	ADRA
Domácí násilí	ProFem
Konto Bariéry	Nadace Charty 77
Paměť národa	Post Bellum
Pomoc po explozi v Bejrútu	UNICEF
Pomozte dětem	Nadace rozvoje občanské společnosti
Skutečný dárek	Člověk v tísni
Sportovci ženám v nouzi	Každý koš pomáhá
Svět vozíčkářů	Nadace Jedličkova ústavu
Světluška	Nadační fond Českého rozhlasu
Tříkrálová sbírka	Charita Česká republika
Zdravotní klaun	Zdravotní klaun

## KOMENTÁŘ

- **Stejně jako v předchozích letech, byly i v roce 2020 hudební pořady nejčastěji prezentovaným směrem v rámci uměleckých pořadů vysílaných Českou televizí.** Příčinu meziročního navýšení jejich podílu o 6 p.b. hledejme u nového kanálu ČT3 a frekventovanějšího zařazování archivních hudebních pořadů do jeho programového schématu. V pořadí plochy věnované jednotlivým uměleckým směrům následují film a malířství. Žánr architektura, design a užité umění je čtvrtým v pořadí, zaznamenali jsme u něj nicméně nejvýraznější meziroční pokles (-3 p.b.).
- **Na odvysílaných dokumentech měly největší podíl přírodopisy a cestopisy,** následované pořady věnovanými humanitním vědám.
- **Česká televize mediálně podporuje mnoho kulturních akcí,** některé již celou řadu let. V souvislosti s koronavirem však byla řada z nich zrušena – šlo například o *MFF Karlovy Vary* či festival dokumentárních filmů *Jeden Svět*. **Česká televize však podpořila některé náhradní kulturní akce, jako *Tady Vary ve vašem kině* nebo *Opera nám prozpívá*.**
- Dlouhou tradici má také podpora charitativních projektů. Z těch nejvýznamnějších, které ČT v roce 2020 mediálně zaštitila, můžeme jmenovat *Pomozte dětem*, *Paměť národa* či *Tříkrálovou sbírku*.
- **83 % dospělých obyvatel ČR souhlasí s tvrzením, že Česká televize podporuje charitativní projekty.\***

\* Zdroj: Tracking ČT, 2020

## ČT ART V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE – PŘÍMÉ PŘENOSY

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere

V době koronavirové krize, kdy vysílání ČT art do značné míry suplovalo kulturní dění, byly v přímém přenosu odvysílány některé mimořádné a divácky velmi úspěšné pořady.

Divadelní hra *Hvězda*, ve které excelovala Eva Holubová, se stala vůbec nejsledovanějším přímým přenosem v historii ČT art. Průměrná sledovanost činila 132 tisíc diváků, share 2,92 %.

Nejen díky těmto divácky zajímavým přenosům dosahoval ČT art ve většině měsíců roku 2020 mimořádně vysokého podílu na publiku 15+ nad 1 %. V roce 2019 se přitom podařilo přesáhnout tuto hodnotu pouze ve dvou měsících, v roce 2018 pouze v jednom měsíci.

Pořad	den a čas	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)	Zásah*, 15+ (tis.)
Hvězda	27. 3. ve 20.00	132	2,92	380
Pomáháme s Českou filharmonií (4x)	soboty ve 20.00	57	1,50	441
Protančíme tím – Baletní gala z Národního divadla	12. 4. ve 20.00	42	1,01	100
Ve zpěvu hledejme úlevu (Opera)	30. 4. ve 20.00	65	1,82	165
Pomáháme s Pražským jarem a Českou filharmonií: Mozart gala	23. 5. ve 20.00	72	1,88	147
Česká filharmonie živě u vás (4x)	listopad-prosinec, neděle 20.15	44	1,02	295
Louskáček - Vánoční příběh	21. 12. ve 20.00	72	1,64	234

## ČT ART V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE – ZÁZNAMY

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere

Vedle mimořádných přímých přenosů vyšla dramaturgie ČT art kulturně orientovaným divákům vstříc také tím, že do vysílání zařazovala **záznamy divadelních a hudebních pořadů s výraznými umělci**. Některé z nich byly mimořádně sledované.

Premiéra divadelního záznamu **Lakomec** z Brna s Bolkem Polívkou v titulní roli se stala vůbec **nejsledovanějším premiérovým pořadem ČT art v roce 2020**.

Pořad	den a čas	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)	Zásah*, 15+ (tis.)
Trvalky Zdeňka Svěráka a Jaroslava Uhlíře	17. 3. ve 20.00	104	2,22	209
Lakomec	13. 4. ve 20.00	134	3,27	342
Paní plukovníková	18. 4. ve 20.00	144	3,54	263
Záskok	26. 4. ve 20.00	133	3,07	255
Sluha dvou pánů	3. 5. ve 20.00	158	3,82	414
Balada z hadrů	26. 10. ve 20.15	67	1,64	191
Hráči	21. 11. ve 20.15	39	0,88	127
Bratři Karamazovi	28. 12. ve 20.15	41	0,98	104

S cílem podpořit kulturní události vznikl další mimořádný projekt ČT **Česká tleská**, který dává pořadatelům prostor, aby prostřednictvím obrazovky České televize pozvali diváky na kulturní akce, které chystají.

## KULTURNÍ a CHARITATIVNÍ PROJEKTY VZNIKLÉ V REAKCI NA KORONAVIROVOU KRIZI, KTERÉ ČT INICIOVALA NEBO PODPOŘILA 1/2

Zdroj: ČT

Projekt	Zaměření
<b>Budme si blízko ... i na dálku</b>	Vzkazy nejbližším skrze obrazovku České televize
<b>Česká tleská</b>	Projekt na podporu tuzemské kultury, který „tleská“ všem, kteří se zasazují o kulturní život v ČR. Pořadatelé kulturních akcí mají možnost prostřednictvím obrazovky ČT pozvat diváky právě k nim, a to v průběhu června až srpna.
<b>Děkujeme českým zdravotníkům</b>	Spotová kampaň nadačního fondu Vita et Futura ukazuje péči sester a lékařů o pacienty s koronavirem na jednotkách intenzivní péče a má upozornit běžnou populaci na to, co vše stojí za záchranou lidského života. Projekt iniciovali zdravotníci z VFN v Praze
<b>Film Naživo</b>	Projekt, při němž divadelní soubory inscenovaly svá představení v exteriérech, byly natáčeny filmovým štábem v jediném živém záběru a zároveň vysílány do kin v celé ČR. Při natáčení tvořily živé publikum děti z dětských domovů.
<b>Krizová linka charity ČR, Krizová linka pro seniory, Seniorská linka</b>	Mimořádné spotové kampaně, které ČT v době koronavirové krize operativně zařadila do vysílání, aby upozornila na plošné krizové a informační linky a další aktuální služby neziskových organizací.
<b>Nenudím se doma</b>	Speciální stránka webu Děčka, jejímž cílem bylo pomoci rodičům zabavit děti v bezpečí domova a současně je zábavnou formou vzdělávat. Součástí byly i výzvy osobností kulturního a sportovního světa Hackni nudu! nebo stránka věnovaná tématu koronaviru z dětské perspektivy.
<b>Online prohlídky Národní galerie</b>	Možnost virtuálních prohlídek objektů Národní galerie v Praze v době uzavřených výstavních prostor.
<b>Opera nám prozpívá</b>	Spotová kampaň Národního divadla, která divákům připomněla příznivé působení operního umění během pandemie.

## KULTURNÍ A CHARITATIVNÍ PROJEKTY VZNIKLÉ V REAKCI NA KORONAVIROVOU KRIZI, KTERÉ ČT INICIOVALA NEBO PODPOŘILA 2/2

Zdroj: ČT

Projekt	Zaměření
<b>Pomáhám a co vy?</b>	Spotová kampaň ČT a platformy Fórum dárců, která komunikovala potřebnost podpory neziskového sektoru a konkrétních organizací, které se výrazně angažovaly v době koronavirové krize.
<b>Pomáháme sestřičkám</b>	Veřejná sbírka pro zdravotní sestry, kterou ČT podpořila poskytnutím záběrů z dokumentu Sestřičky pro vznikající videoklip kampaně. ČT také do dvou dílů dokumentu Sestřičky nasadila lištu s výzvou k podpoře kampaně. Z výtěžku sbírky byly prostřednictvím České asociace sester sestřičkám a zdravotnímu personálu hrazeny životní benefity.
<b>Pomůcky COVID-19 (APSS - Podané ruce)</b>	Mimořádná kampaň ke společné sbírce Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR a společnosti Podané ruce, ze které byl financován nákup ochranných pomůcek a prostředků (roušky, respirátory, dezinfekce atd.) a jejich distribuce poskytovatelům sociálních služeb v ČR.
<b>Protančíme tím</b>	Videoklip členů baletu Národního divadla, kterým vzkázali „Protančíme tím, neztrácejte naději“. ČT klip odvysílala a zároveň se podílela na benefičním přenosu.
<b>Srdce pro seniory</b>	Online projekt Ministerstva práce a sociálních věcí, který pozitivně motivoval seniory v době pandemie.
<b>Všechno dobrý</b>	Spotová kampaň komunikující portál <a href="http://www.vsechnodobry.cz">www.vsechnodobry.cz</a> , na kterém byly shromážděny užitečné informace pro seniory, které jim měly ulehčit pobyt doma v době nouzového stavu.

## VÝSTUPY PRO DIVÁCKOU SKUPINU ORIENTOVANOU NA KULTURU

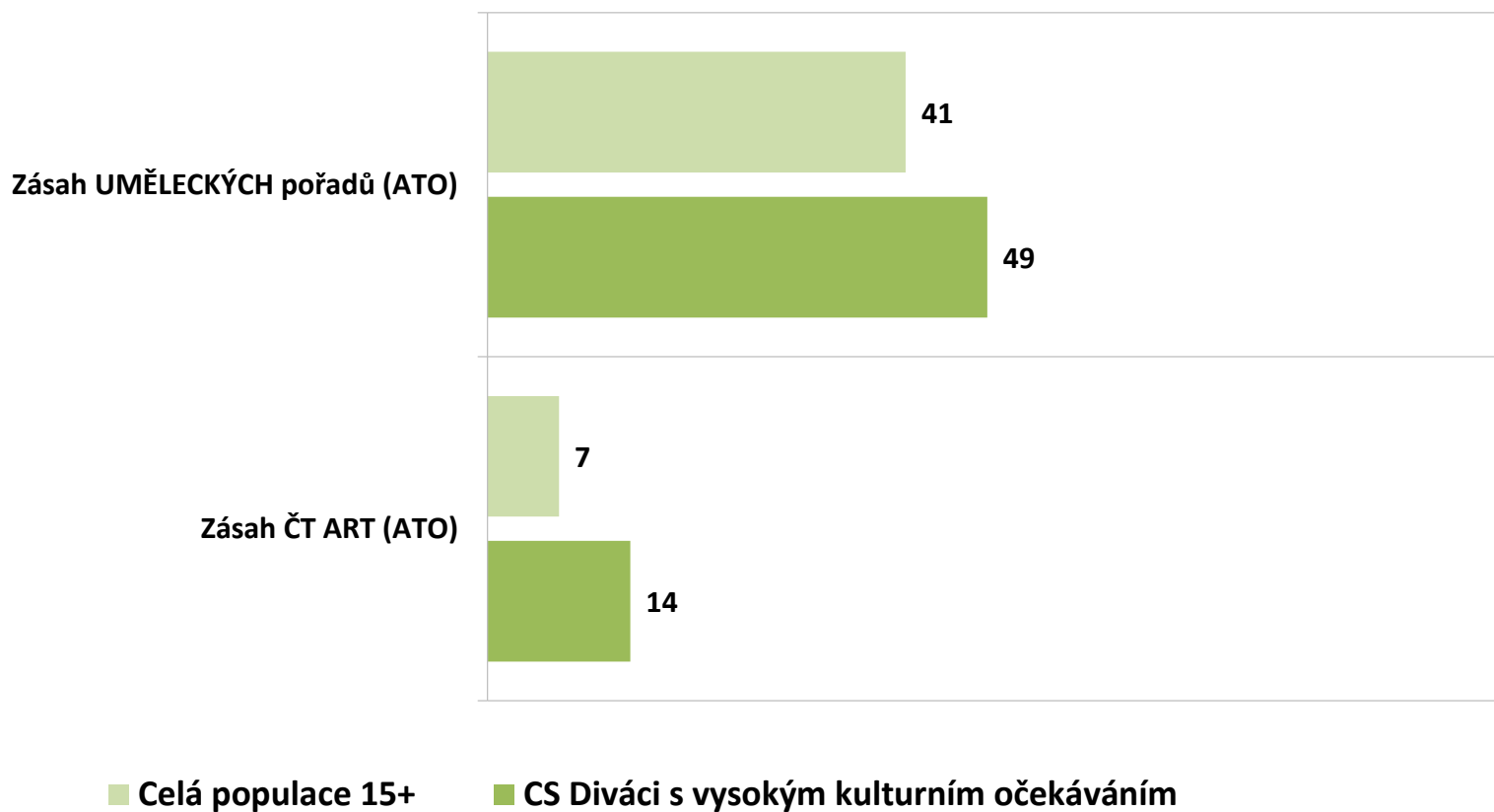
Na následujících stranách přinášíme výstupy pro specifickou skupinu diváků výrazně orientovaných na kulturu. Do skupiny byli zařazeni diváci a divačky splňující níže uvedenou definici.

### **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.*

## 2020: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH UMĚLECKÝCH POŘADŮ\* A ČT ART V OBECNÉ POPULACI A MEZI DIVÁKY ORIENTOVANÝMI NA KULTURU

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %

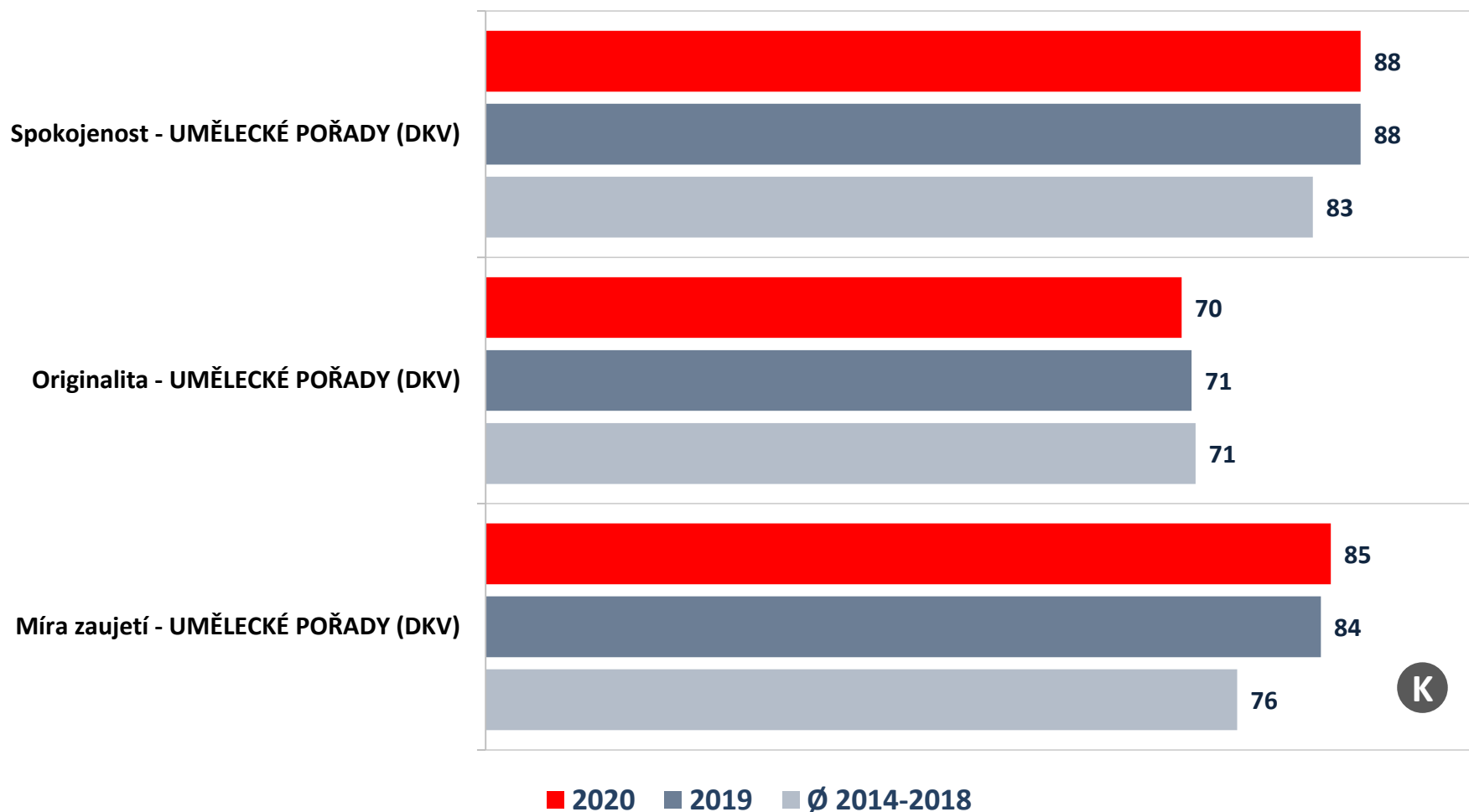


\* „Umělecké pořady“ zahrnují všechny pořady ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka.



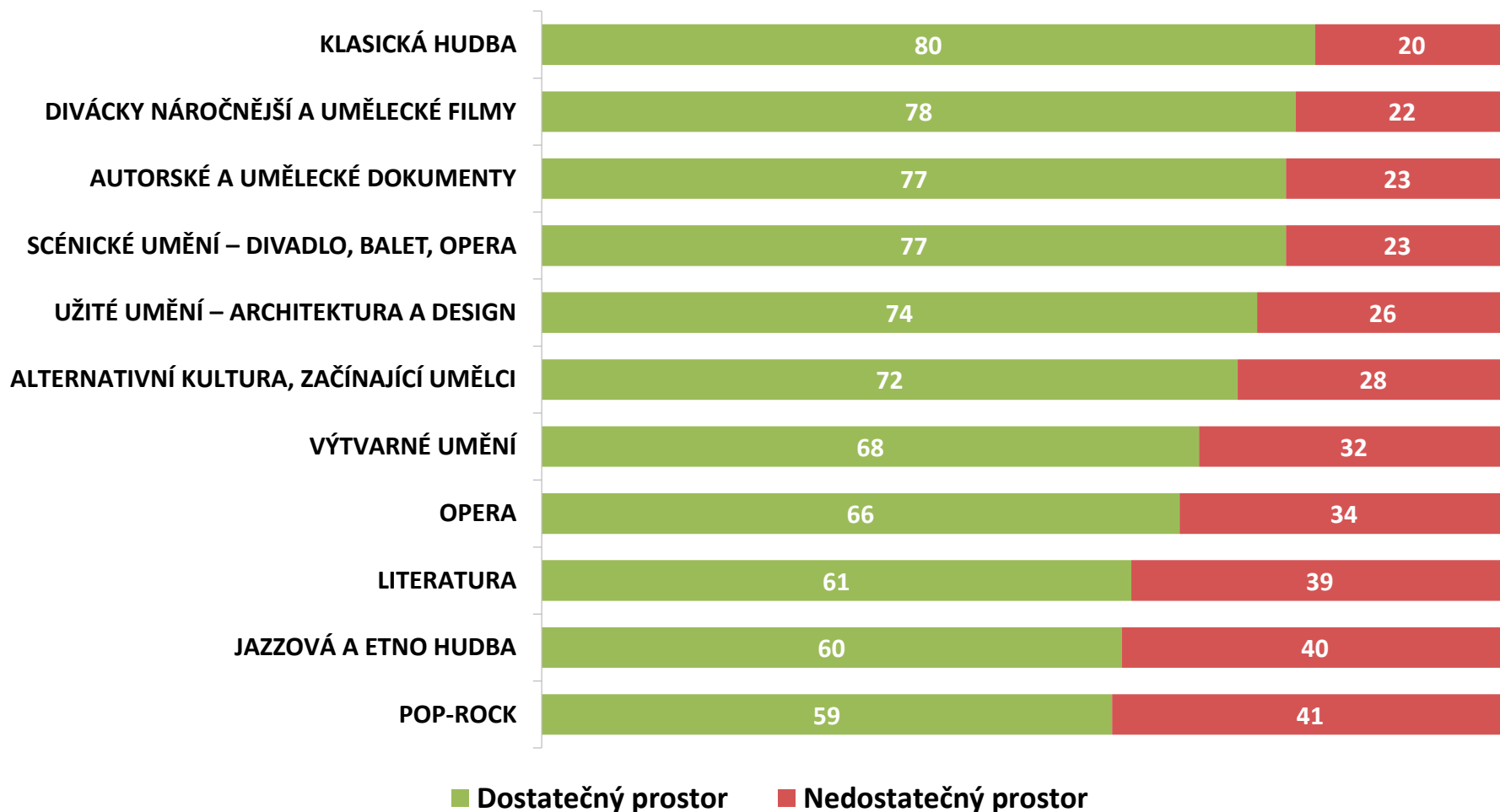
## SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ UMĚLECKÝMI POŘADY VE SKUPINĚ DIVÁKŮ ORIENTO VANÝCH NA KULTURU

Zdroj: DKV ČT, v %



## 2020: POSTOJ DIVÁKŮ ČT ART K PROSTORU, KTERÝ JE VE VYSÍLÁNÍ VĚNOVÁN JEDNOTLIVÝM UMĚLECKÝM ŽÁNŘŮM

Zdroj: Tracking ČT, v %



## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah uměleckých pořadů ČT** (pořady ČT art, hudební pořady a filmy či dokumenty pro náročného diváka) **činil v obecné populaci 15+ v minulém roce 41 %, v cílové skupině diváků s vysokým kulturním očekáváním dokonce 49 %.**
- Samotný kanál ČT art v průměru týdně zasáhl 14 % diváků s vysokým kulturním očekáváním, jeho zásah v obecné populaci 15+ byl přitom poloviční.
- **Spokojenost s uměleckými pořady** mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním zůstala v roce 2020 na úrovni **88 %**. **Index originality uměleckých pořadů klesl meziročně pouze nepatrně (-1 p.b.), a to na 70 %**. **Míra zaujetí uměleckými pořady naopak nepatrně vzrostla (+1 p.b.) na hodnotu 85 %.**
- **Obecně platí, že mezi diváky s vysokým kulturním očekáváním dosahují kvalitativní indikátory uměleckých pořadů vyšších hodnot než v obecné populaci 15+.**
- ČT art dle diváků vytváří dostatečný prostor pro jednotlivé umělecké žánry. Diváci ČT art jsou spokojeni zejména s vysílací plochou, kterou dostává klasická hudba, filmy pro náročnějšího diváka, autorské a umělecké dokumenty a scénické umění.

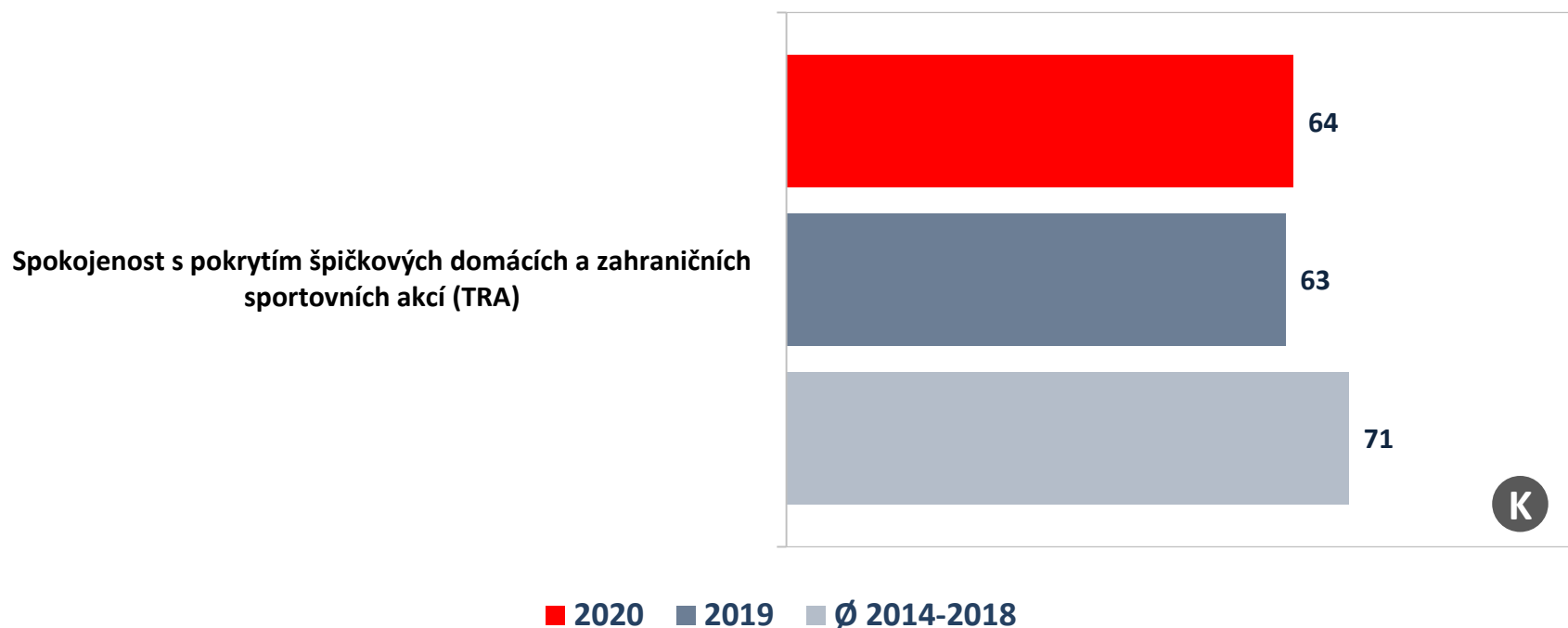
## CÍL 4 – Podpora sportu

### VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 4

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

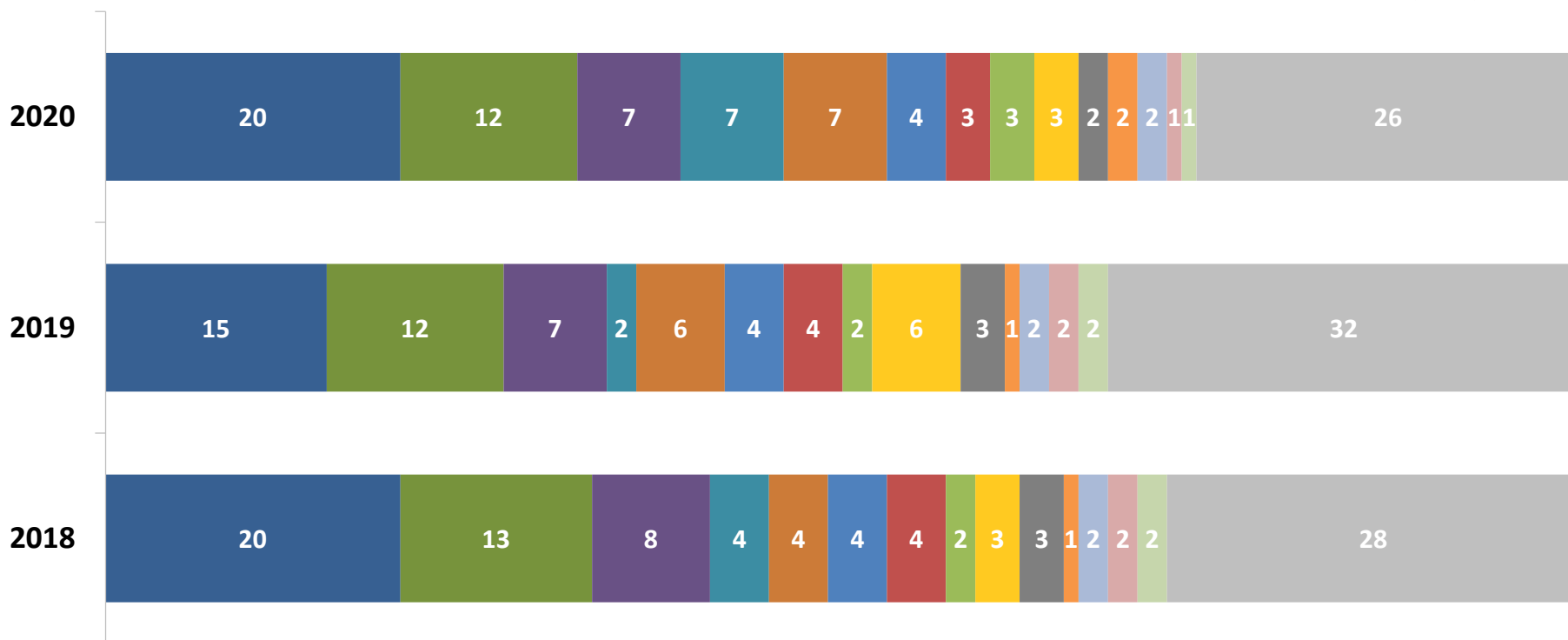
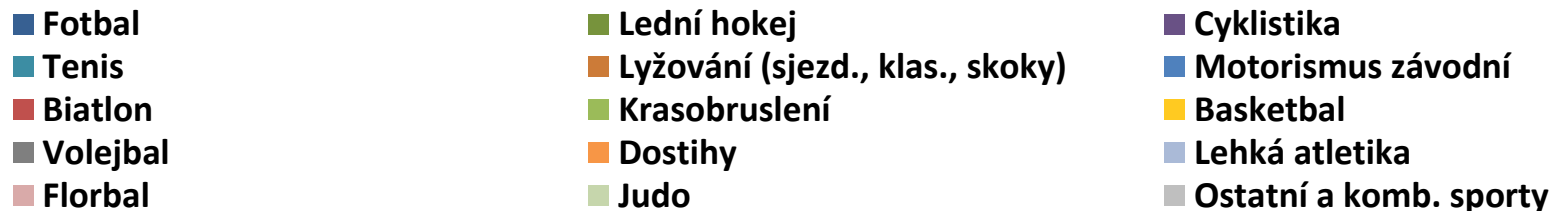
## ZÁKLADNÍ PŘEHLED

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



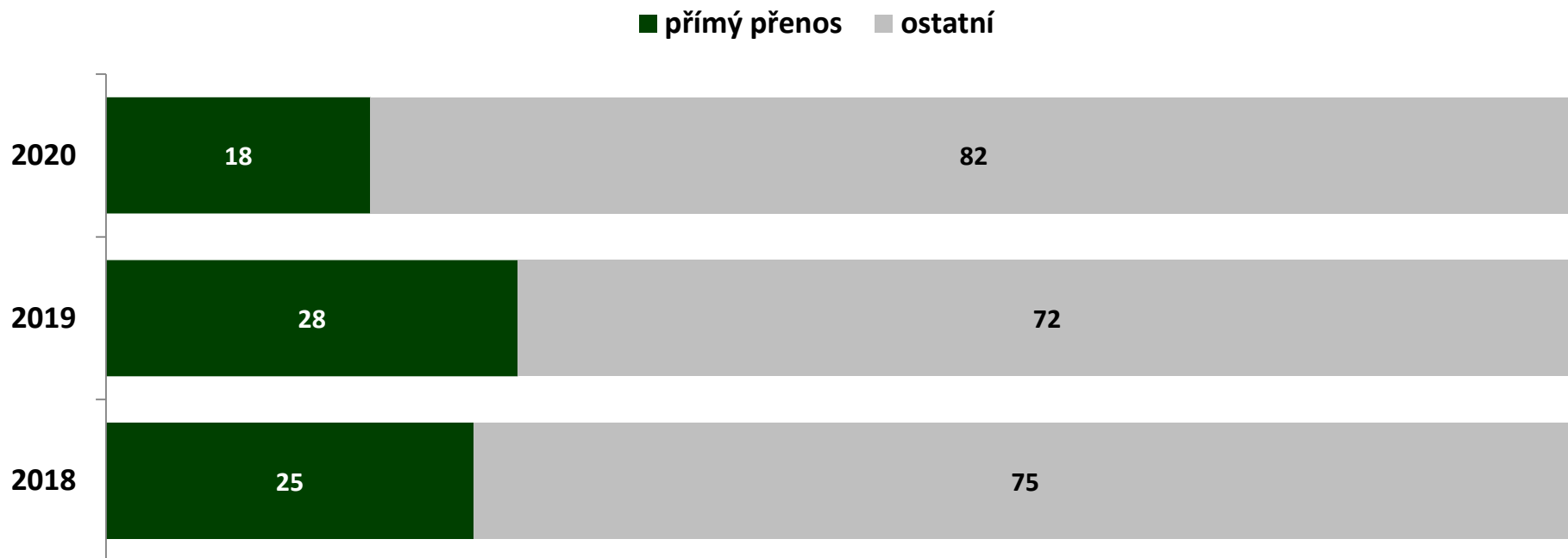
# PODÍL JEDNOTLIVÝCH SPORTŮ NA SPORTOVNÍM VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroj: PROVYS ČT, v %



## PODÍL SPORTOVNÍHO VYSÍLÁNÍ V PŘÍMÉM PŘENOSU NA CELKU SPORTOVNÍHO VYSÍLÁNÍ ČT

Zdroj: PROVYS ČT, v %



## NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ AKCE V ROCE 2020

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere

Sportovní akce	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)	Zásah*, 15+ (tis.)
MS v biatlonu (Itálie)	641	33,31	2 387
SP v biatlonu	452	22,78	2 942
MS ve víceboji v rychlobruslení (Norsko)	274	13,78	916
Liga národů UEFA	264	8,76	1 858
Švédské hokejové hry	238	9,33	1 665
Karjala Cup	173	7,06	1 399
Turné čtyř můstků	170	6,36	1 374
SP ve snowboardingu	167	9,61	989
MS v rychlobruslení (USA)	164	4,98	1 037
SP v alpském lyžování	162	9,04	2 486



## NEJSLEDOVANĚJŠÍ SPORTOVNÍ PŘENOSY V ROCE 2020

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere

Nejsledovanější přenosy celkem	Datum	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)	Zásah*, 15+ (tis.)
MS v biatlonu Itálie: Závod s hromadným startem Ž	23.02.	857	31,75	1005
MS v biatlonu Itálie: Závod s hromadným startem M	23.02.	810	31,02	952
SP v biatlonu ČR: Štafeta Ž	07.03.	794	34,89	1015
MS v biatlonu Itálie: Stíhací závod Ž	16.02.	779	29,96	939
MS v biatlonu Itálie: Štafeta M	22.02.	747	37,19	967

Nejsledovanější přenosy – bez biatlonu	Datum	Sledovanost, 15+ (tis.)	Podíl na publiku, 15+ (%)	Zásah*, 15+ (tis.)
ME v rychlobruslení Nizozemsko: 3000m Ž	11.01.	613	31,02	599
SP v alpském lyžování Švýcarsko: Kombinace Ž	23.02.	556	21,68	773
MS U20 v hokeji 2020: Švédsko - Česko	02.01.	476	12,72	1 121
Švédské hokejové hry 2020: Rusko - Česko	09.02.	398	17,62	998
MS U20 v hokeji 2021: Česko - USA	29.12.	366	8,86	890

## KOMENTÁŘ

- **Spokojenost s pokrytím špičkových sportovních akcí je na velmi podobné úrovni (64 %) jako v roce 2019.** Pokles o 7 p.b. oproti průměru let 2014-2018 je dán především strukturálními změnami ve vlastnictví vysílacích práv na sportovní pořady, které zčásti přešly na placené komerční kanály.
- **Sportem s nejvyšším, loni pětinovým podílem na sportovním vysílání ČT, zůstal fotbal.** Vrátil se tak na hodnotu z roku 2018, a to i přesto, že muselo být zrušeno EURO 2020. Druhým v pořadí byl **lední hokej**, který si udržel svůj **12% podíl**. **7% podílu** dosáhla **cyklistika, tenis a také lyžování** (alpské i klasické dohromady), jehož podíl na sportovním vysílání v posledních letech roste. Výrazný meziroční nárůst ze 2 % na 7 % zaznamenal již zmíněný tenis.
- Vysílání ČT sport zcela zásadně ovlivnila koronavirová pandemie, v jejímž důsledku byla zrušena řada vrcholných sportovních událostí. **K těm největším, které by ČT za normálních okolností přenášela, patřilo MS v hokeji, ME ve fotbale, Letní olympijské hry v Tokiu, halové MS v atletice a ME v atletice.**
- **Z pochopitelných důvodů tak došlo k výraznému snížení podílu přímých přenosů na celku sportovního vysílání ČT, konkrétně o 10 p.b. na hodnotu 18 %.**
- **Zimní sporty byly zasaženy pandemií relativně nejméně, díky čemuž žebříčky sledovanosti roku 2020 zcela ovládl biatlon, zejména pak únorové mistrovství světa, které se zároveň stalo nejsledovanější sportovní akcí roku (v roce 2019 bylo na druhém místě po MS v hokeji).**
- Přenosy z **MS v biatlonu** sledovalo průměrně **641 tisíc diváků, podíl na publiku činil 33,31 % a celkový zásah bezmála 2,4 milionu diváků. Nejsledovanějšími přenosy na MS, a tedy i v rámci celého roku, byly závody s hromadným startem, které jako jediné přesáhly hranici 800 tisíc diváků.**
- **Nejsledovanějším nebiatlonovým přenosem byl závod na 3 000 metrů žen v rámci ME v rychlobruslení v Nizozemsku.**

## SPORTOVNÍ PROJEKTY VZNIKLÉ V REAKCI NA KORONAVIROVOU KRIZI, KTERÉ ČT INICIOVALA NEBO PODPOŘILA

Zdroj: ČT

Projekt	Zaměření
#SportemProtiVirus	Spotová kampaň pro projekt Národní sportovní agentury: známí sportovci nahráli v rouškách povzbuzující vzkazy české veřejnosti.
Maximum pro zdraví	Pořad ČT sport věnovaný podpoře zdravého životního stylu seniorů, který představoval jak si zacvičit a protáhnout tělo i v domácím prostředí.

## ČT SPORT V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE 1/2

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, ČT

- Stejně jako ostatní kanály ČT, dokázal i sportovní kanál ČT sport rychle zareagovat na nastalou situaci, tedy na plošné zrušení všech významných sportovních akcí a soutěží. Svým divákům nabídl řadu nových formátů využívajících převážně archivní materiály.
- Byly to například cykly **Archiv Z** či **Archiv D** a v měsíci květnu, kdy se mělo konat MS v hokeji, také pořady **Hokej v 60 minutách** a **Utkání na přání**. Diváci měli možnost vybrat, který přenos z minulých MS v hokeji bude z archivu vysílán. Celkem bylo takto odvysíláno 17 přenosů.
- Nejvýznamnější mezinárodní sportovní organizace (MOV, FIFA či UEFA) a české národní svazy mimořádně zpřístupnily jindy blokový archivní obsah, díky čemuž se podařilo zařadit do vysílání řadu unikátních přenosů a pořadů, které v minulosti nebyly nebo nemohly být Československou či Českou televizí archivovány.
- Na konci března se v programu ČT sport objevil i pravidelný polední pořad s názvem **Studio ČT sport**, kde se k aktuálním problémům vyjadřovali a nové informace o průběhu celonárodní karantény v oblasti sportu prezentovali přední sportovní funkcionáři, předsedové svazů a sportovních organizací.

## ČT SPORT V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE 2/2

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, ČT

- Pro nejmenší diváky byla v rámci mimořádného vzdělávacího cyklu **UčíTelka** do vysílání pravidelně zařazována rozcvička vedená známými českými sportovci. Pro domácí pohybové aktivity dětí byl na ČT :D vysílán cyklus **Cvičení se Lvíčky**.
- Velký ohlas mělo také pokrytí dvou sportovních událostí, které byly v evropském kontextu jedněmi z prvních po začátku rozvolňování pandemických opatření. Přenosy z tenisového turnaje **O pohár předsedy Českého tenisového svazu** a z atletického otevření sezóny pod otevřeným nebem **Spolu na startu** poskytla ČT po dohodě s organizátory v rámci speciálního kanálu EBU partnerům pro celosvětové streamové využití (u atletiky také prostřednictvím MOV a Olympic Channel).
- Obě akce byly vysílány v desítkách zemí a v období, kdy ve většině světa ještě přetrvávaly strohé epidemiologické restriktce znemožňující pořádání sportovních akcí, zaznamenaly velký úspěch s pozitivním dopadem.

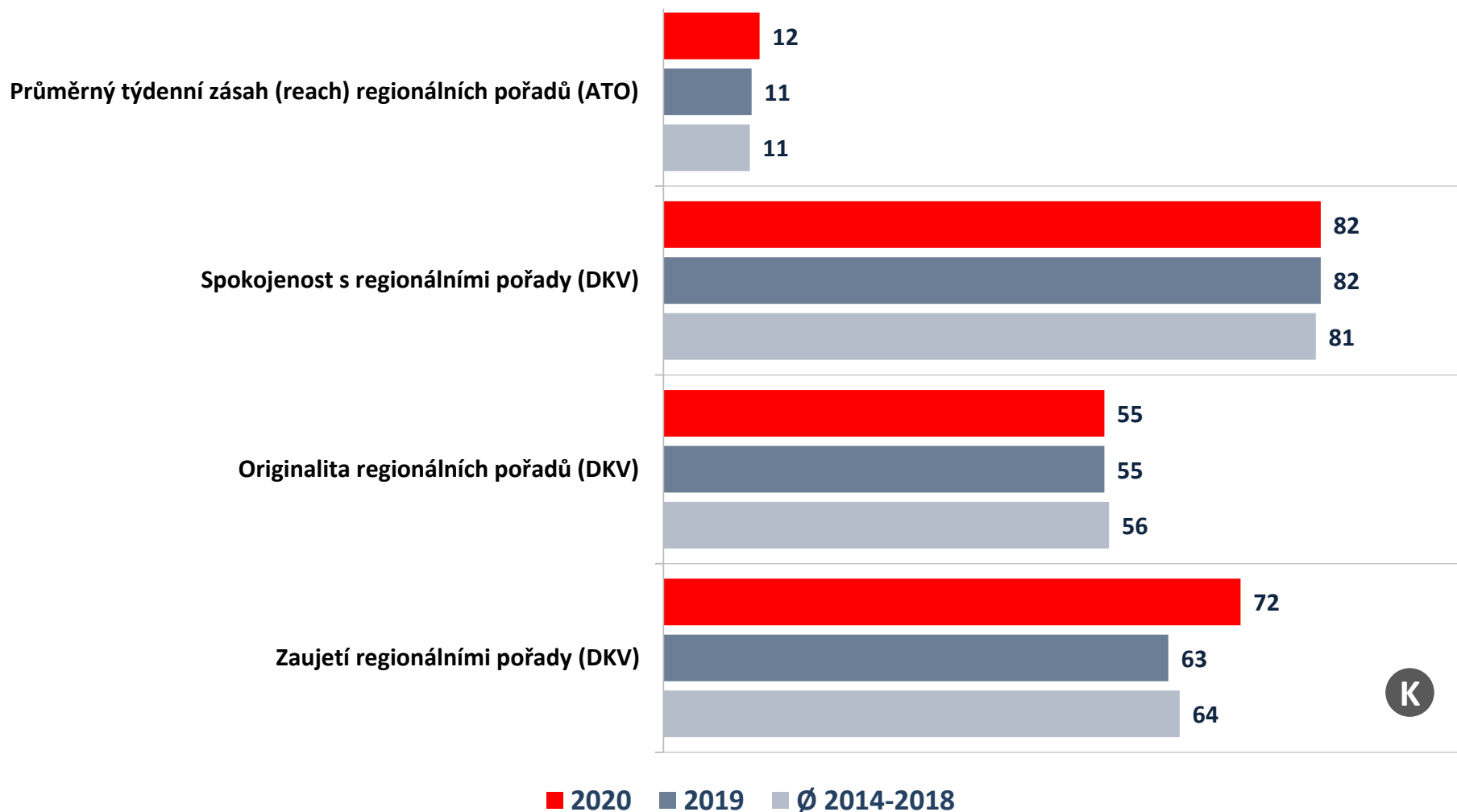
# CÍL 5 – Presentace regionů České republiky, Evropy a světa

### VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 5

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

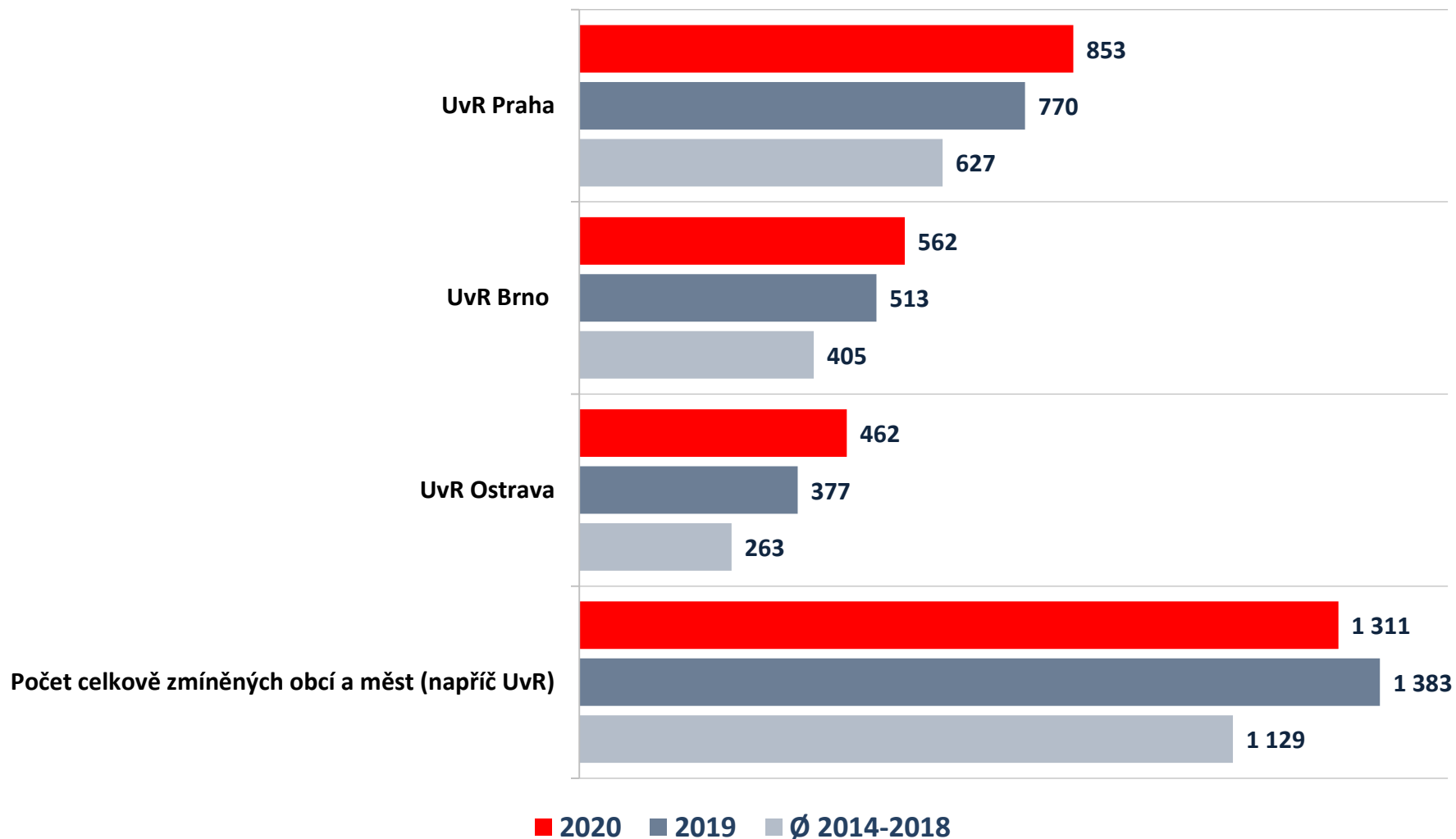
## ZÁSAH, SPOKOJENOST, ORIGINALITA A MÍRA ZAUJETÍ REGIONÁLNÍMI POŘADY

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, DKV ČR, v %



## POČET MĚST A OBCÍ ZMÍNĚNÝCH V POŘADU UDÁLOSTI V REGIONECH

Zdroj: Media Tenor, počet měst a obcí





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

Zdroj: PROVYS ČT, v %



	2020	2019	2018	2017	2016	2015
TS Brno	9	10	10	9	9	9
TS Ostrava	9	9	10	9	9	9
ČT Praha	82	81	80	82	82	82



	2020	2019	2018	2017	2016	2015
TS Brno	14	15	14	14	14	13
TS Ostrava	12	11	12	11	12	12
ČT Praha	74	74	74	75	74	75



	2020	2019	2018	2017	2016	2015
TS Brno	11	12	12	12	12	12
TS Ostrava	14	14	15	16	13	14
ČT Praha	75	74	73	72	75	74

## KOMENTÁŘ

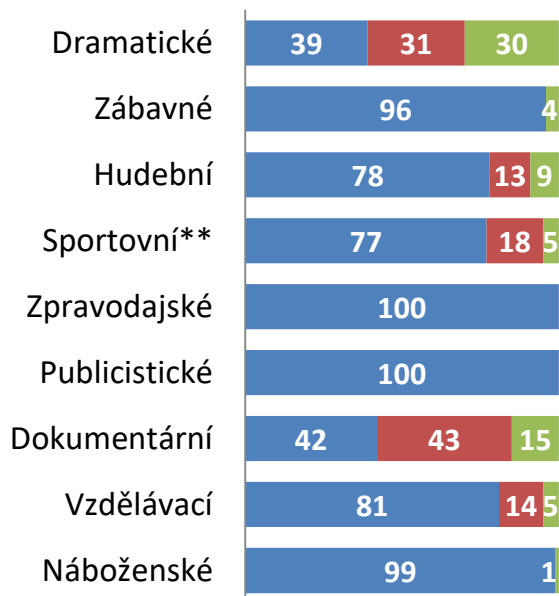
- **Průměrný týdenní zásah regionálních pořadů ČT se dlouhodobě pohybuje kolem jedné desetiny všech televizních diváků.** V porovnání s rokem 2019 došlo k navýšení o 1 p.b. na hodnotu 12 %.
- **Spokojenost diváků s regionálními pořady zůstala beze změny na úrovni 82 %,** nezměnila se ani hodnota vnímané originality, která činila 55 %. **Zaujetí regionálními pořady vzrostlo o 9 p.b.** na úroveň 72 %. Jde o podobný trend jako u zpravodajských pořadů, které se na regionálním vysílání podílejí dominantní měrou.
- V roce 2020 bylo v *Událostech v regionech* zmíněno celkem 1 311 různých měst a obcí ČR. **V posledních dvou letech došlo oproti průměru z období 2014-2018 ke znatelnému nárůstu celkového počtu měst a obcí** zmíněných v jednotlivých mutacích pořadu.\*
- **Podíl regionálních studií (TS Brno a TS Ostrava) na vysílání ČT1 a ČT2 v roce 2020 výrazně převyšoval zákonem stanovenou hranici 20 %.** Bereme-li v potaz všechny stanice České televize, došlo u TS Brno k poklesu podílu na vysílání o 1 p.b. Důvodem jsou jak změny vysílacího schématu ČT24 v reakci na probíhající koronavirovou krizi (méně *Událostí v regionech, Zajímavostí v regionech* atd.), tak menší pokrytí či rovnou zrušení některých regionálních sportovních událostí vysílaných na ČT sport. K celkovému snížení podílu TS Brno přispěl také nový kanál ČT3, a to i přesto, že denně vysílal kontaktní magazín *Život na třetí*, vyráběný v obou regionálních televizních studiích.

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

Zdroj: PROVYS ČT, v %

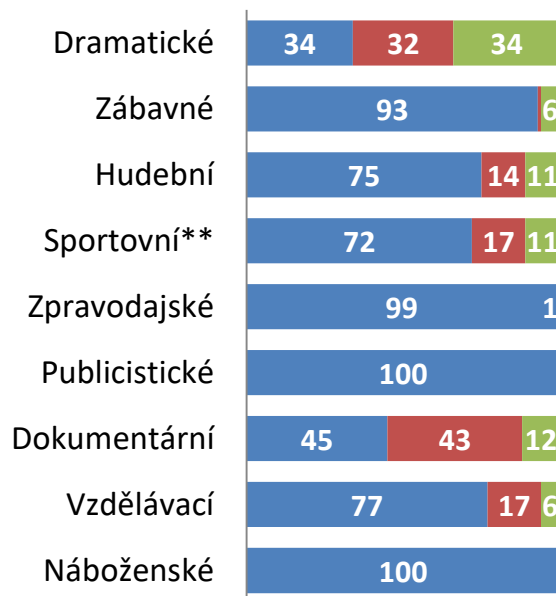
### 2020

■ Domácí tvorba  
■ Evropská tvorba\*  
■ Mimoevropská tvorba



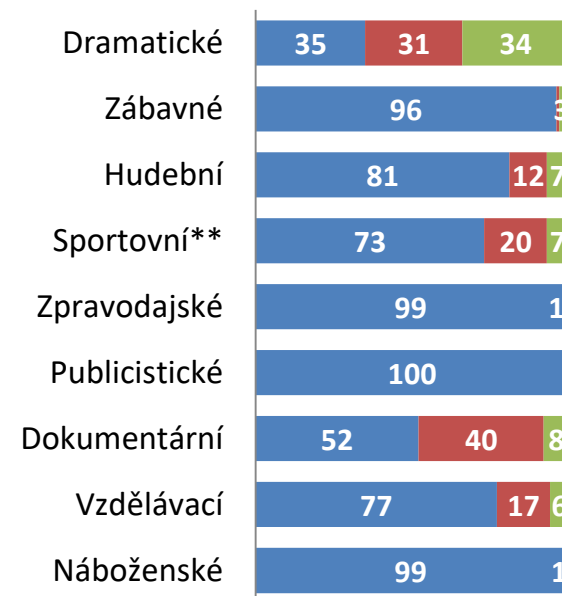
### 2019

■ Domácí tvorba  
■ Evropská tvorba\*  
■ Mimoevropská tvorba



### 2018

■ Domácí tvorba  
■ Evropská tvorba\*  
■ Mimoevropská tvorba

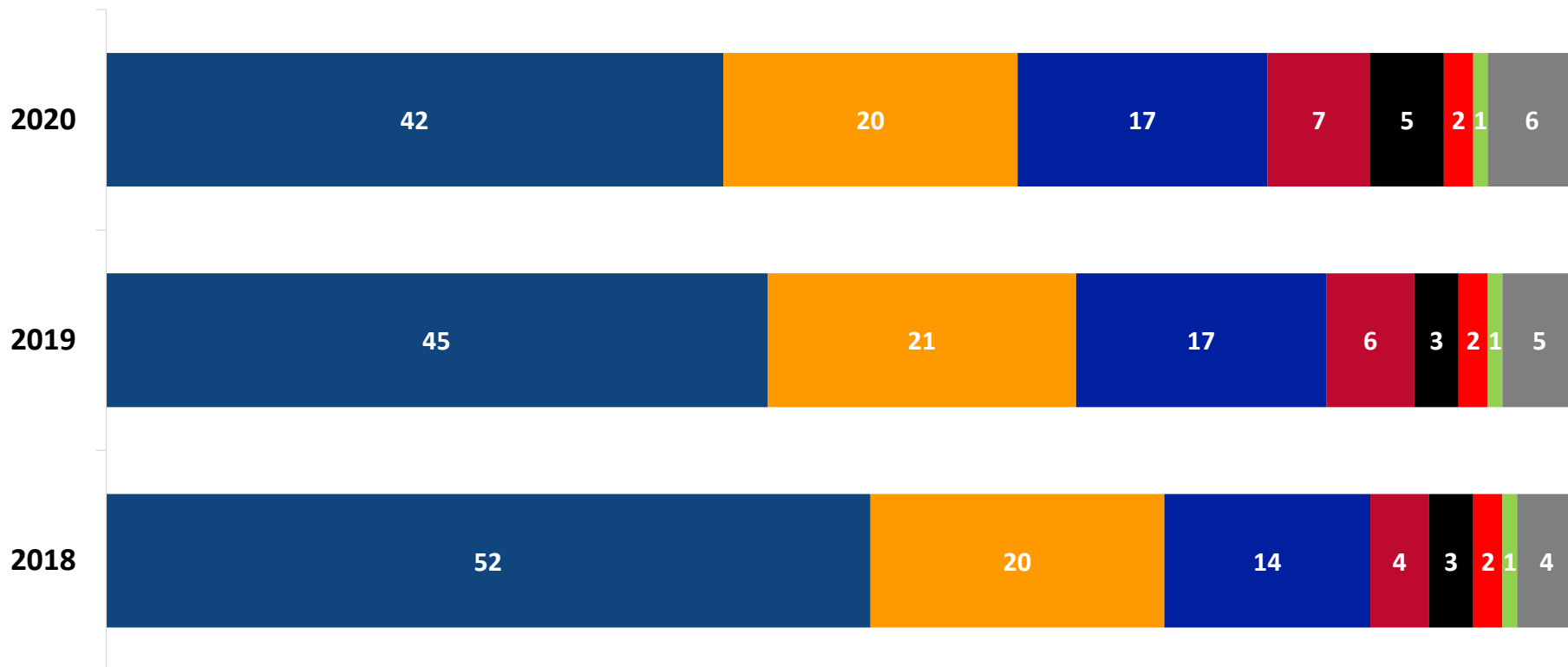
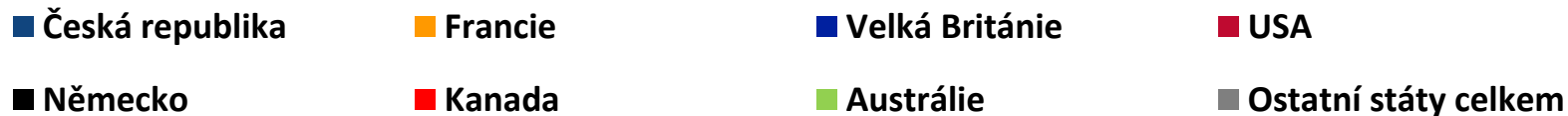


\* Do kategorie „evropská tvorba“ jsou zahrnuty všechny pořady vyrobené v členských státech Rady Evropy s výjimkou České republiky.

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

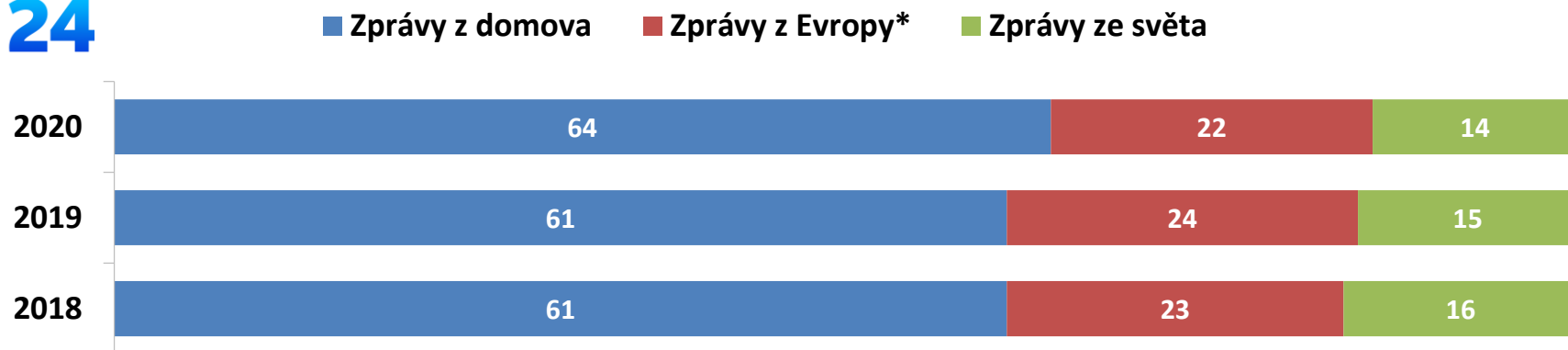
## ZEMĚ PŮVODU DOKUMENTÁRNÍCH POŘADŮ

Zdroj: PROVYS ČT, v %

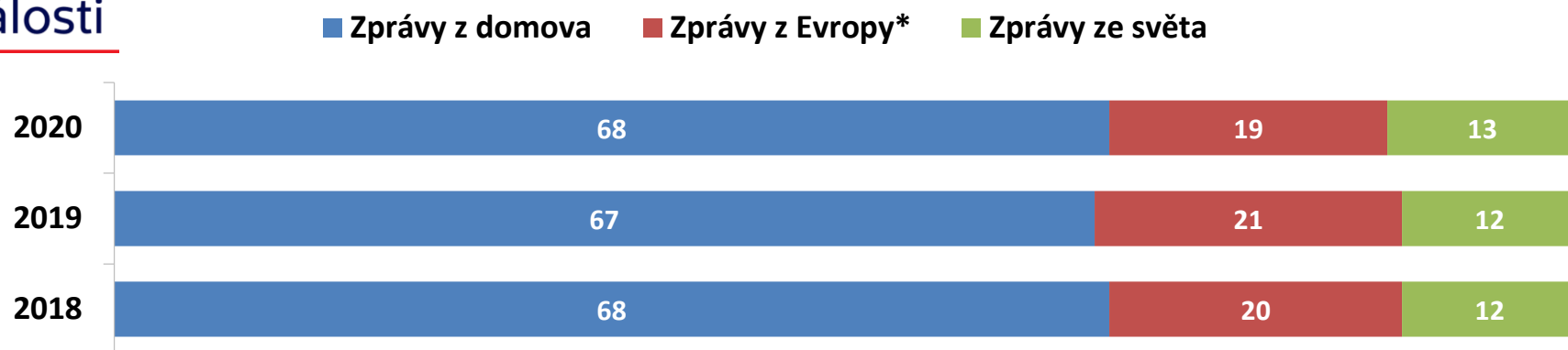


## PODÍL ZPRÁV Z DOMOVA, EVROPY A SVĚTA VE VYSÍLÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Zdroj: Media Tenor, v %



### Události



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

## KOMENTÁŘ

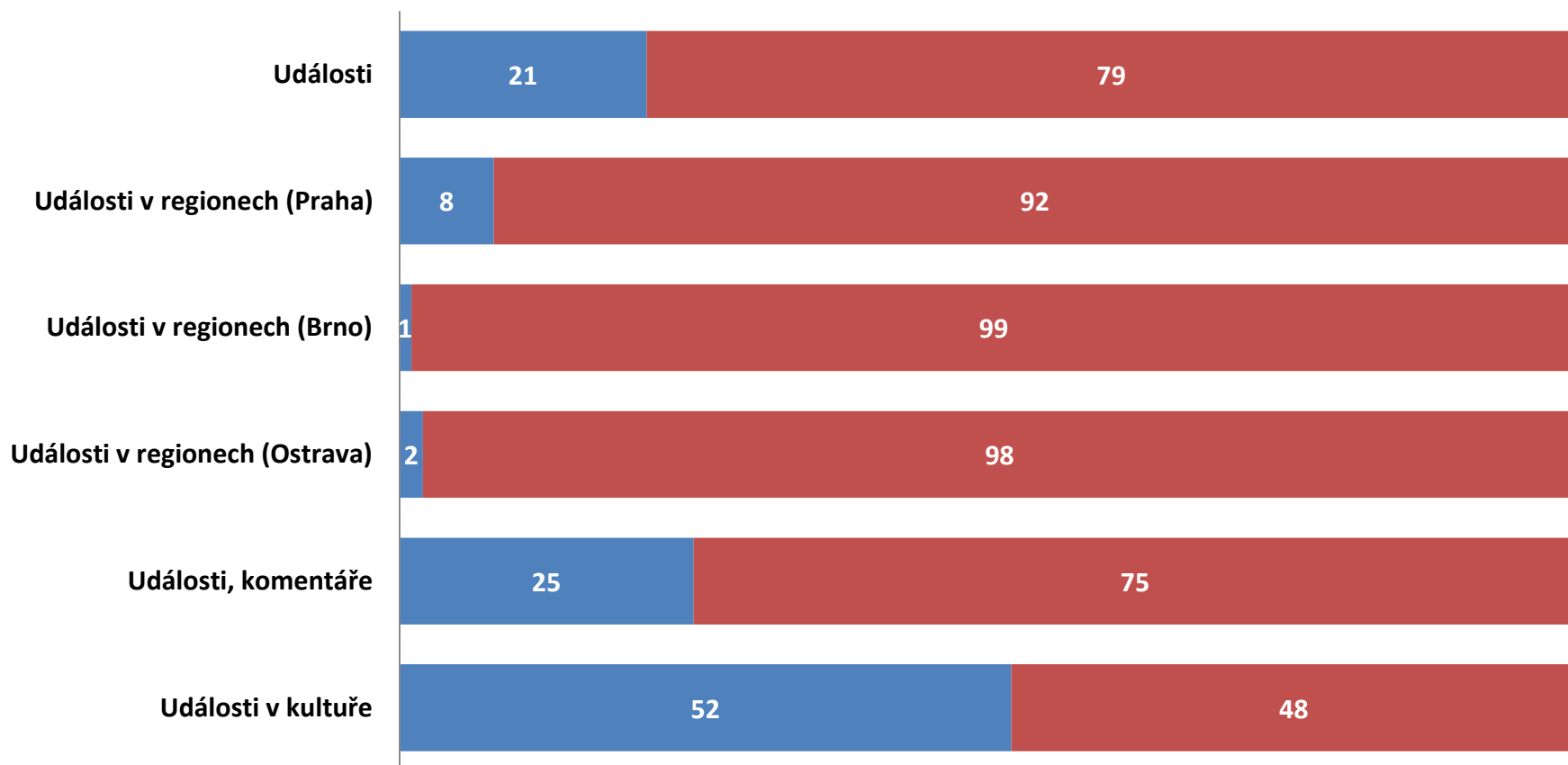
- **Podobně jako v předchozích letech, byl i v roce 2020 podíl domácí tvorby na zábavných, zpravodajských, publicistických a náboženských pořadech vysílaných Českou televizí absolutní nebo téměř absolutní.** Nejvyšší zastoupení zahraniční tvorby jsme zaznamenali u dramatických a dokumentárních pořadů, v obou případech se jedná o přibližně 60% podíl.
- Nárůst domácí tvorby o 3-5 p.b. u dramatických, zábavných, hudebních a vzdělávacích pořadů je třeba dát do souvislosti s vysíláním nového kanálu ČT3, u sportovních pořadů byl příčinou významný pokles zahraničních přenosů na ČT sport v souvislosti s koronavirovou krizí.
- Detailní pohled na dokumentární pořady ukazuje, že došlo k meziročnímu **poklesu podílu původních domácích dokumentů** (ze 45 % na 42 %). Z přehledu je také zřejmé, že mírně vzrostl podíl dokumentů vyrobených v Německu a v USA.
- **Ve vysílání zpravodajského kanálu ČT24 bylo věnováno 64 % času zprávám z České republiky, což je o 3 p.b. více než v letech 2018 a 2019.** Nárůst tohoto jinak stabilního podílu byl způsoben extenzivním informováním o domácím průběhu koronavirové pandemie.
- **K mírnému nárůstu podílu domácích zpráv o 1 p.b. na hodnotu 68 % došlo u zpravodajské relace *Události*.**

## 2020: PODÍL INFORMACÍ SOUVISEJÍCÍCH S PRAHOU NA REGIONÁLNÍM OBSAHU VYBRANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ ČT

Zdroj: Media Tenor, v %

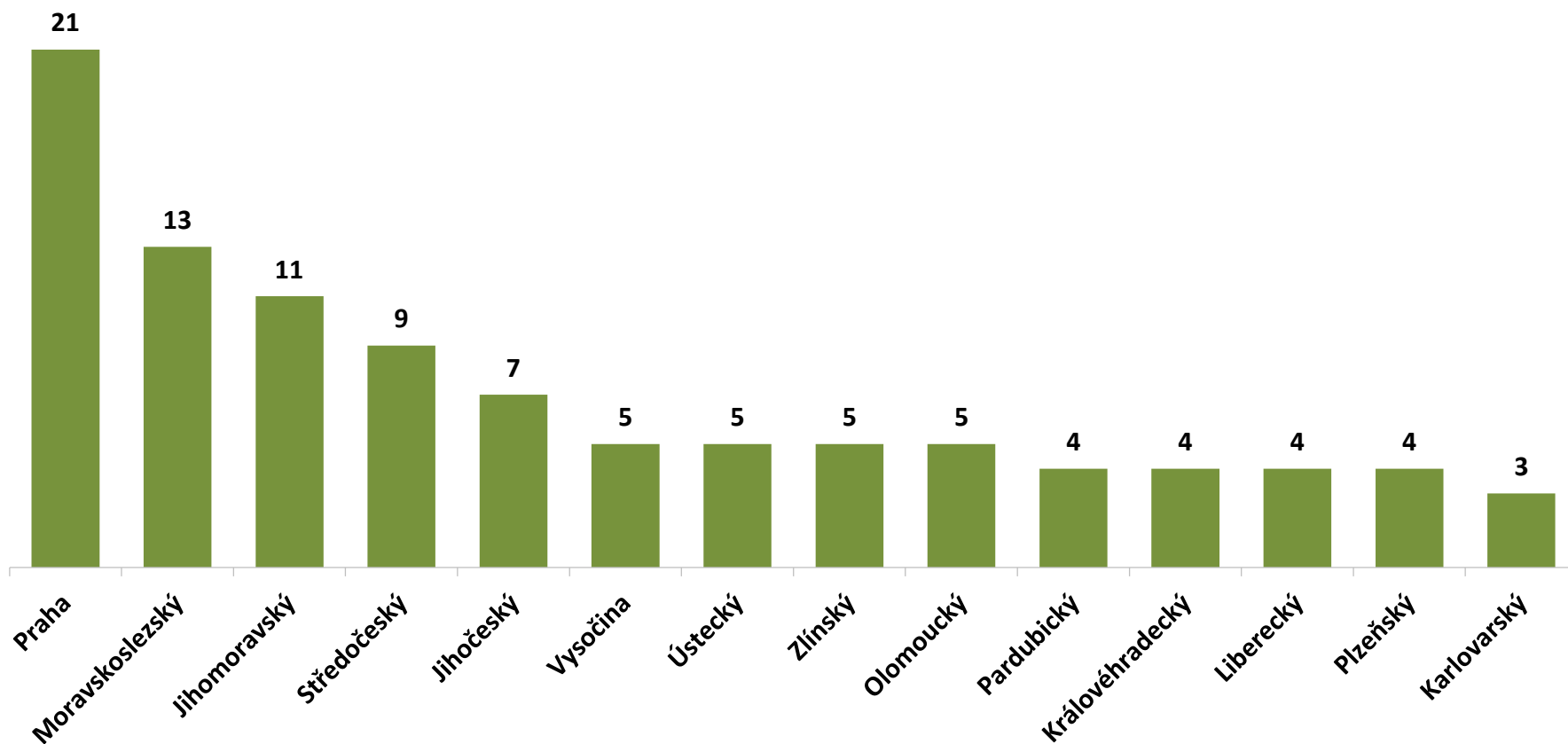
■ Praha

■ Ostatní regiony



## 2020: 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 21 %. V rámci *Událostí, komentářů* se událostmi a tématy souvisejícími s Prahou zabývalo 25 % regionálních příspěvků, v *Událostech v kultuře* byl jejich podíl nadpoloviční (52 %).
- **U podílu zpráv z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství *Události* je ve srovnání s populací krajů patrné výrazně vyšší poměrné zastoupení příspěvků vázaných na metropoli.** Je to přirozeně dáno tím, že **v Praze sídlí Parlament, vláda a jednotlivá ministerstva, prezident i řada centrálních institucí.** Podíl témat a událostí vázaných na ostatní kraje víceméně odpovídá jejich podílu na populaci.

# CÍL 6 – Rozvoj nových médií a vysílacích služeb

## VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ SPADAJÍCÍ POD CÍL 6

Česká televize se dlouhodobě zabývá rozvojem a implementací nových technologií do struktury vysílání. Legislativní rámec se v této oblasti omezuje spíše na obecná konstatování, která uvádíme níže, ale která již plně nereflektují rychlý vývoj v oblasti komunikací a informačních technologií.

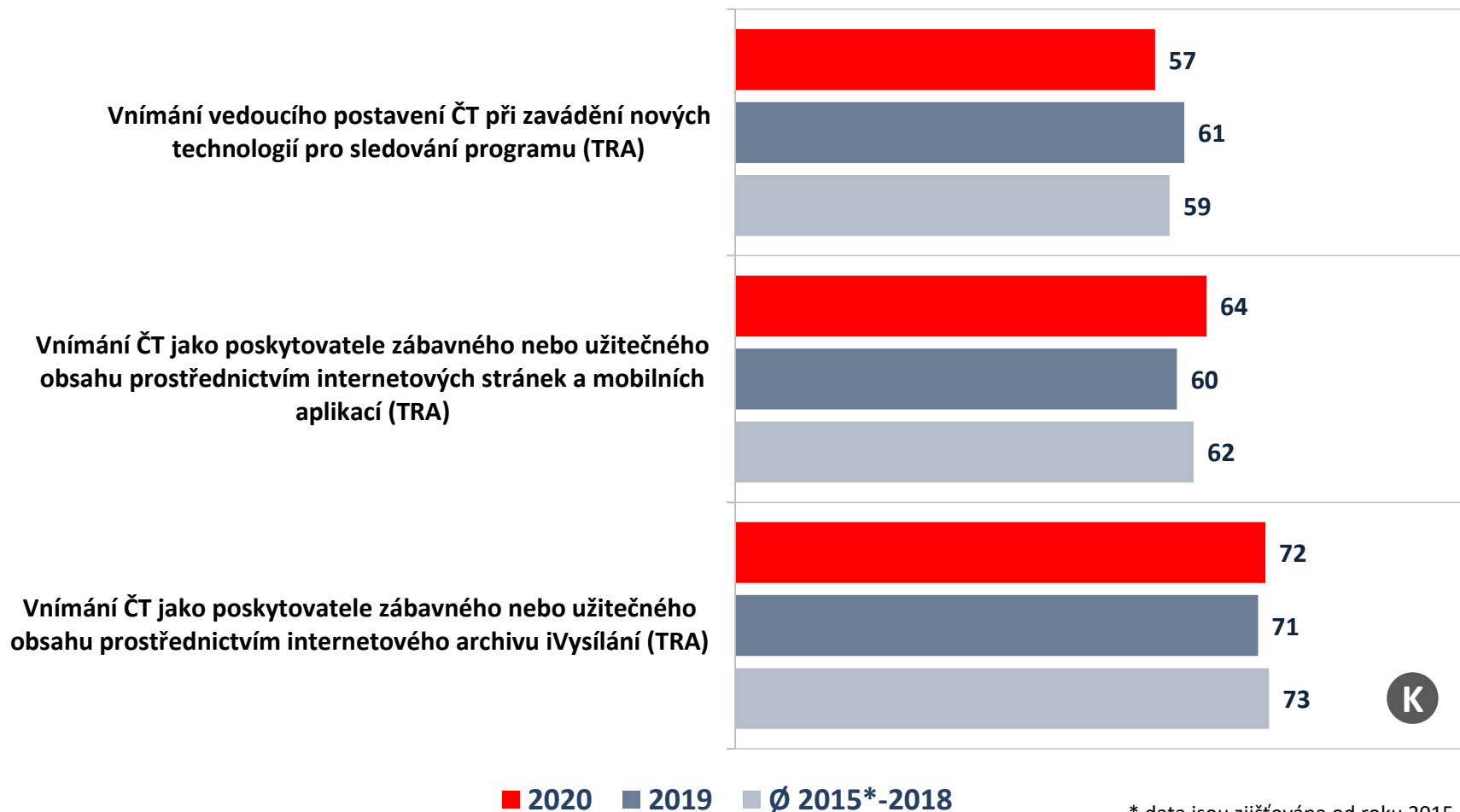
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... i) poskytuje teletextové služby ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. i)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... k) vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb ...“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. k)
- „Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že: ... m) poskytuje veřejnosti informace a obsah podle § 2 odst. 1 prostřednictvím internetových stránek a aplikací České televize.“ (Zákon o ČT, § 3 odst. 1 písm. m)
- „Poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání je povinen zajistit, aby audiovizuální mediální služba na vyžádání neobsahovala sdělení záměrně zpracované tak, aby mělo vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by jej tato osoba vědomě vnímala, a aby nepodněcovala k nenávisti ...“ (Zákon 132/2010 sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, § 6 odst. 2)
- „Poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání je povinen zajistit, aby audiovizuální mediální služba na vyžádání, jejíž obsah může vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahuje pornografii a hrubé samoučelné násilí, byla dostupná pouze tak, aby děti a mladiství neměli běžně možnost obsah této audiovizuální mediální služby na vyžádání vidět nebo slyšet.“ (Zákon 132/2010 sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, § 6 odst. 3)

Nad rámec zákonného vymezení má Česká televize definovány další vlastní cíle, mezi něž patří především:

- přispívat ke zlepšování obsahu ČT vytvářením kanálů pro permanentní komunikaci s diváky,
- využívat nové technologické možnosti k alternativní distribuci obsahu směrem k divákům tak, aby výsledkem byla komfortnější dosažitelnost služeb ČT bez ohledu na čas a místo.

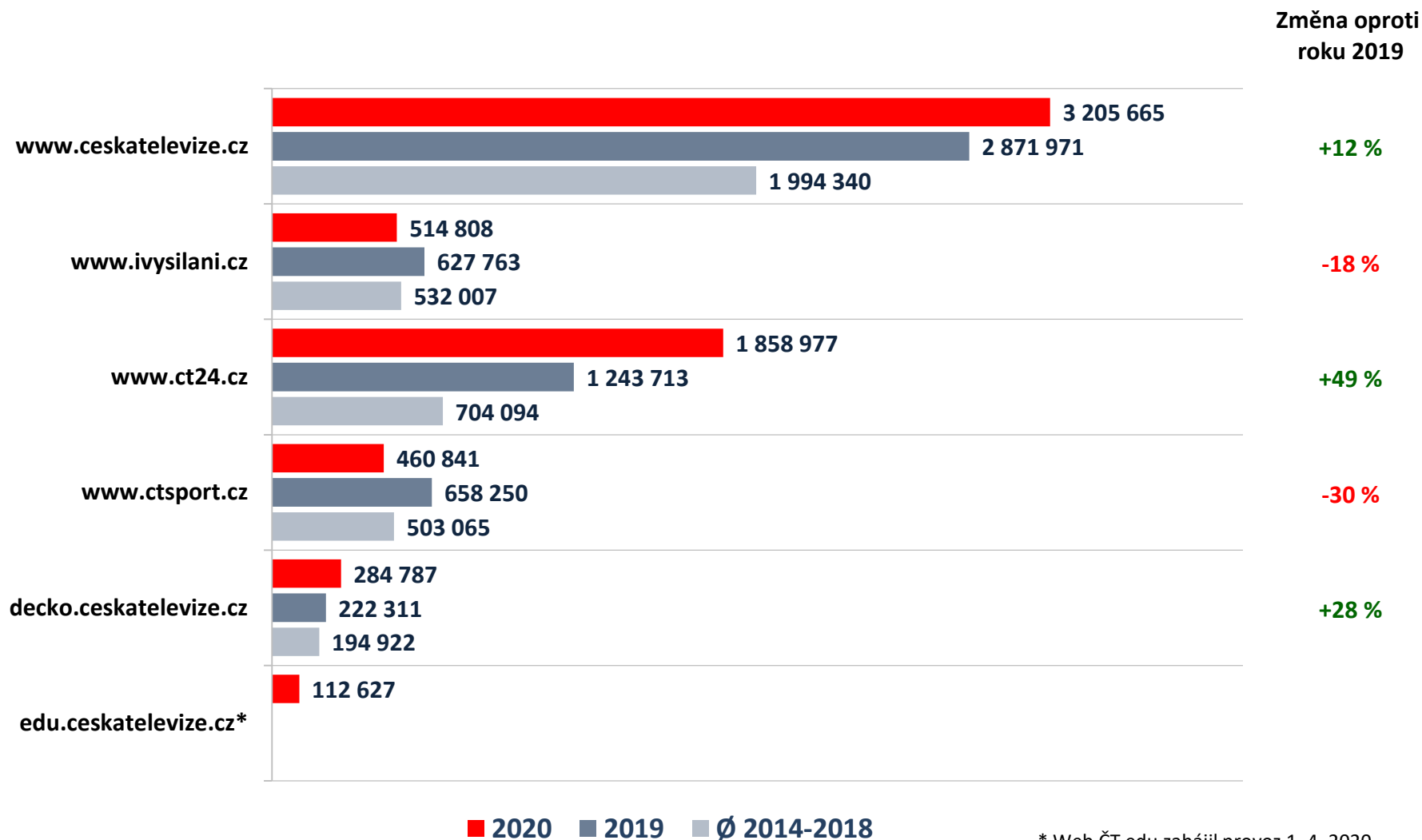
## VNÍMÁNÍ ČT V SOUVISLOSTI SE ZAVÁDĚNÍM NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A POSKYTOVÁNÍM ONLINE OBSAHU

Zdroj: Tracking ČT, v %



# PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

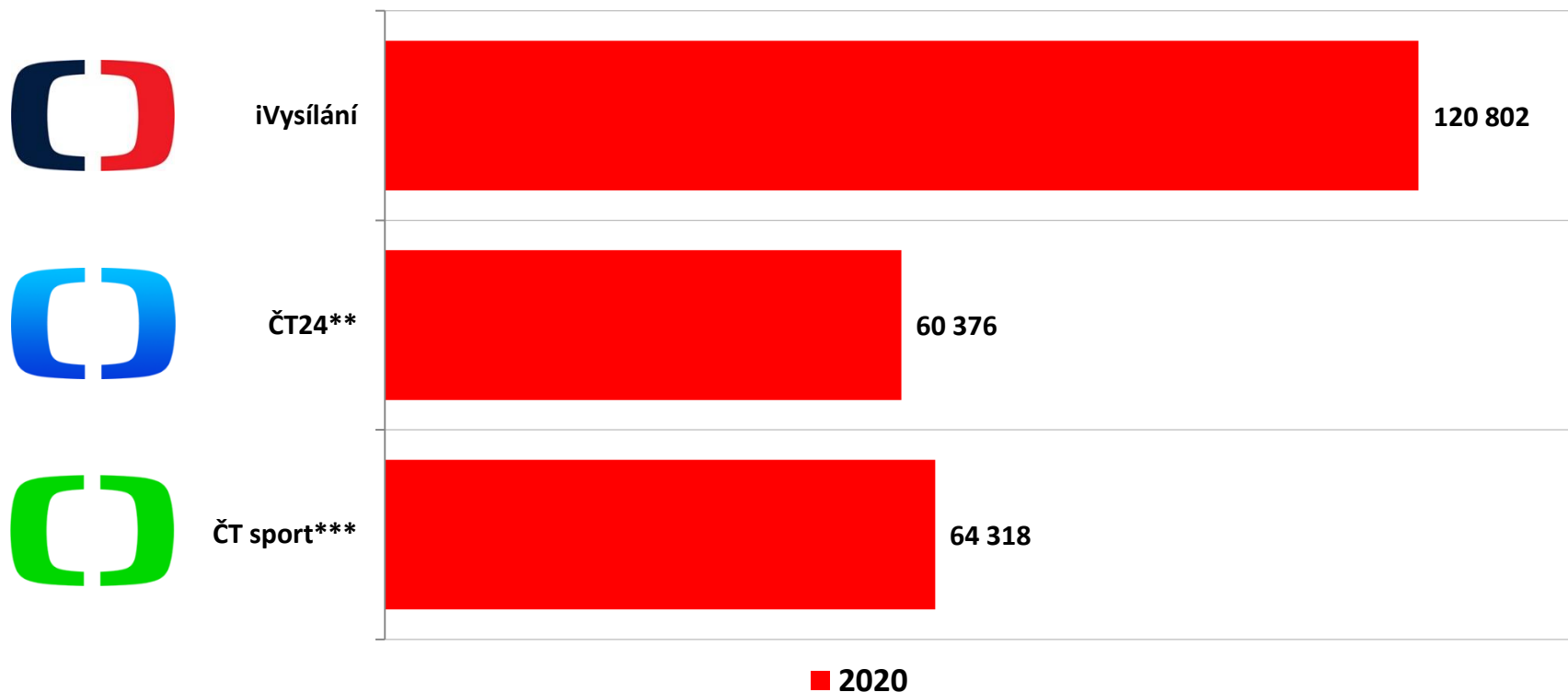
Zdroj: NetMonitor, počet uživatelů za měsíc, populace 4+



\* Web ČT edu zahájil provoz 1. 4. 2020

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

Zdroj: Google Analytics



\* Původně prezentované údaje o kumulativním vývoji počtu nainstalovaných aplikací ČT nejsou již nadále uživatelům Google Analytics poskytovány, a tak byly pro účely této zprávy nahrazeny novou metrikou – průměrným počtem aktivních uživatelů za měsíc, resp. 28 dní. Podmínkou je alespoň jedno spuštění aplikace ve sledovaném období.

\*\* průměr za 2. pololetí 2020

\*\*\* průměr za 4. čtvrtletí 2020

## KOMENTÁŘ

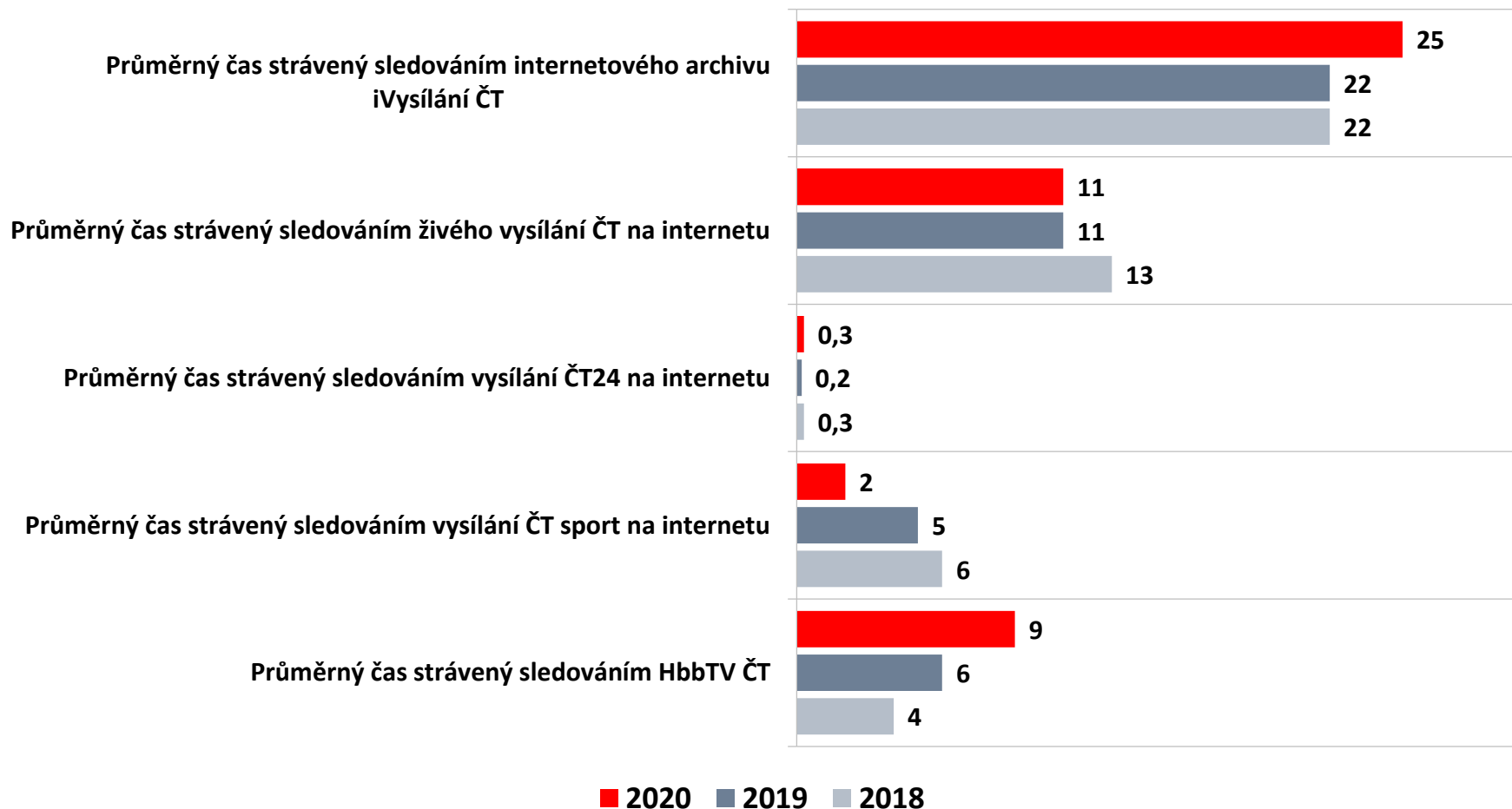
- **Zatímco u indikátoru *Vnímání vedoucího postavení ČT v zavádění nových technologií* došlo meziročně k poklesu o 4 p.b. na úroveň 57 %, u indikátoru *Vnímání ČT jako poskytovatele zábavného nebo užitečného obsahu prostřednictvím internetových stránek a mobilních aplikací* došlo naopak ke čtyřbodovému nárůstu na hladinu 64 %.**
- **Pandemie COVID-19 ovlivnila nejen televizní vysílání, ale i využívání hlavních webů ČT. Zatímco návštěvnost webů *ivysilani.cz* a *ctsport.cz* vlivem omezené nabídky poklesla, významný nárůst zájmu zaznamenal zpravodajský web *ct24.cz* i web *Děčka*.**
- **Hlavní web *ceskatelevize.cz* zaznamenal meziročně nárůst zájmu o 12 %, když ho v průměru navštívilo 3,2 milionu unikátních uživatelů měsíčně. Zvýšený zájem zaznamenal web na jaře v souvislosti s příchodem koronaviru do ČR a vyhlášením nouzového stavu. Na podzim, s nástupem druhé vlny pandemie, se návštěvnost opět výrazně zvýšila. Návštěvnost webu se zvýšila i v souvislosti s kampaní k přechodu na DVB-T2. **Nejsilnějším měsícem na hlavním webu ČT byl v roce 2020 březen, kdy ho navštívilo 4,7 milionu unikátních uživatelů.****
- **Vůbec nejvýraznější nárůst návštěvnosti oproti roku 2019 zaznamenal web *ct24.cz*, a to o 49 %. Průměrně ho každý měsíc navštívilo 1,9 milionu uživatelů a v žádném z měsíců nepoklesl jejich počet pod 1,3 milionu. V porovnání s průměrem za období let 2014-2018 se v roce 2020 u webu *ct24.cz* počet unikátních uživatelů zvýšil dvouapůlnásobně.**

## KOMENTÁŘ

- V souvislosti s koronavirovou epidemií byly zrušeny všechny zásadní sportovní akce celosvětového významu a přerušeny domácí soutěže. Důsledkem velmi omezené nabídky byl i pokles **návštěvnosti webu ctsport.cz, a to o 30 %**. Průměrně jej každý měsíc i tak **využilo přes 460 tisíc uživatelů, přičemž nejsilnějším měsícem bylo září**, kdy se nabídka aktuálních sportovních událostí přeci jen zdatelně zvýšila.
- **Také web ivysilani.cz zaznamenal mezeroční pokles návštěvnosti, konkrétně o 18 %**. Nabídka premiérových pořadů, které k webu za normálních okolností lákají velké množství diváků, byla hlavně na podzim menší.
- Interaktivní web **decko.ceskatelevize.cz** každý měsíc navštívilo téměř 285 tisíc uživatelů. Výrazný **mezeroční nárůst o 28 %** byl způsoben nejen tím, že děti trávily více času doma, ale také nabídkou nových her a soutěží, včetně celoroční hry *Planeta je Prga*. Z těch ostatních u dětí nejvíce bodoval *AZ-kvíz junior, Kutej, špunte!, Zvěřinec, Ostrov Kostrov a 3Děčko Rallye*.
- V roce 2020 přestala společnost Google poskytovat uživatelům informace o počtu stažení mobilních aplikací, což se pochopitelně dotklo i aplikací ČT. Proto jsme byli nuceni přejít na novou metriku, kterou je průměrný měsíční počet uživatelů aplikací ČT (dohromady pro systém iOS a Android). Nová data ukázala, že **aplikaci iVysílání aktivně využilo v průměru každý měsíc 121 tisíc, aplikaci ČT24 60 tisíc a aplikaci ČT sport 64 tisíc uživatelů**.

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

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

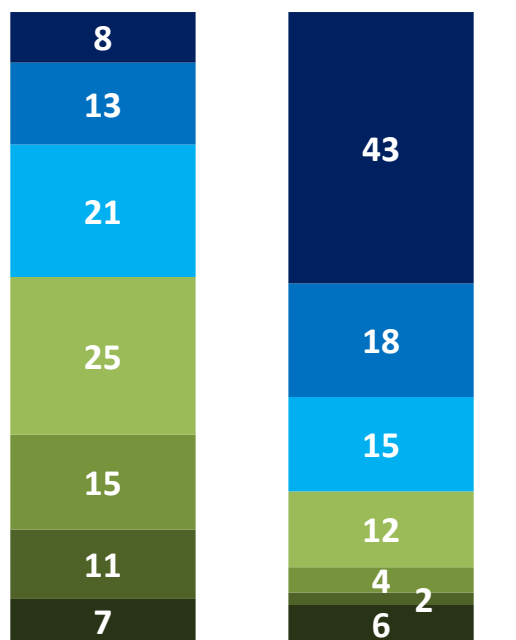
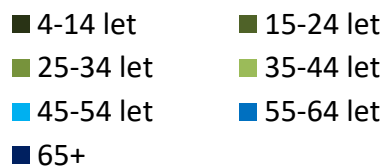




## 2020: DEMOGRAFICKÝ PROFIL DIVÁKŮ SLEDUJÍCÍCH ONLINE VYSÍLÁNÍ ČT A DIVÁKŮ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ

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

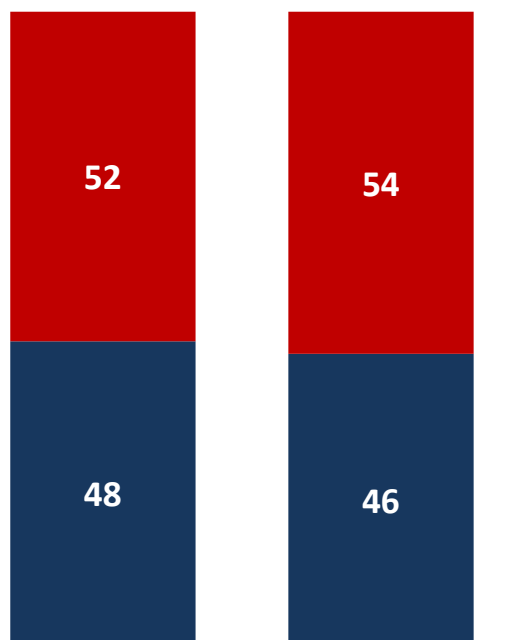
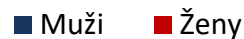
### Profil podle VĚKU



online

TV

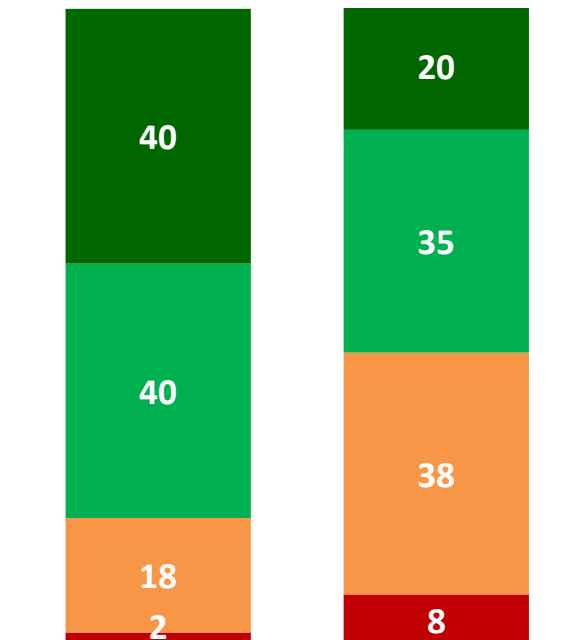
### Profil podle POHLAVÍ



online

TV

### Profil podle VZDĚLÁNÍ



online

TV

## KOMENTÁŘ

- **Průměrný čas strávený sledováním internetového archivu ČT dosáhl v roce 2020 hodnoty 25 minut za měsíc na jednoho diváka, což je o 3 minuty více než v roce 2019.**
- U živého vysílání ČT uživatelé internetu strávili průměrně 11 minut měsíčně, tedy stejně jako v roce 2019. Již několikrát zmíněná absence některých velkých sportovních událostí, jejichž sledování přes internet je obecně velmi populární, zapříčinila meziroční pokles sledovanosti živého vysílání na ctsport.cz.
- O 3 minuty – na současných 9 minut – narostl čas, který diváci měsíčně průměrně strávili sledováním videoobsahu HbbTV ČT.
- Socio-demografický profil diváků sledujících vysílání ČT online a diváků tradičního televizního vysílání se v některých charakteristikách liší. „Online populace“ je oproti té televizní v průměru výrazně mladší a dosahuje vyššího vzdělání. Podíl obou pohlaví je však v obou skupinách téměř vyrovnaný.

## 2020: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, 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
O vánoční hvězdě	2 485	905	93	40 %
Hodinářův učeň	2 024	472	37	25 %
Teroristka	1 794	234	39	15 %
O léčivé vodě	1 742	372	27	23 %
Marie Terezie	1 387	223	56	20 %
Peče celá země	1 256	208	51	21 %
Stockholmský syndrom	1 217	197	65	22 %
Vysoká hra	1 187	173	63	20 %
Místo zločinu Ostrava	1 175	233	73	26 %
Poldové a nemluvně	1 073	126	39	15 %
Past	1 017	131	31	16 %
Skleněný pokoj	860	124	26	17 %
Zrádci	739	112	42	21 %
Anatomie zrady	723	95	33	18 %
Herec	653	194	51	38 %
Sestřičky	553	61	16	14 %
Kabinet Dr. Honzáka	380	37	6	11 %

## 2020: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, 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
V karavanu po Slovensku	314	42	18	19 %
Putování s párou	280	30	11	15 %
Barokní srdce Evropy	261	32	11	17 %
České tajemno	242	40	13	22 %
Balkánem nahoru a dolů s Adamem Ondrou	231	23	9	14 %
Učitel I + II	102	50	23	72 %
Desatero hříchů	97	53	21	76 %
V pasti II	86	34	17	59 %

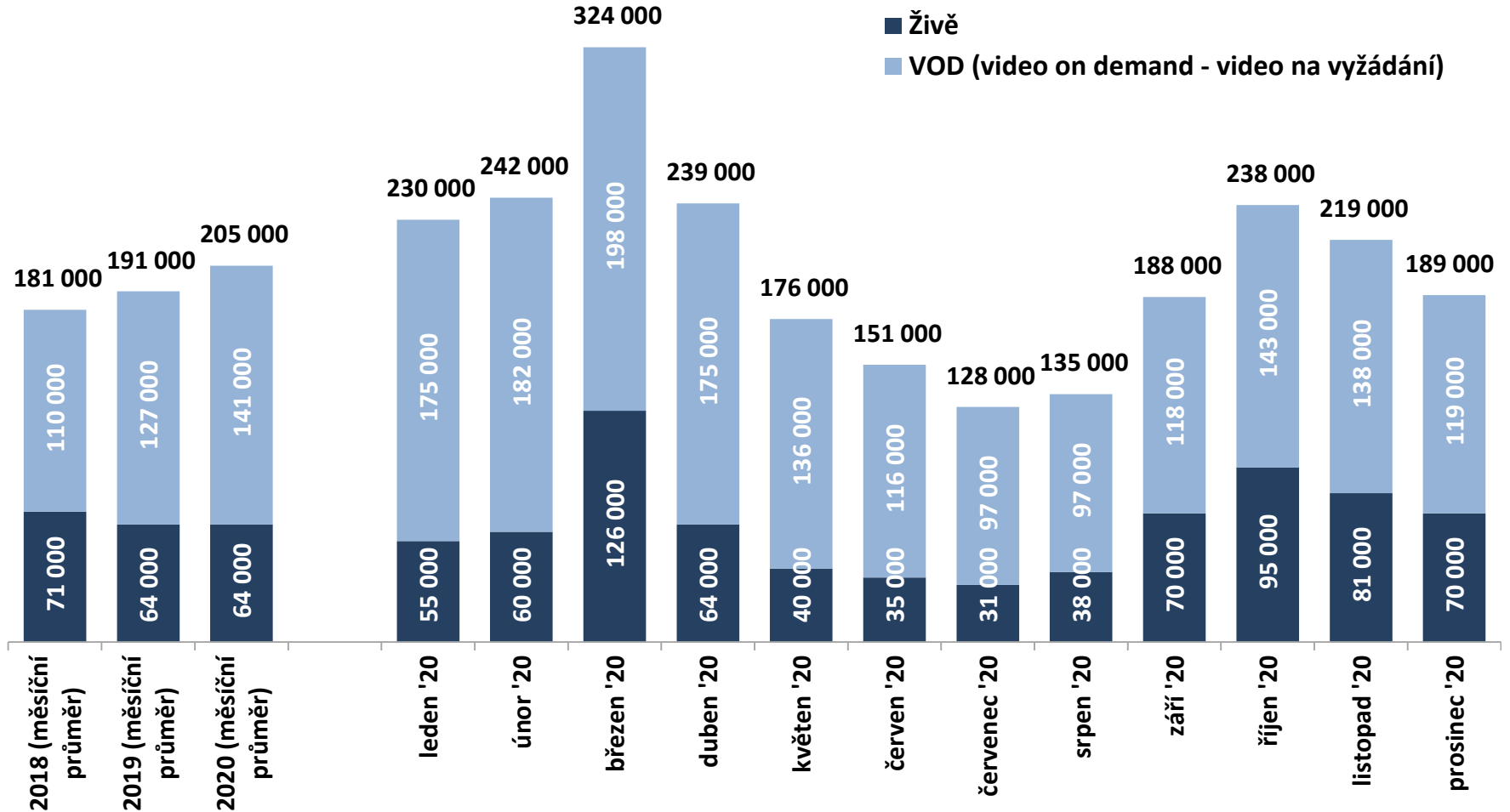
## KOMENTÁŘ

- Pro Českou televizi je důležitá také odložená sledovanost pořadů v televizi a na internetu, která s postupující vybaveností domácností stále více přispívá k živé TV sledovanosti.
- Nejsledovanějším pořadem ČT na internetu byla v roce 2020 štedrovečerní premiérová pohádka ***O Vánoční hvězdě***, kterou si přehrálo 93 tisíc diváků na internetu a dalších **905 tisíc odloženě v televizi**. Celkový příspěvek k živé televizní sledovanosti tak činil 40 %.
- Nejsledovanějším seriálem mimo živé vysílání se stal titul ***Místo zločinu Ostrava***, jehož každý díl si na webu ČT přehrálo v průměru 73 tisíc diváků, dalších 233 tisíc odloženě v TV. Internetové diváky zaujaly také minisérie ***Stockholmský syndrom*** (65 odloženě na internetu / 197 tisíc odloženě v TV) a ***Vysoká hra*** (63 tisíc / 173 tisíc). Úspěšnými a oblíbenými byly také sobotní zábavný cyklus ***Peče celá země*** (51 tisíc / 208 tisíc), nové díly ***Marie Terezie*** (56 tisíc / 223 tisíc), minisérie ***Herec*** (51 tisíc / 194 tisíc) nebo film ***Teroristka*** (39 tisíc / 234 tisíc).
- Z pořadů ČT2 nejvíce zaujaly akviziční seriály ***Učitel*** (23 tisíc diváků na internetu / 50 tisíc v TV) a ***Desatero hříchů*** (21 tisíc / 53 tisíc). V obou případech byl příspěvek k odložené sledovanosti opravdu zásadní – přes 70 %. Jednotlivé díly cyklu ***V karavanu po Slovensku*** si na webu v průměru přehrálo 18 tisíc osob, dalších 42 tisíc pak odloženě v TV. Velmi dobře si z hlediska odložené sledovanosti vedly i dokumentární série ***Putování s párou*** a ***Barokní srdce Evropy***.
- **Odložená sledovanost je cíleně podporována prostřednictvím upoutávek i aktivitami na sociálních sítích.**

# 2020: VIDEOBSAH – VÝVOJ OBJEMU ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

## ČESKÁ TELEVIZE, VŠECHNA VIDEO (CELKOVÝ ODSLEDOVANÝ ČAS V HODINÁCH ZA DEN)

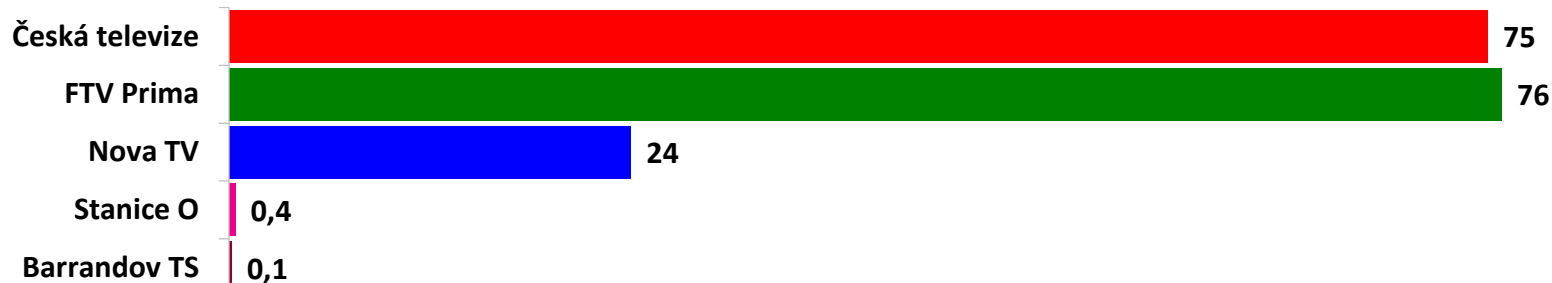
Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D, v hodinách denně



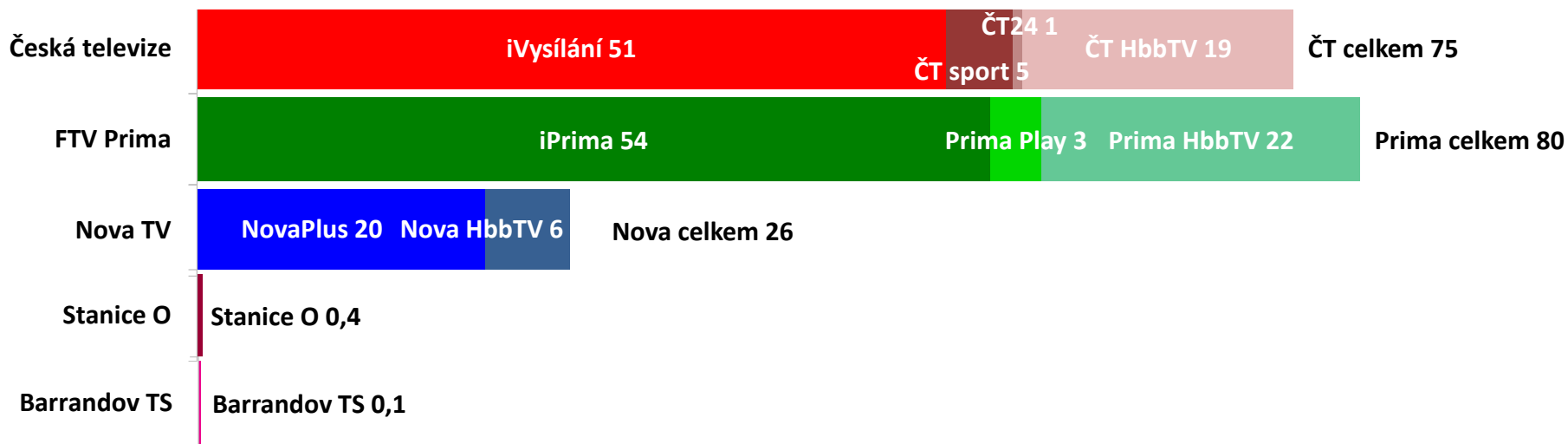
## 2020: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

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

### VŠECHNA VIDEO BEZ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



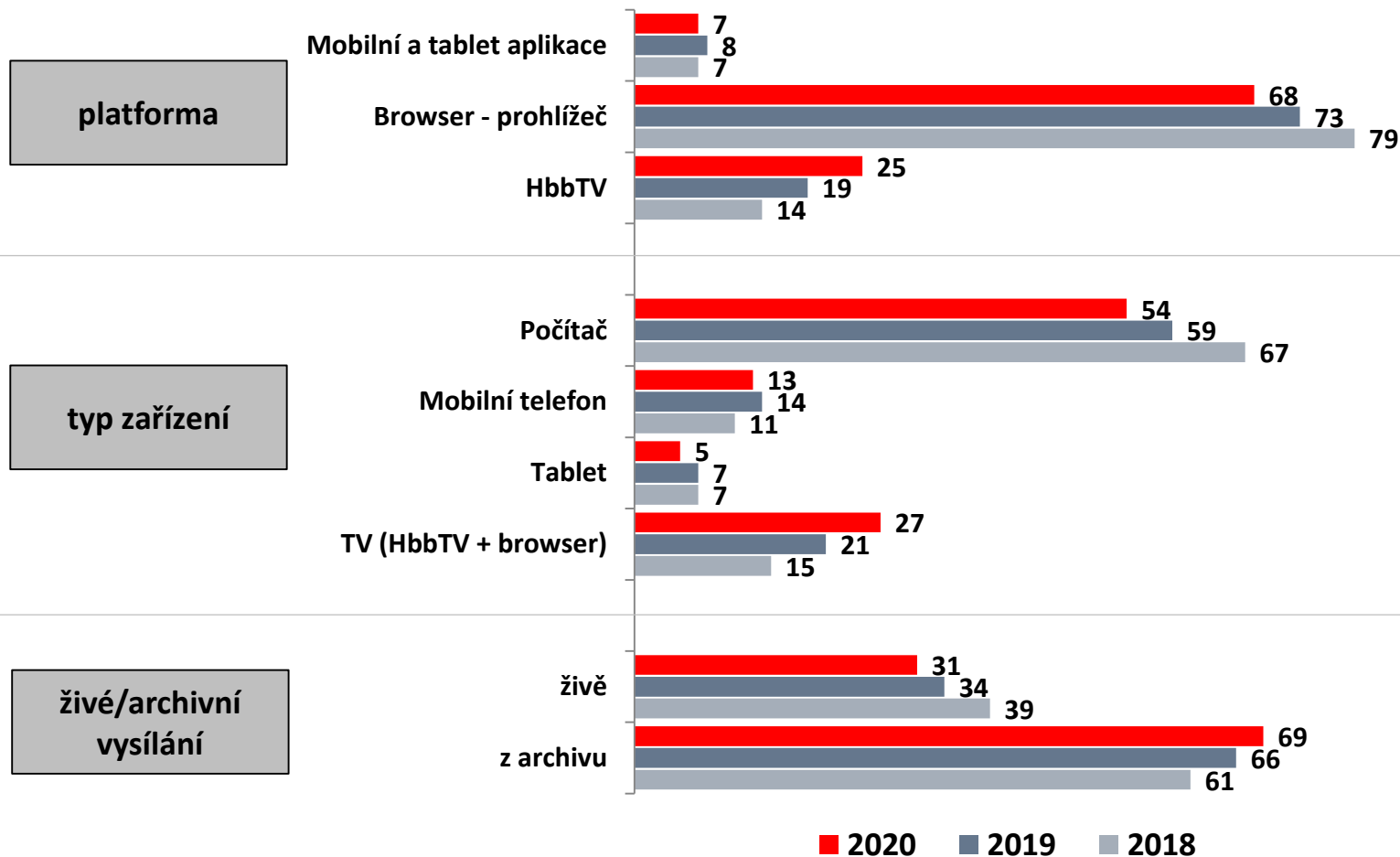
### VŠECHNA VIDEO VČETNĚ REKLAMNÍHO VYSÍLÁNÍ



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že TV Barrandov a Stanice O měří pouze prohlížeče, nikoliv mobilní a tabletové aplikace či HbbTV.

## VIDEOBSAH ČT – PODÍL ODSLEDOVANÉHO ČASU DLE PLATFORMEM, TYPU ZAŘÍZENÍ A TYPU VYSÍLÁNÍ

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





## KOMENTÁŘ

- **V roce 2020 diváci na webech České televize odsledovali každý den v průměru 205 tisíc hodin videoobsahu.\* Ve srovnání s rokem 2019 se jednalo o nárůst o 7 %. Z celkového času připadlo 64 tisíc hodin denně na sledování živého vysílání a 141 tisíc hodin na videoobsah z archivu. Nejvyšší průměr denně odsledovaných hodin (živě nebo z archivu) jsme zaznamenali v měsíci březnu, v době začínající koronavirové krize.**
- **Dominantní podíl na celku odsledovaného videoobsahu bez komerčního vysílání měly i v roce 2020 Česká televize a FTV Prima – oběma připadlo 43 % veškerého přehraného obsahu.** S velkým odstupem následovala TV Nova (14 %), Stanice O (0,2 %) a TV Barrandov (0,1 %).
- **Diváci sledovali videoobsah ČT především prostřednictvím prohlížečů, přes které bylo přehráno 68 % z celkového objemu.**
- Již celá čtvrtina videoobsahu ČT byla ale přehrána přes HbbTV; oproti roku 2019 se jedná o nárůst o 6 p.b. Tento vývoj souvisí s pokračující penetrací HbbTV v české populaci – **za poslední rok stoupl počet domácností, které mají na televizoru k dispozici červené tlačítko, ze 780 000 na 1 100 000, což znamená nárůst o více než 40 %.** Vzhledem k završení přechodu na DVB-T2 a dalším změnám lze počítat s tím, že podíl domácností disponujících HbbTV bude i nadále stoupat.
- Pokud jde o typ zařízení, na kterém byl přehráván online obsah, i nadále dominoval osobní počítač (více než polovina veškerého obsahu), 27 % přehraní ale již připadlo na televizory připojené na internet (nárůst o 6 p.b.).
- Pouze 31 % videoobsahu ČT bylo přehráváno živě v reálném čase (také v důsledku absence sportovních přenosů), 69 % pak z archivu.

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

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, PEM-D

**V roce 2020 jsme zaznamenali v průměru 600 tisíc spuštění (views) videí České televize denně** (v roce 2019 to bylo 585 tisíc). Nejvíce spuštění – v průměru 900 tisíc denně – připadlo na měsíc březen v souvislosti s mimořádnými událostmi kolem první vlny koronavirové pandemie.

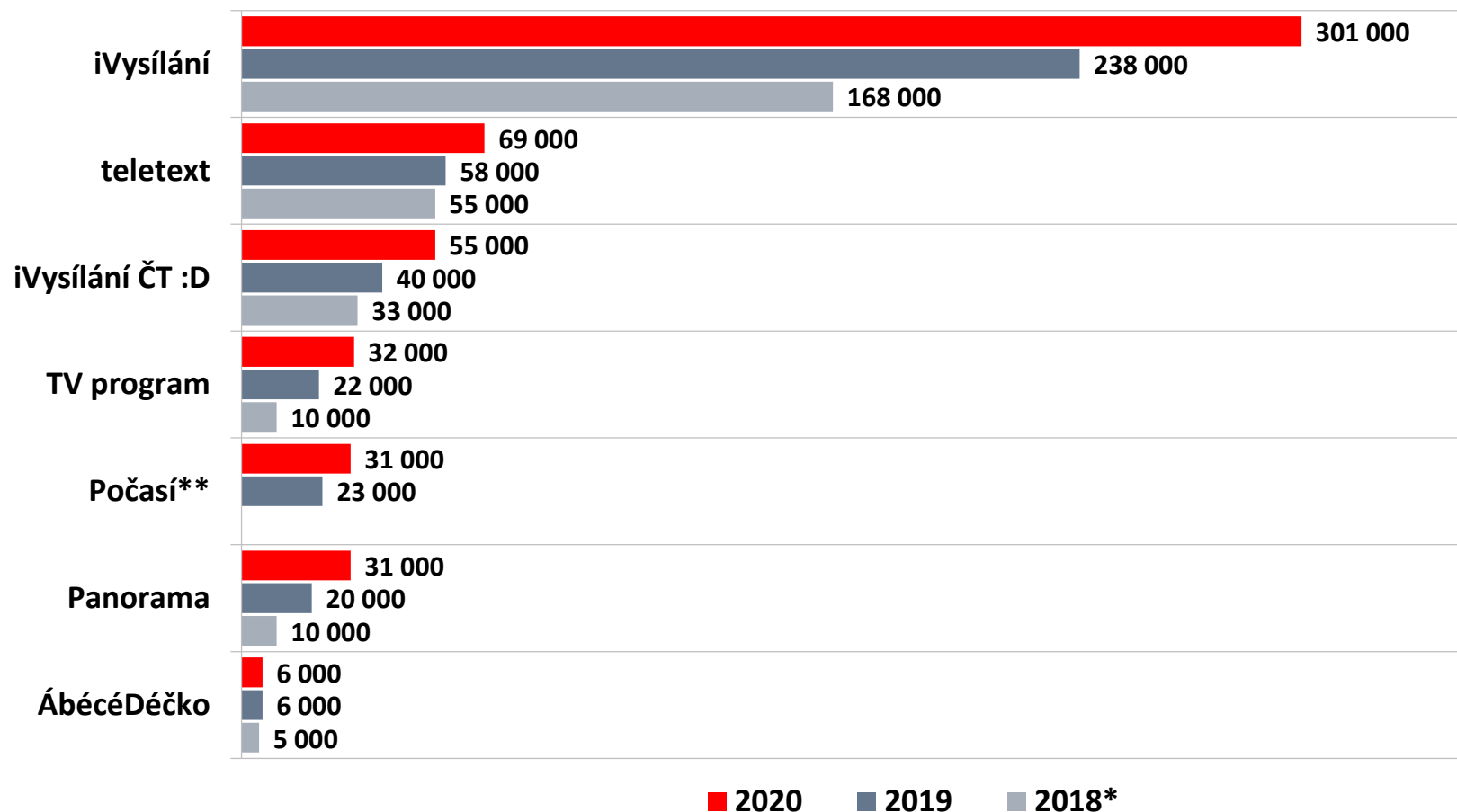
Videa na jednotlivých webech ČT byla využívána následovně:

- Web **ČT24** zaznamenal denně v průměru 14 tisíc spuštění videí z prohlížečů a dalších 7,5 tisíce z mobilní aplikace ČT24 (0,9 % celkového času stráveného u videoobsahu ČT\*).
- Web **ČT :D** zaznamenal denně v průměru 47 tisíc spuštění.
- Nově spuštěný web **ČT edu** vykázal od 1. dubna v průměru 7 tisíc spuštění denně.
- Web **ČT sport** a sportovní mobilní aplikace zaznamenaly denně v průměru 40 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 6 % veškerého videoobsahu ČT.
- **iVysílání** (web a mobilní aplikace) zaznamenalo denně v průměru 427 tisíc spuštění, z hlediska stráveného času se jednalo o 68 % veškerého videoobsahu ČT.
- Na **HbbTV** připadlo v průměru 126 tisíc spuštění denně, jednalo se přesně o čtvrtinu celkového času stráveného přehráváním videoobsahu ČT.

**Oproti roku 2019 výrazně stouply průměrné počty denního spuštění u iVysílání (+28 tisíc) a HbbTV (+37 tisíc), u ČT sport naopak v důsledku absence významných sportovních přenosů klesly na méně než polovinu (z 92 tisíc na 40 tisíc).**

## HBBTV STATICKÝ OBSAH - TOP APLIKACE

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



\* Q2-Q4/2018 (měření statického obsahu HbbTV je součástí projektu PEM-D od 1. 1. 2018, v Q1 nicméně probíhalo ještě v testovacím režimu)

\*\* od 20.12.2018

## KOMENTÁŘ

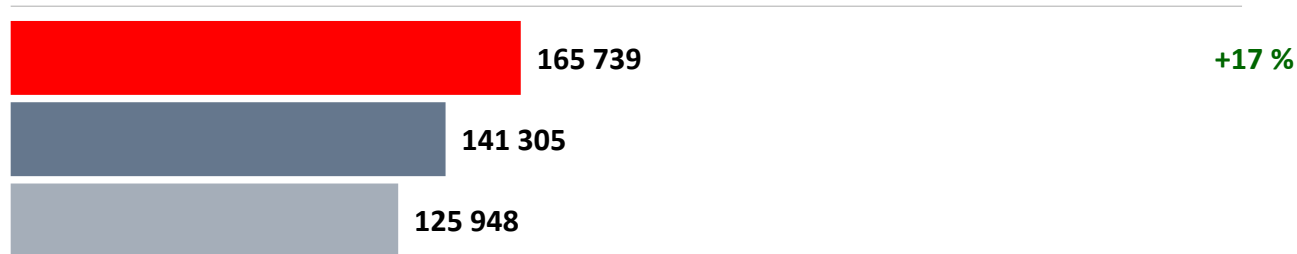
- Na nárůstu využívání HbbTV se pochopitelně výrazně podílejí aplikace ČT, které byly v roce 2019 výrazně inovovány.
- **Nejčastěji využívanou aplikací je dlouhodobě iVysílání**, které bylo přes HbbTV v roce 2020 denně spuštěno v průměru 301tisíckrát (nárůst oproti roku 2019 o 63 tisíc, tj. o 26 %).
- **Počet automatického zobrazení červeného tlačítka dosáhl denně v průměru 4,8 milionu** (oproti 3,5 milionu v roce 2019). Záměrně bylo červené tlačítko využito 127tisíckrát denně.
- **Všechny aplikace HbbTV dohromady byly spuštěny denně v průměru 670tisíckrát** (oproti 435 tisícům v roce 2019).
- V údajích z měření za rok 2020 figurují nově i z tzv. unikátní metriky, které kvantifikují unikátní přístupy k HbbTV. Díky nim můžeme například konstatovat, že **HbbTV České televize každý měsíc využilo přibližně 630 tisíc unikátních diváků**.

## POČET FANOUŠKŮ PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

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

 **Česká televize**

meziroční  
změna



twitter



Instagram



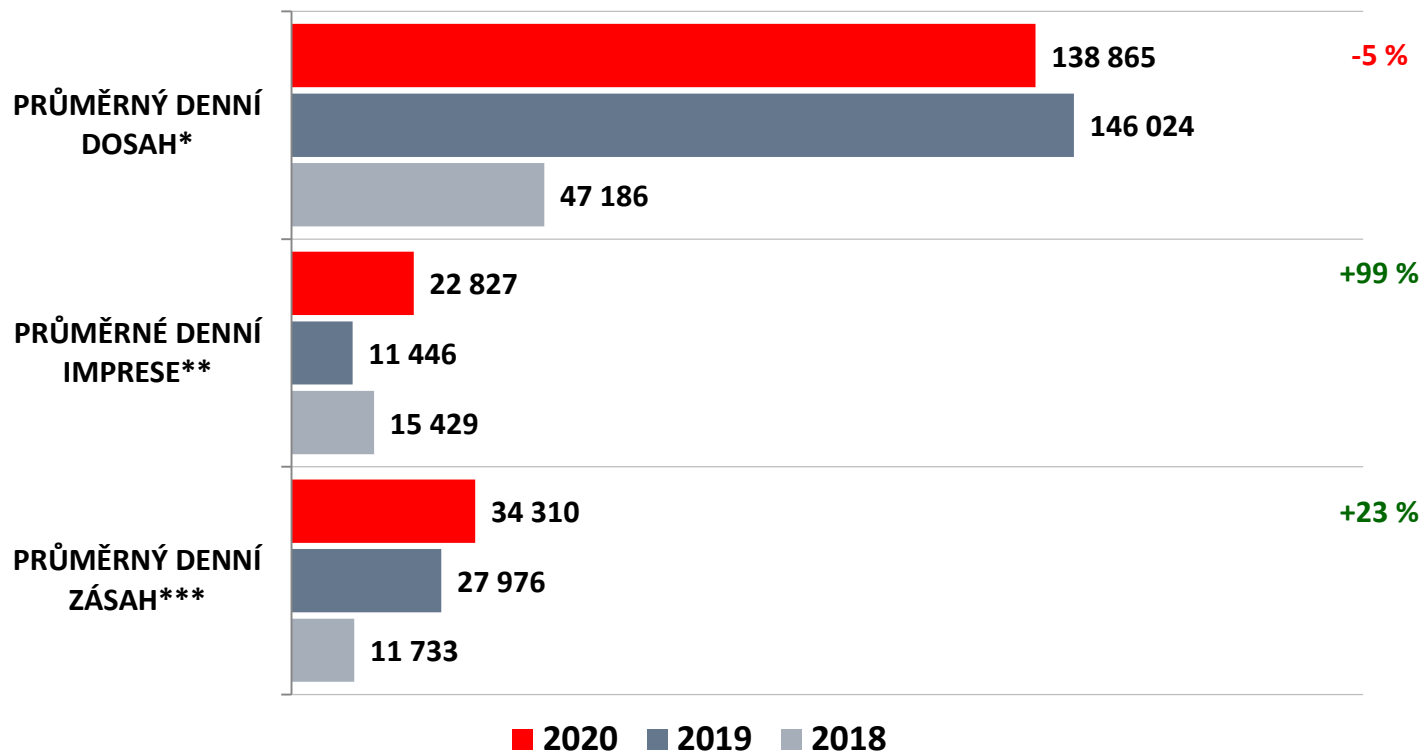
■ 2020 ■ 2019 ■ 2018

# DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU ČESKÉ TELEVIZE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Zdroj: Twitter; socialbakers.com, průměrné denní imprese/dosah

 **Česká televize**

meziroční  
změna



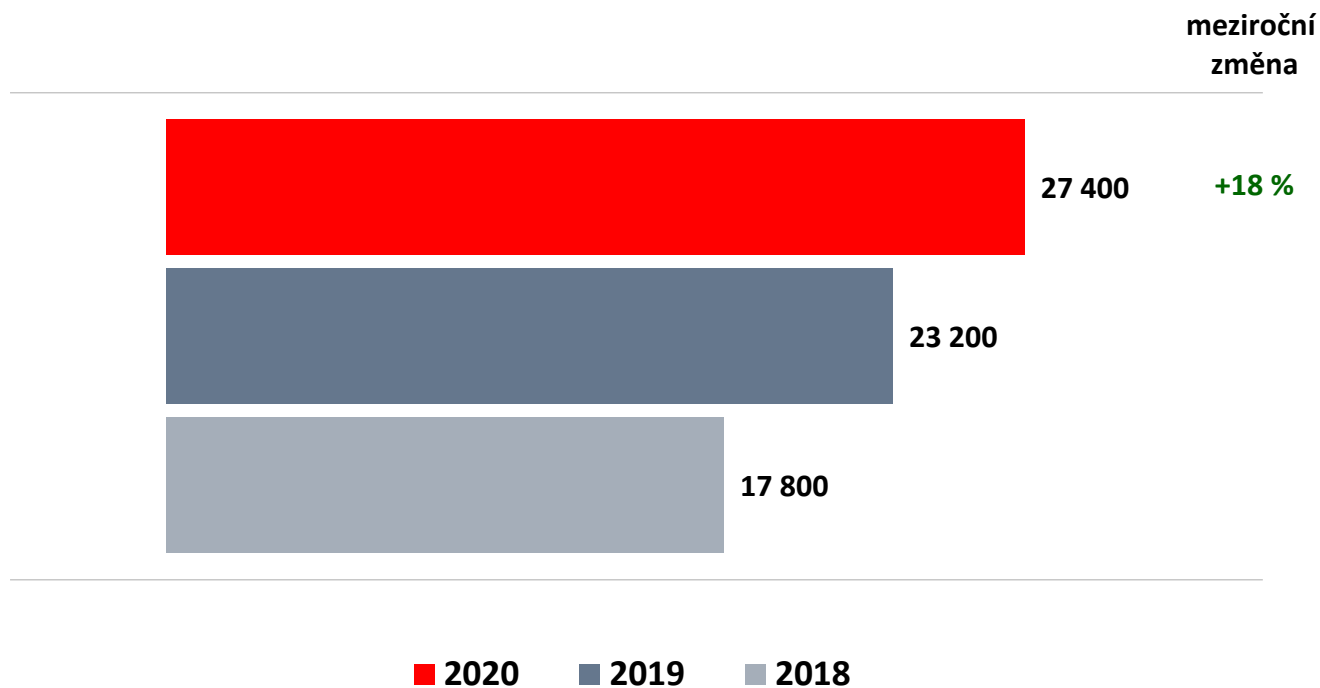
\*Definice dosahu (reache) podle Facebooku = Počet lidí, kterým se jakýkoli obsah měřené stránky nebo o měřené stránce zobrazil na jejich obrazovce. Jedná se o unikátní FB účty (tzv. Unique Users).

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

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

## POČET ODBĚRATELŮ YOUTUBE KANÁLU ČESKÉ TELEVIZE

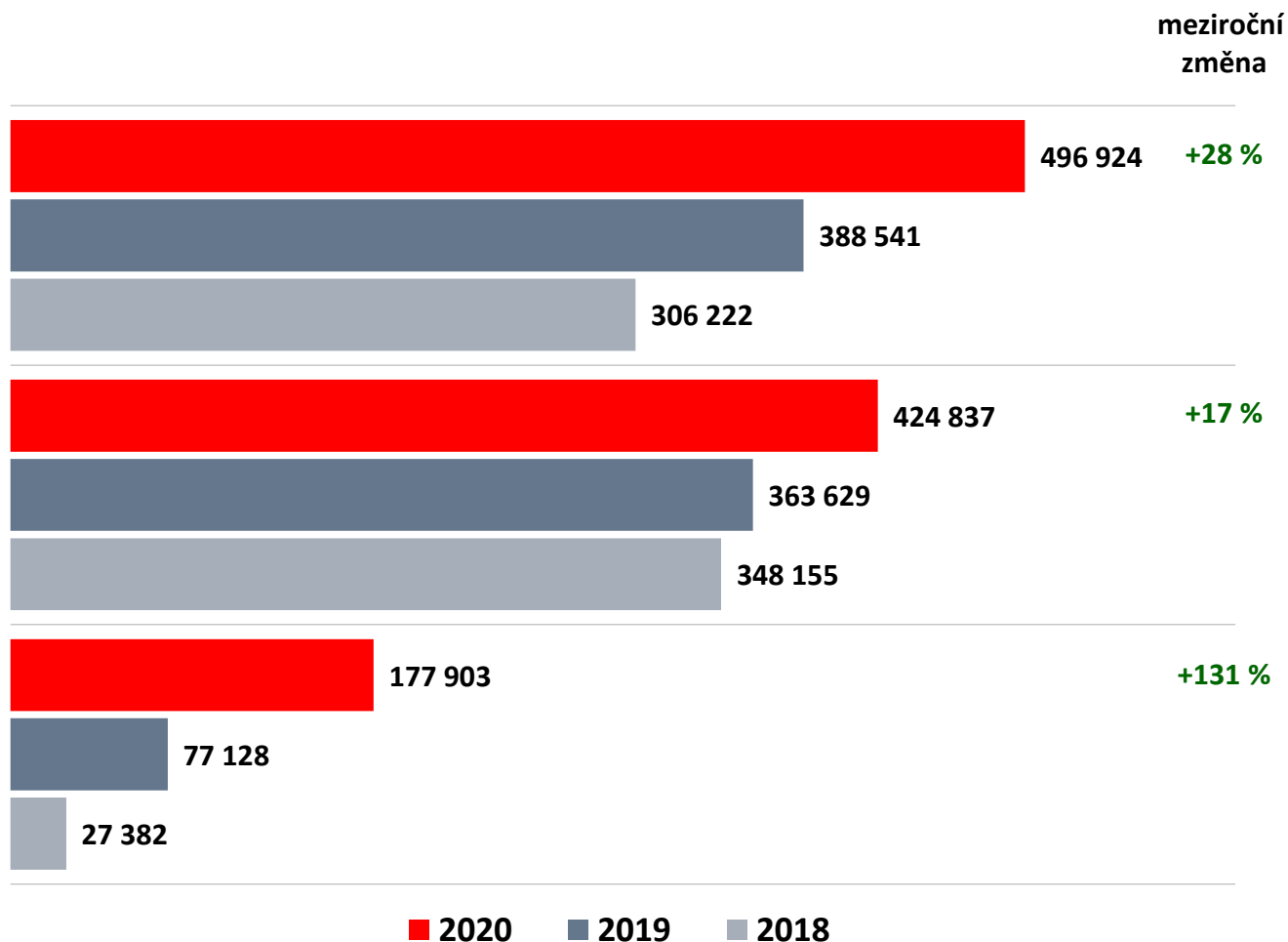
Zdroj: YouTube, počet odběratelů k závěru časového období



## POČET FANOUŠKŮ PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



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

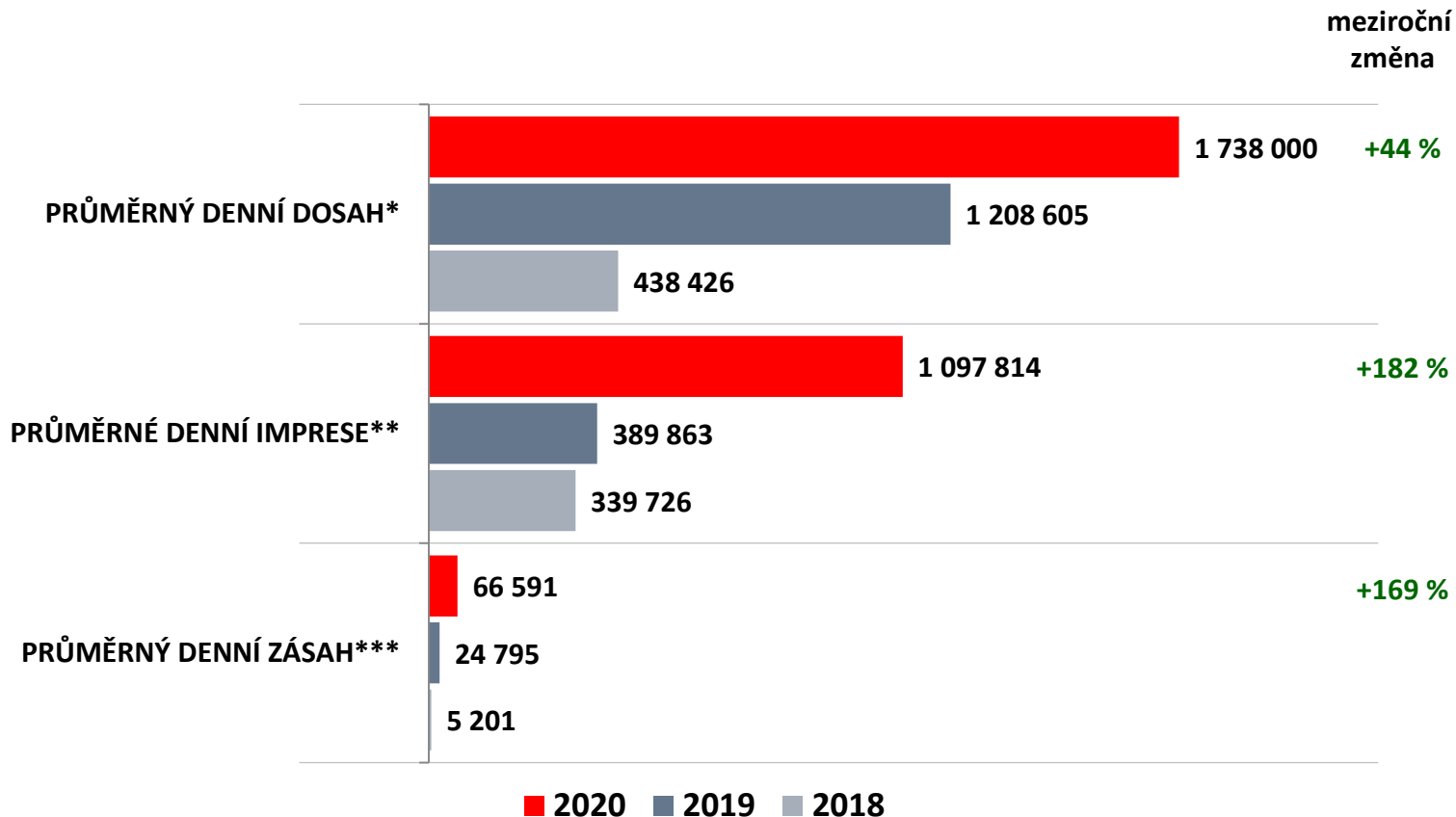




# DENNÍ DOSAH A IMPRESE PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: Facebook; Twitter; socialbakers.com, průměrné denní imprese/dosah



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

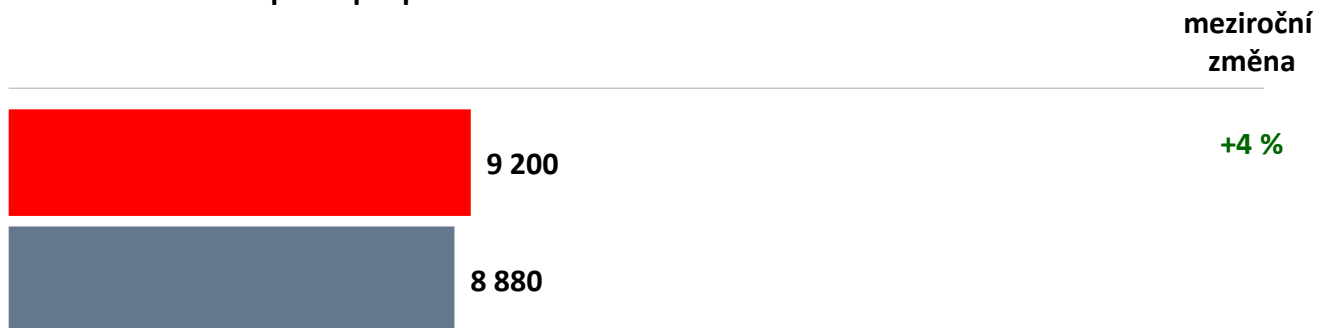
\*\*Definice impresí podle Twitteru = Počet zobrazení tweetů měřené stránky uživatelům Twitteru.

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

## 2020: POČET PŘÍSPĚVKŮ\* PROFILU KANÁLU ČT24 NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: socialbakers.com  
počet příspěvků



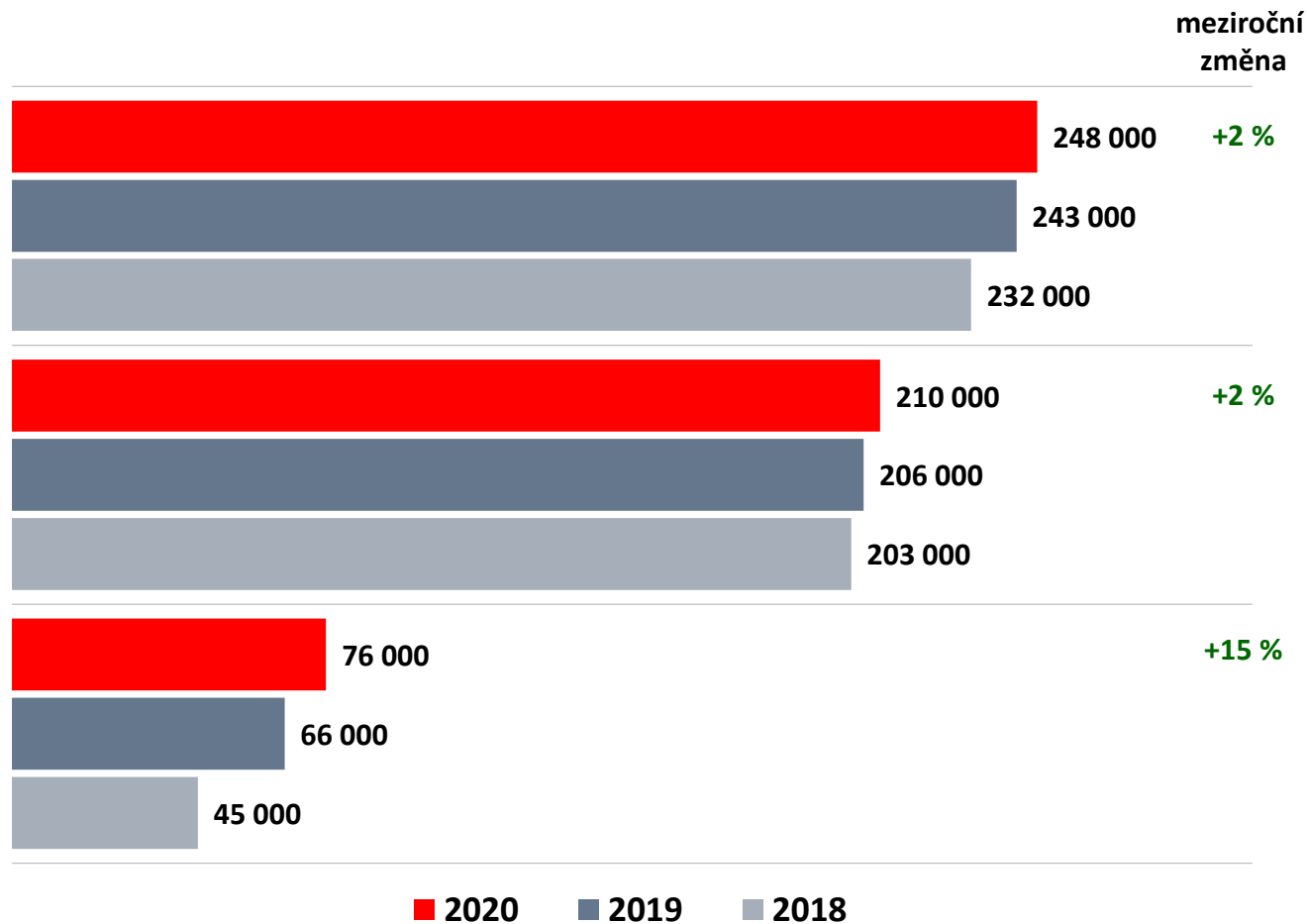
■ 2020 ■ 2019

\* Údaje jsou zjišťovány od roku 2019.

## 2020: POČET FANOUŠKŮ KANÁLU ČT SPORT NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



Zdroj: Facebook, Twitter, Instagram, počet fanoušků k závěru časového období



## KOMENTÁŘ

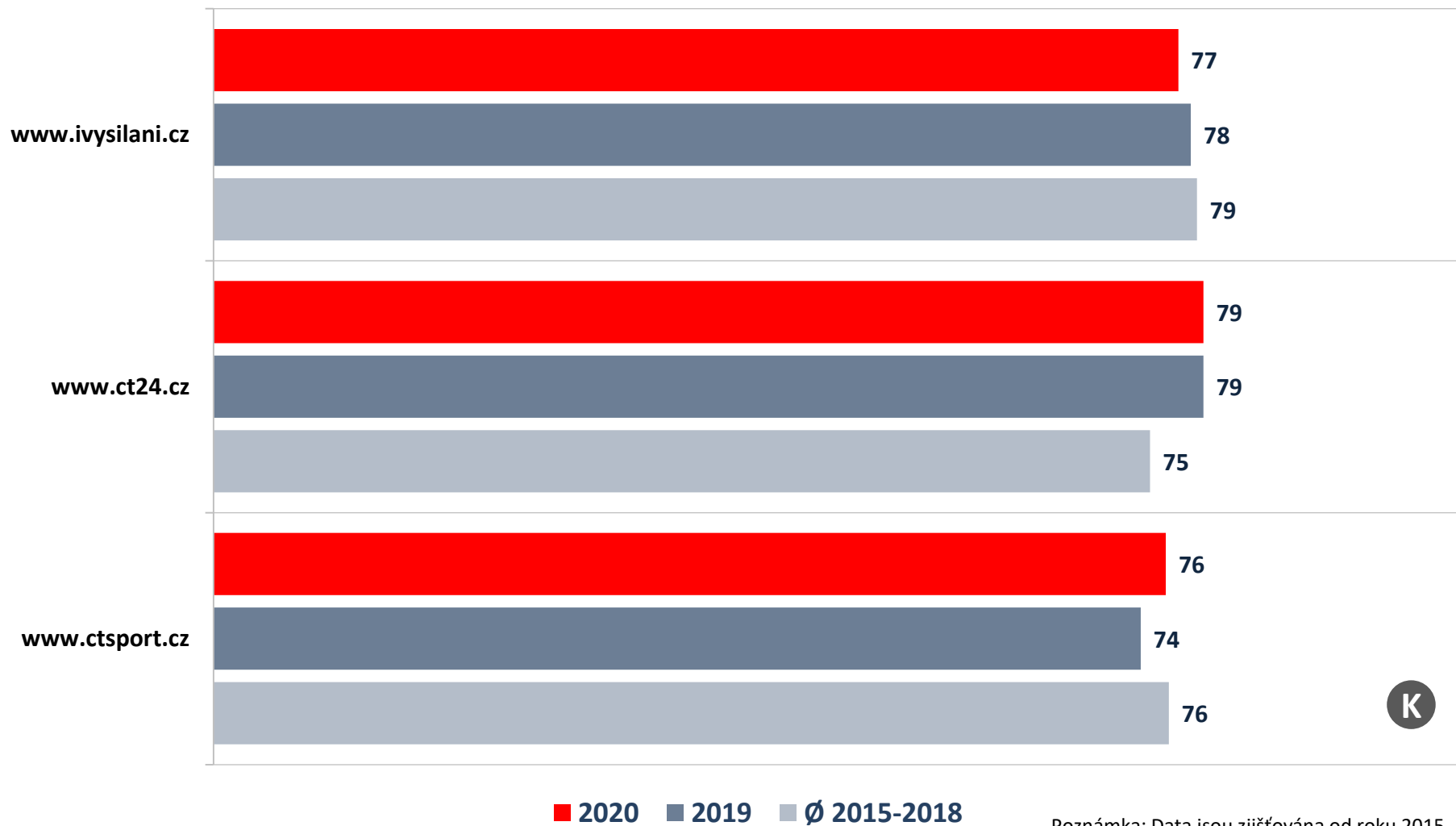
- Česká televize spravuje na hlavních sociálních sítích své **korporátní profily**, na nichž promuje vysílaný obsah a další aktivity.
- Profily ČT na třech hlavních platformách (Facebook, Twitter a Instagram) zaznamenaly **meziroční nárůst fanouškovské základny**, nejvýrazněji instagramový účet @ceskatelevize (+37 % na téměř 106 tisíc). Na Facebooku sloupl počet fanoušků ke konci roku 2020 na 166 tisíc, na Twitteru na bezmála 300 tisíc.
- Průměrný denní dosah publikovaných příspěvků na Facebooku oproti roku 2019 mírně poklesl (-5 %). Důvodem je zejména absence velkých premiérových pořadů ve 2. pololetí roku 2020, které obvykle generují významný zásah. V případě Instagramu vzrostl o 23 % a u twitterových impresí se dokonce zdvojnásobil.
- **Základna odběratelů videí ČT na síti YouTube se rozrostla na více než 27 tisíc osob.** V porovnání s koncem roku 2019 se jedná o nárůst o 18 %.
- Sociální sítě se v posledních letech stávají stále relevantnější platformou, na které lidé čerpají zpravodajské informace. Stanice ČT24 je proto **aktivní na nejvýznamnějších sociálních sítích, konkrétně na Facebooku, Twitteru, Instagramu a YouTube.**
- Ke konci roku 2020 měla ČT24 na **Twitteru téměř 425 tisíc sledujících**, což představuje 17% nárůst v porovnání s koncem roku 2019. **Facebookový účet čtyřadvacítky zaznamenal během roku 2020 nárůst fanoušků ze 389 na 497 tisíc (+28 %).** Nejvyšší relativní změny v počtu sledujících dosáhl Instagram ČT24, za rok 2020 jich přibýlo více 100 tisíc (+131 %).

## KOMENTÁŘ

- **Dosah facebookového profilu ČT24** překročil v roce 2020 v průměru hranici **1,7 milionu** oslovených **unikátních účtů za den**. V porovnání s rokem 2019 se jedná o podstatný nárůst o 44 %. **Počet zobrazení (impresí) tweetů** profilu ČT24 v roce 2020 v porovnání s předchozím rokem vzrostl ještě výrazněji (+182 %) a **překonal v průměru hranici milionu impresí denně**. Měsíc březen, kdy začínala koronavirová krize, sehrál v tomto nárůstu nejvýraznější roli. **Ze sledovaných sociálních sítí vykazuje nejnižší denní zásah příspěvky Instagram ČT24**, ale i u něj došlo k výraznému meziročnímu navýšení (+169 %).
- Zatímco u Facebooku ČT24 došlo v porovnání s rokem 2019 jen k mírnému růstu počtu příspěvků z 8 800 na 9 200, **na Twitteru ČT24 se jejich počet přiblížil 20 tisícům, což znamenalo 31% meziroční nárůst**. Také Instagram ČT24 meziročně navýšil počet příspěvků, a to o 21 %.
- Rovněž **ČT sport** sdílí obsah s uživateli sociálních sítí. I přes velmi omezenou sportovní nabídku dosáhla fanouškovská základna stanice ke konci roku 2020 **téměř čtvrt milionu facebookových uživatelů** (+2 %). Na **Twitteru má ČT sport 210 tisíc sledujících** (+2 %) a na **Instagramu 76 tisíc** (+15 %). Dynamika růstu byla ale vzhledem k okolnostem pochopitelně výrazně slabší než u ČT24.

# CELKOVÉ HODNOCENÍ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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

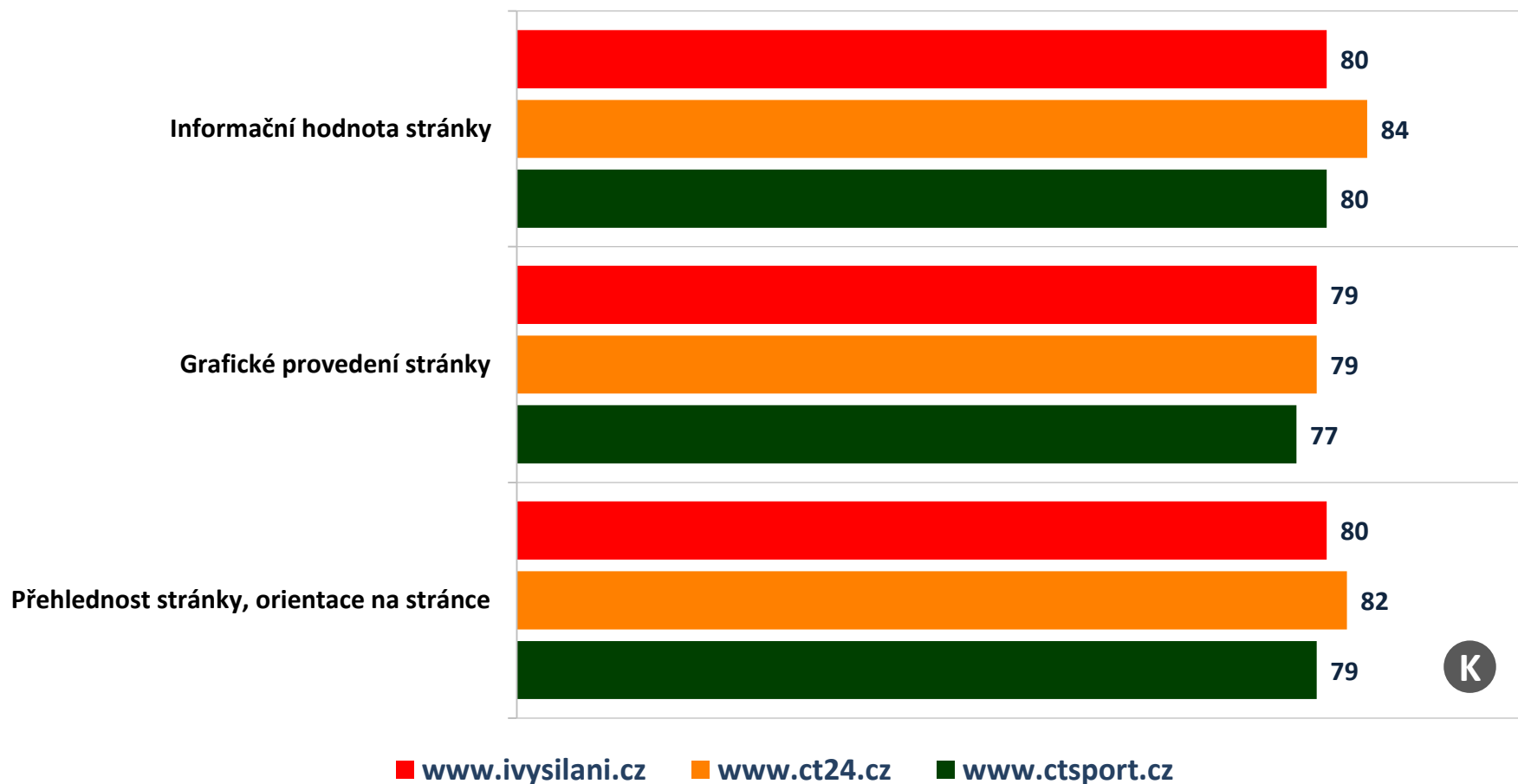


■ 2020 ■ 2019 ■ Ø 2015-2018

Poznámka: Data jsou zjišťována od roku 2015.

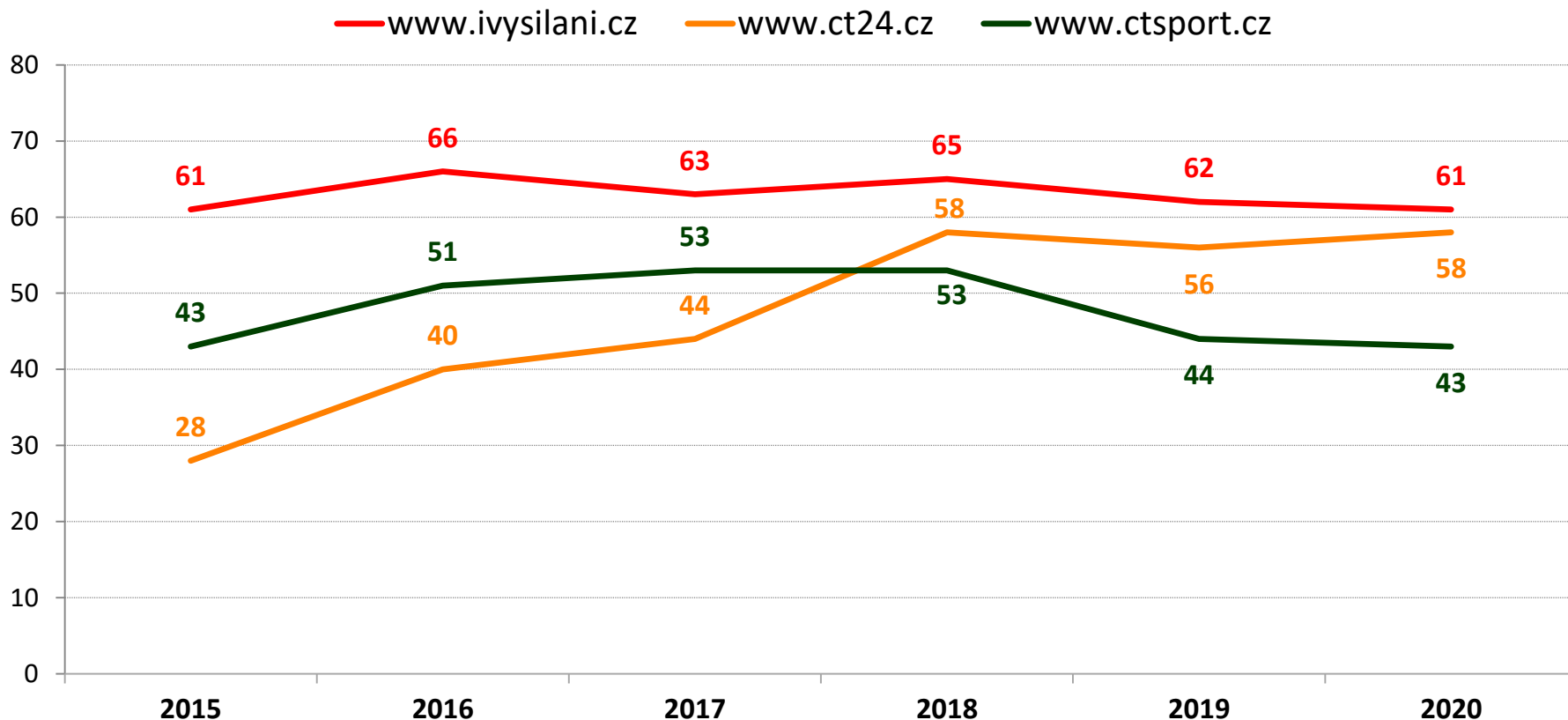
## 2020: HODNOCENÍ RŮZNÝCH ASPEKTŮ VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT UŽIVATELI

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



## NET PROMOTER SCORE VYBRANÝCH INTERNETOVÝCH STRÁNEK ČT

Zdroj: Online tracking ČT, zpracoval: NMS Market Research,  
skór loajality diváků na stupnici -100; +100 (NPS)



Poznámka: Indikátor NPS vychází z mezinárodně uznávané definice. Jeho hodnota je rozdílem procentního zastoupení těch, kteří na otázku „Nakolik je pravděpodobné, že byste doporučil/a zhlédnutí této webové stránky známému nebo kolegovi? 0 znamená, že byste stránku rozhodně nedoporučil/a 10 znamená, že byste stránku určitě doporučil/a“ odpověděli 9 až 10 (loajální) a těch, kteří odpověděli 0 nebo 6 (neloajální). Hodnoty okolo 30 bodů jsou považovány za průměrné, hodnoty nad 50 znamenají velmi nadprůměrnou hodnotu loajality.



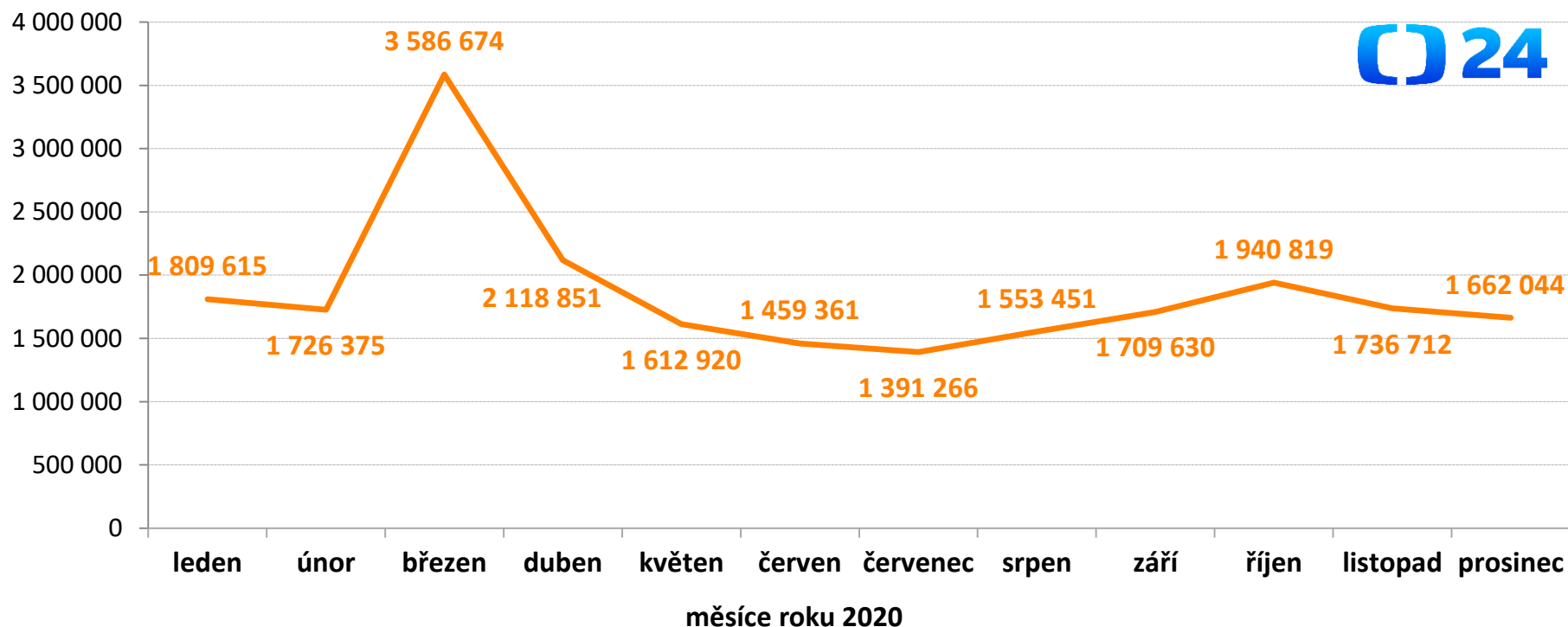
## KOMENTÁŘ

- **Všechny tři internetové stránky ČT sledované v rámci online výzkumu (iVysílání, ČT24 a ČT sport) byly i v roce 2020 hodnoceny velmi pozitivně.** O 1 p.b. na hodnotu 77 % poklesl koeficient celkového hodnocení internetové stránky iVysílání. Koeficient webu ČT24 se nezměnil a činil 79 %. Nárůst o 2 p.b. jsme zaznamenali u koeficientu hodnocení webu ČT sport (76 %).
- **Výrazně nadprůměrně jsou hodnoceny také jednotlivé aspekty internetových stránek ČT,** tedy jejich informační hodnota, grafické provedení a přehlednost či orientace na stránce. Jednotlivé koeficienty jsou u všech sledovaných webů a u všech kritérií vždy vyšší než 77 %. **Vůbec nejvíce návštěvníci oceňují informační hodnotu webu ČT24 (hodnota koeficientu 84 %).**
- **Tzv. NET PROMOTER SCORE (NPS), neboli míra loajality diváků na stupnici -100 až +100, je u iVysílání na úrovni +61, což je hodnota velmi mírně pod dlouhodobým průměrem.** U ČT24 došlo k meziročnímu posílení na hodnotu +58. Po velmi výrazném nárůstu NPS v roce 2018, který byl způsoben změnou architektury webu, se hodnoty ustálily těsně pod hladinou +60. Pokles u ČT sport o 1 bod na hodnotu skóru +43 může být spojen s doznívajícím „zvykáním si“ tradičních uživatelů na novou podobu stránky (v roce 2019 byla spuštěna nová verze webu) a také s drasticky omezenou sportovní nabídkou po většinu roku 2020.
- **Všechny hodnoty NPS jsou vzhledem k obecně uznávaným standardům nadprůměrné, loajalitu návštěvníků k uvedeným webovým stránkám lze interpretovat jako vysokou, v případě iVysílání a ČT24 jako mimořádně vysokou.**

## 2020: VÝVOJ MĚSÍČNÍ NÁVŠTĚVNOSTI WEBU ČT24

Zdroj: NetMonitor, počet uživatelů

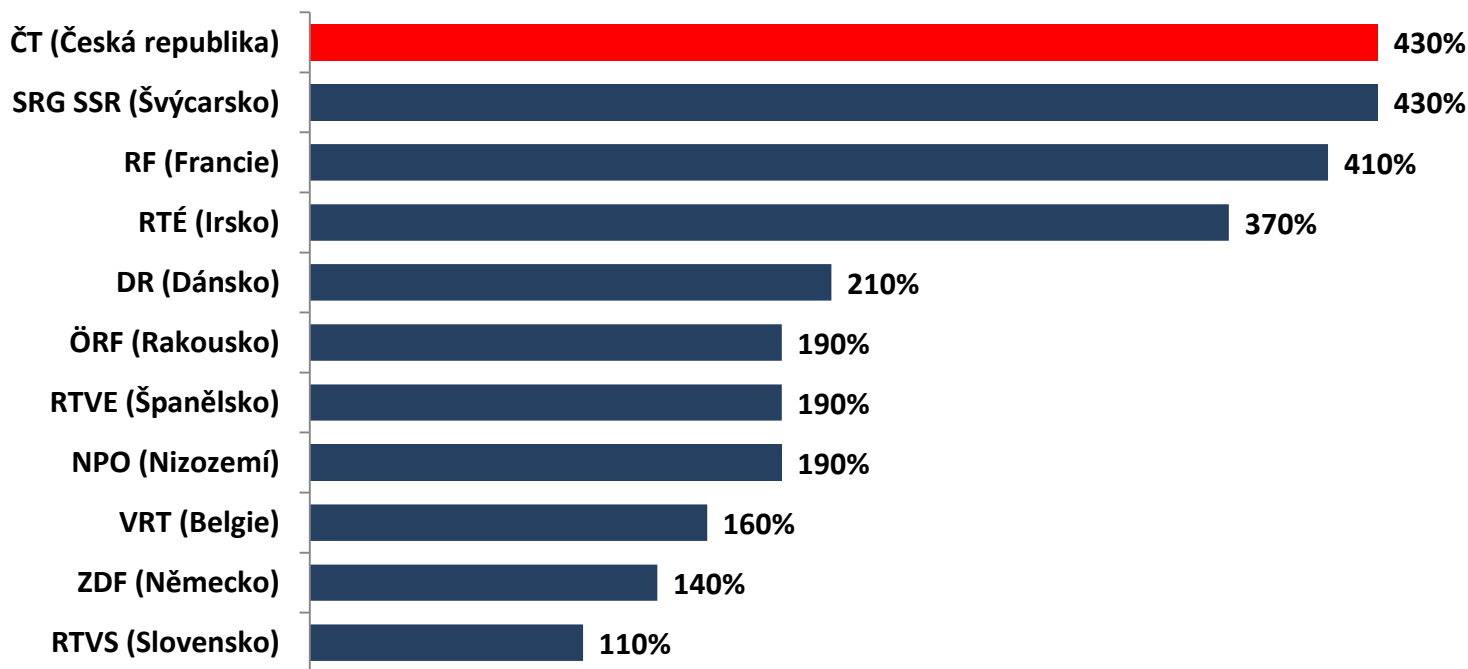
- Podobně jako u diváků kanálu ČT24, tak i u návštěvníků webových stránek ct24.cz jsme zaznamenali zvýšený zájem v době nástupu první vlny koronavirové krize. V průběhu března navštívilo web téměř 3,6 milionu uživatelů, což byl dvojnásobek v porovnání s prvními dvěma měsíci roku. Druhý nejvyšší výsledek – 1,9 milionů návštěvníků – zaznamenal web v říjnu, a to v souvislosti s příchodem druhé vlny epidemie do České republiky.



## NÁRŮST DENNÍHO PRŮMĚRNÉHO POČTU ZOBRAZENÍ STRÁNEK ZPRAVODAJSKÝCH WEBŮ EVROPSKÝCH VEŘEJNOPRÁVNÍCH TELEVIZÍ V DOBĚ PANDEMIE COVID-19

Zdroj: EBU, srovnání Q1/2019 a období 2. 3. - 15. 3. 2020, počty zobrazení (page views)

- Výsledky zprávy COVID-19 CRISIS: PSM Audience Performance, sestavené Evropskou vysílací unií v březnu 2020, ukazují na **nadprůměrné navýšení návštěvnosti webu zpravodajské ČT24 během počínající koronavirové krize v porovnání s jinými veřejnoprávními stanicemi v Evropě**. Výkon zpravodajského webu ČT24 stoupl meziročně (1. 1. - 15. 3. 2019 vs. 2. 3.- 15. 3. 2020) o 430 % a společně s webem švýcarské SRG SSR tak stanul na čele žebříčku jedenácti evropských vysílatelů (měřeno počtem zobrazení).



# C. VYSÍLÁNÍ PRO SPECIFICKÉ DIVÁCKÉ SKUPINY

## VYBRANÉ POŽADAVKY NA VYSÍLÁNÍ PRO SPECIFICKÉ 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 menšin,
- hendikepovaných,
- diváků orientovaných na politicko-ekonomické zpravodajství (viz Cíl 1) a na kulturu (viz Cíl 3).

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

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

## ZÁSAH VYSÍLÁNÍ A SOUHLAS S VÝROKY V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroje: ATO – Nielsen Admosphere, Tracking ČT, v % [2020 (2019; Ø 2014-2018)]

	Průměrný týdenní zásah vysílání ČT v jednotlivých skupinách (ATO)	Souhlas s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům.“ (TRA) <b>S</b>	Souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají.“ (TRA) <b>S</b>
Populace 18+	<b>75</b> (75;77)	<b>60</b> (62;66)	<b>74</b> (74;76)
Muži 18+	<b>72</b> (74;76)	<b>62</b> (60;65)	<b>76</b> (75;77)
Ženy 18+	<b>78</b> (77;78)	<b>59</b> (64;67)	<b>72</b> (73;76)
18-24 let	<b>30</b> (30;38)	<b>53</b> (50;52)	<b>65</b> (68;69)
25-34 let	<b>50</b> (52;59)	<b>52</b> (56;57)	<b>79</b> (78;75)
35-44 let	<b>73</b> (75;77)	<b>64</b> (63;69)	<b>84</b> (77;80)
45-54 let	<b>81</b> (81;84)	<b>69</b> (68;68)	<b>78</b> (77;79)
55-64 let	<b>88</b> (88;89)	<b>64</b> (63;70)	<b>72</b> (71;77)
65 nebo více let	<b>92</b> (92;92)	<b>63</b> (67;73)	<b>67</b> (69;74)
Základní 18+	<b>68</b> (65;67)	<b>57</b> (59;63)	<b>66</b> (62;69)
Středoškolské bez maturity 18+	<b>78</b> (79;80)	<b>60</b> (64;67)	<b>70</b> (68;74)
Středoškolské s maturitou 18+	<b>73</b> (74;76)	<b>61</b> (63;66)	<b>75</b> (79;80)
Vysokoškolské 18+	<b>78</b> (76;78)	<b>62</b> (61;66)	<b>84</b> (81;80)

## 2020: SPOKOJENOST S POŘADY ČT V JEDNOTLIVÝCH CÍLOVÝCH SKUPINÁCH

Zdroj: DKV ČT, v %

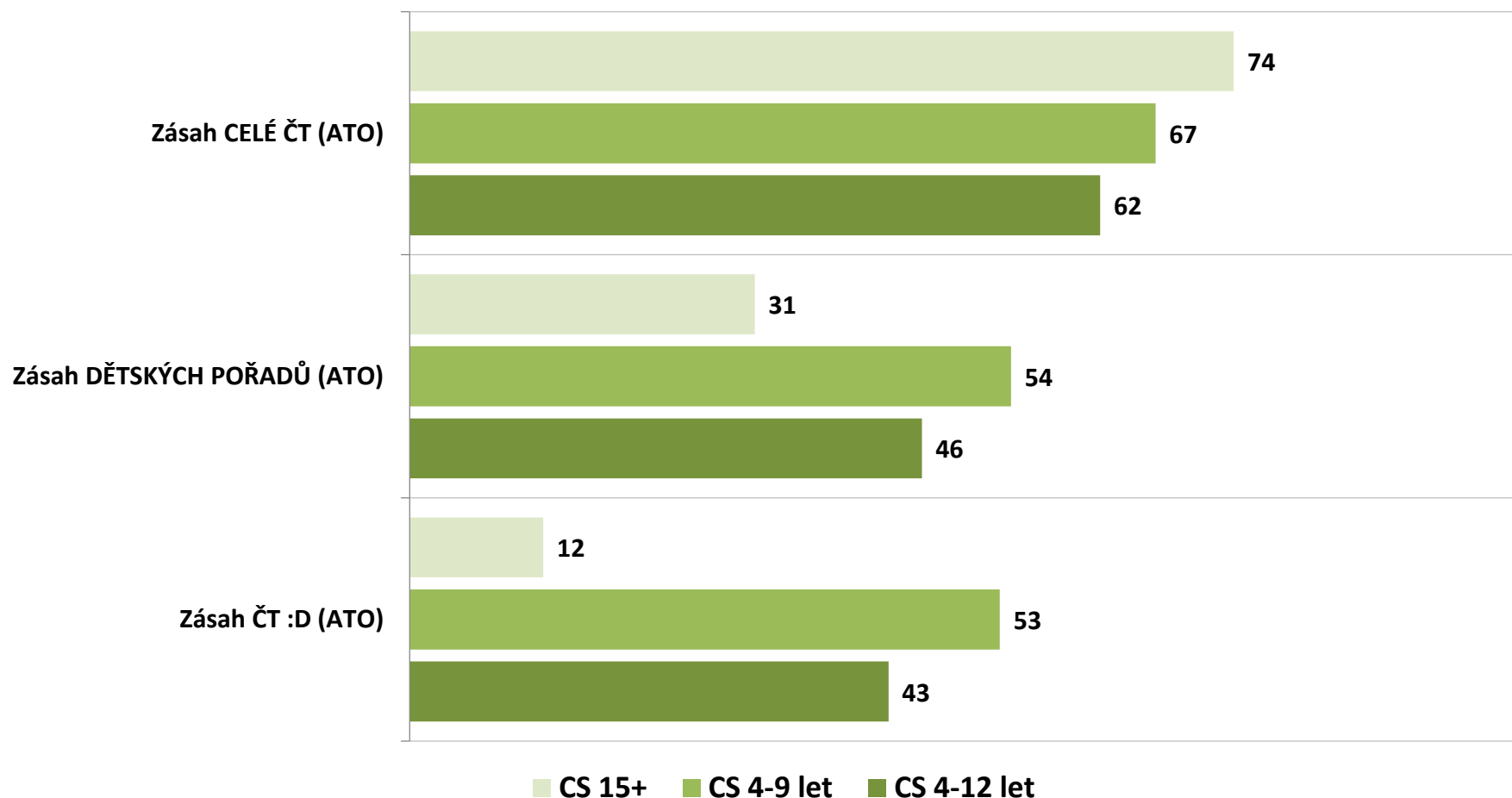


## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah České televize v divácké skupině 18+ zůstal v roce 2020 na stejné úrovni jako v roce předchozím (75 %). Nárůst o 1 p.b. byl zaznamenán u žen, u mužů se zásah o 2 p.b. snížil. Z hlediska věkových skupin došlo k poklesu o 2 p.b. mezi diváky ve věku 25-34 let a 35-44 let, u ostatních skupin zůstal zásah beze změny. Nadále přitom platí přímá úměra mezi zvyšujícím se věkem diváků a zásahem České televize. Pokud jde o vzdělanostní skupiny, o 3 p.b. se zvýšil zásah ČT mezi diváky se základním vzděláním a 2 p.b. mezi diváky s vysokoškolským vzděláním.**
- **Celková míra souhlasu s výrokem „ČT nabízí dostatek pořadů, které odpovídají mému vkusu a mým zájmům“ celkově poklesla o 2 p.b. na hodnotu 60 %. Zajímavé je, že zatímco u mužů souhlas o 2 p.b. narostl, u žen o 5 p.b. klesl. Pokles míry souhlasu registrujeme také u diváků ve věku 25-34 a u těch nad 65 let, stejně jako u všech se základním nebo středním vzděláním. K nárůstu míry souhlasu došlo u diváků s VŠ vzděláním a u těch ve věku 18-24 let.**
- **Beze změny zůstal celkový souhlas s výrokem „ČT přináší i pořady, které komerční stanice nevysílají“.** Změny u mužů a žen byly meziročně marginální, v rozpětí  $\pm 1$  p.b. K nárůstu došlo hlavně u diváků ve věku 35-44 let (+7 p.b.) a u těch se základním a VŠ vzděláním. Pokles souhlasu o 2-4 p.b. jsme naopak zaznamenali u nejmladší a nejstarší divácké skupiny a také u diváků s maturitou.
- **Ženy obecně hodnotí pořady ČT o něco pozitivněji než muži, což se projevilo i v roce 2020. Mezi jednotlivými věkovými skupinami jsou rozdíly ve spokojenosti s pořady naprosto minimální. Ve všech skupinách nad 35 let je průměr hodnocení 83 %, v nejmladší skupině 15-24 let činí 82 % a ve skupině 25-34 let 84 %. Z hlediska věku je tak úroveň spokojenosti s pořady ČT velmi stabilní.**

## 2020: PRŮMĚRNÝ TÝDENNÍ ZÁSAH ČT, DĚTSKÝCH POŘADŮ A KANÁLU ČT :D VE SKUPINÁCH 15+, 4-9 LET A 4-12 LET

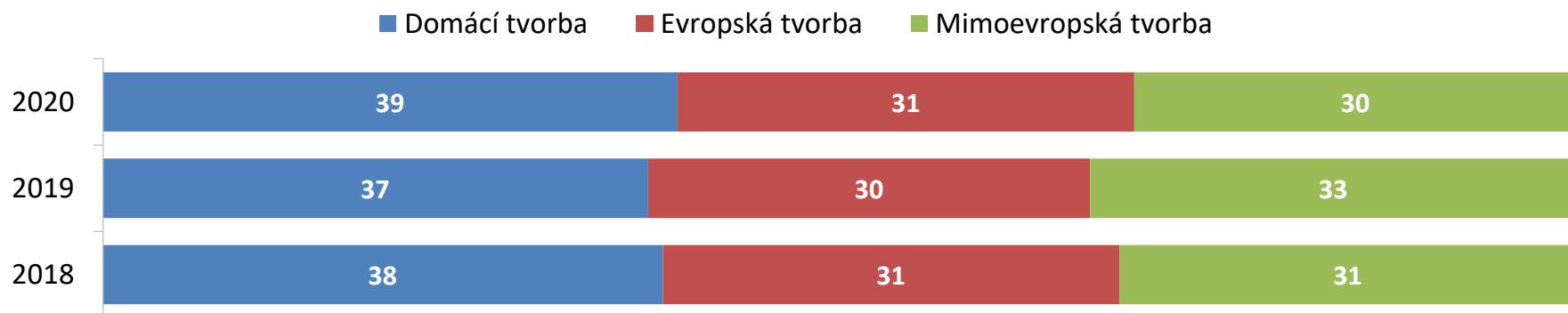
Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, v %



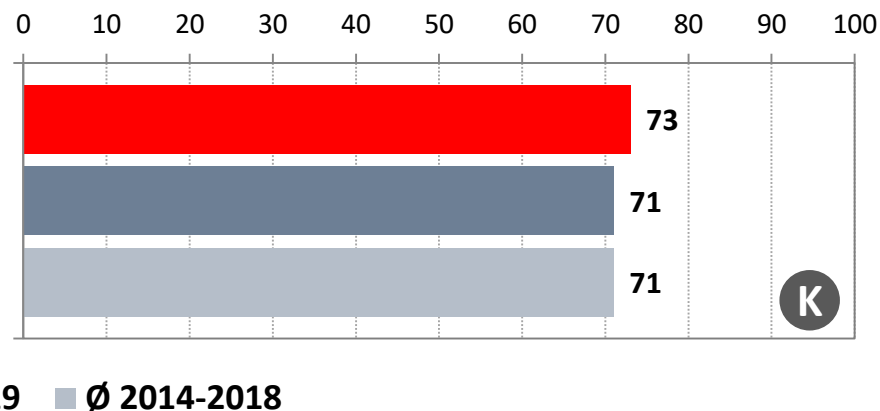


## PODÍL DOMÁCÍ, EVROPSKÉ A MIMOEVROPSKÉ TVORBY NA DĚTSKÝCH POŘADECH, VNÍMÁNÍ PŮSOBNÍ ČT NA DĚTSKÉHO DIVÁKA

Zdroje: PROVYS ČT, Tracking ČT, v %



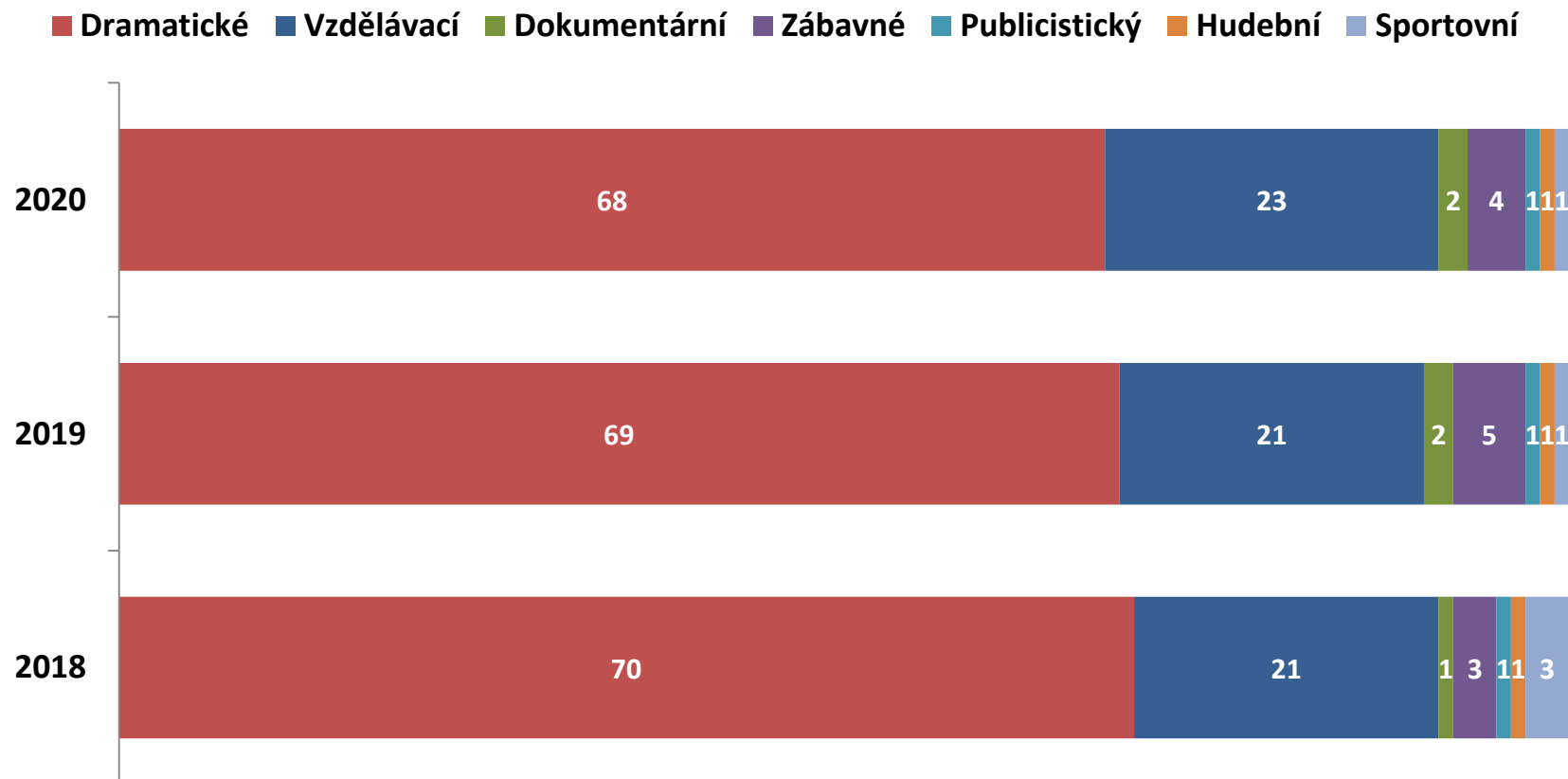
Vnímání ČT jako televize prezentující ve vysílání pro děti hodnoty slušnosti, vzdělanosti, úcty k národnostním menšinám a k životnímu prostředí. (TRA)



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

# PODÍL JEDNOTLIVÝCH ŽÁNŘŮ NA VŠECH DĚTSKÝCH POŘADECH

Zdroj: PROVYS ČT, v %



## KOMENTÁŘ

- **Průměrný týdenní zásah vysíláním celé České televize činil v roce 2020 mezi dětmi ve věku 4-9 let 67 %, v širší cílové skupině 4-12 let to bylo 62 %.**
- **Zásah výhradně dětskými pořady byl ve skupině 4-9 let 54 %, zásah ČT :D ve stejné věkové skupině byl pak o 1 p.b. nižší (53 %).**
- **Podíl domácí tvorby na dětských pořadech vzrostl v roce 2020 o 2 p.b. a dosáhl na hodnotu 39 %.** Došlo ke snížení podílu odvysílané dětské mimoevropské tvorby, a to o 3 p.b.
- **Z hlediska žánrů mají mezi dětskými pořady dlouhodobě nejvýraznější podíl dramatické pořady, loni to bylo 68 %.** Druhým nejfrekventovanějším formátem pro děti byly v roce 2020 vzdělávací pořady, u kterých jsme zejména díky zařazení mimořádných „koronavirových“ pořadů *UčíTelka*, *Škola doma* nebo *Odpoledka* zaznamenali nárůst o 2 p.b na hodnotu 23 %. Zastoupení ostatních žánrů zůstalo podobné jako v minulých letech, tedy v řádu jednotek procent.

## 2020: VÝČET HLAVNÍCH POŘADŮ ČT TÝKAJÍCÍCH SE NÁBOŽENSKÝCH SKUPIN, NÁRODNOSTNÍCH/ETNICKÝCH MENŠIN, HENDIKEPOVANÝCH A GENDEROVÝCH SKUPIN

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Zaměření	Počet	Celková stopáž v hodinách
Cesty víry	náboženské skupiny	21	9
Křesťanský magazín	náboženské skupiny	28	11
Sváteční slovo	náboženské skupiny	28	2
Uchem jehly	náboženské skupiny	29	12
Babylon	národnostní/etnické menšiny	32	14
Sousedé	národnostní/etnické menšiny	10	4
Adventní koncerty České televize 2020	hendikepovaní	4	4
Klíč	hendikepovaní	17	7
Paralympijský magazín	hendikepovaní	8	3
Televizní klub neslyšících	hendikepovaní	19	8
Zprávy v českém znakovém jazyce	hendikepovaní	361	58
Queer	genderové skupiny	20	9

## 2020: VÝČET HLAVNÍCH PŘENOSŮ Z BOHOSLUŽEB A POŽEHNÁNÍ

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Počet	Celková stopáž v hodinách
Novoroční ekumenická slavnost 2020	1	1
Postní bohoslužba	1	1
Bohoslužba Českobratrské církve evangelické	1	1
Velkopáteční bohoslužba 2020	1	1
Bohoslužba Církve československé husitské	1	1
Pravoslavná bohoslužba	1	1
Bohoslužba Evangelické církve augsburského vyznání	1	1
Bohoslužba za mír	1	1
Bohoslužba z Velehradu	1	2
Bohoslužba Církve bratrské	1	1
Mše svatá ze slavnosti Všech svatých	1	1
Mše svatá ze slavnosti Ježíše Krista Krále	1	1
Adventní bohoslužba	1	1
Půlnoční bohoslužba	2	2
Vánoční bohoslužba 2020	1	1

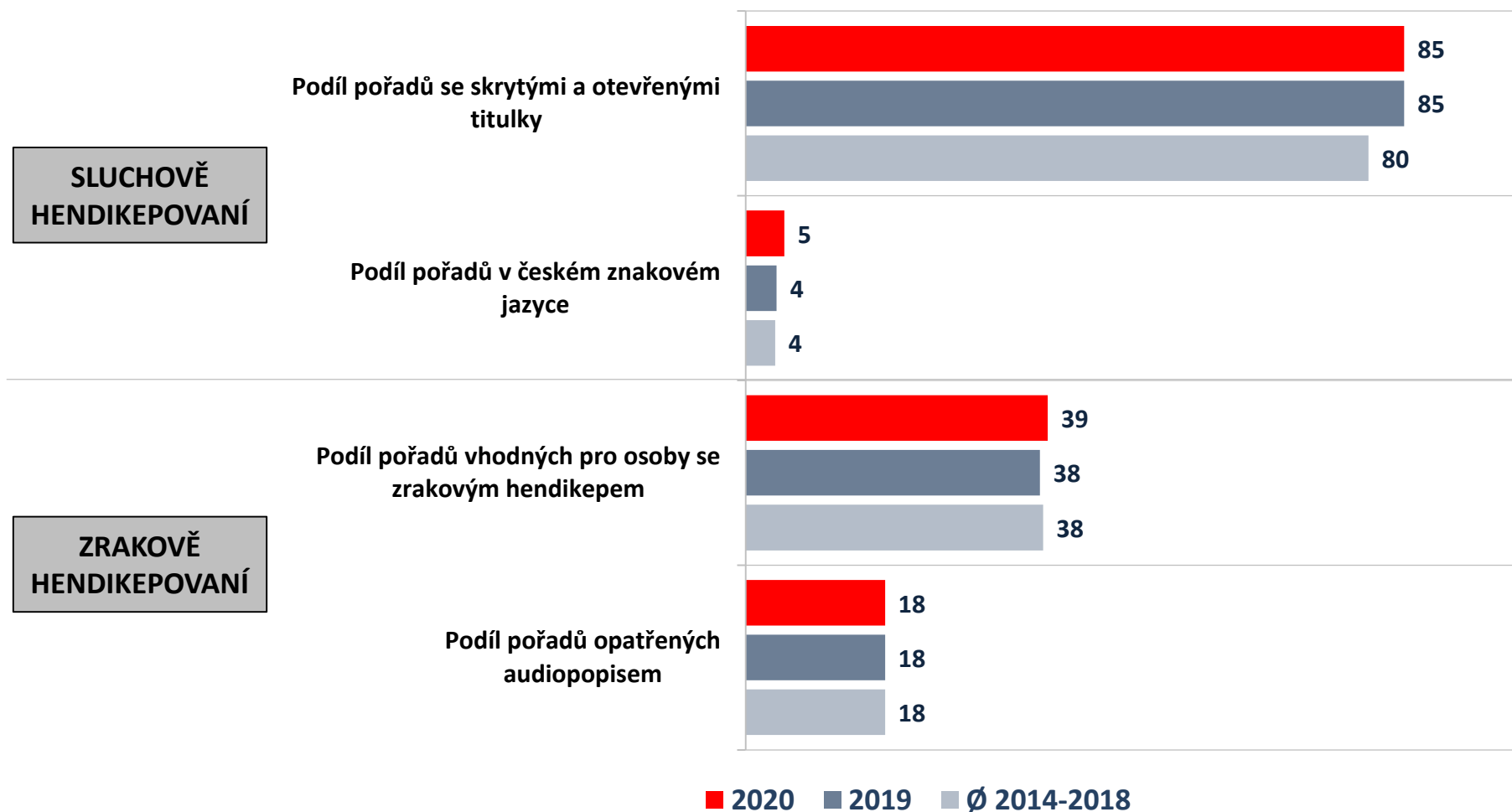
## 2020: VÝČET POŘADŮ ČT PRO NÁRODNOSTNÍ A ETNICKÉ MENŠINY ŽIJÍCÍCH V ČR

Zdroj: PROVYS ČT

Název pořadu	Národnostní/etnická menšina	Počet	Celková stopáž v hodinách
Khamoro 2019	romská	1	1
Babylon	různé	32	14
Sousedé	různé	10	4

## ZPŘÍSTUPNĚNÍ VYSÍLÁNÍ ČT DIVÁKŮM SE SLUCHOVÝM A ZRAKOVÝM HENDIKEPEM

Zdroj: PROVYS ČT, v %



## KOMENTÁŘ

- Česká televize věnuje nemalou část svého vysílacího času pořadům určeným pro náboženské, národnostní a etnické divácké skupiny a hendikepované spoluobčany. Na předchozích stranách uvádíme výběr pořadů určených v roce 2020 právě těmto skupinám.
- Věřícím byly věnovány premiérové tituly jako *Cesty víry*, *Uchem jehly*, *Křesťanský magazín* a *Sváteční slovo* nebo četné přenosy *Bohoslužeb* napříč hlavními církvemi působícími v ČR. Celková odvysílaná stopáž přenosů z bohoslužeb a požehnání v roce 2020 vzrostla v porovnání s předchozím rokem o téměř dvě třetiny. ČT se ve svých pořadech věnovala také dalším hlavním náboženským směrům, jakými jsou judaismus, buddhismus nebo islám.
- Pro národnostní a etnické menšiny připravila Česká televize pořady *Sousedé* nebo *Babylon*. Romům byl věnován pořad k jejich mezinárodnímu dni *Khamoro 2019*.
- Hendikepovaným spoluobčanům byly zase určeny tituly jako *Televizní klub neslyšících*, *Zprávy v českém znakovém jazyce*, *Paralympijský magazín* nebo *Klíč*.
- Genderovým skupinám se ČT dlouhodobě věnuje v rámci magazínu *Queer*.
- Již před vypuknutím koronavirové krize bylo vysílání ČT koncipováno tak, aby neslyšící diváci měli přístup k informacím, zábavě, vzdělávacím pořadům, dětské a dokumentární tvorbě a dalším formátům po celých 24 hodin. Zákon předepisuje České televizi opatřit skrytými titulky 70 % odvysílaných pořadů, tlumočení do českého znakového jazyka musejí obsahovat minimálně 2 % pořadů. **Tyto kvóty Česká televize dlouhodobě nejen naplňuje, ale dokonce výrazně překračuje. V roce 2020 bylo prostřednictvím titulků neslyšícím divákům zpřístupněno 85 % pořadů České televize, 5 % pořadů bylo opatřeno českým znakovým jazykem.**
- Pro zrakově hendikepované opatřila Česká televize audiopopisem 18 % svých pořadů.



## PŘEHLED POŘADŮ PRO SPECIFICKÉ DIVÁCKÉ SKUPINY, KTERÉ BYLY DO VYSÍLÁNÍ ZAŘAZENY V DOBĚ KORONAVIROVÉ KRIZE

Zdroj: PROVYS ČT

- Na počátku koronavirové krize v březnu 2020 Česká televize rychle zareagovala a doslova během několika dní vyvinula a divákům nabídla několik nových formátů. **Ze vzdělávacích pořadů pro děti to byla *UčíTelka*** vysílaná každý všední den v dopoledních hodinách, která v průběhu tří měsíců dokázala oslovit téměř dvě třetiny dětí z 1. stupně ZŠ. **První díl *UčíTelky* se dokonce mezi dětmi stal nejsledovanějším pořadem 1. pololetí 2020.** **Starším dětem ČT nabídla *Odpoledku a Školu doma*.** Pro domácí pohybovou aktivitu byl pro děti vytvořen speciální cyklus ***Cvičení se Lvíčky***. **Starším divákům** byl na novém kanálu ČT3 určen magazín ***Život na třetí*** nebo ***Taneční pro starší a pokročilé se Zdeňkem Chlopčíkem*** a ***Pohybovky Pavla Kříže***.
- V době uzavření kostelů Česká televize věřícím divákům zprostředkovala nad běžný rámec řadu přenosů z bohoslužeb a dalších církevních obřadů.

Název pořadu	Zaměření	Počet	Celková stopáž v hodinách
UčíTelka	děti/vzdělávání	81	164
UčíTelka – kabinet	děti/vzdělávání	4	2
Odpoledka	děti/vzdělávání	330	194
Škola doma	děti/vzdělávání	20	15
Cvičení se Lvíčky	děti/zdraví	60	10
Život na třetí	senioři/magazín	210	63
Taneční pro starší a pokročilé se Zdeňkem Chlopčíkem	senioři/zdraví	44	2
Pohybovky Pavla Kříže	senioři/zdraví	8	1
Mimořádné požehnání Urbi et Orbi papeže Františka	náboženské skupiny	1	1
Velikonoční vigilie	náboženské skupiny	1	2

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

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

- Již 10 dní po vyhlášení nouzového stavu Česká televize spustila **nový kanál ČT3, určený převážně seniorům**. Vysílání dokázalo každý týden v průměru oslovit **více než pětinu diváků starších 65 let**. Průměrný **podíl na publiku** se v čase vysílání\* pohyboval **okolo 5 %**.
- **Kvalitativní hodnocení nabídky nového kanálu dosahuje mezi nejstaršími spoluobčany vysokých hodnot. Program ČT3 se tak rychle stal jedním z vůbec nejlépe hodnocených kanálů ČT.**

Parametr	Hodnota pro CS 65+
Průměrný týdenní zásah (reach)	21
Průměrný podíl na publiku (share)	5
Spokojenost	86
Originalita	64
Míra zaujetí	88

\* Od 23. 3. 2020 vysílala stanice ČT3 v čase 9:00-17:25, od 30. 11. od 6:00 ve všední dny , od 14. 12. do 22:00 každý den

# PŘÍLOHY

# PŘÍLOHA 1

## METODIKA MĚŘENÍ KVALITATIVNÍCH PARAMETRŮ - DKV

- DKV (denní kontinuální výzkum) je interní panelový výzkum spokojenosti diváků ČT.
- Založen byl v roce 1970 v rámci Československé televize, od té doby funguje nepřetržitě, což je společně s BBC evropské unikum.
- Panel respondentů čítá cca 1 000 diváků starších 15 let. Respondenti mají možnost hodnotit pořady prostřednictvím online dotazníku nebo papírového dotazníku.
- Respondenti hodnotí TV pořady, které zhlédli, na stupnici 1-10, kde 1 = nejhorší hodnocení a 10 = nejlepší hodnocení. Koeficient spokojenosti tedy nabývá hodnot 1 až 10.
- Kromě hodnocení spokojenosti se v rámci DKV zjišťuje i tzv. „Originalita“ a „Zaujetí“, vyjádřené mírou souhlasu s následujícími výroky:
  - Originalita: „*Pořad byl neobvyklý, jiný než pořady stejného žánru.*“ (odpověď - ano /ne)
  - Zaujetí: „*Pořad mne velmi zaujal, zapůsobil na mne.*“ (odpověď - ano / ne)
- Spokojenost pro dětský kanál ČT :D je vzhledem k charakteru a zaměření kanálu zjišťována odlišným způsobem než u ostatních kanálů ČT. Diváci při ní nahlízejí na programovou nabídku ČT :D jako na celek a také ji tak hodnotí pomocí škály s klasickým školním hodnocením 1 až 5, která je dětem i radě rodičů bližší. Do hodnocení ČT :D jsou zapojeni jak rodiče z panelu DKV, tak jejich děti. Data získaná od rodičů a dětí jsou analyzována odděleně.

# PŘÍLOHA 2 (1/4)

## PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

### Media Tenor

- Media Tenor je ve středoevropském prostoru významnou společností specializující se výhradně na analýzu obsahu médií. Media Tenor působí na českém trhu od roku 1996, původně jako sdružení InnoVatio – Media.
- Společnost s českými vlastníky je zapojena do mezinárodní asociace kanceláří Media Tenor International. Mezinárodní asociace je dlouhodobým knowledge partnerem OECD.
- Základem nabídky společnosti je analýza mediální publicity, na kterou navazuje monitoring médií, monitoring a analýzy sociálních sítí a diskusních fór a komunikační poradenství. Analytický a konzultační servis společnosti Media Tenor využívá široká škála veřejných i privátních subjektů. S Českou televizí spolupracuje společnost Media Tenor na dlouhodobé bázi.

### NetMonitor

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

# PŘÍLOHA 2 (2/4)

## PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

### Nielsen Admosphere

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

### NMS Market Research

- NMS Market Research je česko-slovenská agentura pro výzkum trhu, poskytující od roku 1999 komplexní služby napříč výzkumnými metodami a technikami.
- V České republice stála NMS Market Research u zavádění metody 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 (3/4)

## PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

### KANTAR CZ

- KANTAR CZ je přední českou agenturou zabývající se výzkumem veřejného mínění. Agentura byla založena v roce 1990 a nyní spadá do mezinárodní sítě Taylor Nelson Sofres (TNS). TNS je součástí nadnárodní skupiny Kantar, největšího globálního hráče na poli výzkumu trhu a veřejného mínění.
- KANTAR CZ je členem profesních sdružení ESOMAR (Evropská společnost pro výzkum trhu a veřejného mínění) a SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění) a zakládá si na striktním dodržování oborových etických zásad.
- KANTAR CZ realizuje pro ČT od roku 2013 trackingový výzkum.

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

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

# PŘÍLOHA 2 (4/4)

## PROFIL DODAVATELŮ A SPOLUPRACUJÍCÍCH OSOB

**Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. a PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D. (oba KAP FF ZČU)**

- Doc. PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D. je politologem působícím na Katedře politologie a mezinárodních vztahů Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni. V červnu 2019 vypracoval evaluaci metodiky použité při *Hodnocení plnění veřejné služby České televize za rok 2018*. Jeho doporučení vedla k řadě parciálních změn především v prezentaci výsledků hodnocení. V roce 2020 byla spolupráce s docentem Rosůlkem rozšířena o hodnocení zpravodajských pořadů formou obsahových analýz pokrytí významných událostí ve vysílání České televize. Přemysl Rosůlek se ve své vědecké práci soustředí zejména na témata nacionalismu, současnou politickou filozofii a dění v oblasti jihovýchodní Evropy.
- PhDr. Pavel Hlaváček, Ph.D. je politologem a amerikanistou působícím na Katedře politologie a mezinárodních vztahů Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Také on se od roku 2020 podílí na obsahových analýzách prezentace významných událostí Českou televizí. Záběr vědecké činnosti Pavla Hlaváčka zahrnuje zahraniční politiku Velké Británie a Spojených států, dění v jihovýchodní Asii a vývoj Spojených států ve 20. a 21. století.



# PŘÍLOHA 3

## METODIKA MĚŘENÍ CELKOVÉHO TÝDENNÍHO ZÁSAHU ČESKÉ TELEVIZE TV VYSÍLÁNÍM A ONLINE OBSAHEM

- Česká televize do roku 2019 pracovala samostatně s
  - koeficienty týdenního zásahu televizního vysílání ČT, poskytovanými Asociací televizního vysílání, a
  - koeficienty zásahu webů ČT, poskytovanými 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 jsme schopni deklarovat, 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 Admosphere, sběr dat probíhá na internetové populaci 15+ metodou CAWI. Při sběru dat jsou dodržovány všechny standardy asociace ESOMAR a sdružení SIMAR.

# PŘÍLOHA 4

## INFORMACE K SEMESTRÁLNÍMU TRACKINGOVÉMU VÝZKUMU ČT

- Jedná se o pravidelný výzkum s půlroční periodicitou, který sjednocuje a nahrazuje dřívější externí výzkumy realizované Českou televizí.
- V rámci kalendářního roku jsou vždy realizovány dvě vlny výzkumu, a to v květnu a listopadu. Sběr dat pro každou vlnu je realizován vždy v průběhu zhruba tří týdnů. Vlivem nouzového stavu v průběhu jara 2020 a s ním spojené nemožnosti realizovat dotazování prostřednictvím osobních rozhovorů, bylo přikročeno ke změně metodiky sběru dat, a to kombinací telefonického dotazování s náhodným výběrem (50 % vzorku) a online dotazování na panelu respondentů (50 % vzorku).
- Dotazován je reprezentativní vzorek dospělé (18+) televizní populace ČR, v každé z vln minimálně 1 000 respondentů.
- Při výběru jsou sledovány následující kvóty: kombinace pohlaví a věkových skupin, vzdělání, velikosti místa bydliště a kraje. Výzkum realizuje nezávislá agentura pro výzkum veřejného mínění Kantar CZ (dříve TNS AISA).
- Pro účely celoroční zprávy jsou vždy spojována data z obou vln výzkumu realizovaných v daném kalendářním roce. V případě pololetní zprávy jsou použita pouze data z jarní vlny dotazování.
- Není-li tedy u konkrétních výstupů uvedeno jinak, činí minimální velikost vzorku u celoroční zprávy 2 000 respondentů, u semestrální zprávy pak 1 000 respondentů.

# PŘÍLOHA 5

## METODIKA OBSAHOVÉ ANALÝZY NYU PRAGUE A IKSŽ FSK UK

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

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

Metodologické zdroje:

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

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

# PŘÍLOHA 6

## METODIKA ANALÝZY KAM FF ZÁPADOČESKÉ UNIVERZITY V PLZNI

Hlavní zpravodajské relace ČT (*Události*) byly pomocí obsahové analýzy srovnány s TV Nova (*Televizní noviny*) a TV Prima (*Hlavní zprávy*). Autoři se přitom zaměřili jak na kvantitativní ukazatele, tak zejména na kvalitativní data.

V případě komparace **kvantitativních indikátorů** bylo zaznamenáno, vyhodnoceno, interpretováno a komparováno předvolební či volební dění v USA v reflexi *Událostí ČT* a ve srovnání s tím, jak o něm referovaly *Televizní noviny* a *Hlavní zprávy* v konkrétním dni. Analýza se dále zaměřila na průměrný čas, zejména pak na následující údaje: 1) délku hlavního zpravodajského pořadu; 2) začátek času, od kdy se vysílaly příslušné reportáže; 3) celkovou délku reportáže či reportáží odvysílaných v daný den; 4) celkový počet reportáží odvysílaných daný den v hlavní zpravodajské relaci; 5) údaje o tom, kolikátá v pořadí byla v pořadu odvysílaná první reportáž k USA v poměru ke 6) všem reportážím a v poměru ke 7) všem zahraničním reportážím.

Interpretace a následná komparace **kvalitativních fenoménů** se zaměřila na celou řadu relevantních kategorií, například *nestrannost, vyváženost, objektivitu, úplnost a přesnost*, dále na *výběr vhodných témat, vysvětlování hlavních pojmů*, s nimiž se v reportáži pracuje, informace o *průzkumech veřejného mínění, negativní informace o protikandidátovi, originalitu a vhodnost zvolených témat* či jejich *interpretaci, infotainment, vhodnost volby a způsobu jazyka, užívání a citování zdrojů* atp.