

Budoucnost České televize:

Veřejnoprávní médium pro 21. století



Obsah

Úvod	01
Moje vize pro budoucnost České televize	03
Nezávislé a objektivní zpravodajství a publicistika	04
Fokus na mladého diváka	06
Digitální služby a iVysílání	07
Transparentní, efektivní a udržitelný provoz	09
Podpora kultury, kreativity a audiovizuální scény	10
Komunikace s veřejností	11
Závěr: Proměna s respektem k poslání	13

Úvod

Česká televize je stěžejní institucí veřejné služby, která má nezastupitelný význam v informačním, kulturním a vzdělávacím světě České republiky. Ve světle proměn mediální krajiny, rostoucí konkurence digitálních platforem, změn diváckých návyků a sílící společenské polarizace potvrzuje dvojnásobně svou důležitost a nutnost upevnění své pozice. Je potřeba vytvořit sebevědomý, ale zároveň realistický plán, který naváže na silné stránky ČT a zároveň ji připraví na budoucnost.

Strávila jsem v České televizi 26 let. Zním ji od nejnižších pater až po ta nejvyšší. Přes dvacet let jsem pracovala v redakci zpravodajství na nejrůznějších pozicích. Zažila jsem i rozjezd ČT24, což beru jako velkou novinářskou zkušenost a hlavně čest. Pracovala jsem jako dramaturgyně, editorka a moderátorka na mnoha pořadech a projektech. Celkem sedmnáct let jsem pak strávila jako dramaturgyně a moderátora pořadu Objektív, který patří k nejstarším a nejsledovanějším pořadům České televize. Poslední rok a půl jsem zastávala pozici tiskové mluvčí a vedoucí PR oddělení. Česká televize pro mě vždy byla a zůstává institucí velmi ctěnou. Stále si s sebou nese velmi dobrou reputaci a veřejností je brána jako nezastupitelná veličina, jako součást života. Nejen pro mě nepochybně představuje jednu z nejsilnějších značek na trhu, ale její kredit za poslední období velmi utrpěl.

Také to je důvod, proč kandiduji na post ředitelky České televize. Neboť potřebuje upevnit své místo ve veřejném životě nejen jako profesionální instituce, schopná nabízet kvalitní obsah, ale především jako instituce disponující stálou důvěrou diváků. Věřím, že jsem osobou, která díky svým dlouholetým profesním zkušenostem a zároveň nulovou provázaností s jakýmkoliv vlivovými skupinami (ať už uvnitř nebo vně televize) dokáže postupně prohloubit důvěryhodnost této instituce.

O důvěře “směrem dovnitř” mluvím záměrně, protože v rámci instituce na mnoha pracovištích dlouhodobě nefunguje zdravá konkurence, také vlivem neexistujících výběrových řízení, dochází ke kumulaci funkcí a vzniká prostředí, které, jak jsme bohužel viděli v kauzách posledních dvou let, může vést k nezdravému až toxickému pracovnímu prostředí, což v úhrnu zásadně poškozuje image ČT jako špičkového profesionálního pracoviště a dále významně nahrává silám, které by rády viděly Českou televizi spíše slabou či v područí určitého názorového spektra.

V Evropě, která v současné době čelí zásadním bezpečnostním výzvám a to nejen v podobě války na Ukrajině, ale též války hybridní, jsou silná a transparentní veřejnoprávní média důležitější, než kdy předtím a zásadní pro udržení demokratické společnosti. Dokazuje to i situace v Maďarsku a na Slovensku, kde zásahy proti veřejnoprávním médiím znamenaly jeden z prvních kroků v oslabení demokracie.

Dovoluji si také vycházet z přesvědčení, že po sedmi dekadách existence České televize by bylo určitě osvěžující, kdyby v jejím čele stála žena.

Jak dosáhnout stavu, v němž by si Česká televize udržela svou výsadní pozici, kterou na českém mediálním trhu zastává, a naopak ji i v době digitálního vysílání zvládla posílit? Mám jasný a strategicky promyšlený plán.

ČT nesmí zůstat jen pozorovatelem proměn, ale jejich aktivním aktérem s důrazem na věrnost svému poslání. Zásadní oblastí, na niž by měl být v nejbližší budoucnosti kladen důraz, je maximální podpora digitálních služeb a snaha oslovit mladé diváky.

Zároveň potřebuje investovat do pořadů a projektů, které obstojí i v mezinárodní konkurenci. Aby ČT zůstala relevantní a důvěryhodná, musí být víc než vysílatel – musí se stát působivou mediální platformou veřejné služby.

Moje vize pro budoucnost České televize



Nezávislé a objektivní zpravodajství
a publicistika



Fokus na mladého diváka



Silné digitální služby a iVysílání



Kvalitní obsah nabízené tvorby, podpora
kultury, kreativity a audiovizuální scény



Kvalitní komunikace

Nezávislé a objektivní zpravodajství a publicistika

ČT24 se za uplynulý rok stala nejsledovanější veřejnoprávní zpravodajskou stanicí v Evropě. S tuzemským podílem na trhu 4,1 % za rok 2024 předběhla stanice, jako jsou britská BBC News, polská TVP Info nebo švýcarská SRF. V posledním průzkumu Vnímání veřejné služby hodnotí diváci Českou televizi jako důvěryhodnou, vyváženou a objektivní. Společně s Českým rozhlasem patří ČT k nejdůvěryhodnějším tuzemským médiím. Vyplývá to z průzkumu Digital News report za rok 2024.

57 % dotázaných hodnotí hlavní zpravodajskou relaci Události jako nejdůvěryhodnější v zemi. Divizi Zpravodajství a publicistiky považují za klíčovou ve vztahu k veřejnosti, je to nejvlivnější divize České televize a byla by pro mě, jako případnou budoucí generální ředitelku České televize, prioritou číslo jedna. Je nesmírně důležité udržet zpravodajství a publicistiku nezávislou na politické moci.

Zpravodajství reprezentuje jeden z pilířů veřejnoprávní služby. ČT24 dlouhodobě dokazuje, že důvěra veřejnosti ve veřejnoprávní médium je oprávněná. Denně ji sleduje přes 1,2 milionu diváků a její on-line obsah je mezi nejvyhledávanějšími informačními zdroji informací v Česku.

Tento úspěch však nesmí vést k uspokojení. V době sílících dezinformací také považujeme za klíčové posílení fact-checkingu a důraz na ověřování informací. Posílit roli zpravodajství na sociálních sítích, přizpůsobit formát a také jazyk jednotlivým věkovým skupinám. ČT24 musí být nejen rychlá a přesná, ale také srozumitelná a přístupná všem generacím.

Základní funkcí České televize je poskytování veřejné služby. Tato služba musí být dostupná, kvalitní a nezávislá. To znamená nejen udržení, ale i aktivní posílení rolí v oblasti:

- **Zpravodajství a publicistiky:** ČT by měla být i nadále oporou veřejné diskuse, nástrojem mediální výchovy a prostorem pro názorovou pluralitu. ČT24 musí zůstat zárukou rychlého, pravdivého a profesionálního zpravodajství.
- **Regionálního vysílání:** Zvýšení regionální produkce a zapojení regionálních témat do celoplošného vysílání přispívá k rovnováze vnímání celé republiky, nejen hlavního města.
- **Menšinové a inkluzivní agendy:** ČT musí být médiem pro všechny – včetně menšin národnostních, etnických, jazykových i sociálních.

V případě zpravodajství bych ráda navázala na profesionální úroveň, kterou si ČT24 z hlediska zpravodajské funkce drží.

Divize Zpravodajství a publicistiky vyžaduje nastavení transparentního kariérního řádu a zajištění stejných příležitostí pro muže a ženy. Dále se zasadím o podporu odvážné a kritické publicistiky. Česká televize v současné době nemá kritický pořad, který by komentoval dění na politické scéně. Ve veřejnoprávním médiu by měl mít takový pořad své místo.

Publicistika zcela jistě zastává důležitou veřejnoprávní funkci. Kvůli náročnosti i drahé výrobě z ostatních televizí téměř vymizela. ČT si v této sféře uchovává výsadní pozici, ale tím pádem i výsadní závazek vůči veřejnosti, která ji platí.

Zasadila bych se o pokračování a zvyšování profesionální úrovně, ale zároveň si myslím, že je nutné nastavení mnohem férovějších a transparentnějších podmínek uvnitř České televize. Atmosféra a pracovní podmínky a poměry v redakci mají vliv nejen na kvalitu vysílání, ale mohou ovlivnit i pověst televize, její dobré jméno, jak jsme toho byli svědky během několika bohužel velmi viditelných afér, kdy se média věnovala vztahům uvnitř televize.

Fokus na mladého diváka

Jedním z pilířů veřejnoprávní služby musí být kvalitní a bezpečný obsah pro děti a mladé diváky. Dětský kanál ČT :D je jedinečným projektem, který je třeba systematicky rozvíjet:

- Rozšíření vzdělávací složky – nejen školní látka, ale také podpora tvořivosti, občanského vědomí, poznávání historie a vědy.
- Moderní formáty – interaktivní pořady, hrané série i dokumentární animace, přizpůsobené způsobu sledování dnešních dětí. Vývoj mobilní aplikace Děčka.
- Spolupráce se školami, muzei a vědeckými institucemi – podpora projektové výuky, soutěží a digitálních učebních pomůcek ve spolupráci s ČT.

Dětský divák není pouze budoucím dospělým divákem – je současným občanem s právem na kvalitní, bezpečný obsah, který ho bude rozvíjet. Děčko musí zůstat bezpečným přístavem důvěry, který poskytuje nejen zábavu, ale i vzdělání a rozvoj klíčových hodnot, jako je tolerance, kreativita a spolupráce. Jsem přesvědčená o tom, že právě dětský program České televize je důkazem plnění veřejnoprávní služby. ČT :D je stanice, která je určena malým divákům od čtyř do dvanácti let věku. Česká televize by se měla snažit “vychovávat” svého diváka právě už od doby, kdy odroste Děčku. Zaměřit se na tvorbu pro náctileté a mít pro ně kvalitní nabídku. Je nutné se zaměřit nejen na pohádky, ale i na témata, která řeší a trápí dnešní děti, zejména ty dospívající. A jaká je cesta k mladému divákovi? Zásadní je mluvit jeho jazykem a mít tvorbu dostupnou na kanálech, které oslovují mladé, ať už je to iVysílání, nebo YouTube. Nabídnout mu obsah, který ho bude bavit a zajímat. V tomto ohledu je klíčové, aby Česká televize oslovovala, hledala a podporovala mladé tvůrce, kteří dokáží tvořit a mluvit “jazykem mladých”.

Digitální služby a iVysílání

Mediální prostředí se zásadně proměnilo. Diváci sledují obsah v mobilních aplikacích, na YouTube, prostřednictvím podcastů nebo sociálních sítí. Česká televize musí reflektovat tuto změnu:

- Rozvoj platformy iVysílání – větší variabilita, interaktivita, lepší uživatelská přívětivost.
- Online formáty a digitální původní tvorba – kvalitní seriály pro mladé publikum, které se dotýkají současných témat, rozšiřovat cílové skupiny iVysílání, budovat brand awareness u mladých lidí, spojit jim značku ČT s relevantním, zábavným obsahem.
- Data a personalizace – uplatnění datových analýz pro pochopení chování diváků, nabídka personalizovaného obsahu doplněná o poučenou redaktorskou kuraci (veřejnoprávní faktor).

Tady vidím budoucnost České televize. S tím, jak se za posledních dvacet let proměnilo chování televizního diváka, tedy i konzumenta mediálního obsahu, je nutné reagovat rychle a pružně, aby instituce veřejné služby zůstala konkurenceschopná. Moderní technologie znamenají pro Českou televizi jedinečnou možnost. Samotná distribuce kvalitního obsahu se totiž v dnešní době stává tématem a hlavním úkolem. Úkolem pro divizi Digitální služby. A je nutné si uvědomovat jejich důležitost. Divák už dnes konzumuje obsah v době, kdy sám chce, a na platformách, které si sám vybírá. Televize už zdaleka není, a v dnešní době ani nemůže být, "jen" klasickým televizorem v obývacím pokoji.

Tvrdím, že jedním z cílů ČT by mělo být pokračování v dalším růstu iVysílání do podoby prémiové VOD platformy, aby se stala volbou pro online-only uživatele. Česká televize se musí zaměřit na jednotné plánování obsahu a jeho publikaci pro všechny digitální cesty v jedné divizi. iVysílání by se mělo v horizontu tří let stát kombinací catch-up a VOD platformy s kompletním archivem, která bude fungovat jako plnoformátový kanál České televize. Zmíním některá specifika VOD platformy oproti lineárnímu vysílání a nastíním tím její důležitost v současném mediálním světě. Zejména je to stabilně atraktivní nabídka, která je zcela nezávislá na sezónách, nebo vysílacích časech a vychází hlavně z potřeb a návyků diváků, je tzv. user-oriented a intenzivně pracuje s algoritmy a daty. Veřejnoprávním faktorem v této oblasti je redaktorská kurace - výběr a řazení nabídky obsahu.

Transparentní, efektivní a udržitelný provoz

Důvěra veřejnosti je podmíněna nejen obsahem, ale i způsobem, jakým instituce funguje:

- Zefektivnění provozních nákladů – audit činností, investice do modernizace technologií, snižování energetické náročnosti provozu.
- Důraz na dodržování environmentálních standardů – green filming, tedy ekologicky odpovědné natáčení, recyklace dekorací, omezení uhlíkové stopy.
- Otevřenost vůči veřejnosti – pravidelné zprávy o hospodaření, online přístup ke klíčovým ukazatelům výkonnosti a otevřený dialog s diváky.

Podpora kultury, kreativity a audiovizuální scény

Česká televize je klíčovým hybatelem tuzemské kultury. Tento potenciál musí být dále rozvíjen:

- Originální dramatická a dokumentární tvorba – podpora témat, která by komerční televize nerealizovala.
- Spolupráce s mladými tvůrci – otevřené výzvy, dramaturgická podpora, mentoring a inkubátory nápadů.

Koprodukce a mezinárodní výměna – aktivní účast v evropských programech, podpora exportu českého obsahu.

Komunikace s veřejností

Česká televize má nejen sloužit veřejnosti, ale také s ní mluvit – aktivně, otevřeně, srozumitelně. Komunikace s veřejností nemá být jen krizová nebo jednostranná. Je třeba budovat důvěru pomocí transparentního, pravidelného a pozitivního dialogu. Domnívám se, že je třeba neustále budovat pozici ČT ve veřejném prostoru, posílit tiskové a PR oddělení, zaměřit se na aktivní komunikaci na sociálních sítích, a poskytovat kvalitní zpětnou vazbu divákům, která bude mít reálný dopad na provoz i programovou skladbu. Otevřenou komunikaci s diváky považuji za klíčovou. Každý z nás, kdo někdy zažil Den otevřených dveří České televize ví, jak velký zájem je o dění v České televizi, a o možnost nahlédnout do přípravy vysílání.

Jako součást tohoto projektu bych také ráda otevřela debatu o možnosti vybudování oficiálního eshopu České televize, který nabídne produkty spojené s původní tvorbou, zajímavou nabídku pro dětské publikum i sběratelské edice ikonických pořadů. Eshop by se mohl stát nejen novým komunikačním kanálem, ale i zdrojem financí a posílení značky ČT v každodenním životě diváků. Českou televizi vnímám jako “love brand”, který je třeba posilovat. Domnívám se, že i prodejem výrobků spojených s pořady České televize s divákem budujeme vztah.

Česká televize jako instituce veřejné služby nesmí fungovat izolovaně. Její síla spočívá i ve schopnosti budovat mosty mezi různými segmenty společnosti. Myslím, že je klíčové systematicky posilovat spolupráci ČT s akademickým sektorem, kulturní scénou. Tato partnerství budou mít nejen programový přínos, ale i strategický význam pro zajištění relevance a otevřenosti instituce.

Instituce veřejné služby musí být vzorem otevřenosti a bezpečného pracovního prostředí. Podpořím pravidelný dialog vedení s jednotlivými tvůrčími týmy, participativní tvorbu programových plánů, podporu mezioborové spolupráce napříč sekcemi a transparentní personální politiku a rozvoj talentů napříč věkovými i genderovými skupinami. Česká televize je dlouhodobě atraktivním zaměstnavatelem a ráda bych se zasadila o to, aby tomu tak bylo i nadále. Aby lákala mladé tvůrce a nabízela jim kvalitní pracovní prostředí, kde se mohou realizovat a byla schopná jim nabídnout i kvalitní finanční ohodnocení.

Závěr: Proměna s respektem k poslání

Budoucnost České televize nespočívá v kopírování komerčních modelů. Spočívá ve schopnosti pružně reagovat, tvořit kvalitní a relevantní obsah a být institucí, která veřejnosti nejen slouží, ale kterou veřejnost také uznává a chrání. Taková Česká televize může být i nadále pilířem demokratické společnosti – v 21. století.

Po 26 letech práce v České televizi jsem připravena nabídnout vedení, které bude pevné i otevřené – schopné řídit, naslouchat i prosazovat. Jak jsem uváděla v úvodu, znám Českou televizi velmi dobře a to беру jako svou velkou výhodu. Víím, co obnáší výroba pořadů, v jak rychlém a stresovém prostředí vzniká zpravodajství a jak důležité je nastolovat témata, která formují veřejný prostor a co znamená nést za ně odpovědnost. Rozumím dynamice týmu, napětí mezi kreativitou a možnostmi výroby. Uvědomuji si důležitost srozumitelné komunikace s veřejností.

V době, kdy důvěra veřejnosti není samozřejmostí, nabízím nejen své zkušenosti z mediálního prostředí, ale i hluboké porozumění hodnotám, které dělají z České televize víc než jen vysílatele – dělají z ní veřejnou službu.

Vendula Krejčová



KONCEPCE DALŠÍHO ROZVOJE A FUNGOVÁNÍ ČESKÉ TELEVIZE JAKO TELEVIZE VEŘEJNÉ SLUŽBY

Vendula Krejčová