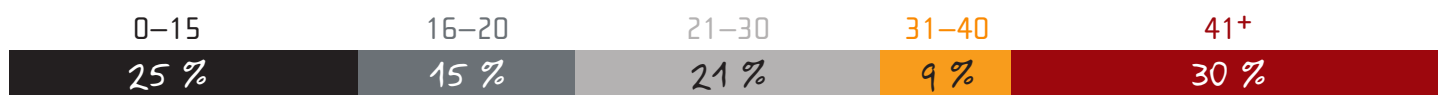


# JSME NÁRODEM TELEVIZNÍCH MANIAKŮ?

Jak sledují čeští diváci televizní vysílání? Převažuje forma nad obsahem?

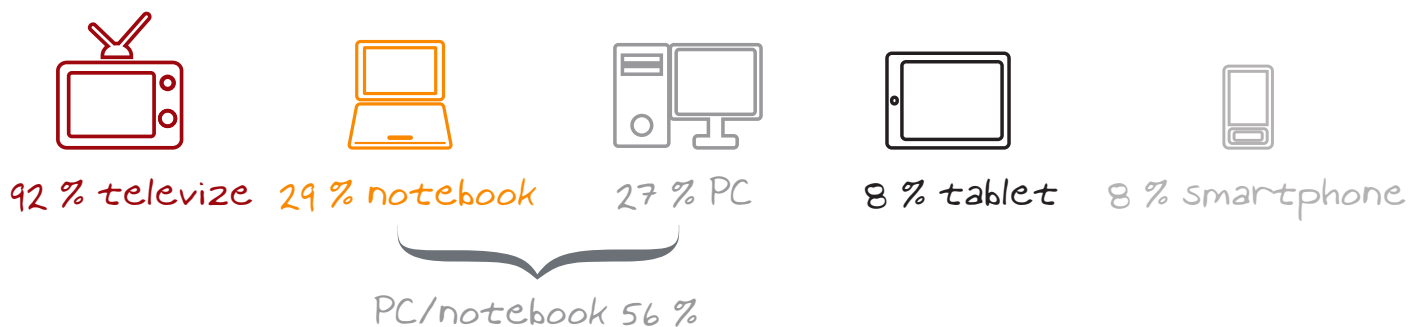
**V 54 % domácností usedají před obrazovku v hlavním vysílacím čase dvě osoby.**

## POČET NALADĚNÝCH TV PROGRAMŮ



**6** Průměrná česká domácnost má šest oblíbených programů, které sledují nejčastěji.

## NA ČEM SLEDUJÍ TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ?



Malá koncová zařízení jsou oblíbená pouze pro krátkodobé sledování. TV je stále dominantní. Pouze 10 % diváků sleduje TV vysílání déle než 10 hodin týdně na jiných zařízeních, než je televizní obrazovka.

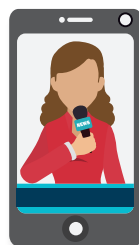
## NA JAKÝCH ZAŘÍZENÍCH SLEDUJEME JEDNOTLIVÉ TV POŘADY\*?



89 %  
zpravodajství

84,6 %  
celovečerní  
filmy

42,6 %  
sportovní  
přenosy



3,8 %  
zpravodajství

1,4 %  
celovečerní  
filmy

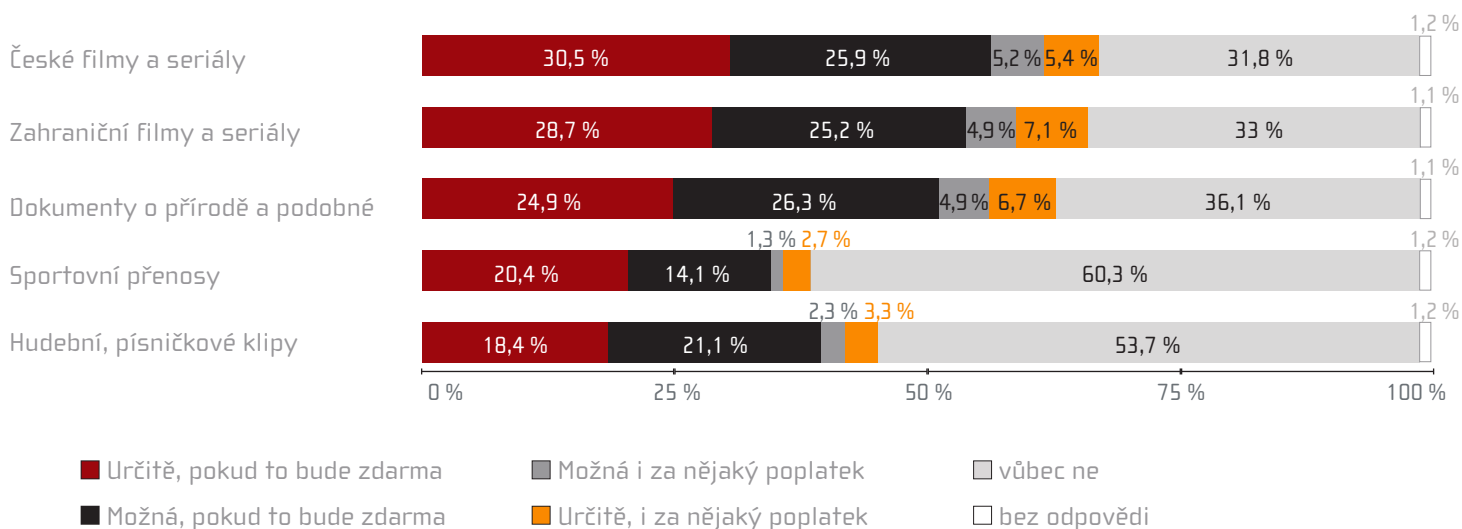
2 %  
sportovní  
přenosy

\*Podíl respondentů sledujících na daném zařízení konkrétní typ pořadu alespoň 1x týdně.

Pokud vynecháme sledování pořadů na televizní obrazovce, pak je zpravodajství nejsledovanějším typem pořadů na PC/noteboocích, tabletech a smartphonech. Naopak filmy a seriály jsou spíše hitem notebooků. Lidé uvádějí, že díky malé úhlopříčce obrazovky nejsou filmy a seriály moc oblíbené na tabletech a smartphonech. Malým zařízením vládnu především hudební klipy.

## ONLINE ARCHIVY JEDINĚ ZDARMA

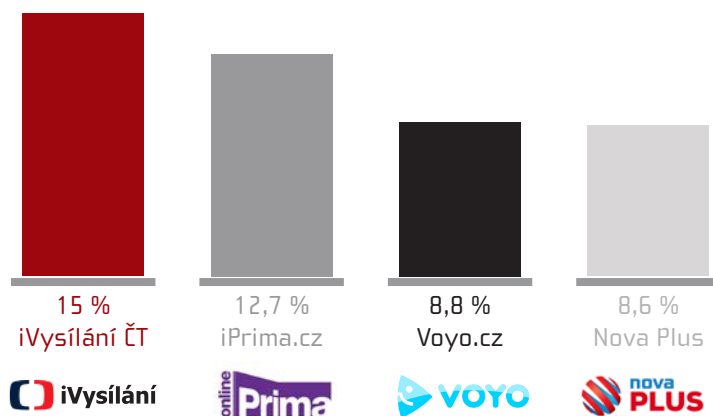
Téměř třetina dotázaných má zájem o online archivy, pokud jsou zdarma, což potvrzuje dlouhodobě nízkou ochotu placení poplatků za televizní vysílání a velmi vysokou oblibu terestrického vysílání. Dalších 5 % projevuje zájem i v případě menšího poplatku. Zajímavostí je, že přibližně třetina respondentů uvádí svůj nezájem o sledování obsahu online archivů.



63,8 %

velkým překvapením je fakt, že dvě třetiny lidí neznají žádný z online archivů!!!

## NEJČASTĚJI UVÁDĚNÉ ARCHIVY, JAK JE DIVÁCI DOKÁZALI SPONTÁNNĚ UVÉST\*:



\*Dotazovaní neměli možnost výběru z navržených možností a odpovídali na základě spontánní znalosti archivů.

### O VÝZKUMU

Průzkum Českých Radiokomunikací byl realizován na reprezentativním vzorku společnosti v rámci online panelu Stem/MARK zahrnujícím 1203 respondentů výzkumnou agenturou Mr.Think. Kvantitativní průzkum sledující chování českých domácností v oblasti vybavenosti televizními přijímači a sledování chování diváků se opakuje v pravidelných šetřeních již od roku 2008. V poslední řadě se zaměřuje také na ochotu adopce nových technologií diváky.