

SPORT, MÉDIA, KOMUNIKACE

Barbora Žehanová, 28. 11. 2022



ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR



ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Program přednášky

Kdo jsem a proč vám tu vykládám

O čem se s vámi chci bavit

- Stručná historie mediální komunikace
- Překotné změny posledních desetiletí (nejen) u nás
- Aktuální stav mediální mapy u nás
- Typy médií
- Zákonné úpravy
- Komunikační kanály a jejich sledování ve sportu
- Co a proč dělá v komunikaci Český olympijský tým

A co zajímá vás?





ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Přednášející – Bc. Barbora Žehanová

FSV UK – obor žurnalistika

sportovní novinářka - MF DNES, iDNES.cz, deník Sport, na volné noze (2000 až 2013)

OH 2008, ZOH 2010, OH 2012, MS v alpském i klasickém lyžování, MS a další významné akce v atletice, Tour de France, Giro d'Italia atp.

Komunikace sportovních svazů – lyžování, moderní pětiboj, kanoistika

Český olympijský výbor – komunikace projektů (ODM a Olympijský festival 2014, Olympijský víceboj, EH 2015, OH 2016, EYOF 2017)

Tisková mluvčí ČOV (2017–2021, ZOH 2018, BG 2019, OH 2020)

Ředitelka komunikace ČOV (od 2021, ZOH 2022, SH 2022 atp.)





ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Stručná historie mediální komunikace

- **Acta diurna** - denní události tesané do kamene (Julius Caesar, starověký Řím, 59 př. n. l.)
- **Císařský dvůr Peking** - 713 n. l., ručně psaný seznam zpráv... Rukopisné noviny v Evropě od poloviny 15. století pro nejvyšší vrstvy
- **KNIHTISK!!!** - Polovina 15. století (Johannes Gutenberg) a pravidelné poštovní spojení umožnily šíření novinek
- **Od 1605 noviny v různých zemích**
- **1719** - Pražské poštovské noviny: <https://cesky.radio.cz/prvni-noviny-vysly-pred-300-lety-i-s-navodem-8139729>
- **1791** - první česky psané Krameriovy vlastenecké noviny
- **1910** - první rozhlasový přenos z Metropolitní opery v New Yorku
- **2. 11. 1936** - zahájení prvního pravidelného vysílání televize na světě (Velká Británie), **12. 5. 1937** první přímý přenos (korunovace krále Jiřího VI.) <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/technicky-vyvoj-televize-v-datech-a-souvislostech/>
- **cca před 30 lety rozvoj internetu, v poslední dekádě soc. sítí**





ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Milníky mediální komunikace v ČR

- **18. 5. 1923** – zahájení pravidelného vysílání Českého rozhlasu z Kbel, <https://archiv.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>
- **2. 8. 1924** – první přímý sportovní rozhlasový přenos v Evropě, <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/rozhlasove-rekordy/2802901>
- **1923** – vznikl Klub sportovních novinářů. profesní organizace, sportovní novináři mimo jiné stáli i u vzniku Českého klubu fair play, <https://www.ksn.cz/o-ksn/historie/>
- **Červenec 1948** – První televizní přenosy z XI. Vsesokolského sletu v Praze
- **1. 5. 1953** – Zahájení pravidelného zkušebního vysílání Československé televize, <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/technicky-vyvoj-televize-v-datech-a-souvislostech/>





ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Překotné změny posledních desetiletí (nejen) u nás

— **Cenzura médií** byla nedílnou součástí komunistického režimu v Československu, znala ji ale i první republika a fungovala také za protektorátu. Po krátkém uvolnění koncem 60. let skončila cenzura definitivně až po listopadu 1989. Reálně již krátce po zásahu na Národní třídě, oficiálně ji zrušil až zákon, který začal platit **29. března 1990**.

Zdroj: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/cenzura-konce-ceskoslovensko.A200327_084819_mediahub_jpl

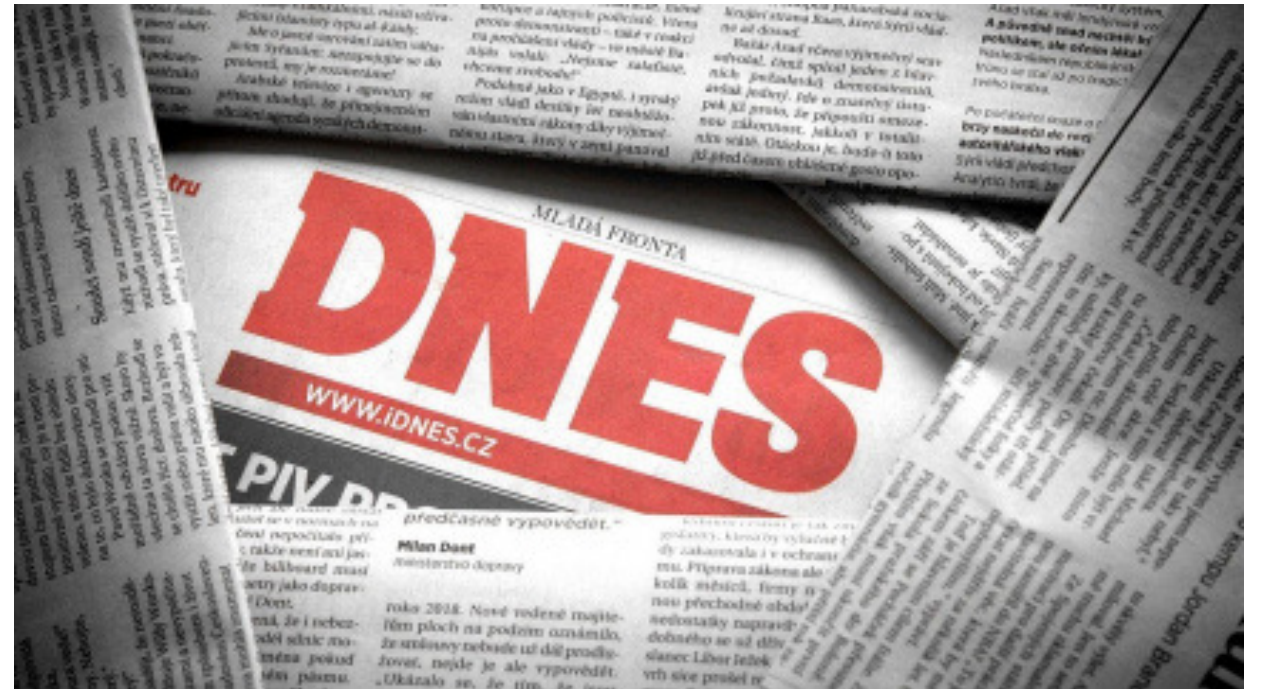
CENZURA



ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

Překotné změny posledních desetiletí (nejen) u nás

- **Privatizace médií** (zrušení zákazu vydávání novin či časopisů soukromými osobami)
- **Přeměna stávajících titulů** (Rudé právo na Právo, Mladá fronta na MF DNES...)
- **Obnova zakázaných titulů** (Lidové noviny)
- **Vznik nových titulů**



VLASTNICKÁ STRUKTURA ČESKÉHO DENNÍHO TISKU

(Stav v březnu 2013. Zdroj: Obchodní rejstřík, Sběrka listin, tiskové materiály.)



2015

The image shows four rectangular cards hanging from a metal ring, arranged horizontally to spell out the year 2015. The first three cards are white with black numbers: '2', '0', and '1'. The fourth card is red with a white number '5'. The cards are set against a blue background that transitions from a darker blue on the left to a lighter blue on the right.

Čeští podnikatelé ovládli tištěná média. Odešel poslední německý vlastník tuzemských novin



Akvizici Vltava-Labe-Press vyjednává za Pentu Marek Dospiva (vpravo). Investice do slovenských médií má na starosti Jaroslav Haščák (vlevo).
autor: HN - Libor Fojtík



pšt, ČTK

12. 8. 2015 / 10:52

BABIŠ ANDREJ | BAKALA ZDENĚK | LUKAČOVIČ IVO | KŘETÍNSKÝ DANIEL | DOSPIVA MAREK | PENTA | ECONOMIA | MAFRA
SEZNAM.CZ | PRÁVO | MÉDIA

- Ve středu koupila skupina Penta vydavatelství Vltava-Labe-Press, tím z Česka odešel poslední německý vlastník českých novin.
- Významné mediální domy vlastní řada českých podnikatelů.
- Podívejte se na galerii lidí, kteří ovládají české deníky.

NEJLEVNEJŠÍ
SPORT.CZ

Airtrack MASTER

NAFUKOVACÍ ŽÍNĚNKA NA DOMA

KUPÍTE
JEM U NÁS!

od 5 490 Kč

VÍCE ZDE

REKLAMA | Předplatitelé mají web bez reklam.

DOPORUČUJEME





Kdo vládne českým médiím?

Zobrazit »



Top 10 mediálních domů

Zobrazit »

Na vlastní pěst: osobnosti nezávislé žurnalistiky

Zobrazit »



Forbes



MÉDIA V ROCE 2021

Základní trendy sledovanosti

Faktor COVID-19

TV měsíčně zasáhla 8,4 mil. Čechů 15+, sledovanost 4+ hodiny denně

TV Nova, ČT a TV Prima (díky návratu sportu rostla ČT Sport)

Rádia: týdenní poslechovost rostla – 7,6 mil. osob (denní průměr 4:28), nejposlouchanější stanice Radiožurnál

Dosah tištěných médií: 7,2 mil. osob, denně prodej 456 tisíc kusů deníků

Nejčtenější Blesk, MF DNES a Deník.

Internetová populace: 8 000 000+

Zhlédnutí stránek: e-commerce, sport, zábava a hry

Zpravodajské weby: Seznam Zprávy, Novinky.cz, iDnes.cz

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/04/prehled-ceskeho-medialniho-trhu-v-roce-2021/>

I Celostátní deníky

	Čtenost	PN
Blesk	685 000	133 731
MF DNES	447 000	87 541
Sport	184 000	22 006
Právo	182 000	54 416
Aha!	168 000	32 276
Lidové noviny	152 000	24 082
Hospodářské noviny	138 000	27 966

I Regionální deníky

	Čtenost	PN
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	80 000	*
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	61 000	*
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	54 000	*
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	53 000	*
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	48 000	*
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	47 000	*
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	40 000	*
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	37 000	*
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	24 000	*
		*
Deník ČR	430 000	74 181

* ABC ČR zveřejňuje pouze údaje za Deník (regionální deníky VLM – SOUHRN)

Unie
vydavatelů
MEDIA
PROJEKT



UNIE VYDAVATELŮ

rychlá volba: informace o Unii vydavatelů;
databáze členů Unie; ročenka

Staňte se členem Unie vydavatelů

Podpora tiskové inzerce

Informace o Unii vydavatelů

■ Mediální data

Výzkum čtenosti

Metodika a popis výzkumu

Jak se zapojit do výzkumu

Ověřování nákladu tisku

Výdaje na reklamu v tisku

Výzkum tisku 2020

[Domácí stránka](#) | [Unie vydavatelů](#) | [Mediální data](#) | [Výzkum čtenosti](#)

VÝZKUM ČTENOSTI TISKU - MEDIA PROJEKT

Výzkum čtenosti tisku **MEDIA PROJEKT** (MP) je na českém tiskovém trhu dlouhodobě zavedeným „one currency výzkumem“ zjišťujícím sledovanost tiskových titulů v populaci ve věku 12 – 79 let. Výsledky tohoto výzkumu se používají při mediálním plánování kampaní pro tisková média. Výzkum realizují od roku 2013 dosud společností společností STEMMARK a MEDIAN, jeho zadavateli jsou Unie vydavatelů a Asociace mediálních agentur (ASMEA). Od roku 2022 probíhá nová fáze realizace výzkumu se stejnými agenturami.

Výzkum prošel od roku 2022 řadou inovací. Rozšířil o sledování frekvence kontaktu čtenářů s tituly a kvality čtení - datových zdrojů k zjišťování GRP pro tisk. Po zkušenostech z pandemického období, kdy se ještě prohloubila neochota veřejnosti odpovídat v rámci výzkumů, se rozšířil okruh používaných dotazovacích metod, zejména CAPI screen to screen, asistované CAPI screen to screen, CAWI a CATI dotazování spojené s datovou fúzí. Zůstává ale zachován nadpoloviční podíl tradiční metody CAPI face to face, aby nedošlo k destabilizaci dat.

Data jsou předávána uživatelům čtyřikrát ročně - v květnu, srpnu, listopadu a únoru, většinou druhý čtvrtek v daném měsíci..

Za rok 2022 budou výstupy k dispozici:

12. května - bez prezentace

11. srpna - s veřejnou prezentací

10. listopadu - bez prezentace

9. února 2023 - s veřejnou prezentací



ABC ČR

Kancelář ověřování nákladů tisku
Audit Bureau of Circulations

[Hlavní stránka](#)

[Mapa stránek](#)

[Kontaktujte nás](#)

CS

EN

[O NÁS](#) ▾

[VYDAVATELSTVÍ V SYSTÉMU](#) ▾

[OVĚŘOVANÁ DATA](#) ▾

[ZAPOJENÍ DO SYSTÉMU](#) ▾

[PARTNERSKÁ ABC](#) ▾

[KONTAKTY](#)



ABC ČR

VÁŠ SPOLEHLIVÝ PARTNER PRO OVĚŘOVÁNÍ NÁKLADŮ TISKU

NOVINKY

NOVÝ TITUL

4. března 2022

Od ledna vstupuje do systému ověřování nákladů tisku titul DopravaDnes.cz vydavatelství MC marketing s.r.o.

NEJNOVĚJŠÍ VLOŽENÁ DATA

PERIODICKÝ TISK

aktuální zveřejněné náklady,
neověřené

únor
2022

Název Vydavatel		Pondělí Po	Úterý Út	Středa St	Čtvrtek Čt	Pátek Pá	Sobota So	Neděle Ne	Denní průměr
Aha! / Aha! TV Czech News Center, a.s.	Cena KS:	13,00	13,00	13,00	16,00	13,00	13,00	-	(Kč)
	TN	38 588	37 123	38 555	S 60 429	42 597	33 738	-	41 838
	P	648	637	639	1 031	641	598	-	699
	PP	23 098	23 270	22 987	37 608	26 315	20 546	-	25 637
	OP	899	899	899	909	899	744	-	875
	EV 1	-	-	-	-	-	-	-	-
	PN	24 645	24 806	24 525	39 548	27 855	21 888	-	27 211
Blesk / Blesk magazín Czech News Center, a.s.	Cena KS:	16,00	16,00	16,00	16,00	20,00	16,00	-	(Kč)
	TN	143 329	131 423	132 887	130 808	S 235 138	120 018	-	148 934
	P	9 454	9 245	9 388	9 119	14 294	8 859	-	10 060
	PP	92 767	86 132	84 935	83 825	157 965	75 818	-	96 907
	OP	7 654	7 654	7 654	7 662	7 667	5 725	-	7 336
	EV 1	16	16	17	16	16	17	-	16
	PN	109 891	103 047	101 994	100 622	179 942	90 419	-	114 319
Deník / TV Magazín / Víkend VLTAVA LABE MEDIA a.s.	Cena KS:	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	-	(Kč)
	TN	63 113	63 075	60 842	60 951	S 155 264	S 79 865	-	80 518
	P	34 761	36 811	36 428	37 555	93 679	51 975	-	48 535
	PP	14 457	11 660	9 898	9 891	37 293	13 176	-	16 063
	OP	0	0	17	10	82	0	-	18
	EV 1	215	215	214	213	217	208	-	214
	PN	49 433	48 686	46 557	47 669	131 271	65 359	-	64 829

ČEŠI online 2021

KOLIK ČECHŮ SE PŘIPOJUJE K INTERNETU?



Zdroj: NetMonitor - SPIR - Gemius, STEMI-MARK březen 2021, CSÚ, stav k 31. prosinci 2019

- na internetu je **8+ MILIONU** Čechů
- denní zásah internetových médií NetMonitoru je **6 MILIONU** internetových uživatelů (74 %)
- 80 %** internetových uživatelů si prohlíží internet z mobilních zařízení (mobil nebo tablet)
- nejčastěji navštěvovanou obsahovou kategorií je **ZPRAVODAJSTVÍ**
- 99 %** lidí ve věku 10–40 let je na internetu

KAM CHODÍME NA WEBU NEJČASTĚJI?

ZPRAVODAJSTVÍ 6 590 420	EKONOMIKA, FINANCE, PRÁVO 5 414 417
HP ROZCESTNÍKŮ 6 431 039	KOMUNIKAČNÍ SLUŽBY 5 336 839
DATABÁZE A KATALOGY 5 829 997	BULVÁRNÍ MAGAZÍNY 5 331 319
TV, RÁDIA 5 732 182	MAGAZÍNY ZAMĚŘENÉ NA ŽENY A MÓDU 5 181 066
E-COMMERCE - PRODEJ 5 721 344	ZÁJMOVÉ SERVERY, HOBBY 4 921 575

Počet reálných uživatelů (RU) z ČR, všechny platformy dohromady, 3/2021, zdroj: NetMonitor - SPIR - Gemius, březen 2021

DENNÍ ZÁSAH MÉDIÍ V NETMONITORU

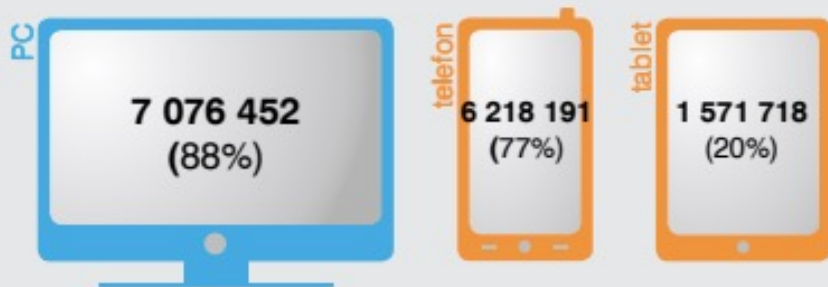
5,96 mil. je průměrný denní zásah médií v NetMonitoru

74,2% všech internetových uživatelů ČR 10+

62,3% všech obyvatel ČR 10+

Zdroj: NetMonitor - SPIR - Gemius, březen 2021

NA ČEM SI PROHLÍŽÍME WEBOVÉ STRÁNKY?



Velikost internetové populace 10+ ČR v rozpadu po platformách, zdroj: NetMonitor - SPIR - Gemius, STEMI-MARK březen 2021

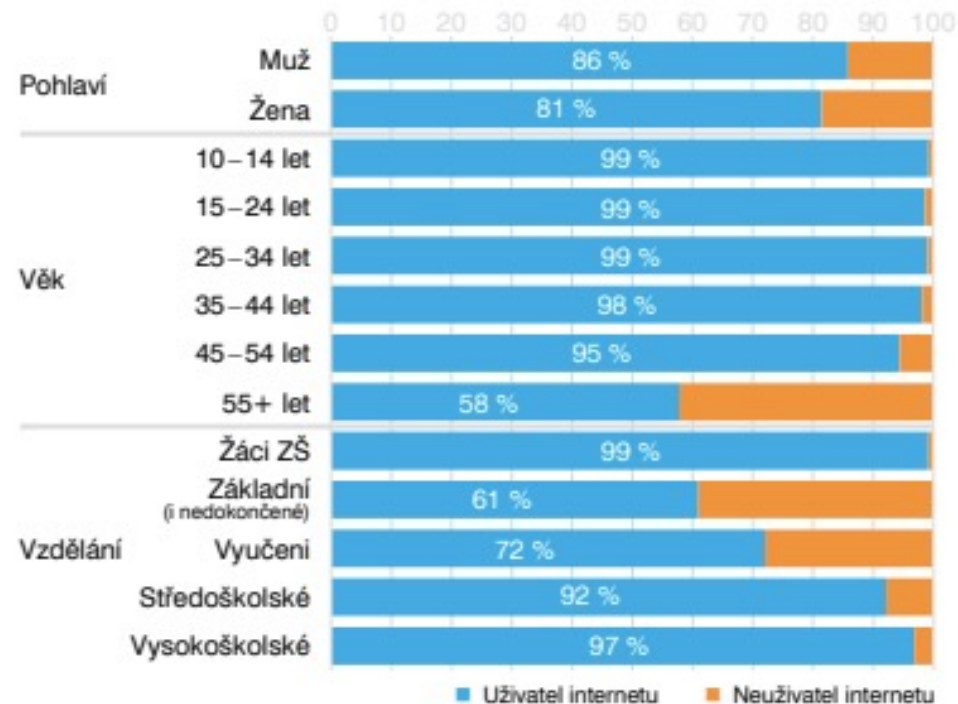
ONLINE ZPRAVODAJSTVÍ

- Měsíční zásah **6,5 milionu** internetových uživatelů ČR 10+
- Denní zásah (běžný průměr) **3 miliony** internetových uživatelů ČR 10+
- Denní zásah (při vážných událostech) **4 miliony** internetových uživatelů ČR 10+

Zdroj: SEKV - SPIR - Gemius, březen 2021

JAK SOUVISÍ UŽÍVÁNÍ INTERNETU S POHLAVÍM, VĚKEM A VZDELÁNÍM?

- Do věku 44 let je penetrace internetu 99 %
- Mezi internetovými uživateli chybí především starší lidé
- Na internetu jsou téměř všichni vysokoškoláci (97 %)



Procentuální podíly internetových uživatelů v jednotlivých sociodemografických skupinách; průnik internetové populace v reálné populaci ČR, zdroj: SEKV - SPIR, listopad 2020

https://www.spir.cz/sites/default/files/prilohy/Cesi_online_2021.pdf

Internet v roce 2021 vyrostl o 22 % a potvrdil svoji pozici nejsilnějšího mediatypu

Tisková zpráva

Praha 11. dubna 2022 – V roce 2021 dosáhly výdaje do online reklamy 48 miliard korun. Jedná se o dosud nejvyšší investice, oproti roku 2020 jde o 22% nárůst, na kterém se v absolutních hodnotách nejvíce podílela display reklama (+21 %) a reklama ve vyhledávání (+27 %). Z pohledu způsobu obchodování inzertního prostoru rostl programatický nákup display reklamy o 25 %. Očekávání pro rok 2022 je 12% růst investic do online reklamy. Údaje pocházejí z výzkumu inzertních výkonů internetové reklamy, který pro Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) realizuje agentura Median. Údaje za ostatní mediatypy poskytla společnost Nielsen-Admosphere.

Vzhledem k tomu, že výkon všech ostatních mediatypů na trhu je udáván v ceníkových cenách, ale objem internetové inzerce je tvořen ceníkovými i čistými cenami, rozhodl se SPIR výzkum pro rok 2021 metodicky upravit, aby bylo možné porovnávání s ostatními mediatypy. Úprava metodiky spočívá v přepočítání celkového výkonu onlinu na ceníkové ceny. Výkon online reklamy tvořený součtem ceníkových a čistých cen v loňském roce dosáhl 48,3 mld. Kč. V ceníkových cenách se jedná o objem 96,6 mld. Kč, který tak potvrzuje online reklamě pozici nejsilnějšího mediatypu.

„Internet neustále posiluje svoji pozici komunikačního kanálu, což je v postcovidové době pozitivní zpráva. Při pohledu přes ceníkové ceny, které umožňují srovnání s ostatními mediatypy, je se svým výkonem téměř 97 miliard korun jeho dominantní pozice jednoznačná,“ komentoval výsledky výzkumu Michal Hanák, předseda výkonné rady SPIR.

Výzkum probíhal v lednu a únoru 2022 a zapojili se do něj internetoví provozovatelé, mediální, digitální a specializované agentury, reklamní síť i přímí inzerenti. Metodika výzkumu a její úpravy pro rok 2021 jsou podrobně popsány na webu <https://www.inzertnivykony.cz/>

REPORTY

Přehled

Provozovatelé

Domény

Streamové přehrávače

Aplikace

Kategorie

Packý

Provozovatelé včetně aplikací

Trend

GEOLOKACE:
All

PLATFORMA:
Total

Metriky

Vyhledat



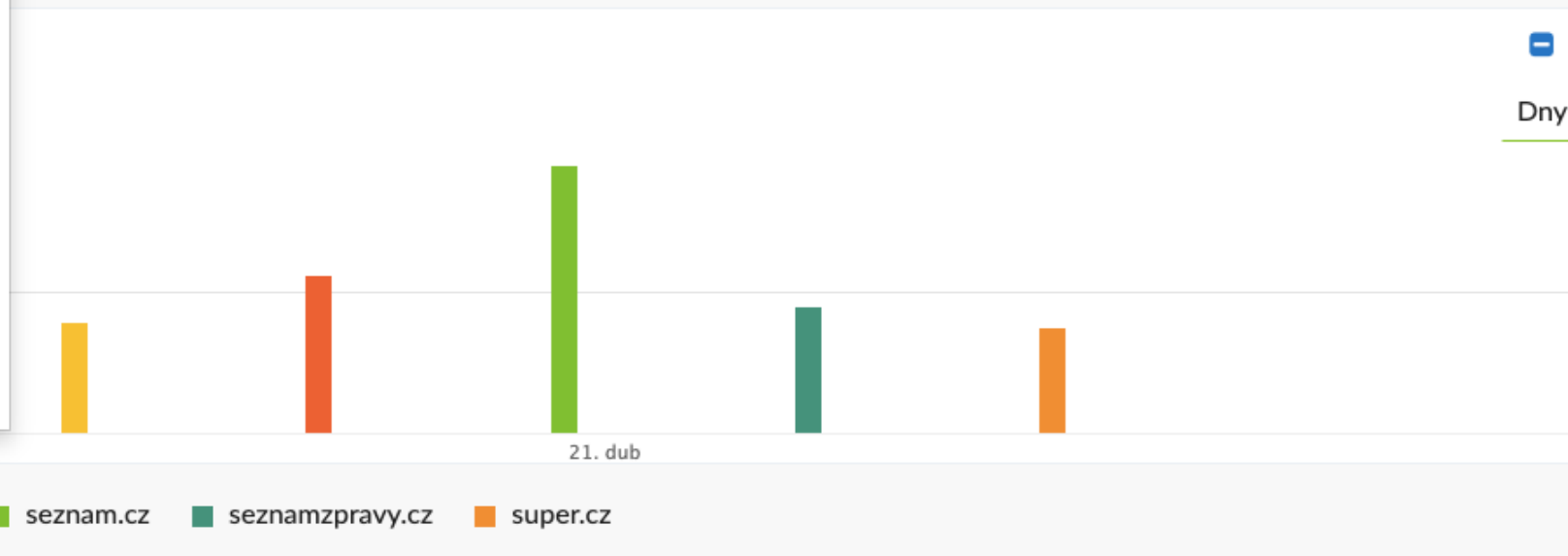
Graf

Real users

4 000 000

2 000 000

- Total
- PC
- Mobile
- Phone
- Tablet
- PC - Home
- PC - Work



Odznačit vše

	Název	Real users	Page views	Visits	Time
	<input type="checkbox"/> Internet	-	543 797 828 ▼	74 922 770 ▼	1388r 183d ▼
1	<input checked="" type="checkbox"/> + seznam.cz	3 777 365 ▼	88 207 262 ▼	15 899 009 ▼	192r 148d ▼
2	<input checked="" type="checkbox"/> + novinky.cz	2 233 438 ▲	13 283 898 ▼	5 996 631 ▲	44r 101d ▼









ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

VEŘEJNOPRÁVNÍ VERSUS SOUKROMÁ MÉDIA

– Média veřejné služby nevznikají za účelem zisku - ČT a ČRo financovány koncesionářskými poplatky + podnikatelskou činností, ani ČTK není dotována ze státních prostředků. Ve všech případech platí, že stát neodpovídá za jejich závazky a dané média neodpovídají za závazky státu.

– Neutrální a objektivní zpravodajství, ověření zpráv ze dvou nezávislých zdrojů, vyvážené, nestranné, věcné zprávy, nejen majoritní, ale i menšinové, řídí se etickým kodexem...

– Ad zákon: Česká televize poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu (dále jen "veřejná služba v oblasti televizního vysílání")

<https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakony/>

<https://informace.rozhlas.cz/zakony-o-rozhlasovem-vysilani-7739193>

<https://informace.rozhlas.cz/dokumenty-7754037>

https://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/

RRTV, Rada ČT, Rada ČRo, Rada ČTK

Ústava - svoboda a právo projevu

Zákon o svobodném přístupu k informacím

Tiskový zákon

Pro přehled o vývoji: <https://www.mediar.cz/ceske-medialni-zakony-cekaji-na-koncepcni-revizi/>



ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

JAK SPORTEM ZAUJMOUT PRARODIČE I VNOUČATA

**KOPEME
ZA SPORT!**



ZÁPASÍME O POZORNOST!



Péče o děti

**Finance
a ekonomika**

Příroda

Móda a oblečení

Auta

Politika

Hudba

Celebrity

Vaření

Umění

Zdravý životní styl

Sex

Historie

SPORT

Seriály

Horoskopy

Filmy

**Zprávy
ze zahraničí**

Knihy

Hry a hraní

**Zprávy
z regionu**

Krimi zprávy

Cestování

Zprávy z domova

Divadlo

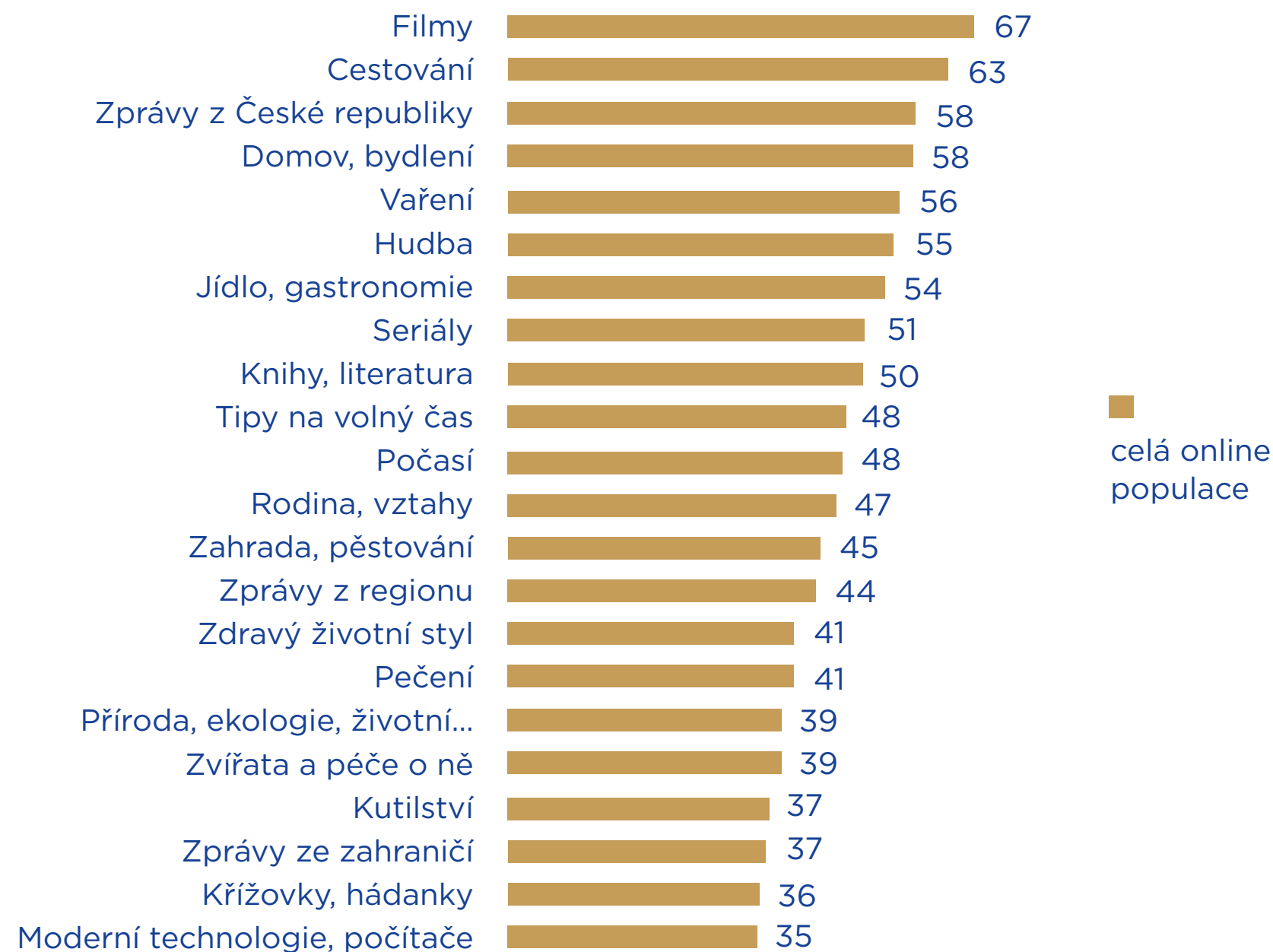
Kutilství

Vzdělávání

Zahrada a pěstování

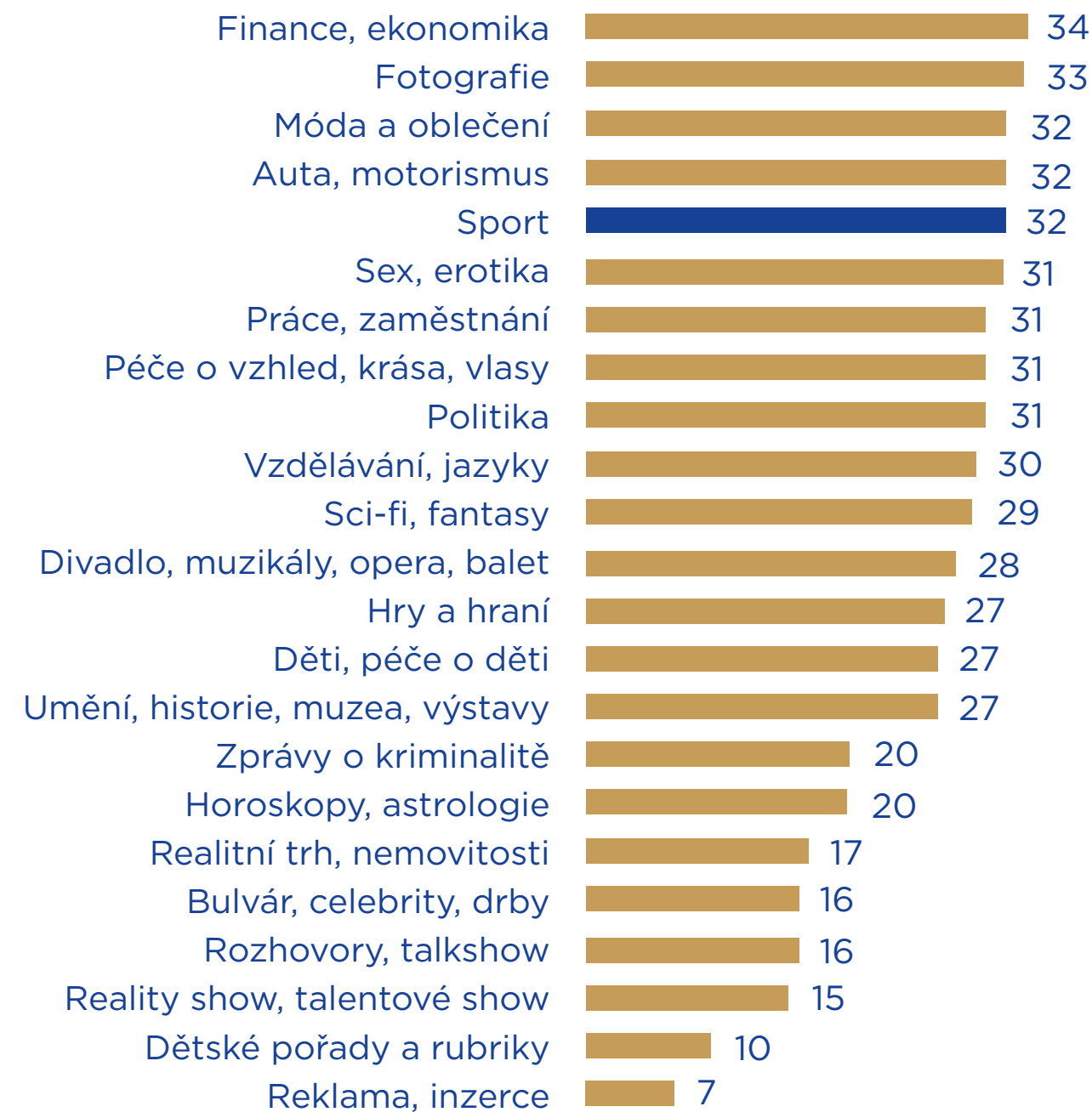
O CO SE ZAJÍMAJÍ ČEŠI

(celá on-line populace)

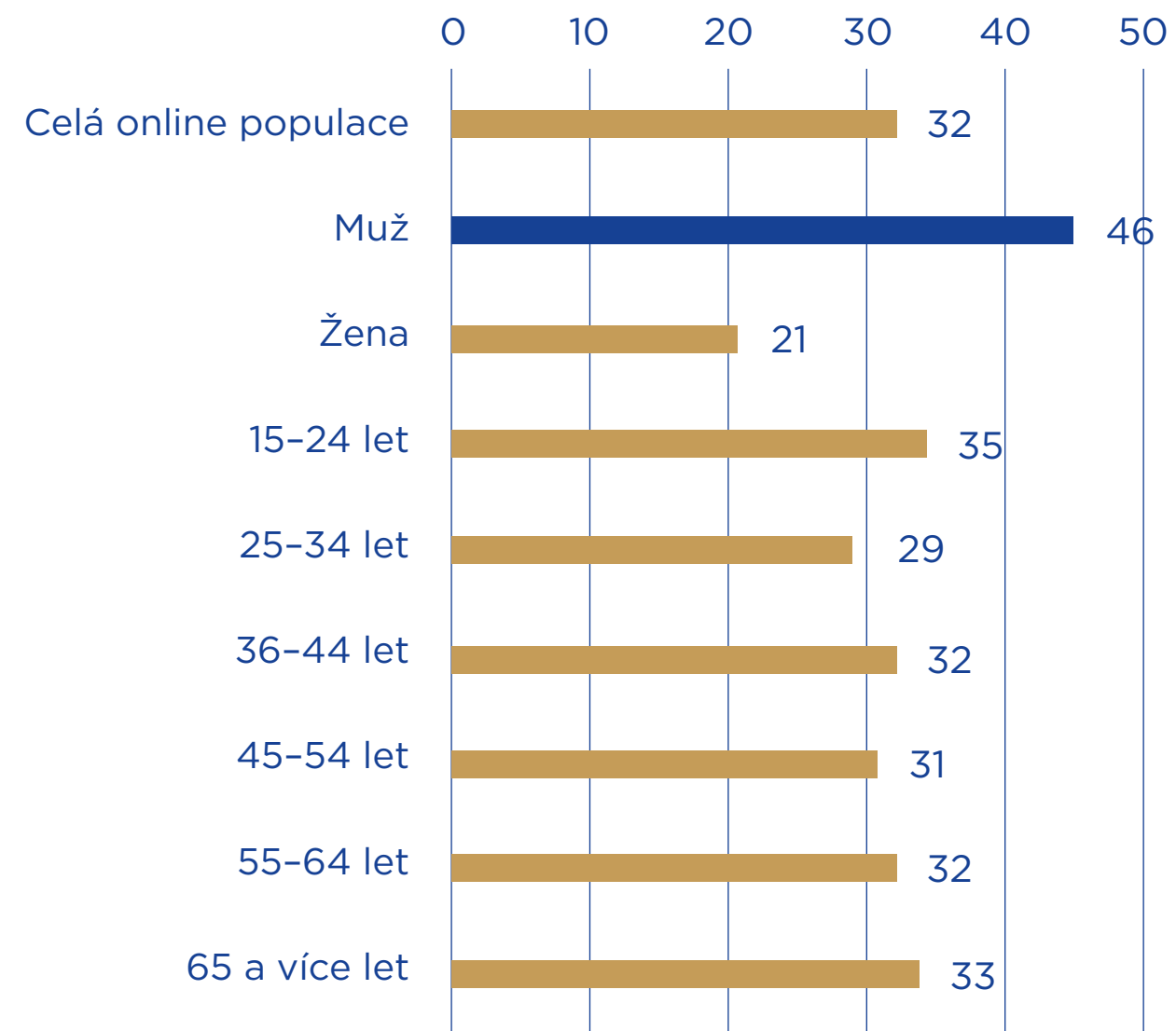


Zdroj: GroupM pro ČOV, on-line populace = 92 % populace ČR

2,3 MILIONU lidí v Česku se zajímá o sport



O CO SE ZAJÍMAJÍ ČEŠI (celá on-line populace)



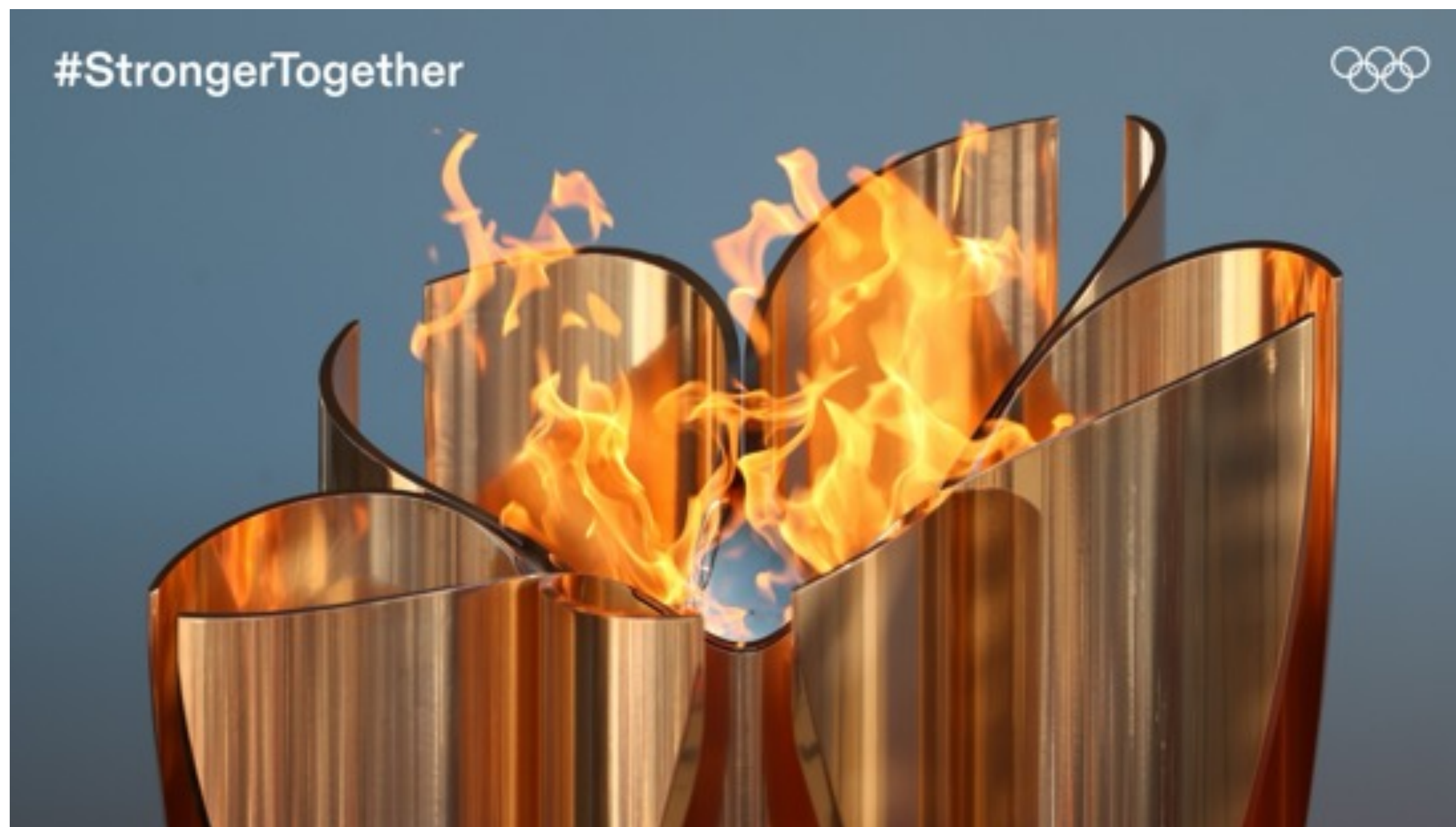
**2X VÍCE SE O SPORT ZAJÍMAJÍ
MUŽI OPROTI ŽENÁM.**

U mužů je sport na 12. místě (za vařením), u žen na 35. místě (za krimi zprávami). Vliv má ale socioekonomické postavení – bohatší a vzdělanější lidé se o sport zajímají více.

Zdroj: GroupM pro ČOV, on-line populace = 92 % populace ČR

FASTER, HIGHER, STRONGER – TOGETHER (RYCHLEJI, VÝŠE, SILNĚJI – SPOLEČNĚ)

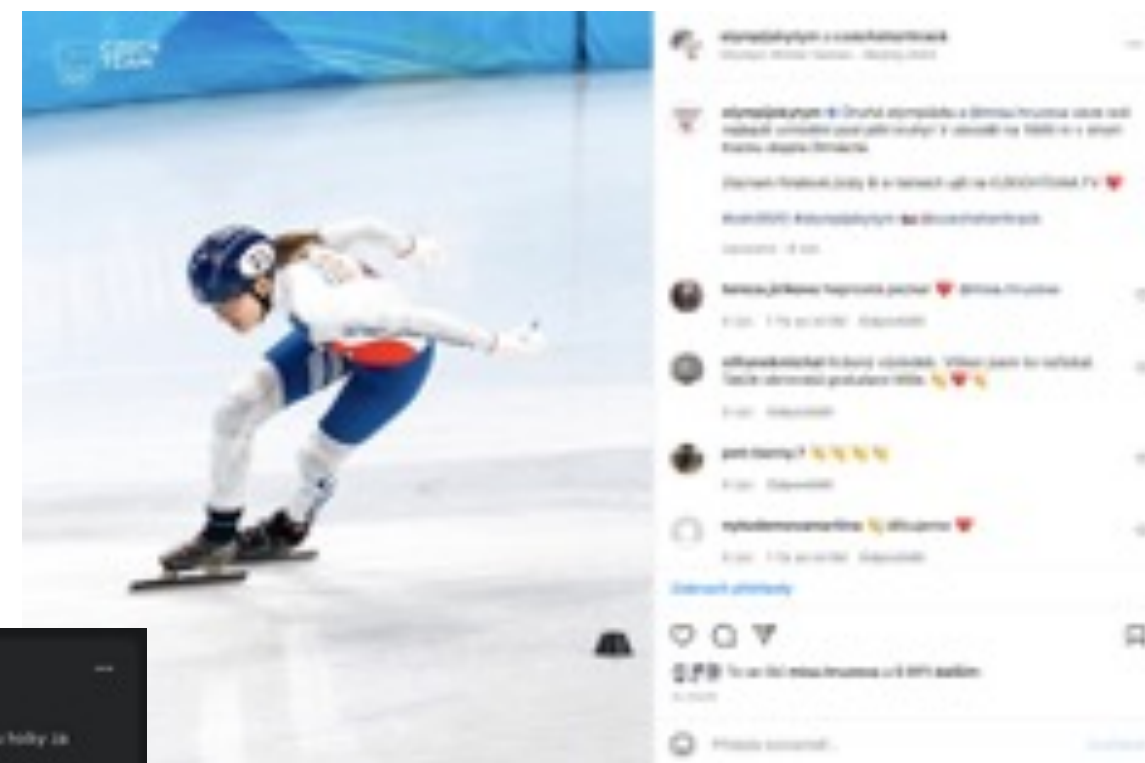
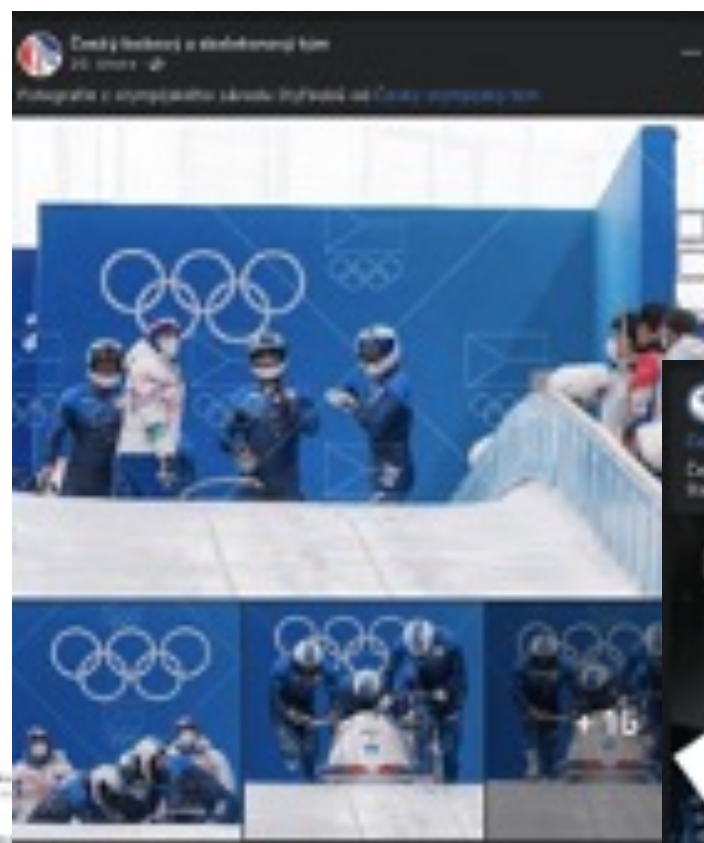
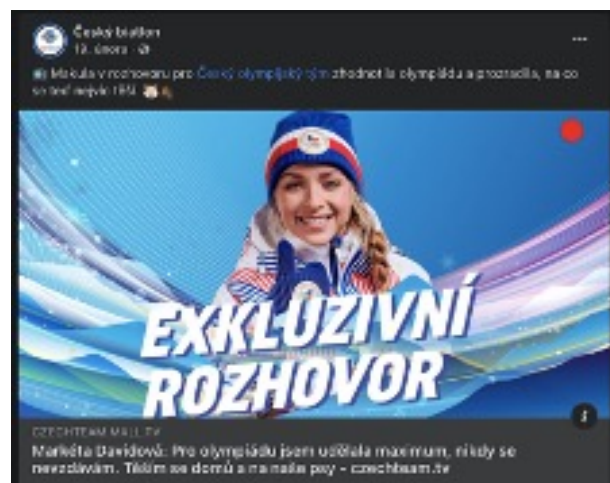
Olympijské motto od roku 2021





#STRONGERTOGETHER

SPOLUPRÁCE SE SVAZY ZOH PEKING 2022



ZOH PEKING 2022 A CZECHTEAM.TV

8 Tolik měsíců předem
(v červenci 2021) začaly přípravy

92 videí se dostalo
na obrazovky ČT Sport

497 videí vzniklo celkem

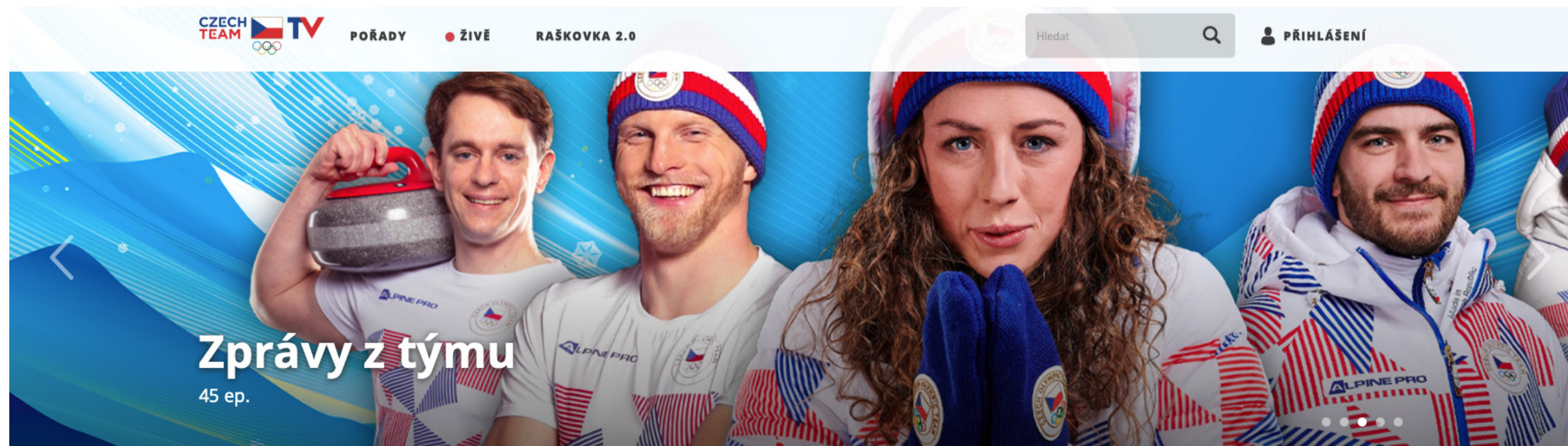
34 exkluzivních rozhovorů

73 sportovních sestřihů

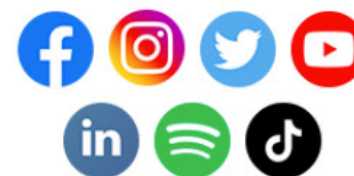
158 e-mailových zpráv s obsahem
putovalo během 20 dní kolem ZOH na
sportovní svazy

10 000+ fotografií obdrželi
sportovci i sportovní svazy

#STRONGERTOGETHER



DĚKUJEME ZA PODPORU!
SLEDUJ DÁL @OLYMPIJSKYTYM



Nejnovější videa

[UKÁZAT VŠE >](#)



Voláme do Pekingu Kryštofu Krýzlovi!
Olympiáda ŽIVĚ



Ježdík & Verner: Je stále těžší stát na bedně. Pacina...
jak to vidí trenér



Ještě není pozdě, dokud není pozdě aneb Poslední...
Olympiáda online



Olympijský oheň v Pekingu zhasl, česká výprava se loučí
Olympijské sestřihy



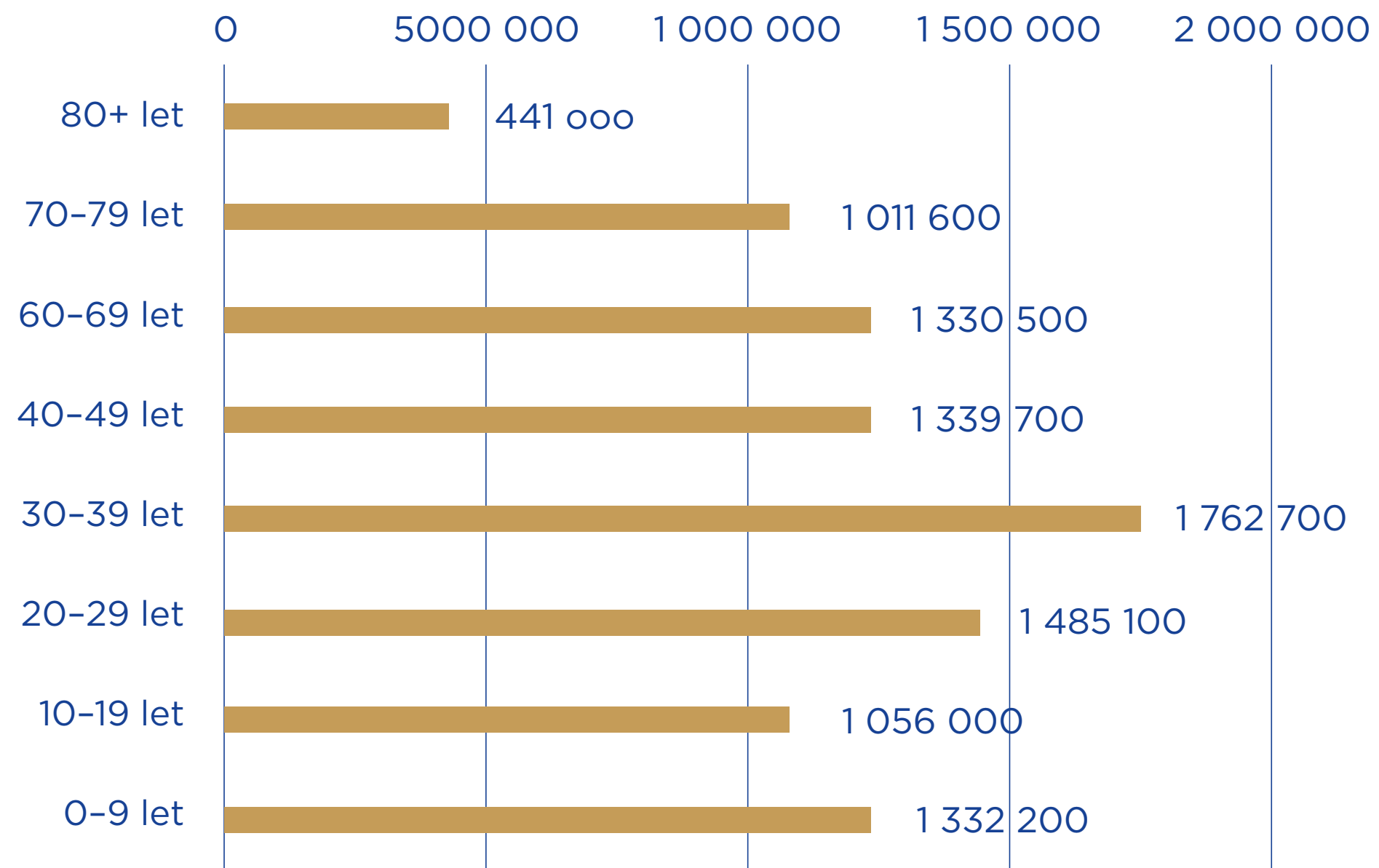
Tomáš Verner & Michal Ježdík: Ohlédnutí za...
jak to vidí trenér



Trenér Petr Horn: Příčiny neúspěchu českého...
jak to vidí trenér

KOHO CHCEME OSLOVIT?

Dětí je v české populaci méně než rodičů a prarodičů.
Ale chceme zaujmout všechny.



Zdroj: ŠSÚ

JAK SE CHOVÁJÍ FANOUŠCI

- Mladí se zajímají o sport celkově více oproti starším generacím, ale sledují ho jinak (méně je lákají tradiční platformy a formáty obsahu).
- Vnoučata sledují více sestřihy, jejich prarodiče televizní přenosy.
- Psaný obsah a audio sledují o polovinu méně než starší generace, vede obrazový obsah.
- Zatímco mladí sledují obsah na sociálních sítích dvojnásobně oproti rodičům a prarodičům, prarodiče se na něj dívají v televizi dvakrát tolik než vnoučata.
- Sportovní obsah je pro vnoučata na úrovni počítačových her.
- Celkově je zajímavá méně sportů (2) než jejich rodiče a prarodiče (5 a 6).

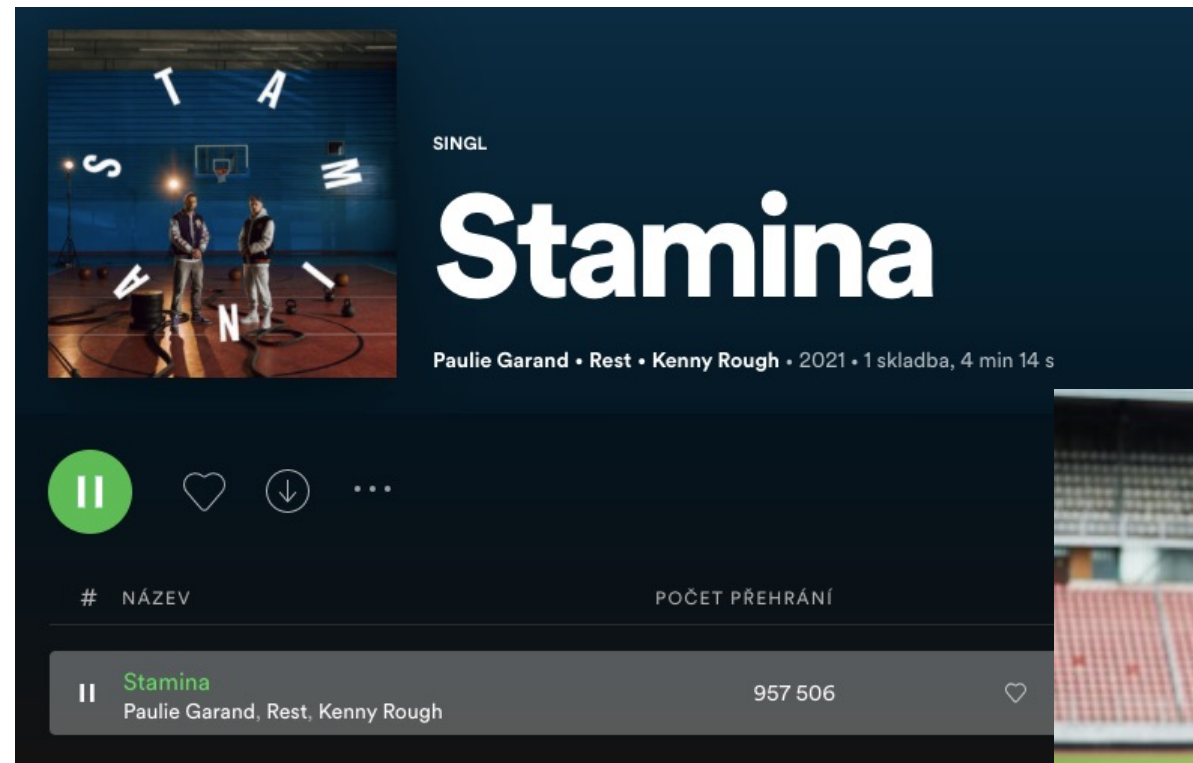
	9 až 24 let	25 až 40 let	41 až 56 let	57 až 75 let	Průměr
Celosvětový podíl času podle mediatypu					
Sportovní obsah	17%	18%	19%	24%	19%
Zábavní obsah	42%	41%	42%	38%	41%
Hry	16%	16%	12%	8%	13%
Hudba	25%	25%	27%	30%	27%
Celosvětový zájem o sport					
Celková úroveň zájmu o sport	60%	55%	49%	47%	53%
Počet sportů s vysokým zájmem	2	4	5	6	4
Podíl sledování sportu podle formátu					
Živě	35%	44%	50%	50%	45%
Záznam / sestřihy	50%	38%	27%	24%	35%
Dlouhodobé formáty / dokumenty	4%	5%	5%	4%	4%
Psaný obsah	7%	8%	12%	14%	10%
Audio	4%	5%	6%	8%	6%
Intenzita sledování sportu					
Sledování celých přenosů	62%	74%	83%	93%	78%
Sledování zlomových okamžiků	37%	18%	13%	10%	20%

Zdroj: Studie PwC's Sports Survey 2021. Kapitola postoj fanoušků ke sportu s důrazem na média.



**NEMUSÍME JEN
ZÁPASIT O POZORNOST...**

SPOLUPRÁCE NAPŘÍČ ODVĚTVÍMI - KLIP STAMINA CCA 1 000 000 POSLECHNUTÍ JEN NA SPOTIFY



SINGL

Stamina

Paulie Garand • Rest • Kenny Rough • 2021 • 1 skladba, 4 min 14 s

NÁZEV POČET PŘEHRÁNÍ

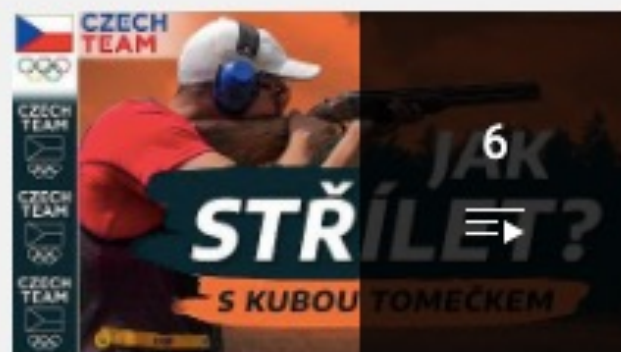
#	NÁZEV	POČET PŘEHRÁNÍ
1	Stamina Paulie Garand, Rest, Kenny Rough	957 506



I SPOLEČNĚ

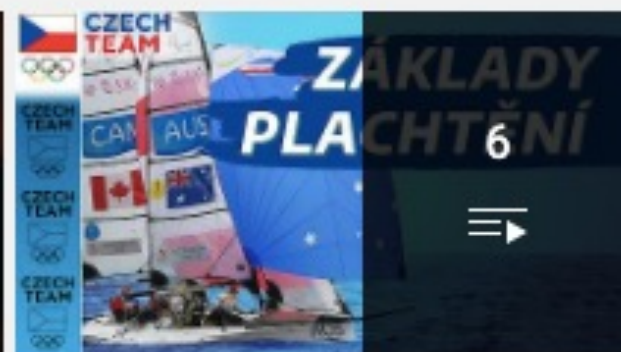


HOW TO... Sportovní hvězdy ukazují, jak na to! Triky, rady, tréninkové figle.



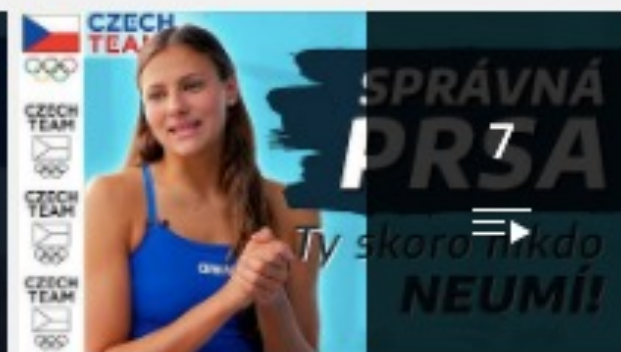
Škola STŘELBY s Kubou Tomečkem

Český olympijský tým
ZOBRAZIT CELÝ PLAYLIST



Škola JACHTINGU s Ondrou Teplým

Český olympijský tým
ZOBRAZIT CELÝ PLAYLIST



Škola PLAVÁNÍ s Bárrou Seemanovou

Český olympijský tým
ZOBRAZIT CELÝ PLAYLIST



Škola bruslení s Tomášem Vernerem

Český olympijský tým
ZOBRAZIT CELÝ PLAYLIST

HLEDÁME NOVÉ CESTY

TikTok

Search accounts



Upload

Log in



For You

Following

LIVE

Log in to follow creators, like videos, and view comments.

Log in

Suggested accounts

baravot33_fanp...
FANPAGE

sammy_kolo
sam

aikomakesmusic
Aikomakesmusic

redbullnorge
Red Bull Norge

matyseq_
matyseq_

See all



▶ 9495

Držíme palce @narodni...



▶ 43.9K

Letí naše skokanky a @Jan...



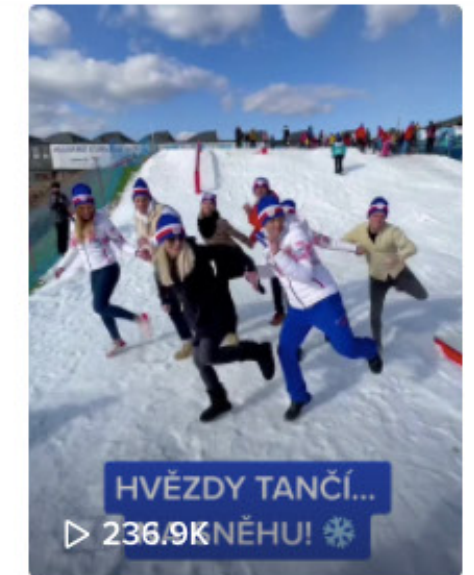
▶ 42.2K

Dobrá nálada je základ! Vy...



▶ 65.6K

Milujeme sporty! Napiš ...



▶ 236.9K

Chceme zimní edici @Star...



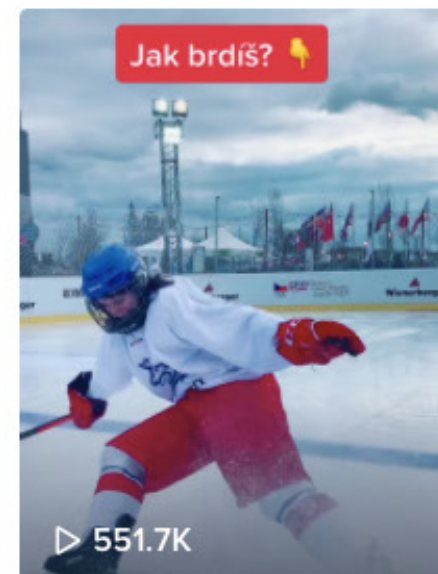
▶ 39.2K

#olympiiskyty #m...



▶ 14.6K

Létající Čestmír



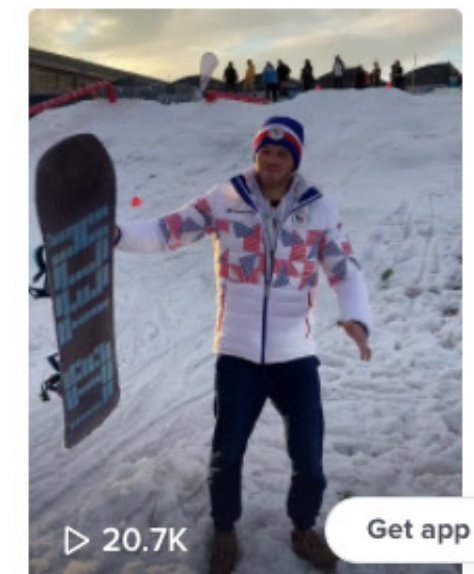
▶ 551.7K

A jak brzdíš ty? #olympi...



▶ 28.2K

GIGA TELKA Když je ti t...



▶ 20.7K

Skoč si pro olympijskou ko...

<https://www.tiktok.com/@olympiiskyty/video/7062402462789246620>

A CO ZAJÍMÁ VÁS?

Barbora Žehanová,
ředitelka komunikace
Českého olympijského výboru

+420 731 455 120
zehanova@olympic.cz