

VICE 2031

Úspěšná digitální a obsahová transformace České televize

Důvěra. **Nezávislost.** Odpovědnost.
Pro každého. Odevšad. **Bez bariér.**
Informace. **Vzdělávání.** Zábava.
On-air. On-line. **Na dosah.**

**Koncepce dalšího rozvoje a fungování České televize
jako televize veřejné služby v letech 2025–2031**

Milan Fridrich 2025

ÚVOD

Vážené členky a členové Rady České televize,

v České televizi působím téměř dvě desetiletí. **Už za několik měsíců to bude osmnáct let od chvíle, kdy jsem vstoupil do jejího nejvyššího vedení a kdy jsem dostal možnost být u zásadních změn, které formovaly její podobu.** Zažil jsem tři generální ředitele, měl jsem příležitost vést různorodé agendy a různorodé týmy. Strávil jsem v České televizi zásadní část svého života a svoji práci jsem vždy dělal s maximálním nasazením a s vědomím toho, jak zásadní funkci televize veřejné služby v životě české společnosti plní.

Stál jsem u rozjezdu ČT24 a jejího přechodu na kontinuální vysílání, s kolegy v Nových médiích jsem spustil první mobilní aplikace pro zpravodajství, sport i iVysílání a nastavil základní kameny webů ČT tak, že se na nich obsahově i vizuálně staví dodnes. Během posledních let jsem coby ředitel Programu mohl spoluvytvářet obsahovou nabídku České televize, která se za tu dobu stala devětkrát lídrem televizního trhu a dosáhla na vysoké hodnocení kvality ze strany diváků a tuzemských i zahraničních festivalů. Byl to výsledek dennodenní práce mnoha lidí, kteří v České televizi působí a kterých si vážím.

To vše je ale minulost. **Následující roky budou v ČT bojem o budoucnost. O budoucnost veřejné služby i televize jako takové, bojem o jejich smysl v digitálním světě, který přináší globalizaci spotřeby videa, změny technologií a principů distribuce, fragmentaci publika, nástup generativních modelů umělé inteligence i proměnu komplexních kulturních vzorců.**

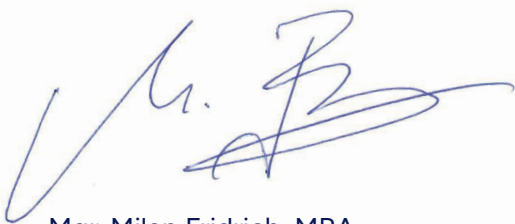
Česká televize navíc v poslední době utrpěla šrámy na své důvěryhodnosti. Podle aktuálního výzkumu agentury Kantar pokládá ČT za důvěryhodnou 61 % obyvatel. Loni na jaře to bylo 67 % obyvatel. Na otázku, zda informace předkládané ČT divákům jsou objektivní a vyvážené, odpovědělo „ano“ 55 % respondentů. Loni na jaře jich bylo 63 %. Česká televize je oslabená, a to navzdory faktu, že se po 17 letech podařilo stabilizovat její financování.

Nyní Česká televize dostala šanci. Možnost využít předvídatelné financování na to, aby prošla hlubokou digitální transformací a získala zpět svoji relevanci.

Chci se na této změně podílet. Chci vám nabídnout své zkušenosti a svoji vizi, znalost procesů a prostředí i vztah k lidem, kteří Českou televizi tvoří. Rád bych pracoval pro všechny diváky ČT a rád bych posunul služby televize veřejné služby tak, aby byly ještě přístupnější, ještě kvalitnější a ještě užitečnější pro stávající i nová publika.

Jsem si jistý, že i v budoucím světě může být Česká televize silná, respektovaná, nezávislá a důvěryhodná. Nezastupitelná.

Ve svém projektu „Vize 2031“ – úspěšná digitální a obsahová transformace České televize“ se pokusím o definici strategie, jak toho dosáhnout.



Mgr. Milan Fridrich, MBA
V Praze dne 20. 5. 2025

1. ČESKÁ TELEVIZE – jak obstát v digitálním světě

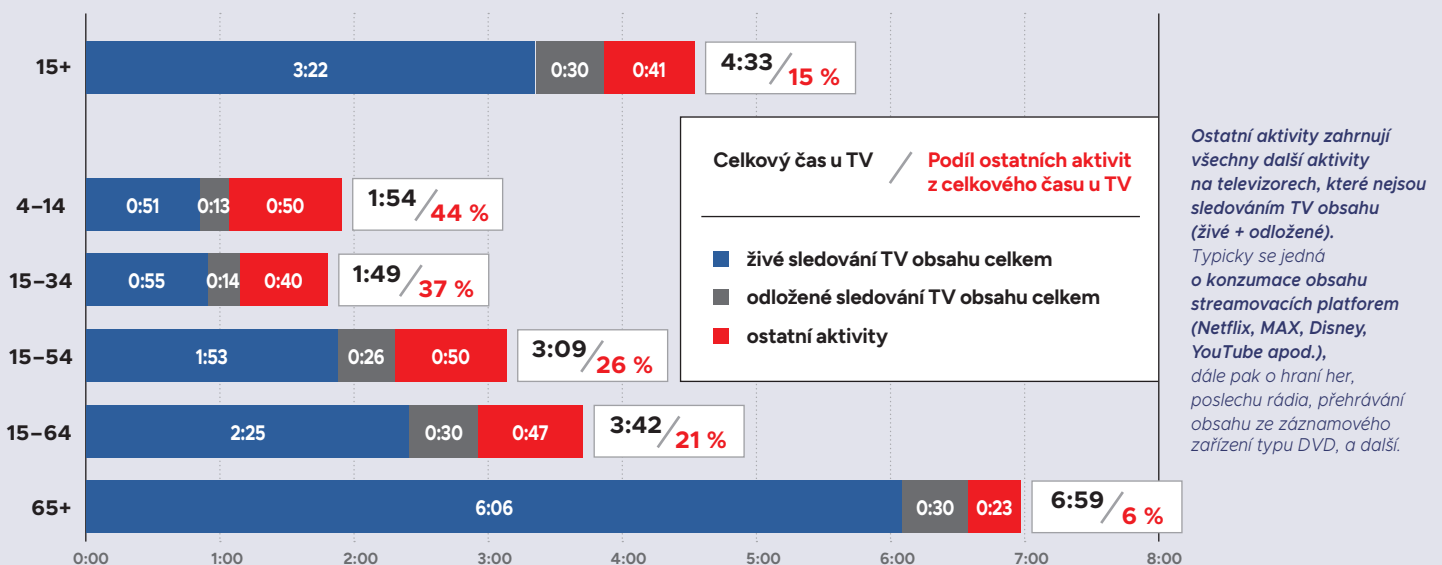
Česká televize vstupuje do nové éry. Díky finanční stabilizaci, kterou přináší velká mediální novela, má příležitost stát se skutečně moderním a inkluzivním médiem. K takové proměně potřebuje jasnou vizi i odvahu měnit věci, které byly dlouho nedotknutelné. Pokud by je nenalezla, stane se do několika let institucí jen málo relevantní.

Televize veřejné služby je stabilním vysílatelem na svých tradičních lineárních kanálech – ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport, ČT art a Děčko. Zasazují se rovněž o obnovu retro kanálu ČT3, který skončil v roce 2022. Kanály musí jít divákovi vstříc a inovovat se, ale to nestačí.

Česká televize proto musí projít skutečnou digitální transformací. Nikoli jen technologickou, ale především myšlenkovou. Nestačí, aby byla v online prostoru přítomná, musí v něm být užitečná, konkurenceschopná a atraktivní. Musí objevit nové divácké skupiny, porozumět jejich očekáváním, potřebám a životním zkušenostem. Musí jim nabídnout obsah, který je nejen osloví, ale kterým jim ukáže, v čem jim může být ČT dlouhodobě prospěšná.

Rozhodujícím faktorem, který formuje budoucnost televizního trhu, je hluboká proměna diváckého chování napříč generacemi. Zatímco klasické televizní vysílání stojí především na nejstarších divácích, mladé a střední generace mu věnují jen zlomek své pozornosti. Průměrná denní sledovanost televizního vysílání není nízká, přesahuje tři a půl hodiny, je ale tažena především skupinou 65+, zatímco diváci mezi 4 a 34 lety stráví u živého vysílání méně než hodinu denně. Starší diváci jsou a vždy budou pro Českou televizi významným publikem. Těch mladých je ale více a ČT musí vyzkoušet všechny cesty k tomu, aby jim mohla zpřístupnit svoji službu.

Aktivita (čas) na TV podle věkových skupin 1Q 2025, h:mm



V tomto ohledu jsou aktivity ČT nyní nedostatečné. Data mluví jasně: v dubnu 2025 strávili Češi dle Netmonitoru na TikToku 45 milionů hodin. Dvojnásobek oproti celkovému času, který věnovali webům všech hlavních televizí dohromady. Platformy jako Google či Meta udržely své uživatele skoro šestkrát déle. Pokud chce ČT uspět ve světě, kde si publikum vybírá, čím naplní každou volnou minutu, musí nabídnout službu, která se stane jeho každodenní volbou, ne volbou výjimečnou. ČT má mladým lidem přinášet vzdělávací obsah, chytrý, kultivující a takový, který bude rozvíjet kritické myšlení. Přinášet jim má i uzpůsobené moderní zpravodajství ve standardech veřejnoprávního média. Bez takového vykročení by se Česká televize brzy stávala minoritní a její společenský vliv by rychle klesal. Globální i domácí komerční tlak je enormní.

Úspěch této transformace ale nestojí jen na technologiích, stojí na jasně formulované strategii, která se musí opírat o tři pevné pilíře. Prvním je důsledná a srozumitelná obhajoba veřejné služby, tedy vysvětlování její hodnoty a smyslu v současném světě. Druhým je razantní a komplexní digitalizace, nejen v oblasti distribuce, ale i výroby, provozu a interních procesů. A konečně třetím pilířem je chytřejší práce s obsahem: jeho plánování, formátování i distribuce musí odpovídat různým potřebám různých cílových skupin. Bez těchto tří kroků se Česká televize nebude měnit dostatečně rychle. Všechny z nich se detailně prolínají kapitolami tohoto projektu.

STRATEGICKÉ PRIORITY

1 OBHAJOBA VEŘEJNÉ SLUŽBY

- Otevřená a férová komunikace s veřejností
- Relevance a kvalita vysílání na všech platformách
- Důvěryhodnost

2 DIGITALIZACE

- Změna distribuce obsahu mezi lineární televizí a online
- Personalizace a vysílání pro mladé
- Identifikace přihlášeného uživatele

3 OBSAH

- Přidaná hodnota a originalita. Divácky zodpovědné projekty
- Regiony napříč televizí
- Živé přenosy a redesign Událostí

Obhajoba relevance veřejné služby je pro ČT velkou výzvou. Jejím základem je transparentní, otevřená, slušná a profesionální komunikace jak vůči veřejnosti, tak vůči institucím, profesním sdružením, svazům nebo kontrolním orgánům. **Stejně pak musí ČT přistupovat i vůči svým zaměstnancům a spolupracovníkům. Měla by pro ně být prostorem podporujícím kreativitu, místem, kde je důraz kladen na důvěru, nikoli soutěž.**

Česká televize stojí před klíčovou výzvou: zachovat svou společenskou hodnotu v době, kdy tradiční média stárnou, publikum fragmentuje a pozornost je stále vzácnější komoditou. Musí se stát médiem, které propojuje diváky, distribuce, obsahy, formáty i životní styly. Nyní se musí stát službou pro opravdu všechny generace.

2. DIGITÁLNÍ SLUŽBY – cesta k silnější veřejné službě

Česká televize dokázala vybudovat v digitálním světě silnou značku, která každý týden zasáhne prostřednictvím svých služeb přes 1 milion uživatelů. Přesto je obrovský potenciál, který ČT na online platformách má, vytěžen pouze z části. A to je chyba, kterou musí ČT v následujících letech rychle napravit. Má totiž možnost naplňovat daleko více diváckých potřeb, než se jí nyní daří. Důvody takového stavu jsou vícero, především však podfinancování a špatně nastavené interní mechanismy. **ČT nebude začínat od nuly. Její weby, aplikace i videotéka iVysílání se podle dat těší respektu české společnosti. Je ale třeba rychle začít investovat do lidí a výroby a modernizovat distribuci.** Jak situaci zlepšit a udělat z České televize lídra seriózního online obsahu v České republice? Zde je několik klíčových kroků:

Investice do online aktivit se musí už v roce 2026 zdvojnásobit. V personální oblasti jde o nižší desítky lidí, programátorů a zaměstnanců, kteří nastartují plný obsahový rozvoj webů a iVysílání. **Navýšit se musí finance pro původní tvorbu, a to v řádu vyšších desítek milionů (80 milionů už v roce 2026).** Tato investice by šla primárně do exkluzivních formátů pro mladou generaci, která má mít snadný přístup k pro ni relevantní produkci televize veřejné služby.

Klíčovým faktorem pro zvýšení dosahu digitálních služeb ČT bude především iVysílání s efektivní personalizací a rozpoznatelným, jedinečným obsahem. To předpokládá zdokonalení dvou principů. Jednak musí uživatel na této platformě nacházet dostatek různorodých pořadů, šitých na míru jednotlivým cílovým skupinám. iVysílání má jednoduše poctivě odrážet realitu, ve které má každý jiné potřeby a zájmy. Za druhé pak musí ČT také dokázat svůj obsah doručovat individualizovaně. Do takové algoritmické práce má ČT chytře zapojit i nástroje umělé inteligence. **V rozmezí dvou tří let je takto možné získat 25–30 % nových uživatelů a čas strávený na iVysílání na jednoho diváka naroste o 10–20 %.**

Děti a mladí lidé jsou generací sociálních sítí. Lidé od 24 do 40 let jsou online populací, která prioritně hledá informace na videoplatformách nebo webech. Videotéku ale využívají i starší generace, jen jiným způsobem. Tomu je nutné přizpůsobit výrobu a distribuci pořadů, které veřejná služba ČT nabízí.

- ČT změní formu distribuce obsahu mezi lineární televizí a online prostředím. Jen u vybraných hraných seriálů by jako první měla vysílat lineární televize.
- **Pro iVysílání by mělo každý rok vzniknout až pět originálních hraných seriálů.**
- iVysílání se stane svěží platformou, která bude reagovat na nové trendy a bude vstupní branou pro diváky starší 35 let.
- **Pro generaci Z (15–30 let) vznikne pod novou značkou speciální kanál s uzpůsobeným obsahem. Takový přístup je podpořen výzkumy a vychází i ze zahraničních zkušeností (například digitální služba FUNK vytvořená televizemi ARD a ZDF).**
- Mladí lidé mají mít od ČT také zajištěn informační servis uzpůsobený jejich kulturním a sociálním potřebám, tak jako jej Děčko ve Zprávičkách poskytuje nejmenším divákům. Nová služba vznikne na platformě iVysílání.
- Stejně tak je nyní mladá generace nedostatečně Českou televizí obsloužena v žánru dokumentů. **ČT vytvoří dokumentární kanál pro generaci Z, který se stane novou vzdělávací platformou doplňující ČT edu. Pro generaci Z se ročně natočí až 10 dokumentárních sérií.**
- ČT se zaměří i na inovativní vzdělávací formáty s prvky reality TV, které budou mapovat svět a životní zkušenosti mladých lidí. Natočí 2–4 takové pořady.
- Pro stejnou generaci by měl vzniknout satirický pořad kriticky hledící na společnost.
- Pro nejmenší je úspěšnou digitální službou web Děčka. Je ale potřeba zvýšit kapacitu jeho pořadů a rozdělit je na platformu pro děti 3–7 let a 8–12 let tak, aby byl ještě dokonaleji uzpůsoben specifickým kompetencím dětí v těchto věkových kategoriích.
- **V digitálním mixu, který bude zpřístupňovat služby ČT, nelze ignorovat sociální sítě, zejména Instagram a YouTube, které jsou primární volbou vedoucí do světa videa u mladších generací. Musíme jít za uživateli tam, kde už jsou. Budovat značku ČT je proto nutné také na externích platformách.**
- V oblasti zahraniční akvizice se výrazně navýší objem obsahu získávaného pro mladé diváky. ČT má, krom jiného, nabízet i objevné nové seriály a filmy nebo kvalitní starší produkci (typově Most, Vláda atd.).
- **Akvizici je nutné přidat finanční prostředky na nákup práv tak, aby kromě lineárního vysílání mohl být obsah plnohodnotně umístěn i na digitálních platformách a diváci si mohli vybrat, kde ho budou sledovat.**
- Je potřeba najmout lidi, kteří vypořádají práva na archivní pořady České televize, aby jich drtivé maximum, pokud to technická kvalita dovolí, bylo dostupné v online videotéce. Tím se zvýší nabídka obsahu iVysílání o původní tvorbu.
- **ČT bude přispívat k jazykové vzdělanosti i tak, že všechny pořady budou mít v digitální distribuci k volbě originální jazykovou verzi.**
- Potřeba větší personalizace se netýká pouze dramatické a dokumentární tvorby, ale i zpravodajství. Web ČT24 musí rozvinout práci s distribucí obsahu tak, aby každý uživatel našel to, co jej primárně zajímá. A to zejména proto, aby měl snadný přístup k seriózním a kvalitním informacím média veřejné služby. ČT si zároveň musí držet redakční kontrolu nad řazením důležitých zpráv.
- **Je potřeba vytvořit novou "Děčko" aplikaci pro nejmenší děti, které obsah konzumují převážně v telefonu.**
- Web ČT sport projde redesignem tak, aby dokázal odbavit více přenosů zároveň a byl více interaktivní. Zlepšením projde i aplikace ČT sport.
- Samozřejmostí je, že ČT pro všechny své služby zajistí jednotný způsob identifikace přihlášeného uživatele.

3. ZPRAVODAJSTVÍ – seriózně a transparentně pro veřejnost

Zpravodajství České televize je dlouhodobě považováno za jednu z nejdůležitějších funkcí veřejné služby. Zejména v krizových a výjimečných momentech je pro většinu české společnosti klíčovým zdrojem ověřených informací. A nejen proto musí stát na pevných hodnotách, jako je profesionalita, nestrannost, maximální objektivita a, především, důvěryhodnost. Právě ta však byla bohužel během posledního roku otřesena. V době rostoucí polarizace, kulturních střetů a nedůvěry ve veřejné instituce, a to nejen v Česku, ale i v mezinárodním kontextu, musí zpravodajství České televize znovu potvrdit své silné stránky a adresovat své slabiny. Musí se pokusit ujistit celou veřejnost v tom, že svoji práci dělá dobře, a znovu nabýt oslabenou důvěru. Potřebuje posílit odolnost vůči tlakům a prohloubit kontakt s publikem napříč společností. A má se snažit pomáhat divákům porozumět složitým událostem dneška bez senzace a s empatií.

Navrhuji tyto změny ve zpravodajství:

- **ČT zreviduje řídicí a kontrolní mechanismy ve Zpravodajství tak, aby podporovaly prostředí, které je kreativní, inspirující a profesionální a kde deklarované zásady důvěryhodnosti a objektivit budou zcela naplněny.**
- Po 11 letech projdou Události vizuálním i obsahovým přeformátováním tak, aby jako vlajková loď Zpravodajství ČT oslovovaly co největší část veřejnosti a přispívaly k boření sociální a informační izolace.
- ČT24 bude v daleko vyšší míře vysílat informace z regionů a obcí a pokrývat témata, která se dotýkají obecného života společnosti. „Kontinuálního“ vysílání ještě posílí.
- **Je třeba nejméně čtyřikrát ročně vysílat komponované diskuse z prostředí Evropského parlamentu, aby se šířila zpráva o českých zájmech v Evropě i ve světě.**
- Zpravodajství ČT poskytne prostor různým názorům a úhlům pohledu na jednotlivá témata.
- **ČT posílí ekonomické zpravodajství, bude obnovena autonomní ekonomická redakce a ekonomická témata budou mít pevné místo na ČT24 i ČT1.**
- Dojde ke zřetelnému odlišení zpravodajství a publicistiky, včetně jejich tváří, aby se tyto žánry nemísily. To se týká např. i Událostí, komentářů, které jsou diskusní publicistikou, nikoli zpravodajstvím.
- Je nutné obnovit a pěstovat specializaci novinářů. Síla odbornosti a respektu posílí důvěryhodnost.
- **V zahraničním zpravodajství je třeba zřídit nové posty zpravodajů, a to především v zemích Latinské Ameriky, Indii nebo arabském světě.** Složitý a měnící se multipolární svět je nutné vysvětlovat v kontextu dopadu na českou veřejnost.
- **Je potřeba obnovit publicistický pořad shrnující události týdne (typově 168 hodin), kde byl nyní prostor ponechán komerčním stanicím.**
- Je žádoucí více představit lidem práci nejen Poslanecké sněmovny, **nýbrž i Senátu formou pravidelného diskusního pořadu.**
- Je nezbytné vtáhnout veřejnost do vysílání a **obnovit kontaktní pořad typu Hydepark, kde je dán prostor diváckým dotazům.** Takový pořad má potenciál posílit občanskou společnost a její angažovanost. Svě zvláštní vydání by měl mít pro digitální distribuci s důrazem na mladší publikum.
- **Na ČT1 vznikne velký diskusní formát, který představí palčivé otázky současnosti za účasti politiků a odborníků.**
- Zpravodajství bude aktivněji bojovat proti zavádějícím informacím a lžím ve veřejném prostoru. Pro tento účel nepostačí pořad na ČT24, tato problematika musí procházet veškerým vysíláním. **ČT bude dbát na posílení mediální gramotnosti české společnosti.**
- ČT1 a ČT24 posílí informace ze světa vědy a moderních technologií, které mění náš svět.
- Televizní zpravodajství se bude transformovat v plnohodnotně digitalizovanou službu. **Na platformě ČT24 a ČT24 Plus nabídne více přenosů, zavede personalizaci obsahu a využije ještě funkčněji sociální sítě.**
- Zpravodajství potřebuje nové zázemí, vysílací studia a techniku, které budou odpovídat současným evropským standardům i novým trendům.

4. DRAMATIKA A ZÁBAVA – kvalitní relax a ponaučení

Původní tvorba je podstatnou součástí národní kultury a národní identity. Ta však čelí tlaku prostředí, které definuje snadná globální distribuce globálních obsahů. Ambiciózní a aktivní přístup k lokální produkci je dnes důležitější než kdy dříve. Česká televize musí být v tomto smyslu lídrem. **Musí dokázat objevovat netriviální témata, která budou odrážet specifické potřeby českého publika. Tvořit obsah, který ve společnosti diverzifikovaných zájmů dokáže spojit různé typy diváků a všechny generace. Česká televize potřebuje odvahu a schopnost inovovat. A potřebuje tvořit chytře tak, aby její díla oslovovala lineární i digitální auditoria.** Vedle velkých filmových a seriálových děl tak musí vznikat i nízkonákladové pořady pro užší cílové skupiny určené pro specificky vyprofilované kanály a digitální služby. Do programového portfolia ČT bude nadále patřit i zábava. Taková, která v jeden okamžik k obrazovce svede starší, mladé i malé, taková, která hodlá kultivovat, a nejen prvoplánově přitahovat co nejvyšší počty diváků. Ve stejném duchu musí přistupovat i k tomu, jakou zahraniční tvorbu nabídne. Takto koncipovaný přístup zajistí televizi veřejné služby relevanci u většinového i menšinového publika.

- **ČT vyhradí nedělní okno na ČT1 prémiové původní tvorbě s vysokou přidanou hodnotou.** Otevře se originálním námětům i poctivé adaptaci oceňovaných českých knih a scénářů nejlepších lokálních autorů. Bude spoluvytvářet národní kulturní odkaz. **Takto by mělo vzniknout nejméně 20 filmů nebo dílů minisérií ročně.**

- V průběhu týdne nabídne ČT1 nejméně dva dny, kdy bude vysílat premiérové seriály nejvyšší kvality. Takové, které budou rezonovat s potřebami současné společnosti. **Distribuční strategie ČT by měla postupně přejít na model, kdy se celé dílo objeví na digitální platformě v okamžiku odvysílání prvního dílu v lineárním prostředí.**
- Zábava v podání veřejné služby bude přednostně vzdělávací a bude usilovat o to, aby přispívala ke kultivaci veřejného prostoru. Je třeba inovovat i zachovat ikony typu StarDance.
- ČT bude rozvíjet výjimečnou českou kulturní tradici a natočí dvě vánoční pohádky ročně.
- **ČT potřebuje satirický pořad** pro lineární publikum, který by vtipně reflektoval společenské dění.
- Dlouhodobě je ČT také pilířem české kinematografie a na tuto roli nesmí rezignovat. Naopak se má stát pro filmové tvůrce takovým partnerem, který je inspiruje k ještě vyšším ambicím. Veřejná služba proto bude intenzivněji podporovat filmovou tvorbu v České republice. Zaměří se jak na velké vysoce kvalitní filmy pro masového diváka, tak na festivalové filmy. Rovněž musí podporovat mladé talenty.
- **ČT zdvojnásobí podporu velkým animovaným filmům**, které jsou úspěšné na domácích i zahraničních festivalech a rozvíjejí tradici české animátorské školy.

5. DOKUMENT A PUBLICISTIKA – cesta k poznání

Dokumentární tvorba a publicistické pořady jsou silnou veřejnou službou. Česká televize je největším producentem těchto žánrů v zemi, poskytuje nejširší tematickou nabídku a **role ČT je v tomto ohledu nezastupitelná. Vzhledem k stále postupující fragmentaci trhu a různorodosti osobních preferencí diváků musí její postavení na tomto poli růst.** ČT jako celek má usnadňovat cestu k porozumění a toleranci a má ve vysílání dávat v dostatečné míře prostor různým úhlům pohledu, menšinám či obsahům stěžejním pro užší publika. Dokument a publicistika by měly přinášet především poznání, lepší orientaci ve složitém světě a podporovat srozumitelnost komplexních jevů, které formují naši společnost. Na tyto cíle nesmí ČT rezignovat.

- **Z ČT2 se musí postupně stát ryze dokumentární a publicistický kanál**, který kombinací domácích a zahraničních produkce vytvoří centrum vědomostí pro zvědavé publikum. ČT bude nadále významně přispívat k rozvoji vzdělanosti svých diváků.
- **V případě velkého dokumentu by se měl objem domácí výroby během příštích let zdvojnásobit.** Hlavními žánry budou společenský, historický, vědecký, přírodopisný a cestopisný dokument.
- Je nutné zvýšit počet pořadů v oblasti publicistiky, **a to především kritické, investigativní a poznávací publicistiky.**
- ČT rovněž rozvine nabídku pořadů pro menšiny a těch formátů, které se věnují náboženské, filozofické a technologické tematice.
- Vzhledem k tomu, jak důležité a zároveň nesnadné je porozumět procesům dopadajícím na změny prostředí, ve kterém žijeme, potřebuje ČT zvýšit i podíl pořadů s ekologickým zaměřením.
- **ČT2 má mít ve svém vysílacím schématu pořady žánru diskusní publicistiky, které by hlubším způsobem analyzovaly jevy současného světa a pomohly divákům se v nich zorientovat.**
- Vyšší podpora koprodukčních dokumentů, které mají nejen v lineárním vysílání, ale i na digitálních platformách zásadní roli, je samozřejmostí. Vzniknou tak díla s ambicí uspět na domácích i světových festivalech.
- Zahraniční akvizice se musí více soustředit na to nejlepší, co vzniká v zahraničních veřejnoprávních institucích. **A musí získávat specifické kvalitní obsahy i pro digitální platformy. Propojení dramaturgie televize a digitálu především u zahraniční akvizice a archivních dokumentů je nezbytné.**

6. DĚTSKÉ VYSÍLÁNÍ – bezpečný přístav pro rodinu

Děti se dnes od nízkého věku ocitají ve složitém prostředí přehlceném zdroji i obsahy, ne vždy kvalitními a ne vždy vhodnými. Cílem České televize bude vytvářet pro ně zábavný, ale velmi bezpečný přístav v on-air i on-line světě. Takový, který je zaujme, ale zároveň vzdělá a ochrání. **Proto je důležité, aby si program Děčko udržel pozici lídra na českém mediálním trhu v oblasti vysílání pro děti a mládež do 10 let.** A proto je důležité, aby nestagnoval, ale dokázal se na jedné straně adaptovat na aktuální potřeby a kulturní chování nejmladší generace, a na druhé straně vycházet z unikátní tradice české tvorby pro malé diváky.

Děčko bude rozvíjet zábavní a edukační servis. Zásadně rozšíří tvorbu v oblasti animace jako producent i koproducent a udělá maximum pro to, aby rehabilitovalo hranou, především seriálovou, tvorbu pro děti. Děčko rovněž posílí své mimo-vysílací aktivity. Chce zdůrazňovat roli odborných a vzdělávacích institucí, pomáhat školám, podporovat kulturní projekty pro děti nebo neformální vzdělávání. Jednoduše ty, kteří život dětí činí bohatším v živém prostředí bez obrazovek. Nesmí ale ignorovat současnou přirozenost, která provazuje všechny sféry do jednoho celku. **Jako siamské dvojče tak bude vysílací okruh Děčka ještě silněji provázán s online portálem decko.cz, který bude po stránce nabídky ČT v příštích letech prioritní platformou.** Svým uživatelům nabídne nové a různorodé prvky gamifikace, hravosti a bude usilovat o to, aby skrze ně posiloval digitální kompetence, vědomosti a kreativitu.

- **ČT vyvine jeden hraný seriál pro univerzální cílovou skupinu dětí 4–12 let,** jehož hlavními parametry budou vysoká kvalita estetiky i jazyka a zřetelný etický rozměr.
- ČT se pokusí dětem zpřístupnit cesty k přemýšlení o jejich nejčastějších starostech a k porozumění světu i skrze nízkorozpočtové seriály úžeji zaměřené na mladší školáky. Natočí alespoň dva.
- **Ambicí ČT bude vytvořit jeden nový film pro děti za dva roky.** I proto, aby oživila tvůrčí kategorii, která v minulosti patřila k silným disciplínám české kinematografie.
- Obnoví efektivní spolupráci na hraných seriálech s Evropskou vysílací unií, v jejímž rámci ČT vyrobí jednu krátkou dramaturgii a výměnou získá od členských států dalších 8–12 děl.
- **Je třeba rozvinout animaci i mimo formát Večerníčku.** Posílit českou animovanou tvorbu jak penězi, tak novými nápady.
- **Na Děčku bude zavedeno nové okno „animované zábavní vzdělávání“.**
- Velkým úkolem Děčka bude vytvářet formáty v žánru dokumentu tak, aby byly srozumitelné pro děti a byly o dětech.
- **Nově je také potřeba vyvinout zábavný dynamický pořad** s prvky reality TV se zásadním veřejnoprávním přesahem pro starší děti ve věku 8+ a 10+.
- Inovativním prvkem programu Děčka se stane také talk show, která nabídne zábavnou konfrontaci dětského a dospělého pohledu na témata, která rezonují v životě mladých lidí.

7. KULTURA – domov uměleckých zážitků

Kultura je symbolem národní identity a tradic, jenž potřebuje od médií veřejné služby bezvýhradnou podporu. Kultura je jedním z nejvýraznějších fenoménů, které reprezentují Česko i v zahraničí. Je integrální součástí toho, čím Česká televize je a o co usiluje. Živé umělecké dění, podpora talentu, kreativity, svobodné tvorby i uměleckého vzdělávání, stejně jako uchovávání obrazu statu quo pro budoucí generace, to jsou součásti DNA České televize. A mají jimi být i v budoucnu. **Proto má Česká televize ČT art. Kulturní kanál je a bude zdrojem inspirace a zprávou o současném stavu umění i jeho bohaté historii. Vedle lineárního vysílání pak musí stát plnohodnotně rozvinutá digitální platforma.** V ní leží potenciál ještě násobně posílit popularizační, vzdělávací a integrační roli ČT art. A na ní spočívá úkol zprostředkovat kvalitní tvorbu i těm divákům, kteří nesledují klasické televizní vysílání. Jak toho docílíme?

- Program ČT art i jeho web jsou podfinancované. **Je potřeba navýšit investice do kulturního obsahu minimálně o 20 %** tak, aby zajistil pokrytí zásadních kulturních akcí, regionálních uměleckých událostí a mohl přinášet i vysoce specializované pořady.
- Art bude formou nových dokumentů a dokumentárních cyklů ještě intenzivněji prozkoumávat dějiny i současnost české kulturní scény. Na tomto poli má stále velký dluh.
- **ČT vrátí do vysílání potřebnou publicistickou reflexi vizuálního umění a literatury.**
- Art připraví dokumentární cyklus systematicky přibližující českou hudební scénu od 90. let po současnost.
- **Na ČT art se objeví nový týdenní diskusní pořad,** který přinese ostrou kritickou publicistiku na aktuální kulturní témata a který se nezalekne kontroverze a názorových střetů.
- S předními osobnostmi kulturní sféry bude ČT art spolupracovat na budování své značky a poslání a dá jim tvůrčí prostor ve vysílání.
- **Nové formáty zmapují rodící se mladé talenty napříč žánry i regiony.**
- ČT art navýší množství přímých přenosů koncertů, inscenací a eventů, a to i z regionů, tak, aby minimálně dvakrát do měsíce nabídla publiku unikátní možnost „být u toho“.

- Bude výrazně posílena role Telexportu při nabízení původní kulturní tvorby zahraničním televizím a distributorům.
- Vznikne přehledný katalog uměleckých pořadů v archivu ČT a tato knihovna bude v iVysílání otevřena divákům. **Stejně tak budou platforma i web otevřeny kulturním institucím a spolkům napříč regiony tak, aby veřejnost byla informována o konání uměleckých událostí.**
- Personálně i organizačně ČT propojí lineární vysílání s internetovou platformou Artu, která bude divákovi toužícímu po informacích důsledně nabízet související témata a hodnotný kontext k vysílaným pořadům.

8. SPORT – partner pro fanoušky i aktivní lidi

Česká televize má zachovat plnohodnotné vysílání sportovního kanálu. A má jej proměnit tak, aby v daleko větší míře dávalo prostor i okrajovějším sportovním disciplínám, amatérskému, univerzitnímu, seniorskému sportu, mládežnickým soutěžím, aby zdůrazňovalo pestrost sportovního světa a podporovalo tak sekundárně i zájem lidí o aktivní a zdravý životní styl. **Dominantní strategií ČT sport na následující léta je zprostředkování české stopy ve světě sportu, podpora českého sportu formou výroby přenosů (např. Světový pohár v biatlonu) a vysílání sportovních výkonů a událostí ve všech výše zmiňovaných sférách.** Program ČT sport bude v následujících letech nadále vysílat mezinárodní sportovní akce s výrazným celospolečenským přesahem, jako jsou olympijské a paralympijské hry (práva do roku 2032), MS v ledním hokeji (práva do roku 2034), MS ve fotbale (práva do roku 2030) a fotbalové EURO (práva do roku 2028). ČT rovněž získala práva na Tour de France (do roku 2032), biatlon (2029/2030), MS v házené a ME v házené mužů i žen (do roku 2029), venkovní i halové MS a ME v atletice (do 2028), ME a MS v basketbale mužů i žen (do 2029), ME v gymnastice (do 2028). V jednání jsou, ve spolupráci s Evropskou vysílací unií, práva na alpské a klasické lyžování a vodní sporty (kanoistika a veslování).

- **Aby mohla ČT naplnit zájem a potřeby diváků, a tedy zajistit lepší pokrytí regionálních a menších sportovních akcí v České republice, musí provést modernizaci Studia 7, odkud ČT sport vysílá.** To jí umožní zavést kontinuální sportovní vysílání od pátku do neděle a výrazně rozšířit programovou nabídku.
- ČT sport bude nově muset při realizaci sportovních přenosů na území Česka využívat i přenos bez velkého přenosového vozu. **To přinese výrazné snížení provozních nákladů.**
- U vysílání zaměřeného na sport je diverzifikace distribučních kanálů stejně důležitá jako u ostatních žánrů. **ČT bude proto dále posilovat platformu ČT sport Plus.**
- **ČT chce dávat ještě větší prostor rychle se rozvíjícímu ženskému sportu a skvělým výkonům českých sportovkyň v disciplínách, ve kterých byl v minulosti kladen důraz primárně na mužské týmy.**

9. VÝVOJ A TVORBA – využít to dobré, zavést inovace

Není třeba zdůrazňovat, jak esenciální význam má tvůrčí proces pro to, aby televize veřejné služby mohla dobře naplňovat svoji společenskou úlohu. **Česká televize má velké štěstí, že se v tomto segmentu může opírat o dva velmi silné pilíře. O své vlastní kapacity a nadané a zkušené zaměstnance a o spolupráci s nezávislými produkcemi,** které přinášejí vlastní tvůrčí impulzy a přístupy a které pomáhají kultivovat celé audiovizuální prostředí.

Rozumné ekvilibrium mezi oběma těmito pilíři, jež České televizi umožní vytěžovat to nejlepší z nich, je pak cílem, ke kterému má ČT směřovat. Musí při tom vycházet z několika východisek. Z „Memoranda o parametrech televize veřejné služby v období let 2025–2029“, které vzniká na základě takzvané velké mediální novely a které již v této fázi obsahuje i pasáže týkající se způsobu vývoje a výroby vlastní tvorby ČT. Konkrétně zpřesňuje a rozšiřuje zákonné povinnosti ČT směřující k podpoře nezávislé evropské tvorby a nezávislých producentů. **Vycházet musí také z výsledků novely audiovizuálního zákona, který oproti minulosti otevírá podporu nejen pro kinematografickou tvorbu, ale výrazněji také pro tvorbu televizní, a to právě skrze spolupráci s nezávislými producenty.** Ti tak nově mohou výrobu ČT díky získání pobídek či koprodukčních partnerů zlevnit. A tím ČT pomoci ještě více obohatit nabídku pro diváky veřejné služby.

Dalším podstatným východiskem je skutečnost, že Česká televize má špičkové zaměstnance napříč všemi profesemi stojícími u vzniku audiovizuálního díla a že disponuje poměrně rozsáhlým a kvalitním technickým zázemím a provozuje tři plnoformátová studia v Praze, Brně a Ostravě, která jsou schopná zajistit výrobu ve všech žánrech, jež ČT vysílá.

Více než 12 let v ČT v oblasti vývoje a výroby vlastní tvorby funguje producentský systém. Tedy soutěž Tvůrčích producentských skupin o uplatnění jejich projektů do vysílacích oken ČT. Vedle nich existují Centra dramaturgie a Centra realizace, která se starají o některé běžící či cyklické pořady a zajišťují dramaturgické, produkční a procesní zázemí pro tvůrčí skupiny. **Systém se osvědčil, ale v posledních letech se objevují i jeho slabiny, resp. ukazuje se, že v některých žánrech by byl vhodnější způsob výroby v redakčním systému či projektovém řízení, tedy v takzvaném systému commissioningu.**

Výhody tohoto systému by vnesly do České televize vyšší efektivitu a pružnost.

V rámci navrhovaného kombinovaného modelu výroby by ČT měla zachovat systém Tvůrčích producentských skupin především v žánrech dramatické tvorby, velkého dokumentu, animované tvorby nebo zábavy určené pro hlavní vysílací časy.

Z pohledu systému vývoje a výroby by pak ČT neměla dělat rozdíly mezi tvorbou pro lineární vysílání a nelineární užití. Obsah pro iVysílání by měl vznikat v tvůrčích skupinách, redakcích nebo u odpovědných projektových manažerů, kteří musí sami dokázat odlišovat mezi různými potřebami různých distribučních cest.

V oblasti výroby zpravodajských a sportovních pořadů je pro zajištění obsahu vysílání kontinuálních programových okruhů ČT24 a ČT sport současné nastavení výroby v redakčním systému optimální.

10. TECHNOLOGICKÝ ROZVOJ – zázemí pro všechny platformy

Bez moderního a spolehlivého technologického zázemí nemůže dnes fungovat žádné médium, a tedy ani Česká televize, která je odhodlána být přítomná na všech relevantních platformách a sloužit širokému spektru diváků. ČT se musí vyrovnat s rostoucími nároky na rychlost, kvalitu, dostupnost i bezpečnost obsahu. Musí uvažovat v dlouhodobém horizontu a budovat takovou infrastrukturu, která bude flexibilní, výkonná a dokáže předvídat i budoucí vývoj.

Základní technologickou povinností je bezesporu zajištění vlastního vysílání jednotlivých programů. Je důležité upozornit, že kvůli omezeným investičním prostředkům musel být původní rozsah funkcí odbavovacího komplexu dočasně zúžen. Konkrétně byla odložena realizace části infrastruktury určené k přímé podpoře distribuce prostřednictvím moderních IT technologií. Tato komponenta má v budoucnu rozšířit stávající kapacity směrem k plné integraci IP distribuce, a to zejména pro oblast iVysílání. Její realizace je nyní plánována na období 2026–2027. Po dokončení bude nový systém začleněn do stávající automatizační platformy, která dnes slouží lineárnímu vysílání České televize. Integrace je klíčová jak z technologického, tak provozního hlediska – především kvůli efektivnímu sdílení obsahu z centrálních digitálních úložišť a kvůli zajištění hladkého provozu napříč celou distribuční infrastrukturou.

Jednou z klíčových oblastí, která vyžaduje trvalý rozvoj, je digitální archiv České televize. Vzhledem k tomu, že se jedná o naprosto klíčový prvek technologického zázemí ČT, je nezbytné věnovat mu náležitou pozornost z hlediska provozu i kontinuálního rozvoje.

S rostoucími požadavky na výrobu programů, zejména pro sportovní kanál ČT sport, je nutné udržovat dostatečnou kapacitu mobilní přenosové techniky. **Takzvané menší přenosové vozy se třemi až pěti kamerovými řetězci budou hrát stále důležitější roli při pokrývání regionálních a nižších soutěží.** Současně je potřeba postupně transformovat tuto kapacitu do modelu tzv. vzdálené režijní výroby. Klíčovým krokem v tomto procesu bude postupná obměna režijních komplexů studií KH1 a KH2, která tvoří základní technologické zázemí studiové výroby.

Tyto aktivity jsou součástí širšího plánu technologické obnovy studiového provozu, který zohledňuje jak nutnost nahrazení zastaralého vybavení, tak přizpůsobení se moderním produkčním a distribučním standardům.

11. REGIONY A SPOLUPRÁCE – výsadní veřejná role

Jedním z nejzásadnějších úkolů České televize je být nablízku svým divákům. A jedním z největších přínosů veřejnoprávní televize může být její schopnost propojovat kulturně, sociálně i geograficky různorodá publika. V zemi, kde existují výrazné rozdíly mezi jednotlivými regiony, má Česká televize jedinečnou příležitost začít mnohem důsledněji přispívat k tomu, aby tato nerovnováha postupně slábla.

Pokud má být ČT skutečně veřejnou službou pro všechny, musí odrážet celou rozmanitost života v Česku, od metropolí po nejmenší obce, od akademických či kulturních center po lokální instituce. Být přítomen v regionech přitom neznamena jen přinášet z nich zpravodajské informace. Být v regionech znamená snažit se jim rozumět, otvírat nové spolupráce, hledat v nich talentované tvůrce a nová témata, komunikovat s diváky.

Finanční stabilizace ČT, rozvoj technologií a možností distribuce nyní dávají České televizi nové nástroje pro to, aby mohla svoji pozici v regionech zásadně rozvinout:

- Aby hrály regiony ve vysílání a fungování ČT relevantní roli, musí v nich ČT mít funkční, technologicky dobře vybavená studia pro zpravodajství i efektivní rozdělení výroby. Alespoň v Praze, Brně a Ostravě. **Ostrava nyní takové studio nemá a je nezbytné jej vybudovat.**
- Nové regionální zpravodajské mutace budou zařazovány i mimo tradiční vysílací čas (nyní na ČT1) tak, aby se staly plnohodnotnou součástí celého vysílání.
- Redakce vědy bude posílena tak, aby **mohla navázat nové spolupráce s vysokými školami a akademickými pracovišti sídlícími mimo velká centra** a aby přispívala k popularizaci jejich vědeckých pokroků.
- **Česká televize vyvine nový velký zábavně-diskusní pořad, který představí významné momenty a osobnosti z historie i současnosti českých krajů a měst.** Tento měsíčník bude zařazen do vysílání ČT1.
- Důležitou roli v komunikaci České televize s diváky **v konkrétních regionech bude hrát větší zapojení občanské žurnalistiky do vysílání i digitálních platform – iReportér.** I takový formát totiž může přispívat k posilování integrace a vzájemného porozumění.
- **ČT bude nadále v roli mediálního partnera stát po boku velkých kulturních festivalů a institucí.** Musí se ale otevřít také novým, méně viditelným organizacím, muzeím či galeriím, které mnohdy dělají vysoce kvalitní práci, ale na podporu dosahují daleko obtížněji.
- **V České televizi je dnes zanedbána součinnost se studenty a absolventy škol v oborech, které nacházejí v ČT uplatnění.** Vyslyšet zájem, vymyslet oboustranně užitečné projekty, vychovávat a inspirovat potenciální budoucí zaměstnance, to je úkol, kterého se ČT ujme daleko intenzivněji, než jak to dnes činí projekt ČT start.

12. ARCHIV – divácký zážitek z historie

Jedním z největších a často nedoceněných bohatství, které Česká televize spravuje, je její rozsáhlý archiv. **Jde o jedinečné audiovizuální dědictví naší země, které mapuje v různorodých formách kulturní, společenský i politický vývoj u nás od vzniku televizního vysílání do současnosti.** Uchované záznamy tvoří nejen vzácnou historickou hodnotu, ale i živý programový materiál, který má potenciál promlouvat k různým generacím. Ke každé jiným způsobem.

Diváci i uživatelé digitálních platform od České televize očekávají, že jim nabídne nejen aktuální tvorbu, ale i návraty k zásadním momentům televizní historie. **Zařazování archivních pořadů do lineárního vysílání i do online služby iVysílání proto není jen doplňkem, ale důležitým prvkem programové strategie.**

Aby se s archivem mohlo efektivně a dramaturgicky chytře pracovat, je třeba vytvořit pro to odpovídající prostor. A to jak v klasickém vysílání, tak v digitálním prostředí. **V lineárním vysílání bude Archiv významným zdrojem pro obnovený program ČT3. Nebude ale zdrojem jediným.** ČT3 bude s ohledem na cílové publikum stavět i na nové tvorbě a na tématech, která mohou skupinu diváků tohoto kanálu obohatit. Vedle uzpůsobeného zpravodajství, informací z regionů, jsou to i témata z oblasti aktivního životního stylu, zdraví, rodinné problematiky nebo finanční a mediální gramotnosti. Na digitální platformě pak bude Archiv skvělým a hodnotným vstupem pro specializovaná žánrová okna a projekty s výraznou edukační linkou. Ve zpracování archivního materiálu ČT bude muset využívat i nástroje umělé inteligence, které dokážou zjednodušit vytěžování velkých databází.

Česká televize je zároveň otevřená zpřístupňovat obsah svých archivních fondů i jiným televizním vysílatelům a online streamovacím platformám.

Zásadní změnou v práci s Archivem České televize bude jeho distanční zpřístupnění pro badatelské účely. Přinese více vědeckých projektů zaměřených na historii televizního vysílání a usnadní práci akademikům, studentům či médiím. Archivní zákon totiž umožňuje jednotlivcům takzvaný badatelský režim v mnohem větší míře, než jak je v ČT dovoleno nyní.

13. UMĚLÁ INTELIGENCE – budoucnost, která se děje

Rozvoj možností umělé inteligence je nevratný a Česká televize musí dohnat současné zaostávání v jejich využití. Musí to udělat tak, aby zefektivnila svůj provoz, dosáhla úspor, zjednodušila procesy, zlepšila řízení a vytvořila sérii nových služeb, které ve velké míře zpřístupní její obsah především znevýhodněným publikům. **Musí to ale zároveň udělat tak, aby ani o krok neustoupila z pozice toho, kdo podporuje osobitou, autorskou tvorbu, kdo především ctí individuální kreativitu, duševní vlastnictví a kdo zdůrazňuje všechny prvky autenticity vycházející z českého prostředí.** Velkou výzvou pro každé seriózní médium je také nastavení takových nástrojů, které usnadní veřejnosti orientaci v tom, jaké informace jsou relevantní a reálné a jaké jsou vygenerovány modely AI. Role novinářů jako „strážců pravdy“ se stává ještě nepostradatelnější. **Pro ČT je tento stav příležitostí, jak může rozvinout veřejný servis a jak může opět ukázat, že dokáže předvídat, inovovat a reagovat na trendy zodpovědně a v předstihu.** V této oblasti má nyní nicméně dluh, který musí napravit.

Oblasti pro zapojení nástrojů využívajících AI pro dosažení vyšší efektivity a úspor:

- **Administrativa:** Příprava, zpracování, klasifikace dokumentů, podpora procesů v personalistice, správa smluv, faktur a účetních dokladů, reportování a interní analýzy, ...
- **Obsah:** Vyhodnocování trendů, analýzy diváckých preferencí, správa databází námětů a scénářů, tvorba rešerší a klasifikace obsahů, ...
- **Predikce pro programování:** Predikce potřeb a chování auditoria, analýza aktuálních a historických dat, demografických údajů a méně zřetelných trendů.
- **Produkce:** Větší optimalizace plánování, správa produkční dokumentace, generování grafických prvků pro snazší produkční práci, generování jednoduchých zvukových efektů.
- **Postprodukce:** Asistence při střihu, tvorba sestřihů pro sociální sítě, automatické titulkování, vylepšení kvality obrazu a zvuku.
- **Personalizace obsahu v digitálu:** Doporučování obsahu, personalizace ve všech oblastech včetně zpravodajství.
- **Zvyšování dostupnosti obsahu primárně pro znevýhodněná publika:** Automatické titulkování, generování audio deskripce pro nevidomé, překlad do znakového jazyka a multijazyčnost.
- **Zákaznická podpora a marketing:** Rychlejší reakce na dotazy diváků, získávání zpětné vazby, tvorba marketingových materiálů, cílení a optimalizace kampaní.
- **Archiv ČT:** Automatické označování obsahu, tvorba nových formátů z archivu.
- **Zpravodajství:** Monitoring zdrojů a detekce událostí, asistence při tvorbě jednoduchých zpráv, analýza pro investigativní a datovou žurnalistiku, více možností ověřování informací.

Odhadované roční úspory při implementaci kroků:

Postprodukce: 25–35 mil. Kč

Administrativa: 30–40 mil. Kč

Dostupnost (audiodeskripce): 10–15 mil. Kč

Zákaznická podpora a marketing: 5–8 mil. Kč

Produkce: 15–25% snížení nákladů.

Celkové potenciální roční úspory ČT: 150–200 milionů Kč.

ZÁVĚR

Vážené členky, vážení členové Rady České televize,

Česká televize vstupuje do období, které zásadně určí její další směřování. **Potřebuje znovu získat důvěru veřejnosti, zvládnout náročnou digitální transformaci a pružně reagovat na hluboké změny ve společnosti i v médiích.** Tyto úkoly nejsou snadné, vyžadují odvahu ke změnám, cit pro veřejnou službu a schopnost spojovat lidi napříč generacemi i regiony.

Plně si uvědomuji komplexnost této výzvy. **Nabízím proto své zkušenosti, hlubokou znalost prostředí i jasnou vizi, jak Českou televizi tímto obdobím provést. Vnímám odpovědnost nejen vůči divákům a uživatelům, ale i vůči institucím, spolupracovníkům a budoucím generacím.** Věřím, že veřejná služba má v 21. století své pevné místo, pokud ji budeme tvořit s respektem, profesionalitou a otevřeností vůči světu, který se rychle vyvíjí.

Vnímám rovněž, co pro Českou televizi znamená to nejcennější, čím disponuje, její zkušení zaměstnanci a tvořiví spolupracovníci. I pro ně musí další období přinést pozitivní změny, protože to oni jsou hnací silou rozvoje veřejné služby. **Nelze už proto dále zavírat oči před tím, že musí dojít k úpravám honorářů i platů tak, aby veřejná služba byla dále konkurenceschopná.**

Na začátku svého projektu jsem mluvil o otevřenosti. Tento princip je mnohem víc než jen osobní postoj. Je to základní kámen fungování veřejnoprávního média v demokratické společnosti. Média, které má naslouchat, nebát se různých názorových proudů a které je zároveň připraveno podporovat a kultivovat veřejnou debatu tak, aby jejím cílem bylo porozumění a z něho vycházející vyšší odolnost společnosti. I proto bude užitečné ještě více propojit Českou televizi s občanskou společností, například skrze další rozšíření Divácké rady. A i proto má být Česká televize připravena vést otevřenou debatu se svým kontrolním orgánem, Radou České televize.

Jsem si jistý, že díky své životní oddanosti veřejné službě, svým zkušenostem a profesionálnímu týmu kolegů dokážeme výzvy popsané v tomto projektu zvládnout. A za šest let předat Českou televizi svým nástupcům silnější, modernější a důvěryhodnou.

S úctou



Mgr. Milan Fridrich, MBA
V Praze dne 20. května 2025

Určeno pro potřeby výběrového řízení na pozici generální ředitele/-ky České televize