

Analýza filantropie zpracovaná pro Fórum dárců

Období:
1.1.2009 - 31.12.2009



Fórum
Dárců
Czech
Donors
Forum

NEWTON Media a.s. je největší společností v České republice, která již 15 let dodává v elektronické podobě plná znění veškerých informací z tisku, plné přepisy zpravodajských a vybraných publicistických pořadů televizních a rozhlasových stanic, agenturní zpravodajství a obsahy internetových serverů.

Mediální analýza je dalším rychle rozvíjejícím se produktem, který společnost NEWTON Media a.s. nabízí svým klientům. Jedná se o přehledný rozbor obrazu společnosti, který o ní vytvářejí média. Tyto cenné informace získané na základě obsáhlého množství materiálu, umožňují našim klientům kvalifikovanější rozhodování a zvyšují ve svém důsledku jejich konkurenční výhodu. Mediální analýza může včas upozornit na příležitosti a rizika a umožňuje spatřit skryté souvislosti.

Podle Vašich potřeb jsme schopni sledovat a analyzovat široké a mnohdy nepřehledné množství informací o konkrétní oblasti, o Vaší společnosti a jejích představitelích či o konkurenčních subjektech na trhu. Výstupy předáme v maximálně přehledné a strukturované podobě. Analýzy jsou zpracovávány v měsíční, čtvrtletní, půlroční, roční nebo jiné periodě. Nejčastěji se jedná o variantu měsíčních reportů doplněných o souhrnnou analýzu za delší časové období, která je pravidelným klientům poskytnuta za zvýhodněnou cenu.

Dotazy z oblasti mediálních analýz směřujte na:

Ing. Věra Čarná

vedoucí oddělení mediálních analýz, tel.: +420 225 540 501

Dotazy týkající se monitoringu médií směřujte na:

NEWTON Media, a.s.

Obchodní oddělení

Na Pankráci 1683/127

budova Gemini

IČO: 64580971

Tel.: +420 225 540 201

140 00 Praha 4

DIČ: CZ64580971

E-mail: obchodni@newtonmedia.cz

Další informace a ukázky našich produktů naleznete na našich internetových stránkách:

www.newtonmedia.cz

www.headlines.cz

www.mediainfo.cz

Tento materiál je duševním vlastnictvím NEWTON Media a.s.

Čelek či jakákoliv část tohoto materiálu nesmějí být publikovány a šířeny jakýmkoliv způsobem a v jakékoliv podobě bez výslovného svolení NEWTON Media a.s.

© NEWTON Media a.s., 2010

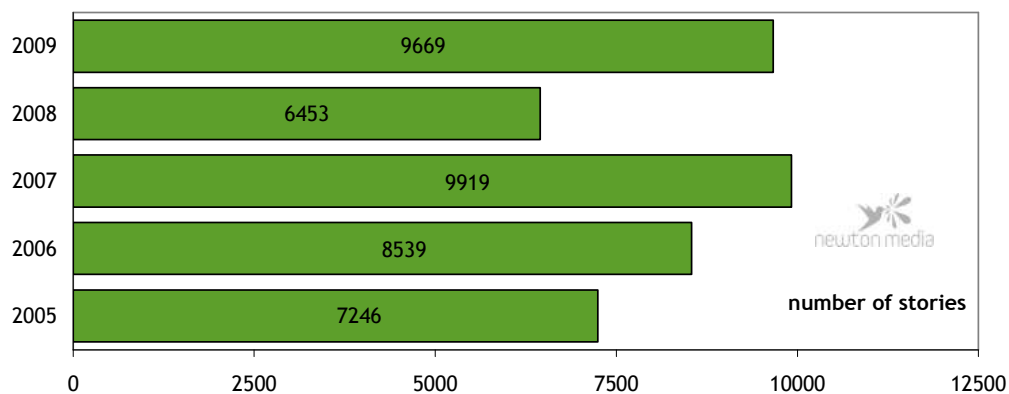
OBSAH

1. KLÍČOVÉ VÝSLEDKY ANALÝZY	3
2. MEDIALIZACE FILANTROPIE V LETECH 2005 AŽ 2009	4
3. FILANTROPIE V ROCE 2009.....	5
3.1. FILANTROPIE V JEDNOTLIVÝCH SKUPINÁCH MÉDIÍ	5
3.2. TOP MÉDIA O FILANTROPII	6
4. MEDIALIZACE VYBRANÝCH TOP NADACÍ V ROCE 2009.....	7
4.1. PŘEHLED MEDIALIZACE TOP NADACÍ VČETNĚ HODNOCENÍ A MEDIÁLNÍHO DOPADU	7
4.2. PŘEHLED MEDIALIZACE TOP 5 NADACÍ VČETNĚ HODNOCENÍ A MEDIÁLNÍHO DOPADU	10
4.3. PŘEHLED MEDIALIZACE TOP 10 NADACÍ VČETNĚ HODNOCENÍ A MEDIÁLNÍHO DOPADU	11
4.4. PŘEHLED MEDIALIZACE TOP 15 NADACÍ VČETNĚ HODNOCENÍ A MEDIÁLNÍHO DOPADU	12
4.5. TOP NADACE V JEDNOTLIVÝCH SKUPINÁCH MÉDIÍ VČETNĚ HODNOCENÍ	13
4.6. TÉMATA SPOJOVANÁ S TOP NADACEMI NEJČASTĚJI	14
4.7. SEZNAM NEGATIVNÍCH PŘÍSPĚVKŮ O VYBRANÝCH NADACÍCH	16
5. AVE VYBRANÝCH TOP NADACÍ V ROCE 2009	18
6. METODIKA	19
7. SLEDOVANÁ MÉDIA	22
7.1. TIŠTĚNÁ MÉDIA	22
7.2. TELEVIZE A ROZHLAS	24
7.3. AGENTURNÍ ZPRAVODAJSTVÍ ČTK	25

1. Klíčové výsledky analýzy

- V roce 2009 bylo o problematice **filantropie, firemního dárcovství** a o **činnosti nadací** publikováno celkem **9 669** příspěvků (tj. 1,5krát více než v roce 2008 - nárůst z 6 453 na 9 669 příspěvků). **Nejvyšší** publicity dosáhla tato problematika v roce 2007 (**9 919** příspěvků), naopak **nejméně** byla tato problematika medializována v roce 2008 (**6 453** příspěvků) - viz [kap. 2.](#)
- Z jednotlivých skupin médií se danou problematikou nejvíce zabývaly **regionální tituly**, které zaujímaly **74 %** celkové medializace. Shodně po **sedmi** procentech tvořily **celostátní deníky** a **ostatní tisk**. **Ekonomické časopisy** představovaly **5 %** celkové medializace. **Sledované televizní a rozhlasové pořady** se podílely **4 %** - viz [kap. 3.1.](#)
- V roce 2009 se mezi **TOP** médii prosadil celostátní deník **Mladá fronta DNES** (**344** příspěvků). Na druhé pozici se objevilo **Zpravodajství ČTK** s **323** příspěvky, třetí pozici obsadil **Českolipský deník** se **166** příspěvky a na čtvrté příčce skončil **Liberecký deník** se **132** příspěvky - viz [kap. 3.2.](#)
- **Fórum dárců** bylo v roce 2009 zohledněno v médiích v celkem **1 346** příspěvcích, a to nejčastěji s **neutrálním** vyzněním (**1 179**). **Pozitivní** příspěvky (**167**) zaujímaly **12 %** celkové medializace. **Nejvyššího mediálního dopadu** dosáhly **neutrální** příspěvky (**208 GRP**) - viz [kap. 4.](#)
- V roce 2009 byly **vybrané nadace** zohledněny v celkem **8 620** příspěvcích, z toho v **6 111** **neutrálních**, **2 494** **pozitivních** a v **15** **negativních** příspěvcích - viz [kap. 5.1. až 5.4.](#)
- V roce 2009 se v médiích nejvíce prosadila **Nadace Partnerství** (**1 830** příspěvků, z toho 423 pozitivních). Příspěvky o této nadaci dosáhly po přepočtu na parametr **mediálního dopadu** nejvyšší vliv na recipienty (**899 GRP**). Druhou nejvíce medializovanou nadací se stala **Nadace Terezy Maxové** (**971** příspěvků, z toho **387** **pozitivních** a **čtyři** **negativní** příspěvky). Na třetí příčce pomyslného žebříčku medializace se objevila **Nadace VIA** (**874** příspěvků, z toho **116** **pozitivních** příspěvků). Čtvrtou pozici obsadil **Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové** (celkem **860** příspěvků, z toho **219** **pozitivních** příspěvků). Pátou nejvíce medializovanou nadací byla **Nadace Charty 77** (celkem **724** příspěvků, z toho **jeden** **negativní** a **314** **pozitivních** příspěvků). **Náměty hodnotově zabarvených příspěvků** o nejčteněji medializovaných nadacích jsou popsány v [kap. 5.1.](#)
- Nejvyšší počet příspěvků o vybraných nadacích uveřejnily ve sledovaném období **regionální tituly** (**6 782** příspěvků, tj. nárůst o 28 %). V rámci těchto periodik bylo publikováno celkem **2 225** **pozitivních** a **devět** **negativních** příspěvků. V **celostátních denících** byly vybrané nadace zohledněny v celkem **555** příspěvcích (tj. pokles 1,5krát), z nichž **58** bylo **pozitivních** a **čtyři** **negativní**. Po přepočtu na parametr **mediálního dopadu** dosáhly příspěvky z celostátních deníků nejvyššího vlivu na recipienty (**2 854 GRP**). **Ostatní tisk** publikoval o nadacích celkem **488** příspěvků, z toho **79** **pozitivních** - viz [kap. 5.5.](#)
- Nejvyšší hodnoty **AVE** dosáhla ve sledovaném období **Nadace Terezy Maxové** (**44 095 392 Kč**). Na druhé příčce pomyslného žebříčku hodnoty **AVE** se umístila **Nadace Partnerství** (**29 843 311 Kč**) a třetí pozici **Nadace ADRA** (**21 793 226 Kč**) - viz [kap. 6.](#)
- Nejvyšší hodnoty **AVE** zaznamenala v roce 2009 mezi vybranými firmami **Skupina ČEZ** (**8 258 499 Kč**). Na druhé příčce pomyslného žebříčku skončil **Vodafone Czech Republic** (**6 708 623 Kč**) a na třetí **Telefónica O2 Czech Republic** (**6 116 929 Kč**) - viz [kap. 8.](#)
- Co se týká tematického zaměření příspěvků o vybraných nadacích, dominovaly **konkrétní projekty nadací, nadačních fondů, firem** (**56 %** celkové medializace, tj. **6 913** zmínek). Druhým nejčastěji medializovaným tématem se stalo **zapojení veřejně známých osob, celebrit, významných zástupců byznysu v oblasti dárcovství a filantropie** (**3 273** zmínek, tj. **27 %** celkové medializace - viz [kap. 5.6.](#)
- V roce 2009 byly vybrané **TOP** firmy medializovány v celkem **1 191** příspěvcích, z nichž nejčastěji **Česká spořitelna** (**224** příspěvků). **Nejvyššího mediálního dopadu** (**70 GRP**) dosáhly příspěvky o **Skupině ČEZ** - viz [kap. 7.](#)

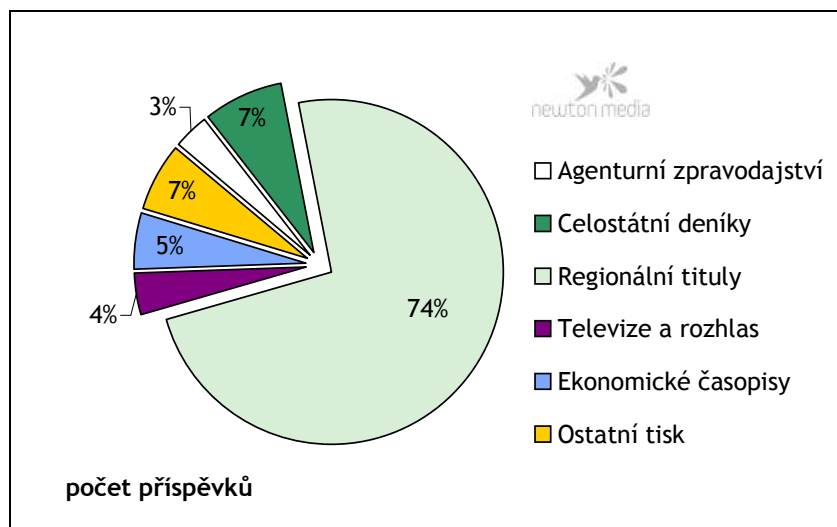
2. Medializace filantropie v letech 2005 až 2009



Graf znázorňuje medializaci filantropie v letech 2005 až 2009. Okruh sledovaných médií byl zúžen na tištěná média, televizní a rozhlasové zpravodajství a publicistiku, regionální tituly a Zpravodajství ČTK.

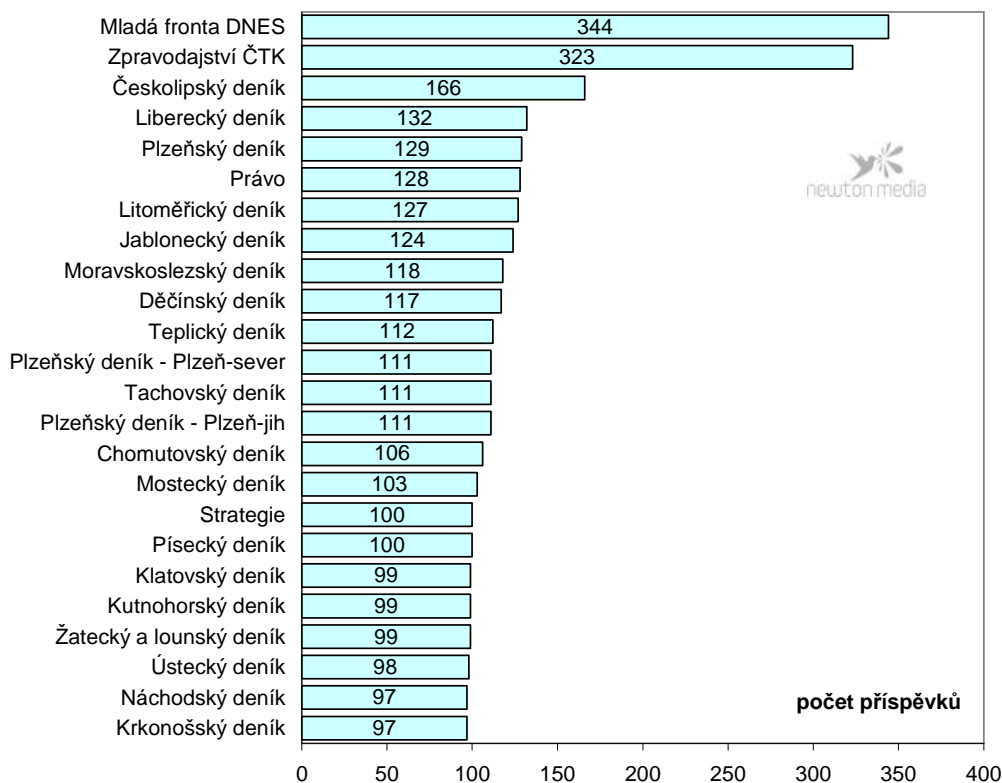
3. Filantropie v roce 2009

3.1. Filantropie v jednotlivých skupinách médií



Graf znázorňuje podíl medializace filantropie v jednotlivých skupinách médií.

3.2. TOP média o filantropii

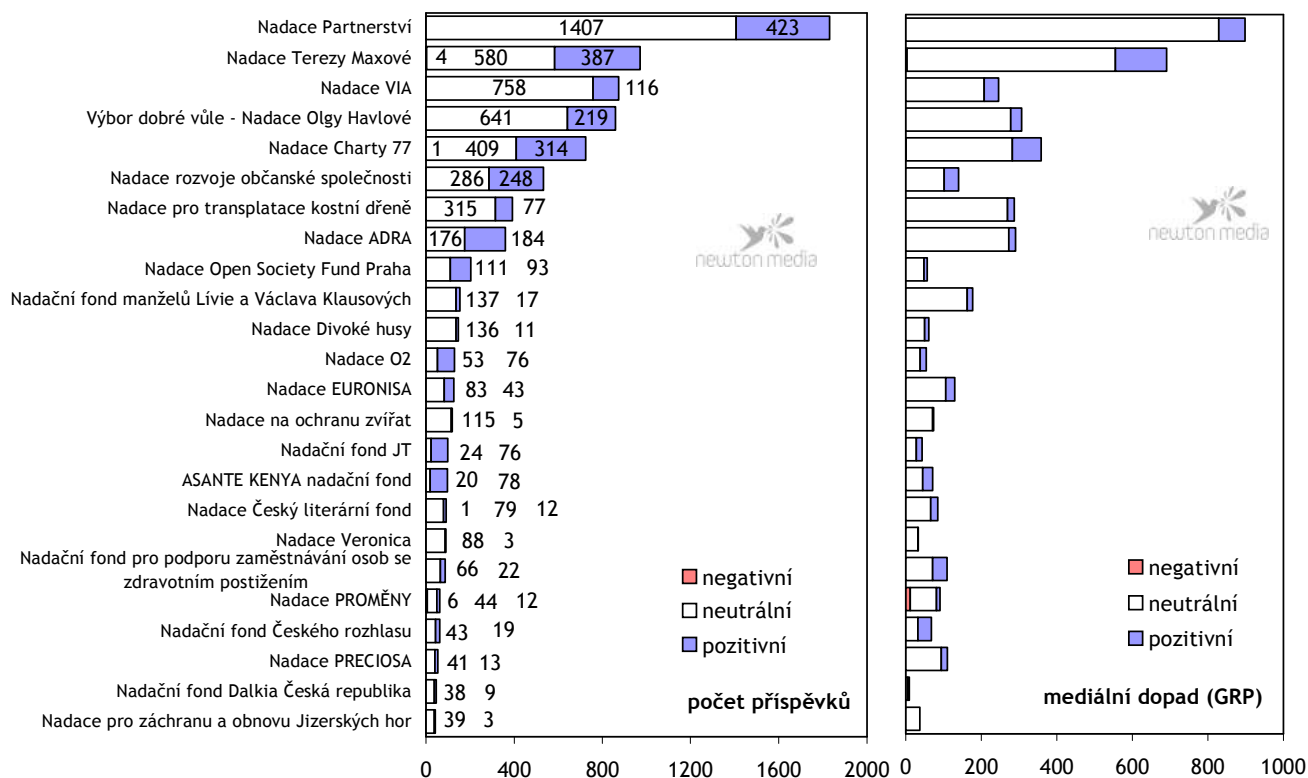


Graf informuje o médiích, která se v roce 2009 nejvíce věnovala tématu filantropie. V grafu jsou zařazeny média s alespoň 97 příspěvky.

- V roce 2009 se mezi TOP médii prosadil obdobně jako v minulém roce celostátní deník **Mladá fronta DNES** (344 příspěvků, tj. pokles o 26 % - z 463 na 344 příspěvků). Na druhé pozici skončilo **Zpravodajství ČTK** s 323 příspěvky. Třetí pozici zaujal **Českolipský deník** se 166 příspěvky (tj. nárůst o 12 % - ze 148 na 166 příspěvků). Čtvrtou příčku obsadil **Liberecký deník** se 132 příspěvky (tj. nárůst o devět procent - ze 121 na 132 příspěvků). Pátý skončil **Plzeňský deník** se 129 příspěvky. Deník **Právo** se z druhé příčky v roce 2008 posunul v roce 2009 na šestou pozici (pokles o 31 % - ze 185 na 128 příspěvků).

4. Medializace vybraných TOP nadací v roce 2009

4.1. Přehled medializace TOP nadací včetně hodnocení a mediálního dopadu



Graf podává přehled o počtech příspěvků uveřejněných o vybraných top nadacích včetně jejich hodnocení v médiích. Jeden příspěvek mohl zmínit i více nadací současně. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. GRP (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

- V roce 2009 byly vybrané nadace medializovány v celkem 8 620 příspěvcích. Celkem 71 % medializace (tj. 6 111 příspěvků) tvořily neutrální příspěvky. Pochvalné příspěvky (2 494) představovaly 29 % celkové medializace. Vybrané nadace byly zohledněny v celkem 15 negativních příspěvcích.
- Nejfrekventovanější se v roce 2009 stala Nadace Partnerství (1 830 příspěvků, tj. o 55 % více než v období minulém - nárůst z 1 179 na 1 830 příspěvků). Příspěvky o této nadaci dosáhly po přepočtu na parametr mediálního dopadu nejvyšší vliv na recipienty (899 GRP). Počet pozitivních příspěvků se zvýšil z 89 na 423. Pochvalně média hodnotila zejména zařazení nadace mezi největší nefiremní nadace v Česku v roce 2008 na základě žebříčku Fora dárců (nadace rozdělila na projekty 18,9 milionu korun); anketu Strom roku 2009; vyhlášení osmého ročníku soutěže Cesty městy zaměřené na zklidňování dopravy ve městech a obcích v ČR; třetí ročník grantového programu Na zelenou zaměřeného na podporu bezpečných cest do školy; soutěž o titul Město stromů s možností získat prémii od Nadace Partnerství ve

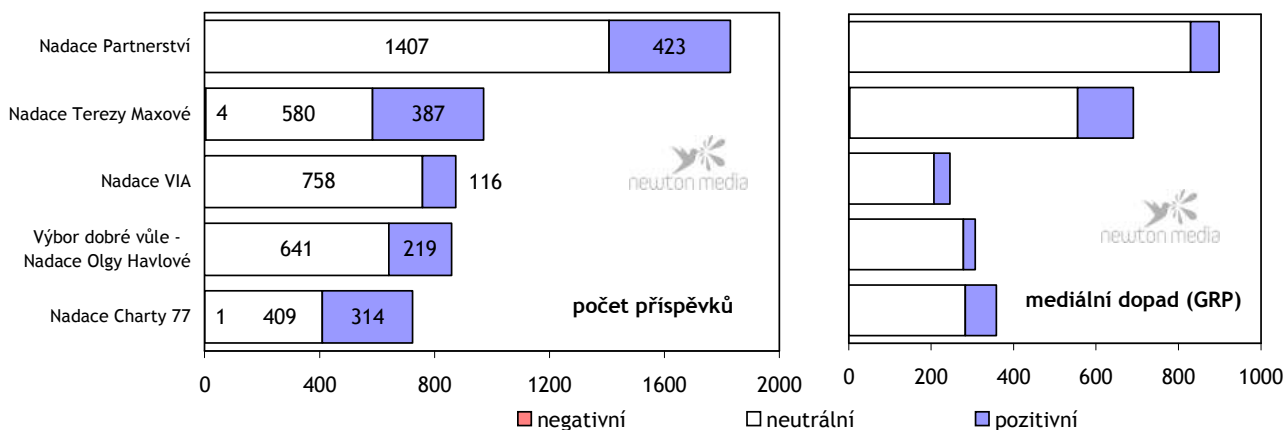
formě prémie 50 tisíc korun; výzkum nadace v oblasti sčítání cyklistů pohybujících se na území města Brna; vyhlášení dalšího ročníku prestižní soutěže o Cenu Josefa Vavrouška; rozhovor s ředitelem Nadace Partnerství Miroslavem Kunderou; rozdělení finančních prostředků na úpravu veřejných prostranství a obnovu a ochranu krajiny; prezentaci záměrů nadace s cyklostezkou podél Labe, *která je lákadlem pro turisty a cyklisty v mezinárodním měřítku*, a to na mezinárodní konferenci Stop and Stay; zařazení pomoci pro Tatry zasažené ničivou vichřicí ze strany Nadace Partnerství mezi nejúspěšnější sbírky uskutečněné pomocí dárcovských sms; rozhovor s koordinátorem programu Zelené stezky Jurajem Flamikem o významu tomto projektu či soutěž Zaostřeno na Moravské vinařské stezky, jehož hlavní cenou je možnost získat předplatné časopisu Peloton a cyklistický retro dres. V roce 2009 neuveřejnila média žádný negativní příspěvek o Nadaci Partnerství.

- Druhou nejčteněji medializovanou se stala **Nadace Terezy Maxové (971 příspěvků, tj. nárůst o 34 % - z 724 na 971 příspěvků)**. Příspěvky o této nadaci dosáhly **druhého nejvyššího mediálního dopadu**. Počet **pochvalných referencí** se zvýšil ze 136 na **387**. Média publikovala o nadaci **čtyři negativní příspěvky**, které se vztahovaly k:
 - ❖ dopisu čtenáře, který uvedl: „*Mnohem víc mě však rozohnil článek v jistém periodiku, který upozornil na nadaci Terezy Maxové s názvem Teddy Bear. Zakoupením výrobku s logem medvídko tak přispějete dětem. Tričko, za které zaplatíte 399 korun, tak nejmenším přinese závratných 50 korun. Zkuste dát hladovému jeden piškot*“ (dvakrát Sedmička 3.9.2009, Jihlavský deník 2.9.2009)
 - ❖ kritice vysoké ceny za lístek do charitativní tomboly, jehož výtěžek byl určen Nadaci Terezy Maxové (Aha! 2.2.2009).
- **Pochvalné příspěvky zmiňující Nadaci Terezy Maxové** se zaobíraly zejména charitativní módní přehlídkou Terezy Maxové, která se uskutečnila v Obecním domě v Praze u příležitosti oslavy úspěšného fungování projektu TeriBear. Další **pozitivní příspěvky** se týkaly grantu na projekty, které zlepšují podmínky dětem z dětských domovů. Na tomto grantovém programu spolupracuje Nadace Terezy Maxové s Nadací Děti - kultura - sport a se společností Synot Tip. Média rovněž připomněla charitativní tombolu Plesu v opeře v Praze; rozhovor s Terezií Sverdinovou, ředitelkou marketingu Nadace Terezy Maxové; vysoký zájem o letní kolekci charitativního projektu Teribear, která byla k dostání v obchodech Interspar a jejímž autorem byl mj. držitel ceny Grand Czech Design - objev roku Vladimír Žák; dražbu helmy od lyžařky Šárky Záhrobské, která byla poseta sedmi tisíci křišťály od slavné dědičky šperkařské firmy Fiony Swarovski ve prospěch nadace; benefiční akce a přehlídky u příležitosti ročního výročí projektu TeriBear; vánoční koncert splněných přání, který patří mezi tradiční charitativní akce; představení komunikačního projektu Ztraceni, který má podpořit snížení počtu dětí vyrůstajících mimo rodinu; zapojení nadace do projektu darujspravne.cz či zařazení nadace mezi pět největších nefiremních nadací v Česku na základě žebříčku, který vypracovalo Fórum dárců. Média rovněž neopomněla uveřejnit pochvalu na adresu zakladatelky nadace - Terezy Maxové.
- Třetí nejmedializovanější nadací byla ve sledovaném období **Nadace VIA (874 příspěvků, tj. nárůst z 342 na 874 příspěvků)**. O nadaci nebyl publikován **žádný negativní příspěvek**. Média zohlednila nadaci ve **116 pozitivních příspěvcích**. **Pochvalně** vyznívaly příspěvky týkající se vyhlášení vítězů dvanáctého ročníku Cen Via Bona - ocenění za firemní a individuální filantropii; vyhlášení soutěže Starosta roku 2009 ve spolupráci s Poštovní spořitelnou; vyzdvižení činnosti nadace jako takové např. v kontextu financování obnovy kapliček a božích muk na českém venkově a také podpory začínajících neziskových organizací; zařazení nadace Via mezi největší a nejaktivnější české nadace; ocenění dárců jednoho milionu korun - Jaroslava Sklenáře - za podporu výstavby Sluneční školy v Himálaji; obnova krajiny a péče o životní prostředí v ČR ze strany Nadace Via.
- Čtvrtou nemedializovanější nadací se stal **Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové (celkem 860 příspěvků, tj. nárůst z 280 na 860 příspěvků)**. **Pochvala** na adresu nadace zazněla v celkem **219 příspěvcích**. Námětem **pozitivních příspěvků** se ve sledovaném období stalo vyzdvižení osobnosti první dámy republiky po roce 1989 - Olgy Havlové - jako zakladatelky Výboru dobré vůle. Média v této souvislosti uvedla, že *Olga Havlová již v roce 1990 založila Výbor dobré vůle, který se později stal jednou z nejúspěšnějších nadací v Česku (...) Paní Olga byla svobodomyšlná, a přála svobodu i druhým. Byla přesvědčena, že lidé, kteří mají handicap, se nestanou lepšími, když budou izolováni ve společnosti stejně postižených*. Další **pochvalné příspěvky** se týkaly rozdělení nadačních příspěvků z programu Obyčejný život ve výši více než 1,8 milion korun pro celkem 21 neziskových organizací; udělení Ceny Olgy

Havlové pro osoby se závažným zdravotním postižením, kteří i přes svůj handicap pomáhají ostatním; udělení 71 stipendií mladým lidem se zdravotním nebo sociálním hendikepem z Fondu vzdělání Výboru dobré vůle; rozhovoru s ředitelkou nadace Milenou Černou o podporu dětí z dětských domovů a poděkování Daliboru Dostálovi z DBM za podporu neziskové oblasti.

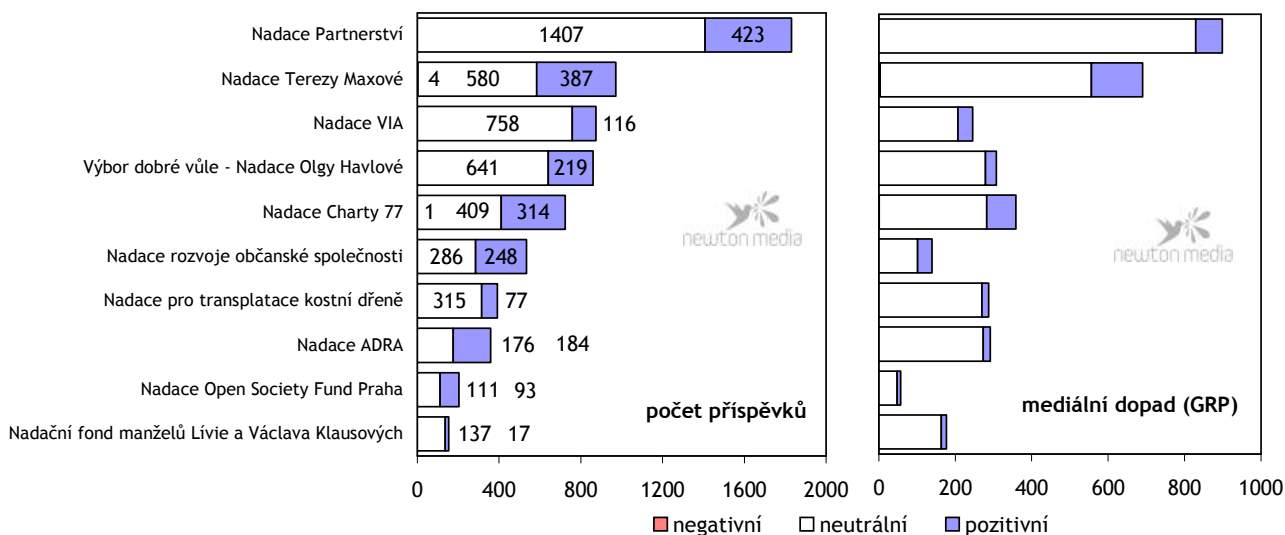
- V pořadí pátou nadací v pomyslném žebříčku medializace byla **Nadace Charty 77** (celkem 724 příspěvků, tj. nárůst z 417 na 724 příspěvků). Média publikovala o této nadaci **jeden negativní příspěvek** a **314 pozitivních příspěvků**. **Pochvala** v médiích souvisela především s možností zakoupit si na poštovních úřadech vánoční pohlednice pro Konto Bariéry; s nákupem špičkového inkubátoru pro Fakultní nemocnici Olomouc; finanční podporou mladých lékařů v rámci projektu luventus Medica týkajícího se jejich dalšího vzdělávání; rozhovorem s ředitelkou Nadace Charty 77 Boženou Jirků o projektu Konto Bariéry; získáním grantu z Finančního mechanismu EHP/Norsko ve výši 761 657 € na nákup speciálních inkubátorů; udělením Ceny Františka Kriegla pro Jakuba Štěrbíka a Stanislava Vodičku z Čejetic za občanskou statečnost či se sbírkou určenou pro zdravotně postižené v rámci projektu „Plníme přání“, kterou uspořádala Nadace Charty 77 spolu s Nadací ČEZ. Média rovněž připomněla význam první velké sbírky Nadace Charty 77 - Konto Míša - díky němuž byl zakoupen unikátní operační přístroj Leksellův gama nůž pro Nemocnici Na Homolce.
- Námětem **248 pozitivních příspěvků** zmiňujících **Nadaci rozvoje občanské společnosti** se stal např. jedenáctý ročník sbírky Pomozte dětem! spolu s jejím symbolem žlutým kuřetem se záchranným kruhem; zařazení nadace mezi desítku největších nadací v ČR na základě žebříčku, který sestavuje Fórum dárců; zařazení sbírky Pomozte dětem! mezi největší charitativní projekty v ČR a akce „Bez práce nejsou koláče“, která je součástí celoročního projektu „Vaše životní šance - CK Švagrtour“, jež je financován ze sbírkového projektu Pomozte dětem!.
- Celkem **148 pozitivních příspěvků** týkajících se **Nadace ADRA** se zabývalo např. financováním bezplatného počítačového kurzu pro invalidy, a to z Velikonoční sbírky Adra; pomocí při válečné situaci na Balkáně v roce 1992 či poskytnutím rozsáhlé pomoci obětem tsunami v jihovýchodní Asii a finanční sbírkou ve formě DMS určená pro lidi postiženými povodněmi na severu Čech.

4.2. Přehled medializace TOP 5 nadací včetně hodnocení a mediálního dopadu



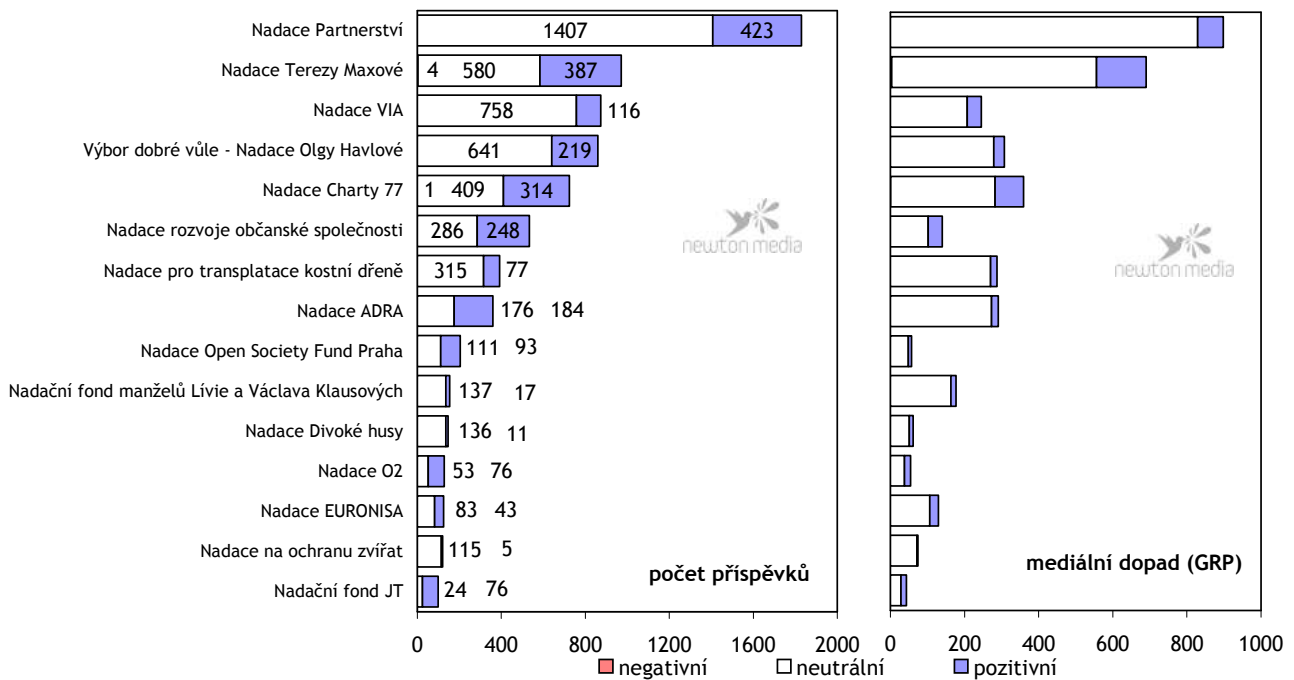
Graf podává přehled o počtech příspěvků uveřejněných o vybraných top 5 nadacích včetně jejich hodnocení v médiích. Jeden příspěvek mohl zmínit i více nadací současně. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. GRP (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

4.3. Přehled medializace TOP 10 nadací včetně hodnocení a mediálního dopadu



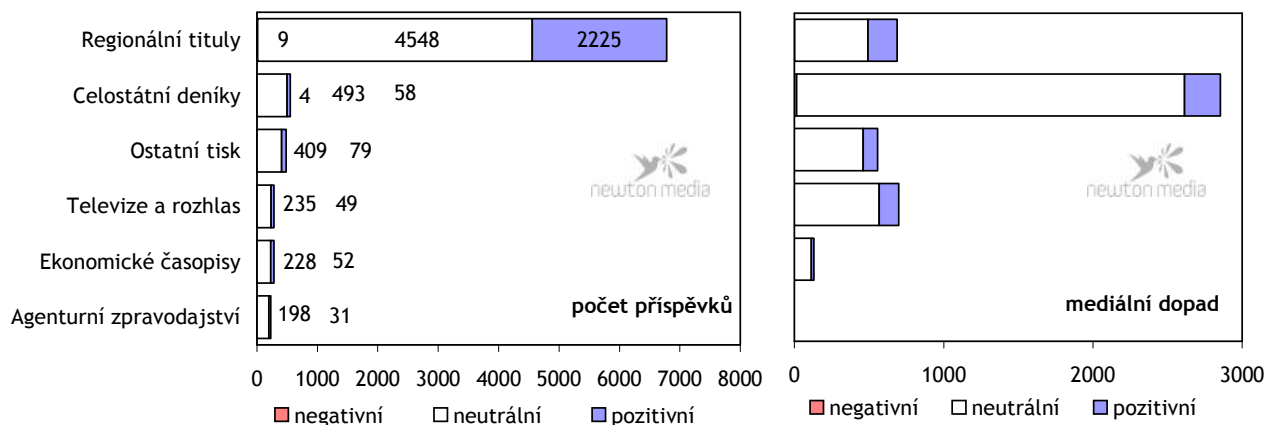
Graf podává přehled o počtech příspěvků uveřejněných o vybraných top 10 nadacích včetně jejich hodnocení v médiích. Jeden příspěvek mohl zmínit i více nadací současně. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. GRP (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

4.4. Přehled medializace TOP 15 nadací včetně hodnocení a mediálního dopadu



Graf podává přehled o počtech příspěvků uveřejněných o vybraných top 15 nadacích včetně jejich hodnocení v médiích. Jeden příspěvek mohl zmínit i více nadací současně. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. GRP (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

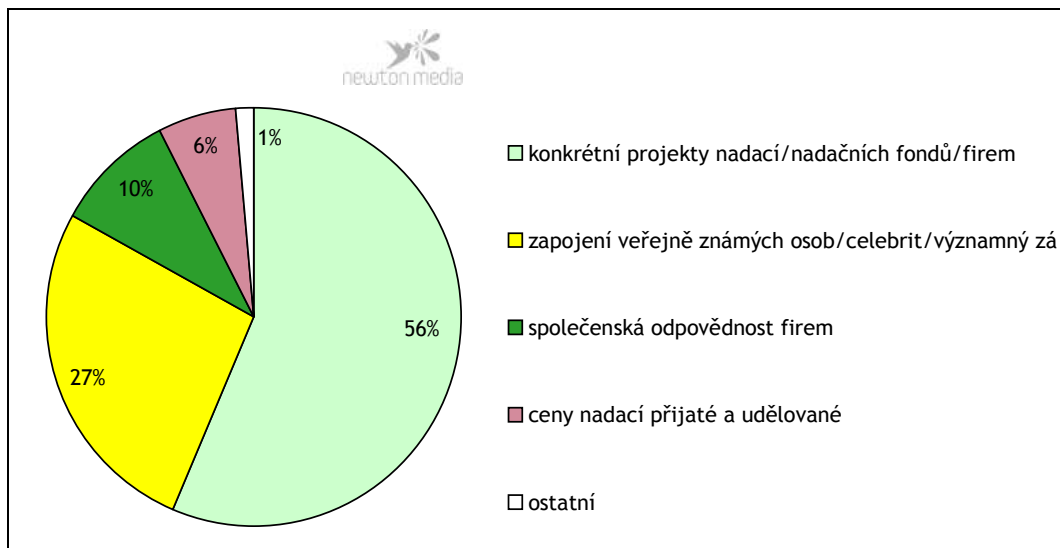
4.5. TOP nadace v jednotlivých skupinách médií včetně hodnocení



Graf porovnává počty příspěvků vybraných nadací v jednotlivých skupinách médií, a to včetně hodnotového zabarvení příspěvků. Jeden příspěvek mohl zmínit i více nadací současně. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. GRP (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

- O vybraných nadacích referovaly v roce 2009 nejčastěji **regionální tituly** (6 782 příspěvků, tj. nárůst o 29 % - z 5 275 na 6 782 příspěvků). Počet **pozitivních** referencí se v tomto periodiku zvýšil dvakrát - z 1 090 na 2 225 příspěvků. Počet **negativních** příspěvků se snížil ze 76 na devět.
- Skupina **celostátních deníků** se vybranými nadacemi zabývala v celkem 555 příspěvcích (tj. pokles 1,5krát oproti předchozímu období - z 800 na 555 příspěvků). Počet **pozitivních** příspěvků v celostátních denících poklesl z 78 na 58 příspěvků a počet **negativních** příspěvků se zvýšil z jednoho na čtyři. Příspěvky publikované v celostátních denících dosáhly **nejvyššího mediálního dopadu (2 854 GRP)**.
- Ve skupině **ostatního tisku** bylo publikováno celkem 488 příspěvků, tj. o 6 % méně než v období předchozím (pokles z 518 na 488 příspěvků). Počet **pochvalných** referencí se zvýšil o 20 % (tj. nárůst z 66 na 79 příspěvků). Na rozdíl od minulého období nebyl v roce 2009 publikován **žádný negativní** příspěvek v této skupině médií.

4.6. Témata spojovaná s TOP nadacemi nejčastěji



Graf informuje o poměru témat, která byla v příspěvcích spojována s vybranými nadacemi nejčastěji. V jednom příspěvku mohlo být uvedeno i více témat.

- V roce 2009 dominovalo obdobně jako v předchozím období téma **konkrétní projekty nadací, nadačních fondů, firem** (56 % celkové medializace, tj. 6 913 zmínek). Média se zabírala např. těmito projekty:
 - Strom roku 2009 - Nadace Partnerství
 - Cesta městy - Nadace Partnerství
 - Na zelenou - Nadace Partnerství
 - Město stromů - Nadace Partnerství
 - Zelené stezky - Nadace Partnerství
 - Moravské vinařské stezky - Nadace Partnerství
 - TeriBear - Nadace Terezy Maxové
 - Ztraceni - Nadace Terezy Maxové
 - Starosta roku 2009 - Nadace VIA
 - Obyčejný život - Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové
 - Fond vzdělání - Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové
 - Iuventus Medica - Nadace Charty 77
 - Plníme přání - Nadace Charty 77
 - Konto Míša - Nadace Charty 77
 - Počítače proti bariérám - Nadace Charty 77
 - Pomozte dětem! - Nadace rozvoje občanské společnosti
 - Bez práce nejsou koláče - Nadace rozvoje občanské společnosti a další.
- Celkem 27 % celkové medializace tvořilo téma **zapojení veřejně známých osob, celebrit, významných zástupců byznysu v oblasti dárcovství a filantropie** (3 273 zmínek). Zmínky se týkaly zejména účasti modelky Terezy Maxové na různých charitativních akcích (konkrétně charitativní tombola Plesu v opeře v Praze); ocenění kolekce v rámci projektu TeriBear, jehož autorem byl držitel ceny Grand Czech Design - objev roku Vladimír Žák; dražby helmy od lyžařky Šárky Záhrobské, která byla poseta sedmi tisíci křišťály od slavné dědičky šperkařské firmy Fiony Swarovski ve prospěch nadace. Média rovněž chválila zakladatelku nadace - Terezu Maxovou. Další zmínky se zabývaly např. osobností amerického miliardáře a filantropa George Sorose, který založil Nadaci Open Society Fund; osobností první dámy republiky po

roce 1989 - Olgy Havlové - jako zakladatelky Výboru dobré vůle; pomocí Jany Hejzlarové, která již deset let pomáhá Domovu sv. Karla Boromejského v Praze; účastí ministra Petra Nečase v projektu Ztraceni; dražbou uměleckých předmětů, kterou pořádala Nadace Euronisa a do které nabídli svoje díla významní umělci jako např. Adolf Born, Kristian Kodet, Jan Rapin, Vlastimil Záborský, René Roubíček a Olbram Zoubek; oceněním osob zabývajících se filantropií v rámci Ceny za firemní a individuální filantropii Via Bona pro rok 2009; osobností Livie Klausové - zakladatelky Nadačního fondu manželů Livie a Václava Klausových - její orientace na pomoc sociálně slabým spoluobčanům, dětem, seniorům a zdravotně postiženým; účastí Marty Kubišové na koncertu v Divadle Reduta v Brně, který byl určen na pomoc projektu Strom roku; účastí Miroslava Žbirky na vánoční charitativní akci Nadace Terezy Maxové; členstvím Karla Schwarzenberga či známého onkologa Kouteckého ve správní radě Nadačního fondu Českého rozhlasu; charitativním koncertem v Obecním domě v Praze, na němž vystoupil světoznámý Glenn Miller Orchestra; účastí zpěvačky Anny K na Aukro Best of Tour - charitativní akci, jejíž výtěžek byl věnován Nadaci Terezy Maxové apod..

4.7. Seznam negativních příspěvků o vybraných nadacích

02.02.2009

- ⊗ **Kvůli Trumpové přišli o 110 tisíc!**
 Aha! 2 Téma Nadace Terezy Maxové
LUCIE ČEVELOVÁ (Aha!)

19.02.2009

- ⊗ **Literární časopisy se bojí o existenci kvůli sníženým**
 Zpravodajství ČTK dotacím Nadace Český literární fond
hrm (Zpravodajství ČTK)

02.04.2009

- ⊗ **PRÁCE JAKO NA KOSTELE**
 Náš region 1 Titulní strana Nadace Občanského fóra
Lucie Smolková (Náš region)

11.04.2009

- ⊗ **Město Žatec nedostane peníze od nadace na**
 Žatecký a lounský dobrodružný park Nadace PROMĚNY
 deník
(pk) (Žatecký a lounský deník)

06.05.2009

- ⊗ **Školní zahradu využijí i k výuce**
 Domažlický deník 2 Domažlicko Nadační fond Zelený poklad
STANISLAV ŠEBEK (Domažlický deník)

25.07.2009

- ⊗ **Nedokončené vzpomínky**
 Haló noviny 2 Obrys, kmen Nadace Charty 77
DANIEL STROŽ (Haló noviny)

02.09.2009

- ⊗ **Porce dobročinnosti**
 Jihlavský deník 18 Jihlavsko Nadace Terezy Maxové
Martina Novotná (Jihlavský deník)

03.09.2009

- ⊗ **Při výběru peněz na charitu se mnozí jen přiživují**
 Sedmička 10 Názory Nadace Terezy Maxové
Martina Novotná (Sedmička)

- ⊗ **Na charitě se mnozí jen přiživují**
 Sedmička 10 Názory Nadace Terezy Maxové
Martina Novotná (Sedmička)

30.09.2009

- ⊗ **MfD: Nadace Proměny zastavila podporu parku**
 Zpravodajství ČTK Benátky v Č. Třebové Nadace PROMĚNY
dos (Zpravodajství ČTK)

30.09.2009

- ⊖ **Park na lávkách ve Třebové jen tak nebude**
Mladá fronta DNES 3 Kraj Pardubický Nadace PROMĚNY
(fil) (Mladá fronta DNES)

01.10.2009

- ⊖ **Zahradu si zaplatí raději ze svého**
Domažlický deník 2 Domažlicko Nadační fond Zelený poklad
STANISLAV ŠEBEK (Domažlický deník)

13.10.2009

- ⊖ **Starosta píše nadaci**
Orlický deník 1 Titulní strana Nadace PROMĚNY
ŠÁRKA MIKULECKÁ (Orlický deník)

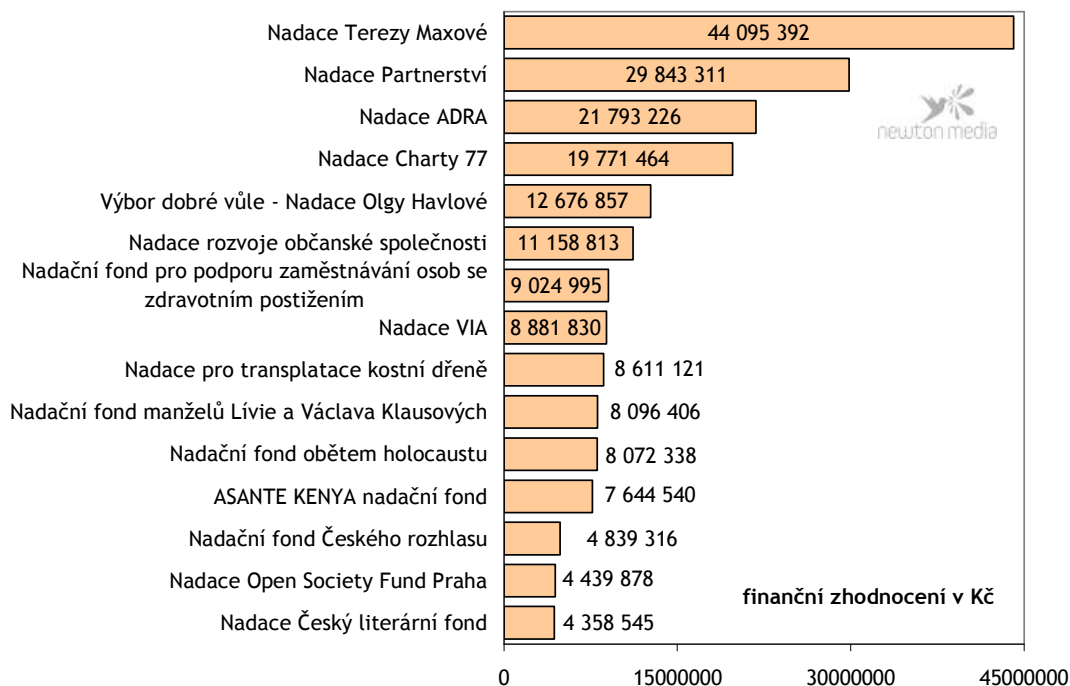
14.10.2009

- ⊖ **Česká Třebová postaví park Benátky sama**
Právo 11 Východní Čechy Nadace PROMĚNY
Zdeněk Seiner (Právo)

03.11.2009

- ⊖ **Veřejnost zvolí park svého srdce**
Orlický deník 1 Titulní strana Nadace PROMĚNY
ŠÁRKA MIKULECKÁ (Orlický deník)

5. AVE vybraných TOP nadací v roce 2009



Graf ukazuje finanční zhodnocení mediálních aktivit (AVE) vybraných TOP nadací v roce 2009. Parametr jednoduchého AVE - viz metodika.

- Nejvyššího finančního zhodnocení mediálních aktivit (AVE) dosáhla v roce 2009 Nadace Terezy Maxové (44 095 392 Kč). Na druhé příčce pomyslného žebříčku hodnoty AVE skončila Nadace Partnerství (29 843 311 Kč) a třetí Nadace ADRA (21 793 226 Kč).

6. Metodika

Úvod a výběr příspěvků

Hlavním cílem analýzy bylo zmapovat tematickou a časovou strukturu mediální prezentace problematiky firemního dárcovství, činnosti vybraných nadací a filantropie obecně v období 1.1.2009 - 31.12.2009 ve vybraných médiích (do analýzy nevstupovaly příspěvky uveřejněné na internetových serverech).

Zdrojem předložené analýzy jsou příspěvky publikované ve sledovaném období a čerpané z elektronického archivu společnosti Newton I.T. Do analýzy byly zahrnuty příspěvky týkající se obecně firemní (korporátní, podnikové) filantropie, společenské odpovědnosti firem (CSR), příspěvky týkající se vybraných neziskových společností a dále příspěvky o vybraných projektech firemních dárců i neziskových organizací.

Příspěvky o TOP firmách byly vybírány v kontextu těchto klíčových slov: *společenská odpovědnost, sociální zodpovědnost, CSR, corporate social responsibility, filantropie, dobročinnost, firemní dobročinnost, dárcovství, podnikové dárcovství apod.*

Od listopadu 2003 došlo v archivu společnosti Newton I.T. ke zkvalitnění monitorování regionálních titulů. Nárůst medializace v tomto měsíci tedy může znamenat pouze přesnější zachycení jejich reálné medializace v regionálních titulech. Například pokud byl příspěvek publikován na společných stránkách Deníků Bohemia pro celé Střední Čechy, objeví se v analýze nikoliv jednou jako doposud, ale 10krát - tedy přesně tak, jak vyšel, tj. v deseti středočeských mutacích Deníků Bohemia.

Analýza zdrojových dat

Zdrojová data jsou analyzována z různých hledisek. U každého publikovaného příspěvku je sledováno několik formálních a obsahových parametrů, které umožňují následné filtrování, seskupování, vytváření statistik a formulování závěrů.

Základní sledované parametry:

Formální parametry jsou nezávislé na obsahu příspěvku a z jeho struktury snadno zjištělné. Zahrnují: název příspěvku, autora, datum vydání, název média a rubriku / pořad.

Obsahové parametry nejsou triviálně stanovitelné a podléhají pečlivému posouzení mediálního analytika. Z obsahových parametrů sledujeme: hodnocení příspěvku vůči sledovaným nadacím a témata spojená s medializací vybraných nadací.

Hodnocení

Příspěvkům zabývajícím se vybranými nadacemi bylo přiřazeno hodnocení podle následujících pravidel:

pozitivní:

- nadace je autorem pochválena za svoji činnost
- autor v pozitivním duchu referuje o tom, co bylo možné pořídit z dotací od nadace
- autor v pozitivním duchu píše o tom, jak nadace pomohla lidem
- ocenění nadace nějakým vyznamenáním
- rekordní výtěžky nadací

neutrální:

- vyjádření zástupců nadací k nějaké skutečnosti
- výtěžky nadací (vyjma rekordních - pozitivně zabarvených)
- zmínka o dotacích nadací (bez pozitivního zabarvení - informativně)
- udělování cen nadacemi (bez pozitivního zabarvení - informativně)

- příspěvky obsahující zároveň pozitivní i negativní zprávy, příspěvky poskytující prostor kritice i obhajobě, příspěvky, které lze vůči sledované společnosti interpretovat jako pozitivní i jako negativní zároveň

negativní:

- kritika činnosti nadace (firmy, která přispěla nadaci)
- kritika představitele nadace (představitele firmy, která přispěla nadaci)
- problémy - příspěvky o zjištěných pohnutkách nadací (firem přispívajících do nadací) skrývaných pod akty dobročinnosti

Téma příspěvku

Každému příspěvku věnovanému vybraným nadacím je přiřazeno jedno či více témat:

- o **konkrétní projekty nadací/nadačních fondů/firem** (článek týkající se konkrétního projektu; organizace charitativních dražeb, aukcí, sportovních a benefičních akcí, nadacemi organizované semináře zaměřené na podporu v sociální oblasti, obecná propagace veřejných sbírek a dobrovolnictví mezi obyvateli obecně, výtěžek z akcí, zmínky o tom, kolik nadace nashromáždila příspěvků od dárců; žebříček TOP filantrop, TOP nadací)
- o **zapojení veřejně známých osob/celebrit/významných zástupců byznysu v oblasti dárcovství a filantropie** (veřejná vystoupení známých hudebníků, herců za účelem podpory výtěžků benefičních akcí nadací, charitativní činnost populárních patronů nadací, zmínky o slavnostních akcích, kde představitel firmy předává pro nadaci šek; zmínky o spolupráci nadace s firmou v oblasti filantropie)
- o **společenská odpovědnost firem** (termín „odpovědná firma“ - podpora rozvoje firemní filantropie, propagace odpovědného dárcovství)
- o **ceny nadací**
- o **ostatní** (ostatní nezařaditelná téma; vyjádření představitelů nadací k nejrůznějším skutečnostem apod.)

Mediální dopad

Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři (posluchači, diváky) a vychází z „průměrného“ oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let. Tento parametr vychází především ze čtenosti (sledovanosti) jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu.

Vysoká hodnota mediálního dopadu znamená:

- sledovaná informace zasáhla velké množství různých čtenářů, diváků a posluchačů
- sledovaná informace zasáhla opakovaně skupinu čtenářů, diváků a posluchačů.

Jednotkou měření mediálního dopadu jsou tzv. **GRP** (GRP = Gross rating points), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 88 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

Sledované nadace a nadační fondy

Seznam členských nadací a nadačních fondů

F-nadace

Komunitní nadace Blanicko - Otavská

Komunitní nadace Euroregionu Labe

Nadace ADRA

Nadace BONA

Nadace české architektury

Nadace Český hudební fond

Nadace Český literární fond

Nadace Dětský mozek

Nadace Divoké husy

Nadace dřevo pro život

Nadace EURONISA

Nadace O2
Nadace Charty 77
Nadace Jedličkova ústavu
Nadace LANDEK Ostrava
Nadace na ochranu zvířat
Nadace Občanského fóra
Nadace Open Society Fund Praha
Nadace Partnerství
Nadace Patrik dětem
Nadace Preciosa
Nadace prof. Vejdovského
Nadace pro podporu hasičského hnutí v České republice
Nadace pro radost
Nadace pro současné umění Praha
Nadace pro transplantace kostní dřeně
Nadace pro záchranu a obnovu Jizerských hor
Nadace PROMĚNY
Nadace rozvoje občanské společnosti
Nadace rozvoje zdraví
Nadace Terezy Maxové
Nadace Veronica
Nadace VIA
Olivova nadace
Tři brány, komunitní nadace pro vědění, umění a civilizaci
Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové
Vzdělávací nadace Jana Husa
Nadace Umění pro zdraví
ASANTE KENYA nadační fond
BBH - nadační fond
Český nadační fond pro vydru
ELPIDA, nadační fond
Nadační fond Astma
Nadační fond Českého rozhlasu
Nadační fond Dalkia Česká republika
Nadační fond Fatum
Nadační fond Homolka
Nadační fond J&T
Nadační fond Kolečko
Nadační fond manželů Livie a Václava Klausových
Nadační fond Moderní léčba Arytmií
Nadační fond obětem holocaustu
Nadační fond pro podporu církevního školství
Nadační fond pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením
Nadační fond Slunce pro všechny
Nadační fond Slovak-Czech Women's Fund
Nadační fond Vita Humana
Nadační fond Via Vitae
Nadační fond Zelený poklad
Nadační fond na podporu rozvoje hospicového hnutí v ČR, umění doprovázet/Nadační fond Umění doprovázet

7. Sledovaná média

7.1. Tištěná média

České celostátní deníky (včetně suplementů a mutací)	Aha!; Blesk (Blesk magazín); Haló noviny; Hospodářské noviny (Exportér, IN magazín, Víkend HN); Lidové noviny (Pátek Lidových novin); Mladá fronta DNES (Magazín Mladé fronty DNES, ONA DNES); Právo (Dům a bydlení, Magazín Práva, Styl); Sport (Sport magazín); ŠÍP
České regionální tituly	24 hodin; Benešovský deník; Berounský deník; Boleslavský deník; Bulvár; CV týden; Českobudějovický deník; Českokrumlovský deník; Českolipský deník; Děčínský deník; Domažlický deník; Hornopočernický zpravodaj; Hradecký deník; Chebský deník; Chomutovský deník; Chrudimský deník; Jablonecký deník; Jičínský deník; Jihlavské listy; Jindřichohradecký deník; Karlovarský deník; Kladenský deník; Klatovský deník; Kolínský deník; Krkonošský deník; Kutnohorský deník; Liberecký deník; Listy hlavního města Prahy; Listy Prahy 1; Litoměřický deník; Mělnický deník; Metro; Metropolitní expres; Mostecký deník; Náchodský deník; Nymburský deník; Orlický deník; Pardubický deník; Písecký deník; Plzeňské noviny; Plzeňský deník; Plzeňský deník - Plzeň-jih; Plzeňský deník - Plzeň-sever; Prachatický deník; Pražský deník; Příbramský deník; Rakovnický deník; Rokycanský deník; Rychnovský deník; Sokolovský deník; Strakonický deník; Svitavský deník; Tábořský deník; Tachovská jiskra; Tachovský deník; Teplický deník; Turnovský a semilský deník; Týdeník Domažlicko; Týdeník Chebsko; Týdeník Karlovarska; Týdeník Klatovska; Týdeník Nymbursko; Týdeník Sokolovska; Ústecký deník; Zoom; Žatecký a lounský deník
Moravské regionální tituly	Blanenský deník; Brněnský deník; Brno Business; Bruntálský a krnovský deník; Břeclavský deník; Dobrý den s kurýrem; Frýdecko-místecký a třinecký deník; Havířovský deník; Havlíčkovobrodský deník; Hodonínský deník; Hranický deník; Hranický týden; Jihlavský deník; Karvinský deník; Kroměřížský deník; Listy moravskoslezské; Moravskoslezský deník; Moravskoslezský deník - Region Krnovské noviny; Moravský sever; Nové Přerovsko; Novojičínský deník; Nový život - zpravodajský týdeník; Olomoucký deník; Opavský a hlučínský deník; Pelhřimovský deník; Prostějovský deník; Prostějovský týden; Prostějovský večerník; Přerovský deník; Slovácké noviny - regionální týdeník; Slovácký deník; Šumperský a jesenický deník; Třebíčský deník; Týden u nás, okresní noviny; Týdeník Bruntálský Region; Týdeník Frýdecko-Místecko; Týdeník Havířovsko; Týdeník Karvinsko; Týdeník Krnovské noviny; Týdeník okresu Nový Jičín; Týdeník Opavský a Hlučínský Region; Týdeník Ostrava; Valašský deník; Vysočina - regionální týdeník; Vyškovské noviny; Vyškovský deník; Zlínský deník; Znojenské noviny; Znojemsko; Znojemsko víkend; Znojenský deník; Žďárský deník
Média zaměřená na ekonomiku	Auditor; Bankovníctví; Bezpečnost a hygiena práce; BIZ; Business World; Daně a právo v praxi; Daňový expert; Direkt; Dotační věstník; Ekonom; Euro; Eurokurýr; Finanční management; FP-finanční poradce; Fresh magazine; In-Store Marketing; Konkursní noviny; Lobby; Marketing & Media; Marketing magazine; Moderní řízení; Osobní finance; Otázky & odpovědi z praxe; Parlament, vláda, samospráva; Parlamentní listy; Podnikatel; Práce a mzda; Právní fórum; Právní rádce; Profit; Prosperita; Sign; Sondy; Strategie; TREND marketing; Účetnictví v praxi; UN Bulletin; UNES; Výběr

<p>Ostatní české tituly</p>	<p>100+1 zahraniční zajímavost; A2 kulturní týdeník; ABC; AD speciál; AGORA - studentské noviny; Aha! neděle; APERIO; ASB; Auditor; Auto 7; Auto Data & News; Auto diesel; Auto motor a sport; Auto TIP; Auto TIP Extra; AutoBusiness; Autobusiness (newsletter); AutoEXPERT; AUTOforum; Automa; Automatizace; Auto-moto speciál; AutoProfi; AUTOSTYL; Babylon; Bankovnictví (newsletter); Bar Life; Blesk Hobby; Blesk pro ženy; Blesk zdraví; Bravo; Bravo Girl!; Bydlení; Bydlení, stavby, reality; Cestopisy; Claudia; Click!; Computer; Computer business; Computer design; Computerworld; Connect!; Convergence; Czech Business Weekly; Czech Defence Industry and Security REVIEW; Czech Industry; České stavebnictví; ČMN - České motocyklové noviny; Dáma; Děti a MY; Design & Home digest; Dieta; DIGIfoto; Dívka; Domo; Domov; Dopravák; Dopravní noviny; Doupě; DVD MAG; Ekolist; Elektro; ERA 21; eTapMag; Euro 24; EuroFirma; Evropou za volantem; Evropské noviny; Extra PC, Fajn život; Fasády; Filmový přehled; Finanční management (newsletter); Fitstyl; FLEET; ForMen; Formule; Foto video; Fotografie magazín; FP news (newsletter); GEObusiness (Geoinformace); Golf; Golf Digest; Grantový poradce; Hlásí se policie; Home; Home Cinema; Horeka; Hotel&Spa Management; Hotel Revue; HR Forum; HR Management; HR management (newsletter); Chatař & chalupář; Chief Information Officer Magazine; Chip; iBrno News (newsletter); Chvilka pro tebe; Ikarie; Informatorium 3-8; Instinkt; Interiér; IT CAD; IT CAD (newsletter); IT SYSTEMS; Jak na počítač; Juicy; Kadeřnická a kosmetická praxe; Komora.cz; Konstrukce; Krajské noviny; Květy; Lastauto omnibus; LeasePlan Magazín; Lidé a země; LINDA; Linuxexpres; Living; Living koupelna; Living kuchyně; Literární noviny; Logistika; LOOK magazine; Maminka; MAXI tuning; Medical Tribune; Mezinárodní politika; MF plus; Mobil; Mobility; Moderní obec; Moderní obec (newsletter); Moderní vyučování; Moje psychologie; Moje zdraví; Motocykl; Motorsport magazín; Mzdy & personalistika v praxi; Nedělní Blesk; Nedělní sport; Newsletter CEP; Newsletter ČTK; Nové byty, domy a pozemky; Noviny pro grafický průmysl; Obchodní týdeník; Obchodní věstník; Objekt architekt; Odpady; Odpady (newsletter); Panel plus; Parlamentní listy; PC World; Pestrý svět; Playboy; Play Up; Pneu revue; Počítač pro každého; Pojistný obzor; Polygrafie revue; Postgraduální medicína; Practicus; Prager Zeitung (Karlsbader Zeitung); Praktická moderní žena; Professional Computing; Projekt; Přehled dotačních programů a příležitostí; Překvapení; Psychologie dnes; Puls; Realit; Realizace staveb; Reflex; Regal; Reseller Magazine; Reklamní produkce; Rescue Report; Respekt; Review; Rodina a škola; Romano vod'i; Rytmus života; Security world; Sdělovací technika; Sestra; Silnice a železnice; Snow; Sociální péče; Spektra; Stavba; Stavitel; Stavíme domov; S tebou mě baví život; Stereo & video; Střechy, fasády, izolace; Story; Svět; Svět motorů; Svět počítačů; Svět tisku; Svět vědy; Světlo; Sweet 17; System NEWS (newsletter); Systémy logistiky; Šťastný JIM; T+T Technika a trh; T+T News (newsletter); Technik; Technik (newsletter); Technologies & prosperity; TEMPUS Medicorum; The Prague Post; Tina; The Spiritor; Travel digest; Travel in the Czech Republic; Trucker; Truck & business; TV Duel; TV max; TV Plus; TV Pohoda; TV Revue; Týden; Týdeník Rozhlas; Týdeník školství; Týdeník Televize; Typo; Učitelské listy; Udělej si sám; Universum; Upgrade IT!; Vlasta; VTM Science; Xantypa; ZBOŽÍ & PRODEJ; Zdravotnické noviny (Lékařské listy); Zemědělec; Zeměměřič; Zona; Železničář; Žena a život</p>
------------------------------------	--

7.2. Televize a rozhlas

ČT 1	Dobré ráno s Českou televizí (Zprávy 6:00, Téma Dobrého rána 6:20, Zprávy 6:30, Téma Dobrého rána 6:55, Zprávy 7:00, Téma Dobrého rána 7:25, Zprávy 7:30, Téma Dobrého rána 7:40, , Téma Dobrého rána 7:55, Rubrika dne, Zprávy 8:00, Téma Dobrého rána 8:10); Dobré ráno z Moravy a Slezska - Brno (Zprávy - Brno 6:00, Téma Dobrého rána - Brno 6:15, Téma Dobrého rána - Brno 6:25, Zprávy - Brno 6:30, Téma Dobrého rána - Brno 6:50, Zprávy - Brno 7:00, Téma Dobrého rána - Brno 7:15, Téma Dobrého rána - Brno 7:25, Zprávy - Brno 7:30, Téma Dobrého rána - Brno 7:40, Téma Dobrého rána - Brno 7:50, Rubrika dne - Brno, Zprávy - Brno 8:00, Téma Dobrého rána - Brno 8:10, Téma Dobrého rána - Brno 8:20); Dobré ráno z Moravy a Slezska - Ostrava (Zprávy - Ostrava 6:00, Téma Dobrého rána - Ostrava 6:15, Téma Dobrého rána - Ostrava 6:25, Regiony - Ostrava 6:30, Téma Dobrého rána - Ostrava 6:50, Zprávy - Ostrava 7:00, Téma Dobrého rána - Ostrava 7:15, Regiony - Ostrava 7:30, Téma Dobrého rána - Ostrava 7:25, Téma Dobrého rána - Ostrava 7:40, Téma Dobrého rána - Ostrava 7:50, Rubrika dne - Ostrava, Zprávy - Ostrava 8:00, Téma Dobrého rána - Ostrava 8:10, Téma Dobrého rána - Ostrava 8:20); Zprávy 12:00; Otázky Václava Moravce; Týden v regionech; Týden v regionech - JM; Týden v regionech - OS; Auto Moto Revue; Report; Večerník z Čech; Jihomoravský večerník; Zprávy 18:00; Černé ovce; STOP; Události; Branky, body, vteřiny; Události v regionech - Brno; Události v regionech - Ostrava; Události v regionech - Praha; Reportéři ČT; POKR; Zprávy 23:00
ČT 2	Svět investic; Evropa dnes; Krásný ztráty; Události, komentáře;
ČT 24 *	Zprávy 6:00; Zprávy 6:30; Zprávy 7:00; Zprávy 7:30; Zprávy 8:00; Otázky Václava Moravce; Zprávy 12:00; Otázky Václava Moravce II.; Evropské události; Ekonomika 16:32; Večerník z Čech; Zprávy 18:00; Ekonomika 19:00; Události; Branky, body, vteřiny; Události v regionech; Regiony; Ekonomika 21:32; Zprávy 22:00; Události, komentáře; Média a svět; Interview ČT 24, Investorský magazín
TV Nova	Snídaně s Novou (Zprávy 6:00, Zajímavosti 6:20, Zprávy 6:30, Zajímavosti 6:50, Zprávy 7:00, Zajímavosti 7:20, Zprávy 7:30, Zajímavosti 7:50, Zprávy 8:00, Zajímavosti 8:20); Volejte Novu; Televizní noviny; Sportovní noviny; Na vlastní oči; Občanské judo; Střepiny; Odpolední Televizní noviny
Prima TV	1. zprávy; Autosalon; Nedělní partie; Minuty regionu - Vysočina; Minuty regionu - Praha; Sportovní deník

* Vysílání kanálu ČT 24 je naší společností systematicky zpracováváno od 15.1.2006.

Český rozhlas 1 - Radiožurnál	Dnes v České republice; Ranní Radiožurnál 7:00 (Ekonomické informace, Otázka dne, Ozvěny dne 7:00, Ranní poznámka Ivana Hoffmana, Vaše téma 07:45, Zprávy 7:00); Ranní Radiožurnál 8:00 (Svět kolem nás 8:35); Dpolední Radiožurnál 9:00 (Ekonomický magazín, Vaše téma 09:15); Dpolední Radiožurnál 10:00 (ižurnál, O všem s vámi, Pod kůží); Dpolední Radiožurnál 11:00 (Host týdne, Radiobedekr, Trendy 11:35); Odpolední Radiožurnál 16:00 (Vaše téma 16:15); Odpolední Radiožurnál 17:00 (Host Jany Klusákové, Vaše téma 17:15, 20 minut Martina Veselovského); Dva na jednoho; Motožurnál; O kom se mluví; Ozvěny dne 12:00; Ozvěny dne 18:00; Radioforum; Stalo se dnes; Radiorada; Týden v Česku; Týden ve světě; Zápisník domácích zpravodajů; Zprávy 12:00
Český rozhlas 6	Zprávy 18:00; Názory a argumenty; Média v postmoderním světě; Studio STOP; Zprávy 23:00; Zeměžluč, Zaostřeno na finance
ČRo - Rádio Česko	Rozhovor na aktuální téma 08:08; Rozhovor na aktuální téma 09:08; Rozhovor na aktuální téma 10:08; Rozhovor na aktuální téma 13:08; Rozhovor na aktuální téma 14:08; Rozhovor na aktuální téma 15:08; Studio Česko
ČRo - Brno	Otázky a odpovědi - Jihomoravský kraj; Otázky a odpovědi - Zlínský kraj; Radionoviny 17:00
ČRo - České Budějovice	Události regionu - České Budějovice 17:00; Bez obalu

ČRo - Hradec Králové	Události dne - Hradec Králové 18:00; Kulatý stůl
ČRo - Olomouc	Události regionu - Olomouc 17:00; Týden v našem kraji
ČRo - Ostrava	Události regionu - Ostrava
ČRo - Pardubice	Události regionu - Pardubice 17:00;
ČRo - Plzeň	Události dne - Plzeňský kraj; Události dne - Karlovarský kraj; Poradíme vám - lékařská témata
ČRo - Regina	Události dne - Regina 18:00; Mikroforum
ČRo - Region - střední Čechy	Události regionu - Středočeský kraj 17:00; Tandem
ČRo - Sever	Události regionu - Ústecký kraj; Co se děje na severu - Ústecký kraj 17:10; Zaostřeno
ČRo - Vysočina	Události regionu 13:00; Události regionu - Vysočina 17:00; Téma regionu;
Frekvence 1	Zprávy 7:00; Zprávy 10:00; Zprávy 12:00; Rozhlasové noviny; Pressklub; Křížový výslech
Impuls	Zprávy 8:00; Téma dne 8:00; Zprávy 13:00; Téma dne 13:05; Zprávy 18:00; Téma dne 18:00; Výslech Rádía Impuls

7.3. Agenturní zpravodajství ČTK

Všeobecný servis	Politika (domácí i zahraniční); Bohemika; Právo a krimi; Společnost, životní styl, zajímavosti, kuriozity; Kultura a zábava; Parlament, státní správa; Sociální problémy; Zdravotnictví; Životní prostředí; Odbory, práce za mzdu; Počasi; Náboženství, víra, vyznání, kultury; Školství; Monitor tisku; Věda a technika; Zbraně; Databáze o Evropské unii; Katastrofy; Sport
Ekonomický servis	Burzy kapitálové (akciové); Burzy komoditní; Burzy peněžní; Firmy; Makroekonomika; Peněžnictví, banky, spořitelny, fondy; Těžba a zpracování nerostů a rud; Obchod; Doprava; Strojírenství, elektrotechnika; Služby, turistika, zábavní průmysl; Energetika; Zemědělství; Výroba potravin, nápojů a tabáku; Chemický, farmaceutický, guma; Stavebnictví, stavební hmoty, nemovitosti; Spoje, telekomunikace; Hutnictví, zpracování kovů; Textilní, oděvní a kožedělný průmysl; Dřevařský a papírenský průmysl; Bižuterie, sklo a keramika; Počítače, informační technologie; Média, reklama
Zpravodajství	Business News; Daily News