

Cílem práce je zjistit jak funguje strategie společenské odpovědnosti v prostředí média veřejné služby. Výzkumnou metodou je případová studie, která pracuje s jednotkou analýzy Česká televize a využívá kombinaci různých zdrojů dat (oficiální dokumenty, archivní záznamy, neformální rozhovory). Analýza CSR strategie je provedena zaměřením na vliv institucionálních podmínek a stakeholderů, konkrétních společensky odpovědných aktivit ČT a komunikačních strategií ČT o CSR. Analýzou případu České televize je předložen analytický model, který popisuje, jak funguje logika CSR strategie v prostředí média veřejné služby a zároveň představuje nástroj, který může sloužit pro další výzkum v oblasti CSR.