

Tato bakalářská práce se zabývá ekonomickými, zejména, inzertními vlivy, které působí na televizní vysílatele. Zabývá se otázkou vztahů televize veřené služby (vysílatele ze zákona) a komerční sféry. Hledá mechanismy, kterými je možné vlivu ze strany inzerentů předcházet. Je popsána struktura příjmů České televize. Dále je popsán platný legislativní rámec v otázkách televizní reklamy a nastíněn možný vývoj a to také na evropské úrovni. Práce sleduje vztahy inzerenta a České televize na konkrétním případě kauzy Sazky z roku 2000. Prodrobněji jsou popsány události, které kauzu formovaly. Hodnocení zvažuje snahu omezit závislost České televize na reklamě, ale dochází k závěru, že zejména nestandardní druhy inzertních vztahů a rozvoj ve využívání nových druhů reklamy brání finalnímu omezení vlivu inzerce na fungování České televize a také obsah vysílání.