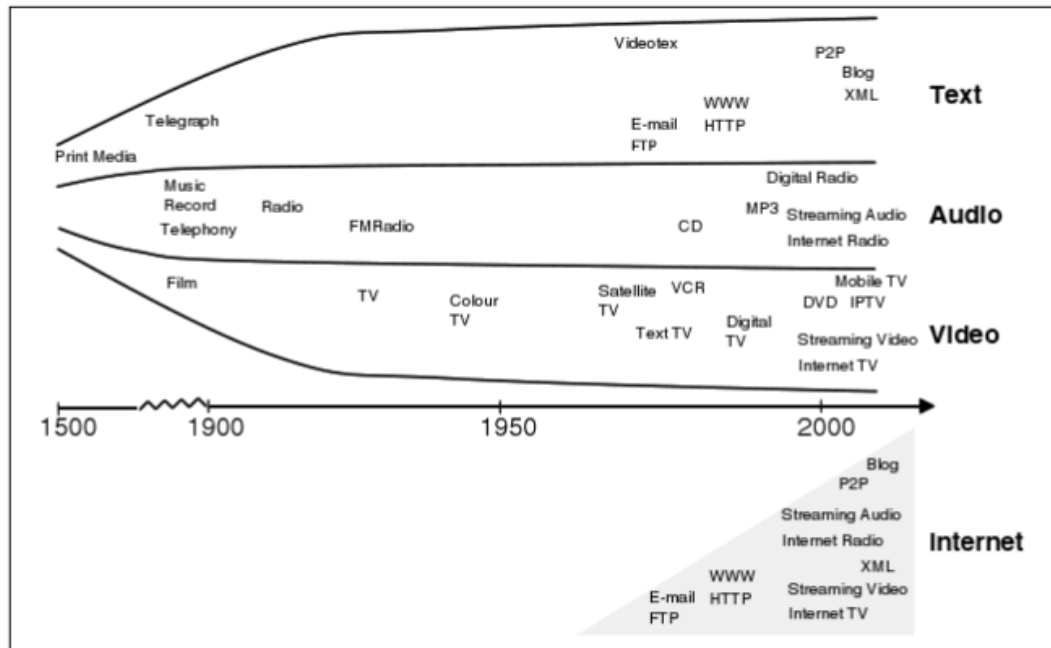


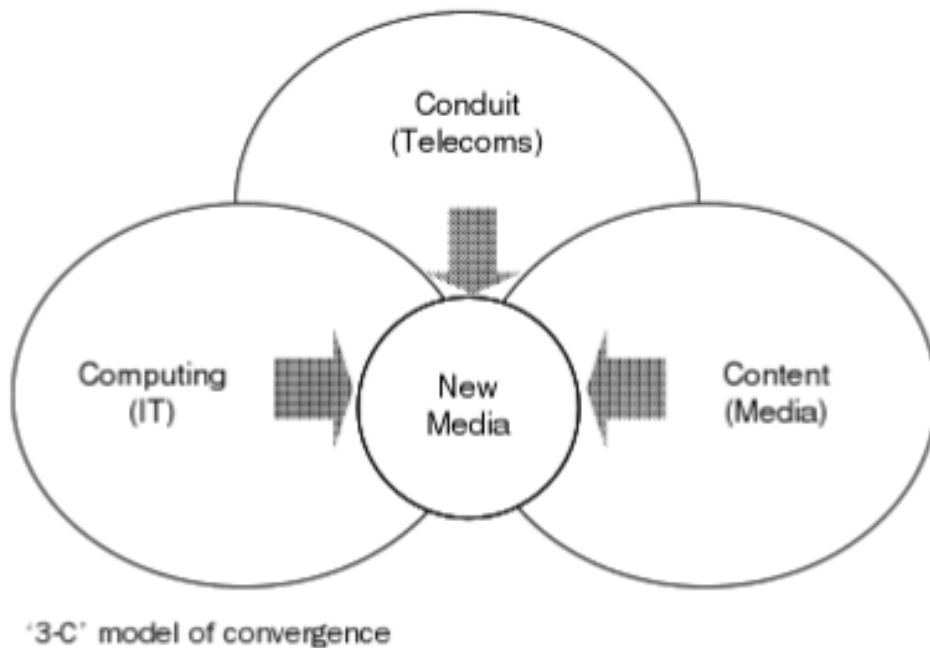
Přílohy

Příloha č.1: Chronologický vývoj masových médií (graf)



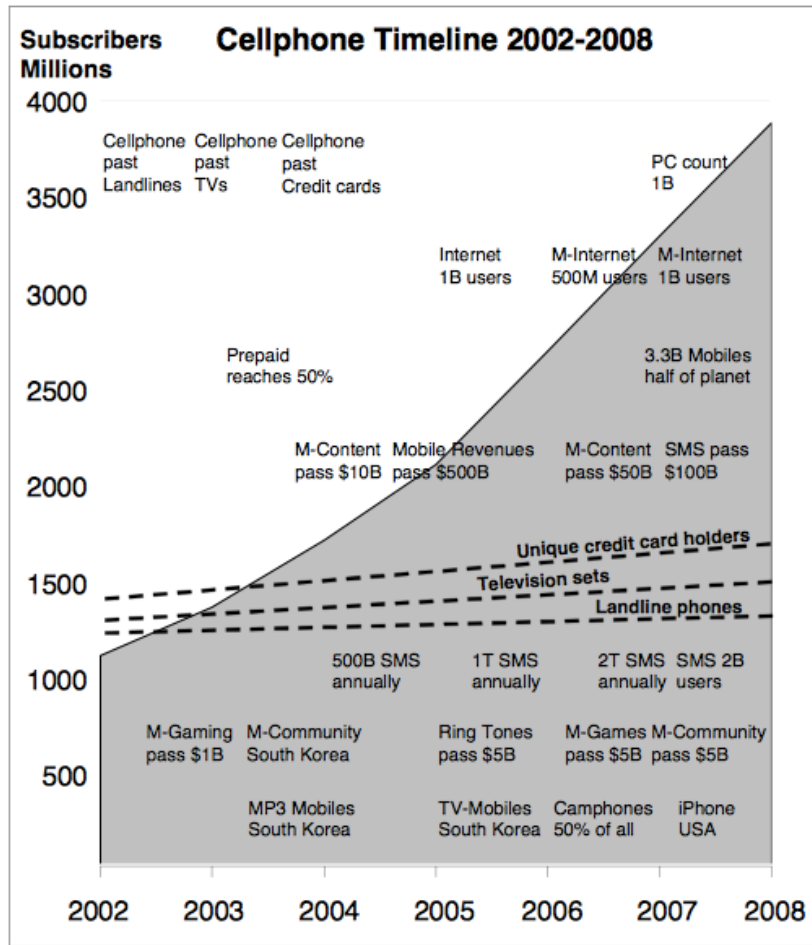
Zdroj: Tomy T Ahonen, Mobile as 7th of the Mass Media¹

Příloha č.2: Konvergentní model (grafika)



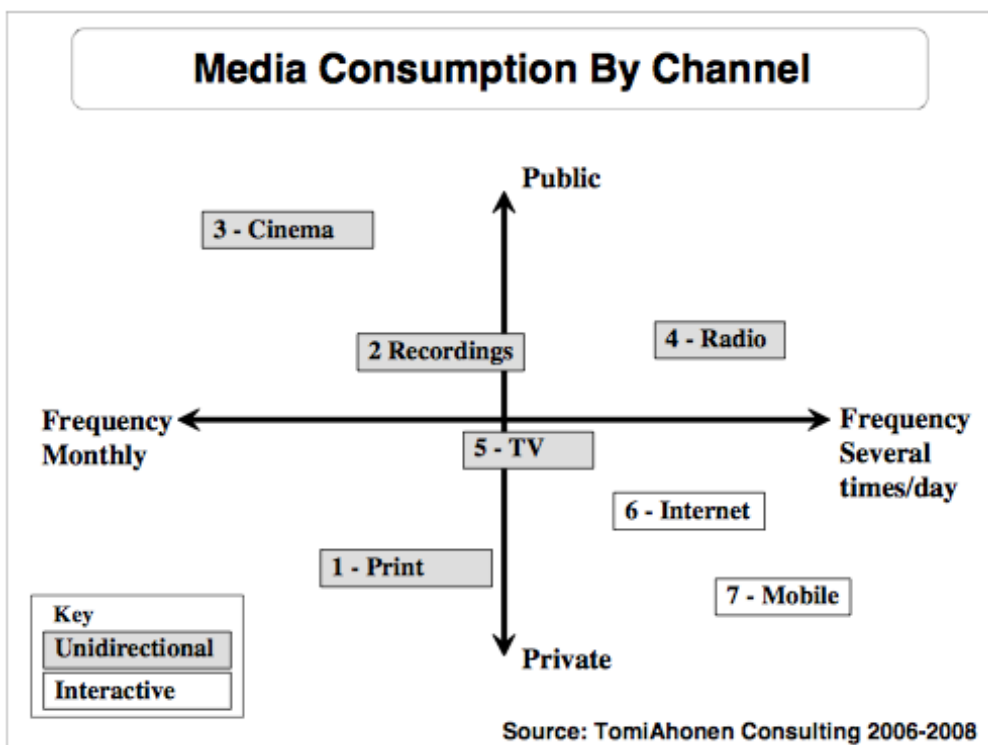
Zdroj: Tomy T Ahonen, Mobile as 7th of the Mass Media²

Příloha č.3: Vývoj počtu uživatelů mobilních telefonů (graf)



Zdroj: Tomy T Ahonen, Mobile as 7th of the Mass Media³

Příloha č.4: Spotřeba médií dle kanálu (grafika)⁴

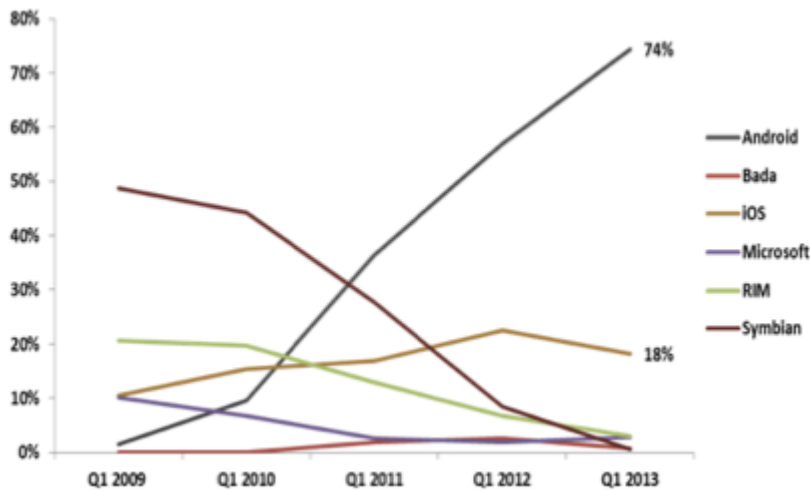


Příloha č.5: Vývoj a prodej Apple iPhone (infografika)



Zdroj: toptienmobiel.nl⁵

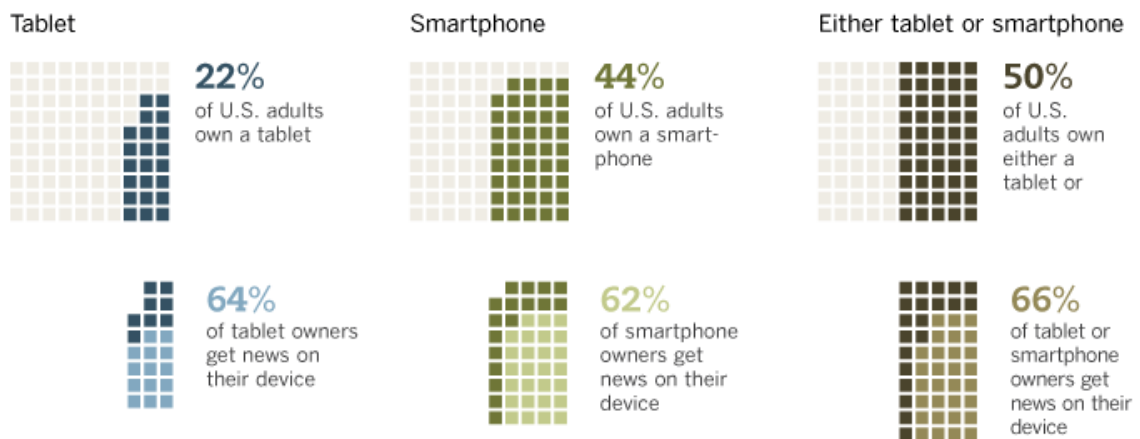
Příloha č. 6: Tržní podíl hlavních značek operačních systémů pro mobily v prodeji mezi prvním kvartálem roku 2009 a 2013 (graf)



Zdroj: Statista⁶

Příloha č.7: Růst v mobilním prostředí dle jednotlivých zařízení v USA 2012 (graf)

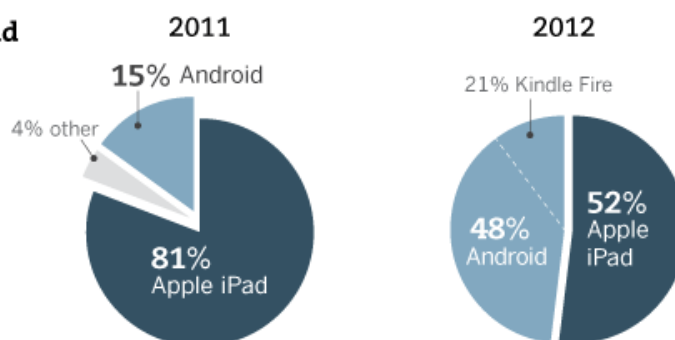
The Growing Mobile Landscape



N=9,513.

Tablet Ownership By Brand

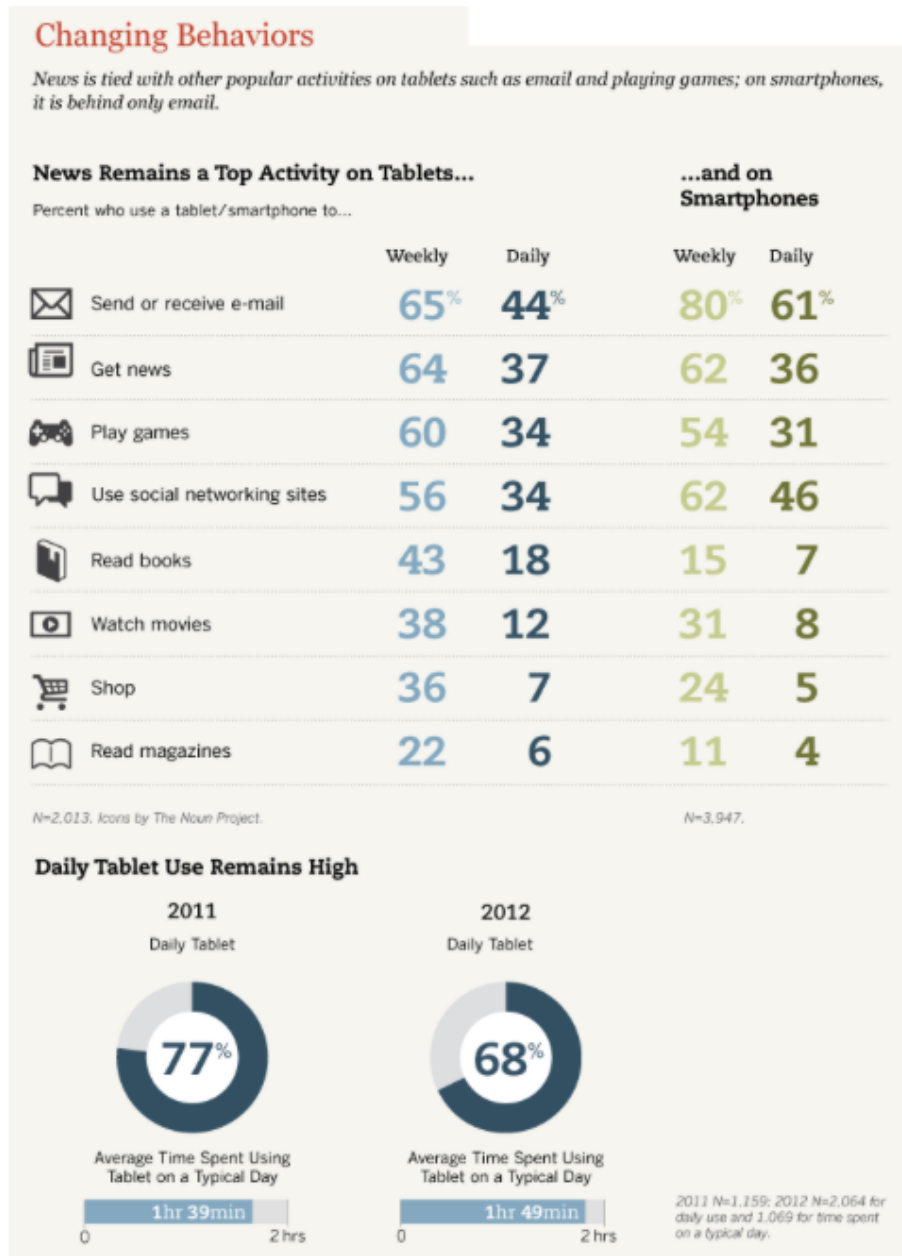
Percent of tablet users who own...



2011 N=1,196; 2012 N=1,069.

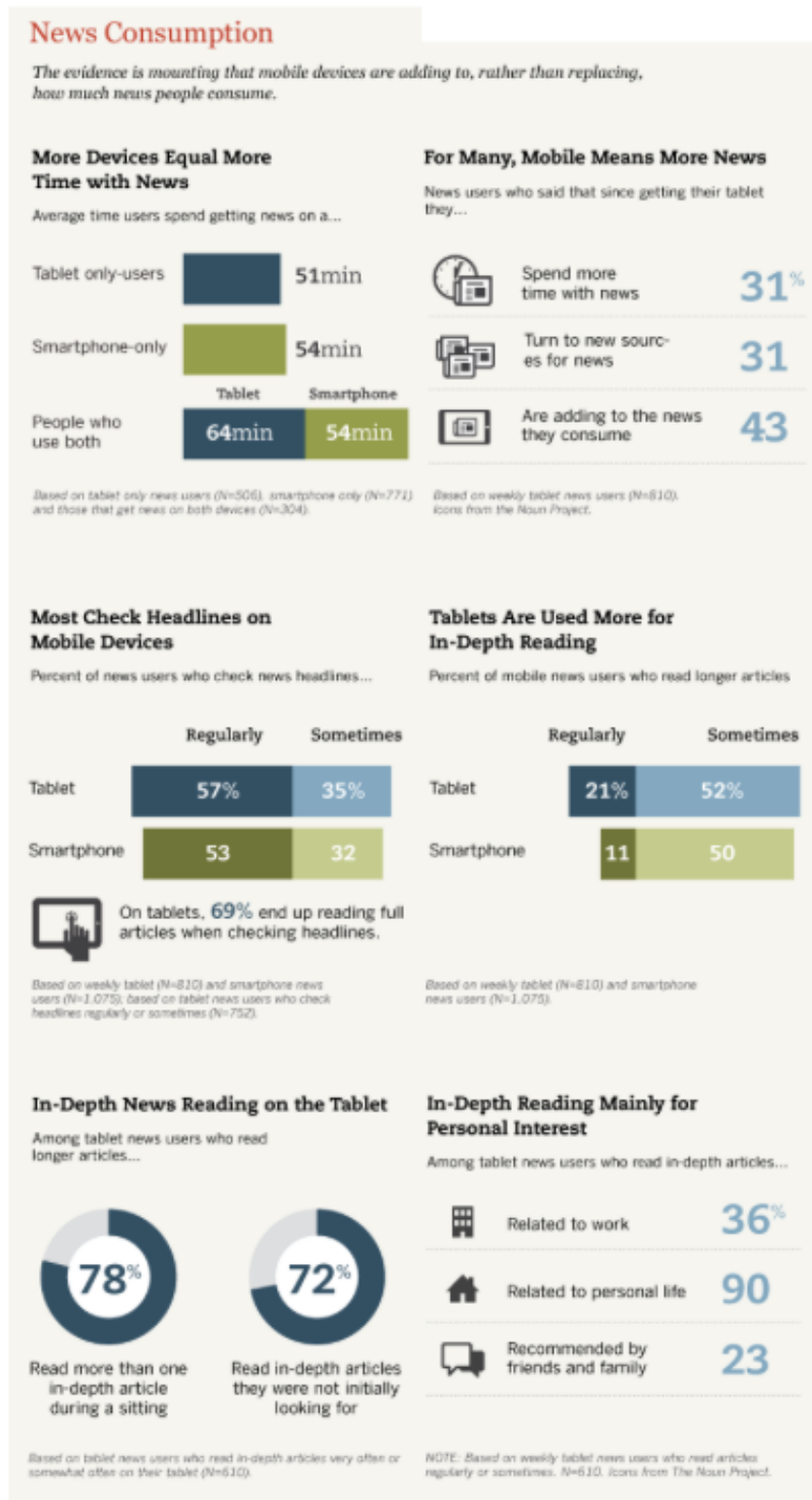
Zdroj: Pew Research Center's Journalism Project⁷

Příloha č.8: Mění se způsoby chování na jednotlivých zařízeních v USA 2012 (infografika)



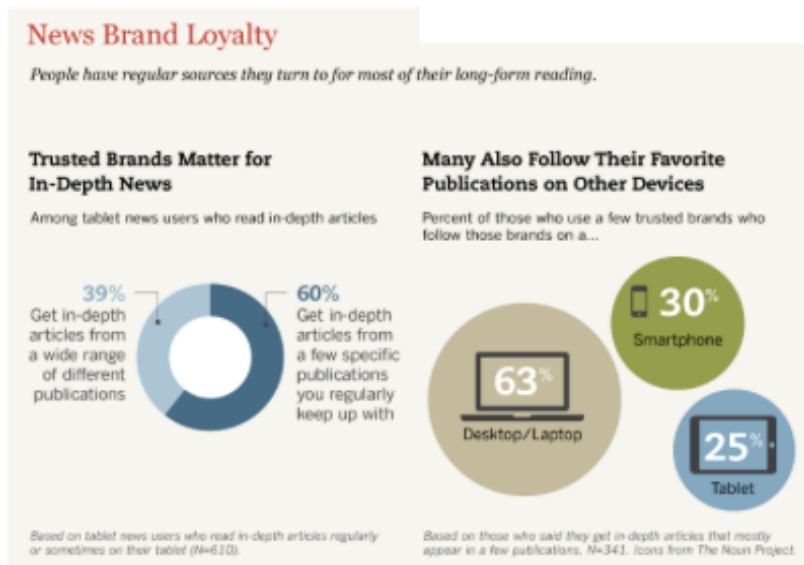
Zdroj: Pew Research Center's Journalism Project⁸

Příloha č.9: Konzumace zpráv dle zařízení v USA 2012 (infografika)



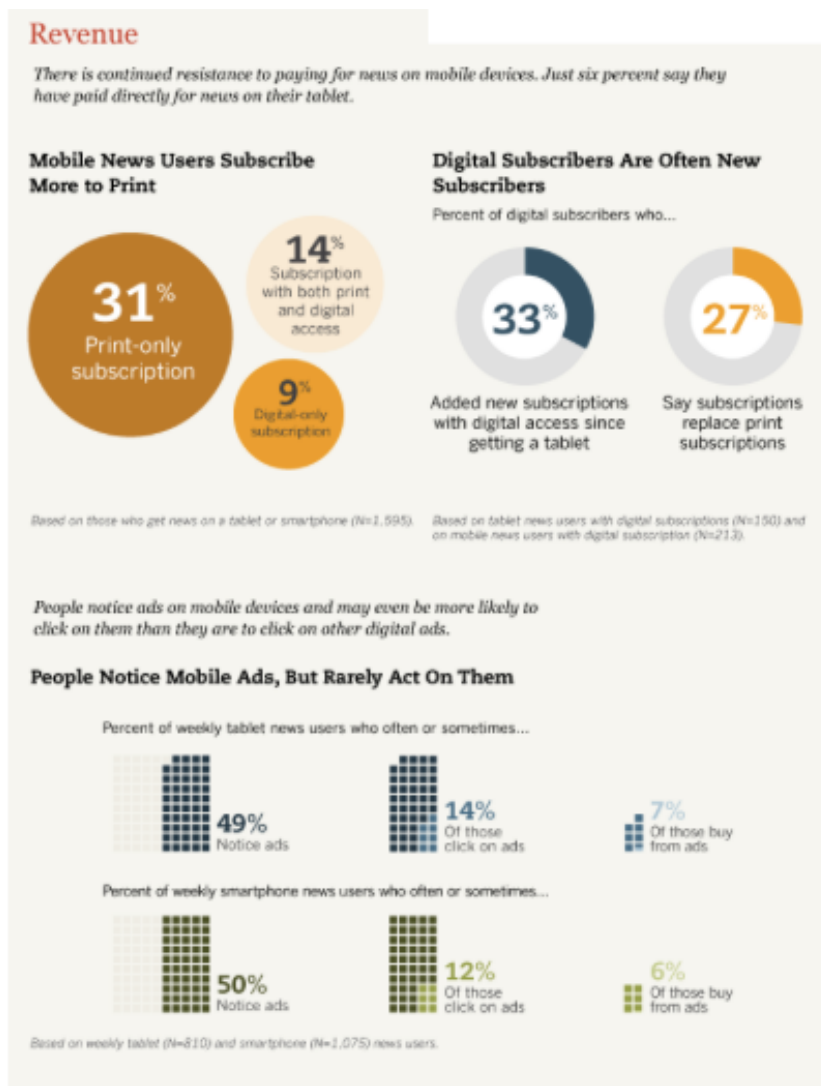
Zdroj: Pew Research Center's Journalism Project⁹

Příloha č.10: Loajalita k oblíbeným titulům v USA 2012 (infografika)



Zdroj: Pew Research Center's Journalism Project¹⁰

Příloha č.11: Návratnost, předplatné, mobilní reklama v USA 2012 (infografika)



Příloha č.12: Statistika nákupu obsahu dle zemí (tabulka)

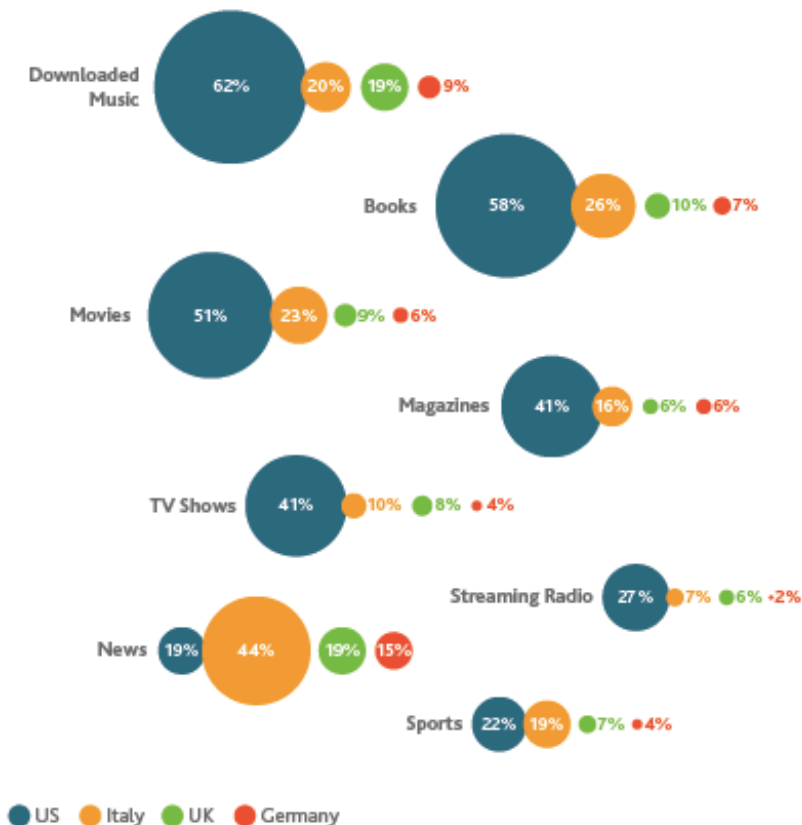
	USA	Itálie	V.Británie	Německo
Hudba:	62%	44%	19%	9%
Knihy:	58%	26%	10%	7%
Film:	51%	23%	9%	6%
Časopisy:	41%	16%	6%	6%
TV:	41%	10%	8%	4%
Rádio:	27%	7%	6%	2%
Sport:	22%	19%	7%	4%
Zprávy:	19%	20%	19%	15%
Vzorek respondentů	1,695	245	593	591

Zdroj: Nielsen¹¹

Příloha č. 13: Placený mediální obsah pro tablet (graf)

Media Content Ever Paid for on a Tablet

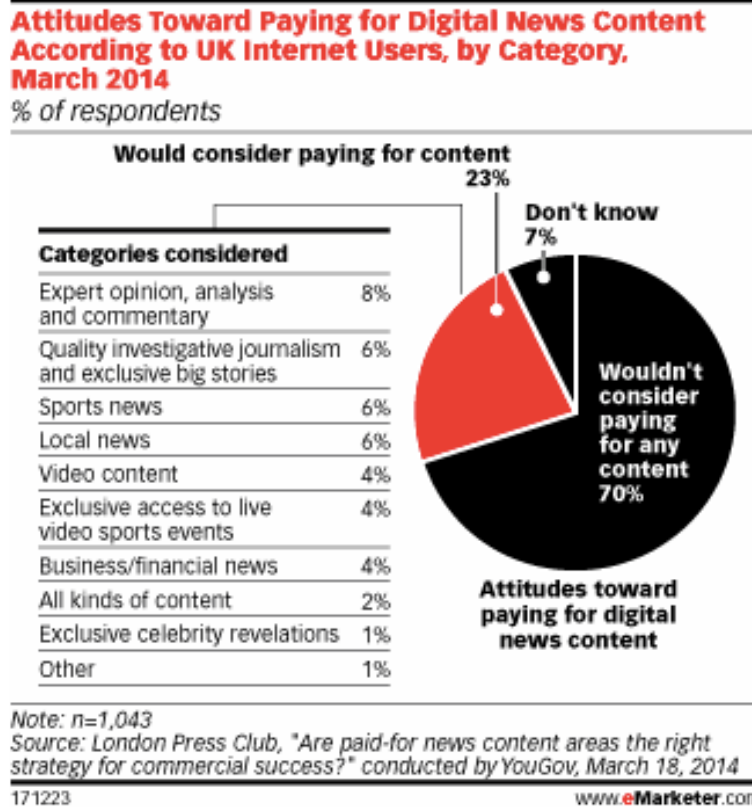
Q4 2011



During Q4 2011, 62 percent of U.S. tablet owners paid for downloaded music on their device

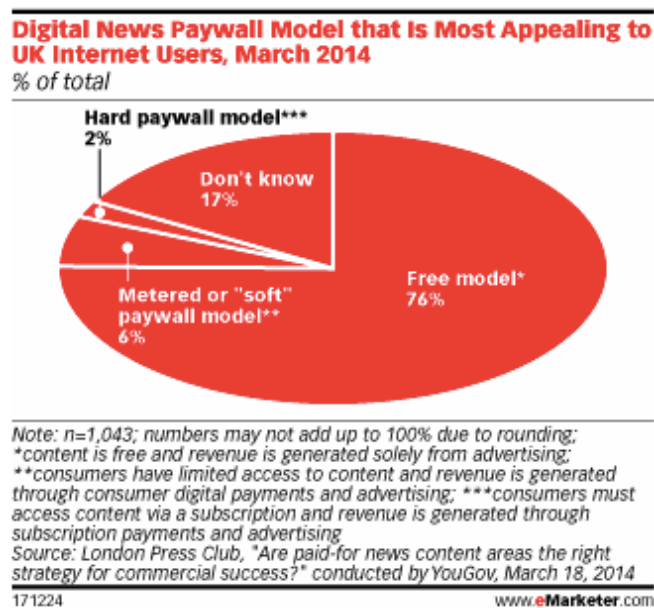
Zdroj: Nielsen¹²

Příloha č.14: Ochota platit za digitální obsah dle kategorií ve Velké Británii (graf)



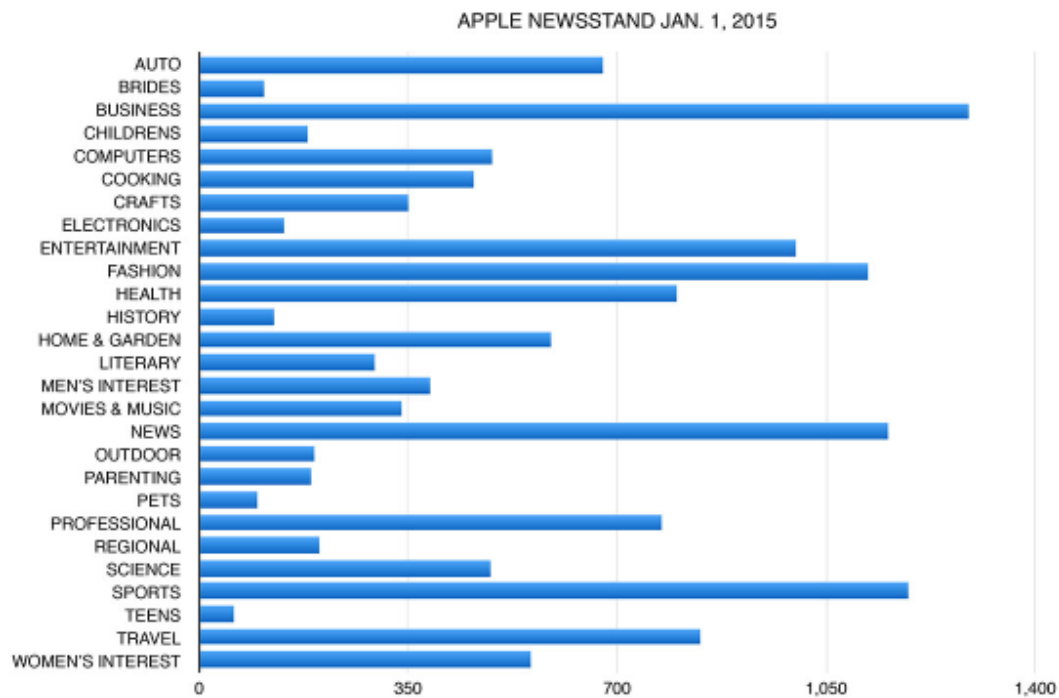
Zdroj: eMarketer.com¹³

Příloha č.15: Nejoblíbenější platební model za digitální zprávy v Británii, (graf)



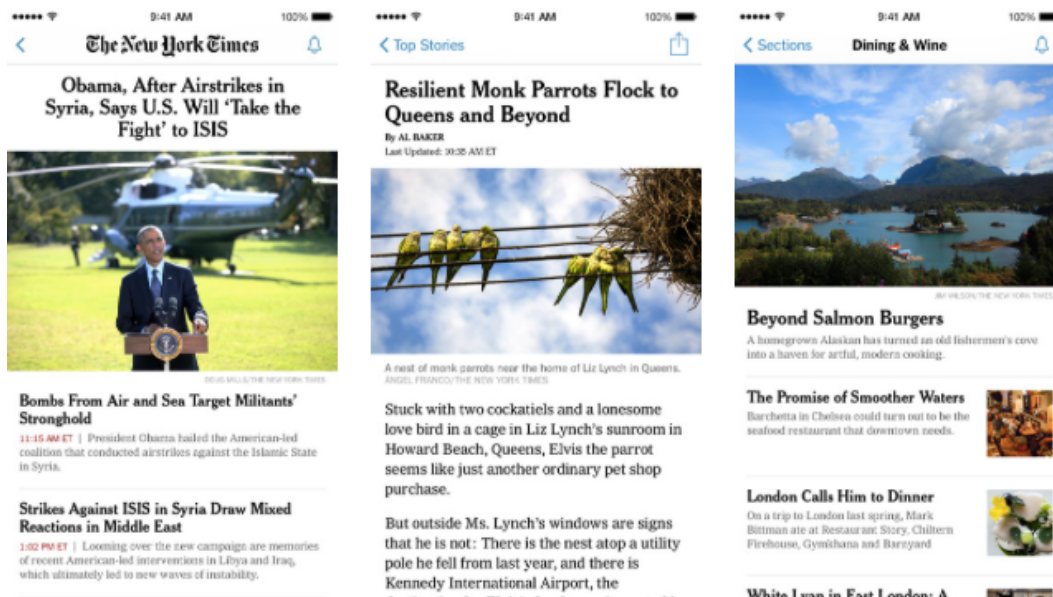
Zdroj: eMarketer.com¹⁴

Příloha č.16: Počet periodik dle žánru v Apple Newstand leden 2015 (graf)



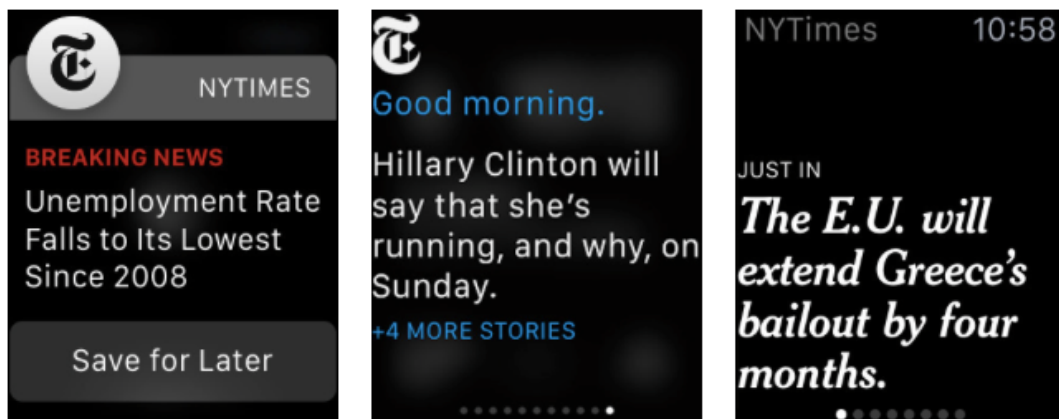
Zdroj: TALKING NEW MEDIA¹⁵

Příloha č.17: Aktuální layout mobilní verze The New York Times pro iPhone dostupný v Newstandu (otisk obrazovky)



Zdroj: iclarified.com¹⁶

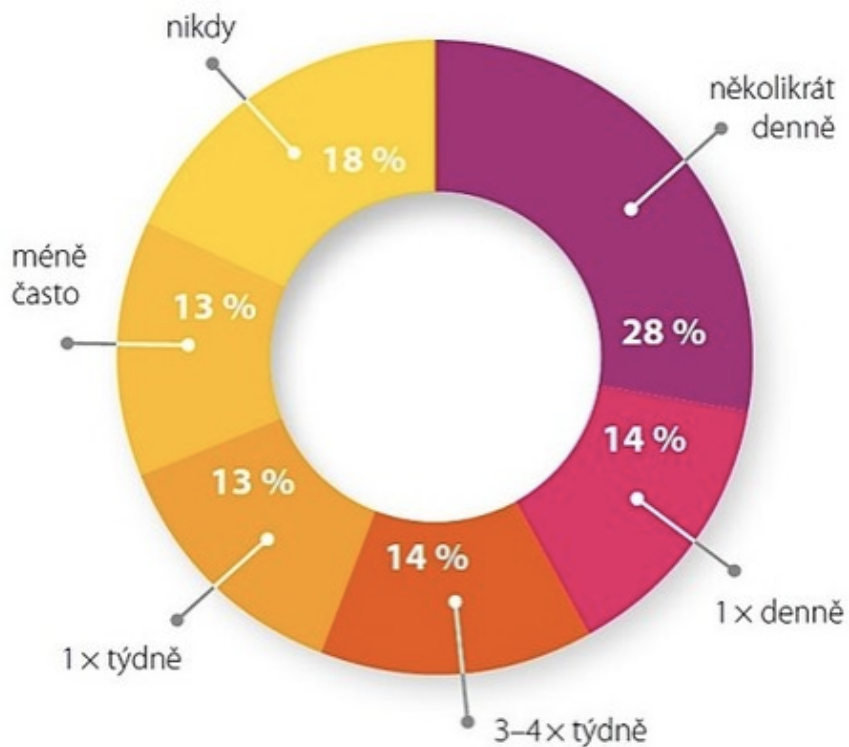
Příloha č.18: Nejnovější layout mobilní verze The New York Times pro Apple Watch dostupný v Newstandu (otisk obrazovky)



Zdroj: iclarifed.com¹⁷

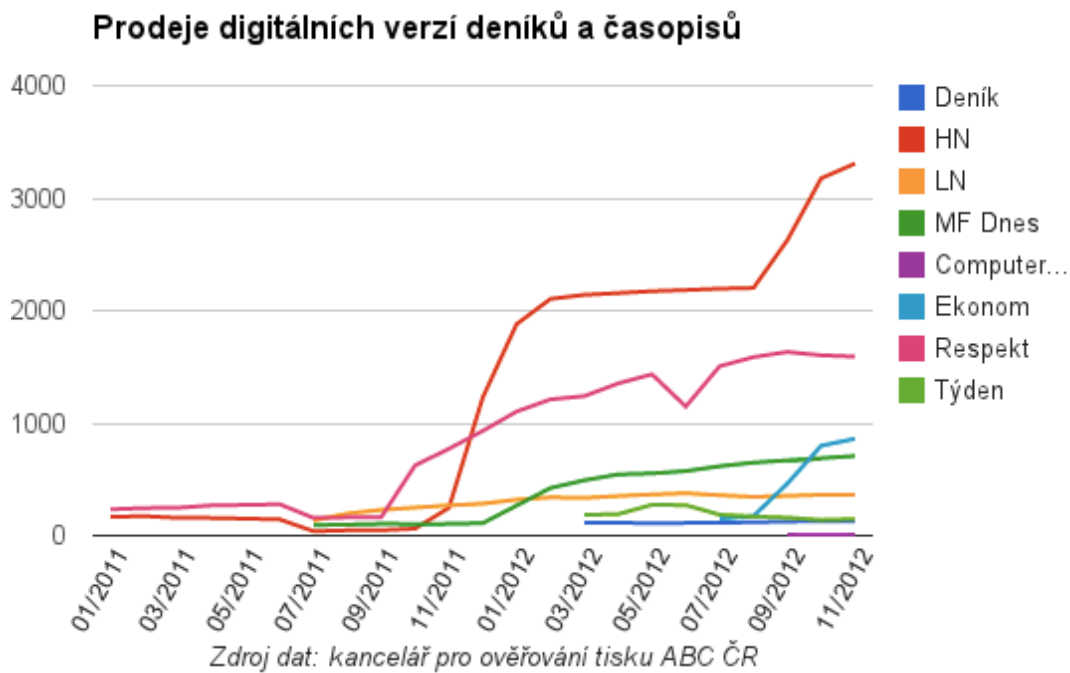
Příloha č.19: Sledování zpráv v mobilu a na tabletu v ČR (graf)

Jak často sledují Češi zprávy v mobilu a na tabletu?



Zdroj: Mediaresearch¹⁸

Příloha č.20: Prodeje digitálních verzí deníků a časopisů v ČR 2011-2012 (graf)



Zdroj: ABC ČR¹⁹

Příloha č.21: Prodeje digitálních verzí deníků a časopisů v ČR 2011-2012 (tabulka)

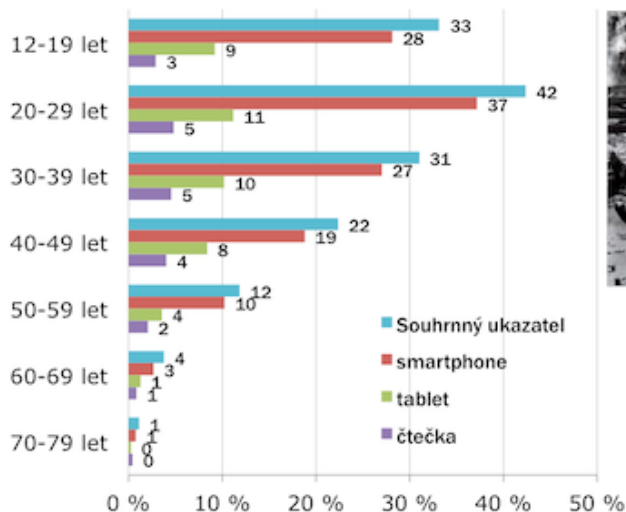
PRODEJE DIGITÁLNÍCH VERZÍ NOVIN A ČASOPISŮ													
titul	11/11	12/11	01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12	08/12	09/12	10/12	11/12
Deník					113	115	110	113	114	119	125	129	130
HN	247	1228	1880	2104	2140	2156	2173	2183	2195	2202	2626	3176	3307
LN	269	284	320	340	335	352	366	377	359	345	353	363	361
MF Dnes	104	111	267	423	492	544	553	574	617	649	669	688	708
Computerworld											7	5	7
Ekonom									148	174	462	799	861
Respekt	772	931	1103	1211	1240	1353	1434	1148	1506	1587	1633	1603	1592
Týden					185	191	274	271	186	170	160	139	147

Zdroj dat: ABC ČR

Zdroj: ABC ČR²⁰

Příloha č.22: Vybavenost čtecími zařízeními v ČR dle věku (graf)

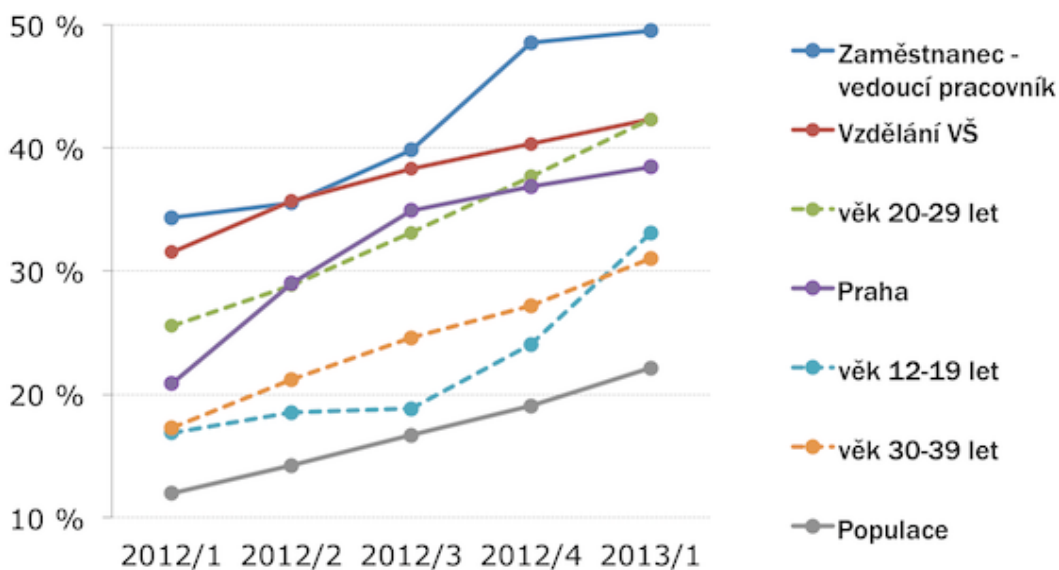
Vybavenost čtecími zařízeními podle věku (%)



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²¹

Příloha č.23: Vývoj vybavenosti s nejvyšším růstem v ČR 2012-2013 (graf)

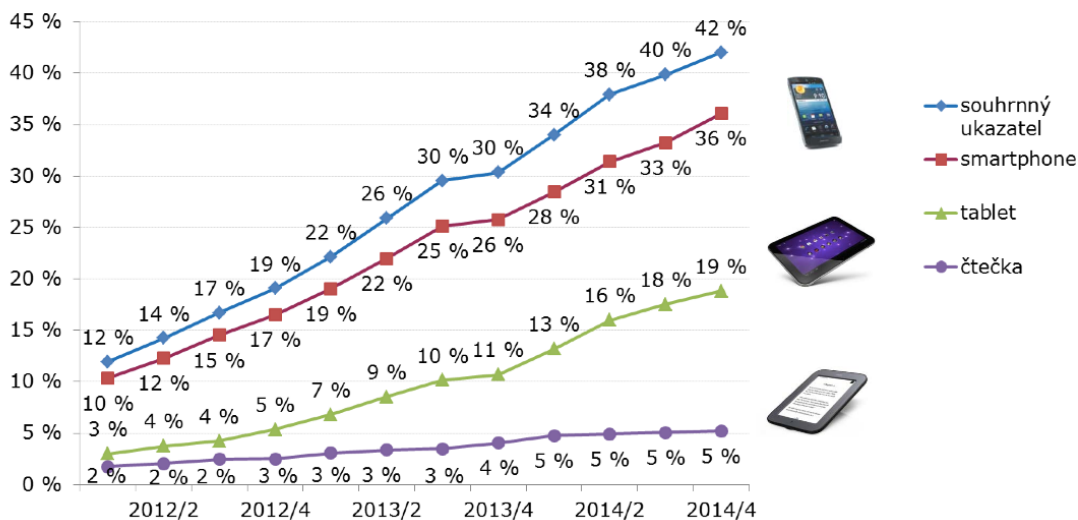
Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²²

Příloha č.24: Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními v ČR 2012-2014 (graf)

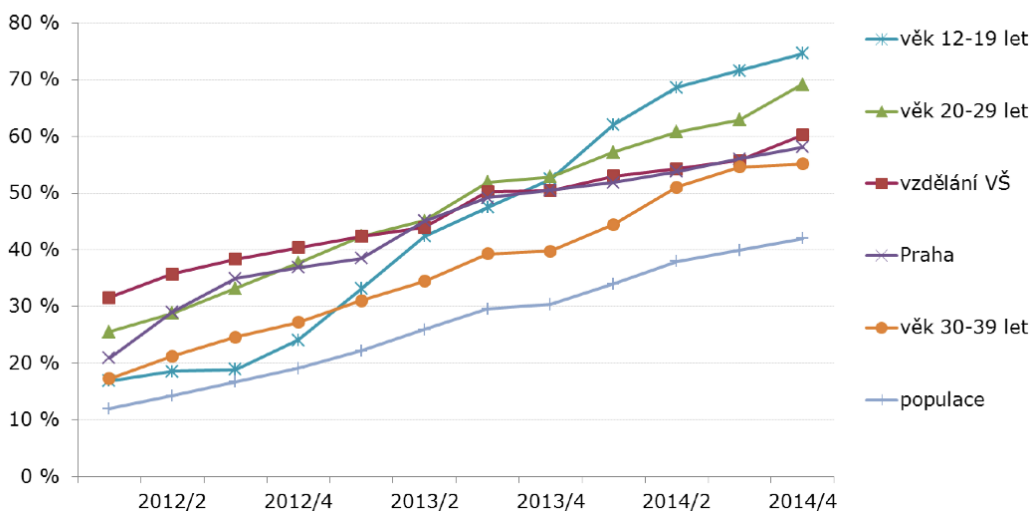
Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²³

Příloha č.25: Vybavenost čtecími zařízeními v ČR skupiny s nejvyšším růstem 2012-2014 (graf)

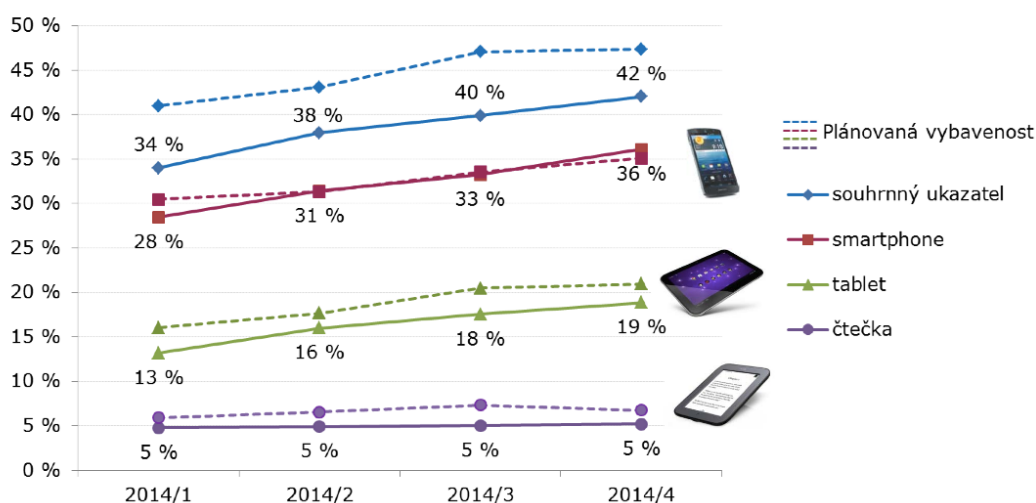
Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁴

Příloha č.26: Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními v ČR 2014 (graf)

Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními

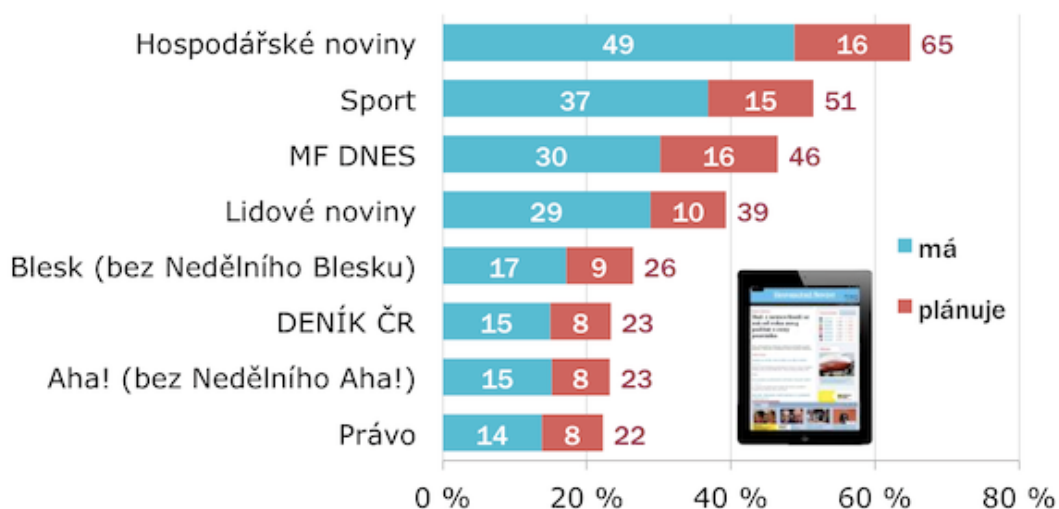


Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁵

Příloha č.27: Vybavenost čtenářů deníků s výhledem do budoucna v ČR (graf)

Čtenáři deníků

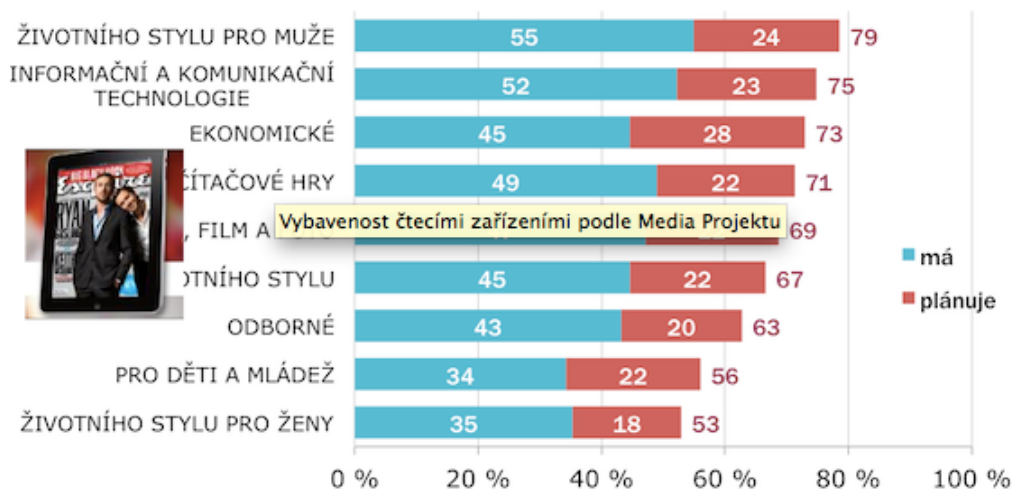
vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁶

Příloha č.28: Vybavenost čtenářů časopisů s výhledem do budoucna v ČR (graf)

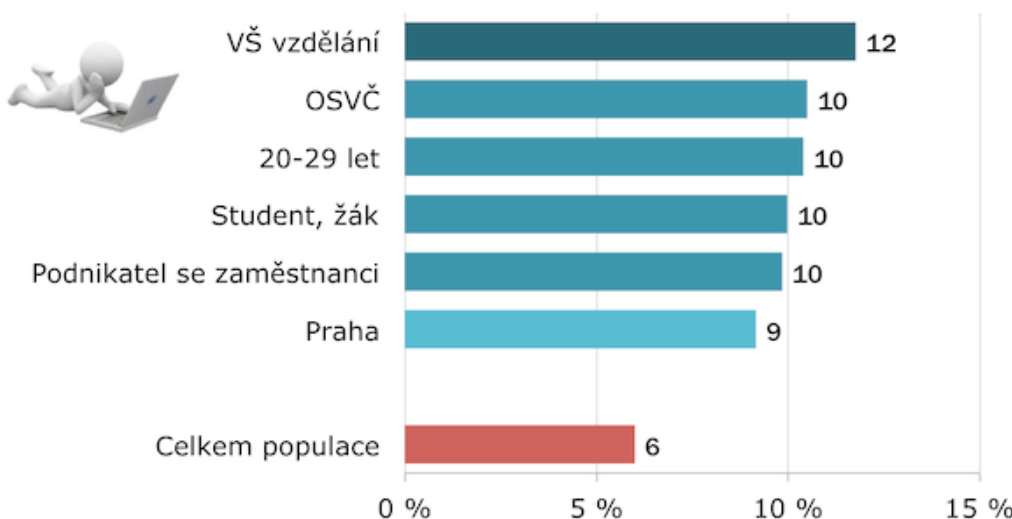
Čtenáři žánrových skupin časopisů
vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁷

Příloha č.29: Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů v ČR (graf)

Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů
Skupiny s největším potenciálem

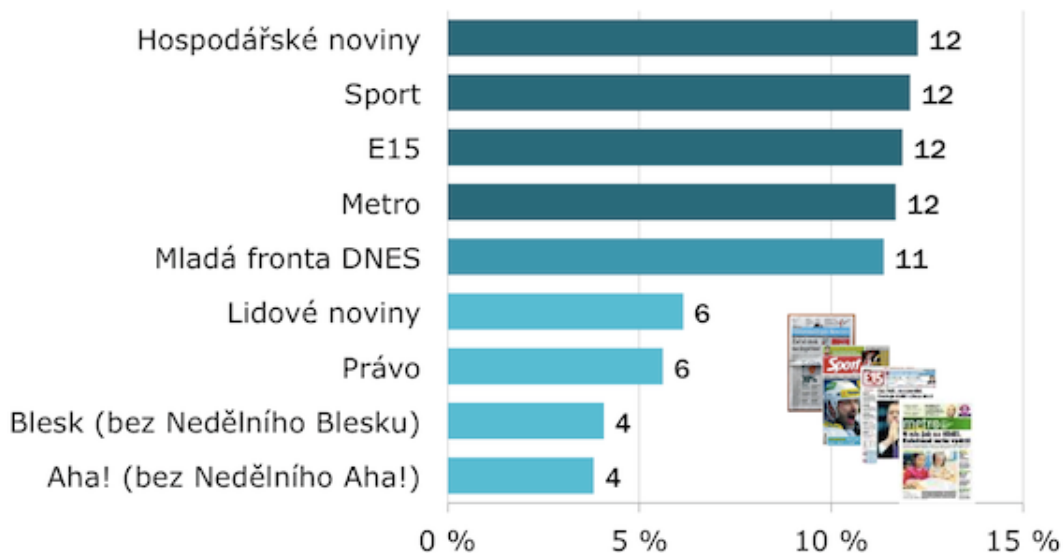


Vybavenost čtecími zařízeními podle Media Projektu

Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁸

Příloha č.30: Plánovaná četba elektronické verze - čtenáři deníků v ČR (graf)

**Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů
čtenáři deníků (poslední vydání)**

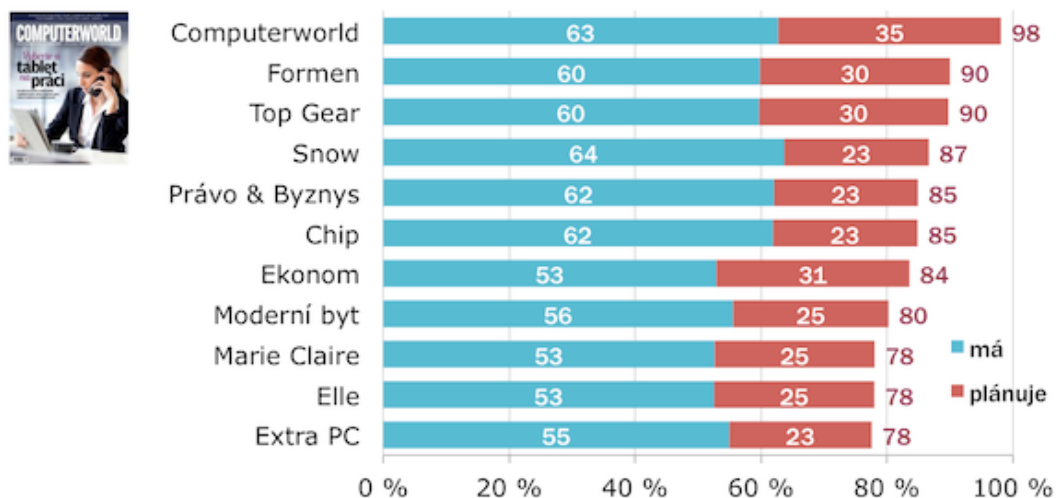


Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median²⁹

Příloha č.31: Plánovaná četba elektronické verze - čtenáři časopisů v ČR (graf)

Čtenáři časopisů

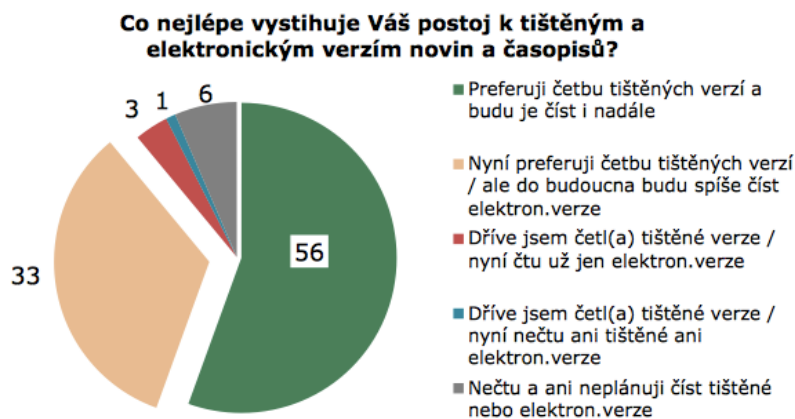
vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median³⁰

Příloha č.32: Postoj k tištěným vs. elektronickým médiím 3.Q 2013 (graf)

Dlouhodobá orientace na printová média

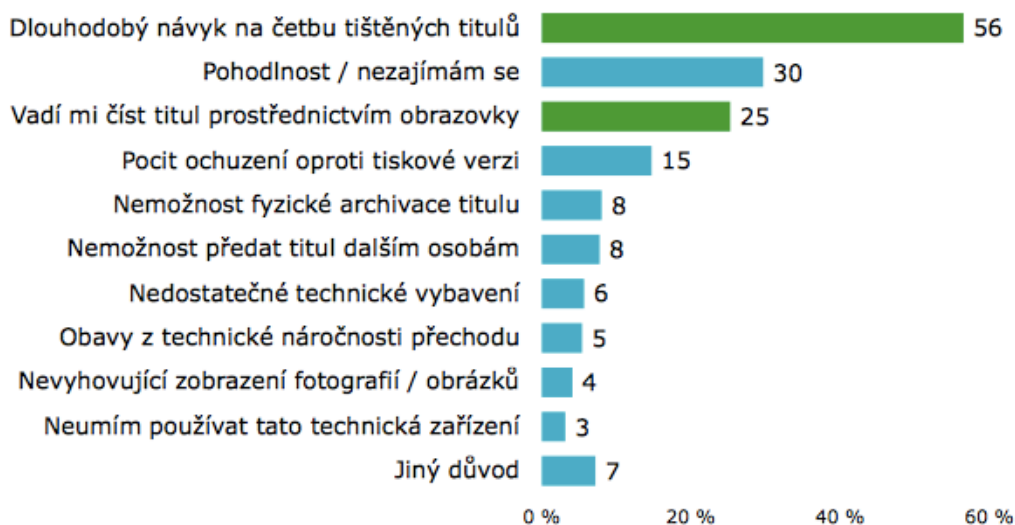


Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median³¹

Příloha č.33: Překážky v přechodu na elektronické platformy 3.Q 2013 (graf)

Zvyk, pohodlnost a „požitek“ z četby na papíře

Co brání přechodu na elektron. platformy tisku?



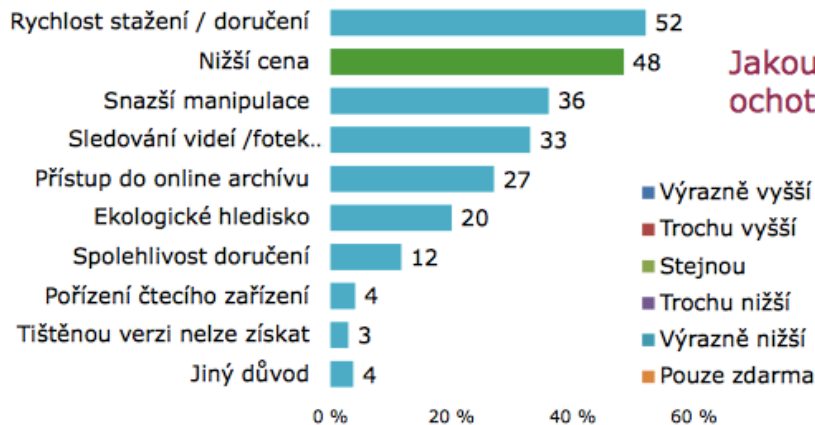
Odpovídají: pokud čte pouze tištěné verze n=2549

Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median³²

Příloha č.34: Důvody zájmu o elektronickou verzi 3.Q 2013 (graf)

Asociace elektronických verzí tisku s nízkou cenou...

Hlavní důvody Vašeho zájmu o elektronickou verzi



Jakou cenu je ochoten(a) zaplatit



Odpovídají: pokud čte i elektronické verze n=1184

Zdroj: Media Projekt - Unie vydavatelů, STEM/MARK, Median³³

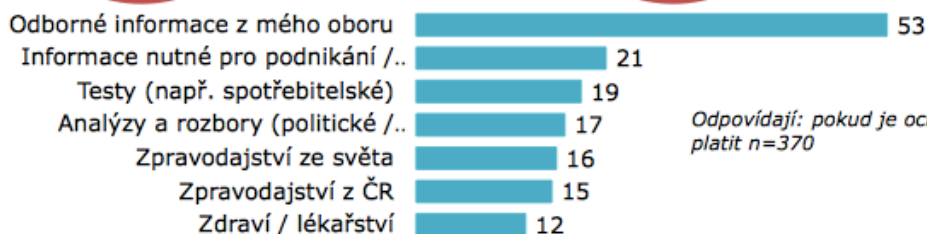
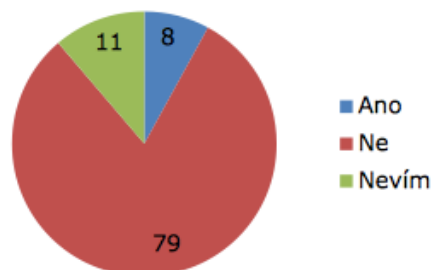
Příloha č.35: Ochota platby za informace na internetu 3.Q 2013 (graf)

Neochota platit za informace na internetu

Placení za informace na Internetu



Ochota platit za informace na Internetu v budoucnu



Odpovídají: pokud je ochoten platit n=370

0 % 20 % 40 % 60 %

Příloha č.36: Aktuální verze variant předplatného deníku The Financial Times


FINANCIAL TIMES
Contact us +44 (0)20 7775 6248 | help@ft.com

Already an FT subscriber? [Click here](#)

Where do you live? United Kingdom

Standard Digital

Access to FT.com on your desktop, mobile and tablet.




£5.35 per week Select

- ✓ Access to FT articles and blogs including the searchable archive
- ✓ Mobile and tablet access via our award-winning apps
- ✓ Personalised email briefings by industry, columnist or sector
- ✓ Portfolio tools to help manage your investments
- ✓ FastFT - market-moving news and views, 24 hours a day

Premium Digital

Unlimited access to all FT.com articles. Includes exclusive content and email briefings as well as the ePaper.




£7.35 per week Select

- ✓ Unlimited access to all FT.com articles and blogs
- ✓ Mobile and tablet access via our award-winning apps
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper
- ✓ FastFT - market-moving news and views, 24 hours a day
- ✓ Exclusive emails including Editors Choice, Best of Lex and NewsMine
- ✓ Premium daily commentary with exclusive access to Lex

Print + Digital

FT Newspaper delivered daily plus unlimited access to all FT.com articles.




£13.50 per week Select

- ✓ Free delivery to your home or office, Monday to Saturday
- ✓ FT Weekend - a stimulating blend of news and lifestyle features
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper
- ✓ Plus all the benefits of a Premium Digital subscription - unlimited FT.com access, exclusive weekly emails, premium daily commentary from the Lex column and more

Print

FT Newspaper delivered to your home or office daily.



£11 per week Select

- ✓ Free delivery to your home or office, Monday to Saturday
- ✓ FT Weekend - a stimulating blend of news and lifestyle features
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper

Zdroj: FT.com³⁴

Ways to enjoy FT content



FT apps for mobile and tablet

The FT's full range of optimized mobile and tablet apps give you constant access to the FT's award-winning global news, multimedia, comment and analysis. Whether downloading the FT web app or the Windows 8 and Android app you can be sure to receive the best experience, no matter what your device.

Full article access through all our mobile and tablet apps is included in all FT digital subscriptions.



FT.com for desktop

FT.com provides comprehensive coverage of global business, finance and politics from around the world with a wealth of articles on industries and sectors that matter to you.

Discover a wealth of interactive blogs, videos and exclusive tools and services that provide the comment and analysis you need to stay ahead.

Ways to enjoy FT content



Newspaper

The FT is the definitive morning briefing on world affairs, business, finance and politics, distilling what you really need to know. Sharp, informed and independent, it brings you news and views you can trust.




Enjoy free daily delivery to your home or office before 7am, or receive pre-paid vouchers to exchange for the FT at retailers nationwide.

Příloha č.37: Aktuální verze variant předplatného Hospodářských novin

+420 800 11 00 22
pondělí - pátek: 7.00 - 17.00
Linka pro předplatitele

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

VARIANTY PŘEDPLATNÉHO

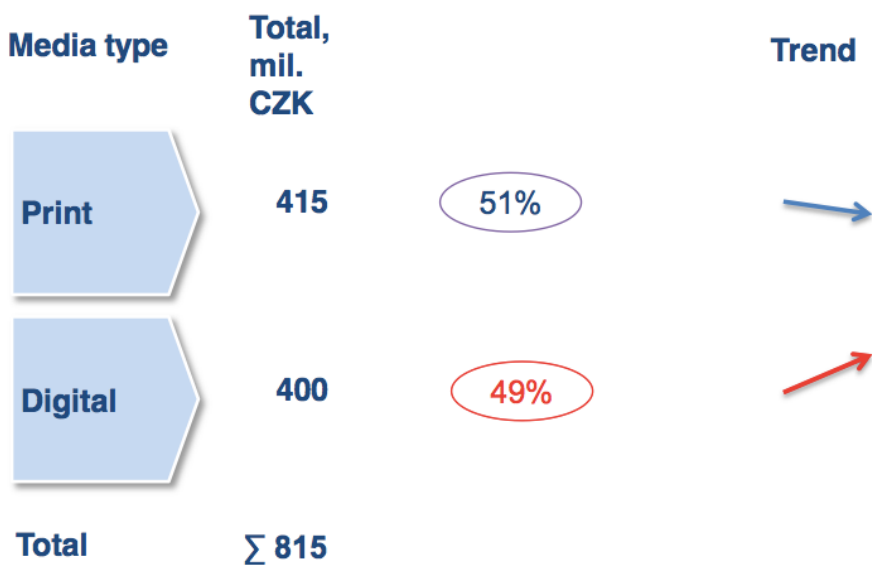
	HN Digital	HN Print	HN Premium <small>nejoblibnější</small>
	 349,- měsíc	 399,- 525,- měsíc	 419,- 874,- měsíc
Doručení novin domů či do práce	✗	✓	✓
Tištěné magazíny	✗	✓	✓
Neomezené čtení na IHNEO.cz	✓	✗	✓
Mobilní aplikace, multimediální obsah	✓	✗	✓
Online archiv od roku 1995	✓	✗	✓
	HN Digital 349 Kč za měsíc	HN Print 399 Kč za měsíc	HN Premium 419 Kč za měsíc

Uvedené ceny jsou včetně DPH.

PŘEDPLATIT
PŘEDPLATIT
PŘEDPLATIT

Zdroj: ihned.cz³⁵

Příloha č.38: Příjmy Economia, a.s. z jednotlivých mediálních typů (graf)



Zdroj: Economia, a.s.³⁶

Zdroj příloh:

- ¹ AHONEN, Tomi T, Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone, první vydání, Futuretext, 2008, s.60-69, ISBN 978-0955606953
- ² AHONEN, Tomi T, Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone, první vydání, Futuretext, 2008, s.60-69, ISBN 978-0955606953
- ³ AHONEN, Tomi T, Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone, první vydání, Futuretext, 2008, s.60-69, ISBN 978-0955606953
- ⁴ AHONEN, Tomi T, Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone, první vydání, Futuretext, 2008, s.60-69, ISBN 978-0955606953
- ⁵ toptienmobiel.nl, The iPhone Evolution [infographic][online], 10.11.2013, Dostupné z WWW <<http://www.toptienmobiel.nl/mobiele-telefoons/apple/iphone-5s/>>
- ⁶ Statista - The statistic portal, GLOBAL MARKET SHARE HELD BY SMARTPHONE OPERATING SYSTEMS 2009-2013, BY QUARTER [online], [cit. 14.5.2015]: Dostupné z WWW <<http://www.statista.com/statistics/266136/global-market-share-held-by-smartphone-operating-systems/>>
- ⁷ MITCHELL Amy, ROSENSTIEL Tom, HOUSTON S. Laura, LEAH Christian, PEW RESEARCH CENTER, Future of Mobile News, 1.10.2012 [cit. 14.4.2015], dostupné z WWW: <<http://features.journalism.org/2012/09/30/the-future-of-mobile-news-a-pej-infographic/>>
- ⁸ MITCHELL Amy, ROSENSTIEL Tom, HOUSTON S. Laura, LEAH Christian, PEW RESEARCH CENTER, Future of Mobile News, 1.10.2012 [cit. 14.4.2015], dostupné z WWW: <<http://features.journalism.org/2012/09/30/the-future-of-mobile-news-a-pej-infographic/>>
- ⁹ MITCHELL Amy, ROSENSTIEL Tom, HOUSTON S. Laura, LEAH Christian, PEW RESEARCH CENTER, Future of Mobile News, 1.10.2012 [cit. 14.4.2015], dostupné z WWW: <<http://features.journalism.org/2012/09/30/the-future-of-mobile-news-a-pej-infographic/>>
- ¹⁰ MITCHELL Amy, ROSENSTIEL Tom, HOUSTON S. Laura, LEAH Christian, PEW RESEARCH CENTER, Future of Mobile News, 1.10.2012 [cit. 14.4.2015], dostupné z WWW: <<http://features.journalism.org/2012/09/30/the-future-of-mobile-news-a-pej-infographic/>>
- ¹¹ Nielsen, AMERICAN AND EUROPEAN TABLET OWNERS MORE COMFORTABLE PAYING FOR CONTENT [online], 3.15.2012, Dostupné z WWW <<http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/american-and-european-tablet-owners-more-comfortable-paying-for-content.html>>
- ¹² Nielsen, AMERICAN AND EUROPEAN TABLET OWNERS MORE COMFORTABLE PAYING FOR CONTENT [online], 3.15.2012, Dostupné z WWW <<http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/american-and-european-tablet-owners-more-comfortable-paying-for-content.html>>
- ¹³ eMarketer, In the UK, Consumers Not Interested in Paying for Digital News[online], 4.4.2014, Dostupné z WWW <<http://www.emarketer.com/Article/UK-Consumers-Not-Interested-Paying-Digital-News/1010729>>
- ¹⁴ eMarketer, In the UK, Consumers Not Interested in Paying for Digital News[online], 4.4.2014, Dostupné z WWW <<http://www.emarketer.com/Article/UK-Consumers-Not-Interested-Paying-Digital-News/1010729>>

¹⁵ HEBBARD D.B., TALKING NEW MEDIA, The Apple Newsstand grew about 30% in size in 2014, though reliably tracking sales is difficult [online], 2.1.2015 [cit. 23.4.2015], Dostupné z WWW <<http://www.talkingnewmedia.com/2015/01/02/apple-newsstand-grew-30-size-2014-though-reliably-tracking-sales-difficult/>>

¹⁶ iclarified.com, NYTimes App Gets New Look for iPhone, Apple Watch Support[online], 22.4.2015 21:40 [cit. 25.4.2015], Dostupné z WWW <<http://www.icularified.com/48665/nytimes-app-gets-new-look-for-iphone-apple-watch-support>>

¹⁷ iclarified.com, NYTimes App Gets New Look for iPhone, Apple Watch Support[online], 22.4.2015 21:40 [cit. 25.4.2015], Dostupné z WWW <<http://www.icularified.com/48665/nytimes-app-gets-new-look-for-iphone-apple-watch-support>>

¹⁸ Mediaresearch, Návštěvnost českého internetu [online], [cit. 25.5.2015], Dostupné z WWW <<http://old.mediaresearch.cz/cz/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/index5c43.html?page=17>>

¹⁹ ABC ČR, Zprávy o auditech [online], [cit. 25.5.2015], Dostupné z WWW <<http://www.abccr.cz/overovana-data/zpravy-o-auditech/>>

²⁰ ABC ČR, Zprávy o auditech [online], [cit. 25.5.2015], Dostupné z WWW <<http://www.abccr.cz/overovana-data/zpravy-o-auditech/>>

²¹ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²² Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²³ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁴ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁵ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁶ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁷ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁸ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

²⁹ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

³⁰ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

³¹ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

³² Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelů.cz/artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

³³ Unie vydavatelů/Median/Stem Mark, 3./4.Q 2014[online], Dostupné z WWW <http://unievydavatelu.cz.artbox.cz/gallery/files/MP_3-4-2014-Prezentace_final.pdf>

³⁴ FT.com Subscription [online], [cit. 25.5.2015], Dostupné z WWW <https://sub.ft.com/spa_5/?segid=0300117&utm_uk=WAACX&utm_us=JPFB1K6&utm_as=FFTCT01&utm_eu=WWACW&utm_me=WWWAAED&utm_source=ftsit&utm_medium=online_ad&utm_campaign=globaltripletad&ftcamp=subs%252Fft_display%252Fglobaltripletshopepage%252Fglobal_triplet%252Facquisition>

³⁵ predplatne.ihned.cz, [online], [cit. 25.5.2015], Dostupné z WWW < https://predplatne.ihned.cz/homepage/lp-hnweb?utm_source=ihned&utm_medium=odkaz-zahlavi&utm_term=economia-weby&utm_campaign=predplatne-hn.

³⁶ LATUSKE Roman, *Economia, Přerod úzkoprofilového vydavatelství do multimediálního domu*[online], 9.4.2015 [cit. 20.4.2015], Dostupné z WWW <<http://i.iinfo.cz/files/iac/123/roman-latuske-economia-1.pdf>>