

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Diplomová práce

2020

Bc. Tereza Trojanová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bc. Tereza Trojanová

**Babiš vs. Bakala:
Komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v denících
MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo**

Diplomová práce

Praha 2020

Autor práce: **Bc. Tereza Trojanová**

Studijní program: **Mediální studia (kombinovaná forma)**

Vedoucí práce: **Mgr. Jan Miessler**

Rok obhajoby: **2020**

Bibliografický záznam

TROJANOVÁ, Tereza. Babiš vs. Bakala: Komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo. Praha, 2020. 92 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jan Miessler.

Rozsah práce

168 337 znaků

Abstrakt

Hlavním cílem této práce je analýza mediálního obrazu vlivného českého podnikatele Zdeňka Bakaly, který je zároveň majitelem společnosti Economia vydávající Hospodářské noviny. Bakala je jedním z úzké skupiny tuzemských miliardářů, kteří za poslední dekádu zcela převzali kontrolu nad nejvýznamnějšími mediálními domy a tím i všemi celostátními deníky. Zařadit mezi ně lze i politika Andreje Babiše, jehož příchod na mediální trh po akvizici skupiny Mafra byl nevýznamnějším momentem pro vzestup tzv. oligarchizace tuzemských médií.

Změny ve vlastnictví českých médií vyvolaly podezření, že si tito novodobí mediální magnáti pořídili média s cílem hájit své ekonomické a politické zájmy. Obavy panují hlavně z důvodu, že by mohli ovlivňovat obsah médií a tím narušit redakční svobodu a ohrozit tak i fungování celého mediálního systému. Svou mocí nad médii mohou působit na veřejné mínění, které média z velké části formují.

Tato práce proto ověřuje, zda vlastníci svého vlivu v médiích využívají. Důkazem pro to bude analýza mediálního obrazu Zdeňka Bakaly. Předmětem zkoumání bude nejprve způsob, jakým o něm informovaly jeho vlastní Hospodářské noviny a určit, jak se jeho mediální obraz liší ve srovnání s jinými deníky. Dále výzkum zjišťuje, jestli o Bakalovi referoval deník MF Dnes pod více či méně přímou kontrolou Andreje Babiše významně kritičtěji v porovnání s předchozím obdobím a jinými médii.

Klíčová slova

Zdeněk Bakala, Andrej Babiš, Hospodářské noviny, MF Dnes, vlastnictví médií, budování mediálního obrazu, kvantitativní obsahová analýza

Abstract

The main goal of this thesis is to analyze the media image of the influential Czech businessman Zdenek Bakala who is also the owner of the company Economia, publisher of Hospodarske noviny. Bakala is a member of a small group of Czech billionaires who have completely taken control over the most important media groups and thus all national dailies over the last decade. Politician Andrej Babis is also considered as one of them. His entry into the media market after the acquisition of the Mafra was the most significant moment for the rise of the so-called oligarchization of domestic media.

Czech media ownership changes have raised suspicions that these modern media magnates have acquired the media in order to defend their economic and political interests. There are concerns mainly because they could influence the content of the media and thus disrupt editorial freedom and jeopardize the functioning of the entire media system. They can also use their media power to influence public opinion, which is largely shaped by the media.

This thesis will therefore want to verify whether the owners use their influence in their media. This assumption will be demonstrated on the analysis of Zdenek Bakala's media image. Firstly, the research examines the way his own Hospodarske noviny informed about him and finds out how his media image differs in comparison with other dailies. Furthermore, the research determines whether Bakala's media image in MF Dnes daily changed significantly under more or less direct control of Andrej Babis in comparison with the previous period and other media.

Keywords

Zdenek Bakala, Andrej Babis, Hospodarske noviny, MF Dnes, media ownership, media image building, quantitative content analysis

Prohlášení


1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 21. 05. 2020

Tereza Trojanová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla velmi poděkovat za pomoc a cenné rady vedoucímu této práce, Mgr. Janu Miesslerovi. Velice také děkuji rodině za podporu při studiu a zejména pak svému příteli za trpělivost a velkou psychickou oporu, kterou mi poskytl při psaní této práce.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Trojanová Tereza	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2017/2018	
E-mail diplomantky/diplomanta: t.trojanova@seznam.cz	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia / kombinovaná	
Předpokládaný název práce v češtině: Babiš vs. Bakala. Komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo	
Předpokládaný název práce v angličtině: Babiš vs. Bakala. Comparison of the Media Image of Zdeněk Bakala in the MF Dnes, Hospodářské noviny and Právo Dailies	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018/2019	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): <p>Většina tištěných médií je v současnosti vlastněna vlivnými podnikateli - tzv. oligarchy - což vyvolává diskuze ohledně jejich možného vlivu na obsah médií, která vlastní. Mezi významné vlastníky mediálních skupin v České republice patří například majitel vydavatelství Economia Zdeněk Bakala či současný předseda vlády (v demisi) Andrej Babiš, který po nástupu do vysoké politiky koupil největší mediální dům Mafra (tehdy součástí firmy Agrofert, nyní v jeho svěřeneckém fondu). Obě vydavatelství sice cílí na víceméně rozdílné skupiny publika, přesto jsou si navzájem konkurenty. Je rovněž veřejně známo, že špatné vztahy panují i mezi oběma majiteli Bakalou a Babišem.</p> <p>Dosavadní analýzy vlivu českých oligarchů na obsah jejich médií se prakticky výhradně zabývají Babišem a koncernem Mafra, naopak Bakala zůstává na okraji zájmu. Zajímavá je komparativní analýza Kristýny Hlouškové s názvem "Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny". Tato práce bude postupovat podobným způsobem, bude ale chtít dokázat, zda média pod více či méně přímou kontrolou Andreje Babiše informují po akvizici Mafry o konkurenčním podnikateli Bakalovi významně kritičtěji v porovnání s předchozím obdobím a jinými médii.</p>	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): <p>Práce bude analyzovat obsah článků zmiňující majitele vydavatelství Economia Zdeňka Bakalu, a to v denících MF Dnes (Mafra), Hospodářské noviny (Economia) a Právo (Borgis) ve vybraných obdobích před a po roce 2013 (v červnu 2013 koupil Babiš vydavatelství Mafra). Cílem je ověřit, zda-li MF Dnes informovala po změně majitele o Babišově konkurentovi Zdeňkovi Bakalovi rozdílně, resp. významně kritičtěji než před rokem 2013. Srovnání mediálních obsahů zmíněných periodik může zároveň ukázat, zda o svém majiteli informovaly Hospodářské noviny schovivavěji (méně kriticky) než MF Dnes či Právo.</p> <p>Práce se bude snažit ověřit následující hypotézy vycházející z všeobecně známých argumentů kritické politické ekonomie médií ohledně vztahu mediálních vlastníků a obsahu jejich médií: H1: MF Dnes po převzetí mediální skupiny Mafra Andrejem Babišem publikovala s porovnáním</p>	

s Hospodářskými novinami a Právem více článků zmiňujících Zdeňka Bakalu.
H2: V deníku MF Dnes se po převzetí mediální skupiny Mafra Andrejem Babišem zvýšil podíl článků s negativním vyzněním o Zdeňkovi Bakalovi.
H3: Podíl článků v Hospodářských novinách s pozitivním vyzněním pro Zdeňka Bakalu byl vyšší než v denících Právo a MF Dnes.
H4: Novináři v Hospodářských novinách vybírali pro své články zdroje straníci svému vlastníkov.
H5: Novináři v MF Dnes vybírali pro své články zdroje kritické ke Zdeňku Bakalovi.
H6: Negativním příspěvkům o Zdeňku Bakalovi byla v MF Dnes přisuzována větší důležitost než v Hospodářských novinách a Právu.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1) Úvod

- Vlastnictví médií v České republice - změny od roku 2008

- Mediální skupina Economia - charakteristika, vlastnictví - změny a současnost
- Hospodářské noviny
- Osobnost Zdeňka Bakaly

- Mediální skupina Mafra - charakteristika, vlastnictví - změny a současnost
- MF Dnes
- Osobnost Andreje Babiše
- Vzájemné vztahy Zdeňka Bakaly a Andreje Babiše

- Mediální skupina Borgis
- Právo

2) Teoretická východiska

- Vlastníci médií a jejich vliv na média - teorie politické ekonomie komunikace a médií, "berlusconizace" atd.
- Kvantitativní obsahová analýza - charakteristika, výhody, nevýhody, postup
- Kvalitativní obsahová analýza - charakteristika, výhody, nevýhody, postup

3) Analytická část

- Kvantitativní obsahová analýza mediálních výstupů - postup, výsledky
- Kvalitativní obsahová analýza mediálních výstupů - postup, výsledky
- Srovnání obsahů HN, MF Dnes a Právo - potvrzení / vyvrácení hypotéz

4) Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Články zveřejněné tři roky před a tři roky po nákupu vydavatelství Mafra Andrejem Babišem v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo zmiňující osobnost Zdeňka Bakaly. Analyzována budou celá vydání novin.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kombinace kvalitativní obsahové analýzy článků deníků MF Dnes, Hospodářských novin a Právo a kvantitativní obsahové analýzy vybraných článků ze stejných periodik, které informují o

Zdeňkovi Bakalovi. Obsahy všech deníků budou následně zkoumány a srovnány za účelem ověření předem stanovených hypotéz.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Praha: Portál, 2003. ISBN 978-80-7367-287-4.

Autoři nabízejí základní uvedení do studia médií z hlediska sociálněvědní disciplíny mediální studia. Jejich ústředním zájmem je mediální komunikace jako obecný pojem, který zahrnuje institucionalizovanou symbolickou interakci jako společenský proces a složky, které se na ní podílejí (médiá, publikum, společenský kontext).

CHOMSKY, Noam, HERMAN Edward S. Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. Londýn: Vintage Publishing, 1995. ISBN 978-00-9953-3115.

Herman a Chomsky v této práci ukazují, že zpravodajská média na rozdíl od svého obvyklého obrazu jako nemilosrdného, vytrvalého a všudypřítomného hledače pravdy a obránáře spravedlnosti, brání v praxi hospodářské, sociální a politické agendy privilegovaných skupin, které ovládají domácí společnost, stát a globální pořádek.

ŠTĚTKA, Václav; KOUŘIL, Vít. Vlastnická struktura českého mediálního trhu s ohledem na globalizační procesy. Brno: Institut demokracie pro všechny, 2005.

Analýza Štětky a Kouřila se zaměřuje na vlastnické vztahy a procesy, jež formovaly tehdejší podobu českého mediálního trhu. Jedním z cílů studie je odpověď na otázku, do jaké míry jsou česká většinová média co do vlastnické struktury stále převážně „národní“, a do jaké míry jsou součástí procesů globalizace mediálního průmyslu.

SCHILLER, Herbert. Mass Communications and American Empire. Boston: Beacon Press, 1971.

Publikace amerického sociologa a mediálního kritika Heberta Schillera je jedním z prvních děl kriticky mapující působení americké politiky a amerických ekonomických a mediálních společností po celém světě a upozorňuje na neblahé důsledky, které z globálního amerického vlivu vyplývají.

SCHULZ, Winfried; HAGEN, Lutz; SCHERER, Helmut; REIFOVÁ, Irena. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha : Karolinum, 1998. 149 s. 978-80-246-1980-4.

Úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. Texty uvádějí čtenáře do problematiky vztahu médií a veřejné sféry, ukazují způsoby kvantitativního rozboru masově mediovaných sdělení a vyhodnocování zpravodajství.

TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Metody výzkumu médií. Praha : Portál, 2010. 293 s. 978-80-7367-683-4.

Publikace seznamující s metodami užívanými při výzkumu médií, obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak i akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu). Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

HLOUŠKOVÁ, Kristýna. Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny. Masarykova univerzita. fakulta sociálních studií. 2017. Vedoucí práce Mgr. et Mgr.

Marína Urbániková.

ŠRÁMKOVÁ, Petra. Manipulace v médiích? Obsahová analýza článků o Andreji Babišovi ve vybraných celostátních denících. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. 2016. Vedoucí práce Mgr. Zbyněk Vlasák.

DUŠEK, Jakub. Vliv vlastníka média na redakci - etické problémy na příkladech mediálních podnikatelů-politiků Andreje Babiše a Silvia Berlusconiho. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. 2016. Vedoucí práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D.

DOBROVODSKÝ, Martin. Analýza politické instrumentalizace deníku Mladá fronta DNES v období před volbami do Poslanecké sněmovny PČR v roce 2013. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. 2017. Vedoucí práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

BERÁNEK, Jan. Krize, fúze, změny vlastníků a konsolidace - ekonomický vývoj vybraných mediálních skupin v letech 2009-2013. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. 2017. Vedoucí práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

11. 06. 2018

Trpišková

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

MESSLER JAN

11.6.2018 *Jan Messler*

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU/OBORU.

Obsah

Úvod	1
1. Kontextuální část	5
1.1 Vývoj vlastnictví periodického tisku po roce 1989	5
1.2 Koncentrace vlastnictví mediálních domů do rukou českých oligarchů	8
1.3 Regulace vlastnictví médií v ČR	12
1.4 Vývoj a charakteristika vybraných mediálních domů	13
1.4.1 Mediální dům Mafra	14
1.4.1.1 Deník MF Dnes	17
1.4.2 Economia	18
1.4.2.1 Hospodářské noviny	20
1.4.3 Borgis.....	21
1.4.3.1 Deník Právo	22
1.5 Majitelé mediálních domů	23
1.5.1 Andrej Babiš	24
1.5.2 Zdeněk Bakala	25
1.5.3 Vztahy Andreje Babiše a Zdeňka Bakaly	26
2. Teoretická část	28
2.1 Význam médií	28
2.2 Nastolování agendy	29
2.3 Vlastnictví médií	30
2.3.1 Koncentrace vlastnictví médií	31
2.3.2 Mediální magnáti	32
2.3.2.1 Berlusconizace	33
2.3.3 Oligarchizace médií	35
3. Analytická část	37
3.1 Cíl výzkumu	37
3.2 Výzkumné otázky a hypotézy.....	38
3.3 Metodologie.....	40
3.4 Výběr výzkumného vzorku	42
3.5 Sběr dat.....	43
3.6 Výsledky analýzy	45
Závěr.....	65
Summary	68
Zdroje	70
Příloha	77
Seznam tabulek a grafů	79

Úvod

Od roku 2008 se český mediální trh vypořádává s bezprecedentní situací - všechny významné mediální domy vydávající nejčtenější periodika ovládají vlivní podnikatelé, jež se pravidelně umisťují na předních příčkách v žebříčcích nejbohatších Čechů. Tuzemští oligarchové tak vystřídali své předchůdce, zkušené zahraniční vydavatele, kteří do zdejšího mediálního systému přinesli během svého působení značné investice. Moc nad všemi stěžejními mediálními skupinami jako je např. Mafra, CNC, Vltava-Labe-Media, Economia, získali postupně noví majitelé, kteří s mediálním byznysem doposud neměli téměř žádné zkušenosti.¹ Tyto změny ve vlastnictví médií tak vyvolaly mnoho spekulací o skutečném důvodu jejich investic, jež jsou prakticky nenávratné. Stále proto probíhají diskuze ohledně jejich možného vlivu na obsah médií, která vlastní.

Téma vlastnictví médií a jejich oligarchizace začalo být veřejně probíráno především po červnu 2013, kdy miliardář Andrej Babiš koupil společnost Mafra vydávající celostátní deníky MF Dnes a Lidové noviny. Stalo se tak během předvolební kampaně jeho nového politického hnutí ANO 2011, které v čele s ním získalo na podzim stejného roku 18,7 % hlasů a celkem 47 poslaneckých mandátů. Sám Babiš se po sestavení vlády na začátku roku 2014 stal ministrem financí. Takováto koncentrace politické, ekonomické a navíc mediální moci v rukou jednoho člověka doposud neměla v České republice obdoby.

Vedle Babiše ovládají nejvýznamnější české mediální domy také např. podnikatelé Zdeněk Bakala (Economia vydávající především ekonomicky zaměřená média jako Hospodářské noviny nebo časopis Ekonom), Marek Dospiva reprezentující investiční skupinu Penta (Vltava-Labe-Media vlastníci monopol v oblasti regionálního tisku) či Daniel Křetínský a Daniel Tkáč (CNC publikující mj. bulvární Blesk, nejčtenější český deník). Kromě toho jsou v českých rukou také soukromé televize: Nova, kterou v roce 2019 koupil nejbohatší Čech Petr Kellner v rámci skupiny CME, a také televize Prima, již rovněž loni zcela ovládl miliardář Ivan Zach, čímž si zde upevnil svou dosavadní pozici. Také některé online zpravodajské servery vlastní vlivní Češi, jde například o Ivo Lukačoviče a jeho Seznam.cz, nejnavštěvovanější český internetový portál nebo o Ivo Valentu, spolumajitele kontroverzního serveru Parlamentní listy, současného senátora a zastupitele města Zlín.

¹ Kromě vydavatelství Vltava-Labe-Media vlastněnou investiční skupinou Penta, ta měla již předtím krátkou zkušenost s vlastnictvím médií na Slovensku. Ovšem mediální byznys není jejich hlavním předmětem podnikání, tím jsou např. reality, zdravotnictví nebo loterijní byznys. Babiš pak před akvizicí Mafry vlastnil regionální týdeník 5plus2 a Bakala byl spolumajitelem časopisu Respekt.

Všichni zmínění podnikatelé tak přispívali svou měrou k postupné oligarchizaci českých médií, kdy ve svých rukou koncentrují jak moc ekonomickou, tak i mediální a nepřímým vlivem také moc politickou, vzhledem k tomu, jak silné postavení v zemi mají. Jak však tvrdí např. advokát Aleš Rozehnal, přední odborník na mediální právo a člen správní rady Ústavu nezávislé žurnalistiky, mediální byznys nelze srovnávat s ostatními druhy podnikání vzhledem k povaze produktu.² Média totiž fungují jako hlídací psi demokracie, zajišťují prostor pro veřejnou diskuzi a tím i ovlivňují politická rozhodnutí lidí, která si převážně utváří na základě informací čerpaných právě z masových médií. Pokud mají tuto roli média plnit, musí být plně nezávislá a svobodná. Tuto podmínku je složité zaručit v případě, že valnou většinu mediálního trhu ovládá úzká skupina vlivných lidí, jejichž úmysly s médii nejsou čitelné, spekuluje se hlavně o jejich možném vlivu na obsah svých médií. Vzhledem k těmto oprávněným³ či neoprávněným pochybnostem takováto média nemohou být považována za věrohodná, což ohrožuje fungování celého mediálního systému, který pokud má být svobodný, musí být založen na editoriační svobodě a svobodě projevu. Podle Rozehnal navíc bez svobodných a nezávislých médií nemůže přežít ani samotná demokracie, kterou právě „koncentrace mediálního vlastnictví existenci svobodných a nezávislých médií ohrožuje, protože ohrožuje jednu ze základních funkcí médií, která mají sloužit veřejnému zájmu.“⁴ Ačkoli valná většina českých mediálních magnátů odmítá, že by média kupovali kvůli prosazování svého vlivu, jeden z výše zmíněných oligarchů, Marek Dospiva důvody nákupu médií vysvětlil jako ochranu zájmů samotných investorů, posílení pozice a jistotu, že pro kohokoli bude horší je iracionálně napadat. Mluvil přitom o tzv. „atomovém kufříku.“⁵

Nejdiskutovanějším z výše zmíněných mediálních magnátů je bezesporu Andrej Babiš, který je v současné době předsedou vlády České republiky. Babiš kvůli novele zákona o střetu zájmů svou firmu Agrofert vlastníci mj. i mediální dům Mafra převedl v roce 2017 do svěreneckého fondu, o jeho vlivu na média se však nadále spekuluje.⁶ Vzhledem k výše uvedeným slovům Marka Dospivy, je pravděpodobné, že i Babišův nákup Mafry nebyl jen

² Rozehnal, Aleš. In: Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPRESS, 2019. Str. 14.

³ Známa je např. kauza Příbil, kdy unikly nahrávky rozhovoru redaktora MF Dnes a Andreje Babiše

⁴ Rozehnal, Aleš. Možnosti omezení koncentrace vlastnictví médií. *Právní prostor* [online]. 25.06.2018. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/ostatni-pravo/k-moznosti-omezeni-koncentrace-vlastnictvi-medii>

⁵ Malecký, Robert. Penta má svůj „atomový kufřík“. Podívejte se, jaký byznys si chce pomocí médií ochránit. *Hlídací Pes.org* [online]. 12.08.2015. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/penta-a-jeji-byznys-po-zdravotnictvi-sazkach-a-real-estate-prichazeji-media/>

⁶ Frouzová, Kateřina. Babiš dál ovládá média. Má vliv na správce svěreneckého fondu a majetek může rychle získat zpět, tvrdí úřad v Černošicích. *iHned.cz* [online]. 11.3.2019. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66516060-babis-dal-ovlada-media-protaze-ma-vliv-na-spravce-sverenskeho-fondu-a-majetek-muze-rychle-ziskat-zpet-pod-kontrolu-tvrdi-urad-v-cernosicich-ziskali>

běžnou investicí. Nejkritičtější ze zmíněných investorů vystupuje (především v průběhu své politické kariéry) proti Zdeňku Bakalovi, majiteli vydavatelství Economia. Ještě důrazněji tak činí i prezident republiky Miloš Zeman, k němuž má Babiš názorově velmi blízko. Jak je veřejně známo, mezi Bakalou a Babišem panují špatné vztahy a navíc jsou si rovněž konkurenty v mediálním byznysu (ačkoli oba cílí na rozdílné skupiny publika).

Tato práce se tak bude ve své analytické části snažit mj. dokázat, zda média pod více či méně přímou kontrolou Andreje Babiše informují po akvizici Mafry o konkurenčním podnikateli Bakalovi významně kritičtěji v porovnání s předchozím obdobím a jinými médii. Konkrétně půjde o obsahovou analýzu článků zmiňujících Bakalu, a to v denících MF Dnes (Mafra), Hospodářské noviny (Economia) a Právo (Borgis – bráno jako názorově neutrální periodikum) v období leden 2009 – červen 2013 (před Babišovým nákupem Mafry) a červenec 2013 – prosinec 2017 (kdy Babiš Mafru vlastnil, od února 2017 uloženo do svěreneckého fondu). Cílem je ověřit, zdali MF Dnes informovala po změně majitele o Bakalovi rozdílně, resp. významně kritičtěji než před rokem 2013.

Výzkum bude mít také snahu zjistit, jak o svém majiteli Zdeňku Bakalovi informovaly Hospodářské noviny, tedy jaký mediální obraz mu byl tímto deníkem vytvářen. Na základě srovnání mediálních obsahů zmíněných periodik tak bude analyzováno, zda mediální obsahy Hospodářských novin vyznívají vůči Bakalovi shovívavěji (méně kriticky) než MF Dnes a Právo, což může poukázat na možný přímý či nepřímý vliv majitele na obsah médií.

Samotnému výzkumu, kterému bude věnována poslední část práce, budou předcházet dvě kapitoly. V první z nich bude popsán souhrnný kontext, který je nutný pro pochopení významu výzkumu a pro interpretaci jeho výsledků. Charakterizován bude historický vývoj vlastnictví médií v České republice s důrazem na poslední dekádu, kdy docházelo k nárůstu koncentrace médií a přechodu vlastnictví významných mediálních domů do rukou vlivných českých oligarchů a také vysvětlen současný stav regulace vlastnictví tuzemských médií. V druhé polovině této kapitoly bude vylíčen vývoj vlastnictví vybraných mediálních domů a charakteristika tištěných titulů, jejichž mediální obsahy budou ve výzkumu zkoumány. Závěr bude věnován představení klíčových osobností této práce, jimiž jsou Zdeněk Bakala a Andrej Babiš.

Druhá kapitola pak popisuje teoretický rámec práce. Poslouží mj. k vysvětlení jevů a trendů, které byly zmíněny v kontextuální části. Prostor bude také věnován např. významu médií pro společnost a demokracii a možnostem ohrožení těchto rolí ve spojitosti s vlastnictvím

médií a v důsledku vlivu vlastníků. Představen bude také teoretický koncept, který bude využit v následné analytické části, a to teorie nastolování agendy.

1. Kontextuální část

První kapitola této práce bude sloužit k pochopení celkového kontextu, jehož se bude následný výzkum týkat. Zaměřena bude nejprve na vývoj vlastnictví českých mediálních domů vydávající celostátní periodika, a to primárně s cílem popsat proces koncentrace vlastnictví do rukou tuzemských oligarchů. Představeny budou podrobněji mediální skupiny Mafra, Economia a Borgis, pod které spadají deníky MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo, jejichž mediální obsahy budou zkoumány. Závěr této části práce se bude věnovat charakteristice dvou majitelů mediálních skupin – Andreji Babišovi a Zdeňku Bakalovi – a také vztahu těchto podnikatelů.

1.1 Vývoj vlastnictví periodického tisku po roce 1989

Se změnou režimu po listopadových událostech roku 1989 dorazila do tehdejšího Československa mimo jiné také transformace mediálního systému. Liberálně demokratické zřízení vystřídal po více než čtyřicet let režim autoritářský, který po tuto dobu využíval média k propagandistickým účelům, navíc byla plně pod jeho kontrolou. Proměny mediálního systému probíhaly na více úrovních – „*transformoval se vnější normativní a ekonomický rámec fungování médií, tedy změnila se základní legislativa a vznikl plnohodnotný trh; transformoval se obsah mediální produkce; transformovaly se vztahy uvnitř mediálního sektoru, a to především vztahy vlastnické a v neposlední řadě došlo také k transformaci poptávky.*“⁷

Mediální systém tak začal fungovat na základě nové mediální legislativy, která především zajišťovala oddělení státu a médií. To v případě tištěných médií fakticky znamenalo oddělení chodu médií od vlivu dosavadních vydavatelů. Změny ve vlastnických strukturách, tedy zakládání nových médií na základě odstátnění, probíhaly v tomto období velmi rychle, mnohdy předbíhaly samotné utváření mediálních zákonů.⁸

K procesu privatizace tištěných médií docházelo ve třech formách:

1. Přeměnou stávajících titulů – např. deníky Mladá fronta, Rudé právo nebo Hospodářské noviny⁹

⁷ Bednařík, Jirák a Köpplová, Barbara. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011, str. 369.

⁸ Ibid., str. 370

⁹ Benda a Šmíd však Hospodářské noviny řadí mezi nové tituly. Původně šlo o týdeník vydávaný do května 1990 vydavatelským domem KSČ Rudé právo.

In: Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str 106.

Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 6

2. Obnovováním do té doby zakázaných titulů, rovněž rozvoj samizdatových novin – např. Lidové noviny či Literární noviny
3. Zakládáním nových titulů – např. Večerník Praha, Annonce nebo bulvární Špígl, Expres a Blesk ¹⁰

Novými vlastníky českých celostátních periodik se staly často nemajetné kolektivy autorů, a to jak v případě nových, tak i „spontánně zprivatizovaných“ deníků. Již od začátku 90. let se tak majitelé potýkali s ekonomickými problémy a hledali proto finančně silné zájemce, kteří by byli ochotni investovat do jejich provozu a rozvoje. Potřeba bylo modernizovat zastaralé vybavení redakcí a tiskáren nebo nakoupit nové technologie.¹¹ Vzhledem k nedostatku českého kapitálu a neochotě tuzemských bank investovat do médií se postupně majitelé českých deníků stali zahraniční vydavatelé. Dalším důvodem proto byl také fakt, že čeští akcionáři se svých nedávno získaných podílů často vzdávali, prodejní cena akcií totiž mnohdy několikanásobně převyšovala původní investici. Na našem mediálním trhu se tak postupně nejvíce aktivními staly společnosti z Německa, Švýcarska a zprvu také z Francie.¹² Právě určitý distanc těchto mediálních koncernů - vzhledem ke vzdálenosti od České republiky - a jejich primárně ekonomické (nikoli politické) zájmy, sloužily jako záruka, že se česká periodika nestanou znovu závislá na českém státu.¹³

Mezi prvními ze zahraničních investorů vstoupil již začátkem 90. let na český trh s tištěnými médii švýcarský Ringier, který zde začal vydávat od roku 1991 týdeník Českomoravský profit a o rok později bulvární deník Blesk. Za oběma projekty stál Michal Voráček, jeden z nejvýraznějších osobností českého mediálního trhu, který je v médiích aktivní dodnes – s Ivo Valentou vlastní Parlamentní listy.¹⁴ Další zahraniční firmou na české mediální scéně byla francouzská firma Socpress, která tvořila součást společnosti Hersant. Vydavatelství Socpress se zmocnilo deníku Mladá fronta Dnes, a to v roce 1991 prostřednictvím nově vytvořené skupiny Mafra a.s. V roce 1995 ji však Socpress z ekonomických důvodů prodal německému vydavateli Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft. Mezinárodní firma Eurexpansion s nejsilnějšími kontakty ve Francii a Německu zakoupila roku 1991 podíly ve

¹⁰ Bednařík, Jirák, & Köpplová. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Str. 370 - 374

¹¹ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 109

¹² Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 8

¹³ Wyka, Angelika W. On the way to dumbing down... The case of Central Europe. *Central European Journal of Communication*. 2009, (2), str 135. ISSN1899-5101

¹⁴ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 26-27

vydavatelství *Economia a.s.*, které o pět let později prodala vydavatelské skupině *Verlagsgruppe Handelsblatt*.¹⁵ Regionálního tisku se zprvu jen na části území ujali němečtí vydavatelé z *Verlagsgruppe Passau*, později však pronikli na celý český trh, a to s regionálními *Deníky*.

Vůči zahraničním majitelům českých periodik se v této době vznesla i vlna kritiky a obav ze zneužití. K nejkritičtějšímu patřil např. historik a spisovatel Bořivoj Čelovský, který vydal v roce 2002 knihu s názvem *Konec českého tisku*, v níž upozorňoval na plíživý vliv Německa, které chce ovládnout českou společnost.¹⁶ Na negativní důsledky vlastnictví českých tištěných médií zahraničními majiteli upozorňoval také Šmíd, podle něžž byl „*problém v tom, že tohoto vlastníka zajímají pouze hospodářské výsledky a zbytek nechává plně v pravomoci českých šéfků. [...] Problém českých médií není v tom, že by zahraniční majitel diktoval jejich agendu, ale v tom, že jsou názorově rozbředlá a příliš posedlá snahou zachytit do svých sítí co nejširší okruh čtenářů, diváků i posluchačů při vynaložení co nejnižších prostředků, se všemi negativními důsledky (bulvarizace, povrchnost), které to přináší.*“¹⁷

Oproti tomu pozitivní přístup vůči vstupu zahraničních koncernů na mediální trh zaujal např. mediální odborník a novinář Jan Potůček. Podle něj bylo nepravděpodobné, že by zahraniční investoři skupovali česká média s cílem ovlivňovat vnitřní politiku a dodává, že stejně nemyslitelné je, aby si tuzemská média bez jejich finanční pomoci poradila.¹⁸ Jak navíc připomněl Michal Klíma, který dlouhodobě působí v českých médiích na manažerských pozicích (od 90. let vedl vydavatelství *Lidové noviny*, později *Economia* a také *Vltava Labe Media*), z dnešního pohledu lze toto období označit za zlaté časy pro český mediální trh: „*Zpětně bych řekl, že asi nejlepší období českých médií bylo, když bylo součástí zahraničních koncernů. Protože na jedné straně u nich byla znalost řemesla, odvětví a na druhé straně neměly žádnou vazbu na českou ekonomiku. Nebyly žádné jiné zájmy, které by tak či onak majitele vedly k tomu, aby nějakým způsobem ovlivňoval obsah.*“¹⁹

¹⁵ Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 8

¹⁶ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 19

¹⁷ Šmíd, Milan. „Kéž by Arnold s Diekmannem četli české noviny!“ *Literární noviny*. 3. 10. 2005, číslo 40, str. 7.

¹⁸ Potůček, Jan. 2005. „Vliv zahraničních majitelů se demonizuje.“ *Literární noviny*. 3. 10. 2005, číslo 40, str. 7.

¹⁹ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 19

1.2 Koncentrace vlastnictví mediálních domů do rukou českých oligarchů²⁰

Období prvních dvaceti let svobodného mediálního trhu lze i díky změně ve vlastnických strukturách charakterizovat jako oddálení vlivu politiky od médií. V České republice²¹ se však s koncem první dekády 21. století začal projevovat trend odchodu zahraničních vlastníků a prodeje mediálních domů vydávající česká periodika do rukou domácích podnikatelů a podnikatelských skupin. Jde o hráče, kteří s mediálním trhem neměli doposud žádné nebo velmi malé zkušenosti a primárně podnikali v jiných oblastech jako např. energetika, bankovníctví, zemědělství, stavebnictví, zdravotnictví aj. Zároveň mají tito byznysmeni v České republice vedle ekonomických zájmů také zájmy politické a jde prakticky ve všech případech o jedny z nejbohatších Čechů.

Zahraníční mediální společnosti měly důvodů k odchodu z českého trhu hned několik. Katalyzátorem událostí se stala ekonomická krize, která prohloubila dosavadní problémy deníků v České republice – každoroční pokles tištěného i prodaného nákladu, odklon čtenářů k online zpravodajským webům a významný propad příjmů z inzerce. S rostoucí oblibou digitálních médií u publika vzrůstal také vliv silných internetových projektů, jako jsou Facebook a Google, kteří získávají finance z inzerce na úkor vydavatelů, což byl další faktor oslabující jejich ekonomickou situaci. Vzhledem k tomu, že samy zahraniční společnosti musely na svých trzích řešit obdobnou situaci, nemohly si nadále dovolit česká média dotovat, navíc samy plánovaly investovat do rozvoje vlastních online médií.

Mediální trh se během ekonomické krize a také krátce po ní ocitl v obdobné situaci jako po revoluci – vzhledem k nevoli tehdejších vlastníků potřebovala tištěná média najít ideálně nového majitele, ochotného poskytnout jim investice do rozvoje. V jednom aspektu se však okolnosti lišily, tentokrát již na našem trhu figurovali silní čeští hráči, kteří díky dostatku vlastního kapitálu a také kvůli svým zájmům chtěli a mohli do médií investovat.

Prvním z nich byl v roce 2008 uhlobaron Zdeněk Bakala²², který v době nákupu mediálního domu *Economia* od německého vydavatelství Verlagshruppe Handelsblatt patřil mezi tři nejbohatší Čechy. Bakala však *Economii*, zahrnující mimo jiné deník *Hospodářské noviny*, získal ještě před začátkem ekonomické krize, německý vlastník ji nabídl k prodeji kvůli

²⁰ Využití toho pojmu vysvětluje komentátor serveru *Echo24.cz* následovně: „*Pěti mediálním magnátům se říká oligarchové, protože podle východoevropského modelu spojují ekonomickou sílu s politickým vlivem.*“ Holub, Petr. Česká média v sevření oligarchů. Hrozba demokracie. *Echo24.cz*. [online]. 25.05.2017. [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/wuFZF/ceska-media-v-sevreni-oligarchu-hrozba-demokracie>

²¹ A také v celém regionu střední a východní Evropy. Podobnou situaci lze sledovat například v pobaltských zemích, Bulharsku, Rumunsku, Maďarsku, Polsku či na Slovensku.

²² Bakala v době nákupu již spoluvlastnil časopis *Respekt*.

svým plánům investovat do rozvoje online médií na domácím trhu.²³ Dalším významným podnikatelem, který na český mediální trh vstoupil, byl miliardář Andrej Babiš.²⁴ Ten v červnu 2013 oznámil akvizici mediálního domu Mafra, do jehož portfolia spadala např. respektovaná periodika MF Dnes a Lidové noviny. Mafru Babiš zakoupil od německé společnosti Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft a zahrnul ji do svého koncernu Agrofert. Ještě na konci stejného roku koupili podnikatelé a akcionáři Energetického a průmyslového holdingu Daniel Křetinský a Patrik Tkáč českou část vydavatelství Ringier Axel Springer, jemuž dosud patřil např. nejčtenější český deník Blesk, rovněž bulvární Aha! nebo sportovně zaměřený deník Sport. O prodeji tohoto mediálního domu, který dnes nese název Czech News Center, se přitom v průběhu roku 2013 spekulovalo především ve spojitosti s Andrejem Babišem, který však dal nakonec přednost koupi Mafrы.²⁵ Přejchod velkých vydavatelských domů do českých rukou dokončila v roce 2015 investiční skupina Penta, která získala 100% podíl ve společnosti Vltava-Labe-Press vydávající regionální Deník. Penta, jejímž spolumajitelem je také miliardář Marek Dospiva, koupila mediální dům od německé firmy Verlagsgruppe Passau a tímto obchodem dokončila odchod zahraničních vlastníků českých tištěných médií. Všechna celostátní periodika se tak stala opět majetkem českých podnikatelů,²⁶ pouze Právo zůstalo jediným celostátním deníkem, kterého se obdobné vlastnické změny nedotkly. Tyto noviny v roce 1991 zprivatizoval dosavadní šéfredaktor Zdeněk Porybný a zároveň většinový majitel vydavatelství Borgis zahrnující právě tento deník. Menšinový podíl mediální skupiny drží od roku 2013 internetový portál Seznam.cz Ivo Lukačoviče.

Ačkoli prvním českým podnikatelem, který se stal novodobým mediálním magnátem, byl Zdeněk Bakala, nejvýznamnější důsledky měl Babišův nákup Mafrы. Ten se v době akvizice tohoto mediálního domu netajil politickými ambicemi se svým novým hnutím ANO 2011, v jehož čele následující rok vstoupil po předčasných parlamentních volbách do Poslanecké sněmovny a sám se stal ministrem financí. V současné době je Babiš předsedou

²³ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hříza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 29

²⁴ Před akvizicí Mafrы vlastnil Babiš regionální týdeník 5plus2.

²⁵ Skřivánek, Tomáš. Babiš kupuje český Ringier, zaplatí přes čtyři miliardy. *E15*. 24.06.2013. online. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <<https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/babis-kupuje-cesky-ringier-zaplati-pres-ctyri-miliardy-1001088>>

²⁶ Jak upozorňuje šéfredaktor webu Mediář.cz Ondřej Aust, mezi novými vlastníky jsou také Slováci: „Éru, v níž český tisk vlastnili vesměs Němci, teď střídá pozvolná éra, kdy hlavní podniky přebírají Slováci. Kromě nastupující Penty můžeme připomenout Andreje Babiše jako vlastníka vydavatelství Mafra či třeba Patrika Tkáče jako vlastníka Czech News Center.“ Tito podnikatelé však mají své obchodní zájmy jak v České republice, tak na Slovensku.

in: Bartošová, Simona a Zuzana Švejdvová. Penta koupila vydavatelství Vltava-Labe-Press, získala regionální Deník. *iRohlas*. 12.08.2015. online. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: https://www.irohlas.cz/ekonomika/penta-koupila-vydavatelstvi-vltava-labe-press-ziskala-regionalni-denik_201508121551_sbartosova

vlády, jímž se stal roku 2017 po vítězství jeho hnutí v parlamentních volbách. Kvůli novele zákona o střetu zájmu je od února 2017 koncern Agrofert, jehož součástí je i Mafra, vložen do svěčeneckého fondu. V návaznosti na vstup Babiše na mediální trh poté došlo k výše uvedenému vlastnickému přeskupení, jelikož i další mocní podnikatelé chtěli získat svůj vliv v médiích.²⁷ To ostatně potvrdil Marek Dospiva, který vlastnictví médií označil za „atomový kufřík“ nebo „štít“. Význam tohoto pojmu vysvětluje mediální odborník Václav Štětka jako prostředek sloužící k odstrašení a ujištění, že proti němu jako majiteli nikdo nepovede válku.²⁸ V rozhovoru pro Hospodářské noviny v roce 2015 (a to před nákupem Vltava-Labe-Press) Dospiva uvedl: „*To, že média vlastníme, nám dává jistotu, že pro kohokoli bude horší nás iracionálně napadat.*“²⁹ V dalším rozhovoru, tentokrát pro MF Dnes, k tématu dodal: „*Já vnímám investice do médií víc jako politiku, případně snahu ochraňovat zájmy těch samotných investorů. Neberu to jako klasičnou investici, jejímž cílem je návratnost. Jde spíš o druhotný efekt: okolí ví, že vlastním silné médium, a už jen toto vědomí mi může přinést určitou výhodu. Už jen povědomí o tom, že byznysmen vlastní noviny nebo televizi, posiluje jeho pozici.*“³⁰

Noví majitelé českých tištěných médií prakticky ve všech případech ujišťovali veřejnost, že nevstupují na mediální trh s cílem ovlivňovat obsah médií, ale že jde čistě o ekonomickou investici. Jejich návratnost je však právě u tištěných médií, které se v posledním desetiletí potýkají s klesajícím počtem čtenářů a tím i zájmu inzerentů, velmi nejistá.³¹ Navíc jde ve všech případech o miliardáře, kteří se v České republice věnují svým obchodním aktivitám primárně mimo mediální byznys a díky své moci zde mají také politické zájmy. Ve společnosti tak spíše převládá názor, že těmto novým „mediálním magnátům“ slouží jejich média k upevnění politického a společenského vlivu, k posílení obchodních zájmů a v případě např. jejich politických ambic také k vytváření pozitivního mediálního obrazu. Diskutovat se proto začalo jak o novém trendu - oligarchizaci českých médií - tak i o jejich možných

²⁷ To potvrzuje také někdejší šéf několika vydavatelství Michal Klíma: „*Kdyby do toho (Babiš) nešel, nenastal by ten státní efekt. Křetisnký by nekupoval Ringie a Penta by nekoupila Deníky.*“ In: Neumann. Ondřej et. al. Šok! Hrůza! Média!. Brno: CPress, 2019. Str. 71

²⁸ Štětka, Václav. Oligarchization, de-Westernization and vulnerability: Media between democracy and authoritarianism in Central and Eastern Europe. *Journal of Media, Cognition and Communication*. Vol. 3, no 1 (2015). Str. 123.

²⁹ Mikulka, Milan. Spolumajitel Penty Dospiva: Chceme mediální štít proti iracionálním útokům. *Ihned.cz*. 21.04.2014. online. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-63893810-spolumajitel-penty-dospiva-chceme-medialni-stit-proti-iracionalnim-utokum>

³⁰ Neumann, Ondřej. Jak je to s médii (a moguly). *HlidacíPes.org*. 23.04.2014. online. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/jak-je-to-s-medii-a-moguly/>

³¹ Je však pravdou, že součástí mediálních domů jsou ve všech případech také online verze deníků, která snižující se množství inzerce supluje, avšak příjmy z reklam zde publikovaných putují z velké části firmám Google a Facebook.

negativních dopadech na nezávislost tuzemských médií a v konečném důsledku i na celou společnost a fungování demokracie.

Prerozdělení sfér vlivu v českých médiích mocnými miliardáři kritizuje například sociolog médií Václav Štětka. Upozorňuje na fakt, že tento „*model oligarchického vlastnictví (...) se co do majetkových struktur stále více podobá systému postsovětských republik*“ nebo na riziko „*v podobě omezení redakční autonomie a novinářské svobody.*“³² Podle Štětky tento typ vlastnictví ovlivňuje „*strukturální autonomii médií, která jsou stále úžeji propojena s lokálními podniky a často zapojena do politických sítí, jejichž součástí je majitel daného média.*“³³ Štětka také zastává názor, že tito podnikatelé koupili média s cílem prosazovat politické a společenské zájmy, byť „*využívání tohoto nástroje přitom nemusí nezbytně nabývat podoby přímých editoriálních zásahů či zjevné propagandy, jakkoli ani tyto formy instrumentalizace médií nejsou v regionu nikterak výjimečné. Je obecně známo, že vliv lze uplatňovat nejen dobře načasovaným zveřejněním informací, ale také potlačením určité agendy, k čemuž obvykle nejsou zapotřebí direktivní telefonáty do redakce; novináři samotní nezřídka přiznávají, že v takových médiích mnohem snáze podléhají autocenzuře, když se raději vyhýbají tématům souvisejícím s podnikatelskými či politickými aktivitami vlastníků.*“³⁴

Změny na českém mediálním trhu komentovala v době svého mandátu v Evropském parlamentu (2015-2019) šéfka kontrolního výboru Ingeborg Grässleová, dlouhodobá kritička Babišových aktivit v ČR kvůli jeho údajnému střetu zájmu. Podle ní je „*celá struktura (médií) oligarchická, je to uspořádání, proti kterému bychom měli opravdu bojovat. Protože mít ekonomickou moc, používat ji v politice, k tomu ještě kupovat média a bojovat proti demokratické kontrole ze strany médií, to je něco, co není v souladu s evropskými hodnotami.*“

³² Štětka, Václav. Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě. *Reportér* [online]. 2014, (3) [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: http://www.academia.edu/9656304/Od_globalizace_k_oligarchizaci_promeny_medialniho_vlastnictvi_ve_stredni_a_vychodni_Evrope

³³ Štětka, Václav. Media Ownership and Commercial Pressures: Media and Democracy in Central and Eastern Europe. In: *Media And Democracy In Central And Eastern Europe* [online]. Září 2013. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/8562331/Media_Ownership_and_Commercial_Pressures_Final_Report_for_the_ER_C-funded_project_Media_and_Democracy_in_Central_and_Eastern_Europe

³⁴ Štětka, Václav. Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě. *Reportér* [online]. 2014, (3) [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: http://www.academia.edu/9656304/Od_globalizace_k_oligarchizaci_promeny_medialniho_vlastnictvi_ve_stredni_a_vychodni_Evrope

Pokud chcete bránit demokracii, pokud chcete ověřovat a vyvažovat politickou moc, nemůžete mlčet.“³⁵

Vzestupu vlivu oligarchů v českých médiích si všimla také mezinárodní nevládní organizace Reportéři bez hranic (RSF) ve své pravidelné zprávě o svobodě médií. Česko ve svém žebříčku v roce 2016 z celkových 180 zemí zařadilo na 21. místo, o rok později to již bylo o 2 příčky níže, a to zásluhou toho, že koncentrace vlastnictví tuzemských médií dosáhla „kritické hladiny.“³⁶ Umístění odůvodnil mediální expert Jan Potůček „berlusconizací českých médií, ke které dochází kvůli Andreji Babišovi.“ s odkazem na bývalého italského premiéra Silvia Berlusconiho, který během svého mandátu vlastnil vlivná média a využíval je ve vlastní prospěch.³⁷ V roce 2018 klesla Česká republika ve svobodě médií na 34. místo a vloni dokonce na místo 40.³⁸ Nutno dodat, že umístění není dáno pouze silnou koncentrací médií do rukou oligarchů, ale také např. častějšími slovními útoky na novináře a vzrůstajícími tlaky na veřejnoprávní média zejména ze strany politiků.

1.3 Regulace vlastnictví médií v ČR

České právo v současnosti neobsahuje žádnou konkrétní legislativní úpravu týkající se vlastnictví médií nebo přímo konkrétně vlastnictví denního tisku. Možnosti vlastnických poměrů na mediálním trhu nejvíce vymezuje Zákon o ochraně hospodářské soutěže (143/2001 Sb.). Tento zákon uděluje soutěžitelům, kteří by mohli dosáhnout dominantního postavení na relevantním trhu a jejichž tržní síla by jim tak umožnila nezávislého chování na jiných soutěžitelích nebo spotřebitelích, povinnost získat souhlas od Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Hranici dominantního postavení soutěžitele stanovuje zákon na 40 % tržního podílu. Zakázáno je také zneužívání dominantního postavení soutěžitele na trhu a definovány jsou podmínky, za kterých je na soutěžitele takto pohlíženo. Za soutěž ohrožující označuje zákon mimo jiné i horizontální a vertikální dohody soutěžitelů. ÚOHS musí dle tohoto zákona také povolit spojování společností soutěžitelů, což Úřad rozhoduje podle výše obrátu firem.

³⁵ NGUYEN, Thuong Ly, 2017b. „Jsem zklamaná, že Češi nechtějí Babiše řešit,“ říká europoslankyně Grässleová. *Echo24.cz* [online]. 21. 5. 2017 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/ic974/jsem-zklamana-ze-cesi-nechteji-babise-resit-rikaeuroposlankyne-grassleova>

³⁶ ČTK. Reportéři bez hranic: Svoboda tisku je ve světě v ohrožení. Česko si pohorsilo i kvůli Babišovi. *iRozhlas.cz* [online]. 26.04.2017. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/reporteri-bez-hranic-svoboda-tisku-je-ve-svete-vice-omezovana-cesko-si-pohorsilo_1704260711_dp

³⁷ ČTK, redakce. Nejsem oligarcha, žádná média nevlastním a neovlivňuju, zlobí se Babiš. *Echo24.cz* [online]. 26.04. 2017 [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/iPYTv/nejsem-oligarcha-zadna-media-nevlastnim-a-neovlivnuju-zlobi-se-babis>

³⁸ Reporters without borders. Czech Republic. *RSF.org* [online]. 2019. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/czech-republic>

Dosud ÚOHS neshledal žádné omezení hospodářské soutěže tištěných médií a všechna spojení soutěžitelů v této oblasti tak byla úřadem schválena.

Česká legislativa také omezuje Zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, křížové vlastnictví médií.³⁹ Ten stanovuje, že jedna právnická nebo fyzická osoba nesmí vlastnit více než jednu licenci na celoplošné televizní či rozhlasové vysílání, které má možnost přijímat 70 % populace republiky. Zákon se však týká pouze rozhlasu a televize, nikoli tištěných médií.

Nejnovější právní úpravou alespoň částečně zahrnující také vlastnictví médií, vč. těch tištěných, je novela zákona o střetu zájmů (Zákon č. 14/2017 Sb. - Zákon, kterým se mění zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony.). Novela byla schválena Parlamentem v lednu 2017 a nabyla účinnosti v září stejného roku. Od této doby tedy nesmějí členové vlády, senátoři, poslanci, zastupitelé různých úrovní a další veřejní funkcionáři provozovat rozhlasové nebo televizní vysílání nebo být vydavatelem periodického tisku případně členem či ovládající osobou právnické osoby, která je provozovatelem rozhlasového nebo televizního vysílání či vydavatelem periodického tisku. Veřejní funkcionáři, kteří v okamžiku získání mandátu nevyhovují těmto požadavkům, tak musí učinit nejpozději do 60 dnů od začátku výkonu funkce. Pro tuto novelu zákona se vžil pojem „lex Babiš“, jelikož se právě tehdejšího ministra financí Andreje Babiše dotknul nejvýrazněji. Kvůli tomuto zákonu se musel vzdát vlastnictví svého holdingu Agrofert, jehož byl stoprocentním vlastníkem. Babiš proto v únoru 2017 převedl Agrofert, včetně mediálního domu Mafra, televizní stanice Óčko nebo stanice Impuls, do svěřeneckých fondů. Nadále se však spekuluje o jeho nepřímé kontrole a vlivu na firmy z Agroferty, což potvrdila také zpráva Evropské komise z roku 2019.⁴⁰ Platnost novely zákona potvrdil letos v únoru Ústavní soud, ke kterému podal stížnost již v roce 2017 prezident Miloš Zeman se skupinou poslanců z hnutí ANO.

1.4 Vývoj a charakteristika vybraných mediálních domů

Následující podkapitola se bude podrobněji věnovat historickému vývoji vybraných mediálních domů. Půjde konkrétně o Mafru, vydávající deník MF Dnes, Economii s Hospodářskými novinami a Borgis vlastníci deník Právo. Právě mediální obsahy těchto titulů

³⁹ Definice křížového vlastnictví médií bude vysvětlena v teoretické části práce.

⁴⁰ Guryčová, Kristýna. Audit o střetu zájmů: Babiš stále nepřímo ovládá Agrofert, určil účel i protektory svěřeneckých fondů. *iRozhlas* [online]. 05.12.2019 [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-stret-zajmu-praha-audit-evropska-komise-agrofert-dotace_1912051210_kno

budou analyzovány v praktické části práce, je proto důležité seznámit se s jejich vývojem a zásadními okamžiky, které je pomáhaly formovat. Popsána bude také charakteristika jednotlivých deníků, která rovněž přispěje k pochopení a vysvětlení výsledků výzkumu.

1.4.1 Mediální dům Mafra

Vydavatelství Mafra, a.s. vznikla na konci roku v roce 1991, kdy na ni byly převedeny vydavatelská práva po původní společnosti M a F a.s., která již od předchozího roku vydávala deník Mladá fronta Dnes vzniklý po privatizaci listu Socialistického svazu mládeže. Od roku 1992 vlastnil nejprve minoritní a později majoritní podíl francouzský mediální koncern Socpresse SA, o dva roky později se Mafra dostala do německých rukou, kdy byla postupně prodána společnosti Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (RBVG). Deník Mladá fronta Dnes byl v tuto dobu nejprodávanějším denním tiskem.⁴¹ Německý vlastník k němu v roce 1998 koupil od vydavatelství Ringier Lidové noviny, před listopadem 1989 vydávané v samizdatu. Formálně pod Mafrou byly tyto noviny zařazeny v roce 2009. Od začátku roku 2012 vlastnila Mafra také většinový podíl v bezplatném deníku Metro.

Zlom ve vlastnické struktuře tohoto mediálního domu nastal v červnu roku 2013, kdy společnost RBVG prodala veškeré mediální aktivity skupiny Mafra na území České republiky do rukou koncernu Agrofert. Jediným vlastníkem Mafry se tak stal miliardář a budoucí vládní politik Andrej Babiš. Jak uvedl předseda představenstva RBVG Karl Hans Arnold, Mafra byla prodána ze strategických důvodů, aby mohla německá firma investovat na domácím trhu.⁴² Částka, za kterou Babiš mediální dům Mafra pořídil, nebyla zveřejněná. Podle neoficiálních odhadů se však suma pohybovala kolem 150 milionů eur (3,7 mld. korun).⁴³ Babiš získal součástí Mafry vedle třech zmíněných tištěných deníků také hudební televizní stanici Óčko, internetové zpravodajské servery iDnes.cz, Lidovky.cz a další internetové portály, virtuálního mobilního operátora MOBIL.cz, divize tiskáren MAFRA print nebo také podíl v První novinové společnosti. Na konci roku 2013 došlo ke sloučení Babišovy firmy AGF Media do skupiny Mafra, čímž se její součástí stal regionální týdeník 5plus2. K novým aktivitám Mafry po akvizici Babišem patří společenský týdeník Téma nebo bulvární portál Expres.cz. V prosinci

⁴¹ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 112

⁴² Kejlová, Tamara. Babiš koupil Mafrou. Do obsahu novin zasahovat nebude, říká jeho mluvčí. *ČT24.cz* [online]. 26.06.2013 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1089933-babis-koupil-mafrou-do-obsahu-novin-zasahovat-nebude-rika-jeho-mluvci>

⁴³ Köppl, Daniel. Tak již víme, kolik zaplatil Andrej Babiš za Mafrou. *Týden.cz* [online]. 27.06.2013 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafrou_274807.html

2018 zařadila Mafra do svého portfolia společnost Bauer Media vydávající lifestylové a volnočasové časopisy, kterou koupila od německého vydavatele Bauer Media Group.

Babiš, který byl v době nákupu mediálního domu Mafra druhým nejbohatším Čechem,⁴⁴ vysvětlil důvod nákupu následovně: *"Akvizice bude mít pro naši mediální divizi řadu synergií a umožní nám hledat další nákladové úspory například při fungování našeho týdeníku 5plus2,"*⁴⁵ a také uvedl záměr vybudovat z Mafry do tří let největší vydavatelství v zemi.⁴⁶ Zveřejnění informace o ovládnutí Mafry Babišem vyvolalo okamžité podezření, že bude využívat svého postavení a zasahovat do obsahu médií. Obavy panovaly také z využívání Mafry k prosazování jak jeho obchodních, tak i politických zájmů – Babiš se totiž již před nákupem vydavatelství netajil svými politickými ambicemi s nově založeným hnutím ANO 2011. Babiš 27. června 2013, krátce po nákupu Mafry, ujišťoval veřejnost na tiskové konferenci, že do obsahu jeho médií zasahovat nebude:⁴⁷ *„Já můžu tady veřejně prohlásit na zdraví mojich čtyř dětí a dvou vnuček, že já v žádném případě nebudu nikdy zasahovat do práce redaktorů v Mafře.“*⁴⁸ O pouhý den později však Babiš prokazatelně telefonoval redaktorovi Lidových novin a požadoval po něm vysvětlení, proč o zmíněné tiskové konferenci nenapsal, přitom ostatní noviny ano a na čí pokyn se tak stalo. Babiš ukončil telefonát slovy *„Doufám, že kluci vědí, co dělají, jako. Asi nevědí, s kým mají tu čest.“*⁴⁹ Vedení redakce deníku se o tomto rozhovoru dozvědělo a po Babišovi, tehdy oficiálně teprve budoucím vlastníkem, požadovalo objasnění situace. Babiš se přijel do sídla Lidových novin osobně omluvit a ujistil redaktory, že se nic podobného již nestane. Reakce mnoha z nich - včetně novinářů z dalších redakcí mediálního domu - však na sebe nenechala dlouho čekat a desítky z nich podaly výpověď. Mezi nimi například šéfredaktor MF Dnes Robert Čásenský, šéfredaktor Lidových novin Dalibor Balšínek nebo investigativní novinář Jaroslav Kmenta. Před zmíněným incidentem podal výpověď uznávaný publicista Lidových novin Tomáš Němeček, který charakterizoval nového

⁴⁴ Neyhoštěný, Jan a ČTK. Forbes: Babiš předstihl v bohatství Bakalu, Kellner překročil 10 miliard. *iDnes.cz* [online]. 04.03.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/forbes-babis-predstihl-v-bohatstvi-bakalu.A130304_135526_ekonomika_neh

⁴⁵ Kejlová, Tamara. Babiš koupil Mafru. Do obsahu novin zasahovat nebude, říká jeho mluvčí. *ČT24.cz* [online]. 26.06.2013 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1089933-babis-koupil-mafru-do-obsahu-novin-zasahovat-nebude-rika-jeho-mluvci>

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ve stejný den také zveřejnil příspěvek na twitteru s obdobným vyzněním: *„Dnes som mal hodne vystrašených otázek či nebudu zasahovat novinářům do řemesla. Samozřejmě ne, hned by se to rozneslo a byl bych mrtvý muž“* Babiš, Andrej. [Dnes som mal...] In: *Twitter* [online]. 27.06.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://twitter.com/AndrejBabis/status/350221081124155392>

⁴⁸ Echo24. Babiš: ‚Prohlašuji na zdraví mých dětí, že nikdy nezasáhnu do práce Mafry‘. *Echo24.cz* [online]. 05.05.2017 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/i4HhS/babis-prohlasuji-na-zdravi-mych-deti-ze-nikdy-nezasahnu-do-prace-mafry>

⁴⁹ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hříza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 43

majitele jako „slona v místnosti, k němuž musejí novináři zaujmout nějaký postoj“, přičemž „(...) je velmi těžké najít míru pro to, kdy se jím budete muset obsesivně zabývat, kdy máte mluvit pravdu a kdy musíte mlčet, kdy je to ještě v pořádku a kdy už pochybíte.“⁵⁰

K rozptýlení obav nad případnou ztrátou nezávislosti médií spadajících nově pod Agrofert nechal Babiš sepsat nový etický kodex. Jeho autorem je novinář a spisovatel Karel Hvizďala, který tak učinil pod podmínkou, že na zpracování kodexu se budou podílet také šéfredaktoři MF Dnes a Lidových novin. Nový etický kodex publikovaný v říjnu 2013 uvádí, že „Společnost nestrání žádným politickým stranám, hnutím a jiným politickým uskupením a tím pomáhá čtenářům, aby si mohli učinit svůj vlastní názor. Straní pouze hodnotám, na kterých stojí euroatlantická civilizace: lidským právům, parlamentní demokracii, tržnímu hospodářství a nezávislé justici.“⁵¹ Dále kodex zaručuje šéfredaktorům odpovědnost za obsazení redakce i za redakční obsah, který je plně v jejich kompetenci. Vlastníkovou funkcí je pak obrana médií před nežádoucím vlivem politických a hospodářských subjektů. V květnu 2014 také došlo k vytvoření redakční rady MF Dnes, která měla sloužit deníku k poskytování zpětné vazby. V této redakční radě mělo třikrát ročně zasedat sedm známých osobností, mezi nimiž např. zpěvák Richard Krajčo, režisér Miroslav Krobot nebo chirurg Bohdan Pomahač. Radu nechala vytvořit tehdejší šéfredaktorka MF Dnes Sabina Slonková, která však ze své funkce odešla po půl roce od nástupu. Svoji výpověď několikrát vysvětlovala tím, že vydavatel v praxi nerespektoval slovo nezávislost a diktoval obsah pro momentální potřeby jeho přátel a zájmů jeho klientů.⁵² Po Slonkové nastoupil do čela deníku šéfredaktor Jaroslav Plesl, který ve funkci zůstává dodnes. Fungování redakční rady bylo po odchodu Slonkové ukončeno.

V roce 2017 byla uvedena v účinnost novela zákona o střetu zájmu (viz. podkapitola 1.3), která Babišovi jako členovi vlády zakázala vlastnit tištěná, rozhlasová nebo televizní média. Babiš proto vložil v únoru 2017 celý koncern Agrofert (včetně vydavatelství Mafra) do svěřeneckého fondu.⁵³ Po formální stránce tedy nebyl nadále majitelem skupiny Mafra, avšak o jeho pokračujícím vlivu se nadále vedly diskuze. V květnu 2017 debatu vyvolaly zveřejněné zvukové nahrávky s rozhovory Babiše a minimálně dvou redaktorů. Jedním z nich byl Marek Příbil, tehdejší redaktor MF Dnes. S Babišem probírali načasování zveřejnění článků, jež měly za cíl kompromitovat politiky ČSSD, a to především ty, kteří vůči Babišovi vystupují nejvíce

⁵⁰ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 47

⁵¹ Vydavatelský kodex médií provozovaných společností MAFRA a.s. iDnes.cz Blog [online]. 10.10.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://redakcni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=365699>

⁵² Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 52-53

⁵³ Rozhodující roli ve svěřeneckých fondech, které média kontrolují, mají však nadále lidé blízcí Babišovi. Jsou jimi předseda představenstva Agrofertu Zbyněk Průša, jeho právník Alexej Bílek a manželka Monika Babišová.

kriticky. Audionahrávky, jejichž autenticitu posléze Babiš potvrdil, tedy znovu vyvrátily Babišovi sliby, že do svých médií nebude zasahovat, navíc se tak dělo i po faktickém převedení Mafry do svěčeneckého fondu. Tato kauza zapříčinila následnou další vlnu odchodu redaktorů.

1.4.1.1 Deník MF Dnes

Hlavní součástí vydavatelství Mafra tvoří již od jeho založení deník MF Dnes, který začal vycházet roku 1990 po přeměně a privatizaci z původního listu Svazu socialistické mládeže s názvem Mladá fronta. Pro vydavatelství jde o z hlediska prodeje o jeho nejvýznamnější tiskový titul. Deník je dlouhodobě nejprodávanějším českých seriózním periodikem, konkrétní údaje o vývoji prodaného nákladu a čtenosti lze nalézt v tabulce č. 1. Jak lze z dat vyčíst, prodaný náklad i čtenost deníku neustále klesá, tento trend však lze sledovat u všech tištěných periodik. V obou kritériích je mu největším konkurentem Deník vydávaný v několika desítkách regionálních mutacích, nelze ho tedy řadit mezi celostátní periodika.

Tabulka č. 1: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti deníku MF Dnes mezi roky 2009 – 2017⁵⁴

MF DNES	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PN	256 118	241 762	223 410	227 452	204 823	173 009	156 828	142 184	134 202
Čtenost	973 000	846 500	815 500	804 000	796 500	696 000	634 500	612 000	572 000

Vlastní zpracování, zdroj dat: ABC ČR a Unie vydavatelů

Jak uvádí samo vydavatelství, cílem deníku MF Dnes je „*podávat pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijeme. Součástí tohoto obrazu musí být rychlé a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách.*“⁵⁵ Svým čtenářům přináší „*aktuální a kvalitní zpravodajství, užitečné servisní informace i oddechové čtení ve specializovaných přílohách a časopisech.*“⁵⁶ Mediální skupina rovněž uvádí, že hlavní část čtenářů tvoří „*aktivní a dobře situovaná část populace.*“⁵⁷ Mediální analytik Milan Šmíd charakterizuje MF Dnes jako deník, který se „*při své středopravé orientaci snaží profilovat jako nejlépe informovaný český list, jenž ovšem sklouzává, když ne k bulvárním tématům, tak přinejmenším k infotainmentu.*“⁵⁸

⁵⁴ Výběr sledovaného období bylo stanoveno na základě potřeb pro analytickou část této práce, zkoumány budou mediální obsahy deníků mezi roky 2009 – 2017. Podle dat za poslední dvě čtvrtletí v roce 2019 došlo k dalšímu poklesu u obou kritérií – PN byl v průměru 109 875 a čtenost 499 000. Mediální skupina Mafra. Představení tiskových titulů [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/28A200326_MSA_006_PREDSTAVENI_TISKO.V.PDF

⁵⁵ Mediální skupina Mafra. Představení tiskových titulů [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/28A200326_MSA_006_PREDSTAVENI_TISKO.V.PDF

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 12.

Deník MF Dnes se před akvizicí mediální skupiny Mafra Andrejem Babišem řadil mezi nejrespektovanější noviny s kvalitní investigativní žurnalistikou. Po Babišově vstupu do Mafry začala být však nezávislost tohoto periodika mnohými (jak mediálními experty, tak i samotnými zaměstnanci, kteří se proto rozhodli z redakce odejít) zpochybňována. Jak je výše uvedeno, nový vlastník deníku byl např. během tzv. kauzy Příbil přistižen při snaze ovlivnit obsah deníku. Spekulace o jeho zásazích do fungování médií proto ještě více zesílily, čímž však byla ohrožena důvěryhodnost tohoto deníku v očích čtenářů a rovněž oslabena novinářská autonomie a redakční svoboda, jež tvoří základní předpoklad a nutnost pro fungování nezávislých novin.

1.4.2 Economia

Mediální dům Economia, vydávající od počátku svého fungování mimo jiné Hospodářské noviny, prošel od 90. let několika změnami vlastníků. Zakladatelem a také akcionářem tohoto vydavatelství byla Česká tisková kancelář (ČTK), Úřad vlády a dvě státní banky.⁵⁹ Krátce po založení, již v roce 1991, odkoupila francouzsko-německo-americká společnost Eurexpansion 45 % akcií vydavatelství. O další rok později byla Economia prodána nizozemskému vydavatelství Handelsblatt – Dow Jones Investments. To v roce 2006 změnilo strukturu svých vlastníků a prodalo svůj podíl německé společnosti Verlagsgruppe Handesblatt.⁶⁰ Minoritními akcionáři mediálního domu byla také ČTK, tehdejší předseda a místopředseda představenstva Economie a několik zaměstnanců vydavatelství, dohromady jejich podíl tvořil 22,5 %.⁶¹

V březnu 2008 se v médiích začaly objevovat informace, že se německý vlastník chystá svůj většinový podíl v Economii prodat. Tehdejší generální ředitel Economie Michal Klíma vysvětloval záměr společnosti Verlagsgruppe Handesblatt přehodnocením strategie v podnikání: „Rozhodli se, že se budou intenzivněji soustředit na německý trh s tištěnými a internetovými tituly a že nebudou mít prioritu v podnikání v printu (tištěných médiích) ve střední a východní Evropě.“⁶² Mezi největší favority na nové majitele patřilo vydavatelství Mladá

⁵⁹ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 114

⁶⁰ Ibid., str. 122

⁶¹ Ibid., str. 131

⁶² ČTK. Skupina Handelsblatt opravdu chce prodat vydavatelství Economia. *iDnes.cz* [online]. 14.03.2008 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/skupina-handelsblatt-opravdu-chce-prodat-vydavatelstvi-economia.A080314_182947_media_pej

fronta a miliardář Zdeněk Bakala. Ten nakonec za zhruba dvě miliardy korun⁶³ většinový podíl od původního vlastníka koupil v září 2008. Součástí vydavatelství byl ekonomicky zaměřený deník Hospodářské noviny, týdeník Ekonom, 18 odborných časopisů nebo zpravodajský server ihned.cz. Nový majitel se ke koupi vyjádřil prostřednictvím svého mluvčího následovně: „*Média Zdeňka Bakalu baví a navíc je přesvědčen, že jsou velmi podstatná pro dobrý vývoj demokratické společnosti. Novinám vydávaným Economie chce poskytnout názorovou i finanční nezávislost.*“⁶⁴ V roce 2013 rozšířil Bakala mediální dům o společnost Centrum Holdings, která v České republice provozovala internetové portály Centrum.cz a Atlas.cz nebo zpravodajský server Aktuálně.cz. O rok později se stal součástí Economie týdeník Respekt, který již Bakala spolu s Karlem Schwarzenbergem vlastnil od roku 2006, v roce 2012 pak odkoupil Schwarzenbergův podíl a stal se tak jeho jediným majitelem.

Větší ohlasy ve společnosti (jako např. v případě Andreje Babiše a jeho akvizice Mafry) Bakalův nákup Economie nevyvolal. Dodnes citovaná však je reakce Erika Taberyho, šéfredaktora časopisu Respekt, který se v roce 2013 rozhodl o svém majiteli Zdeňku Bakalovi přestat psát: „*Nikdy jsme neřešili, jestli máme psát pro, či proti jeho zájmům, takovou debatu si ani nepřipouštíme. Zvažovali jsme pouze otázku, zda o jeho aktivitách vůbec psát, či nikoli. Rozhodli jsme se pro druhou variantu, a to kvůli čtenářům, kteří každý text o majiteli čtou s podezřením a nedůvěrou. Ani oni, ale ani my sami bychom při nejlepší vůli neměli sto procentní jistotu, jestli naše psaní podvědomě neovlivňuje vztah k vlastníkovi. A je korektní to čtenářům přiznat, což už jsme v minulosti udělali. Respekt není deník, který musí psát o všem, co se děje kolem, jsme názorový týdeník. Zřejmě jen málokdo by oponoval tomu, že chválit svého majitele by působilo nepatřičně. Pokud ale nemáme někoho chválit, nemůžeme ho ani kritizovat. I proto jsme se rozhodli, že o aktivitách našeho majitele – Zdeňka Bakaly – nepíšeme.*“⁶⁵ Svůj názor však o rok a půl změnil, což vysvětlil ve své eseji *Média v éře Andreje Babiše*. Jak již název článku vypovídá, svou roli v jeho rozhodnutí nepsat o majiteli Respektu hrál Andrej Babiš a následné změny ve vlastnických strukturách českých médií: „*(...) načasování bylo špatné. Až následně mi došlo, že hromadný vstup českých podnikatelů do médií může vzbuzovat dojem, že*

⁶³ O částce se vedly spekulace. Podle informací MF Dnes se jednalo o zhruba 70 až 90 milion eur, tedy v rozmezí 1,7 až 2 mld. Kč. In: Klímová, Jana. Bakala koupil noviny, dal za ně až dvě miliardy korun *iDnes.cz* [online]. 01.09.2008 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/bakala-koupil-noviny-dal-za-ne-az-dve-miliardy-korun.A080901_1037988_ekonomika_pin

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Tabery, Erik. Editorial: Bakala, OKD a Respekt. *Respekt* [online]. 22.09.2013 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z <https://www.respekt.cz/tydenik/2013/39/editorial-bakala-okd-a-respekt>

hlavním cílem nových poměrů v médiích je ticho. Proto jsem rozhodnutí o majiteli nepsat změnil.“⁶⁶

Z důvodu zachování důvěryhodnosti médií spadající pod Economii inicioval sám Bakala v roce 2019 zřízení Rady pro redakční nezávislost. Tento orgán má vedle již existujícího etického kodexu zaručovat veřejnosti, že redaktoři pracují nezávisle a bez zásahů svého majitele do obsahu médií. Úkolem rady je prověřovat přijaté podněty od redaktorů nebo od kohokoli s opodstatněným podezřením z ovlivňování obsahu některého z titulů vydavatelství jejím majitelem.⁶⁷ V čele čtyřčlenné rady stojí britský novinář a spisovatel Misha Glenny a jedním z členů je také mediální odborník Václav Štětka.

Na začátku roku 2019 odstoupil Zdeněk Bakala z postu člena dozorčí rady a zároveň jeho manželka Michaela Bakala odešla z pozice členky představenstva. Bakala, který nadále zůstává majitelem mediálního domu, zároveň vyvrací spekulace, že by Economii vzhledem k dlouhodobým ekonomickým ztrátám chtěl prodat.⁶⁸ Jak navíc sdělil v rozhovoru v září 2019, *Economia je pro něj „více než běžnou investicí otázkou hodnot. (...) V případě této akvizice tedy nebyla návratnost investice hlavním aspektem. Tím byla snaha zachovat nezávislý hlas v českých médiích. Ten je třeba chránit i v dnešní době, proto Economie není na prodej.*“⁶⁹

1.4.2.1 Hospodářské noviny

Hospodářské noviny byly vydávány již za minulého režimu, jednalo se však o ekonomicky zaměřený týdeník vlastněný vydavatelstvím Rudé právo. Od května 1990 se Hospodářské noviny proměnily na deník a jeho majitelem se stala nově založená společnost *Economia*.⁷⁰ Pro tento mediální dům jsou Hospodářské noviny dodnes jediným deníkem a „vlajkovou lodí“ společnosti. Ani tomuto titulu se však nevyhnul trend klesajícího prodaného nákladu a čtenosti (viz. Tabulka č. 2). Podle údajů za rok 2019 klesl oproti roku 2017 pouze prodaný náklad na 32 199, počet čtenářů zůstal stejný.⁷¹

⁶⁶ Tabery, Erik. Média v éře Andreje Babiše. *Respekt* [online]. 12.04.2015 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/16/media-v-ere-andreje-babise>

⁶⁷ *Economia*. Rada pro redakční nezávislost. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

⁶⁸ Echo24. Bakalovi opouštějí orgány Economie, vydavatelství ale prodávat nechtějí. *Echo24* [online]. 28.01.2019 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SCK8x/bakalovi-opousteji-organy-economie-vydavatelstvi-ale-prodavat-nechteji>

⁶⁹ Bakala, Zdeněk. V OKD jsme vše dělali v dobré víře, veřejnost dostává mylné informace. *Deník N*. 27.09.2019, (185). Str. 12.

⁷⁰ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 106

⁷¹ *Economia*. Mediakit. Hospodářské noviny. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2020/01/mediakit_HN_2020_CJ_.pdf

Tabulka č. 2: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti Hospodářských novin mezi roky 2009 – 2017

Hospodářské noviny	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PN	54 285	44 897	40 490	39 935	37 783	34 544	32 841	30 371	33 154
Čtenost	201 000	187 000	194 500	193 500	177 500	173 000	154 500	151 500	157 000

Vlastní zpracování, zdroj dat: ABC ČR a Unie vydavatelů

Podle samotného vydavatelství přináší deník „všeobecné zpravodajství se silnými analytickými prvky a komentáři. Ze všech českých deníků dává největší prostor ekonomickým a byznysovým informacím, finančním trhům a servisu pro podnikatele. Obsahuje rozhovory s předními českými i světovými byznysmeny a analýzy nejdůležitějších ekonomických událostí.“⁷² Podle mediálního analytika Milana Šmída se Hospodářské noviny „snaží profilovat jako journal d’opinion české mediální scény se středovým, v otázkách ekonomiky konzervativním pohledem na svět.“⁷³

1.4.3 Borgis

Vydavatelství Borgis bylo založeno na podzim roku 1990. Jeho akcionáři se stali bývalí redaktori deníku Rudé právo a majoritním vlastníkem s 60% podílem držel šéfredaktor Rudého práva Zdeněk Porybný. Ten také krátce před založením Borgis vedl Vydavatelství Florenc ve vlastnictví KSČ, které mělo po revoluci deník vydávat. K tomu však nedošlo, jelikož redaktori deníku z původního vydavatelství odešli (pouze se svým know-how) a od října 1990 bylo vydávání novin převedeno na společnost Borgis. Za údajně neoprávněné vyvlastnění deníku redakčním kolektivem bylo vůči Porybnému zahájeno trestní stíhání a v roce 1992 byl dokonce zatčen. Stíhání bylo však po několika měsících ukončeno a Porybný získal od státu odškodnění.⁷⁴

Součástí mediálního domu Borgis je tedy od jeho založení deník Právo (změna názvu z původního Rudého práva přišla roku 1995). V roce 2013 získala ve vydavatelství třetinový podíl společnost Seznam.cz, které již od roku 2003 dodával Borgis redakční obsah na jeho zpravodajské portály Novinky.cz, Super.cz a Sport.cz. Porybný dosud drží majoritní podíl s 58,9 % akcií a je rovněž šéfredaktorem deníku Právo. Změnu ve vlastnické struktuře komentoval následovně: „Pro mne je vstup společnosti Seznam.cz do vydavatelství Borgis významným krokem v prohlubování mimořádně úspěšné spolupráce, která už prokázala

⁷² Economia. Hospodářské noviny. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/tistene/>

⁷³ Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 12

⁷⁴ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 96 - 98

životaschopnost i oboustrannou výhodnost. Příímý podíl Seznamu je pro naše tvůrčí týmy závazkem i zárukou na mnoho příštích let.“⁷⁵ Na konci roku 2013 došlo ve vydavatelství k další změně – Porybný se po 23 letech vzdal funkce předsedy představenstva, nadále však zůstává šéfredaktorem deníku Právo a většinovým vlastníkem společnosti Borgis.

1.4.3.1 Deník Právo

Jak již bylo výše zmíněno, deník Právo vznikl po revoluci přeměnou původně stranického titulu Rudé právo. Ke změnám začalo docházet od února 1990, kdy se stal šéfredaktorem bývalý zahraniční zpravodaj Zdeněk Porybný. Od té doby bylo z hlavičky deníku odstraněno heslo „*Proletáři všech zemí, spojte se!*“. Následující rok bylo vyměněno znění podtitulu z původního „*List KSČ*“ nejprve na „*Levicový list*“ a poté na „*Nezávislý list*“. K dovršení změn došlo v roce 1995, kdy bylo z názvu odstraněno slovo „*Rudé*“.⁷⁶ Zdeněk Porybný je šéfredaktorem deníku Právo dodnes.

Ani Právu se nevyhnuly problémy týkající se snižujícího se zájmu čtenářů o tištěné deníky. Za druhé pololetí roku 2019 byla průměrná čtenost titulu 215 000 a prodaný náklad cca 65 000.⁷⁷ Pokud tyto hodnoty porovnáme s daty s tabulky č. 3, vidíme, že za posledních dekádu jde o propad v obou kritériích o cca 50 %.

Tabulka č. 3: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti deníku Právo mezi roky 2009 – 2017

Právo	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PN	138 476	127 374	119 742	111 403	102 526	94 223	87 667	81 406	76 559
Čtenost	411 000	418 500	416 500	376 500	333 500	331 500	300 500	283 000	249 000

Vlastní zpracování, zdroj dat: ABC ČR a Unie vydavatelů

Titul se profiluje jako „*český deník se zaměřením na seriózní a kvalitní zpravodajství z domova a zahraničí, z oblasti ekonomiky, zdravotnictví, školství či sportu.*“⁷⁸ Ačkoli se sám deník považuje za nezávislý, odborníci se shodují, že tomu tak zcela není, jelikož lze sledovat jeho určité levicovější zaměření. Například ředitel Ústavu nezávislé žurnalistiky a spoluzakladatel serveru Hlidacípes.org Ondřej Neumann uznává, že sice samo vydavatelství není jako jediné v současnosti spojené s významnou průmyslovou nebo finanční skupinou, deník Právo však má podle něj „*zřetelnou politickou orientaci, i když se nevyhýbá ani*

⁷⁵ Novinky. Seznam.cz vstoupil do vydavatelství Borgis. *Novinky.cz* [online]. 16.07.2013 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/seznam-cz-vstoupil-do-vydavatelstvi-borgis-197232>

⁷⁶ Bednařík, Petr, Jirák, Jan a Köpplová Barbara. *Dějiny českých médií. Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Str. 376

⁷⁷ Unie vydavatelů. Základní výsledky čtenosti titulů ve 3. a 4. čtvrtletí 2019. *Unie vydavatelů* [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

⁷⁸ Právo. Mediakit. *Právo*. [online]. 2020 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://www.pravo.cz/pdf/mediakit.pdf>

bulvárním tématům.“⁷⁹ Mediální odborník Milan Šmíd jeho názor potvrzuje: „*Deník Právo lze charakterizovat jako levostředý deník s názory blízkými sociálním demokratům, který se rovněž nebrání bulvární agendě.*“⁸⁰

1.5 Majitelé mediálních domů

Současní čeští vlastníci mediálních domů vydávajících celostátní deníky se pravidelně umisťují v žebříčcích nejbohatších Čechů. Vzhledem k tomu, že mediální byznys netvoří hlavní část jejich podnikání a v mnoha případech jim toto odvětví ani negeneruje zisk, objevují se často obavy z propojení moci mediální, ekonomické a přímo či nepřímo také moci politické.

Díky svému postavení mohou např. ovlivnit, jakým způsobem o nich tato média referují. Jejich záměrem je pravděpodobně budování co nejlepšího mediálního obrazu, média tedy např. mohou zveřejňovat v souvislosti s majitelem více pozitivnějších článků a mediální obsahy s negativním vyzněním naopak omezovat. To, jakým způsobem média vytváří mediální obraz svým majitelům pak má díky jejich moci velký vliv na formování veřejného mínění. Jestli k podobné tendenci nedochází v Hospodářských novinách v souvislosti s informováním o svém majiteli, bude mj. analyzováno v praktické části této práce, a to na základě porovnání s mediálními obsahy v denících MF Dnes a Právo.

Existují také spekulace o tom, že tito podnikatelé média vlastní, aby je mohli používat jako zbraň vůči svým konkurentům, jejichž reputaci mohou právě prostřednictvím médií ovlivnit.⁸¹ Analytická část této práce se proto také bude snažit dokázat, zdali k takovému jevu v tuzemských denících nedocházelo. Primárně půjde o případ mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v deníku MF Dnes, který je od roku 2013 vlastněný Andrejem Babišem. Ten se vůči Bakalovi veřejně vymezuje a využívá k tomu především jeho špatné pověsti způsobené kauzami týkající se společnosti OKD. Pro následný výzkum je proto potřebné představit působení obou miliardářů na českém trhu a rovněž popsat jejich vzájemné vztahy.

⁷⁹ Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hříza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 73

⁸⁰ Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. Str. 12

⁸¹ Jak uvedl profesor Jan Jiráček: „*Je to něco, co se dlouho nemusí využít, ale pořád tam ta možnost je. A nejde jen o mediální obraz přímo těch vlastníků, takhle přímočaře to být nemusí, ale je tam možnost ovlivňování obrazu jiných, s čímž se dá pochopitelně obchodovat. Ale přitom se to nemusí vůbec naplnit, velkou roli tam opravdu hraje charakter pojistky.*“ In: Horník, Jiří. Temný dopad na demokracii. Experti o Babišově a Bakalově mediálním impériu. *Parlamentní listy* [online]. 01. 12. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/tema/Temny-dopad-na-demokracii-Experti-o-Babisove-a-Bakalove-medialnim-imperiu-295396>

1.5.1 Andrej Babiš

Andrej Babiš je podnikatel a politik slovenského původu. V současné době se jedná o druhého nejbohatšího Čecha a nejbohatšího Slováka.⁸² Narodil se v Bratislavě roku 1957, část dětství kvůli zaměstnání svého otce strávil nejprve ve Francii a dále také ve Švýcarsku. V Bratislavě vystudoval Vysokou školu ekonomickou, po které nastoupil do podniku zahraničního obchodu Chemapol, který ho vyslal v roce 1985 na šest let do Maroka. Babiš byl od roku 1980 členem KSČ a od stejného roku ho Státní bezpečnost eviduje ve svých svazcích jako důvěrníka, o dva roky později jako agenta, vědomou spoluprací s StB však Babiš popírá.⁸³

Po revoluci založil Babiš firmu Agrofert jako dceřinou společnost slovenského Petrimexu, kde byl dříve zaměstnán. Agrofert se pod jeho vedením stal významným agrochemickým holdingem, jehož součástí se stalo postupně kolem 250 podniků. V polovině roku 2013 začlenil Babiš ke svému holdingu také mediální skupinu Mafra. Mafra není jedinou mediální společností součástí holdingu, např. od roku 2012 vydává dceřiná firma AGF Media bezplatný regionální deník 5plus2 a v roce 2013 byla zakoupena společnost Londa vlastníci mj. české nejposlouchanější Rádio Impuls nebo Rock Zone.

Babiš se již několik let angažuje v politice. V roce 2011 založil hnutí ANO, v jehož čele stojí dodnes. Do vysoké politiky vstoupil po parlamentních volbách roku 2013, kdy se stal poslancem, ministrem financí a místopředsedou vlády vzniklé z koalice hnutí ANO se stranami ČSSD a KDU-ČSL. Po vítězství v následujících parlamentních volbách roku 2017 získal post předsedy vlády, kterým je dodnes.

Babiš se stal za svého působení v politice součástí několika kauz, tou nejznámější je dotační kauza Čapí hnízdo, kvůli které byl Babiš také trestně stíhán (stíhání bylo zastaveno v prosinci 2019). Babiš je navzdory vložení Agrofertu do svěřeneckých fondů opakovaně podezírán ze střetu zájmů, jelikož firmy součástí holdingu pobírají státní i evropské dotace. Střet zájmů potvrdila ve svých auditech i Evropská komise.⁸⁴

⁸² Mašek, Jaroslav. 100 nejbohatších Čechů: Babiš je až čtvrtý, nastupují mladí technologičtí miliardáři. *Forbes.cz* [online]. 02.10.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/100-nejbohatsich-cechu-babis-je-az-ctvrty-nastupuji-mladi-technologicti-miliardari/>

⁸³ Jandourek, Jan. Babiš: Nebyl jsem estébák! Vyhrál jsem ten soud třikrát a znovu ho vyhraju! *Forum24.cz* [online]. 26.05.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/babis-nebyl-jsem-estebak-vyhral-jsem-ten-soud-trikrat-a-znovu-ho-vyhraju/>

⁸⁴ Novinky. Babišův střet zájmů potvrdil i druhý audit EK. *Novinky.cz* [online]. 06.01.2020 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/dalsi-audit-potvrdil-babisuv-stret-zajmu-agrofert-nema-narok-na-dotace-40308941>

1.5.2 Zdeněk Bakala

Podnikatel Zdeněk Bakala je v současné době 12. nejbohatším Čechem,⁸⁵ avšak ještě před deseti lety se pohyboval na třetí příčce žebříčku.⁸⁶ Bakala se narodil roku 1961 v Opavě, vyrůstal však v Brně, kde se vyučil dámským krejčím. Ve svých 19 letech emigroval do USA, kde studoval kalifornskou univerzitu v Berkeley a poté také na Dartmouth College. Ve Spojených státech také zahájil svou kariéru v investičním bankovníctví. Na tuto zkušenost poté navázal po návratu do České republiky, kde v roce 1994 založil úspěšnou investiční firmu Patria Finance, kterou po čtyřech letech prodal.

Od roku 2004 byl vlastníkem společnosti Karbon Invest, jež ovládala Ostravsko-karvinské doly (OKD), od této doby je Bakala často nazýván uhlobaronem. Karbon Invest získal krátce před prodejem Bakalovi majoritní podíl od státu.⁸⁷ Součástí firmy byla největší tuzemská skupina nájemního bydlení, včetně 44 tisíc bytů na Ostravsku. Krátce po zisku společnosti slíbil Bakala nájemníkům, že si budou moct byty do tří let odkoupit, avšak po uplynutí této doby oznámil záměr investovat 17 miliard do jejich rekonstrukce. Bytové portfolio nakonec Bakala roku 2015 prodal americké společnosti Blackstone a o rok později odešel z OKD, které se následně dostalo do insolvence. Bakala je proto podezříván z tzv. vytunelování společnosti. Právě toto podezření a porušení veřejného příslibu ostravské byty prodat velmi negativně ovlivnilo Bakalovu reputaci a veřejné mínění o jeho osobnosti v České republice.⁸⁸ Tehdejší místopředseda ČSSD ho například nazval gaunerem, dlouhodobě proti němu vystupuje také podnikatel Pavol Krúpa,⁸⁹ který za svůj boj vůči Bakalovi získal z rukou prezidenta Zemana 28. října 2018 státní vyznamenání. Právě Zeman je dalším Bakalovým hlasitým kritikem, označil ho např. za ekonomického z..da nebo velkou skvrnu.⁹⁰ Zeman rovněž dlouhodobě kritizuje média spadající pod Bakalovu Economii.⁹¹

⁸⁵ Forbes. 100 nejbohatších Čechů. *Forbes.cz* [online]. 02.10.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://miliardari.forbes.cz/>

⁸⁶ ČTK, Novinky. Mezi nejbohatšími lidmi světa jsou tři Češi. *Novinky.cz* [online]. 11.03.2010 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/mezi-nejbohatsimi-lidmi-sveta-jsou-tri-cesi-28822>

⁸⁷ Kvůli sporné privatizaci OKD plánuje v současné době sněmovní vyšetřovací komise podat na hlavní představitele této transakce (tedy i na Bakalu) trestní oznámení.

⁸⁸ Hradilková Bártová, Eliška. Jak se krejčí stal člověkem transakčním. *Deník N.* 27.09.2019, (185). Str. 10.

⁸⁹ Jde údajně o jeho „hobby“, na Bakalu rovněž podal několik trestních oznámení v souvislosti s kauzou OKD nebo v USA najal komparzisty, aby proti Bakalovi demonstrovali. Bakala na Krúpu již podal v USA žalobu kvůli obtěžování a údajnému vydírání.

⁹⁰ ČTK. Velká skvrna Bakala i Česká televize: co řekl Zeman v inauguračním projevu. *E15.cz* [online]. 08.03.2018 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/velka-skvrna-bakala-i-ceska-televize-co-rekl-zeman-v-inauguracnim-projevu-1344280>

⁹¹ Ibid.

Mezi Bakalovy další podnikatelské aktivity patří mediální byznys. Od roku 2006 spoluvlastnil s Karlem Schwarzenbergem týdeník Respekt a od roku 2008 mediální dům Economia. Na začátku milénia se také Bakala investičně podílel na vzniku soukromé televizní stanice TV3, která se měla stát konkurentem televizím Nova a Prima. Tento podnikatelský záměr se však Bakalovi nepovedl a zpravodajská stanice po roce zanikla.

Od roku 2010 se stal Bakala vlastníkem profesionální cyklistické stáje Quick-Step a o rok později většinovým majitelem Warhorse Studios, českého vývojářského studia zabývající se tvorbou počítačových her. Bakala se věnuje také filantropickým aktivitám, jež zastřešuje nadace Bakala Foundation poskytující školné českým studentům, kteří chtějí studovat na prestižních zahraničních univerzitách. Podnikatel také finančně podporuje Knihovnu Václava Havla nebo Centrum současného umění DOX v pražských Holešovicích.

Bakala také dříve figuroval mezi investory politických stran nebo kampaní. V roce 2010 daroval na předvolební kampaň celkem 28,5 milionu korun stranám ODS, TOP 09 a Věci veřejné, které poté společně utvořily vládní koalici.⁹² Finančně podpořil také Karla Schwarzenberga, kterému přispěl celkem 2,5 miliony korun na prezidentskou kampaň v roce 2013.⁹³

1.5.3 Vztahy Andreje Babiše a Zdeňka Bakaly

Negativně vůči Bakalovi nevystupují jen výše zmíněné osobnosti, ale také Andrej Babiš, který kromě Bakaly kritizuje rovněž média z vydavatelství Economia. Podle Babiše média spadající pod tento mediální dům pronásledují a terorizují jeho rodinu kvůli kauze Čapí hnízdo.⁹⁴ Podle Babišova názoru zatěžují Bakalova média Českou republiku: „*A vy poškozujete pověst naší země v zahraničí, protože ty vaše z kontextu vytržené nepravdy potom ty zahraniční jako Guardian to kopírují. A tím poškozujete naši pověst v zahraničí. Zahraniční politiky to vůbec nezajímá. Vůbec. Nikdy je to nezajímalo. Takže vy tady vytváříte tu atmosféru, dneska je třetí čtení nejdůležitějšího zákona tady a budete samozřejmě zase řešit Čapí hnízdo. Takže pokud o tom nebudete psát, tak*

⁹² Procházková, Martina. Bakala daroval před volbami pravici přes 28 milionů, ČSSD se zlobí. *iDnes.cz* [online]. 02.06.2010 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/bakala-daroval-pred-volbami-pravici-pres-28-milionu-cssd-se-zlobi.A100602_172122_domaci_cem

⁹³ Březinová, Markéta. Bakala poslal Schwarzenbergovi dva miliony na zaplacení kampaně. *iDnes.cz* [online]. 01.03.2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/financovani-kampane-karla-schwarzenberga.A130301_152106_domaci_brm

⁹⁴ Polák, Miloš. Neuvěřitelné sólo Andreje Babiše v přímém přenosu: Kampaň proti mně. Bakalova média, stres, terorizují moji rodinu... Přijďte se podívat na surikaty. *Parlamentní listy* [online]. 13. 03. 2016 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Neuveritelne-solo-Andreje-Babise-v-primem-prenosu-Kampan-proti-mne-Bakalova-media-stres-terorizuji-moji-rodinu-Prijdte-se-podivat-na-surikaty-426045>

*nikdo nezatěžuje nikoho.*⁹⁵ Babiš také v reakci na článek v Hospodářských novinách o jeho údajném střetu zájmu řekl, že „*Bakalova média lžou a přiživují další protibabišovskou hysterii.*“⁹⁶

Babiš přímo Bakalu kritizuje především ve spojitosti s firmou OKD, která skončila v insolvenční a ze které před prodáním vyvedl Bakala v dividendách několik miliard korun. Zdeňka Bakalu dlouhodobě označuje za tuneláře⁹⁷ a obvinil ho, že „*zdevastoval celý kraj a k tomu podvedl lidi, připravil je o 40.000 bytů. Firmu a pracovní místa jsme museli zachraňovat my, když jsem dělal ministra financí.*“⁹⁸ Bakalovo počínání s OKD považuje Babiš za „*morální selhání.*“⁹⁹ Kvůli sporné privatizaci této firmy kritizuje Babiš také politickou stranu ČSSD, konkrétně tehdejšího ministra financí Bohuslava Sobotku.¹⁰⁰

⁹⁵ Přinosilová, Jana a Burda, Jan. Andrej Babiš: Pokud o tom nebudete psát, tak nikdo nezatěžuje nikoho. *iRozhlas.cz* [online]. 06.12.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/andrej-babis-pokud-o-tom-nebudete-psat-tak-nikdo-nezatezuje-nikoho-8120318>

⁹⁶ Rovenský, Jan. Babiš: Střet zájmů nemám. Ani po obžalobě neodstoupím. *Novinky.cz* [online]. 01.06. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/babis-stret-zajmu-nemam-ani-po-obzalobe-neodstoupim-40285023>

⁹⁷ Šídlová, Tereza. Babišovou pravou rukou je žena s neobyčejným postavením. Měla jen dvě podmínky. *Deník N* [online]. 12.11. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://denikn.cz/230919/babis-nasloucha-zene-v-unikatnim-postaveni-premlouval-ji-pul-roku-driv-delala-pro-bakalu/>

⁹⁸ Info.cz. Babiš: Bakala zdevastoval celý kraj, podvedl lidi a my teď za něj musíme zachraňovat OKD. *Info.cz* [online]. 23.12.2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.info.cz/cesko/babis-bakala-zdevastoval-cely-kraj-podvedl-lidi-a-my-ted-za-nej-musime-zachranovat-okd-43993.html>

⁹⁹ Štíhová, Zuzana. Babiš o OKD: Bakala vydělal 140 miliard. Část vlády má špatné svědomí. *Blesk.cz* [online]. 20.05.2016 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-politika/395327/babis-o-okd-bakala-vydelal-140-miliard-cast-vlady-ma-spatne-svedomi.html>

¹⁰⁰ Andrej Babiš působil ve vládě Bohuslava Sobotky jako ministr financí od roku 2014 do května 2017, kdy podal demisi.

2. Teoretická část

Tato kapitola poskytne teoretický rámec potřebný pro následnou analytickou část práce. Zároveň naváže na předchozí kapitolu a podrobněji vysvětlí určité trendy a jevy, které v ní byly popsány. První podkapitola se bude věnovat moci a významu médií, a to zejména ve vztahu k demokracii, dále bude např. představena teorie nastolování agendy, která bude zejména využita pro účely analytické části práce. Z teoretického hlediska se tato část práce také zaměří na vlastnictví médií, zájmy majitelů médií nebo koncentraci vlastnictví médií a její druhy. Charakterizovány budou pojmy jako berlusconizace a oligarchizace, které se poslední dobou často používají při debatách o současném stavu mediálního systému České republiky.

2.1 Význam médií

Média hrají svou nezastupitelnou roli jak ve vztahu k politické sféře, tak i vůči široké veřejnosti. Neméně důležitá jsou také média pro fungování demokracie. O významu médií se tak hovoří často ve spojitosti s označeními jako „čtvrtý pilíř demokracie“ nebo „hlídací psi demokracie“. První z pojmů se nejčastěji používá při vysvětlování funkce veřejnoprávních médií, které tak mají vedle tří základních mocí (zákonodárné, výkonné a soudní) za úlohu tvořit kontrolní mechanismus pro tyto zmíněné složky. Charakterizování médií jako „hlídacích psů demokracie“ souvisí s představou, že jejich úkolem je vedle informování o dění ve společnosti také kritická reflexe politické reprezentace (jako např. odhalování korupce nebo zneužívání pravomoci), což zaručuje plnění politické odpovědnosti vůči veřejnosti. Pro správné fungování této role však musí být média nezávislá a imunní vůči nejrůznějším tlakům (v případě soukromých médií např. na inzerentech, vlastnících nebo různých zájmových skupinách). Pokud média nejsou plně svobodná a jejich obsah je nějakým způsobem ovlivňován, může to znamenat nebezpečí pro stabilitu společnosti.¹⁰¹

Média jsou rovněž zásadním informačním kanálem jak pro veřejnost, tak i pro politické reprezentanty, vztah médií a politiky je tedy velmi úzce provázán. Svým příjemcům poskytují média informace o politických událostech a tématech, které jim následně pomáhají kriticky přemýšlet a formovat názor na nejrůznější politická uskupení či osobnosti. Média se tedy stávají jedním z politických faktorů a novináře píšící o politice lze označit za politické aktéry, jelikož tím politiku aktivně vytváří.¹⁰² Také politici využívají média jako zdroj informací, mohou skrze ně sledovat své politické protivníky nebo vývoj veřejného mínění občanů - svých potenciálních

¹⁰¹ Jirák, Jan a Graeme Burton. *Úvod do studia médií*. Barrister & Principal 2001. Str. 118

¹⁰² Jirák, Jan a Barbara Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. Str. 327

voličů.¹⁰³ Vzájemný vztah médií a politiky je také dán tím, že se navzájem potřebují. Média využívají politického dění a politických aktérů, aby jimi zaplnila svůj mediální obsah. Politickým představitelům pak média slouží k prezentování svých úspěchů nebo vysvětlování nezdarů a velmi důležitou roli pro ně hrají při získávání přízně voličů.¹⁰⁴ Jak však upozorňují Jiráček s Říčovou, „*podíl médií na politické socializaci jednotlivce je svým významem srovnatelný s podílem dominantního výrobce na trhu. A přitom nelze vyloučit, že přes toto 'dominantní' postavení ve vztahu k příjemci jsou masová média vůči sféře politického života společnosti v závislém, epigonském (ba parazitním) postavení. Rovněž jako nelze vyloučit, že masová média vstupují do ambivalentních vztahů k příjemcům i k politické sféře.*“¹⁰⁵

Média fungují jako nástroj veřejné diskuze, ve které zprostředkovávají širokou paletu názorového spektra. Média slouží veřejnému zájmu, jelikož si lidé na základě kvalitně poskytovaných argumentů a postojů k různým problematikám pomáhají utvářet názor a činit svá rozhodnutí (např. politická). Důležitý je však fakt, že média nezprostředkovávají skutečný obraz reality, ale pouze mediální obraz reality. Rozhodnutí lidí tak nejsou utvářena na základě skutečnosti, ale na základě informací z mediálních obsahů, které nejsou nikdy stoprocentně neutrální. Podle odborníka na mediální právo Aleše Rozehnalů navíc „*média interpretují a hodnotí události a šíří svoje názory. Hrají aktivní roli při šíření svých vlastních politických názorů a snaží se ovlivnit politickou agendu, jakož i veřejné mínění.*“¹⁰⁶ Význam médií je v dnešní době o to větší, jelikož příjemci mají díky současným technologiím velmi snadný přístup k obrovskému množství informací, které mohou formovat jejich mínění.

2.2 Nastolování agendy

Vliv médií, kterým působí na své příjemce, dokazuje teorie nastolování agendy (v českých odborných textech lze také nalézt pod termínem „agenda setting“).¹⁰⁷ Teorie je velmi často využívána při výzkumu účinků médií na publikum. Tento koncept poukazuje na zásadní roli médií, které na základě jimi přikládání významu a důrazu na různé problémy určují způsob, jakým publikum na tyto problémy nahlíží. Ve svém důsledku tak média svým obsahem určují, o čem příjemci přemýšlí a „*at' už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení,*

¹⁰³ Kunštát, Daniel (ed.). *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006. Str. 71

¹⁰⁴ Jiráček, Jan a Barbara Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. Str. 325

¹⁰⁵ Jiráček, Jan a Blanka Říčová (ed.). *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000. Str. 6

¹⁰⁶ Neumann, Ondřej et. al. *Šok! Hrůza! Média!*. Brno: CPress, 2019. Str. 15-16

¹⁰⁷ Pojem „agenda setting“ poprvé použili autoři Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw ve svém článku *The Agenda-Setting Function of Mass Media* publikovaném v roce 1972. Zde také popisují svůj výzkum, na jehož základě dokazují platnost této teorie.

In: Jiráček, Jan a Barbara Köpplová. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. Str. 182

postoje, hodnoty a chování příjemců.“¹⁰⁸ Veřejné mínění (spolu)vytvářené médii je tedy velkou měrou formováno na základě výběru a zařazení témat v mediálních obsazích. Důležitou roli zde hraje tzv. „rámování“ témat médii, tedy způsob zpracování, nabídnutá interpretace a kontext nebo určování významnosti daného tématu.¹⁰⁹ Tu média dokáží ovlivnit tím, že určitou zprávu zařadí např. v případě tisku na titulní stranu vydání, zde umístěné informace totiž vzbuzují v příjemcích dojem největší důležitosti. Pokud média určitá témata ignorují, jsou pak veřejností považována za méně (či zcela) nepodstatná. Proces nastolování agendy mají v redakcích médií na starosti vždy konkrétní osoby, které se řídí při výběru zpráv a témat pravidly označované jako zpravodajské hodnoty.¹¹⁰ Tyto mechanismy výběru témat je však v mediálních organizacích nutné sledovat, a to obzvláště v případě, že jejich vlastníkem je vlivná osobnost, u které se spekuluje o skutečném důvodu vlastnictví médií. Mnohdy se tak objevují pochybnosti o přímém či nepřímém vlivu majitelů médií na mediální obsahy, což může jak ovlivnit důvěryhodnost těchto médií, tak ve svém důsledku také formovat veřejné mínění dle představ vlastníků médií.

2.3 Vlastnictví médií¹¹¹

Otázka vlastnictví médií je jednou z nejzásadnějších v mediální oblasti, a to zejména za současného stavu českého mediálního systému. Vzhledem k výše popsaným důsledkům vlivu médií je nutné sledovat vlastnické struktury médií a je potřeba tento fakt zohledňovat při přijímání informací z médií. Důležité je nejen, kdo určité médium vlastní a jaké jsou jeho zájmy, ale také jakým způsobem svou moc uplatňuje. Zároveň je však nutné počítat i s tím, že ačkoli vlastníci díky své moci mají schopnost média ovlivňovat, ne každý této možnosti využívá.¹¹² Potenciální hrozba ovlivňování obsahu médií majitelem záleží na mnoha faktorech jako např. na postavení vlastníka nebo na jeho obchodních a politických zájmech.

Jak však upozorňují Jiráček s Burtonem, „*zcela jistě nemá smysl dělat si jakékoliv iluze o tom, jaké povahy tato moc ve skutečnosti je. Majitelé novin vyvíjejí na své šéfredaktory - což jsou lidé se značnou autoritou v mediálním odvětví – tlak, aby produkovali noviny v podobě, která jim, tedy majitelům, bude vyhovovat.*“¹¹³ Svě vyjádření dokazují mimo jiné na citaci Conrada Blacka, majitele listu The Daily Telegraph: „*Co by člověk měl z toho, že vlastní noviny,*

¹⁰⁸ Jiráček, Jan a Graeme Burton. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal 2001. Str. 347

¹⁰⁹ Jiráček, Jan a Barbara Köpplová. *Média a společnost*. Portál: Praha, 2003. Str. 181

¹¹⁰ Jiráček, Jan a Graeme Burton. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal 2001. Str. 240

¹¹¹ Vzhledem k charakteru této práce se následující podkapitola týká pouze médií soukromých.

¹¹² Jiráček, Jan a Graeme Burton. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal 2001. Str. 115

¹¹³ Ibid. 117

kdyby do toho nemohl vůbec mluvit?“¹¹⁴ S názorem autorů souhlasí také profesor žurnalistiky, médií a komunikace působící na Queensland University of Technology Brian McNair, jenž uvedl, že „*zastánci konkurenčního paradigmatu namítají, že vlastníci médií obvykle nezasahují do redakčních postupů a přenechávají každodenní řízení profesionálním novinářům. Tento názor je upřímně řečeno naivní.*“¹¹⁵

Působení vlastníků na mediální obsah nemusí být v mnoha případech nijak viditelné a na redaktory nemusí být přímo vyvíjen nátlak za účelem ovlivnění určitého sdělení, což potvrzuje např. teoretik Denis McQuail. Podle něj „*může docházet k neformálnímu a nepřímému tlaku v určitých otázkách, na nichž vlastníkům záleží (například jde-li o jejich vlastní obchodní zájmy).*“¹¹⁶ Obdobně na tuto problematiku upozorňuje například mediální odborník Václav Štětka, vliv majitelů dle jeho názoru nemusí vždy nabývat podoby přímých editoriaálních zásahů. Štětka také varuje před autocenzurou novinářů, kteří se sami (a většinou dobrovolně) vyhýbají tématům souvisejícím s politickými či podnikatelskými aktivitami vlastníků.¹¹⁷ Sami autoři mediálních sdělení tedy často podrobují svou práci určitému samoregulačnímu mechanismu, který filtruje „nehodící se“ informace, což lze označit za nepřímý vliv vlastníka na média a za omezování svobody slova. Na existenci jisté míry autocenzury mezi českými novináři upozorňuje také nezisková organizace Freedom House ve své zprávě o svobodě médií za rok 2016. Tato tendence pracovníků v médiích je podle instituce způsobena tím, že většina vlastníků tuzemských médií paralelně sleduje své obchodní a/nebo politické zájmy.¹¹⁸

2.3.1 Koncentrace vlastnictví médií

Přímý či nepřímý vliv majitelů médií není jediným trendem a určitým způsobem i hrozbou pro současný mediální systém v České republice. Vlastníci médií se snaží o co největší kontrolu trhu, což se jim daří díky koncentraci médií do mediálních korporací. Kvůli sílící koncentraci vlastnictví médií se však dostává k moci pouze úzká skupina vlivných vlastníků. Nebezpečím tohoto jevu je jak hrozba vzniku monopolu omezující hospodářskou soutěž, tak i snížení plurality médií a rozmanitosti jejich obsahu. Právě omezení prezentace různorodých

¹¹⁴ Ibid. 117

¹¹⁵ McNair, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. Str. 105

¹¹⁶ McQuail, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. str. 235

¹¹⁷ Viz citace Václava Štětky v podkapitole 1.2 Koncentrace vlastnictví mediálních domů do rukou českých oligarchů.

¹¹⁸ Aghekyan, Elen; Nelson Bret; O'Toole Shannon; Puddington, Arch; Repucci Sarah a Tyler Royslance. Freedom of the Press 2016. *Freedom House* [online]. Duben 2016 [cit. 2020-05-06]. Dostupné z: https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FT0P_2016Report_Final_04232016.pdf

pohledů resp. názorovou pestrost v důsledku rostoucí koncentrace považuje mediální odborník Josef Benda za problematické.¹¹⁹ Před hrozbami způsobenými koncentrací vlastnictví médií varovala například výzkumná organizace Centre for Media Pluralism and Media Freedom ve svém shrnutí rizik ve zprávě z roku 2017.¹²⁰

Ke koncentraci vlastnictví médií může docházet třemi způsoby, na základě toho tak rozlišujeme koncentraci horizontální, vertikální a diagonální. První jmenovaná vznikne, když vlastník získá podniky, které jsou pro něj potenciálně konkurenční, tedy například rozšířením portfolia o další typ média. Mediální společnosti se tím dostává příležitosti využívat křížové propagace svých médií (např. v televizním vysílání odkazovat na zpravodajský web nebo publikovat reklamu na rozhlasovou stanici v novinovém titulu). Tato koncentrace v jednom odvětví tak zajistí majiteli větší podíl na trhu, širší zásah na publikum, lepší využití zdrojů a dosažení vyššího zisku.¹²¹

Druhým typem je vertikální koncentrace vlastnictví médií, ke které dochází po nákupu podniků zajišťujících různé fáze výrobního (a někdy i distribučního) řetězce. V případě vlastnictví tištěných médií jde například o zisk papíren, tiskáren nebo distribuční společnosti. Ve svém důsledku je tak společnost efektivněji řízená, jelikož zajišťuje vlastníkově vyšší míru kontroly nad celým výrobním procesem a zároveň minimalizuje ztráty v případě nečekaných výkyvů.¹²²

Posledním druhem je pak koncentrace diagonální, která vzniká po rozšíření firmy o společnosti, jež nemusí být nutně z mediálního odvětví, ale mohou na něj mít určitou vazbu. Jde například o kombinaci médií a telekomunikačních služeb či zábavního průmyslu. Výhodu tohoto typu koncentrace lze vidět možnosti rozložení rizik v případě nepříznivého vývoje na jednom z trhů.¹²³

2.3.2 Mediální magnáti

Vzhledem k rostoucí koncentraci vlastnictví médií dochází (nejen) v České republice ke kumulaci majetků do několika málo mediálních konglomerátů. Stávající česká právní regulace navíc takové křížení vlastnictví médií v zásadě neomezuje.¹²⁴ V čele těchto tuzemských skupin

¹¹⁹ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 79

¹²⁰ „Media ownership concentration remains one of the most significant risks to media pluralism and is seen as creating barriers to diversity of information and viewpoints.“

In: Media Pluralism Monitor. Centre for Media Pluralism and Media Freedom [online]. 2017 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/>

¹²¹ Jiráček, Jan a Barbara Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. Str. 145

¹²² Ibid. Str. 145

¹²³ Ibid. 146

¹²⁴ Viz. podkapitola 1.3 Regulace vlastnictví médií v ČR

stojí v současné době tzv. „novodobí“ mediální magnáti. Obdobný typ majitelů lze nalézt také například v Itálii nebo Řecku, kde se rovněž jedná o bohaté a mocné podnikatele. V odborných textech lze pro jejich označení také nalézt pojmy jako mediální mogulové („media moguls“),¹²⁵ magnáti („tycoons“)¹²⁶ nebo jednoduše průmyslníci („industrialists“).¹²⁷ Od „tradičních“ mediálních magnátů je odlišuje jejich styl podnikání, jelikož se zaměřují primárně na jiné odvětví než mediální průmysl, do něhož investují s cílem prosazovat své vlastní zájmy. U obou typů magnátů - „nových“ i „starých“ - však lze pozorovat časté uplatňování vlivu na domácí politickou scénu.¹²⁸

Tradice „klasických“ mediálních magnátů sahá již do konce 19. století. Tito majitelé často dokázali prostřednictvím svých médií zasahovat do politického i historického vývoje v jednotlivých zemích.¹²⁹ Příkladem může být William Randolph Hearst, který vybudoval jedno z nejvýznamnějších vydavatelství v USA a zároveň prostřednictvím svých novin vyvíjel tlak na veřejné mínění a přispěl tak např. k rozpoutání americko-španělské války. Zásahů do redakční politiky svých deníků využívali také britští podnikatelé zvaní „tiskoví baroni“ jako například lord Rothermere, lord Beaerbrook nebo bratři Berryové.¹³⁰ Mezi nejzásadnější mediální magnáty v moderní době lze zařadit amerického podnikatele Ruperta Murdocha, britského milionáře Roberta Maxwella nebo bývalého italského premiéra Silvia Berlusconiho.

2.3.2.1 Berlusconi

Berlusconi budoval své mediální impérium od 80. let minulého století a postupně vytvořil síť vlastních médií zahrnující televizní skupinu Mediaset, vydavatelství Mandori včetně vlivného deníku *Il Giornale*. Jeho média mu posléze pomohla při získání hlasů voličů a od 90. let celkem třikrát usedl do čela italské vlády. Z tohoto postu pak dále rozšiřoval svůj mediální byznys, což několikrát zařídil prosazením různých zákonných úprav. V průběhu svého posledního mandátu ve funkci premiéra například prosadil zákon umožňující křížové vlastnictví médií. Berlusconi díky svému působení v politice zprivatizoval jeden z kanálů veřejnoprávní televize RAI, takže společně s programy ze své společnosti Mediaset kontroloval

¹²⁵ Tunstall, Jeremy and Palmer, Michael. *Media moguls*. Londýn a New York: Routledge, 1991. Str. 105-106

¹²⁶ Mazzoleni, Gianpietro. „Media moguls in Italy.” In *Media moguls*, ed. Jeremy Tunstall and Michael Palmer. Londýn a New York: Routledge, 1991. 105-106

¹²⁷ Hallin, Daniel and Paolo Mancini. *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

¹²⁸ Štětka, Václav. From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17 (4), 433–456.

¹²⁹ Jiráček, Jan a Barbara Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. Str. 149

¹³⁰ *Ibid.* Str. 150

90 procent italského televizního trhu.¹³¹ Po jeho vzoru se pro úzké propojení politiky a mediálního byznysu vžil pojem „berlusconizace“. Vlastníci médií, kteří vstoupí do vysoké politiky, mohou, obdobně jako Berlusconi, využít své politické moci a prosazovat výhodné podmínky pro své podnikání (nejen) v médiích a zároveň využít vlivu svých médií a budovat si pozitivní mediální obraz s cílem zapůsobit na své potenciální voliče nebo účinků médií využít k poškození svých politických či obchodních konkurentů.

Na české mediální scéně se po vstupu Andreje Babiše do politiky objevily obdobné obavy z možné „berlusconizace“ médií, jelikož v té době vlastnil mediální dům Mafra vydávající např. celostátní deníky MF Dnes a Lidové noviny. Babiš byl proto v návaznosti na Berlusconiho působení v politice a mediálním byznysu nazýván „Babisconim.“ Před „Babisconim“ a jeho hrozbou pro demokratické instituce varoval v roce 2015 prestižní americký časopis Foreign Policy.¹³² Babiš poté po časopisu za označení „Babisconi“ požadoval omluvu a hrozil mu dokonce žalobou.¹³³ Babišův střet zájmů vzhledem k propojení moci politické a mediální a prokazatelný zásah do médií kritizovali v roce 2017 po úniku nahrávek s novinářem MF Dnes Přibílem také evropští poslanci.¹³⁴ Berlusconizace českých médií je podle mediálního experta Jana Potůčka jedním z důvodů, proč se tuzemský mediální systém ocitá na stále nižších příčkách v žebříčku nezávislosti médií organizace Reportéři bez hranic. Uvedl, že „*ve světě stále ještě není běžné, že by člen vlády a předseda vládní strany zároveň vlastnil vlivná média, která může zneužívat ve vlastní prospěch*“.¹³⁵ Od roku 2017 Babiš média již fakticky nevlastní, kvůli novele zákona o střetu zájmu svůj veškerý byznys převedl do svěřeneckého fondu, o jeho pokračujícím vlivu na média ze skupiny Mafra se však nadále

¹³¹ Pítrová, Mariana. Hrozí nám „berlusconizace“? *Newton Media* [online]. 12. 09. 2013 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/komentare/hrozi-nam-berlusconizace/detail>

¹³² Cichowlas, Ola a Andrej Foxall. Now the Czechs Have an Oligarch Problem, Too. *Foreign Policy* [online]. 10.04.2015 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://foreignpolicy.com/2015/04/10/now-the-czechs-have-an-oligarch-problem-too-andrej-babis/>

¹³³ Šíma, Milan. Americký magazín nazval Babiše "Babisconim". I přes hrozbu soudem si za článkem stojíme, vzkázal editor. *iHned.cz* [online]. 18.04.2015 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://zahranicni.ihned.cz/c1-63879980-americky-magazin-nazval-babise-babisconim-i-pres-hrozbu-soudem-si-za-clankem-stojime-vzkazal-editor>

¹³⁴ Bednářová, Lucie. „Babisconi“ a Zemanovy žerty na adresu novinářů. Brusel varuje před Babišovým vlivem na média. *Info.cz* [online]. 30. 05. 2017 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.info.cz/cesko/babisconi-a-zemanovy-zerty-na-adresu-novinaru-brusel-varuje-pred-babisovym-vlivem-na-media-10489.html>

¹³⁵ Echo24, ČTK. Nejsem oligarcha, žádná média nevlastním a neovlivňuju, zlobí se Babiš. *Echo24* [online]. 26. 04. 2019 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z <https://echo24.cz/a/iPYTv/nejsem-oligarcha-zadna-media-nevlastnim-a-neovlivnuju-zlobi-se-babis>>

spekuluje. Sám Babiš tak označení „Babisconi“ nadále odmítá s tím, že žádná média neovládá.¹³⁶

2.3.3 Oligarchizace médií

Berlusconizace českých médií není jediným skloňovaným pojmem při diskuzích o současném stavu vlastnických struktur českých médií. Dalším trendem a zároveň hrozbou pro český mediální systém je také tzv. oligarchizace médií,¹³⁷ jež se nyní týká všech nejvýznamnějších mediálních domů vydávající nejčtenější novinové tituly. Tyto mediální skupiny jsou totiž po odchodu zahraničních majitelů vlastněné vlivnými byznysmeny, kteří díky svému podnikání v jiném než mediálním odvětví (např. v chemickém průmyslu, bankovníctví, energetice, zdravotnictví ad.) patří k nejbohatším Čechům. Tato úzká skupina mediálních magnátů je tedy často označována za oligarchy, protože svou ekonomickou sílu spojují s mediální mocí a také s přímým či nepřímým politickým vlivem.

Sociolog médií Václav Štětka varuje před tím, že tato koncentrace moci je ze strany oligarchů záměrná: „většina pozorovatelů je přesvědčena o tom, že hlavním účelem těchto akvizic s často nejistou finanční návratností je získání nástroje k prosazování politického a společenského vlivu, který má napomoci jejich primárním obchodním (a v některých případech i politickým) zájmům.“¹³⁸ Časté jsou proto spekulace nad skutečnou motivací vlivných podnikatelů investovat do médií, a to hlavně v případě tištěných deníků, u kterých se dlouhodobě jedná spíše o ztrátový byznys. Štětka také upozorňuje, že „vlastníci s dalšími ekonomickými aktivitami jsou schopni média dotovat ze svého podnikání, proto se ani nezaměřují na profit, ale spíše média využívají k ovlivnění veřejného mínění.“¹³⁹

Provázání politiky s ekonomickou silou a vlastnictvím médií tak může mít škodlivý vliv na demokratické fungování médií. Již vysoká koncentrace vlastnictví médií představuje pro český mediální systém hrozby jako snižující se pluralitu mediálního prostředí a omezení

¹³⁶ Echo24. „Babisconi?“ Němci přirovnali Babiše k Berlusconimu. Já ale neovládám média, hájil se premiér. *Echo24* [online]. 24. 09. 2019 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z <https://echo24.cz/a/STNmr/babisconi-nemci-prirovnali-babise-k-berlusconiu-ja-ale-neovladam-media-hajil-se-premier>

¹³⁷ Podle Václava Štětky k této tendenci nedochází v poslední době pouze v České republice, ale celkově v regionu střední a východní Evropy (např. na Slovensku, v Bulharsku, Rumunsku nebo Lotyšsku).

Štětka, Václav. Oligarchové při chuti. *Reportér* [online]. 09. 11. 2014 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/iXB73/oligarchove-pri-chuti>

¹³⁸ Štětka, Václav. Oligarchové při chuti. *Reportér* [online]. 09. 11. 2014 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/iXB73/oligarchove-pri-chuti>

¹³⁹ Štětka, Václav. From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*. 2012, 17 (4): 433-456.

rozmanitosti informací.¹⁴⁰ Kumulace vlastnictví médií do rukou vlivných podnikatelů však přináší i další nebezpečí v podobě narušení redakční autonomie a novinářské svobody. Tato rizika mohou ve svém důsledku zapříčinit ztrátu důvěry v tato média u příjemců, kteří mohou podezřívat novináře ze stranění svému vlastníkovvi nebo se obávat jiných zásahů do mediálních obsahů. Vzhledem k rozsáhlým podnikatelským aktivitám a moci majitelů médií by navíc sami vlastníci včetně jejich byznysu měli spadat pod mediální kontrolu. Tato kontrolní funkce médií je jednou ze základních, kterou by měla plnit, avšak u médií ovládaných oligarchy existují obavy, že tuto schopnost nejsou schopné stoprocentně zaručit.¹⁴¹ Oligarchizace také může způsobit, že díky vlivu majitelů na média budou jimi sdělované informace „záviset na tom zda jsou tyto myšlenky pro danou osobu přijatelné.“¹⁴² Vzestup oligarchů v českém mediálním prostředí je navíc společně s kritickou mírou koncentrace vlastnictví médií dalším z důvodů, proč organizace Reportéři bez hranic zařazují český mediální systém v hodnocení nezávislosti na stále nižší pozici.¹⁴³

¹⁴⁰ Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 83

¹⁴¹ Štětka, Václav. From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*. 2012, 17 (4): 433-456.

¹⁴² Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. Str. 83

¹⁴³ Reporters without borders. Czech Republic. *RSF.org* [online]. 2019. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/czech-republic>

3. Analytická část

V předchozích kapitolách se práce věnovala představení vývoje českého mediálního systému a jeho současnému stavu se zaměřením na vlastnické struktury. Právě od změn ve vlastnictví médií se odvíjí možná rizika – popsaná především v teoretické části práce – kterým musí tuzemská média čelit. Následující, analytická část práce, se pokusí na základě výsledků kvantitativní obsahové analýzy médií upozornit na možné ovlivňování mediálních obsahů jejich vlastníky, a to na základě pozorování změn v mediálních obsazích vybraných deníků. Tato kapitola proto bude primárně analyzovat, jakým způsobem se vyvíjel mediální obraz majitele mediálního domu Economia a miliardáře Zdeňka Bakaly a zda pomocí cíleného nastolování a rámování témat spojených s jeho osobností nedocházelo k využití vlivu majitelů médií na vyznění zpráv o tomto podnikateli.

3.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu tedy bude komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly ve vybraných tištěných médiích, a to konkrétně v denících MF Dnes, Hospodářských novinách a Právo. Záměrem práce bude popsat, jak se v těchto titulech liší Bakalův mediální obraz a jakým způsobem se vyvíjí v průběhu sledovaných období. Na základě toho, jaké charakteristiky mu média přisuzují, jaký prostor mu v mediálních obsazích dávají či jaká témata s jeho osobností často spojují, si příjemci těchto médií (a v důsledku i širší veřejnost) utváří na Bakalu názor, což je dáno vlivem médií na utváření veřejného mínění.

V současné situaci, kdy všechny velké mediální domy vydávající nejprodávanější noviny vlastní vlivní podnikatelé, mezi něž lze zařadit Bakalu či (dnes již bývalého) majitele MF Dnes, Andreje Babiše, je proto důležité sledovat, jakým způsobem média o těchto vlastnících informují. Zájmem této práce bude mj. pozorovat způsob referování o Bakalovi v Hospodářských novinách, jež jsou součástí vydavatelství Economia spadající právě do jeho vlastnictví. Je pravděpodobné, že právě Bakalova média nebudou vůči svému majiteli v porovnání s jinými deníky vystupovat tolik kriticky, což by mohlo poukázat na jeho možný - ať již přímý či nepřímý - vliv na mediální obsah. Pokud by se tato tendence potvrdila, mohlo by dojít k ohrožení důvěryhodnosti těchto médií v očích jejich příjemců a také role médií jako hlídacích psů.

Velice důležitým úkolem práce je ale také popis změn mediálních obsahů MF Dnes, jež od června roku 2013 do ledna 2017¹⁴⁴ vlastnil podnikatel a politik Andrej Babiš. Ten je známý pro svou ostrou kritiku vůči Bakalovi, proto bude zajímavé sledovat (s ohledem na vztahy obou majitelů a jejich nahlížení na média jako na „atomové kufříky“), jakým způsobem o Bakalovi informovala MF Dnes po akvizici Mafry Babišem v porovnání s předchozím obdobím a jinými médii. Vzhledem k Babišově koncentraci moci ekonomické (díky svému podnikání), politické (zásluhou jeho hnutí ANO) a navíc také mediální je třeba mediované obsahy jeho vydavatelství Mafra podrobovat analýze s cílem zjistit, zda vlastnictví médií nezneužívá ke svým obchodním či politickým cílům, a to na příkladu vývoje mediálního obrazu konkurenčního podnikatele Zdeňka Bakaly. Zároveň by však měla MF Dnes vůči Bakalovi plnit roli hlídacího psa, a to obdobně jako deník Právo, který bylo pro účely komparace zvolen jako neutrální periodikum.

3.2 Výzkumné otázky a hypotézy

Dojít k těmto cílům pomohou dvě stanovené hlavní a od nich odvíjející se vedlejší výzkumné otázky, ke kterým budou rovněž uvedeny hypotézy. Ve vyhodnoceních výsledků následného výzkumu mediálních obsahů budou hypotézy potvrzeny či vyvráceny, čímž dojde k zodpovězení formulovaných výzkumných otázek.

Hlavní výzkumná otázka č. 1:

Jaký mediální obraz utvářely Hospodářské noviny Zdeňku Bakalovi ve vybraném období ve srovnání s jinými deníky?

Vedlejší otázky a hypotézy:

VVO1: *Kolik článků s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi bylo vydáno v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky?*

H1: *Počet článků s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi byl v Hospodářských novinách výrazně vyšší ve srovnání s jinými deníky.*

VVO2: *Jakou důležitost přisuzovaly Hospodářské noviny článkům o Zdeňku Bakalovi ve srovnání s jinými deníky?*

H2: *Hospodářské noviny přisuzovaly článkům s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi vyšší důležitost než jiné deníky.*

¹⁴⁴ Od této doby je Babišova firma Agrofert včetně vydavatelství Mafra, kam spadá také MF Dnes, vloženo do svěrečnického fondu. O pokračujícím Babišově vlivu na média se však nadále spekuluje, takže články vydané v tomto deníku po lednu 2017 budou rovněž zařazené do druhého sledovaného období.

VVO3: Jakými tématy byl konstruován mediální obraz Zdeňka Bakaly v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky?

H3: Informování o Zdeňku Bakalovi bylo v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky více zaměřeno na jeho podnikatelské a filantropické aktivity než na kontroverzní témata.

VVO4: Jaký prostor dávaly Hospodářské noviny Zdeňku Bakalovi pro vyjádření svého názoru?

H4: Hospodářské noviny dávaly Zdeňku Bakalovi více prostoru pro vyjádření svého názoru v porovnání s jinými deníky.

VVO5: Jaký prostor dávaly Hospodářské noviny kritikům Zdeňka Bakaly k vyjádření svého názoru ve srovnání s jinými deníky?

H5: Hospodářské noviny dávaly kritikům Zdeňka Bakaly ve srovnání s jinými deníky méně prostoru pro vyjádření svého názoru na něj.

Hlavní výzkumná otázka č. 2:

Jakým způsobem se změnil mediální obraz Zdeňka Bakaly utvářený deníkem MF Dnes po akvizici Mafry Andrejem Babišem v porovnání s předchozím obdobím a s jinými deníky?

VVO6: Jaké bylo vyznění článků o Zdeňku Bakalovi v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem ve srovnání předchozím obdobím a jinými deníky?

H6: Počet článků s negativním vyzněním o Zdeňku Bakalovi se v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem výrazně zvýšil ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky.

VVO7: Jakou důležitost přisuzovala MF Dnes článkům o Zdeňku Bakalovi po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H7: MF Dnes přisuzovala článkům s negativním vyzněním o Zdeňku Bakalovi po akvizici Mafry Babišem vyšší důležitost než v předchozím období a ve srovnání s jinými deníky.

VVO8: Jakými tématy byl konstruován mediální obraz Zdeňka Bakaly v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H8: Informování o Zdeňku Bakalovi v MF Dnes bylo po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky více zaměřeno na s ním spojená kontroverzní témata než na jeho podnikatelské či filantropické aktivity.

VVO9: Jaký prostor dávala MF Dnes po akvizici Mafry Babišem Zdeňku Bakalovi pro vyjádření svého názoru ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H9: MF Dnes dávala Zdeňku Bakalovi po akvizici Mafry Babišem méně prostoru pro vyjádření svého názoru v porovnání s předchozím obdobím a ve srovnání s jinými deníky.

VVO10: Jaký prostor dávala MF Dnes po akvizici Mafry Babišem kritikům Zdeňka Bakaly pro vyjádření svého názoru ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H10: MF Dnes dávala po akvizici Mafry Babišem kritikům Bakaly více prostoru pro vyjádření svého názoru na něj v porovnání s předchozím obdobím a ve srovnání s jinými deníky.

3.3 Metodologie

Za výzkumnou metodu byla v této práci zvolena kvantitativní obsahová analýza, jejíž výsledky nám pomohou odpovědět na stanovené výzkumné otázky a tedy i s vytyčeným cílem této práce. Tento výzkumný nástroj je jednou z nejčastěji používaných metod v oblasti analýzy mediálních obsahů. Při využití obsahové analýzy dochází k rozebrání „*obsahů zkoumaného vzorku médií do zvolených tematických kategorií a měření prostoru, který média těmto tematickým kategoriím věnují.*“¹⁴⁵ Právě proto je ideální metodou pro účely toho výzkumu.

Vzhledem k tomu, že rozbor mediálních obsahů probíhá při využití obsahové analýzy podle explicitně formulovaných pravidel,¹⁴⁶ lze tuto metodu označit za systematickou, strukturovanou a objektivní. Výsledky vycházející z výzkumů při použití toho nástroje jsou tak spolehlivé, dobře ověřitelné a správně by měly být také nezávislé na výzkumníkovi: „*reliabilita znamená, že metody využívané při šetření jsou zpracovány a zdokumentovány tak, že každý odborník, který tyto metody použije na stejném materiálu musí dojít ke stejným výsledkům.*“¹⁴⁷

Tato metoda je vhodná zejména pro zpracování velkého množství textů, jelikož je při ní využívá statistických procedur a kvantifikace vzájemných souvislostí mezi proměnnými. Naopak pro zkoumání malého množství obsahů se tohoto nástroje nedoporučuje využívat.¹⁴⁸ Výsledky získané touto metodou jsou kvantitativní popisy mediálních obsahů, které lze poté díky jejich strukturovanosti jednoduše a přehledně znázornit pomocí číselných hodnot, grafů či tabulek. Díky množství textových dat z analýzy bude možné lépe popsat Bakalův mediální obraz, a to mj. na základě vytvoření klasifikace mediálních rámců. Výhodou této metody je také

¹⁴⁵ Trampota Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. Str. 101.

¹⁴⁶ Hendl, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. Str. 360.

¹⁴⁷ Sherer, Helmut. Úvod do metody obsahové analýzy. In: Reifová, Irena. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. Str. 34

¹⁴⁸ Trampota, Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2005. Str. 103

například „*aplikovatelnost na různorodé typy (textových) dat, přizpůsobení výzkumným záměrům (možnost dosáhnout vysoké míry zobecnění, ale i vnímavosti kvalitativních metod) a explanace opřená o objektivní kvantitativní zhodnocení (komparovatelnost)*.“¹⁴⁹

Přestože primárně bude pro účely této práce aplikovaná kvantitativní obsahová analýza, k některým odpovědím na výzkumné otázky je třeba využít i kvalitativních postupů. Touto metodou bude postupováno při posuzování vyznění článků, tedy zda je určitý mediální obsah vůči osobnosti Zdeňka Bakaly kritický, neutrální či pozitivní. Uplatnění kvalitativní obsahové analýzy může společně s kvantitativní metodou zvýšit její validitu (tedy požadavek měřit výzkumnými metodami to, co skutečně zamýšlíme měřit) a citlivost k účelu sdělení ve zkoumaných textech.¹⁵⁰ Mezi nevýhodu využití tohoto nástroje může patřit rozdílné vnímání a interpretace zkoumaných textů, avšak zastánci této metody na základě svých zkušeností připomínají, že jazyk „*plní svou úlohu, příslušníci jednoho jazykového, popř. kulturního společenství spojují vždy s určitými znaky i stejné představy*.“¹⁵¹ Přesto je při aplikaci této metody nutná vysoká míra pečlivosti, aby byly výsledky co nejvíce objektivní, spolehlivé a komparovatelné.

Přes nesporné klady kvantitativní obsahové analýzy má také tato metoda své limity. Kritici jí například vyčítají, že na základě kvantifikace není možné zachytit menší významové rozdíly a že může přehlížet vnitřní souvislosti mezi jednotlivými referencemi.¹⁵² Jiní mají k tomuto výzkumnému nástroji výhrady, jelikož podle nich může při jeho použití docházet k opomíjení kontextu výroby mediálních obsahů, což může ohrozit validitu výzkumu.¹⁵³ Za nevýhodu obsahové analýzy lze označit také fakt, že se soustřeďuje pouze na sledování určitých jevů, takže při nesprávně zvolených proměnných mohou být její výsledky neúplné. Navíc kvůli využití pouze počitatelných jevů může docházet k přehlížení dalších specifických vlastností těchto proměnných¹⁵⁴ nebo opomíjení informace, které jsou ve skutečnosti důležité.¹⁵⁵ Ve výzkumu tak bude pro zamezení tohoto možného negativního dopadu využito také kvalitativní metody.

¹⁴⁹ Dvořáková, Irena. *Obsahová analýza / formální obsahová analýza /kvantitativní obsahová analýza. AntropoWebzin* [online]. 2010, č. 2 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: http://www.antropoweb.cz/media/webzin/webzin_2_2010/Dvorakova_I-2-2010.pdf

¹⁵⁰ Ibid.

¹⁵¹ Hagen, Lutz. Informační kvalita a její měření. In Schulz, Winfried et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. Str. 67

¹⁵² McQuail, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. Str. 309-310

¹⁵³ Trampota Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010.

¹⁵⁴ Ibid. Str. 110

¹⁵⁵ Hendl, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. Str. 360.

3.4 Výběr výzkumného vzorku

K analýze a následné komparaci mediálních obsahů budou použity redakční články vybraných celostátních seriálních deníků, a to konkrétně MF Dnes, Hospodářských novin a Právo. Charakteristika jednotlivých deníků včetně jejich historického vývoje či nákladu je popsána v kontextuální části této práce. Pro účely výzkumu je především důležité vědět, kým jsou noviny v jednotlivých sledovaných časových úsecích vlastněny – MF Dnes a Hospodářské noviny patří nebo v určité době výzkumu patřily vlivným českým oligarchům. Na základě výsledků analýzy mediálních obsahů se budeme snažit poukázat na možné využití médií těmito vlastníky za účelem hájení svých zájmů.

Srovnání proběhne mezi mediálními obsahy Hospodářských novin spadající pod Bakalův mediální dům *Economia*, „neutrálního“ deníku Právo, které je známé pro svou spíše levicovější orientaci a v neposlední řadě také deník MF Dnes. Tento titul vydává společnost Mafra, kterou do června roku 2013 vlastnilo německé vydavatelství Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft, než ji od něj odkoupil Andrej Babiš a zařadil ji do struktury svého koncernu Agrofert. Od února 2017 je Mafra společně s celým Agroferem kvůli novele zákona o střetu zájmů vložena do svěrečského fondu.

S touto změnou vlastnictví médií tak budeme sledovat, jestli a jakým způsobem se měnilo informování o Zdeňku Bakalovi, a to na základě komparace výsledků obsahové analýzy. Porovnání proběhne jak mezi obsahy vybraných deníků, tak i mezi texty vydanými ve stanovených časových úsecích. Pomocí analýzy mediálních obsahů Hospodářských novin rovněž na základě komparace s dalšími dvěma deníky - „neutrálním“ Právem a MF Dnes - bude popsáno, jaký mediální obraz tvoří Bakalovi jeho noviny.

Za sledované období bylo stanoven úsek leden 2009 - prosinec 2017, tedy celkem 9 let. Přesně v polovině tohoto období - v červnu 2013 - dochází k akvizici Mafry Babišem. Právě tento měsíc bude mezníkem pro porovnávání mediálních obsahů zmiňující Zdeňka Bakalu v MF Dnes. V jedné z částí výzkumu budeme sledovat, jak se změnilo informování o Bakalovi před a po tomto datu.¹⁵⁶ Vzhledem k velkému časovému rozpětí a s ohledem na využití

¹⁵⁶ Oficiálně dochází k převodu Mafry pod Babišův Agrofert až po schválení ÚOHS na konci roku 2013. Již od konce června, kdy Babiš informaci o koupi Mafry zveřejnil, se však objevují podezření, že na média působí (např. kvůli telefonátu redaktorovi Lidových novin po jeho tiskové konferenci – viz kontextuální část práce, str. 15), proto druhé sledované období začíná již v červenci 2013. Poslední analyzované články budou pocházet z prosince 2017 i přesto, že Babišovi oficiálně již Mafra v tomto roce nepatřila, jelikož ji i s celým koncernem Agrofert převedl do svěrečského fondu. Na toto období však budeme nahlížet jako na ostatní roky z doby po akvizici vzhledem k častým spekulacím o jeho pokračujícím vlivu na tuto společnost a kvůli blízkým kontaktům na správce fondu.

kvalitativních postupů byl reprezentativní vzorek zvolen tak, že k následné analýze byly použity pouze články vydané ve čtyřech měsících vždy s dvouměsíční pauzou: březen, červen, září a prosinec. Vybrány byly tyto měsíce s cílem vyhnout se nepříliš mediálně atraktivnímu období letních prázdnin, kdy není mediální zásah novinových článků díky nižšímu prodanému nákladu tak silný jako ve zbytku roku. Analyzovány budou články ze čtyř měsíců v rozmezí devíti let, tedy celkem 27 měsíců. Tato období byla stanovena tak, aby bylo možné dlouhodobě v průběhu jednotlivých let rovnoměrně zachytit případné změny ve vývoji v mediálního obrazu Zdeňka Bakaly. Celkové množství článků zmiňujících Zdeňka Bakalu lze nalézt v Tabulce č. 4, počet článků ve vybraných časových úsecích pak v tabulce č. 5.

Tabulka č. 4: Celkový počet článků zmiňující Zdeňka Bakalu vydaných mezi roky 2009 – 2017

Rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Celkem
MF Dnes	76	61	83	99	103	88	66	66	56	698
Hospodářské noviny	53	105	89	97	118	67	45	27	12	613
Právo	25	45	29	30	56	60	64	52	38	399

Vlastní zpracování, zdroj dat: Newton Media

Výběr článků byl proveden pomocí online databáze Newton Media, kde bylo po vyfiltrování potřebných časových úseků a médií zadáno klíčové slovo *Bakala*. Získané výsledky z tohoto monitoringu médií bylo následně potřeba exportovat do formátu rtf. a odstranit texty, které o Zdeňkovi Bakalovi neinformovaly (např. články o fotbalistovi Davidovi Bakalovi či brněnském sále Břetislava Bakaly) nebo se v jednom dni vyskytovaly duplicitně. Posléze jsme tak došli k celkem 557 článkům, které byly následně analyzovány. Jde zhruba o třetinu ze všech článků vydaných mezi roky 2009 až 2017 (viz porovnání hodnot z tabulek č. 4 a 5).

Tabulka č. 5: Počet vybraných článků zmiňující Zdeňka Bakalu vydaných mezi roky 2009 – 2017

Rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Celkem
MF Dnes	24	23	27	31	55	15	23	24	15	237
Hospodářské noviny	12	30	29	18	42	24	15	5	6	181
Právo	3	13	10	12	29	20	25	13	14	139

Vlastní zpracování, zdroj dat: Newton Media

3.5 Sběr dat

Před samotnou analýzou článků (zkoumaných jednotek) a jejich kódování bylo nutné vytvořit tzv. kódovací knihu. Do ní bylo třeba definovat obsahové kategorie a jejich proměnné, kterých mohou jednotlivé zkoumané jednotky nabývat.¹⁵⁷ Jejich stanovení probíhá na základě

¹⁵⁷ Trampota Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. Str. 106

předmětu výzkumu a potřeb pro následné vyhodnocování. Kategorizaci je nutné vždy vystavit tak, „aby se kategorie u každé proměnné vždy vzájemně vylučovaly, a zároveň pokrývaly všechny možnosti.“¹⁵⁸ S ohledem na předchozí mediální rešerši byly pro účely kódování stanoveny tyto kategorie: médium, datum, vydavatelství a majitel, délka článku, číslo strany, počet výskytů, výskyt v titulku, citace, typ článku, vyznění článku, tematické zaměření článku a výlučnost. V kódovací knize, která je přílohou této práce, je přehledně uvedeno, jakých proměnných mohly jednotlivé kategorie nabývat.

Do kategorie médium byly zařazeny zmíněné tři tištěné tituly, ve kterých byly kódované jednotky - redakční články - publikovány. Pomocí data vydání textů je vyplněna třetí kategorie, tedy vydavatelství a jeho tehdejší majitel, což bude hrát významnou roli především u mediálního domu Mafra, u kterého v průběhu sledovaného období došlo ke změně vlastníka, čímž také dojde ke stanovení dvou časových úseků, které budeme porovnávat. Na základě teorie nastolování agendy se budeme zabývat důležitostí článků, k jejichž určení nám poslouží tyto kategorie: délka článku (čím delší text, tím mu média přisuzují větší důležitost), číslo strany (největší pozornost věnují příjemci titulní straně a poté dalším stranám ze začátku vydání), počet výskytů klíčového slova (čím častěji se v textu vyskytovalo, tím více se klíčového slova týkal) a jeho výskyt v titulku (pokud se klíčové slovo objevilo již v titulku článku, je jeho významnost vyšší, jelikož se mu bude pravděpodobně přisouzena i významná role v celém textu, výskyt v titulku může také k článku upoutat více příjemců) a výlučnost (je-li článek výlučně o zkoumaném jevu, je mu médiem přisuzován větší prostor). Kategorie citace, typ článku a vyznění článku bude zásadní sledovat právě v případně textů, jimž média přisuzují větší důležitost. Citace přitom bude ukazovat, zda byl Bakalovi věnován prostor pro vyjádření vlastního názoru či obhajoby svých činů, což může zmírnit negativní vyznění článku o jeho osobě nebo naopak pomoci k pozitivnějšímu vnímání jeho osoby. Kategorie vyznění článku tedy může nabývat celkem tří proměnných - negativní, neutrální a pozitivní – a jako jediná je díky kvalitativnímu přístupu založená na subjektivním názoru výzkumníka. Pod typem článku jsou kódovány celkem tři proměnné – zpráva (měla by být v ideálním případě nejvíce názorově vyvážená), rozhovor (může být často nevyvážený, jelikož jsou předkládány pouze výroky jedné osoby, která může o Bakalovi referovat jakýmkoli způsobem) či komentář (umožní nejlépe odhadnout názorovou orientaci deníku vůči Bakalovi, a to podle tendence vyznění článku). S jakými tématy je Bakala nejčastěji spojován ukáže kategorie tematické zaměření článku

¹⁵⁸ Ibid.

(jejich celkový výčet je k dohledání v kódovací knize) a společně se zjištěnou mírou důležitosti a vyzněním nám pomůže popsat vývoj jeho mediálního obrazu.

Po stanovení všech kategorií i proměnných (které mohou během procesu přibývat) je zahájeno kódování výzkumných jednotek. Jde o činnost, během níž analyzujeme mediované obsahy, kterým přisuzujeme v jednotlivých kategoriích určitou proměnnou, kterou zaznamenáváme do tzv. kódovacího archu formou kódů.¹⁵⁹ Po dokončení analýzy aplikujeme nabytá data k předem stanoveným výzkumným otázkám a pomocí nich a případně jejich korelací se na ně budeme snažit nalézt odpovědi a z uskutečněného výzkumu vyvodit závěry. Kódování i následná statistická analýza proběhla v tabulkovém softwaru Excel. Kódovací arch není součástí této práce, ale bude při odevzdání práce vložen zvlášť mezi přílohy.

3.6 Výsledky analýzy

V následující části práce dojde k vyhodnocení obsahové analýzy, a to pomocí odpovědi na stanovené výzkumné otázky. Vracíme se tedy nejprve zpět k hlavní výzkumné otázce č. 1 a postupně se budeme věnovat všem vedlejším výzkumným otázkám, které se od ní odvíjí.

Hlavní výzkumná otázka č. 1: *Jaký mediální obraz utvářely Hospodářské noviny Zdeňku Bakalovi ve vybraném období ve srovnání s jinými deníky?*

VVO1: *Kolik článků s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi bylo vydáno v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky?*

H1: *Počet článků s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi byl v Hospodářských novinách výrazně vyšší ve srovnání s jinými deníky.*

U této hypotézy předpokládáme, že Hospodářské noviny budou o svém majiteli v porovnání s dalšími médii publikovat nejvíce článků s pozitivním vyzněním, aby tím zlepšily jeho mediální obraz. Za sledované období bylo v Hospodářských novinách zveřejněno celkem 181 článků, které zmiňovaly svého majitele Zdeňka Bakalu. Výrazně mezi nimi převažovaly ty s neutrálním vyzněním, jejich podíl tvořil cca dvě třetiny s celkového množství. Pouze 12 textů vyznívalo ve sledovaném období vůči Bakalovi negativně, šlo tedy zhruba o 7 % ze všech článků vydaných v Hospodářských novinách. Za pozitivně vyznívajících bylo označeno

¹⁵⁹ Sherer, Helmut. Úvod do metody obsahové analýzy. In: Reifová, Irena. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. Str. 38

celkem 31 zkoumaných článků, tvořily tak 17 % z celkového počtu vydaných textů v tomto titulu. Přehledně lze tato data nalézt v tabulce č. 5.

Z ní také vyplývá, že Hospodářské noviny o svém majiteli neinformovaly nejčastěji ze všech sledovaných deníků. Nejvíce mediálních obsahů, které se Bakalovi věnovaly, bylo publikováno v MF Dnes, a to celkem 237. To je o 56 článků více, než za stejné období vydaly Hospodářské noviny, tedy o zhruba jednu čtvrtinu. Méně než Hospodářské noviny naopak o Bakalovi referoval deník Právo, rozdíl tvořilo 42 článků. Ve všech případech tvořil podíl neutrálně vyznívajících článků více než polovinu.

Tabulka č. 7: Počet vydaných článků během sledovaného období ve vybraných denících o Zdeňku Bakalovi se zaměřením na jejich vyznění

Hospodářské noviny	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Celkem
Pozitivní	1	9	5	6	3	3	1	1	2	31
Neutrální	8	18	23	11	38	20	14	3	3	138
Negativní	3	3	1	1	1	1	0	1	1	12
										181
MF Dnes										
Pozitivní	2	2	4	6	3	0	1	0	0	18
Neutrální	13	16	19	21	30	12	12	5	3	131
Negativní	9	5	4	4	22	3	10	19	12	88
										237
Právo										
Pozitivní	0	1	1	1	1	2	0	0	0	6
Neutrální	3	7	9	11	12	12	15	3	5	77
Negativní	0	5	0	0	16	6	10	10	9	56
										139

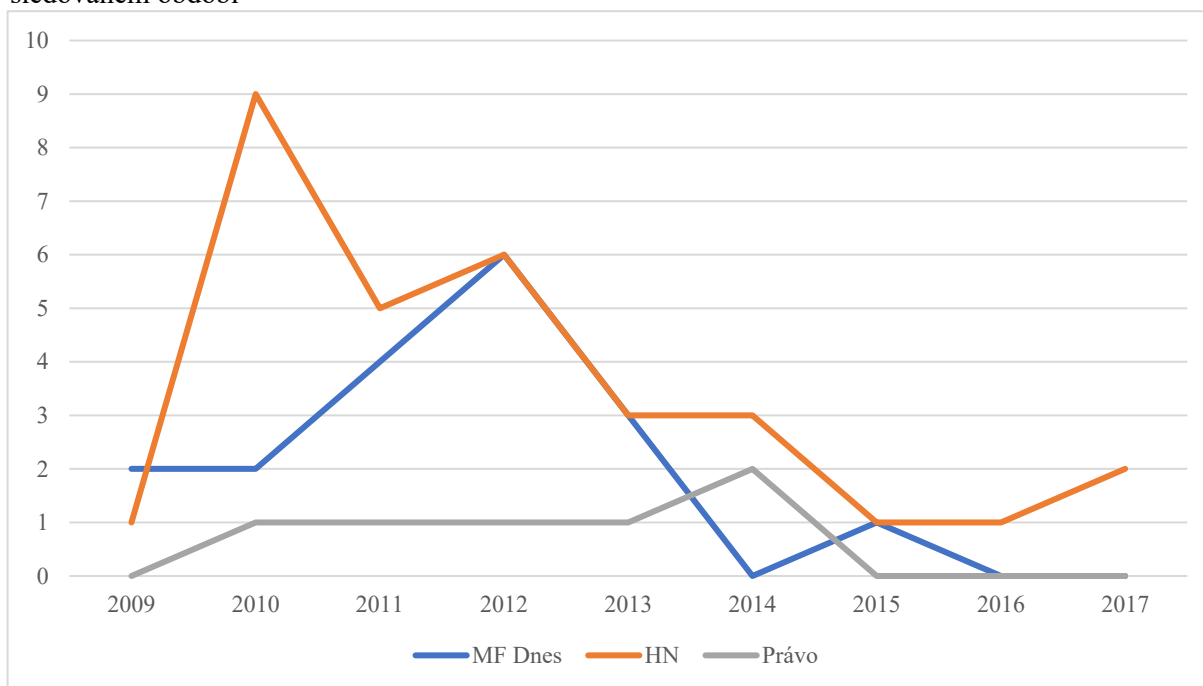
Vlastní zpracování, zdroj: Newton Media

Rozdíly mezi deníky lze však nalézt v počtech vydaných článků s negativním i pozitivním vyzněním vůči Bakalovi. Nejvíce negativních článků vydala MF Dnes, a to celkem 88, což je více než jedna třetina z celkového množství zde publikovaných textů. Méně článků, a to 56, vyznívalo vůči Bakalovi negativně v deníku Právo, avšak pokud tento údaj srovnáme s celkovým množstvím mediovaných obsahů, zjistíme, že jde o zhruba 40% podíl, což je více než v případě MF Dnes. U analyzovaných článků v Hospodářských novinách bylo za negativně vyznívajících označeno nejméně článků ze všech zkoumaných deníků.

Srovnání počtu pozitivně laděných článků lze sledovat na grafu č. 1. Více než polovinu z nich tvoří články vydané v Hospodářských novinách, celkem 31, následuje deník MF Dnes s 18 články a nejméně jich vydal deník Právo, a to pouze 6. Na grafu můžeme pozorovat vývoj

v počtu vydaných článků s pozitivním vyzněním. U Hospodářských novin dosahuje nejvyššího vrcholu v roce 2010 a od té doby počet zvolna klesá. V MF Dnes množství článků stoupalo do roku 2012 a od té doby již jen klesalo, od roku 2014 s výjimkou v roce 2015 nebyl vydán dokonce vůbec žádný článek. Minimální hodnoty vidíme také u deníku Právo, avšak tato tendence je patrná po celou dobu sledování.

Graf č. 1: Počet pozitivně vyznívajících článků o Zdeňku Bakalovi vydaných ve vybraných denících ve sledovaném období



Na základě těchto dat tak můžeme hypotézu č. 1 potvrdit, počet článků s pozitivním vyzněním byl v případě Hospodářských novin rozhodně nejvyšší, a to nejen co do počtu, ale také s ohledem na poměr k celkovému množství vydaných článků.

VVO2: *Jakou důležitost přisuzovaly Hospodářské noviny článkům o Zdeňku Bakalovi ve srovnání s jinými deníky?*

H2: *Hospodářské noviny přisuzovaly článkům s pozitivním vyzněním o Zdeňku Bakalovi vyšší důležitost než jiné deníky.*

Obdobně jako u předchozí hypotézy usuzujeme, že při referování Hospodářských novin o svém majiteli je cílem tohoto deníku tvořit mu dobrý mediální obraz. Toho může titul dosáhnout právě tím, že pozitivně laděným článkům, které ho zmiňují, přisoudí vyšší důležitost než ostatním.

S odpovědí na tuto vedlejší výzkumnou otázku nám po vzoru výzkumu Kristýny Hlouškové¹⁶⁰ pomůže vytvoření tzv. indexu důležitosti článku. Půjde o ukazatel, díky němuž budeme moct jednotlivým článkům přisoudit míru důležitosti, a to na základě několika sledovaných kategorií. Těmi jsou délka článku, číslo strany, počet výskytů klíčového slova, výskyt klíčového slova v titulku a výlučnost. Podle stanovených pravidel, jež lze nalézt v přehledu níže, budou zkoumané články nabývat číselných hodnot, nejnižší počet bodů je 5 a nejvyšší 15. Čím vyšší číslo článek získá, tím mu média přisuzovala větší důležitost. Na základě teorie nastolování agendy můžeme předpokládat, že čím větší důležitost média článkům dávají, tím je vyšší pravděpodobnost, že u příjemců vzbudí větší pozornost a informace a postoje, které přináší, budou považovat za důležité. Za více důležité budou považovány ty články, které nabydou hodnoty 10 až 15.

	Kritérium	Počet bodů
Délka článku (počet znaků)	0 - 300	1
	300 - 600	2
	600 a více	3
Číslo stránky	Titulní strana	3
	str. 2 - 5	2
	str. 6 a více	1
Počet výskytů	1 - 2	1
	3 - 5	2
	5 a více	3
Výskyt v titulku	ano	3
	ne	1
Výlučnost	ano	3
	ne	1

Výsledky posuzování důležitosti lze nalézt v tabulce č. 6. Z těchto dat vyplývá, že počet článků, kterému média přisuzují vyšší míru důležitosti, tvoří průměrně 20 % z celkového množství článků ve sledovaném období. Tento fakt přesto nevylučuje, že by ostatní články neměly na příjemce vliv, jen pravděpodobně nedosahuje takové míry jako u zmíněné pětiny textů.

¹⁶⁰ Hloušková, Kristýna. Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny. Brno, 2017. 147 s. Diplomová práce (Mgr.) Masarykova Univerzita, Fakulta sociálních studií.

Tabulka č. 8: Vyznění vybraných článků s vyšší mírou důležitosti vydaných ve sledovaném období

	Pozitivní	Neutrální	Negativní	Součet	Celkový počet	Podíl
Hospodářské noviny	10	14	3	27	181	15%
MF Dnes	7	29	17	53	237	22%
Právo	1	11	17	29	139	21%
				109	557	20%

Vlastní zpracování, zdroj: Newton Media

Více než třetinu z celkového množství článků s vyšší mírou důležitosti vydaných s Hospodářských novinách tvořily články s pozitivním vyzněním vůči svému majiteli. Negativně vyznívajících je ve srovnání s ostatními deníky výrazně méně, tvoří zhruba desetinu z celkového počtu, přičemž u MF Dnes je podíl těchto článků třetinový a v případě deníku Právo dokonce více než poloviční. Pozitivně laděné články se na celkovém počtu u MF Dnes podílejí z cca 13 % a u deníku Práva pouze ze 3 %. Hypotézu č. 2 tedy můžeme na základě těchto poznatků potvrdit.

VVO3: Jakými tématy byl konstruován mediální obraz Zdeňka Bakaly v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky?

H3: Informování o Zdeňku Bakalovi bylo v Hospodářských novinách ve srovnání s jinými deníky více zaměřeno na jeho podnikatelské a filantropické aktivity než na kontroverzní témata.

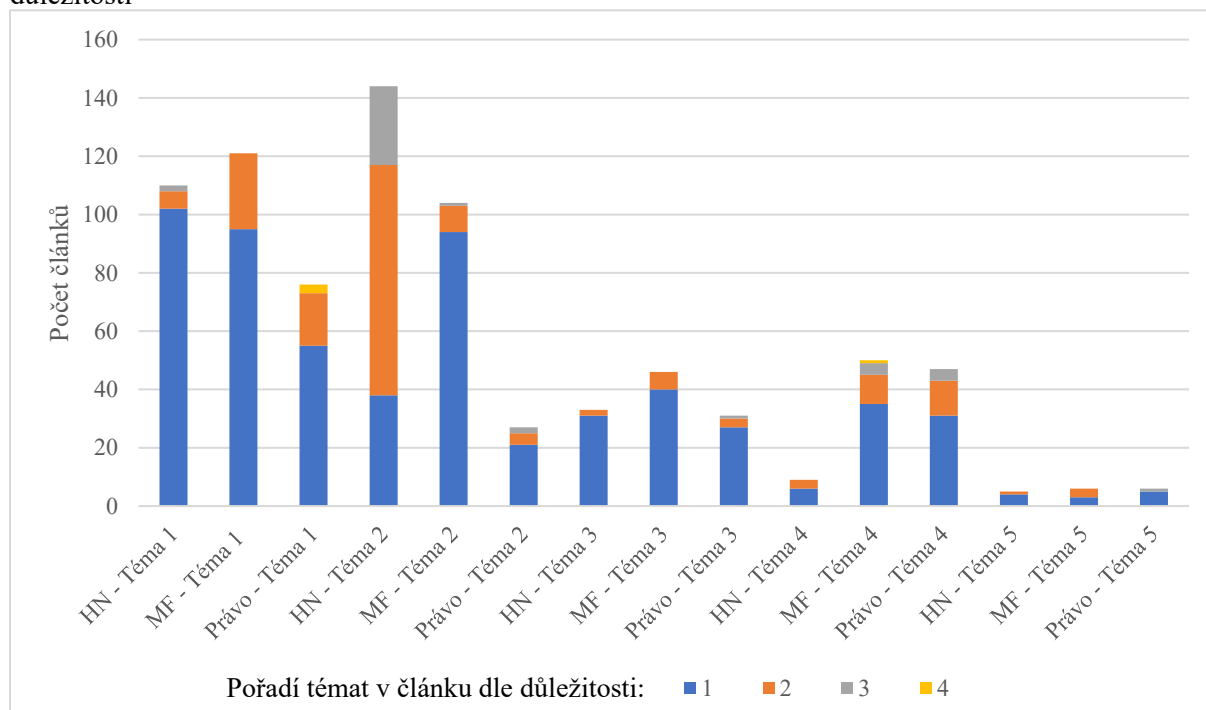
Předpokládáme, že snahou Hospodářských novin je o Bakalovi častěji referovat v souvislosti s pozitivněji vyznívajícími tématy, jako jsou jeho dobročinné aktivity nebo informace o jeho majetku a investicích (to je pravděpodobné také díky ekonomické profilaci deníku). O tématu OKD, které je spojováno s mnoha kontroverzními kauzami a může vůči Bakalovi vyznívat negativně, bude zřejmě deník ve spojitosti s Bakalou informovat méně než ostatní média a bude se spíše snažit o neutrální vyznění článků z tohoto tematického okruhu.

S odpovědí na třetí vedlejší výzkumnou otázku nám pomůže především kategorie tematické zaměření článku, která určuje, s jakým kontextem spojují média osobnost Zdeňka Bakaly. Nejde přitom o určování významu celého článku, ale je zkoumán pouze obsah týkající se Bakaly. Pro účely kódování bylo zvoleno 5 tematických okruhů, které celkem zastřešovaly 29 podtémat. Témata byla vybrána tak, aby mohla být následně co nejlépe interpretována. Patří mezi ně: 1. OKD (5 podtémat), 2. Investice a majetek (10 podtémat), 3. Sponzoring a filantropie (4 podtémata), 4. Kritika (9 podtémat) a 5. Ostatní (témata bez zařazení). Více podrobností o

této kategorii je k nalezení v kódovací knize. Každý článek mohl nabýt jedné až čtyř různých proměnných, pokud článek získal z jednoho tematického okruhu více než jedno podtéma, byla tato skutečnost brána v potaz při vyhodnocování výsledků analýzy. Proměnné byly vždy seřazeny dle své důležitosti v článku (tedy čím vyšší číslo v kódovacím archu, tím bylo téma okrajovější ve spojitosti s významem článku a s Bakalovou osobností).

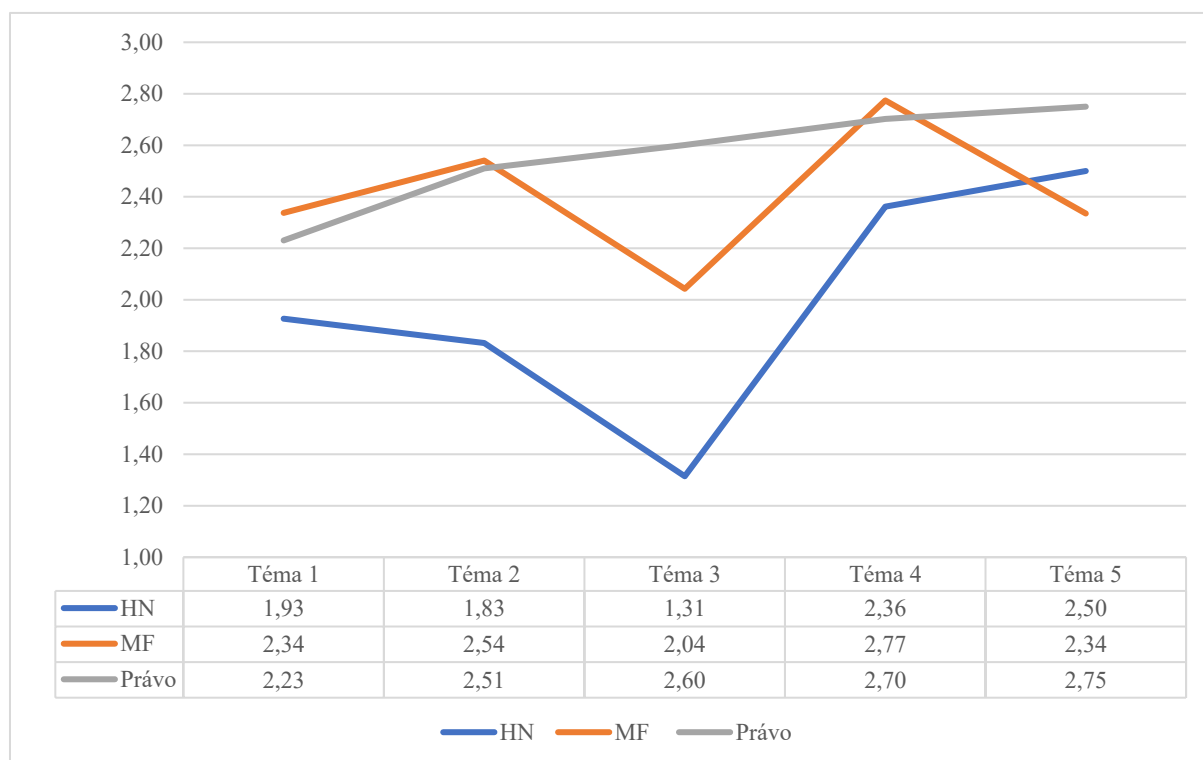
Pro vyhodnocení této části výzkumu slouží graf č. 2 a 3. Z prvního z nich vyplývá, že nejčastějším tématem, se kterým Hospodářské noviny spojují Bakalu, je kategorie investice a majetek. Ve valné většině případů bylo však toto téma až jako druhé v pořadí, nebylo tedy v souvislosti pro význam článku tolik důležité. Z celkových 144 případů se pak 117 z nich týkalo informace, že Bakala je vlastníkem mediálního domu *Economia*, který Hospodářské novin vydává. V článcích zmiňujících svého majitele v souvislosti s jinými tématy často dodávají tento poznatek s cílem upozornit na tuto skutečnost své čtenáře, a proto je číslo tak vysoké. Méně o jeho podnikatelských aktivitách (kromě OKD) referuje MF Dnes, zde je článků s tímto tématem 104 a výrazně nižší počet - pouze 27 - vidíme u deníku *Právo*. Podíváme-li se na kategorii č. 3, sponzoring a filantropie, je množství článků nejvyšší překvapivě u MF Dnes. Ta jich na toto téma vydala za sledované období 46, Hospodářské noviny 33 a *Právo* ještě o 2 méně. Pokud se ale zaměříme na podíl z celkového množství článků, jde v případě MF Dnes o 19 % ze všech analyzovaných obsahů, u Hospodářských novin o 18 % a u *Práva* nejvíce, a to 22 % ze všech publikovaných článků.

Graf č. 2: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich rozdělení dle pořadí důležitosti



Kromě Hospodářských novin, je u zbylých deníků nejčastěji zmiňovaným ve spojitosti se Zdeňkem Bakalou téma OKD. Toto téma je kontroverzní z několika důvodů: kvůli dosud prošetřované privatizaci z roku 2004, nesplněnému slibu Bakaly o prodeji několika tisíce bytů jejich dosavadním nájemníkům nebo kvůli podezření z „vytunelování“ ostravsko-karvinských dolů a jeho odchodu z této firmy, která posléze přešla do insolvence. Díky zmíněným kauzám Bakalu s touto nechvalně známou společností média (a tím i veřejnost) často spojují, což negativně ovlivňuje jeho mediální obraz, který z velké míry utváří veřejné mínění. Jak lze vidět na vysokém podílu vydaných článků o tomto tématu, MF Dnes i Právo referují ve svých článcích o Bakalovi právě v souvislosti s tímto tématem nejvíce a ve více než dvou třetinách případů šlo o hlavní téma textu. MF Dnes vydala na toto téma za sledované období celkem 121 článků, což tvořilo zhruba poloviční podíl, a to stejně jako u deníku Právo, které publikovalo 73 článků. V případě Hospodářských novin šlo o 110 článků, což je cca 60% podíl z celkového počtu. Rozdílné je však vyznění článků s touto tematikou, jak lze vyčíst z grafu č. 3. U Hospodářských novin lze pozorovat snahu deníku o neutrální vyznění, průměrná hodnota u textů v této kategorii dosahovala výše 1,93 (na stupnici 1 - 3 od pozitivního k negativnímu tónu textu). Deník Právo publikoval články s tímto tématem se spíše negativnějším vyzněním, a to s hodnotou 2,23. Ještě kritičtěji přistupoval k této kategorii deník MF Dnes, u něj byly články průměrně hodnoceny číslem 2,34.

Graf č. 3: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich rozdělení dle vyznění



Jak je také z tohoto grafu patrné, Hospodářské noviny byly v průměru a v porovnání s ostatními deníky ve všech kategoriích (nebereme-li v úvahu mediální obsahy z kategorie 5, jejichž počet byl pouze v řádu jednotek) vůči svému majiteli nejshovívavější. Například u tématu sponzoring a filantropie má ukazatel vůbec nejnižší hodnotu ze všech sledovaných - 1,31. V MF Dnes přitom dosahuje stejné téma průměrně čísla 2,04 a u deníku Právo dokonce 2,6. Obdobně méně kritické jsou Hospodářské noviny v kategorii majetek a investice, ve které vydalo co do počtu nejvyšší množství mediálních obsahů. Tématu č. 4 (kritika) je věnována vedlejší výzkumná otázka č. 5.

Hypotézu k této vedlejší výzkumné otázce můžeme potvrdit, ačkoli jen zčásti. Hospodářské noviny se skutečně věnovaly tématu majetek a investice (podnikatelským aktivitám) více než ostatní deníky. Částečně to bylo zapříčiněno jejich častými vyjádřeními ohledně Bakalova vlastnictví vydavatelství *Economia*, které dodávaly jako upozornění pro čtenáře, pokud se majitele obsah textu týkal. Toto téma bylo ve spojitosti s Bakalou převážně bráno jako okrajovější. Avšak co se týče filantropických a sponzorských aktivit, množství článků vydaných v tomto deníku nebylo nejvyšší a ani netvořilo nejvyšší podíl z celkového počtu. Jejich vyznění, stejně jako v případě kategorie majetek a investice, ale bylo v porovnání s ostatními médii nejpozitivnější. K tématu OKD, které považujeme za kontroverzní vzhledem ke spojitosti s množstvím kauz, které v médiích i společnosti dlouhodobě rezonují, vydaly Hospodářské noviny v poměru k celkovému množství dokonce nejvíce článků, jejich vyznění vůči Bakalovi však nebylo tolik negativní jako u ostatních titulů.

VVO4: Jaký prostor dávaly Hospodářské noviny Zdeňku Bakalovi pro vyjádření svého názoru?

H4: Hospodářské noviny dávaly Zdeňku Bakalovi více prostoru pro vyjádření svého názoru v porovnání s jinými deníky.

Zdeněk Bakala by z pozice majitele Hospodářských novin měl podle předpokladu získat díky (přímému či nepřímému) vlivu v tomto deníku největší prostor pro vyjádření svého názoru. Tento ukazatel byl sledován na základě citací v člancích, které se o něm zmiňují. Dle tabulky č. 7 lze vyčíst, že počet článků s citací Bakaly nebylo publikováno nejvíce v Hospodářských novinách, ale v MF Dnes. Přesto podíl na celkovém počtu vydaných článků je v případě Hospodářských novin nejvyšší, ačkoli jen velmi těsně. U všech titulů byl zhruba z poloviny zprostředkován Bakalův názor prostřednictvím svého tiskového mluvčí. Vyznění článků bylo i díky poskytnutí prostoru pro vyjádření vlastního názoru případně obhájení svého postoje v Hospodářských novinách spíše pozitivnější (1,84), u MF Dnes neutrální (2), avšak v člancích

deníku Právo šlo i přesto v průměru spíše o negativnější vyznění (2,5). Kategorie citace hrála roli i při vyhodnocování indexu důležitosti, články, které Bakalou citovaly tak patřily ve všech případech mezi významnější. Rozhovorů se Zdeňkem Bakalou vydala nejvíce MF Dnes, a to dva, o jeden méně pak Hospodářské noviny, deník Právo nepublikoval po dobu sledovaného období žádný rozhovor. Zajímavostí je také jediný článek, jehož autorem je sám Bakala. Byl vydán po smrti Václava Havla v Hospodářských novinách, kde Bakala vyzdvihuje Havlovu výjimečnost, vyjadřuje upřímnou soustrast pozůstalým. Dále také zmiňuje svou finanční podporu Knihovně Václava Havla a jeho filmu Odcházení, čímž se zřejmě snažil upozornit na svůj blízký vztah k Havlovi tak, aby si ho veřejnost s jeho odkazem spojovala.

Tabulka č. 9: Vydané články s citací Zdeňka Bakaly

	počet	podíl	mluvčí	vyznění	důležitost	rozhovor
Hospodářské noviny	11	6,0 %	4	1,84	11	1
MF Dnes	12	5,0 %	6	2	11,5	2
Právo	6	4,3 %	3	2,5	12	0

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Tuto hypotézu tedy v zásadě můžeme potvrdit, ačkoli rozdíl mezi (již tak nízkým) počtem citací není nikterak markantní. MF Dnes navíc během sledovaného období vydala nejvíce rozhovorů, které Bakalovi poskytly největší prostor k vyjádření svého názoru.

VVO5: Jaký prostor dávaly Hospodářské noviny kritikům Zdeňka Bakaly k vyjádření svého názoru na něj ve srovnání s jinými deníky?

H5: Hospodářské noviny dávaly kritikům Zdeňka Bakaly ve srovnání s jinými deníky méně prostoru pro vyjádření svého názoru na něj.

Na obdobné myšlence jako předchozí hypotéza je postavena i tato. Předpokládáme, že Bakalovy noviny nebudou chtít tolik očerňovat svého majitele a nebudou tedy poskytovat tolik prostoru lidem, kteří ho kritizují. Naopak u obou konkurenčních titulů bude zřejmě Bakalovým kritikům k vyjádření svého názoru na jeho osobu dáno v mediálních obsazích většího prostoru.

Dle dat z tabulky č. 8 vidíme, že v Hospodářských novinách získali kritici možnost Bakalou kritizovat pouze v devíti případech, což je v porovnání s MF Dnes s 50 články (pětinou z celkového počtu) a deníkem Právo s 47 články (třetinou ze všech článků) obsahující nějakou formu kritiky vůči Bakalovi velmi nízké číslo. Navíc vyznění těchto článků je v Hospodářských novinách spíše neutrální, naopak u zbylých deníků jsou články s tímto tematickým zaměřením

v průměru poměrně negativní. Ve více než dvou třetinách případů tvořila kritika Bakaly hlavní téma těchto článků.

Tabulka č. 10: Články obsahující kritiku Bakaly dle důležitosti tématu a vyznění článku

	důležitost 1	vyznění	důležitost 2	vyznění	důležitost 3	vyznění	důležitost 4	vyznění	celkem	průměr
Hospodářské noviny	6	2,72	3	2,00	0	0	0	0	9	2,36
MF	35	2,85	10	2,92	4	2,33	1	3	50	2,77
Právo	31	2,83	12	2,45	4	2,83	0	0	47	2,70

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Zaměříme-li se na témata, s nimiž byla kritika Bakaly v médiích nejčastěji spojovaná, pomohou nám k vyhodnocení výsledků analýzy data v tabulce č. 9. Z největší části se články obsahující nějakou formu kritiky zaměřují na již výše vzpomínané kontroverzní téma OKD. Nejčastěji je v těchto článcích kritizován za své působení ve funkci spolumajitele OKD zodpovědného za vývoj této společnosti. Obdobně často míří na jeho osobu kritika kvůli bytům OKD, které měl údajně při kupování OKD slíbit nájemníkům po určité době odkoupit, kritizovaná je také cena, za kterou Bakala byty od státu pořídil. Mimo téma OKD je Bakala v médiích kritizován také kvůli sponzoringu politických stran či politiků (např. před parlamentními volbami 2010 nebo při podpoře Karla Schwarzenberga v jeho prezidentské kampani) s tím, že si kupuje jejich přízeň.

Tabulka č. 11: Tematické zaměření článků obsahující kritiku Zdeňka Bakaly

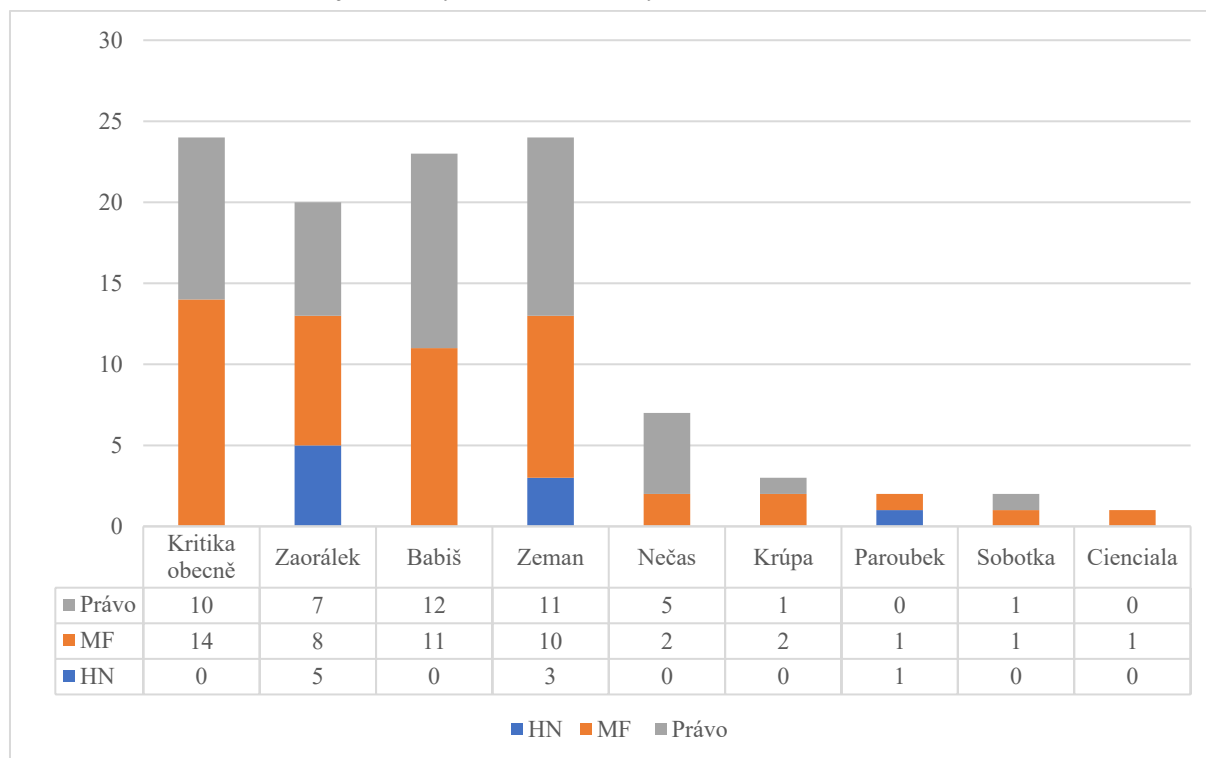
	1A - omezení těžby	1B - podíl na privatizaci	1C - byty OKD	1D - spolumajitel OKD/NWR	2A - majetek	2B - média	3A - Havlíův odkaz	3B - sponzoring politiků
MF Dnes	9	5	10	15	1	1	0	4
Hospodářské noviny	0	0	1	0	0	0	0	2
Právo	7	6	11	14	0	3	2	5

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

K nejčastějším kritikům Bakaly v médiích patří politici Andrej Babiš nebo Miloš Zeman (viz Graf č. 3). Bakalu rovněž v médiích kritizovali tři předsedové vlád, kteří se během sledovaného období

v této funkci vystřídali – Jiří Paroubek, Petr Nečas a Bohuslav Sobotka. Bakala v článcích, které ho zmiňují a s určitou mírou ho kritizují, nedostává téměř nikdy prostor pro vlastní vyjádření nebo případnou obhajobu. Ze všech článků ve sledovaném období tomu tak bylo jen v 5 případech u MF Dnes, v 1 případě Hospodářských novin a ve dvou textech deníku Právo.

Graf č. 4: Počet článků dle jednotlivých kritiků Bakaly



Hypotézu č. 5 tedy můžeme potvrdit, Hospodářské noviny skutečně publikovaly výrazně méně článků zmiňujících svého majitele, které by obsahovaly kritiku vůči jeho osobnosti. Kritika ve zkoumaných textech nejčastěji mířila na jeho působení v OKD, se kterým se pojí mnoho kauz. Mezi nejčastější kritiky Bakaly v médiích patří dle výsledků analýzy politici.

Nyní přistoupíme k vyhodnocení hlavní výzkumné otázky č. 2, kterou zodpovíme pomocí pěti vedlejších výzkumných otázek na základě potvrzení či vyvrácení k nim náležejících hypotéz. Andrej Babiš oznámil na konci června roku 2013 akvizici Mafry, do jejíhož portfolia patří i MF Dnes. Od tohoto data tedy sledujeme, vzhledem k podezření, že využívá svého vlivu na obsah médií, jak se v tomto deníku změnil způsob referování o jím veřejně kritizovaném Zdeňku Bakalovi, a to v porovnání s předchozím obdobím a jinými deníky.

Hlavní výzkumná otázka č. 2:

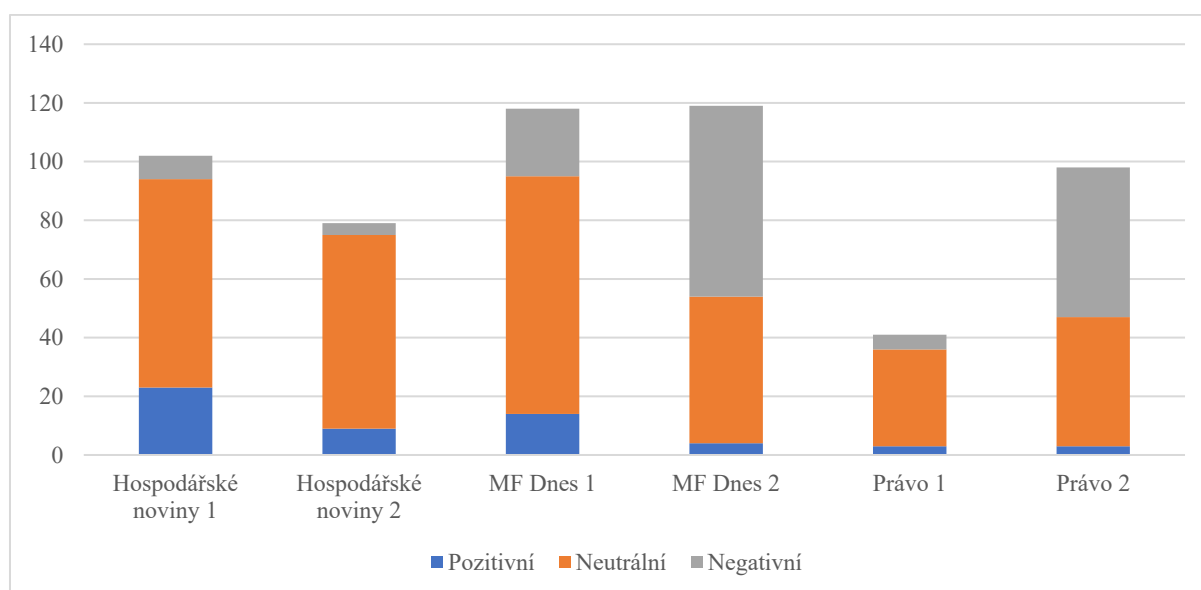
Jakým způsobem se změnil mediální obraz Zdeňka Bakaly utvářený deníkem MF Dnes po akvizici Mafrý Andrejem Babišem v porovnání s předchozím obdobím a s jinými deníky?

VVO6: *Jaké bylo vyznění článků o Zdeňku Bakalovi v MF Dnes po akvizici Mafrý Babišem ve srovnání předchozím obdobím a jinými deníky?*

H6: *Počet článků s negativním vyzněním o Zdeňku Bakalovi se v MF Dnes výrazně zvýšil po akvizici Mafrý Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky.*

Během sledovaného období můžeme vidět vyvážený poměr mezi počtem vydaných článků zmiňující Bakalu v MF Dnes před a po akvizici Mafrý Babišem (viz graf č. 5 a tabulka č. 10). Mezi těmito dvěma obdobími (leden 2009 - červen 2013 a červenec 2013 - prosinec 2017) se však změnil podíl pozitivních, neutrálních i negativních článků. Pozitivních ubylo o 72 % a negativních přibýlo o 183 % v porovnání s původním počtem, ty navíc tvořily více než polovinu z celkového množství textů. Pokud srovnáme tento deník s Hospodářskými novinami, vidíme výrazný rozdíl v počtu publikovaných článků s negativním vyzněním vůči Bakalovi, kterých zde navíc na rozdíl od MF Dnes ubylo. Po červenci 2013 vydaly Hospodářské noviny pouze 4 články z celkových 79, které by vůči svému majiteli vyznívaly negativně, o více než polovinu zde však klesl i počet pozitivně vyznívajících článků. Počet článků o Bakalovi v deníku Právo v druhém sledovaném období vzrostl více než dvojnásobně, přičemž největší podíl – téměř poloviční – tvořily články s negativním vyzněním, jejich množství je více než devítinásobné oproti předchozímu období.

Graf č. 5: Počet článků vydaných v jednotlivých denících před (1) a po (2) akvizici Mafrý Babišem s ohledem na jejich vyznění



Tabulka č. 12: Počet článků vydaných v jednotlivých denících před (1) a po (2) akvizici Mastry Babišem s ohledem na jejich vyznění

	Hospodářské noviny 1	Hospodářské noviny 2	rozdíl	MF Dnes 1	MF Dnes 2	rozdíl	Právo 1	Právo 2	rozdíl
Pozitivní	23	9	-60 %	14	4	-72 %	3	3	0 %
Neutrální	71	66	-7 %	81	50	-38 %	33	44	33 %
Negativní	8	4	-50 %	23	65	183 %	5	51	920 %
Celkem	102	79	-23 %	118	119	1 %	41	98	139 %

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Hypotézu můžeme jen částečně potvrdit, negativně vyznívajících článků v MF Dnes skutečně oproti předchozímu období výrazně přibýlo, a to téměř trojnásobně. K ještě výraznějšímu vzrůstu článků tohoto typu však došlo v deníku Právo, na který pro účely komparace nahlížíme jako na neutrální. V obou těchto titulech tvořil ve druhém sledovaném období podíl negativně vyznívajících článků více než polovinu z celkového množství zkoumaných mediálních obsahů.

VVO7: Jakou důležitost přisuzovala MF Dnes článkům o Zdeňku Bakalovi po akvizici Mastry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H7: MF Dnes přisuzovala článkům s negativním vyzněním o Zdeňku Bakalovi po akvizici Mastry Babišem vyšší důležitost než v předchozím období a ve srovnání s jinými deníky.

U této hypotézy předpokládáme, že vzhledem k veřejně známé kritice Bakaly Babišem, bude MF Dnes po akvizici přisuzovat článkům s negativním vyzněním větší důležitost než článkům ostatním, a to v porovnání s předchozím obdobím a ostatními deníky. Při analyzování této vedlejší výzkumné otázky použijeme stejně jako v případě VVO2 index důležitosti. Článkům je přiřazena podle několika kritérií hodnota významnosti, jakou jim média přisuzují. Výsledky jsou zaznamenány v tabulce č. 11. Jako důležité byly vybrány opět články s indexem vyšším než 10 (včetně), celkem tedy 109 mediálních obsahů, což tvoří zhruba pětinu všech článků. MF Dnes vydala stejně jako deník Právo stejný počet článků s negativním vyzněním vůči Bakalovi v obou sledovaných obdobích, a to 3 v prvním období a 14 v období druhém. V případě Práva byl tento počet více než polovinou z celkového množství, u MF Dnes tomu tak bylo u neutrálně laděných mediálních obsahů. Významný pokles lze vidět u vydaných článků v MF Dnes s pozitivním vyzněním, ještě před akvizicí to bylo 7 článků, po akvizici nebyl vydán

ani jeden. Téměř žádné pozitivně laděné články však nebyly ve druhém sledovaném období vydány ani v Hospodářských novinách a Právu.

Tabulka č. 13: Vyznění vybraných článků s vyšší mírou důležitosti vydaných ve sledovaném období

	Pozitivní 2009 - 2013	Pozitivní 2013 - 2017	Neutrální 2009 - 2013	Neutrální 2013 - 2017	Negativní 2009 - 2013	Negativní 2013 - 2017	Součet	Celkový počet
Hospodářské noviny	10	1	9	4	2	1	27	181
MF Dnes	7	0	18	11	3	14	53	237
Právo	0	1	4	7	3	14	29	139
							109	557

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

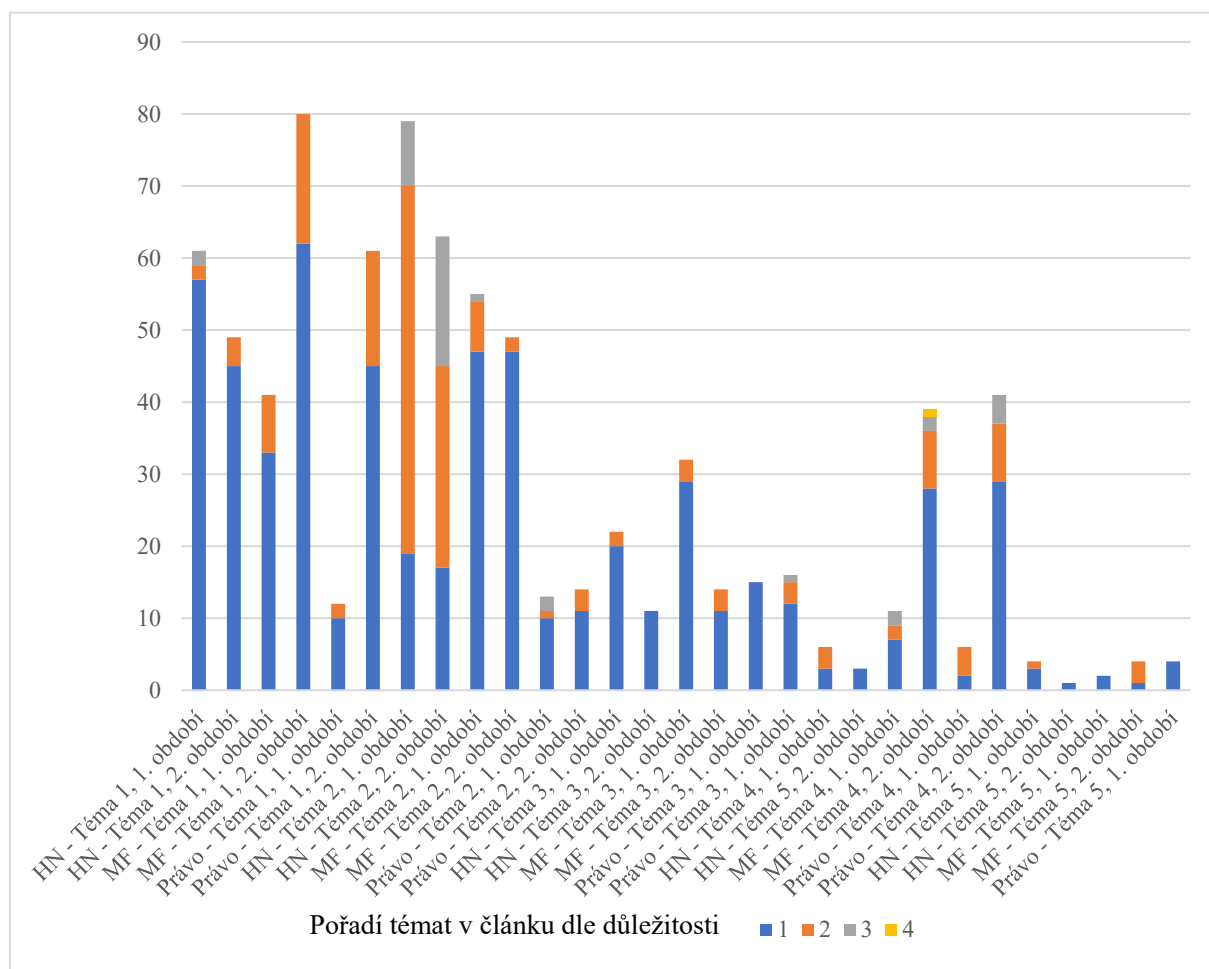
Také tuto hypotézu nelze stoprocentně potvrdit. Počet negativně vyznívajících článků vůči Bakalovi s vyšší důležitostí v MF Dnes po akvizici sice vrostl a pozitivní nebyly vydávány vůbec, avšak stejně tomu tak bylo v obou kritériích i u deníku Právo. Článekům s negativním vyzněním dokonce oproti MF Dnes i Hospodářským přisuzoval ve druhém sledovaném období větší důležitost než neutrálně laděným článkům.

VVO8: *Jakými tématy byl konstruován mediální obraz Zdeňka Bakaly v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?*

H8: *Informování o Zdeňku Bakalovi v MF Dnes bylo po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky více zaměřeno na s ním spojená kontroverzní témata než na jeho podnikatelské a filantropické aktivity.*

Obdobně jako ve vedlejší výzkumné otázce č. 3 předpokládáme, že MF Dnes publikuje k tématu OKD, s nímž se Bakalovo jméno v médiích často pojí, nejvíce článků ze všech tematických okruhů, jelikož jde o kontroverzní téma, jehož se dlouhodobě týká mnoho kauz. Z pohledu mediální atraktivity jde o vděčné téma a navíc ho může Babiš využít pro očernění svého konkurenta. Zároveň předpokládáme, že množství článků v MF Dnes s tématy, jež by se mohly spíše pojít s pozitivnějším vyzněním vůči Bakalovi, v druhém sledovaném období výrazně ubyde.

Graf č. 6: Tematické okruhy článků vydaných ve sledovaných obdobích a jejich rozdělení dle pořadí důležitosti



Oproti období před akvizicí počet článků v MF Dnes zmiňující alespoň jedno z podtémat, které je součástí tematického okruhu o OKD, vzrostlo dvojnásobně – z původních 41 na 80 (viz graf č. 6). Toto téma bylo z pohledu důležitosti v článku v obou sledovaných obdobích z větší části na prvním místě. Pokud tento tematický okruh srovnáme s Hospodářskými novinami, zde počet článků zmiňujících svého majitele naopak mírně klesl. Největší rozdíl v referování o Bakalovi ve spojitosti s tímto tématem však lze vidět u deníku Právo, ten ve druhém sledovaném období publikoval 5x více článků než za období první.

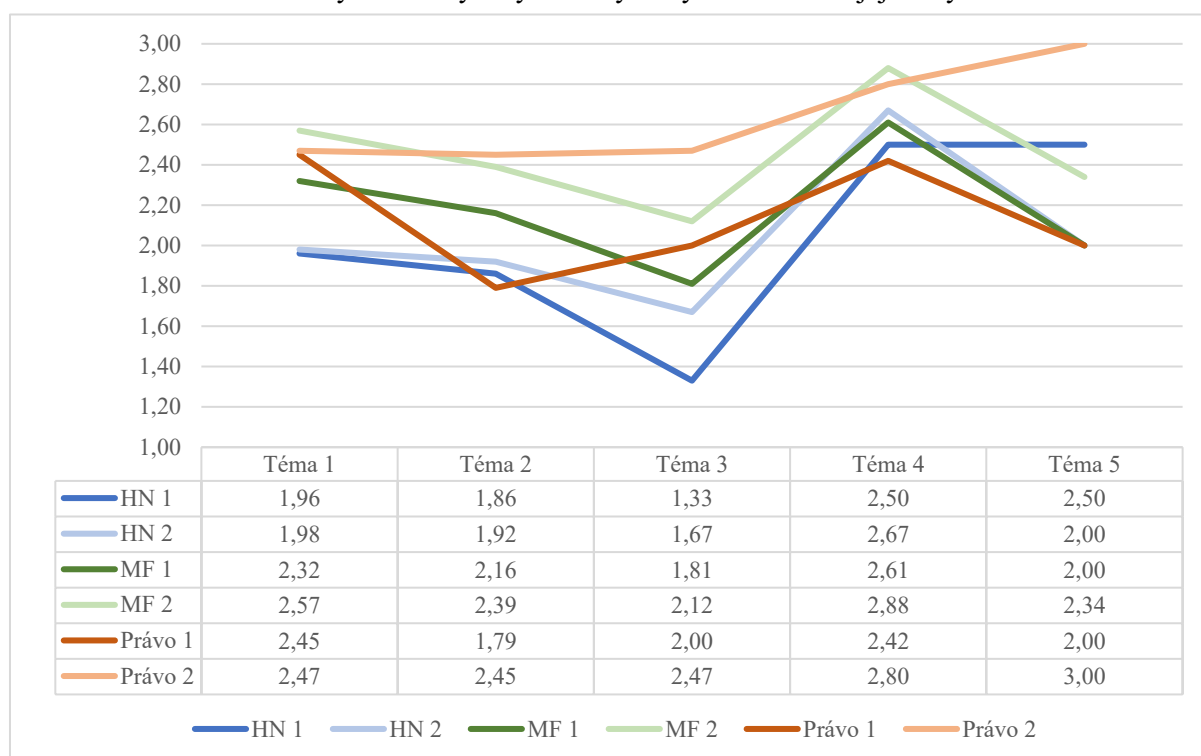
O dalších Bakalových podnikatelských aktivitách informovala MF Dnes srovnatelně v obou obdobích, obdobně tomu bylo i u deníku Právo, ten však k tomuto tématu publikoval zhruba 5x méně článků než MF Dnes. Nejvíce se za obě období tomuto tématu ve spojitosti s Bakalou věnovaly Hospodářské noviny (viz VVO3). Co se týče informování o Bakalovi ve spojitosti se sponzoringem různých projektů, u MF Dnes jich po akvizici Babišem ubylo o 56 % z původních 32 na 14. Pokles v referování o tomto tématu lze vidět i u Hospodářských novin, a to přesně o polovinu. U deníku Právo je počet článků srovnatelný v obou sledovaných

obdobích. V pořadí důležitosti je v případě všech titulů toto téma ve valné většině na prvním místě. Ke kategorii kritika (téma č. 4) se budeme věnovat v poslední vedlejší výzkumné otázce a sekce ostatní (č. 5) nehraje vzhledem k nízkému počtu analyzovaných článků pro účely tohoto výzkumu zásadní roli.

Při pohledu na graf č. 7 lze vidět rozdíly v referování o jednotlivých tématech, tmavší barvou je vždy zobrazeno první sledované období a druhé je pak vyznačeno světlejším odstínem. U deníku MF Dnes je v průměru vyznění u všech kategorií v druhém sledovaném období negativnější než v prvním. Snížení je přitom v případě všech témat obdobné - pokles je zhruba o 0,3 bodu. Jako nejvíce negativně vyznívající jsou v druhém období hodnoceny články, které obsahují určitou formu kritiky Bakaly, dále pak téma OKD a nejpozitivněji vyznívají články o jeho filantropických aktivitách.

Pokles hodnot mezi sledovanými obdobími je u deníku Právo všude kromě tématu OKD ještě větší než u MF Dnes. Nejmarkantnější je rozdíl u tématu č. 2 – z původních 1,79 (tedy spíše pozitivnějšího vyznění) na hodnotu 2,45 (spíše negativní). Nejvíce ze všech sledovaných titulů je v druhém období vyznívají jeho články spojující Bakalů se sponzoringem, přičemž v období před července 2013 měly tyto články v průměru neutrální vyznění. Pro všechny deníky je společný fakt, že nejvíce negativně jsou hodnoceny články, které obsahují určitou formu kritiky vůči Bakalovi.

Graf č. 7: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich vyznění



Hypotézu k této výzkumné otázce můžeme z větší části potvrdit. MF Dnes vydala ke kontroverznímu tématu OKD výrazně více článků než v prvním období, navíc jejich vyznění patří k nejvíce negativním ze všech sledovaných titulů. Mírný pokles mezi dvěma sledovanými obdobími lze zaznamenat u článků, které Bakalou zmiňují ve spojitosti s jeho dalšími podnikatelskými či investičními aktivitami, naopak výrazně ubylo článků o filantropii a sponzoringu. Vyznění článků se po akvizici Mafrý Babišem u všech kategorií rovnoměrně zhoršilo. Ještě větší rozdíl lze však pozorovat u deníku Právo, který v porovnání s MF Dnes ve všech kategoriích (s výjimkou tématu OKD) referuje po červenci 2013 s negativnějším vyzněním vůči Bakalovi a navíc zde počet článků o kontroverzním tématu OKD vrostl pětinasobně.

VVO9: Jaký prostor dávala MF Dnes po akvizici Mafrý Babišem Zdeňku Bakalovi pro vyjádření svého názoru ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H9: MF Dnes dávala Zdeňku Bakalovi po akvizici Mafrý Babišem méně prostoru pro vyjádření svého názoru v porovnání s předchozím obdobím a ve srovnání s jinými deníky.

Vzhledem ke vztahu Babiše k Bakalovi předpokládáme, že MF Dnes po akvizici Mafrý Babišem nebude Bakalovi poskytovat tolik prostoru pro své vyjádření postoje či obhajoby jeho činů. Tento fakt by mohl mít vliv na vyznění článků a způsob, jakým na jeho osobnost nahlíží příjemci tohoto média. Kritérium citace bylo bráno jako jedno z určujících pro zjištění důležitosti článku, vzhledem k faktu, že tím získal více mediálního prostoru.

Počet článků, které by obsahovaly Bakalovu citaci nebo případně citovaly jeho mluvčího, je u všech sledovaných deníků velmi nízký a tvoří podíl na celkovém množství pouze v řádu jednotek procent. U MF Dnes, stejně jako u ostatních deníků, počet článků ve druhém sledovaném období klesl, a to přesně o 50 % v porovnání s předchozím obdobím. Výrazně se zde zhoršilo vyznění zkoumaných textů obsahující Bakalovu citaci, a to z původních 1,63 na 2,75. V druhém sledovaném období nebyly v tomto deníku s Bakalou vydány žádné rozhovory, které by mu dávaly nejvíce mediálního prostoru pro vyjádření svého názoru a možnosti tak ovlivnit jimi příjemce média, přičemž v období před akvizicí publikovala MF Dnes hned dva. Svou roli mohl však hrát fakt, že Bakala poskytuje médiím rozhovory jen sporadicky.

Tabulka č. 14: Články s citací Zdeňka Bakaly vydaných ve sledovaném období

	počet	vyznění	mluvčí	důležitost	rozhovory	podíl na celkovém množství
HN 1	9	1,67	2	11	1	8,90%
HN 2	2	2,00	2	11	0	2,50%
MF 1	8	1,63	3	12	2	6,80%
MF 2	4	2,75	3	11	0	3,40%
Právo 1	3	2,33	0	12	0	7,30%
Právo 2	3	2,67	3	12	0	3,00%

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Bakala získal v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem méně prostoru pro vyjádření svého názoru, ať už formou citace v článku či rozhovoru. Obdobně tomu však bylo i u ostatních deníků, takže hypotézu nelze stoprocentně potvrdit.

VVO10: Jaký prostor dávala MF Dnes po akvizici Mafry Babišem kritikům Zdeňka Bakaly pro vyjádření svého názoru ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky?

H10: MF Dnes dávala po akvizici Mafry Babišem více prostoru pro vyjádření kritiky vůči Zdeňku Bakalovi v porovnání s předchozím obdobím a ve srovnání s jinými deníky.

V poslední hypotéze tohoto výzkumu naopak předpokládáme, že MF Dnes po akvizici Mafry bude ve svých mediálních obsazích více využívat názorů lidí, kteří Bakalu z různých důvodů kritizují, což může zhoršit jeho mediální obraz, a to v porovnání s předchozím obdobím a dalšími deníky. Přítomnost kritiky vůči jeho osobnosti měla vždy velký vliv při určování vyznění článku.

Nárůst článků v MF Dnes, které obsahují kritiku vůči Bakalovi, a to ať formou přímé či nepřímé citace, lze pozorovat v tabulce č. 13. Počet tohoto typu článků vzrostl po červenci 2013 ve srovnání s předchozím obdobím téměř čtyřnásobně. Určitá forma kritiky zde byla ve druhém sledovaném období nalezena ve třetině všech vydaných článků. Průměrně se v druhém období zhoršilo vyznění článků, ve kterých je Bakala kritizován, a to z původní hodnoty 2,64 (mírně negativní) na 2,93 (zcela negativní). U valné většiny článků v obou obdobích bylo toto téma zařazeno na první pozici v důležitosti tematického zaměření.

Z analýzy mediálních obsahů obsahujících kritiku Bakaly dále vyplývá, že Hospodářské noviny nedávaly kritikům svého majitele téměř žádný prostor (viz VVO5). Kritika vůči němu zazněla v prvním období jen v 6 % případech, ve druhém dokonce jen v necelých 4 % publikovaných článků. Jejich vyznění navíc bylo vůči Bakalovi více shovívavější v porovnání s MF Dnes. Obdobně negativně působily články vydané deníkem Právo v obou sledovaných obdobích, avšak jejich počet vzrostl téměř šestinásobně. Před červencem 2013 tvořil typ článků zmiňující kritiku Bakaly 17 % z celkového množství vydaných článků, po tomto datu však bylo takto tematicky zaměřených článků již 40 % z celkového počtu.

Tabulka č. 15: Články obsahující kritiku Bakaly dle důležitosti tématu a vyznění článku

	důležitost 1	vyznění	důležitost 2	vyznění	důležitost 3	vyznění	důležitost 4	vyznění	celkem	průměr
HN 1	3	2,75	3	2,00	0	0	0	0	6	2,38
HN 2	3	2,67	0	0	0	0	0	0	3	2,67
MF 1	7	2,92	2	3,00	2	2,00	0	0	11	2,64
MF 2	28	2,80	8	2,90	2	3,00	1	3	39	2,93
Právo 1	3	3,00	4	2,00	0	0	0	0	7	2,50
Právo 2	29	2,80	8	2,00	3	2,83	0	0	40	2,54

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Nejčastější témata, se kterými se ve sledovaných médiích pojila kritika Bakaly, jsou uvedena v tabulce č. 14.¹⁶¹ Ve druhém sledovaném období šlo v případě MF Dnes na rozdíl od předchozího období výhradně o články zmiňující Bakalu v souvislosti se společností OKD. U deníku Právo můžeme pozorovat obdobný trend, nejvíce článků ve spojitosti s kritikou Bakaly bylo rovněž tematicky zaměřeno na OKD, nikoli však výhradně jako v případě MF Dnes. V prvním sledovaném období byla kritika Bakaly s firmou OKD spojena jen ve dvou článcích, ve druhém pak počet stoupl na 35. Naopak Hospodářské noviny na toto téma nevydaly po červenci 2013 žádný článek. Druhým nejčastějším tématem spojovaným s kritikou Bakaly byl u všech deníků zejména v období před akvizicí Mafry Babišem sponzoring politických stran či politiků. Důvodem byla především finanční podpora tří politických stran před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2010 nebo prezidentské kampaně Karla Schwarzenberga před volbami v roce 2013.

¹⁶¹ Případy, kdy důvodem kritiky Bakaly nebyla žádná z kategorií, ale týkala se spíše jeho osobnosti, nejsou v tabulce zaznamenány.

Tabulka č. 16: Tematické zaměření článků obsahující kritiku Zdeňka Bakaly

	1A - omezení těžby	1B - podíl na privatizace	1C - byty OKD	1D - spolumajitel OKD/NWR	1E - majetek	2B- média	3A - Havlův odkaz	3B - sponzoring politiků	celkem
HN 1	0	0	1	0	0	0	0	2	3
HN 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MF 1	0	0	3	1	1	1	0	4	10
MF 2	9	5	7	14	0	0	0	0	35
Právo 1	0	0	2	0	0	1	1	3	7
Právo 2	7	6	9	13	0	2	1	2	40

Vlastní zpracování, zdroj: Newton media

Hypotézu u této výzkumné otázky můžeme i tentokrát potvrdit jen z části. Článků zmiňující kritiku Bakaly sice po akvizici Mafry Babišem skutečně výrazně přibylo, avšak obdobně tomu bylo i u deníku Právo, kde byl nárůst počtu tohoto typu článků oproti předchozímu období ještě vyšší. Podíl článků, které ve druhém sledovaném období obsahují kritiku Bakaly, byl v případě MF Dnes třetinový a u deníku Právo dokonce 40%. Bakala byl v období po červenci 2013 nejčastěji kritizován ve spojitosti s kontroverzním tématem OKD, což napomohlo negativnějšímu vyznění článků z této kategorie.

Závěr

Hlavním cílem této práce bylo zjistit, jakým způsobem referovala média o jednom z majitelů českých mediálních domů Zdeňku Bakalovi. V případě, že bychom potvrdili předem stanovené hypotézy, mohli bychom tak poukázat na možný (přímý či nepřímý) vliv vlastníků na obsah svých médií. Tuto tendenci jsme se snažili dokázat na základě detailního zkoumání Bakalova mediálního obrazu v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo ve sledovaném období mezi roky 2009 a 2017. Získaná data z kvantitativní obsahové analýzy jsme poté komparovali, abychom získali odpovědi na dvě hlavní výzkumné otázky.

V prvním případě byl ve stanoveném období pozorován způsob referování o Bakalovi v jeho Hospodářských novinách ve srovnání s ostatními deníky. Předpokládali jsme, že tento deník o svém majiteli nebude v porovnání s dalšími médii referovat tolik kriticky, ale spíše bude využívat toho, aby mu pomohla vytvořit pozitivní mediální obraz. Tento úsudek jsme analyzovaly na základě pěti hypotéz, které jsme ve třech případech potvrdili zcela a ve zbylých dvou alespoň částečně také. Hospodářské noviny podle předpokladu vydaly za sledované období nejvíce článků s pozitivním vyzněním vůči Bakalovi v porovnání s deníky MF Dnes a Právo. Negativně vyznívajících článků vůči svému majiteli publikovaly Bakalovy noviny nejméně ze všech sledovaných. Článkům s pozitivním vyzněním navíc Hospodářské noviny přisuzovaly na základě principů teorie rámování největší důležitost nejčastěji ze všech deníků. Tento titul také nejméně ze všech spojoval Bakalovo jméno v článcích s tematikou OKD, které vzhledem k množství kauz s ním spojené považujeme za kontroverzní a negativně vyznívající vůči jeho osobě. Více než ostatní deníky se také věnoval jednomu z témat, které vůči němu mohlo vyznívat spíše pozitivně - informování o jeho dalších podnikatelských aktivitách. Naopak u druhého z nich, jeho sponzorství a filantropie, tvořil větší podíl na celkovém množství článků u deníku MF Dnes. Vyznění mediovaných obsahů ve spojitosti s Bakalou zde však nebylo tak pozitivní jako v případě Hospodářských novin. Jednou z vedlejších výzkumných otázek jsme se také snažili zjistit, jak často daly prostor Bakalovi a jeho kritikům k vyjádření svého názoru. Počet článků obsahující Bakalovu citaci či rozhovor byl u všech médií velice nízký, takže ačkoli mírně převažovaly právě u Hospodářských novin, nešlo hypotézu, že mu jeho deník poskytoval největší prostor pro vyjádření svých názorů či jako obranu proti kritice, zcela potvrdit. Množství článků referujících o Bakalovi ve spojitosti s určitou mírou kritiky jeho osobnosti bylo dle předpokladu hypotézy výrazně nejnižší v porovnání s ostatními deníky. Na základě těchto zjištění lze usoudit, že Hospodářské noviny pod určitým (přímým či nepřímým)

vlivem svého majitele o něm skutečně referovaly spíše shovívavěji a na základě principů teorie rámování se mu snažily vytvářet pozitivní mediální obraz.

U druhého zkoumaného problému - tedy jestli a jak se změnil způsob informování o Zdeňku Bakalovi v MF Dnes po akvizici Mafry Babišem ve srovnání s předchozím obdobím a jinými deníky - není na základě provedené analýzy možné potvrdit všechny hypotézy do takové míry, jako u předchozí výzkumné otázky. Vycházeli jsme z obdobně stanovených hypotéz jako v prvním případě. MF Dnes oproti předchozímu období sice vydala dle předpokladu ve srovnání s obdobím před červencem 2013 více negativně vyznívajících článků, avšak ještě větší nárůst šlo pozorovat u článků v deníku Právo a podíl na celkovém množství vydaných článků byl u něj rovněž nejvyšší. Během Babišovy kontroly nad MF Dnes přisuzoval tento deník větší důležitost článkům s negativním vyzněním vůči Bakalovi než v předchozím období, ale u deníku Právo šlo pozorovat obdobný trend. O sporném tématu OKD informovala MF Dnes po akvizici Mafry Babišem výrazně více než v předchozím období a zároveň nejčastěji v porovnání s ostatními deníky. U všech tematických kategorií šlo pozorovat stejnou míru vzrůstu v hodnotě reprezentující vyznění článků, což značilo jejich zhoršení. U Práva však byla tato tendence (kromě článků s tématem OKD) ještě o něco výraznější. MF Dnes v druhém sledovaném období neposkytovala Bakalovi tolik prostoru jako v předešlém období a nepublikovala s ním (oproti období do června 2013) ani jeden rozhovor. Stejně tomu však bylo i u ostatních deníků, takže nám tento ukazatel hypotézu potvrdit nemohl. Kritiky vůči Bakalovi v MF Dnes ve druhém období sice podle předpokladu výrazně přibylo, avšak ještě větší nárůst bylo v tomto sledovaném aspektu možné vidět u deníku Právo. Ve druhém období zde také byl podíl článků obsahující kritiku vůči Bakalovi nejvyšší ze všech analyzovaných deníků. Změnu v referování o Bakalovi jsme tedy u všech kategorií v MF Dnes sice pozorovali, avšak vzhledem ke komparaci s neutrálním deníkem Právo můžeme konstatovat, že změna patrně nebyla zapříčiněná působením Andreje Babiše na mediální obsah s cílem zhoršit Bakalův mediální obraz a tím i poškodit jeho reputaci v očích veřejnosti.

V případě Hospodářských novin můžeme na základě výsledků tohoto výzkumu poukázat na rozdílnost ve způsobu informování o majiteli těchto novin. Pomocí získaných dat však nejsme schopni tvrdit, že je tato tendence zapříčiněna přímým vlivem vlastníka na mediální obsah, jelikož k takovému závěru nemáme patřičné důkazy. Upozornit touto analýzou však můžeme alespoň na odlišnost ve způsobu vytváření Bakalova mediálního obrazu ve srovnání s jinými deníky. Tento jev byl s největší pravděpodobností způsoben nepřímým vlivem vlastníka, tedy určitou mírou autocenzury samotných novinářů pracujících v tomto deníku.

Obdobně tomu však pravděpodobně je i v redakcích ostatních médií, které vlastní oligarchové typu Bakaly. Tím je však - navzdory dohodám mezi redaktory a vlastníky ve formě etických kodexů apod. - ohrožena redakční svoboda a v důsledku toho i nezávislé fungování médií. Svobodná média jsou přitom díky svému vlivu a funkcím jednou ze záruk demokratických hodnot.

V době, kdy nad všemi významnými mediální domy drží kontrolu úzká skupina vlivných miliardářů, je třeba obsahy těchto médií i nadále podrobovat analýze s cílem zjistit, zda tito majitelé nevyužívají své mediální moci k ovlivňování veřejného mínění. Již současná míra koncentrace médií v rukou oligarchů, která dosahuje kritické hladiny, značí pro český mediální systém hrozbu, před kterou je třeba varovat a neustále ji sledovat.

Summary

The main goal of this thesis was to find out how the media reported on Zdenek Bakala who is the owner of one Czech publishing house. If we confirm the predetermined hypotheses, we could highlight the possible (direct or indirect) influence of owners on their media content. We tried to prove this statement based on a detailed examination of its media image in the dailies MF Dnes, Hospodářské noviny and Právo in period between 2009 and 2017. We compared the data obtained from the quantitative content analysis to answer two main research questions.

In the first case, the method of reporting on Bakala was observed in his Hospodarske noviny in comparison with other dailies. We assumed that this dialy would not report as critically about its owner in comparison with other media, but rather would use it to help him create a positive media image. We analyzed this judgment on the basis of five hypotheses which we confirmed in three cases completely and in the other two at least partially as well. According to the assumption, Hospodarske noviny published the most articles with a positive sentiment of Bakala compared to the dailies MF Dnes and Právo. Bakala's broadsheet published the smallest number of negative-sounding articles towards him comparing to other media. In addition, Hospodarske noviny attached the highest importance to such articles the most often of all dailies. This title also least associated Bakala's name in articles with the topic of OKD, which we consider controversial and negative for him due to the number of cases associated with it. More than other dailies, it also informed the most often about his other business activities that can be considered as one of topics that might have sounded rather positively towards him. On the contrary, about the second of them - his sponsorship and philanthropy - MF Dnes published a larger share of the total number of articles. However, the message of the mediated contents in connection with Bakala was not as positive here as in the case of Hospodarske noviny. In one of the secondary research questions we also tried to find out how often they gave space to Bakala and his critics to express their opinion. The number of articles containing Bakala's citation or interview was very low in all media, so although it slightly prevailed in Hospodarske noviny, the hypothesis that his broadsheet gave him the greatest space to express his views or to defense against criticism could not be fully confirmed. The number of articles reporting on Bakala in connection with a certain degree of criticism of his personality was, according to the hypothesis, significantly lower in comparison with other dailies. Based on these findings, it can be concluded that Hospodarske noviny under a certain (direct or indirect) influence of its owner

actually reported on it more leniently and, based on the principles of framing, tried to create a positive media image for him.

For the second researched problem - whether and how the way of informing about Zdenek Bakala in MF Dnes changed after the acquisition of Mafra by Babis in comparison with the previous period and other dailies - it is not possible to confirm all hypotheses to the same extent as in the previous research question. We used similarly established hypotheses as in the first case. Compared to the previous period, MF Dnes published more negative-sounding articles than expected in July 2013, but an even larger increase was observed in articles in the daily Pravo, and the share in the total number of published articles was also the highest. Under Babis' control over MF Dnes, the daily attached higher level of importance to articles with a negative message towards Bakala than in the previous period, but a similar trend could be observed in the daily Pravo. After the acquisition of Mafra by Babis, MF Dnes informed significantly more about the controversial topic OKD than in the previous period, and at the same time most often in comparison with other dailies. For all thematic categories, the same rate of increase can be observed in the value representing the tone of the articles, which indicated their deterioration. In case of Pravo, however, this tendency (apart from articles on OKD) was even more pronounced. In the second period, MF Dnes did not provide Bakala with as much space as in the previous period and did not publish a single interview with him (compared to the period up to June 2013). However, the same was true for other dailies, so this indicator could not confirm our hypothesis. Criticisms of Bakala mentioned in MF Dnes increased significantly in the second period, but an even greater increase could be seen in the daily Pravo in this monitored aspect. In the second period, the share of articles containing criticism of Bakala was also the highest of all analyzed dailies. We observed a change in reporting on Bakala in all categories in MF Dnes, but due to a comparison with the daily Pravo which is considered as neutral we can state that the change was probably not caused by Andrej Babis' influence on media content in order to worsen Bakala's media image and thus damage his reputation in the eyes of the public.

Zdroje

Tištěné zdroje

Odborné publikace

Bednařík, Jirák, & Köpplová. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. 439 s.

Benda, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989-2006 a jeho současný stav*. Praha: Karolinum, 2007. 274 s.

Hagen, Lutz. Informační kvalita a její měření. In Schulz, Winfried et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. 150 s.

Hallin, Daniel and Paolo Mancini. *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 s.

Hendl, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 408 s.

Jirák, Jan a Barbara Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. 416 s.

Jirák, Jan a Barbara Köpplová. *Média a společnost*. Portál: Praha, 2003. 206 s.

Jirák, Jan a Graeme Burton. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal 2001. 392 s.

Jirák, Jan a Blanka Říchová (ed.). *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000. 163 s.

Kunštát, Daniel (ed.). *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006. 225 s.

McNair, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. 184 s.

McQuail, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. 640 s.

Neumann. Ondřej et. al. *Šok! Hruža! Média!*. Brno: CPress, 2019. 272 s.

Sherer, Helmut. Úvod do metody obsahové analýzy. In: Reifová, Irena. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. 150 s.

Šmíd, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004. 25 s.

Trampota Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 296 s.

Tunstall, Jeremy and Palmer, Michael. *Media moguls*. Londýn a New York: Routledge, 1991. 258 s.

Odborné časopisy

Wyka, Angelika W. On the way to dumbing down... The case of Central Europe. *Central European Journal of Communication*. 2009, (2), 133 – 147.

Štětka, Václav. Oligarchization, de-Westernization and vulnerability: Media between democracy and authoritarianism in Central and Eastern Europe. *Journal of Media, Cognition and Communication*. 2015, Vol. 3, no 1.

Štětka, Václav. From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17 (4), 433–456.

Novinové články

Bakala, Zdeněk. V OKD jsme vše dělali v dobré víře, veřejnost dostává mylné informace. *Deník N*. 27.09.2019, (185). Str. 12.

Hradilková Bártová, Eliška. Jak se krejčí stal člověkem transakčním. *Deník N*. 27.09.2019, (185). Str. 10.

Potůček, Jan. 2005. „Vliv zahraničních majitelů se démonizuje.“ *Literární noviny*. 3. 10. 2005, číslo 40, str. 7.

Šmíd, Milan. „Kéž by Arnold s Diekmannem četli české noviny!“ *Literární noviny*. 3. 10. 2005, číslo 40, str. 7.

Diplomová práce

Hloušková, Kristýna. Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny. Brno, 2017. 147 s. Diplomová práce (Mgr.) Masarykova Univerzita, Fakulta sociálních studií.

Elektronické zdroje

Odborné články

Dvořáková, Irena. Obsahová analýza / formální obsahová analýza /kvantitativní obsahová analýza. *AntropoWebzin* [online]. 2010, č. 2 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: http://www.antropoweb.cz/media/webzin/webzin_2_2010/Dvorakova_I-2-2010.pdf

Aghekyan, Elen; Nelson Bret; O'Toole Shannon; Puddington, Arch; Repucci Sarah a Tyler Roylance. Freedom of the Press 2016. *Freedom House* [online]. Duben 2016 [cit. 2020-05-06]. Dostupné z: https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FT0P_2016Report_Final_04232016.pdf

Media Pluralism Monitor. *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* [online]. 2017 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>

Štětka, Václav. Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě. *Reportér* [online]. 2014, (3) [cit. 2020-04-15]. Dostupné z:

http://www.academia.edu/9656304/Od_globalizace_k_oligarchizaci_promeny_medialniho_vlastnictvi_ve_stredna_a_vychodni_Evrop

Štětka, Václav. Media Ownership and Commercial Pressures: Media and Democracy in Central and Eastern Europe. In: *Media And Democracy In Central And Eastern Europe* [online]. Zář 2013. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/8562331/Media_Ownership_and_Commercial_Pressures_Final_Report_for_the_ERC-funded_project_Media_and_Democracy_in_Central_and_Eastern_Europe

Ostatní on-line články

Babiš, Andrej. [Dnes som mal...] In: *Twitter* [online]. 27.06.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://twitter.com/AndrejBabis/status/350221081124155392>

Bednárová, Lucie. „Babisconi“ a Zemanovy žerty na adresu novinářů. Brusel varuje před Babišovým vlivem na média. *Info.cz* [online]. 30. 05. 2017 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.info.cz/cesko/babisconi-a-zemanovy-zerty-na-adresu-novinaru-brusel-varuje-pred-babisovym-vlivem-na-media-10489.html>

Bartošová, Simona a Zuzana Švejdová. Penta koupila vydavatelství Vltava-Labe-Press, získala regionální Deník. *iRohlas* [online]. 12.08.2015. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: https://www.irohlas.cz/ekonomika/penta-koupila-vydavatelstvi-vltava-labe-press-ziskala-regionalni-denik_201508121551_sbartosova

Březinová, Markéta. Bakala poslal Schwarzenbergovi dva miliony na zaplacení kampaně. *iDnes.cz* [online]. 01.03.2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/financovani-kampane-karla-schwarzenberga.A130301_152106_domaci_brm

Cichowlas, Ola a Andrej Foxall. Now the Czechs Have an Oligarch Problem, Too. *Foreign Policy* [online]. 10.04.2015 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://foreignpolicy.com/2015/04/10/now-the-czechs-have-an-oligarch-problem-too-andrej-babis/>

ČTK, Novinky. Mezi nejbohatšími lidmi světa jsou tři Češi. *Novinky.cz* [online]. 11.03.2010 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/mezi-nejbohatsimi-lidmi-sveta-jsou-tri-cesi-28822>

ČTK. Reportéři bez hranic: Svoboda tisku je ve světě v ohrožení. Česko si pohorsilo i kvůli Babišovi. *iRozhlas.cz* [online]. 26.04.2017. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: https://www.irohlas.cz/zpravy-svet/reporteri-bez-hranic-svoboda-tisku-je-ve-svete-vice-omezovana-cesko-si-pohorsilo_1704260711_dp

ČTK, redakce. Nejsem oligarcha, žádná média nevlastním a neovlivňuju, zlobí se Babiš. *Echo24.cz* [online]. 26.04. 2017 [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/iPYTv/nejsem-oligarcha-zadna-media-nevlastnim-a-neovlivnuju-zlobi-se-babis>

ČTK. Skupina Handelsblatt opravdu chce prodat vydavatelství Economia. *iDnes.cz* [online]. 14.03.2008 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/skupina-handelsblatt-opravdu-chce-prodat-vydavatelstvi-economia.A080314_182947_media_pei

ČTK. Velká skvrna Bakala i Česká televize: co řekl Zeman v inauguračním projevu. *E15.cz* [online]. 08.03.2018 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/velka-skvrna-bakala-i-ceska-televize-co-rekl-zeman-v-inauguracnim-projevu-1344280>

Echo24. „Babisconi?“ Němci přirovnali Babiše k Berlusconi. Já ale neovládám média, hájil se premiér. *Echo24* [online]. 24. 09. 2019 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z <https://echo24.cz/a/STNmr/babisconi-nemci-prirovnali-babise-k-berlusconi-ja-ale-neovladam-media-hajil-se-premier>

Echo24. Babiš: ‚Prohlašuji na zdraví mých dětí, že nikdy nezasáhnu do práce Mafry‘. *Echo24.cz* [online]. 05.05.2017 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/i4HhS/babis-prohlasuji-na-zdravi-mych-deti-ze-nikdy-nezasahnu-do-prace-mafry>

Echo24. Bakalovi opouštějí orgány Economie, vydavatelství ale prodávat nechtějí. *Echo24* [online]. 28.01.2019 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SCK8x/bakalovi-opousteji-organy-economie-vydavatelstvi-ale-prodavat-nechteji>

Economia. Hospodářské noviny. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/tistene/>

Economia. Mediakit. Hospodářské noviny. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2020/01/mediakit_HN_2020_CJ_.pdf

Economia. Rada pro redakční nezávislost. *Economia* [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

Forbes. 100 nejbohatších Čechů. *Forbes.cz* [online]. 02.10.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://miliardari.forbes.cz/>

Frouzová, Kateřina. Babiš dál ovládá média. Má vliv na správce svěrenského fondu a majetek může rychle získat zpět, tvrdí úřad v Černošicích. *iHned.cz* [online]. 11.3.2019. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66516060-babis-dal-ovlada-media-protoze-ma-vliv-na-spravce-sverenskeho-fondu-a-majetek-muze-rychle-ziskat-zpet-pod-kontrolu-tvrdi-urad-v-cernosicich-ziskali>

Guryčová, Kristýna. Audit o střetu zájmů: Babiš stále nepřímo ovládá Agrofert, určil účel i protektory svěrenských fondů. *iRozhlas* [online]. 05.12.2019 [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-stret-zajmu-praha-audit-evropska-komise-agrofert-dotace_1912051210_kno

Holub, Petr. Česká média v sevření oligarchů. Hrozba demokracie. *Echo24.cz*. [online]. 25.05.2017. [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/wuFZF/ceska-media-v-sevreni-oligarchu-hrozba-demokracie>

Horník, Jiří. Temný dopad na demokracii. Experti o Babišově a Bakalově mediálním impériu. *Parlamentní listy* [online]. 01. 12. 2013 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/tema/Temny-dopad-na-demokracii-Experti-o-Babisove-a-Bakalove-medialnim-imperiu-295396>

Info.cz. Babiš: Bakala zdevastoval celý kraj, podvedl lidi a my teď za něj musíme zachraňovat OKD. *Info.cz* [online]. 23.12.2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.info.cz/cesko/babis-bakala-zdevastoval-cely-kraj-podvedl-lidi-a-my-ted-za-nej-musime-zachranovat-okd-43993.html>

Jandourek, Jan. Babiš: Nebyl jsem estébák! Vyhrál jsem ten soud třikrát a znovu ho vyhrajú! *Forum24.cz* [online]. 26.05.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/babis-nebyl-jsem-estebak-vyhral-jsem-ten-soud-trikrat-a-znovu-ho-vyhraju/>

Kejlová, Tamara. Babiš koupil Mafru. Do obsahu novin zasahovat nebude, říká jeho mluvčí. *ČT24.cz* [online]. 26.06.2013 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1089933-babis-koupil-mafu-do-obsahu-novin-zasahovat-nebude-rika-jeho-mluvci>

Klímová, Jana. Bakala koupil noviny, dal za ně až dvě miliardy korun *iDnes.cz* [online]. 01.09.2008 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/bakala-koupil-noviny-dal-za-ne-az-dve-miliardy-korun.A080901_1037988_ekonomika_pin

Köpl, Daniel. Tak již víme, kolik zaplatil Andrej Babiš za Mafru. *Týden.cz* [online]. 27.06.2013 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafu_274807.html

Malecký, Robert. Penta má svůj „atomový kufřík“. Podívejte se, jaký byznys si chce pomoci médií ochránit. *Hlidací Pes.org* [online]. 12.08.2015. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/penta-a-jeji-byznys-po-zdravotnictvi-sazkach-a-real-estate-prichazeji-media/>

Mašek, Jaroslav. 100 nejbohatších Čechů: Babiš je až čtvrtý, nastupují mladí technologičtí miliardáři. *Forbes.cz* [online]. 02.10.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/100-nejbohatsich-cechu-babis-je-az-ctvrty-nastupuji-mladi-technologicti-miliardari/>

Mediální skupina Mafru. Představení tiskových titulů [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/28A200326_MSA_006_PREDSTAVENI_TISKOVD.F

Mikulka, Milan. Spolumajitel Penty Dospiva: Chceme mediální štít proti iracionálním útokům. *Ihned.cz* [online]. 21.04.2014. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-63893810-spolumajitel-penty-dospiva-chceme-medialni-stit-proti-iracionalnim-utokum>

Neyhoštěný, Jan a ČTK. Forbes: Babiš předstihl v bohatství Bakalu, Kellner překročil 10 miliard. *iDnes.cz* [online]. 04.03.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/forbes-babis-predstihl-v-bohatstvi-bakalu.A130304_135526_ekonomika_neh

Neumann, Ondřej. Jak je to s médii (a moguly). *HlídacíPes.org* [online]. 23.04.2014. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/jak-je-to-s-medii-a-moguly/>

Nguyen, Thuong Ly, 2017b. „Jsem zklamaná, že Češi nechtějí Babiše řešit,“ říká europoslankyně Grässleová. *Echo24.cz* [online]. 21. 5. 2017 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/ic974/jsem-zklamana-ze-cesi-nechteji-babise-resit-rikaeuroposlankyne-grassleova>

Novinky. Babišův střet zájmů potvrdil i druhý audit EK. *Novinky.cz* [online]. 06.01.2020 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/dalsi-audit-potvrdil-babisuv-stret-zajmu-agrofert-nema-narok-na-dotace-40308941>

Novinky. Seznam.cz vstoupil do vydavatelství Borgis. *Novinky.cz* [online]. 16.07.2013 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/seznam-cz-vstoupil-do-vydavatelstvi-borgis-197232>

Pítrová, Mariana. Hrozí nám „berlusconizace“? *Newton Media* [online]. 12. 09. 2013 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/komentare/hrozi-nam-berlusconizace/detail>

Polák, Miloš. Neuvěřitelné sólo Andreje Babiše v přímém přenosu: Kampaň proti mně. Bakalova média, stres, terorizují moji rodinu... Přijďte se podívat na surikaty. *Parlamentní listy* [online]. 13. 03. 2016 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Neuveritelne-solo-Andreje-Babise-v-primem-prenosu-Kampan-proti-mne-Bakalova-media-stres-terorizuji-moji-rodinu-Prijdte-se-podivat-na-surikaty-426045>>

Právo. Mediakit. *Právo*. [online]. 2020 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://www.pravo.cz/pdf/mediakit.pdf>

Procházková, Martina. Bakala daroval před volbami pravici přes 28 milionů, ČSSD se zlobí. *iDnes.cz* [online]. 02.06.2010 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/bakala-daroval-pred-volbami-pravici-pres-28-milionu-cssd-se-zlobi.A100602_172122_domaci_cem

Přinosilová, Jana a Burda, Jan. Andrej Babiš: Pokud o tom nebudete psát, tak nikdo nezatežuje nikoho. *iRozhlas.cz* [online]. 06.12.2019 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/andrej-babis-pokud-o-tom-nebudete-psat-tak-nikdo-nezatezuje-nikoho-8120318>

Reporters without borders. Czech Republic. *RSF.org* [online]. 2019. Cit [2020-04-20]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/czech-republic>

Rovenský, Jan. Babiš: Střet zájmů nemám. Ani po obžalobě neodstoupím. *Novinky.cz* [online]. 01.06. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/babis-stret-zajmu-nemam-ani-po-obzalobe-neodstoupim-40285023>

Rozehnal, Aleš. Možnosti omezení koncentrace vlastnictví médií. *Právní prostor* [online]. 25.06.2018. [Cit. 08.04.2020]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/ostatni-pravo/k-moznosti-omezeni-koncentrace-vlastnictvi-medii>

Skřivánek, Tomáš. Babiš kupuje český Ringier, zaplatí přes čtyři miliardy. *E15* [online]. 24.06.2013. Cit [2020-04-19]. Dostupné z: <<https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/babis-kupuje-cesky-ringier-zaplati-pres-ctyri-miliardy-1001088>>

Štětka, Václav. Oligarchové při chuti. *Reportér* [online]. 09. 11. 2014 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/iXB73/oligarchove-pri-chuti>

Šídlová, Tereza. Babišovou pravou rukou je žena s neobyčejným postavením. Měla jen dvě podmínky. *Deník N* [online]. 12.11. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://denikn.cz/230919/babis-nasloucha-zene-v-unikatnim-postaveni-premlouval-ji-pul-roku-driv-delala-pro-bakalu/>

Šíma, Milan. Americký magazín nazval Babiše "Babisconim". I přes hrozbu soudem si za článkem stojíme, vzkázal editor. *iHned.cz* [online]. 18.04.2015 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://zahranicni.ihned.cz/c1-63879980-americky-magazin-nazval-babise-babisconim-i-pres-hrozbu-soudem-si-za-clankem-stojime-vzkazal-editor>

Štichová, Zuzana. Babiš o OKD: Bakala vydělal 140 miliard. Část vlády má špatné svědomí. *Blesk.cz* [online]. 20.05.2016 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-politika/395327/babis-o-okd-bakala-vydelal-140-miliard-cast-vlady-ma-spatne-svedomi.html>

Tabery, Erik. Editorial: Bakala, OKD a Respekt. *Respekt* [online]. 22.09.2013 [cit. 2020-04-18]. Dostupné z <https://www.respekt.cz/tydenik/2013/39/editorial-bakala-okd-a-respekt>

Tabery, Erik. Média v éře Andreje Babiše. *Respekt* [online]. 12.04.2015 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/16/media-v-ere-andreje-babise>

Unie vydavatelů. Základní výsledky čtenosti titulů ve 3. a 4. čtvrtletí 2019. *Unie vydavatelů* [online]. 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

Vydavatelský kodex médií provozovaných společností MAFRA a.s. *iDnes.cz Blog* [online]. 10.10.2013 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://redakcni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=365699>

Příloha

Kódovací kniha

1	Titulek				
2	Číslo článku				
3	Médium	1	MF Dnes		
		2	Hospodářské noviny		
		3	Právo		
4	Datum		DDMMRRRR		
5	Vydavatelství + Majitel	1	Mafra	A	Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft
				B	Agrofert
				C	Svěřenecký fond
		2	Economia	A	Zdeněk Bakala
		3	Borgis	A	Zdeněk Porybný
6	Délka článku		počet slov		
7	Číslo strany		číslo		
8	Počet výskytů		číslo		
9	Titulek	1	ano		
		2	ne		
10	Citace	1	ano		
		2	ne		
11	Typ článku	1	zpráva		
		2	rozhovor		
		3	komentář		
12	Vyznění článku	1	pozitivní		
		2	neutrální		
		3	negativní		
13	Tématické zařazení článku (může být zvoleno více možností)	1	OKD, RPG, BXR, NWR	A	Rožšíření těžby OKD
				B	Podíl na privatizaci OKD
				C	Byty OKD
				D	NWR/OKD - spolumajitelem
				E	Hospodářské výsledky, OKD na burze

2	Investice, majetek	A	zařazení mezi nejbohatší Čechy		
		B	Média		
				1	Economia
				2	Hospodářské noviny
				3	Ostatní
		C	Modrava		
		D	Forum Karlín		
		E	Cyklistická stáj		
		F	Entropa		
		G	Čechofracht		
		H	Videohry		
		I	BMM		

3	Sponzoring, filantropie	A	Havlův odkaz, knihovna
		B	Podpora politických stran, politiků
		C	Stipendia - Bakala Foundation
		D	Think tank Aspen Institute

4	Kritika	A	kritika od Zaorálka
		B	kritika od Babiše
		C	kritika od Zemana
		D	kritika od Nečase
		E	kritika od Krúpy
		F	kritika od Paroubka
		G	kritika od Sobotky
		H	kritika od Ciencily

5	Ostatní
---	---------

14	Primárně o Bakalovi	1	ano
		2	ne

Seznam tabulek a grafů

- Tabulka č. 1: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti deníku MF Dnes mezi roky 2009 – 2017
- Tabulka č. 2: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti Hospodářských novin mezi roky 2009 – 2017
- Tabulka č. 3: Vývoj prodaného nákladu a čtenosti deníku Právo mezi roky 2010 – 2017
- Tabulka č. 4: Celkový počet článků zmiňující Zdeňka Bakalu vydaných mezi roky 2009 – 2017
- Tabulka č. 5: Počet vybraných článků zmiňující Zdeňka Bakalu vydaných mezi roky 2009 – 2017
- Tabulka č. 6: Počet vydaných článků během sledovaného období ve vybraných denících o Zdeňku Bakalovi se zaměřením na jejich vyznění
- Tabulka č. 7: Počet vydaných článků během sledovaného období ve vybraných denících o Zdeňku Bakalovi se zaměřením na jejich vyznění
- Tabulka č. 8: Vyznění vybraných článků s vyšší mírou důležitosti vydaných ve sledovaném období
- Tabulka č. 9: Vydané články s citací Zdeňka Bakaly
- Tabulka č. 10: Články obsahující kritiku Bakaly dle důležitosti tématu a vyznění článku
- Tabulka č. 11: Tematické zaměření článků obsahující kritiku Zdeňka Bakaly
- Tabulka č. 12: Počet článků vydaných v jednotlivých denících před (1) a po (2) akvizici Mafry Babišem s ohledem na jejich vyznění
- Tabulka č. 13: Vyznění vybraných článků s vyšší mírou důležitosti vydaných ve sledovaném období
- Tabulka č. 14: Články s citací Zdeňka Bakaly vydaných ve sledovaném období
- Tabulka č. 15: Články obsahující kritiku Bakaly dle důležitosti tématu a vyznění článku
- Tabulka č. 16: Tematické zaměření článků obsahující kritiku Zdeňka Bakaly
-
- Graf č. 1: Počet pozitivně vyznívajících článků o Zdeňku Bakalovi vydaných ve vybraných denících ve sledovaném období
- Graf č. 2: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich rozdělení dle pořadí důležitosti
- Graf č. 3: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich rozdělení dle vyznění
- Graf č. 4: Počet článků dle jednotlivých kritiků Bakaly
- Graf č. 5: Počet článků vydaných v jednotlivých denících před (1) a po (2) akvizici Mafry Babišem s ohledem na jejich vyznění
- Graf č. 6: Tematické okruhy článků vydaných ve sledovaných obdobích a jejich rozdělení dle pořadí důležitosti
- Graf č. 7: Tematické okruhy článků vydaných ve vybraných denících a jejich vyznění