

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Magdaléna Vojtová**

**Změna vlastnických struktur českých médií  
na počátku 21. století – návrat do rukou  
domácích vlastníků**

*Diplomová práce*

Praha 2017

Autor práce: **Magdaléna Vojtová**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.**

Rok obhajoby: **2017**

## **Bibliografický záznam**

VOJTOVÁ, Magdaléna. *Změna vlastnických struktur českých médií na počátku 21. století – návrat do rukou domácích vlastníků*. Praha, 2017. 101 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

## **Abstrakt**

Hlavním cílem této práce bylo provedení analýzy vývoje vlastnictví českého celostátního denního tisku v České republice v období 2008 – 2016. Vývoj vlastnictví ve sledovaném období byl analyzován v kontextu strukturálních problémů, se kterými se odvětví tištěných médií dlouhodobě potýká a které byly ještě umocněny ekonomickou krizí roku 2008. Kromě ekonomického kontextu je v práci vyložen i kontext historický, tedy změny, které na trhu s českým denním tiskem proběhly po roce 1989 a na které vlastnické proměny v posledních letech přímo navazují.

V souvislosti se změnami vlastnictví českých deníků ve sledovaném období, které jsou reprezentovány především přechodem vlastnictví vydavatelství do rukou domácích podnikatelů, často s vazbami na politiku, rozebírám v práci také problematiku koncentrace vlastnictví a vztahu médií a politiky. V návaznosti na to se věnuji i fenoménu vzniku nových, alternativních titulů, jako reakce novinářů na vlastnické změny ohrožující pluralitu názorů a svobodu slova.

Na závěr uvádím také srovnání vývoje vlastnictví denního tisku v České republice s vývojem vlastnictví v okolních zemích regionu, například na Slovensku, v Polsku, Maďarsku nebo pobaltských státech.

## **Abstract**

The primary goal of this master thesis was to analyze the development of ownership of daily newspapers in the Czech Republic in the period 2008 - 2016. The development of media ownership in the monitored period was analyzed in the context of the long term structural problems of media sector, which were intensified by the economic crisis beginning in 2008. In addition to the economic context, the thesis also

deals with the historical context, specifically the changes of the Czech daily newspapers market after 1989.

In connection with the transfer of ownership of the Czech publishing houses to the hands of domestic businessmen, often with direct links to politics, thesis also deals with the issue of ownership concentration and the relations between media and politics. I also mention the phenomenon of emerging new, alternative media projects by the journalists in reaction to ownership changes threatening pluralism and freedom of speech.

In the end, I also compare the development of ownership of the daily newspapers in the Czech Republic with the development of ownership in other countries of the CEE region, such as Slovakia, Poland, Hungary or the Baltic States.

## **Klíčová slova**

vlastnictví médií, tištěná média, ekonomika tištěných médií, oligarchizace médií, koncentrace vlastnictví, média a politika

## **Keywords**

media ownership, print media, newspapers, economics of print media, media oligarchisation, concentration of media ownership, media and politics

**Rozsah práce:** 237 821 znaků

## **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 16. 5. 2017

Magdaléna Vojtová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala své rodině a blízkým, kteří svou tolerancí a podporou přispěli ke vzniku této práce.

SCHVÁLENO

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>											
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>											
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Vojtová Magdaléna	<b>Razítko podatelny:</b>										
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2009	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">14-04-2014 -1-</td> </tr> <tr> <td>Číslo příloh:</td> <td style="text-align: center;">3/16</td> </tr> <tr> <td>Průběh:</td> <td style="text-align: center;">Shromáždění vše:</td> </tr> <tr> <td>Přílohy:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	14-04-2014 -1-	Číslo příloh:	3/16	Průběh:	Shromáždění vše:	Přílohy:	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd											
Došlo dne:		14-04-2014 -1-									
Číslo příloh:	3/16										
Průběh:	Shromáždění vše:										
Přílohy:											
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> vojtovamag@gmail.com											
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální a komunikační studia (MS)/ navazující magisterské/ kombinovaná											
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b> Změna vlastnických struktur českých médií na počátku 21. století - návrat do rukou domácích vlastníků											
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b> Transformation of the Czech media ownership structures in the early 21 <sup>st</sup> century											
<b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)</b> (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2015/2016											
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):</b>  <p>V posledních několika letech prošel mediální trh střední a východní Evropy procesem velkých změn. V návaznosti na ekonomickou krizi se pokles příjmů nevyhnul ani mediálnímu odvětví. Nešlo jen o příjmy z prodeje, mnohem závažnější dopad měl pokles příjmů reklamních, které jsou pro média všeho druhu již dlouhodobě hlavním zdrojem financování. Stejně jako v jiných oblastech ekonomiky tak i v médiích začalo docházet k restrukturalizacím, propouštění, omezování činnosti a v neposlední řadě i ke změnám vlastnických poměrů.</p> <p>Kromě výše zmíněného má dlouhodobý pokles prodeje a čtenosti spolu s poklesem ziskovosti v návaznosti na ekonomickou krizi za následek také odchod zahraničních vlastníků z regionu. Vlastnictví celé řady médií se již zahraničním mediálním domům, etablovaným ve střední a východní Evropě od 90. let, nejvíce jako perspektivní a můžeme tak sledovat proces ukončování činnosti ztrátových médií či jejich odprodeje. Tento fenomén je patrný i na české mediální scéně, kde na uvolněné místo po zahraničních subjektech přicházejí domácí podnikatelé. Jejich investice do nákupu médií bychom mohli chápat jen jako další z řady investičních aktivit. Vzhledem k vývoji na středoevropském mediálním trhu však nelze ani v dlouhodobém horizontu očekávat u těchto investic jakoukoli návratnost. Motivy domácích podnikatelů tak zřejmě můžeme hledat především ve sféře vlivu a možnosti účinně působit za pomoci médií na veřejné mínění a využít toho k dosažení nebo upevnění podnikatelského či politického postavení. Tato práce tedy kromě samotné analýzy vlastnických změn bude věnovat pozornost i širším souvislostem propojení médií, politiky a byznysu.</p> <p>Vlastnictvím periodického tisku v České republice se zabývá poměrně málo prací, většinou jsou popisovány pouze obecné trendy a tendence celého regionu. Jedná se především o práce evropských výzkumných agentur, kde je Česká republika často zahrnuta pouze jako neurčitá součást bloku postkomunistických zemí. Podrobně se vlastnictvím českých médií zabývá Josef Benda, ve své práci <i>Vlastnictví periodického tisku v České republice</i>. Jeho výzkum však končí počátkem roku 2007 a od té doby proces změn pokračuje a vzhledem k ekonomické krizi roku 2008 nabírá nový směr a dynamiku. Otevírá se zde tedy prostor pro další zkoumání dané problematiky. Tato diplomová práce bude z výše uvedené publikace vycházet a zároveň rozšíří sledované období až do současnosti.</p>											
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):</b>  <p>Primárním cílem této práce je deskripce vlastnických podmínek českých soukromých médií (se zaměřením především na trh tištěných médií). Práce si klade za cíl podat systematický přehled vlastnických struktur českých médií, především pak jejich změn v posledních dvaceti letech. Podstatným prvkem práce je analýza základních tendencí a podmínek, za kterých tato transformace struktur vlastnictví a organizace českých médií probíhala a probíhá s důrazem kladeným především na ekonomickou krizi s počátkem v roce 2008, jejíž vliv na mediální trh</p>											

střední a východní Evropy byl hluboký a zásadní. V práci bude provedena také komparace tohoto procesu probíhajícího v České republice s dalšími tzv. postkomunistickými zeměmi v regionu.

Druhotným cílem práce je pak analýza motivů vstupu lokálních podnikatelských subjektů na mediální trh. Vysvětlení jejich možných strategií a ambicí v této oblasti a zmapování možných dopadů těchto majetkových přesunů na stav demokracie a plurality názorů.

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

**Úvod** – stručný popis problematiky a vysvětlení motivací k jejímu zpracování

1. **Historický exkurz** – rekapitulace změn vlastnických struktur v průběhu 90. let

1.1. Liberalizace a privatizace

1.2. Příchod zahraničních subjektů

2. **Obecné tendence v mediálním odvětví v novém tisíciletí**

2.1. Technologické změny

2.2. Konvergence a koncentrace

2.3. Modely řízení médií

3. **Problematika českého mediálního trhu v prvních 20 letech 21. století**

3.1. Vlastnické proměny českého mediálního trhu

3.2. Vliv ekonomické krize 2008

3.3. Odchod zahraničních vlastníků

3.4. Vstup domácích podnikatelů

3.5. Propojení politiky a byznysu

3.6. Srovnání se státy s podobným historickým vývojem (Slovensko, Polsko, Maďarsko, Slovinsko...)

**Závěr** – zhodnocení a shrnutí výsledků, které bude práce prezentovat

**Přílohy** – příložené materiály

**Seznam použitých zdrojů**

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

Jako podkladový materiál poslouží výzkumy celé řady evropských agentur a univerzit týkající se vlastnictví médií, jako například: European Research Council, European Federation of Journalists aj. Využity budou také informace z českých i zahraničních časopisů věnujících se problematice médií jako například Marketing & Media, Marketing Sales Media, Strategie, Marketing Science, Journal of Law and Economics a další. Dále pak data z českého i z dalších evropských obchodních rejstříků stejně jako informace z odborných publikací věnujících se danému tématu.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Kvalitativní analytické šetření vlastnických struktur českých soukromých médií.

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

BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-802-4613-871.

Práce podává detailní přehled vlastnictví českého periodického tisku v letech 1989 – 2006, poukazuje na charakteristické rysy jeho vývoje ve sledovaném období a přehledně popisuje jeho stav a strukturu k počátku roku 2007.



DOYLE, Gillian. *Media ownership: the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. Thousand Oaks [Calif.]: SAGE, 2002, vii, 192 p. ISBN 07-619-6681-1.

Knihla nabízí kritický pohled na současné mediální prostředí – zabývá se konsolidací a expanzí médií, zkoumá sociopolitické a kulturní důsledky koncentrace médií, analyzuje, jak na koncentraci a konvergenci reaguje politická reprezentace a věnuje se také rovnováze moci mezi politiky a vlastníky médií.

HALLIN, Daniel C. a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-807-3673-772.

Knihla přináší systémový pohled na média a představuje základní přehled národních mediálních systémů euroamerického prostoru. Publikace dává nahlédnout do příčin zásadních rozdílů v přístupu médií k politice a komercializaci médií, k profesionalitě mediálních pracovníků a k jejich roli vzhledem k veřejnému mínění a veřejné sféře jako takové.

MCCHESENEY, Robert Waterman. *The political economy of media: enduring issues, emerging dilemmas*. New York: Monthly Review Press, c2008. ISBN 15-836-7162-5.

Autor, jeden z předních mediálních kritiků současnosti, poskytuje komplexní analýzu ekonomické a politické moci, které jsou mobilizovány k postupnému upevňování kontroly nad médií. McChesney zkoumá témata politické ekonomie médií, mezi něž patří např. vztah žurnalistiky k demokratické praxi, porozumění propagandě (vládní i komerční), souvislosti mezi komerčními médií a depolitizací společnosti, zvláštní role inzerce ve formování mediálního trhu i obsahu, vztah médií ke globálnímu a současnému kapitalismu, vliv komercializace na kulturu, veřejnoprávní vysílání atd. Autorovy argumenty jsou podloženy dlouholetým detailním výzkumem.

ŠTĚTKA, Václav. *Media Ownership and Commercial Pressures: Pillar 1 - Final report (Media And Democracy In Central And Eastern Europe)* [online]. 2013 [cit. 2014-03-23] Dostupné z:

[http://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final\\_reports/stetka\\_2013\\_final%20report\\_posted.pdf](http://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final_reports/stetka_2013_final%20report_posted.pdf).

Jedná se o souhrn výsledků vědeckého výzkumu *Media And Democracy In Central And Eastern Europe*. Tento projekt probíhal ve spolupráci s European Research Council, Katedrou politologie a mezinárodních vztahů University of Oxford a Katedrou médií a komunikace, London School of Economics. Cílem výzkumného projektu bylo prozkoumat často špatně chápané vztahy mezi demokracií a vlastnictvím médií ve střední a východní Evropě.

**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)

BENDLOVÁ, Kateřina. *Slovenský mediální systém v komparaci s modely Hallina a Manciniho*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Tomáš Trampota, PhD.

BERNARDYOVÁ, Kateřina. *Formy vlastnictví zpravodajských agentur ve vybraných zemích EU*. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Ludmila Trunečková.

MACHKOVÁ, Marta. *Mediální trh v České republice v kontextu současného hospodářského vývoje*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Lenka Vochocová.

MOUDRÁ, Martina. *Koncentrace vlastnictví koncernu MAFRA v České republice v letech 2000-2007*. Praha, 2009. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Mgr. Daniel Köppl.

Datum / Podpis studenta/ky

14.4.2014

*Kyřan!*

**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.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

*Barbara Křížková*

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

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

# Obsah

Úvod.....	1
1. Vývoj vlastnictví denního tisku do roku 2008 .....	4
1.1 Evropská média na konci 20. století.....	4
1.2 Transformace českých médií po roce 1989 .....	5
1.2.1 Rychlost transformace a tendence k liberálnímu modelu .....	8
1.2.2 Spontánní privatizace, privatizace a vznik nových titulů, 1989 – 1992 ....	10
1.2.3 Masivní vstup zahraničních vlastníků na český trh, 1993 - 2000 .....	16
1.2.4 Konsolidace vlastnických poměrů, 2001 – 2008 .....	24
1.3 Stav vlastnictví českého denního tisku na konci roku 2007 .....	28
1.3.1 Vydavatelé celostátních deníků .....	28
1.3.2 Vydavatelé regionálních deníků .....	30
1.3.3 Shrnutí .....	31
2. Vývoj vlastnictví denního tisku po roce 2008.....	34
2.1 Vliv ekonomické krize .....	34
2.2 Vztah médií a politiky .....	43
2.3 Koncentrace vlastnictví .....	46
2.3.1 Legislativní rámec vlastnictví periodického tisku v České republice.....	50
2.4 Vývoj vlastnictví vydavatelů celostátních deníků po roce 2008 .....	52
2.4.1 MAFRA, a.s.....	52
2.4.2 CZECH NEWS CENTER a.s a CN Invest a.s.....	60
2.4.1 BORGIS a.s. ....	65
2.4.2 Economia, a.s.....	66
2.4.3 FUTURA, a.s.....	68
2.5 Vývoj vlastnictví vydavatelů regionálních deníků po roce 2008 .....	69
2.5.1 VLTAVA LABE MEDIA, a.s. ....	69
2.6 Zhodnocení – aktuální stav vlastnictví českého denního tisku.....	76
2.6.1 Vznik nových alternativních titulů .....	80
2.7 Vývoj v ostatních zemích regionu.....	84
Závěr .....	91
Summary .....	93
Seznam použité literatury.....	95
Seznam tabulek a grafů .....	101

# Úvod

## Důvody zvolení tématu a předmět zájmu práce

Jako téma této diplomové práce jsem zvolila změnu vlastnických struktur českých médií na počátku 21. století, se zaměřením na český celostátní denní tisk v období po roce 2008. Důvodů k vypracování této studie jsem měla hned několik. Téma vlastnictví médií a jeho celospolečenských konsekvencí mě dlouhodobě zajímá a domnívám se osobně, že znalost kontextu vlastnictví a způsobu financování daného média ve vztahu k obsahům, které toto médium produkuje je velmi důležitá pro jakoukoli další kritickou práci s poskytnutými informacemi. V rámci svého předchozího studia jsem se seznámila s řadou publikací a studií, které mapují vývoj vlastnictví českého periodického tisku v období transformace po roce 1989 a dále v prvních několika letech 21. století. Vzhledem k tomu, že od té doby prošel český mediální trh další výraznou proměnou, je cílem práce shrnout vývoj vlastnictví českého celostátního periodického tisku v letech 1989 – 2007 (neboť vybrané aspekty tohoto vývoje zásadně ovlivňují i vývoj v posledních letech) a navázat co možná nejúplnějším popisem změn vlastnických poměrů českých médií s důrazem na celostátní denní tisk, které na českém trhu nastaly v letech 2008 – 2016.

Téma práce se rozkládá mezi třemi hlavními obory a to mediálními studií, právem a ekonomikou s přesahy do dalších oblastí – především politologie a sociologie.

Vlastnictví periodického tisku není uzavřenou problematikou, i po dokončení této práce se velmi pravděpodobně bude dále vyvíjet – z toho důvodu bylo nutné stanovit konečné datum, do kterého budou změny vlastnictví v práci zohledněny. Tímto datem je 31. 3. 2017. Další případné změny nastalé po tomto datu již nemohly být do práce zahrnuty.

Hypotéza, kterou jsem si stanovila k potvrzení či vyvrácení je následující:

Období, kdy český denní tisk vlastnily zahraniční, převážně západoevropské, společnosti skončilo a střídá jej období, kdy jsou tuzemská vydavatelství vlastněna českými a rovněž slovenskými podnikateli, kteří dosud v mediálním průmyslu nepůsobili a jejichž vstup do odvětví je vyústěním přechodného dlouholetého strukturálního vývoje českého mediálního trhu. Vzhledem k tomu, že motivace těchto nových subjektů na mediálním poli není výhradně ekonomická, dochází tak zároveň ke změně situace, kdy pro existenci jednotlivých titulů byly určující výhradně ekonomické faktory.

## Metodika

Stěžejním metodickým přístupem při zpracování této práce bylo provedení ekonomické analýzy vlastnictví periodického tisku, tedy zmapování majetkové struktury vydavatelství celostátních a regionálních deníků v České republice. V dnešní době však není možné otázku omezit pouze na tištěná média, v souvislosti s majiteli tištěných médií se proto v analýze vlastnictví věnuji částečně i vlastnictví médií vysílacích a elektronických. Zároveň vybraná vydavatelství vydávající deníky vydávají i jiné druhy periodik, především časopisy, toto je v práci zohledněno, nicméně vlastnická struktura ryze časopiseckých vydavatelství není v práci zkoumána.

Z různých možných přístupů, které se nabízely, byl zvolen přístup dokladování vlastnictví periodického tisku dle jednotlivých vydavatelství. Alternativním způsobem by bylo postupovat podle jednotlivých titulů nebo podle jednotlivých vlastníků (ať už fyzických nebo právnických osob). Tyto přístupy však nebyly využity z důvodu jejich menší přehlednosti.

Jednotlivá vydavatelství jsou v práci řazena podle velikosti (měřeno podílem na trhu vydavatelů dle dat zveřejňovaných Uníí vydavatelů). Do velikosti vydavatelství tedy zahrnuji všechny vydávané tituly, včetně časopisů a dalších periodik, ačkoli je práce zaměřena na celostátní deníky.

## Relevantní prameny a sekundární literatura

Téma proměny vlastnictví na českém trhu s denním tiskem po roce 2006 nebylo zatím uceleně zpracováno. Ve své práci vycházím do značné míry z přehledu vývoje českého periodického tisku před rokem 2006, který zprostředkovává práce *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989 – 2006* Josefa Bendy.<sup>1</sup> [V kapitole 1.2](#) částečně přejímám jeho periodizaci vývoje vlastnictví mezi lety 1989 – 2006 do tří relativně samostatných avšak prolínajících se etap. Dále pak v [kapitole 2](#) navazuji vlastní, čtvrtou etapou. Ze zpracované bibliografie předkládané autorem, vycházím okrajově i při vlastní analýze. Vzhledem k tomu, že od vydání knihy již uplynulo 10 let, je i bibliografie do značné míry zastaralá a proto ji doplňuji o celou řadu aktuálních titulů.

---

<sup>1</sup> BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1.

Dalšími důležitými prameny jsou studie vlastnictví médií v postkomunistických zemích zpracované například Milanem Šmídem v kapitole věnované České republice ve sborníku *Media ownership and its impact on media independence and pluralism*<sup>2</sup> či vybrané analýzy Ágnes Gulyás – například její publikace *MediaMorphosis: The Political Economy of the Print Media in East Central Europe During the First Decade of the Post-Communist Era*<sup>3</sup>, nebo její článek *Print Media in Post-Communist East Central Europe*<sup>4</sup>.

Při analýze vlastnictví po roce 2008 vycházím především z primárních zdrojů, tedy z údajů o vlastnictví ve Veřejném rejstříku a Sbírce listin Ministerstva spravedlnosti České republiky, který je dostupný i on-line.<sup>5</sup> Využívám však také sekundární literaturu a další, například internetové zdroje jako jsou portály *MediaGuru.cz*, *Mediář.cz* nebo *Strategie.cz*.

K tématům fungování médií za vlády komunistického režimu, transformace médií a mediálního trhu v postkomunistické společnosti, koncentraci vlastnictví i propojení médií a politiky byla zpracována celá řada odborných publikací, z nichž se snažím v teoretických částech práce čerpat. Jde například o titul Karola Jakubowicze *Rude Awakening: Social and Media Change in Central and Eastern Europe*<sup>6</sup>, Petera Grosse *Entangled Evolutions: Media and Democratization in Eastern Europe*<sup>7</sup>, nebo sborníky *Media '95: experience and expectations - five years after*<sup>8</sup>, *Média dvacet let poté*<sup>9</sup> nebo *Česká média a Evropská unie: 20 let smazávání hranic*<sup>10</sup> aj.

---

<sup>2</sup> ŠMÍD, Milan. Czech Republic. In: HRVATIN, Sandra a Brankica PETKOVIĆ (Eds.). *Media ownership and its impact on media independence and pluralism*. Slovenia: Mirovni Institut. [online]. [cit. 2016-12-14]. [http://www2.mirovni-institut.si/media\\_ownership/pdf/czech%20republic.pdf](http://www2.mirovni-institut.si/media_ownership/pdf/czech%20republic.pdf)

<sup>3</sup> GULYÁS, Ágnes. *MediaMorphosis: The Political Economy of the Print Media in East Central Europe During the First Decade of the Post-Communist Era*. 1. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing, 2011. ISBN 978-3-8443-8326-3.

<sup>4</sup> GULYÁS, Ágnes. *Print Media in Post-Communist East Central Europe*. *European Journal of Communication* [online]. 2003, vol. 18, issue 1, s. 81-106 [cit. 2016-12-14]. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0267323103018001227>

<sup>5</sup> *Veřejný rejstřík a Sbírka listin* [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>

<sup>6</sup> JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 978-0521543088.

<sup>7</sup> GROSS, Peter. *Entangled evolutions: media and democratization in Eastern Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2002. ISBN 08-018-6852-1.

<sup>8</sup> ŠOLTYS, Otakar a Phillip J. GLENN, ed. *Media '95: experience and expectations - five years after : Prague, October 5-6, 1995*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-706-6549-1.

<sup>9</sup> JIRÁK, Jan, Barbara KÖPPLOVÁ a Denisa HEJLOVÁ, ed. *Média dvacet let poté: Media twenty years after*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5.

<sup>10</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Česká média a Evropská integrace: 20 let smazávání hranic*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2009. ISBN 978-80-86855-50-9.

# 1. Vývoj vlastnictví denního tisku do roku 2008

Abychom pochopili kontext vývoje vlastnictví v posledních letech a mohli jej dále studovat, je nutné znát i vývoj médií a jejich vlastnictví bezprostředně po pádu komunistického režimu u nás a v letech následujících. Vývoj českého mediálního trhu v letech 1989 – 2008, vývoj vlastnictví periodického tisku a další souvislosti tohoto vývoje shrnuje následující kapitola.

## 1.1 Evropská média na konci 20. století

Na konci 80. let 20. století byla situace médií v postkomunistických státech střední a východní Evropy (Českou republiku nevyjímaje) značně odlišná od vyspělejších států tzv. západní Evropy.

V demokratických systémech v západní Evropě se ve druhé polovině minulého století projevoval především trend ústupu stranických listů směrem ke komerčním novinám zaměřeným na produkci zisku prostřednictvím informování a poskytování zábavy svým čtenářům namísto prosazování politických myšlenek a ideologie. Jak zmiňují například Hallin a Mancini "noviny s vazbami na politické strany postupně upadaly a stále větší dominanci získával model profesionalizace novinářů, poskytujících objektivní, a především apolitické informace".<sup>11</sup> Začíná zde také trend koncentrace vlastnictví novinových titulů vedený snahou rozšířit trh i mimo původní, tradiční, ideologicky a skupinově omezené hranice. Proces byl v tomto případě obdobný jako na americkém trhu a "komerční listy financované téměř výhradně z inzerce postupně vedly k odchodu většiny politicky orientovaných listů z trhu".<sup>12</sup> Ve státech západní Evropy, kde demokratický vývoj společnosti nebyl zásadně na delší dobu přerušen, se vytvořily silné, samostatné, domácí mediální společnosti. Vydavatelské domy se rozvíjely v průběhu několika generací a během 20. století postupně posilovaly své postavení a rozšiřovaly své aktivity. Zformovaly se do podoby hospodářsky silných společností, pevně usazených v domácí ekonomice, se silnou pozicí na trhu, majetkovou základnou a čtenářskou tradicí.

---

<sup>11</sup> HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-80-7367-377-2, s. 275-6.

<sup>12</sup> HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-80-7367-377-2, s. 297-8

Na druhé straně veškerá média v zemích ovládaných bývalým Sovětským svazem byla ve druhé polovině 20. století, až do konce 80. let, pod přímou kontrolou státu a mediální systém odpovídal sovětskému modelu řízení médií. Ekonomická ziskovost novin i jejich komerční funkce byly potlačeny, stejně tak funkce zábavní. Dominantní funkcí byla funkce vzdělávací a politická,<sup>13</sup> oficiální role médií byla chápána jako nástroj prosazování vládnoucí ideologie a tomu se přizpůsoboval i obsah listů, zaměřený z velké části na ideologickou propagandu a osvětu. Média tedy sloužila jako prostředek jednoho typu socializace<sup>14</sup>, měla formovat souhlasný postoj obyvatel státu ke státní politice a také bránit šíření nevhodných, alternativních či podvrtných názorů. Rozvoj domácích vydavatelských společností byl násilně přerušen (stejně jako demokratický rozvoj celé společnosti) a proto se u nás (ani v řadě dalších zemích ovládaných komunistickým režimem) silné mediální domy nemohly zformovat.

Přes tyto odlišnosti však postupné uvolnění mediálních trhů ve světě včetně západní Evropy (typické pro 80. – 90. léta minulého století) výrazně ovlivnilo transformaci mediálních systémů v postsovětských zemích, včetně České republiky. Někteří autoři jdou dokonce tak daleko, že tvrdí, že to byla právě globální západní kultura založená na komunikačních technologiích, která (samozřejmě vedle řady dalších vlivů) spoluzapříčinila oslabení a následné zhroucení totalitního sovětského systému na konci 80. let, neboť "se pro něj stalo nemožné skrývat nadále silný kontrast reality života v socialismu proti hospodářsky vyspělému západnímu světu."<sup>15</sup>

## 1.2 Transformace českých médií po roce 1989

Ve své práci se věnuji vlastnictví tištěných médií na území České republiky, nicméně proces transformace, který je pro pozdější vývoj vlastnictví médií určující, se neodehrával v České republice (resp. Československu) separovaně od okolních zemí, od dalších politických, ekonomických a jiných vlivů. Proměny, kterými procházelo Československo, korespondovaly s proměnami celého regionu. Strukturální změny se týkaly všech satelitních zemí někdejšího Sovětského svazu a proměna mediálního systému spojená s pádem komunistického režimu a událostmi samého konce 80. let je do značné míry proces

---

<sup>13</sup> GULYÁS, Ágnes. Print Media in Post-Communist East Central Europe. *European Journal of Communication* [online]. 2003, vol. 18, issue 1, s. 82

<sup>14</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. Média a společnost. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-807-3672-874, s. 61

<sup>15</sup> MCNAIR, Brian. The transformation of Media and Journalism in Central and Eastern Europe after 1989: from control to chaos? In: JIRÁK Jan, KÖPPOVÁ Barbara a Denisa KASL KOLLMANNOVÁ. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009, 384 s. ISBN 978-80-7367-446-5



zahrnující celou tzv. středovýchodní Evropu. Jak uvádí Colin Sparks, je vhodné studovat vznik nového mediálního systému napříč celým regionem, neboť "všechny země měly stejný výchozí bod (komunistický systém řízení médií) a zároveň stejný směr pohybu vstříc systému s mnohem vyšším stupněm marketizace."<sup>16</sup>

Je důležité mít na paměti i ještě širší celoevropský mediální kontext, neboť v 90. letech procházely proměnou i rozvinuté státy západní Evropy. Postupná integrace tamních původně oddělených trhů, budování jednotné Evropské unie a eurozóny a postupující globalizace byly nejdůležitější trendy, které se postupně přenášely i do transformujících se mediálních systémů postkomunistických zemí.<sup>17</sup> Obě do té doby oddělené části Evropy se začaly postupně sblížovat, jak po stránce politické, tak po stránce ekonomické a vzájemně se stále více ovlivňovaly.

Kromě kontextu geografického zároveň nelze proces transformace médií vydělit z kontextu celospolečenské strukturální transformace související se zcela základním přechodem od jednoho typu společenského zřízení k typu druhému (tedy od autoritářského, totalitního uspořádání k liberální demokracii). V rámci tohoto přechodu je podle Bendy určující politická a technologická transformace, z nichž každá má své silné ekonomické i sociální aspekty.<sup>18</sup> Technologická transformace souvisela jednak se zásadní proměnou technické základy a výrobní technologie, která byla v redakcích a tiskárnách v postsovětských zemí zastaralá již v 70. letech, ale rovněž s celkovým vývojem v západní Evropě a ve světě, kde docházelo k digitalizaci komunikace, rozvoji počítačových sítí a rozšiřování internetu, který se postupně stal významnou oblastí mediální produkce a s tím související technologické konvergenci komunikačních technologií a komercializaci obsahů médií.<sup>19</sup> Tato technologická a společenská změna tedy spolu s faktorem globalizace dokreslovala společný kontext vývoje do té doby oddělených bloků zemí.

Změny, které v bývalých komunistických státech střední a východní Evropy proběhly na samém konci 80. let minulého století, s sebou v českém prostředí přinesly (byť

---

<sup>16</sup> SPARKS, Colin. *Is there an Emerging European Media Model*. In: ŠOLTYS, Otakar a Phillip J. GLENN, ed. *Media '95: experience and expectations - five years after : Prague, October 5-6, 1995*. Praha: Karolinum, 1996, s. 67-79. ISBN 80-706-6549-1.

<sup>17</sup> JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 15-727-3649-6, s. 61

<sup>18</sup> BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 76

<sup>19</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8, s. 380

ne absolutní) svobodu tisku<sup>20</sup> a odstranění státního monopolu v oblasti médií. Tento proces začal již v prvních dnech listopadové revoluce, kdy bylo 20. listopadu na schůzi Občanského fóra rozhodnuto založit Nezávislé tiskové středisko, které následně začalo vydávat kromě *Stávkového bulletinu* také deník s názvem *Informační servis*, jehož obsahy nebyly pod kontrolou tehdejší politické garnitury.<sup>21</sup> Ve stejný den i ve stávajících denících *Mladá fronta* a *Svobodné slovo* (a později i v dalších periodikách) vyšly informace o jednání pořádkových sil 17. listopadu na Národní třídě.<sup>22</sup> Postupně se zástupcům Občanského fóra podařilo získat také přístup do televize a do vysílání rozhlasové stanice *Hvězda*, kde jím byla následně vysílána dvakrát denně zpravodajská relace. Právě svoboda projevu, jejíž součástí je i svoboda tisku je považována ze jednu ze základních hodnot a konstitutivní prvek jakékoli liberální, demokratické společnosti, neboť s právem na svobodu projevu je neodmyslitelně spjata právo na přijímání a šíření informací. Proces demokratizace médií dále pokračoval vytvořením nové mediální legislativy, privatizací a osamostatněním mediálního provozu od státu.<sup>23</sup>

Například Sparks popisuje tento proces jako "jednosměrnou proměnu celého mediálního systému od centrálně řízených médií k médiím řízeným trhem",<sup>24</sup> kdy postupně došlo k oddělení médií od vlády a politických struktur, profesionalizaci novinářů, decentralizaci, specializaci a diverzifikaci médií, demokratizaci, demonopolizaci a deregulaci vysílání, komercializaci soukromého a částečně i veřejného vysílání, koncentraci vlastnictví na národní a mezinárodní úrovni, internacionalizaci, transnacionalizaci a globalizaci a v neposlední řadě k digitalizaci a konvergenci.<sup>25</sup> Jiráček a Köpplová pak období po roce 1989 shrnují takto:

"Po roce 1989 se média stala součástí politické, společenské a ekonomické transformace české společnosti. Zbavila se služebné závislosti na státu (fáze deetatizace),

---

<sup>20</sup> Svobodu médií hodnotí například každoroční [index](#) společnosti Reporters Without Borders (RSF), který posuzuje politické, právní a ekonomické podmínky působení médií. V roce 2016 Česká republika klesla v hodnocení ze 13. pozice (na které se umístila v roce 2014 i 2015) na 21. pozici. Jedná se o první zhoršení pozice po 6 letech a došlo k němu především v důsledku ekonomických faktorů, kdy index reaguje na "oligarchizaci" českého mediálního trhu na kterém se etablovat podnikatelské skupiny s vazbami na vládní politiku.

<sup>21</sup> VLČEK, Tomáš. Sametová revoluce 1989: pondělí 20. listopadu 1989. In: *Totalita.cz* [online]. [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: [http://www.totalita.cz/1989/1989\\_1120.php](http://www.totalita.cz/1989/1989_1120.php) nebo Pondělí 20. listopad 1989. In: *VaclavHavel-library.org* [online]. Knihovna Václava Havla [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: <http://www.vaclavhavel-library.org/cs/index/novinky/767/pondeli-20-listopad-1989>

<sup>22</sup> Př. Naše prohlášení k 17. listopadu 1989. In *Svobodné slovo*, 1989, roč. XLV, č. 272, s. 1.

<sup>23</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8, s. 255-259.

<sup>24</sup> SPARKS, Colin a Anna READING. *Communism, capitalism and the mass media*. London: Sage, 1998. ISBN 978-076-1950-752, s. 17

<sup>25</sup> JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 15-727-3649-6, s. 9

rychle se stala součástí nově se konstituující tržní ekonomiky (privatizace většiny mediálního sektoru a vznik duálního systému) a přizpůsobila se dobovému trendu ekonomizace mediální produkce (komercializace)."<sup>26</sup>

### 1.2.1 Rychlost transformace a tendence k liberálnímu modelu

Samotný přechod z centrálně řízeného, příkaznického, komunistického systému na systém tržní, liberálně-demokratický se vyznačoval dvěma základními charakteristikami. První z nich bylo odmítnutí mediálního systému fungujícího v Československu před rokem 1989 jako celku a tím i zavrnutí jakékoli možnosti jeho postupného přetváření nebo proměny. Uvádí to například Jakubowicz:

"The Communist model of the media was universally rejected, if only because its tendentious and propaganda-driven portrayal of reality produced society-wide cognitive dissonance, giving rise to an impaired".<sup>27</sup>

Důležitou roli zde hrála i očekávání o žádoucí úloze médií v nové demokratické společnosti, kde média měla být institucí svobody projevu a stát se nezávislým fórem pro veřejnou diskuzi, debatu mezi veřejností a mocenskou garniturou, pro kritickou reflexi poměrů. Právě svoboda projevu je často chápána jako konstitutivní rys, symbol a měřítko demokratických (nebo demokratizovaných) občanských společností, neboť svoboda projevu a svobodná výměna informací mezi lidmi pramení vždy přirozeně z individuální svobody jednotlivce.<sup>28</sup> Aby tato, částečně romantická, představa o roli médií mohla být naplněna, bylo nutné oddělit média od státu a státních institucí a najít a vytvořit nový půdorys pro jejich fungování. Tímto půdorysem bylo v českých a také slovenských médiích soukromé vlastnictví, tedy privatizace médií.

Zde se plynule dostáváme k druhé hlavní charakteristice přechodu na tržní systém, kterou je dominance liberálního přístupu v oblasti médií. Uvolněné místo po odmítnutém komunistickém mediálním systému začaly velmi rychle formovat trendy platné v zahraničí a liberálně-demokratický model, resp. jeho mladší "anglosaská" verze, která akcentuje především komerční aspekty fungování médií a považuje mediální produkty za zboží, které

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 73

<sup>27</sup> JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 15-727-3649-6, s. 133

<sup>28</sup> DROŽDŽ, Michał. *The Shape of Media Freedom after Communism. Média dvacet let poté: Media twenty years after*. Praha: Portál, 2009, s. 66-74. ISBN 978-80-7367-446-5.

se nijak neliší od jiných druhů zboží.<sup>29</sup> Tento model v dané době převládal i jinde v Evropě a v Americe a důkazem jeho přijetí u nás může být i vyřazení politických stran z množiny subjektů, kterým bylo umožněno vydávat periodický tisk v rámci přijímání nových legislativních opatření na počátku 90. let.<sup>30</sup> Řada odborníků považuje toto veskrze nekritické přijetí liberálních vzorců jako nevyhnutelné ve chvíli, kdy státy tzv. středovýchodní Evropy byly najednou vystaveny prostředí komercializovaného volného mediálního trhu, který byl přítomný všude v okolním vyspělém světě.<sup>31</sup>

Problémem, který tento v řadě aspektů velmi dynamický přechod přinesl, byla neexistence specifické koncepce regulace médií a mediálního prostředí jako celku po roce 1989. Bylo tak velmi obtížné nalézt pevné body, na nichž by mohla nově vznikající a nově se definující média stavět.

Při tvorbě nové mediální legislativy byl větší důraz kladen na vysílací média než na ta tištěná. Již v roce 1991 vznikly hned tři nové zákony konstituující mediální systém v oblasti rozhlasu a televize.<sup>32</sup> V oblasti periodického tisku pak došlo především k odstranění vedoucí úlohy KSČ<sup>33</sup>, cenzura byla prohlášena za nepřipustnou a všem československým občanům a firmám se sídlem v Československu bylo umožněno vydávat periodický tisk.<sup>34</sup> Dále byl zrušen Federální úřad pro tisk a informace, který dosud vykonával nad médii dozor.<sup>35</sup> Na samostatný tiskový zákon si však mediální trh musel počkat až do roku 2000.<sup>36</sup> Vývoj mediálního trhu tak značně předbíhal vývoji legislativy a především tištěná média byla částečně ponechána mechanismům tržního prostředí, bez státních zásahů a regulací.

Ačkoli existovala v zásadě shoda na tom, že periodický tisk má být přenechán tržnímu prostředí, nepodařilo se dosáhnout konsenzu nad způsobem, jakým by měl být tisk privatizován. Z toho důvodu byla ve většině zemí první fází privatizace tzv. privatizace spontánní, kdy řídicí pracovníci a zaměstnanci v té době státních vydavatelství měli často

---

<sup>29</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 76

<sup>30</sup> JIRÁK, Jan. Masová média a česká společnost. JIRÁK, Jan, MILAN ŠMÍD, MILOŠ ČERMÁK, et al. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 9-21. ISBN 8071789259, s. 15

<sup>31</sup> MCNAIR Brian In JIRÁK Jan, KÖPPLOVÁ Barbara, KASL KOLLMANNOVÁ Denisa. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009, ISBN 978-80-7367-446-5, s. 16-17.

<sup>32</sup> zákon č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi a zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu

<sup>33</sup> vyňato z preambule zákona č. 81/1966 o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích

<sup>34</sup> novelou stejného zákona č. 81/1966 přijatou v březnu 1990

<sup>35</sup> úřad byl zrušen 28. března 1990 zákonem č. 86/1990 Sb. o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích

<sup>36</sup> zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů

falešný pocit vlastnictví firemních zdrojů a nakládali s nimi ke svému vlastnímu prospěchu, vlastnická práva tedy byla "převáděna" spontánní a nelegální formou. Důkazem nejasné nebo neexistující koncepce přístupu k médiím a také tendence k někdy až přehnanému liberalismu byla i "vysoká míra tolerance k těmto ne vždy legálním postupům".<sup>37</sup> V další fázi pak byly jednotlivé tituly prodávány soukromým vlastníkům (ve velké většině případů zahraničním).

Stejně jako nedošlo zavčas k vytvoření pravidel pro privatizaci médií, nedošlo ani k vytvoření pravidel pro vstup zahraničních vlastníků a, jak konstatuje Evropská federace novinářů ve své studii z roku 2005, "trendy v globální ekonomice a s nimi spojený rychlý vpád západních mediálních skupin na trhy střední a východní Evropy zde nedovolily rozvoj nezávislých nebo národních mediálních skupin".<sup>38</sup> Právě ty postkomunistické země, jejichž mediální legislativa byla mimořádně liberální, zaznamenaly nejrychlejší a nejmasivnější přechod médií do rukou zahraničních mediálních skupin původem ze západní Evropy – tj. proces označovaný některými autory jako "westernizace médií".<sup>39</sup>

### **1.2.2 Spontánní privatizace, privatizace a vznik nových titulů, 1989 – 1992**

Bezprostředně po pádu komunistického režimu a prvotní stabilizaci společnosti a ekonomiky začala v tranzitivních ekonomikách probíhat transformace vlastnických struktur. Privatizace médií v prvních měsících roku 1990 nemá ještě jasně nastavená pravidla, a i když již základní legislativa existuje, její dodržování nikdo nekontroluje. Jak uvádí Giorgi a Pohoryles měl tento vývoj pro tisk následující důsledky: 1) převzetí těch titulů a vydavatelství, která byla pod státní kontrolou soukromým kapitálem a 2) vznik nových soukromých vydavatelství nebo vydavatelských sdružení a nových titulů.<sup>40</sup>

Na sklonku roku 1989 sice získala Česká republika politickou svobodu, avšak na druhé straně zdědila nefunkční, silně postátněnou ekonomiku (míra postátnění byla vyšší než v ostatních zemích komunistického bloku). Centrálně plánovaná ekonomika do té doby fungovala jen díky disciplíně vynucované represivními orgány státu a díky síle vedoucí úlohy komunistické strany. Jakmile byly však tyto orgány a organizace prostupující

<sup>37</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

<sup>38</sup> European Federation of Journalists. *Media Power in Europe: The Big Picture of Ownership*. Brusel, 2005, s. 7

<sup>39</sup> 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), s. 436.

<sup>40</sup> GIORGI, Liana. a Ronald J. POHORYLES. *The post-socialist media: what power the West? : the changing media landscape in Poland, Hungary, and the Czech Republic*. Brookfield, Vt.: Avebury, c1995. ISBN 18-562-8654-1.

hospodářství na všech úrovních zlikvidovány (což byla podmínka obnovení demokracie), nebyla již ekonomika dále říditelná. Stát ztratil veškeré nástroje, jimiž mohl své zájmy dále prosazovat a hájit (staré nástroje byly odvrženy a nové ještě nebyly vytvořeny). Výsledkem byl chaotický stav, kdy vláda prováděla reformy směřující k liberalismu na makroúrovni, čímž se snažila o stabilizaci ekonomiky, zatímco na mikroúrovni se socialistické podniky ocitly ve vakuu a byly ovládány pouze svými dosavadními managementy.

Vedoucí a zaměstnanci podniků začali postupně využívat počínající svobody podnikání, zakládali vedle podniků, které vedli i své soukromé obchodní společnosti a na ně převáděli aktiva, výrobní prostředky, dodavatelsko-odběratelské smlouvy a vztahy a další majetek jimi řízených státních podniků.<sup>41</sup> Tento proces, později označovaný jako tzv. spontánní privatizace probíhal napříč celou ekonomikou, média nevyjímaje. Dodnes jsou tomuto tématu věnovány stále nové publikace, diskuze a přednášky, což svědčí o tom, že je to téma v české společnosti stále živé.<sup>42</sup>

V oblasti periodického tisku došlo v důsledku politických změn roku 1989 ke změnám ve vedení redakcí a vydavatelství, kontrolu nad tituly přebírali sami zaměstnanci, kteří se následně distancovali od bývalých vydavatelů a s nimi i od celého předlistopadového režimu. Na počátku roku 1990 pak většina vydavatelství pracovala de facto samosprávně pouze pod vedením nově ustaveného managementu. V počáteční fázi privatizace médií přecházelo vlastnictví médií do rukou lokálních, národních soukromých vlastníků, například stávajících redakčních týmů. Nejrozšířenější formou soukromého vlastnictví se tak celkem logicky stala akciová společnost s velkým množstvím podílníků, z nichž každý držel jen malý podíl společnosti.<sup>43</sup>

Prvním případem, kde ke spontánní privatizaci došlo, byl deník *Mladá fronta*, tehdy pod vedením šéfredaktora Libora Ševčíka. Tomuto tématu se věnuje například Čelovský<sup>44</sup>,

---

<sup>41</sup> WEIGL, Jirí. Proč se dnes vracet ke sporu o privatizaci. In: WEIGL, Jirí, Václav KLAUS, Dušan TRÍSKA, Karel DYBA a kol. *Dnešní polemika o včerejší privatizaci*. Praha: Institut Václava Klause, 2013, 91 s. ISBN 978-80-87806-00-5.

<sup>42</sup> Např. ŠVIHLÍKOVÁ, Ilona. *Jak jsme se stali kolonií: příběh neoliberální Evropy*. Praha: Rybka Publishers, 2015. ISBN 978-808-7950-173, nebo VESELÝ, Luboš. *Jak se těží miliardy?*. Velké Přílepy: Olympia, 2015. ISBN 978-80-7376-423-4 a také ZEMAN, Karel. *Analýza privatizačního procesu v České republice*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2939-1 aj.

<sup>43</sup> PALETZ, David a Karol JAKUBOWICZ. *Business as usual: continuity and change in Central and Eastern European media*. Cresskill, N.J.: Hampton Press, 2002. s 160-162, ISBN 1572732652.

<sup>44</sup> ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku. 2., přeprac. a rozš. vyd.* Šenov u Ostravy: Tilia, 2002. ISBN 80-861-0151-7. s. 30-32

Šmíd<sup>45</sup> a velmi podrobně také Marta Vildová ve své bakalářské práci na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy.<sup>46</sup> Při privatizaci *Mladé fronty* proběhly jednotlivé kroky přesně podle výše uvedeného scénáře – tj. došlo k založení nové soukromé akciové společnosti (M a F, a.s.<sup>47</sup>), registraci listu se stejným logem a mírně pozměněným názvem (jelikož názvy ani ochranné známky původního deníku *Mladá fronta* nebyly v té době právně chráněny), následně zaměstnanci původní redakce ukončili své pracovní poměry a nastoupili do redakce nové a "nový" deník *Mladá fronta DNES*, který se svou formou i obsahem velmi podobal původní *Mladé frontě*, mohl začít vycházet a dokonce byl doručován předplatitelům původního titulu. Ačkoli původní vlastník Socialistický svaz mládeže (později Svaz mladých), který přišel o prestižní titul, usiloval o jeho navrácení zpět a jednání mezi ním a redaktory nového listu byla dramatická, nakonec došlo k domluvě, na základě které mohla *Mladá fronta DNES* vycházet.

Tento model byl pak ještě mnohokrát zopakován. Podobně se odehrála privatizace například v *Rudém právu*, ústředním tiskovém orgánu Komunistické strany Československa. Toto téma zpracovává například historik Jiří Vančura.<sup>48</sup> Nově zvolený šéfredaktor listu Zdeněk Porybný převzal i vedení Vydavatelství *Rudé právo* (v první polovině roku 1990 přejmenováno na Vydavatelství Florenc<sup>49</sup>), následně založil soukromou akciovou společnost BORGIS a.s.,<sup>50</sup> ve které byl majoritním vlastníkem, a sérií právních kroků se mu podařilo de facto veškerý majetek původního Vydavatelství Florenc převést na svou novou firmu, čímž se Vydavatelství Florenc stalo zcela nefunkčním a Porybný začal od roku 1991 prostřednictvím společnosti BORGIS a.s. vydávat *Rudé právo* sám, jako soukromý vydavatel. V roce 1995 byl pak deník přejmenován na *Právo*. Porybný je majoritním vlastníkem (stále vlastní přes 59% akcií) i šéfredaktorem dodnes.<sup>51</sup>

---

<sup>45</sup> ŠMÍD, Milan. Czech Republic. In: HRVATIN, Sandra a Brankica PETKOVIĆ (Eds.). *Media ownership and its impact on media independence and pluralism*. Slovenia: Mirovni Institut. [online]. s. 148

<sup>46</sup> VILDOVÁ, Marta. *O privatizaci deníku Mladá fronta*. Praha, 2005. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce Petr Pavlík.

<sup>47</sup> M a F, a.s., B 175 vedená u Městského soudu v Praze, Praha 1, Panská 8, PSČ 11000, IČO: 00552780

<sup>48</sup> VANČURA, Jiří. *Ukradená Fronta, ukradené Právo*. *Listy*. 1998, (1), 15-18. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.britskelisty.cz/9803/19980302f.html>

<sup>49</sup> Vydavatelství Florenc, státní podnik, ALXII 23 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 1, Na Florenci 19, PSČ 11000, IČO: 00441996

<sup>50</sup> BORGIS a.s., se sídlem Slezská 2127/13, 121 50 Praha 2, IČO: 005 64 893, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, spisová značka B 267

<sup>51</sup> BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2007, s. 135-138. ISBN 978-802-4613-871.

Proti Zdeňku Porybnému bylo v březnu 1992 zahájeno trestní stíhání. Vyšetřovatelé, jejichž postup dodatečně posvětila i tehdejší Generální prokuratura, mu kladli za vinu, že v úmyslu získat sobě a jiným finanční prospěch spojený s vydáváním Rudého práva založil akciovou společnost BORGIS a.s., která se stala novým vydavatelem deníku. I zde je patrné nejasné legislativní ukotvení tehdy probíhajících vlastnických změn. Ačkoli mezi privatizací *Mladé fronty* a *Rudého práva* neexistují velké faktické ani právní rozdíly, privatizace prvního z nich proběhla za souhlasu státních orgánů, zatímco Porybný byl trestně stíhán pro podezření z podvodu, z porušení povinnosti při správě cizího majetku a ze spáchání trestného činu porušování závazných pravidel hospodářského styku.<sup>52</sup> Vyšetřování však skončilo pro nedostatek důkazů a trestní stíhání bylo na konci roku 1992 zastaveno.<sup>53</sup>

Jak uvádí Benda, podobný scénář měla též privatizace dalších vydavatelství – jednalo se například o *Zemědělské noviny* (nově vydávané jako *ZN noviny*) nebo *Československý sport* (později vydávaný jako *Sport*). Ke spontánní privatizaci docházelo ve zmiňovaném období stejně tak na regionální úrovni. Vydavatelem sedmi českých krajských deníků<sup>54</sup> a dvou večerníků<sup>55</sup> se koncem roku 1989 místo krajských výborů KSČ stalo Vydavatelství Rudé právo vedené Vlastimilem Košťálem a později rozdělené na dvě společnosti VYDAVATELSTVÍ DELTA<sup>56</sup> a Vydavatelství DELTAPRESS s.p.).<sup>57</sup> Všechny deníky následně v několika vlnách spontánní privatizace přešly do soukromých rukou. Podobně to bylo i s večerníky. Stejně jako redaktori mladé *Mladé fronty* zprivatizoval v roce 1990 Fidelis Schlée původní pražský večerník *Večerní Praha* a začal jej vydávat pod novým názvem *Večerník Praha* (vydavatelská práva později převedl na svou firmu PRAGOPRINT spol. s r.o., později transformovanou na PRAGOPRINT, a.s.. *Brněnský večerník*, vydávaný po privatizaci od roku 1991 společností Brněnský večerník a.s.<sup>58</sup> v roce 1998 zanikl.<sup>59</sup>

---

<sup>52</sup> Trestní oznámení. *Cibulka.com* [online]. [cit. 2017-04-23]. Dostupné z: <http://www.cibulka.com/nnoviny/nn1991/nn0391/obsah/46.htm>

<sup>53</sup> Např. LAMPER, Ivan. Minulý týden. *Respekt*. 1992, (40).

<sup>54</sup> šlo o tyto deníky (abecedně): Jihočeská pravda (vycházel v Jihočeském kraji, redakce sídlila v Českých Budějovicích), Nová svoboda (vycházel v Severomoravském kraji, redakce sídlila v Ostravě), Pochodeň (vycházel ve Východočeském kraji, redakce sídlila v Hradci Králové), Pravda (vycházel v Západočeském kraji, redakce sídlila v Plzni), Průboj (vycházel v Severočeském kraji, redakce sídlila v Ústí nad Labem), Rovnost (vycházel v Jihomoravském kraji, redakce sídlila v Brně), Svoboda (vycházel v Středočeském kraji, redakce sídlila v Praze)

<sup>55</sup> šlo o tyto večerníky: *Večerní Praha* (vycházel v Praze) a *Brněnský večerník* (vycházel v Brně).

<sup>56</sup> VYDAVATELSTVÍ DELTA, ALXII 32 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 1, Na Florenci 3, PSČ 11000, IČO: 00170569

<sup>57</sup> Vydavatelství DELTAPRESS s.p., ALX 568 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 1, Na Florenci 3, IČO: 00675733

<sup>58</sup> *Brněnský večerník*, a.s. se sídlem Bohunická 24, Brno, IČO: 46982345

<sup>59</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2007, s. 135-138. ISBN 978-802-4613-871.



Legitimita těchto privatizačních procesů je vzhledem k tehdejší nedostatečné legislativní ukotvenosti všeobecně diskutabilní, proto je některými autory pejorativně označována jako "legální krádež" (o této části privatizace tak hovoří například Čelovský).<sup>60</sup> Trampota pak v této souvislosti uvádí termín Hallina a Manciniho "savage deregulation", který na rozdíl od kontrolované deregulace poukazuje na selhání politického systému, který nedokázal včas zavést legislativní opatření a normy, které by privatizaci zakotvovaly.<sup>61</sup>

Spontánní privatizace se netýkala deníků, které byly vydávány nekomunistickými politickými stranami, případně odbory nebo ministerstvy. Tyto deníky (viz tabulka níže) však již v prvních letech transformace zanikají, neboť se nedokázaly dobře přizpůsobit nově vzniklému tržnímu prostředí.<sup>62</sup>

**Tabulka 1:** Deníky, které po roce 1989 neprošly spontánní privatizací

Název	Rok vzniku	Rok zániku	Vydavatel před rokem 1989	Vydavatel po roce 1989
<i>Lidová demokracie</i>	1945	1994*	Čs. strana lidová	PRAGOPRINT spol. s r. o.
<i>Práce</i>	1945	1998	ROH	Deník Práce a.s.
<i>Svobodné slovo</i>	1945	1994	Melantrich, vydavatelství Čs. strany socialistické	SVOBODNÉ SLOVO a.s. (později Melantrich a.s.)
<i>Obrana lidu</i>	1947	1993	Federální ministerstvo obrany	Ministerstvo obrany ČR

\*deník *Lidová demokracie* zaniká sloučením s deníkem *Lidové noviny*  
Vlastní zpracování, tituly řazeny dle data vzniku a poté abecedně

Éra spontánní privatizace skončila v roce 1992, kdy započala oficiální privatizace státního majetku v souladu s novým privatizačním zákonem, o tzv. malé privatizaci.<sup>63</sup> Denní tisk a časopisy v rámci malé privatizace přešly ze státního vlastnictví, z vlastnictví politických stran fungujících před listopadem 1989 nebo z vlastnictví společenských organizací do rukou soukromých vlastníků.

<sup>60</sup> ČELOVSKÝ, Boris. *Konec českého tisku. 2.*, přepracované a rozšířené vyd. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002, s. 24 ISBN 80-861-0151-7.

<sup>61</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Základní kontury transformace českého mediálního systému po roce 1989. In: *Česká média a Evropská integrace: 20 let smazávání hranic*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2009, s. 29-42. ISBN 978-80-86855-50-9, s. 35

<sup>62</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8, s. 372

<sup>63</sup> zákon č. 427/1990 Sb., o převodech vlastnictví státu k některým věcem na jiné, právnické nebo fyzické osoby.

Řada celostátních deníků také po revoluci vzniká nově, nebo navazuje na již dříve existující periodika:

**Tabulka 2: Nově založené deníky**

Název	Rok vzniku	Rok zániku	Pozn. ke vzniku / zániku deníku
<i>Hospodářské noviny</i>	1990	dodnes	vzniká transformací z ekonomického týdeníku
<i>Občanský deník</i>	1990	1996	vzniká transformací z regionálního deníku, později přejmenován na <i>Český deník</i>
<i>Polední expres</i>	1990	1996	vzniká transformací z regionálního deníku, později přejmenován na <i>Středočeský expres</i> , <i>Český expres</i> a <i>Expres</i>
<i>Špičkl</i>	1990	2002	
<i>Haló noviny</i>	1991	dodnes	
<i>Metropolitan</i>	1991	1992	
<i>Telegraf</i>	1991	1992	
<i>Metropolitní telegraf</i>	1992	1997	vzniká sloučením deníků <i>Metropolitan</i> + <i>Telegraf</i> , později přejmenován na <i>Telegraf</i> a <i>Denní telegraf</i>
<i>Noviny</i>	1992	1992	zaniká sloučením s deníkem <i>Metropolitní telegraf</i>
<i>Prostor</i>	1992	1992	zaniká sloučením s deníkem <i>Metropolitní telegraf</i>

Vlastní zpracování, tituly řazeny dle data vzniku a poté abecedně

**Tabulka 3: Deníky navazující na dříve vycházející tituly**

Název	Rok vzniku původního deníku	Rok obnovení deníku	Rok zániku	Vydavatel po roce 1989
<i>Lidové noviny</i>	1893	1989 <sup>64</sup>	dodnes	LN, a.s. (později Lidové noviny a.s.)
<i>Právo lidu</i>	1893	1990	1992	Čs. strana sociálně demokratická
<i>Venkov</i>	1906	1990	1992	Čs. strana zemědělská

Vlastní zpracování, tituly řazeny dle data vzniku a poté abecedně

Jak je vidět z uvedených tabulek, většina ze všech těchto titulů v prvních porevolučních letech končí svou činnost. Vývoj vlastnictví titulů, které nezanikly hned v prvních letech po svém vzniku (nebo obnovení) je zmíněn v následujících kapitolách.

<sup>64</sup> Samizdatově byl titul stejného jména vydáván od roku 1987, kdy vyšla dvě nultá čísla. V roce 1988 byl pak titul vydáván s měsíční periodicitou.

### 1.2.3 Masivní vstup zahraničních vlastníků na český trh, 1993 - 2000

Za samostatnou fází procesu privatizace médií je považována tzv. denacionalizace, tedy vstup zahraničních vlastníků a investorů na mediální trh tranzitivních ekonomik. Pro zahraniční investory se pádem komunistického režimu otevřely nové možnosti, neboť se jim zpřístupnily trhy, které pro ně byly doposud uzavřené. Právě tištěná média se stala prvotním cílem západoevropských mediálních korporací, které měly zájem rozšířit svůj vliv i do transformující se střední a východní Evropy.<sup>65</sup> Tyto trhy byly pro zahraniční vlastníky atraktivní hned z několika důvodů.

Jedním z nich, byla nasycená poptávka na jejich domácích trzích a často také zákonné limity, které jim již neumožňovaly zvyšovat nadále tržní podíl v domácích zemích. Šplíchal dále uvádí, že roli hrál i nedostatek kapitálu na transformujících se trzích a již výše zmíněné zákonné vakuum.<sup>66</sup>

Ačkoli v celkovém pohledu na žádoucí rychlost privatizace se vlády jednotlivých zemí dost lišily, napříč celým regionem byl v otázce médií upřednostněn rychlý převod vlastnictví do soukromých rukou. Legislativa tedy byla velmi liberální a vlády transformujících se zemí věřily, že svoboda vlastnictví médií může být garantem demokracie a svobody tisku. I proto byl veškerý periodický tisk v těchto zemích zprivatizován do konce roku 1990, tedy během jediného roku od pádu komunistického režimu.

Prakticky veškeré tituly, které během privatizace (ať už spontánní či státem řízené) získaly své nové majitele, potřebovaly finanční kapitál pro svůj další rozvoj. Vzhledem k tomu, že poničená a slabá domácí ekonomika nedokázala vygenerovat dostatek prostředků na investice do nových forem vlastnictví médií, byl zde zahraniční kapitál vítanou pomocí. Zahraniční vlastníci mohli na rozdíl od domácích subjektů investovat také do inovace redakčních technologií a tiskárenského vybavení, které bylo v českém prostředí oproti západní Evropě na výrazně horší úrovni. Nejednalo se však pouze o finanční stránku věci, vstup zahraničních vlastníků sloužil i jako záruka, že se média stanou skutečně nezávislá na státu (což byl základní předpoklad modernizace mediálního sektoru).<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> GROSS, Peter. *Entangled evolutions: media and democratization in Eastern Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2002, s. 64. ISBN 08-018-6852-1.

<sup>66</sup> ŠPLÍCHAL, Slavko. *Imitative Revolutions: Changes in the Media and Journalism in East-Central Europe. Democratization and the Mass Media in Europe and Asia* [online]. 2001, s. 40

<sup>67</sup> WYKA, Angelika W. *On the way to dumbing down... The case of Central Europe*. *Central European Journal of Communication*. 2009, (2), 133-147. ISSN 1899-5101.

Významnou roli hrály také tržní procesy a ustavení reklamního trhu. Noví soukromí vydavatelé postupně zjišťovali, že náklady na výrobu novin jsou vyšší, než se mohlo v počátečním nadšení pro vydávání nových titulů zdát a že samotný prodej jednotlivých výtisků nemůže tyto náklady pokrýt. Svou roli tak postupně začíná hrát reklama a ustavuje se reklamní trh. Pro úspěch u reklamních agentur bylo potřeba zajistit přístup k co největšímu počtu čtenářů a ten bylo možné získat především přitažlivým obsahem. Tvorba přitažlivého obsahu (například barevných vydání) však byla omezena nedostatečným kapitálem a zastaralým technologickým vybavením. Investice, které tyto změny vyžadovaly, si ve velké míře mohli dovolit právě pouze kapitálově silní zahraniční vydavatelé.<sup>68</sup>

Jak již bylo uvedeno výše, silné mediální domy u nás vzhledem k přerušenému demokratickému vývoji nebyly a nová vydavatelství, která vznikla po roce 1989 neměla dostatečný kapitál. Zároveň, jak uvádí například Klíma, ochota státu pomoci novým vydavatelům při transformaci tiskáren a distribuce, případně úpravách daňové legislativy a vytvoření vhodného prostředí pro rozvoj tisku v domácích rukách, byla velmi nízká.<sup>69</sup>

Ze všech těchto důvodů byl vstup zahraničních vlastníků hned na samém počátku 90. let tak rychlý a masivní a jak uvádí například Steve Kettle stal se určujícím faktorem vývoje celého tiskového sektoru v postkomunistické střední a východní Evropě.<sup>70</sup>

Nejaktivnějšími zahraničními investory byli po roce 1989 v tranzitivních zemích vydavatelé ze západní Evropy. Kapitál byl především německý, což bylo dáno mj. specifickou situací po pádu komunistického režimu ve východním Německu, kdy velká západoněmecká vydavatelství rychle skoupila periodický tisk v bývalé Německé demokratické republice (NDR) a následně vcelku přirozeně rozšiřovala své aktivity i do zemí tzv. středovýchodní Evropy. Velmi aktivní byli kromě německých vydavatelů i vydavatelé z Francie a Švýcarska. Důvody jsou spatřovány v podobné mediální kultuře a tradici, roli hrála samozřejmě i geografická blízkost. Své aktivity rozvíjely na trzích střední a východní Evropy sice i společnosti z USA, ty se však soustředily na oblast filmu a

---

<sup>68</sup> ŠMÍD, Milan. Česká média 1995 - 2005 - léta technického pokroku a zrání. JIRÁK, Jan, Milan ŠMÍD, Miloš ČERMÁK, et al. 10 let v českých médiích. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 23 - 31. ISBN 8071789259.

<sup>69</sup> KLÍMA, Michal. Česká média nikdy neměla silné postavení. In: *MediaGuru.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2014/01/ceska-media-nikdy-nemela-silne-postaveni/>

<sup>70</sup> KETTLE, Steve In O'NEIL, Patrick H. *Post-communism and the media in Eastern Europe*. Portland, OR: F. Cass, 1997. ISBN 0714643114.

audiovizuálních médií. Jejich nezáměr o investice do tištěných médií deklaroval ještě v roce 2004 Evropský předseda News Corporation Marty Pompadur takto:

"We are not interested in non-English language publishing – it is too political to own newspapers in some European markets"<sup>71</sup>

V uvedeném počátečním období vstupu zahraničních vydavatelství na český trh se tedy mezi nejaktivnější řadili tato:

#### 1.2.3.1 RINGIER AG

Dceřiná společnost největšího švýcarského mediálního koncernu RINGIER AG byla vůbec prvním zahraničním vydavatelstvím, které po roce 1989 vstoupilo na český trh. Nejednalo se však o vstup na trh celostátních deníků, ale na trh časopisecký. Stalo se tak roku 1991 kdy ještě pod názvem Ringier ČSFR a.s.<sup>72</sup> byla společnost dne 13. srpna zapsána do obchodního rejstříku a ještě v témže roce začala vydávat ekonomický týdeník *Československý profit* (později jen *Profit*) a časopisy *Teletip* a *Auto Tip*. Dále bylo v roce 1992 portfolio rozšířeno o tituly *Poradce podnikatele* a *Technický týdeník*.

V dubnu roku 1992 pak začala společnost vydávat deník *Blesk*, což byl vůbec první celostátní barevný<sup>73</sup> bulvární deník u nás, inspirovaný německým deníkem *Bild* a švýcarským *Blick*. Zároveň šlo o jediný případ, kdy zahraniční investor začal v tomto období vydávat zcela nový titul celostátního deníku. V ostatních případech přejímali investoři již existující tituly.<sup>74</sup>

Po rozdělení federace v roce 1993 se vydavatelství přejmenovalo na RINGIER ČR a.s. a začalo vydávat první český nedělník *Nedělní Blesk*. Ve stejném roce koupilo také týdeník *Reflex* (od vydavatelství RX, a.s.<sup>75</sup>) a majoritní podíl akcií společnosti Lidové noviny a.s.<sup>76</sup> (od držitelů akcií, kterými byli jednak členové redakce a dále skupina disidentů sdružená ve Společnosti pro Lidové noviny), vydavatele deníku *Lidové noviny*. Rovněž v

<sup>71</sup> HØJBJERG, Lennard. a Henrik. SØNDERGAARD. *European film and media culture*. Copenhagen [Denmark]: Museum Tusulanum Press, University of Copenhagen, 2006. Northern lights (Copenhagen, Denmark), 2005. s. 79, ISBN 9788763504270.

<sup>72</sup> Ringier ČSFR a.s., B 867 vedená u Městského soudu v Praze, Praha 1, Karmelitská 18, IČO: 40766713

<sup>73</sup> Dříve než *Blesk* začal vycházet vůbec první český bulvární deník *Expres* (vydáván nejdříve v roce 1990 jako regionální pražský *Polední Expres*, poté *Středočeský Expres*, následně od ledna 1991 jako celostátní *Český Expres* a později od roku 1992 jen jako *Expres*). Vydáván byl deník nejprve při vydavatelství a nakladatelství *Práce*, poté byla založena společnost *Expres s.r.o.*. Tento deník však ještě nebyl barevný.

<sup>74</sup>

<sup>75</sup> RX, a.s., B 1756 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 8, Na žertvách 24, PSČ 18000, IČO: 47115491, vymazáno 25. ledna 1996

<sup>76</sup> Lidové noviny, a.s., B 1034 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 1, Národní 11, IČO: 43874444

roce 1993 získala společnost RINGIER ČR a.s. od jejích zakladatelů společnost MORAVSKOSLEZSKÝ DEN, a.s.<sup>77</sup> vydavatele stejnojmenného regionálního deníku *Moravskoslezský den*. V dalších letech RINGIER ČR a.s. rozšířil své portfolio časopisů o tituly *Reality Profit*, *Restaurant Revue*, *Živnostník*, *Technický magazín*, *Chatař & Chalupář*, *Stadion*, *ABC*, *Tenis revue*, *Fotografie* a *Elektronická média*. Většinu titulů následně vydavatelství prodalo, nebo bylo jejich vydávání ukončeno.

V roce 1996 se spolumajitelem RINGIER ČR, a.s. stal německý koncern Axel Springer AG, od kterého RINGIER ČR a.s. v roce 1998 odkoupil týdeník *Týden* (aby jej za dva roky v roce 2000 jako ztrátový prodal vydavatelství Mediacop s.r.o.).<sup>78</sup> Koncern Axel Springer AG ze své majetkové účasti v RINGIER ČR a.s. odstoupil v roce 2000. Ve stejném roce pak RINGIER ČR a.s. prodal vydavatelství Lidové noviny a.s. společnosti PRESSINVEST a.s.<sup>79</sup> ve vlastnictví německého Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (viz [dále](#)).

#### 1.2.3.2 Mittelrhein-Verlag GmbH (MRV)

Německá společnost Mittelrhein-Verlag GmbH se sídlem v Koblenzu vstoupila na český trh v roce 1993, kdy přes svou dceřinou společnost Mittelrhein-Verlag MRV-Beteiligungs GmbH, která byla výhradním vlastníkem firmy Mittelrhein Verlag Bohemia, spol. s r. o.<sup>80</sup> koupila majoritní podíl ve společnosti ZN 1. ZEMSKÁ a.s.<sup>81</sup> - vydavateli *ZN novin* (později *ZN Zemských novin* a poté *Zemských novin*), v témže roce získala společnost také deník *Expres* (vydávaný společností *Expres s.r.o.*), který graficky i obsahově proměnila a ten tak rychle začal konkurovat tehdy dominantnímu *Blesku*. RINGIER ČR a.s. se proto rozhodl *Expres* odkoupit a sloučit ho s *Bleskem*, čímž deník *Expres* v dubnu 1996 zaniká.

Ve stejném roce pak, částečně jako náhradu za *Expres*, získalo MRV od společnosti RINGIER ČR a.s. společnost MORAVSKOSLEZSKÝ DEN, a.s. (později přejmenovanou na DEN a.s.) vydávající regionální deník *Moravskoslezský den*.

<sup>77</sup> MORAVSKOSLEZSKÝ DEN a.s. se sídlem Českobratrská 19, Ostrava, IČO: 00562751

<sup>78</sup> Mediacop s.r.o., C 68629 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 3, Husinecká 5, PSČ 13000, IČO: 25770152

<sup>79</sup> PRESSINVEST a.s. se sídlem Kvestorská 2, Praha 4, IČO: 43002331

<sup>80</sup> Mittelrhein Verlag Bohemia, spol. s r.o., C 13045 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 10, U stavoservisu 1, PSČ 10000, IČO: 47125560

<sup>81</sup> ZN 1. ZEMSKÁ, a.s., B 620 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 3, Ondříčkova 609/27, PSČ 13000, IČO: 16189973

V květnu roku 1998 koupilo MRV přes svou firmu NTISK, a.s.<sup>82</sup> také vydavatelská práva k deníku *Slovo*. Na podzim téhož roku se pak redakce deníků *Slovo* a *Zemské noviny* sloučily a deníky se nadále lišily pouze hlavičkou.<sup>83</sup>

#### 1.2.3.1 *Passauer Neue Presse GmbH (PNP)*

Německá společnost se sídlem v Pasově vstoupila na český trh se záměrem investovat do regionálních periodik, s čímž měla zkušenost již ze svého domovského Bavorska. Již během roku 1992 se jí podařilo ovládnout několik regionálních krajských deníků, které krátce předtím prošly spontánní privatizací. Jednalo se o *Jihočeské listy* a *Plzeňský deník* vydávané českobudějovickou společností Vydavatelství VLTAVA, spol. s r.o.,<sup>84</sup> dále o *Severočeský regionální deník* (později *SD Severočeské noviny*) vydávaný společností Vydavatelství LABE, spol. s r.o. se sídlem v Ústí nad Labem a dále o *Hradecké noviny* vydávané společností PNPRESS, a.s.<sup>85</sup> se sídlem v Hradci Králové. V roce 1997 koupila PNP ještě společnost PRAGOPRINT, a.s., vydavatele *Večerníku Praha*. Kromě toho získala PNP i tiskárenskou společnost MÍR a.s.<sup>86</sup> Ředitelem všech takto nabytých společností se stal, již dříve zmíněný, Vlastimil Košťál (původně šéf společností VYDAVATELSTVÍ DELTA a Vydavatelství DELTAPRESS s.p., před spontánní privatizací vydavatelů všech zmíněných regionálních deníků, který během jednání přešel do služeb PNP a výrazně tak dopomohl převodu zmíněných periodik do rukou německé společnosti).<sup>87</sup>

I v dalších letech pak docházelo ze strany PNP k nákupu řady okresních a místních periodik, která následně začala vycházet buď jako okresní mutace jednotlivých regionálních listů, nebo jako jejich přílohy. Hned na počátku 90. let tedy získala tato německá společnost značnou kontrolu nad regionálním tiskem v Čechách.

Na počátku roku 2000 byly aktivity PNP v České republice převedeny na společnost Verlagsgruppe Passau GmbH (viz [dále](#)).

<sup>82</sup> NTISK, a.s., B 3267 vedená u Městského soudu v Praze, se sídlem Praha 10, U Stavoservisu 1, PSČ 10040, IČO: 63080176

<sup>83</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 113 - 114

<sup>84</sup> Vydavatelství VLTAVA, spol. s r.o., C 845 vedená u Krajského soudu v Českých Budějovicích, se sídlem České Budějovice, Vrbenská 23, PSČ 37055, IČO: 13497723

<sup>85</sup> PNPRESS a.s., se sídlem Hradec Králové, Škroupova 695, IČO: 15061868

<sup>86</sup> MÍR a.s. se sídlem Přátelství 986, Praha 10-Uhřetěves, IČO: 61860981

<sup>87</sup> ČELOVSKÝ, Bořivoj. Konec českého tisku. 2., přeprac. a rozš. vyd. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002. s. 34 - 35, ISBN 80-861-0151-7.

### 1.2.3.2 *Verlagsgruppe Passau GmbH (VGP)*

Německá společnost Verlagsgruppe Passau GmbH se v roce 2000 stala ovládající společností Passauer Neue Presse GmbH a přebrala veškeré její mezinárodní aktivity, včetně těch českých.

V červenci 2000 sloučila VGP většinu svých českých vydavatelství do jedné společnosti s názvem VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.<sup>88</sup> (dříve MÍR a.s.) zastřešující nadále všechny její regionální deníky.<sup>89</sup>

### 1.2.3.3 *Socpresse SA*

Tato francouzská společnost stoprocentně ovládaná společností Groupe Hersant koupila v červnu 1992 celkem 48 % akcií společnosti MaFra, a.s.,<sup>90</sup> držitele vydavatelských práv deníku *Mladá fronta DNES*. Majoritu, tedy zbylých 58 % akcií si udržel zakladatel společnosti MaFra, a.s. společnost M a F a.s..

O rok později, v červnu roku 1993 získala Socpresse SA po navýšení základního kapitálu ve společnosti MaFra, a.s. většinu (52% podíl), avšak kvůli finančním problémům své mateřské Groupe Hersant byla nucena po dalším roce, na podzim 1994, celý svůj podíl prodat. Kupujícím se stalo německé vydavatelství Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG, viz [dále](#)).<sup>91</sup>

Kromě *Mladé fronty DNES* koupila Socpresse SA v létě roku 1992 majoritní podíly v obou moravských krajských denících, které stejně jako české deníky prošly spontánní privatizací. Šlo o *Moravský demokratický deník RT* (později *Moravské noviny Rovnost*) vydávaný společností ROVNOST, akciová společnost<sup>92</sup> a o deník *Svoboda – list pro Moravu a Slezsko* (později *Moravskoslezské noviny Svoboda*) vydávaný společností OSNA, a.s.<sup>93</sup> I tyto podíly byly na jaře 1995 v souvislosti s finančními problémy Groupe Hersant prodány.

---

<sup>88</sup> VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., B 1028 vedená u Krajského soudu v Českých Budějovicích, se sídlem České Budějovice, nám. Přemysla Otakara II. 8/5, IČO: 61860981

<sup>89</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 143

<sup>90</sup> MaFra a.s. se sídlem Na Poříčí 30, Praha 1, IČO: 45313351

<sup>91</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 112

<sup>92</sup> ROVNOST, akciová společnost se sídlem Moravské náměstí 13, Brno, IČO: 15546616

<sup>93</sup> OSNA, a.s. se sídlem Novinářská 3, Ostrava, IČO: 18051154



Kupujícím se i zde stalo RBVG, tentokrát prostřednictvím své dceřiné společnosti PRESSINVEST a.s.<sup>94</sup>

#### 1.2.3.1 *Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG)*

Německé vydavatelství se sídlem v Düsseldorfu se na českém trhu rychle etablovalo díky odkupu majoritního podílu ve společnosti MaFra, a.s., od roku 1992 vydavateli tehdy nejprodávanějšího českého deníku *Mladá fronta DNES*.

RBVG získala postupně 100% kontrolu nad společností MaFra, a.s. (později přejmenovanou na MAFRA, a.s.) díky výkupu minoritních podílů od menších akcionářů a díky navyšování základního kapitálu společnosti.

V roce 2000 RBVG odkoupila od Ringier ČR a.s. také vydavatelství Lidové noviny a.s., vydávající deník *Lidové noviny* a získala tak poměrně výsadní postavení na trhu celostátních deníků.

#### 1.2.3.2 *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG (VGH)*

Německá skupina Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG vstoupila na český trh v roce 1992, kdy díky podílu ve vydavatelském holdingu Handelsblatt – Dow Jones Investment B.V.<sup>95</sup> získala prostřednictvím své společnosti Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH kontrolu nad společností ECONOMIA a.s.<sup>96</sup>, vydavateli celostátních *Hospodářských novin* a dalších periodik.

Zajímavostí je, že výše zmíněné západoevropské vydavatelské společnosti, které se na českém trhu prosadily, patřily spíše k méně významným vydavatelstvím. Nejednalo se tedy o silné mediální koncerny. To potvrzuje pravidlo, které zmiňuje například Gulyás a sice, že na středoevropské a východoevropské trhy vstupovaly ve většině případů spíše menší nadnárodní společnosti působící pouze na několika národních trzích.

"Size does not seem to be the major factor in the success of foreign investors. Some smaller multinational media companies were indeed more successful in gaining dominating

---

<sup>94</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 138 - 139

<sup>95</sup> Holding je společným podnikem Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH (patřící do skupiny Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG) a společnosti Dow Jones & Company Inc.

<sup>96</sup> ECONOMIA a.s. se sídlem Na Florenci 3, Praha 1, IČO: 00499153

market shares and/or becoming market leaders in a particular media sector of the former communist countries than larger companies. For instance, RINGIER and Verlagsgruppe Passau are among the most successful foreign investors in the region, albeit they are much smaller than their competitors. The success of an investment was dependent on a variety of factors including the timing of the investment, strategy, market condition and competition."<sup>97</sup>

I Petković uvádí, že silné mediální koncerny jako např. Westdeutsche Allgemeine Zeitungs und Verlagsgesellschaft, Bertelsmann AG nebo Axel Springer AG u nás a v dalších transformujících se zemích tolik nepropadly z důvodu, že v počátcích privatizace váhaly a tedy tak trochu zaspaly nevhodnější období vstupu na trh a později měly zájem o celostátní periodika, která v té době buď již měla své vlastníky, nebo nebyla zisková.<sup>98</sup>

Někteří autoři, například Jakubowicz, popisují proces vstupu zahraničních vlastníků do transformujících se ekonomik jako "westifikaci" médií kombinovanou s "germanifikací" a zdůrazňují především její negativní důsledky v podobě quasikoloniální závislosti a asymetričnosti vztahu mezi postkomunistickými a západními mediálními trhy.<sup>99</sup> Připomínáno je především to, že silné postavení zahraničních vlastníků může vést k omezení demokratické, sociální, komunitní a kulturní funkce médií, případně k ohrožení domácích lokálních společností, které se pod tlakem silné zahraniční konkurence nemohou rozvíjet. Výsledky některých průzkumů také ukazují, že vliv západoevropských korporací přispěl ke komercializaci mediální produkce a ke koncentraci některých oblastí mediálního trhu.<sup>100</sup>

Vstup západoevropských mediálních firem na trhy střední a východní Evropy však není možné chápat jen negativně. Příchod zahraničních vlastníků umožnil rychlé odsunutí tisku z přímého vlivu státu a znamenal výrazný kapitálový příliv, který umožnil investice do nových technologií a tím vylepšení produkce, která byla během komunistické éry hluboko pod úrovní produkce na rozvinutých západních trzích. Došlo tedy například nejprve k zavedení barevných víkendových příloh (jako první se v říjnu 1996 objevil barevný *Magazin*

---

<sup>97</sup> GULYÁS, Ágnes. Media Ownership in East Central Europe in a European comparative perspective. Přednáška z IAMCR conference, Media, Communication, Information: Celebrating 50 Years of Theories and Practices, 23. - 25. 7. 2007, UNESCO, Paříž. [online]. [cit. 2017-02-04]. Dostupné z: <http://journalism.uoregon.edu/~IAMCR-PolEcon/Gulyas.html>

<sup>98</sup> PETKOVIĆ, Brankica. *Media ownership and its impact on media independence and pluralism* [online]. Ljubljana, Slovenia: Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, c2004 [cit. 2017-02-05]. s 23-24, ISBN 96-164-5526-5. Dostupné z: <http://www3.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2015/02/media-ownership-and-its-impact-on-media-independence-and-pluralism.pdf>

<sup>99</sup> JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 15-727-3649-6, s. 369

<sup>100</sup> GULYÁS, Ágnes. Media Ownership in East Central Europe in a European comparative perspective. Přednáška z IAMCR conference, Media, Communication, Information: Celebrating 50 Years of Theories and Practices, 23. - 25. 7. 2007, UNESCO, Paříž. [online]. [cit. 2017-02-04]. Dostupné z: <http://journalism.uoregon.edu/~IAMCR-PolEcon/Gulyas.html>

*Lidových novin*, o rok později navazuje se svou barevnou víkendovou přílohou *Mladá fronta DNES*), později se rozvinulo i celobarevné vydávání deníků (jako první vyšly barevně na podzim 1997 *Hospodářské noviny*, ostatní deníky následovaly až na jaře 2001). Kromě kapitálu s sebou zahraniční investoři přinesli i nové typy produktů a tím zvětšili nabídku na trhu (v roce 1997 se například objevují první bezplatné noviny *Metro*). Na trhu časopisů se díky společnostem ze západní Evropy, vstupujícím na český trh objevují nové tituly vycházející jako mutace zahraničních časopisů (např. *Elle*, *Kačer Donald* nebo *Reader's Digest Výběr*).<sup>101</sup> Pozitivní efekt měl jistě i import západních manažerských a profesních zkušeností do lokálních firem. Němečtí vlastníci vnesli na český mediální trh kulturu a postupy, které do jisté míry chyběly nebo do té doby neexistovaly.

I přes masivní vstup zahraničních subjektů na český trh zůstaly v tomto období (1993 – 2000) dva celostátní deníky v českých rukách. Jednalo se o deník *Sport*, který zatím zůstal ve vlastnictví společnosti Československý sport, s.r.o.<sup>102</sup> dále o deník *Rudé právo* vycházející od listopadu 1995 pod zkráceným názvem *Právo*, který zůstal v majetku společnosti BORGIS a.s. vlastněné Zdeňkem Porybným.

Několik celostátních deníků v tomto období zaniká. Zánik titulů souvisí do značné míry s jejich vlastnickou strukturou a obsahovým zaměřením. Zanikají jednak deníky, u kterých se nepodařilo dokončit proces odstátnění a zůstávaly stále pod vlivem původních vlastníků. To byl případ mj. deníků *Práce* (zaniká 1998) nebo *Lidová demokracie* (zaniká 1994). Dále zanikají také tituly, které se nedokázaly dobře přizpůsobit poptávce a nové "tržní mentalitě". To se týkalo například deníku *Prostor*, který byl jedním z pokusů o vydávání prestižního titulu, avšak zaniká brzy po svém založení v roce 1992. Naopak deníky, kterým se podařilo reagovat na poptávku v oblasti zábavy (tedy především bulvární tituly a tituly zaměřené na populárnější témata), přežily a staly se ekonomicky úspěšnými.<sup>103</sup>

#### **1.2.4 Konsolidace vlastnických poměrů, 2001 – 2008**

Období na počátku nového tisíciletí bylo charakteristické konsolidací vlastnictví českého periodického tisku. Někteří zahraniční vydavatelé ukončili v tomto období své

---

<sup>101</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace, s. 375. ISBN 978-80-247-3028-8.

<sup>102</sup> Československý sport, s.r.o. se sídlem Na poříčí 30, Praha 1, IČO: 45793247

<sup>103</sup> KÖPPOVÁ, Barbara a Jan JIRÁK. Masová média a česká společnost 90. let 20. století: průběh a důsledky transformace českých médií. In: HEISS, Gernot. *Česko a Rakousko po konci studené války: různými cestami do nové Evropy*. Ústí nad Labem: Albis International, 2008, s. 207-229. ISBN 978-80-86971-95-7, s. 220-226

aktivity na českém trhu. Ostatní, kteří mezi sebou v počátku soupeřili o co největší podíl na trhu, si po roce 2000 rozdělili sféry vlivu a stabilizovali tak vlastnické poměry. Došlo také k zániku některých celostátních deníků.

Některé (především bulvární) tituly naopak vznikly a to jak tituly vydávané českými tak i zahraničními vydavateli, viz následující tabulka.

**Tabulka 4:** Nově vzniklé bulvární deníky v letech 2001 - 2008

Název	Rok vzniku	Způsob vzniku	Vydavatel	Rok zániku	Země původu vlastníka
<i>Super</i>	2001 (duben)	nově vzniklý	E-MEDIA a.s.	2002 (červenec)	Rakousko
<i>Impuls</i>	2003 (květen)	nově vzniklý	Vydavatelství IMPULS ČR s.r.o.	2003 (říjen)	ČR
<i>SuperSpy</i>	2005 (březen)	transformace z týdeníku	Stratosféra s.r.o.	2006 (prosinec)	Finsko / USA
<i>Šíp</i>	2005 (říjen)	transformace z region. deníku	VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.	2009 (duben)	Německo
<i>AHA!</i>	2006 (březen)	transformace z týdeníku	EBIKA s.r.o.	x	Švýcarsko

Vlastní zpracování, tituly řazeny dle data vzniku

Všechny tyto tituly se však rychle zkonsolidovaly a z výše uvedených deníků se do současnosti udržel pouze titul *AHA!*, který se z nedělníku stal deníkem v březnu 2006.

*AHA!* bylo založeno a vydáváno společností EBIKA s.r.o.<sup>104</sup>, stoprocentně vlastněnou švýcarským podnikatelem Sebastianem Georgem Pawlowskim. Titul dosáhl během krátké doby nákladu přes 100 tisíc výtisků a začal postupně konkurovat dominantnímu *Blesku*. Vlastník *Blesku* RINGIER ČR a.s. tak zvolil již jednou úspěšnou strategii a konkurenční *AHA!* proto v roce 2007 odkoupil. Část podniku EBIKA s.r.o., sloužící k provozování deníku *AHA!* byla převedena na základě smlouvy ze dne 27. září 2007 na nabyvatele RINGIER ČR a.s.<sup>105,106</sup>

Kromě výše zmíněných bulvárních titulů zanikl i deník *Špígl* (dříve *Deník Špígl*), který byl v roce 1990 založen podnikatelem Ladislavem Froňkem. Deník nejprve dvakrát změnil majitele z fyzické osoby Ladislava Froňka na společnost Vydavatelství Špígl, spol. s r.o.<sup>107</sup> a později na Brisk Company, a.s.<sup>108</sup>, v létě 2001 pak prodloužil svou

<sup>104</sup> EBIKA s.r.o., v likvidaci, se sídlem Praha 1, Panská 7/890, PSČ 11000, IČO: 27153312

<sup>105</sup> RINGIER ČR a.s., se sídlem Praha 7, U průhonu 800/13, PSČ 17000, IČO: 40766713

<sup>106</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: EBIKA s.r.o., v likvidaci, C 100325 vedená u Městského soudu v Praze. *Veřejný rejstřík a Sbirka listin* [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=318488&typ=UPLNY>

<sup>107</sup> Vydavatelství Špígl, spol. s r.o. se sídlem Praha 7, Šmeralova 7, IČO: 61465640

<sup>108</sup> Brisk Company, a.s. v likvidaci, se sídlem Praha 3, Táboritká 1000/23, PSČ 13087, IČO: 26425734

periodicitu na týdenní, v březnu 2002 na čtrnáctidenní až nakonec v červenci 2002 zanikl úplně.<sup>109</sup>

Zahraničním vydavatelstvím, které v daném období z českého trhu odešlo, bylo Mittelrhein-Verlag GmbH (MRV). To nejprve v únoru 2001 prodalo společnosti společnosti VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., vlastněné společností Verlagsgruppe Passau GmbH (VGP) svůj deník *Moravskoslezský den* a následně v červnu téhož roku i vydavatelská práva k deníkům *Zemské noviny* a *Slovo* (*České Slovo* a *Moravské Slovo*). Tímto krokem MRV ukončila veškeré své aktivity na českém trhu. VGP pak v září 2001 zastavila vydávání obou titulů.<sup>110</sup> Místo nich začal v témže měsíci vycházet nový regionální deník pro Prahu a okolí *Pražské slovo*, který však zanikl po čtyřech měsících (v prosinci 2001) sloučením s *Večerníkem Praha*.

Všechny deníky, které VGP v Čechách takto získala, začaly postupně vycházet pod hlavičkou Deníky Bohemia a Deníky Moravia, tento proces sjednocování byl dokončen 1. září 2001, kdy všechny deníky nabídlý identický obsah a grafickou úpravu.<sup>111</sup>

Verlagsgruppe Passau GmbH i nadále posilovala své postavení na trhu regionálních deníků. Nejprve v červnu 2001 koupila od společnosti PRESSINVEST a.s. vlastněné společností Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG) deníky *Moravské noviny Rovnost* a *Moravské noviny Svoboda*. Tímto došlo k rozdělení území České republiky mezi RBVG a VGP. Kdy prvně zmiňovaná společnost kontrolovala velkou část českého celostátního tisku a VGP ovládla regionální denní tisk v Čechách i na Moravě. Čelovský hovoří o tom, že tato dohoda byla dokonce vědomá s prvky kartelové dohody.<sup>112</sup>

Své postavení na trhu stabilizovala i společnost RINGIER ČR a.s., která kromě výše zmíněné akvizice deníku *AHA!* vykupovala od konce roku 2001 podíly akcionářů společnosti Československý sport, s.r.o., vydavatele deníku *Sport*. V listopadu 2003 se RINGIER ČR a.s. stal výhradním vlastníkem společnosti a od 1. ledna 2004 i vydavatelem deníku *Sport*.

---

<sup>109</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 107, 119 - 121

<sup>110</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 119 - 120

<sup>111</sup> ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002. s. 35, ISBN 80-861-0151-7.

<sup>112</sup> ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002. s. 38, ISBN 80-861-0151-7.

Postavení upevnila také skupina Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG, která postupně získala 100 % ve společnosti Handelsblatt – Dow Jones Investment B.V. a stala se tak jediným vlastníkem společnosti ECONOMIA a.s.

Po roce 2005 pak také dochází k výraznému rozvoji bezplatných deníků. Kromě deníku *Metro*, který v České republice začal vycházet již v roce 1997, vzniklo v období 2005 - 2010 hned pět nových bezplatných titulů denního tisku.

**Tabulka 5:** Nově vzniklé tituly bezplatných deníků v letech 2005 – 2010

Název	Rok vzniku	Způsob vzniku	Vydavatel	Rok zániku	Země původu vlastníka
<i>24 HODIN</i>	2005 (listopad)	nově vzniklý	RINGIER ČR, a.s.	2008 (prosinec)	Švýcarsko
<i>Kurýr</i>	2006 (duben)	nově vzniklý	IDITARA s.r.o.	2006 (říjen)	ČR
<i>Metropolitní express</i>	2006 (duben)	nově vzniklý	MAFRA, a.s.	2008 (březen)	Německo
<i>E15</i>	2007 (listopad)	nově vzniklý	Mladá fronta a.s.	x	ČR
<i>Sedmička</i>	2009 (duben)	nově vzniklý	Mladá fronta a.s.	x	ČR

ZDROJ: Vlastní zpracování, tituly řazeny dle data vzniku

V listopadu 2005 začal být společností RINGIER ČR, a.s. vydáván deník *24 HODIN*, v dubnu roku 2006 pak *Kurýr* (vydáváný společností IDITARA s.r.o.) a *Metropolitní expres* (vydáváný společností MAFRA, a.s.). Tyto tři tituly spolu s deníkem *Metro* vycházely pouze v Praze a okolí. Podobně jako bulvární tituly se i bezplatné tituly rychle zkonsolidovaly a do dnešních dnů se z nich udrželo pouze *Metro*, ostatní tituly zanikly. Trh se tedy postupně vrátil do stejné pozice, v jaké byl před vznikem nových bezplatných deníků.

Deník *Metro* z počátku vydávala česká pobočka koncernu Metro International. V prosinci 2007 pak deník *Metro* změnil vydavatele a jeho majoritním vlastníkem se stala MAFRA, a.s. (patřící holdingu RBVG). MAFRA, a.s. odkoupila 60 % akcií společnosti Metro Česká republika, a.s.,<sup>113</sup> která byla dceřinou společností Metro International. Po koupi deníku *Metro* s ním MAFRA, a.s. v dubnu 2008 sloučila svůj druhý bezplatný deník *Metropolitní expres*. V praxi se spojení projevilo zachováním značky *Metro*, která měla nepoměrně větší marketingovou sílu a zachováním obsahové úrovně původního *Metropolitního expresu*.<sup>114</sup>

<sup>113</sup> METRO Česká republika, a.s., se sídlem Na Florenci 19, Praha 1, IČO: 25090593

<sup>114</sup> *Kolportáž bezplatných deníků po roce 1990* [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.kolportaz.cz/kolportovani-bezplatnych-deniku.html>

V roce 2007 na trh bezplatných novin vstoupilo vydavatelství Mladá fronta a.s.,<sup>115</sup> které začalo v listopadu vydávat ekonomicky zaměřený deník *E15*<sup>116</sup> a v dubnu 2009 pak regionální týdeník *Sedmička*.

### 1.3 Stav vlastnictví českého denního tisku na konci roku 2007

Tato subkapitola je shrnutím subkapitol předcházejících a slouží jako stanovení výchozího stavu pro naši další analýzu vývoje vlastnictví českého denního tisku.

#### 1.3.1 Vydavatelé celostátních deníků

Po bouřlivém porevolučním vývoji a následných masivních majetkových přesunech zůstalo na českém trhu ke konci roku 2007 celkem devět placených celostátních deníků (abecedně): *AHA! Blesk*, *Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Právo*, *Sport* a *Šíp* a dále dva deníky distribuované zdarma *E15* a *Metro*.

Zmíněných jedenáct celostátních deníků mělo šest majoritních vlastníků, z nichž tři byli ze zahraničí. Vydavatelství a jejich vlastníky uvádím níže, řazeno podle velikosti vydavatelství, měřeno podílem na českém vydavatelském trhu.<sup>117</sup>

##### 1.3.1.1 MAFRA, a.s.

Společnost MAFRA, a.s. byla ke konci roku 2007 vydavatelem deníku *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a.s. byla v uvedeném období vlastněna německou společností Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG). RBVG vlastnila 74 % akcií společnosti MAFRA, a.s., tedy vydavatele deníku a dále 100 % akcií ve společnosti MAF a.s. (dříve M a F a.s.), která byla vlastníkem zbylých 26 % akcií společnosti MAFRA, a.s.. Byť tedy drobnou oklikou, přesto však byla kontrola RBVG nad deníkem *Mladá fronta DNES* stoprocentní.

##### 1.3.1.2 RINGIER ČR, a.s.

Společnost RINGIER ČR, a.s. vlastnila ke konci roku 2007 deníky *AHA!*, *Blesk* a *Sport*. Všech 100 % akcií společnosti RINGIER ČR, a.s. vlastnil přes nizozemskou společnost RINGIER (Nederland) B.V. největší švýcarský mediální koncern RINGIER AG.

<sup>115</sup> Mladá fronta a.s. se sídlem Mezi Vodami 1952/9, Praha 4- Modřany, IČO: 49240315

<sup>116</sup> Od roku 2011 je deník E15 částečně zpoplatněn. Je k dispozici v klasickém prodeji, ale na některých místech (nejčastěji velké administrativní budovy, se kterými deník E15 navázal spolupráci) je distribuován zdarma.

<sup>117</sup> Data za rok 2007 z Ročenky Unie vydavatelů, dostupná zde: <http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2008/index.php?akce=podil>

#### 1.3.1.3 VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.

Společnost VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. byla v roce 2007 vydavatelem bulvárního deníku **Šíp**. Společnost byla vlastněna dvěma německými společnostmi, z 80 % to byla POL-Print Medien GmbH a z 20 % Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH a byla součástí konsolidačního celku Verlagsgruppe Passau GmbH.

#### 1.3.1.4 ECONOMIA a.s.

Společnost ECONOMIA a.s. byla v roce 2007 vydavatelem deníku **Hospodářské noviny**. Ve společnosti držela majoritní 77,47% podíl nizozemská společnost Handelsblatt – Dow Jones Investments B.V.. Ta byla od konce roku 2006 stoprocentně vlastněna německou Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, dcerou Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG. Podíl 10,86 % držela veřejnoprávní Česká tisková kancelář a zbytek byl v rukou několika fyzických osob.<sup>118</sup>

#### 1.3.1.5 BORGIS a.s.

Společnost BORGIS a.s. byla v roce 2007 vydavatelem deníku **Právo**. Společnost byla majoritně (91,4 %) vlastněna Zdeňkem Porybným, který byl zároveň šéfredaktorem deníku. Držiteli zbylých 8,6 % akcií byli drobní akcionáři.<sup>119</sup>

#### 1.3.1.6 MLADÁ FRONTA a.s.

Společnost Mladá fronta a.s. byla v roce 2007 vydavatelem deníku **E15**.<sup>120</sup> Společnost je stoprocentně vlastněná společností EUROPEAN FINANCIAL SERVICES, INC.<sup>121</sup>, kterou ovládá podnikatel František Savov.

#### 1.3.1.7 LIDOVÉ NOVINY a.s.

Společnost Lidové noviny a.s. byla vydavatelem deníku **Lidové noviny**. Majitelem 99,33 % akcií<sup>122</sup> společnosti byla společnost PRESSINVEST a.s. ve 100% vlastnictví německé Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH.

<sup>118</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 131

<sup>119</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 130

<sup>120</sup> Ten byl zprvu distribuován bezplatně, později byl zvolen hybridní model, kdy je deník dostupný jednak v trafikách za cenu 10,- a na některých místech, jako jsou především velké administrativní budovy, je stále distribuován zdarma. Jeho náklad je Kanceláří ověřování nákladu tisku (Audit Bureau of Circulations, ABC ČR) ověřován od ledna 2013.

<sup>121</sup> EUROPEAN FINANCIAL SERVICES, INC. se sídlem 8407 N.E. Fremont Street 229, Portland, Oregon 97220, Spojené státy americké, reg. číslo společnosti 032021-99

<sup>122</sup> Zbytek drželi drobní akcionáři



#### 1.3.1.1 METRO Česká republika, a.s.

Společnost METRO Česká republika, a.s. byla vydavatelem bezplatného deníku *Metro*. Od roku 2007 byla vlastníkem 60% podílu vydavatelství společnost MAFRA, a.s. Menšinovým vlastníkem zůstala lucemburská společnost Metro International, která byla zároveň i poskytovatelem franšízy.

#### 1.3.1.2 FUTURA, a.s.

Společnost FUTURA, a.s. byla vydavatelem deníku *Haló noviny*. Společnost ke konci roku 2007 ze 67 % vlastnil Ústřední výbor Komunistické strany Čech a Moravy. Minoritní akcionáři bohužel nejsou v příloze účetní závěrky za dané období uvedeni. Neboť každý z nich drží pravděpodobně menší než 20% podíl společnosti.

### 1.3.2 Vydavatelé regionálních deníků

#### 1.3.2.1 VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.

V oblasti regionálního tisku panoval téměř úplný monopol společnosti VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., která byla vydavatelem 10 regionálních deníků, které byly během roku 2006 sjednoceny pod značkou Deníky Česká republika: *Deník východní Čechy*, *Deník západní Čechy*, *Deník severní Morava a Slezsko*, *Deník jižní Čechy*, *Deník střední Čechy*, *Pražský deník*, *Deník střední a východní Morava*, *Deník severní Čechy*, *Deník jižní Morava* a *Deník Vysočina*. VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. byla v roce 2007 dle účetní závěrky z daného roku z 80 % vlastněna německou společností POL-Print Medien GmbH a z 20 % společností Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH. V roce 2009 již byla jediným akcionářem společnost HKM Beteiligungs GmbH,<sup>123</sup> stoprocentně vlastněná německou Verlagsgruppe Passau GmbH, do jejíhož konsolidačního celku také VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. patří.

---

<sup>123</sup> HKM Beteiligungs GmbH, 6100 Seefeld in Tirol, Geigenbühelstrasse 216, Rakouská republika

**Tabulka 6: Přehled celostátních deníků, jejich vydavatelů a vlastníků, stav ke konci 2007**

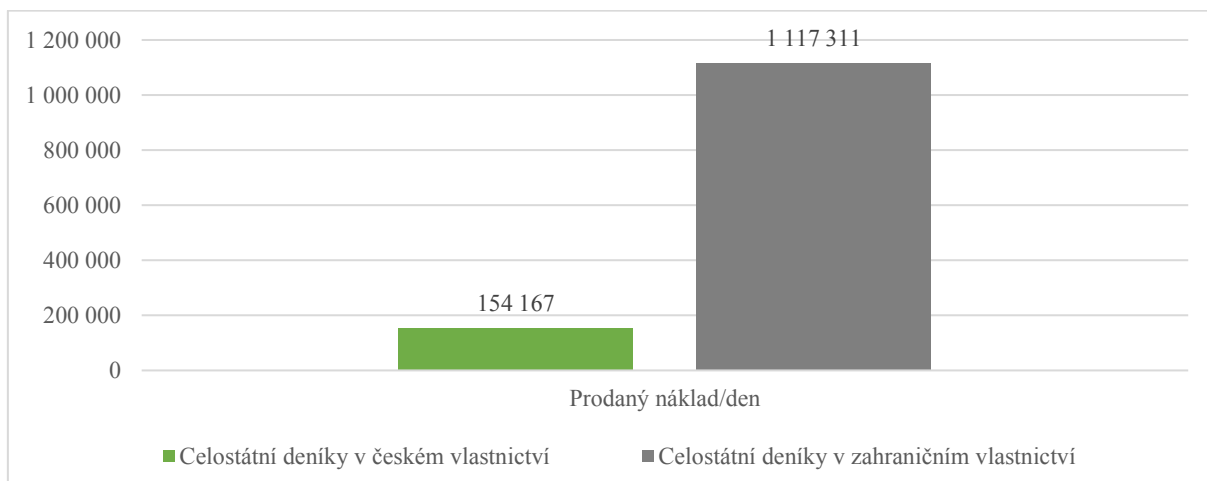
Název	Vydavatel	Většinový vlastník	Původ vlastníka	PN průměr/den	Podíl na celkovém PN
<i>Blesk</i>	RINGIER ČR, a.s.	RINGIER AG	Švýcarsko	432 170	27,01%
<i>Deník</i>	VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.	Verlagsgruppe Passau GmbH	Německo	328 319	20,52%
<i>Mladá fronta DNES</i>	MAFRA, a.s.	Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH	Německo	287 863	17,99%
<i>Právo</i>	BORGIS a.s.	Zdeněk Porybný	ČR	154 167	9,64%
<i>AHA!</i>	RINGIER ČR, a.s.	RINGIER AG	Švýcarsko	126 663	7,92%
<i>Šíp</i>	VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.	Verlagsgruppe Passau GmbH	Německo	81 539	5,10%
<i>Lidové noviny</i>	Lidové noviny a.s.	Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH	Německo	70 680	4,42%
<i>Sport</i>	RINGIER ČR, a.s.	RINGIER AG	Švýcarsko	59 613	3,73%
<i>Hospodářské noviny</i>	ECONOMIA a.s.	Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH	Německo	58 783	3,67%
<i>Haló noviny</i>	FUTURA, a.s.	Ústřední výbor KSČM	ČR	není ověřován	x
<i>Metro</i>	METRO Česká republika, a.s.	Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH	Německo	není ověřován	x
<i>E15</i>	Mladá fronta a.s.	František Savov (EUROPEAN FINANCIAL SERVICES, INC.)	ČR	není ověřován	x

ZDROJ: Vlastní zpracování, data z ABC ČR, průměr za rok 2007

### 1.3.3 Shrnutí

Souzeno podle prodaného nákladu (PN) můžeme tedy shrnout, že v roce 2007 byl podíl zahraničních vlastníků na trhu celostátních deníků (bez bezplatných titulů) v České republice 87,87 %. Pokud bychom uvažovali všechny regionální tituly Deníku jako další celostátní titul, pak by tento poměr stoupl dokonce na 90,36 %.<sup>124</sup>

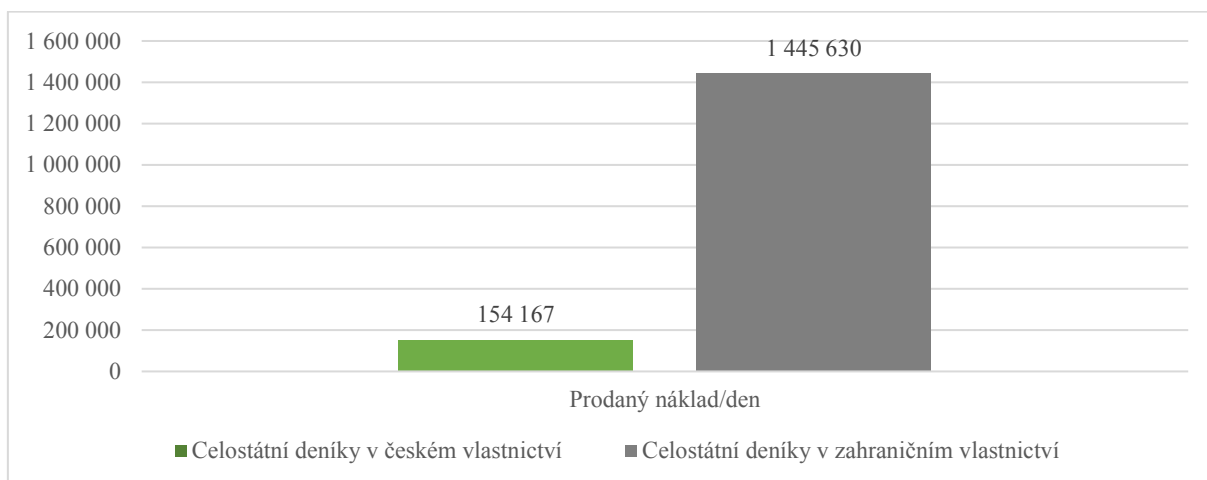
**Graf 1: Průměrný denní prodaný náklad celostátních deníků v roce 2007 (bez Deníku)**



Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

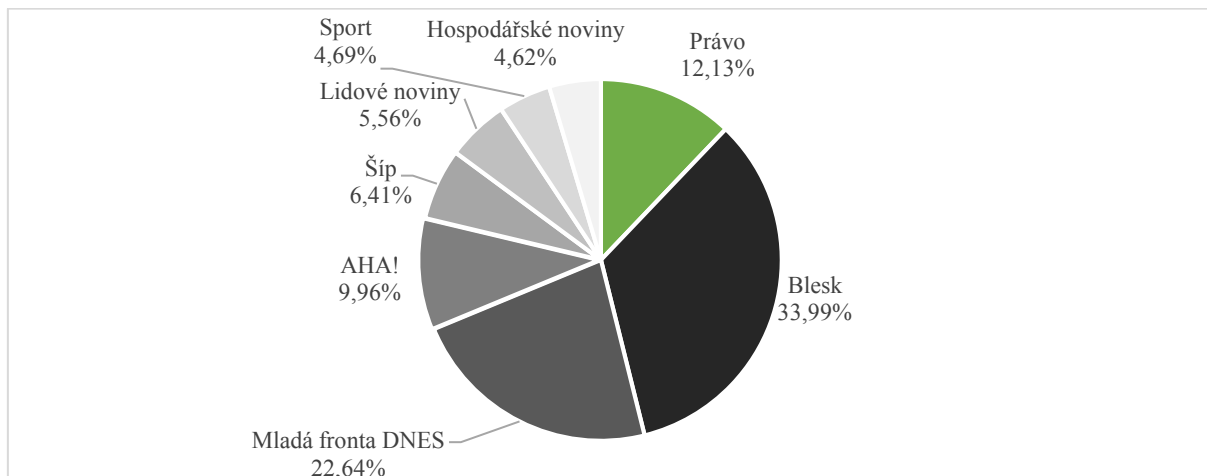
<sup>124</sup> ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku [online]. [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/>. Do procentuální statistiky není započítán náklad deníku Haló noviny, který se ověřování prodaného nákladu neúčastní a rovněž bezplatné tituly Metro a E15,

**Graf 2: Průměrný denní prodaný náklad celostátních deníků v roce 2007 (s Deníkem)**



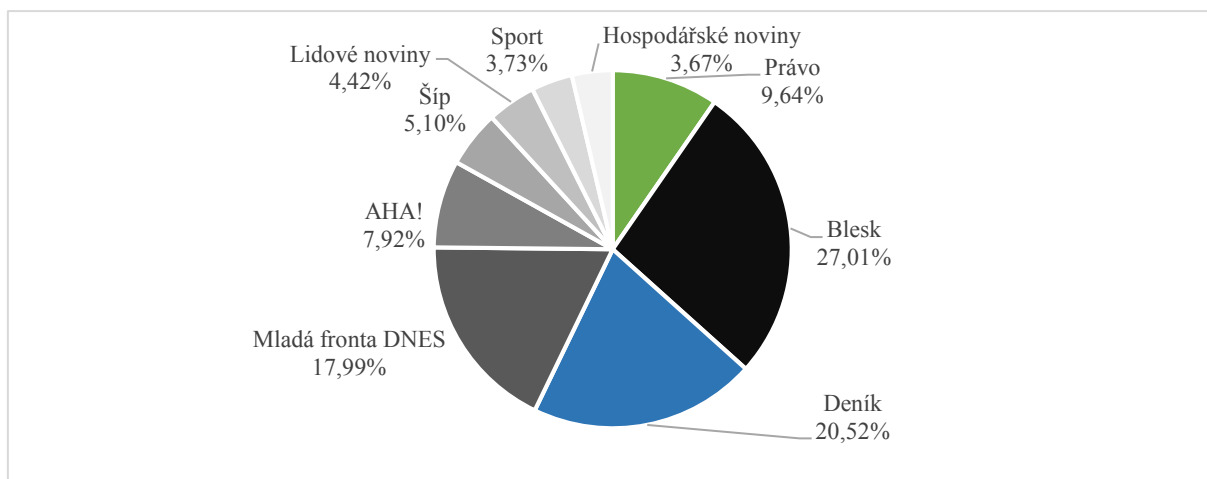
Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

**Graf 3: Podíl titulů jednotlivých deníků na celkovém PN v roce 2007 (bez Deníku)**



Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

**Graf 4: Podíl titulů jednotlivých deníků na celkovém PN v roce 2007 (s Deníkem)**



Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

Mediální scéna se během dvaceti let od pádu komunistického režimu postupně stabilizovala a jedním z jejích hlavních rysů na konci tohoto období byla vlastnická pluralita. Jak uvádí například Žantovský,<sup>125</sup> všechny majetkové přesuny, které na poli periodického tisku proběhly mezi lety 1989 až 2008 vykazovaly dva společné rysy: bez ohledu na to, zda se jednalo o domácí nebo zahraniční vlastníky, vždy se jednalo o společnosti a subjekty systematicky podnikající na poli médií, působící dlouhodobě v mediálním průmyslu, kteří byli vybaveni odpovídajícím know-how, zájmem a zkušenostmi v mediální problematice. Motivací pro mediální podnikání byla u těchto společností primárně snaha docílit ekonomického zisku, případně pak celkově rozvíjet daná média, rozšiřovat jejich technické a logistické zázemí a poskytovat prostor pro kvalitní žurnalismus, který by splňoval nároky na relativní nestrannost, nezávislost a profesionalitu.<sup>126</sup>

Druhým společným rysem bylo, že žádná z firem s výjimkou společnosti FUTURA, a.s. vydávající *Haló noviny* neměla přímé vazby nebo propojení na politické strany či ideologická seskupení s politickou ambicí. Jednou z charakteristik uvedeného období je tedy také vzdálení se vlastnické struktury českých médií přímému politickému vlivu, neboli "odluka" politiky od médií. Toto striktní oddělení politiky od médií bylo logickou reakcí na předlistopadové období, kdy média sloužila politickým zájmům a zároveň vyjadřovalo víru, že svobodná média s pluralitním soukromým vlastnictvím mohou být jedním ze stavebních prvků demokratizace společnosti. V období následujícím pak dochází k výrazné proměně, kdy je dosavadní vývoj narušen a začíná se ubírat zcela novým směrem (viz. kapitola [2.2 Vztah médií a politiky](#)).

---

<sup>125</sup> ŽANTOVSKÝ, Petr. Druhá mediální revoluce v České republice. [online] *Média a PR. MEDIAS RES*, 2015. [cit. 2017-02-02]. ISSN 2464-6334. Dostupné z: <http://www.mediasres.cz/media-a-pr/1907-petr-zantovsky-druha-medialni-revoluce-v-ceske-republice.htm>

<sup>126</sup> tamtéž

## 2. Vývoj vlastnictví denního tisku po roce 2008

Na konci první dekády 21. století se i v našem regionu začíná projevovat trend, kdy do oblasti médií začínají vstupovat osobnosti, které dosud nemají s mediálním podnikáním žádné zkušenosti. Jedná se obvykle o lokální byznysmeny, kteří podnikají v jiné než mediální oblasti (obvykle jde o energetiku, těžký průmysl, stavebnictví, zemědělství, finančnictví, bankovníctví a další obory). Tito podnikatelé patří k nejbohatším lidem v dané zemi a obvykle kupují současně více různých druhů médií a dochází tak ke křížovému vlastnictví médií. Často se jedná o kombinaci periodického tisku s elektronickými médii a televizní nebo rozhlasovou stanicí. Dalším společným rysem tohoto nového typu vlastníků médií je politická ambice, politická minulost nebo současnost, případně zřetelné vazby na politické strany či uskupení, které se již nepohybují v rovině pouhých osobních sympatií či sounáležitosti, nýbrž v rovině otevřené podpory či přímého propojení (ať už osobnostního či finančního) vydavatelství a politických stran.

Tento trend je již po léta patrný v celém regionu střední a východní Evropy a nejedná se tedy o žádné české (případně česko-slovenské) specifikum. Jak uvádí například Petković,<sup>127</sup> lze stejnou situaci pozorovat také v ostatních zemích středo-východní Evropy (Estonsku, Litvě, Lotyšsku, Bulharsku, Rumunsku, Polsku, Maďarsku) nebo i v zemích bývalé Jugoslávie (Chorvatsku, Slovinsku, Srbsku, Makedonii, Albánii, Bosně a Hercegovině).

Nástup domácích podnikatelů a podnikatelských skupin do role majitelů zpravodajských médií je tedy společný pro velkou část regionu střední a východní Evropy. Většina z nich přitom zaujala místo po zahraničních společnostech a investorech, kteří své aktivity v regionu opouštějí z důvodu významného poklesu příjmů, který byl vyvolán, nebo přinejmenším výrazně znásoben ekonomickou krizí roku 2008.

### 2.1 Vliv ekonomické krize

Tištěná média patří mezi ekonomické subjekty a jako taková jsou stejně jako ostatní subjekty vystavena vlivům vnějšího ekonomického prostředí. Jejich vývoj je tedy obecně determinován vývojem ekonomiky jako celku. Mediální odvětví jako celek se již před rokem

---

<sup>127</sup> PETKOVIĆ, Brankica. *Media ownership and its impact on media independence and pluralism* [online]. Ljubljana, Slovenia: Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, c2004 [cit. 2017-02-05]. ISBN 96-164-5526-5. Dostupné z: <http://www3.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2015/02/media-ownership-and-its-impact-on-media-independence-and-pluralism.pdf>

2008 potýkalo s celou řadou strukturálních problémů a tlaků, které byly dalším ekonomickým vývojem ještě umocněny a výrazně tak ovlivnily hospodářské výsledky a ziskovost jednotlivých titulů. I to byl jeden z důvodů, proč se vybraní zahraniční vlastníci rozhodli je prodat a tím umožnili výrazné majetkové přesuny na mediálním trhu.

Pro pochopení ekonomické logiky médií je potřeba připomenout, že vydavatelé tištěných médií fungují na dvou trzích zároveň – Robert Picard nazývá tuto situaci jako "dual product market".<sup>128</sup> Na jedné straně nabízejí svůj mediální produkt koncovým spotřebitelům, čtenářům a na straně druhé nabízejí inzerentům možnost oslovit publikum prostřednictvím reklamních sdělení. Tištěná média mají tedy obvykle dva hlavní zdroje příjmů a to příjmy z prodaného nákladu a příjmy z prodané inzerce (výjimkou jsou bezplatné tituly, které jsou z hlediska příjmů plně závislé na příjmech z inzerce). Aby byl titul úspěšný, musí uspět současně na obou trzích, jak rovněž uvádí Picard:

"...media products that appeal to audiences but not to advertisers fail if audiences are unable or not willing to provide the revenue necessary for the product's survival."<sup>129</sup>

Odvětví periodického tisku je zároveň charakterizováno jako odvětví s vysokými fixními náklady (náklady na mzdy, nájmy, vybavení, administrativu), nízkými variabilními náklady (náklady závislémi na objemu produkce, jako jsou například suroviny) a tedy relativně vysokými úsporami z rozsahu. S rostoucím objemem produkce (tedy s rostoucím tištěným a prodaným nákladem) se vydavatelstvím snižují jednotkové náklady a při konstantní prodejní ceně tak roste i zisk z každého prodaného výtisku, naopak s klesající poptávkou a klesajícím počtem prodaných výtisků (což byl případ období ekonomické krize) se zisk z každé prodané jednotky postupně snižuje.

Kromě těchto vlivů, čelí trh tištěných médií dlouhodobě také tlaku substitutů, tedy statků, které z pohledu zákazníka plní stejnou funkci nebo uspokojují stejnou potřebu. Existence substitutů ovlivňuje jak cenu, kterou jsou zákazníci ochotni platit, tak celkový ziskový potenciál odvětví. Tlaku substitutů čelí navíc média na obou trzích, na kterých fungují, tedy jak na trhu čtenářů, tak na trhu s inzercí.

---

<sup>128</sup> PICARD, Robert G. Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*. 2005, 2(2), s. 61-69.

<sup>129</sup> tamtéž

Tlak substitutů se postupně v čase zvyšuje spolu se změnami v preferencích čtenářů. V mediálních studiích se často hovoří o dominanci různých druhů médií a o zániku jiných druhů. Tuto teorii rozvíjí například Neil Postman, který hlavní pozornost věnuje televizi, která se v době sepsání knihy (1985) zdála být zcela dominantním technologickým nástrojem komunikace.<sup>130</sup> V posledních letech nabírá tato diskuze opět na intenzitě, tentokrát ovšem v souvislosti s dlouhotrvajícím poklesem čtenosti tištěných periodik a přesunu čtenářů směrem k elektronickým médiím.

Ačkoli některé studie tvrdí, že spotřeba tištěných médií a konzumace mediálních obsahů online se navzájem nevylučují, protože tištěná a online média nejsou substituty, nýbrž komplementy a čtenáři tištěných médií patří tudíž také k nejčastějším návštěvníkům online zpravodajských serverů, většina odborníků se shoduje, že probíhá postupná změna vzorců užívání médií a spotřeba tištěných médií je nahrazována konzumací mediálních obsahů dostupných na internetu. Výsledky jednotlivých studií z obou názorových proudů shrnují ve svém článku například Mitchelsteinová a Boczkowski.<sup>131</sup> Jimi prezentované výzkumy rovněž uvádějí, že přístup k online médiím se výrazně liší na základě socioekonomického statusu, demografických charakteristik, dosaženého vzdělání nebo věku. Trend nahrazování tištěných médií online médii je zvláště výrazný u mladé, vzdělané a bohatší části populace.<sup>132</sup>

V českém prostředí se danému tématu, jakým způsobem v dnešní době konzumujeme média, věnoval i tři roky trvající výzkum Masarykovy univerzity. Jeho výsledky publikuje ve své knize *Média v pohybu* Jakub Macek. Mimo jiné se v ní uvádí, že zpravodajství čte nebo sleduje na internetu 46,20 % respondentů, oproti 28,20 %, kteří volí tištěné noviny.<sup>133</sup> Zajímavá je i statistika, která ukazuje, jaké zdroje zpráv volí respondenti v závislosti na věku. Výsledky potvrzují již výše uvedené, totiž, že čím mladší publikum, tím větší podíl má zpravodajství sledované online a tím menší je podíl konzumace tradičních tištěných periodik.<sup>134</sup>

---

<sup>130</sup> POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4.

<sup>131</sup> MITCHELSTEIN, Eugenia a Pablo J. BOCZKOWSKI. Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. *New Media*. 2010, 12(7), 1085-1102. DOI: 10.1177/1461444809350193. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809350193>

<sup>132</sup> tamtéž

<sup>133</sup> MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik*. [online] Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8034-8. [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/repo/1332354/media\\_v\\_pohybu\\_ia.pdf](http://is.muni.cz/repo/1332354/media_v_pohybu_ia.pdf)

<sup>134</sup> tamtéž

Kromě toho dochází v posledních letech k výrazné změně návyků populace, kterou zpravodajství v médiích zajímá stále méně a méně. Jak uvádí například Daniel Köppl, z klasických zpravodajských témat se čtenáři zajímají již jen o problematiku dopravy, školství, zdravotnictví, případně o jednotlivé zprávy, které mají vztah k jejich zájmům nebo práci. "Většina populace se postupem času přesunula do skupiny "milovníci infotainmentu" a zahraniční zpravodajství, případně domácí politika se ocitla zcela mimo jejich zájem."<sup>135</sup> Reakcí na to, ze strany vydavatelů, je buď snaha o ztraktivnění obsahu formou bulvarizace témat a využití celebrit, nebo tlak na snižování nákladů, snížení počtu redaktorů s upřednostněním těch levných vůči těm kvalitním, větší sdílení obsahu a jeho přejímání ze zpravodajských agentur. Dochází tedy sice ke snižování ceny, ale souběžně i ke snižování kvality, komoditizaci médií, obsah jednotlivých deníků se zjednodušuje a unifikuje, zprávy se opakují stále dokola nebo se jejich obsah uměle bulvarizuje a motivace lidí kupovat a číst takové tituly zákonitě oslabuje.

Dalším faktorem je i oslabení důvěry publik v média. Škrty a mnohdy zásadní změny ve vlastnictví médií, které vyvolaly silné negativní reakce v řadě redakcí, otrásají následně i důvěrou v jednotlivé tituly a média obecně. Nástup nových vlastníků někdy skrytě, někdy viditelně a přímo posouvá české deníky do pozice stranických listů. Tituly, kde se nepodařilo stanovit jasnou hranici mezi zájmy vlastníka a nezávislostí redakce, nejsou nadále pro čtenáře z hlediska obsahu přesvědčivé a to má opět dopad i na jejich obchodní úspěch.

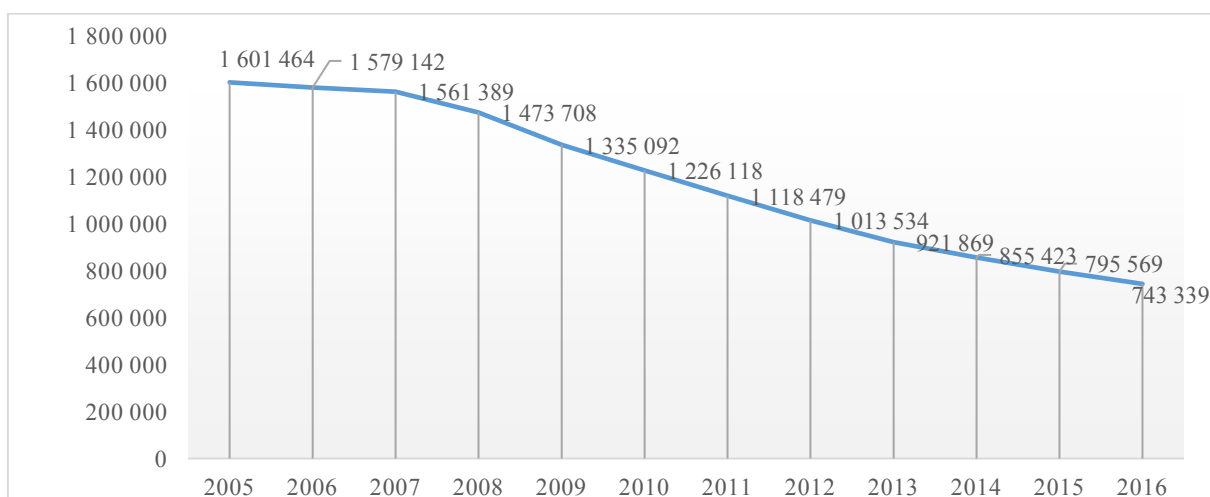
Souhrou všech těchto faktorů tedy deníky postupně ztrácí na popularitě a počty prodaných výtisků každoročně klesají. Do roku 2008 se celkové prodané náklady tuzemských deníků držely v relativně přijatelných mezích, prodaný náklad sice stagnoval, nicméně nedocházelo alespoň k jeho poklesu. V roce 2008 s nástupem celosvětové ekonomické krize nastal rychlý propad, kdy meziroční pokles prodaného nákladu činil dokonce více než 14 %. V následujících letech se pak tempo poklesu trochu zmírnilo a postupně zpomalovalo až na 6,18 % v loňském roce. S poklesem tištěného a prodaného nákladu klesá, vzhledem k nerealizovaným úsporám z rozsahu, také ziskovost z každého prodaného výtisku a dále také inzertní příjmy, které se odvíjejí právě i od prodaného nákladu.

---

<sup>135</sup> KÖPPL, Daniel. Čtyři různé strategie mediálních domů v krizi: Mafra, Economia, Ringier a nedělat nic. In: *Insider* [online]. Economia, 2013 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/denik-insider/daniel-koppl-ctyri-ruzne-strategie-medialnich-domu-v-krizi-mafra-economia-ringier-a-nedelat-nic-r-i-insider:article:17448/>

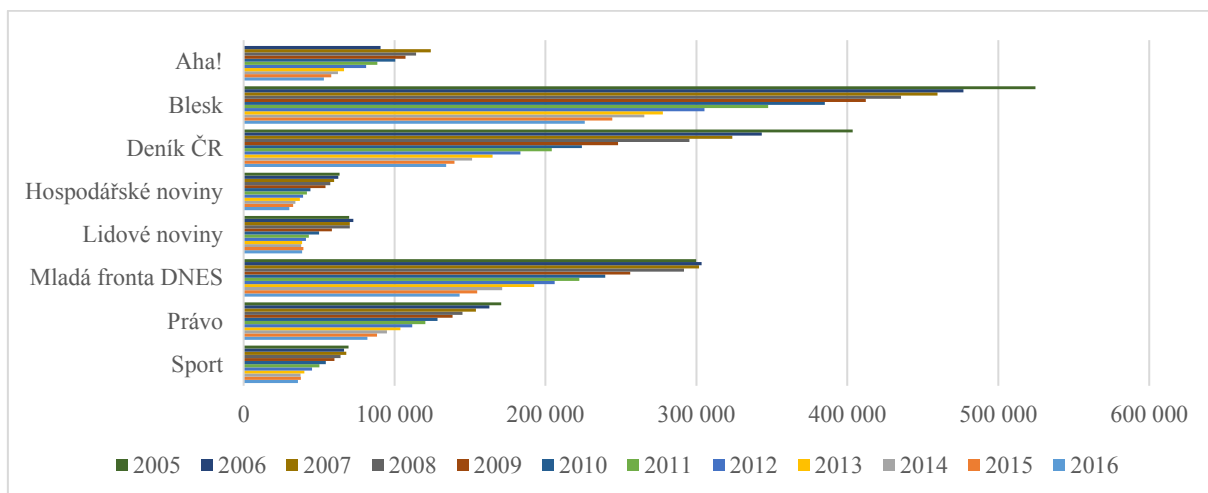


**Graf 5: Vývoj celkového tištěného nákladu celostátních deníků, 2005-2016 (ks)**



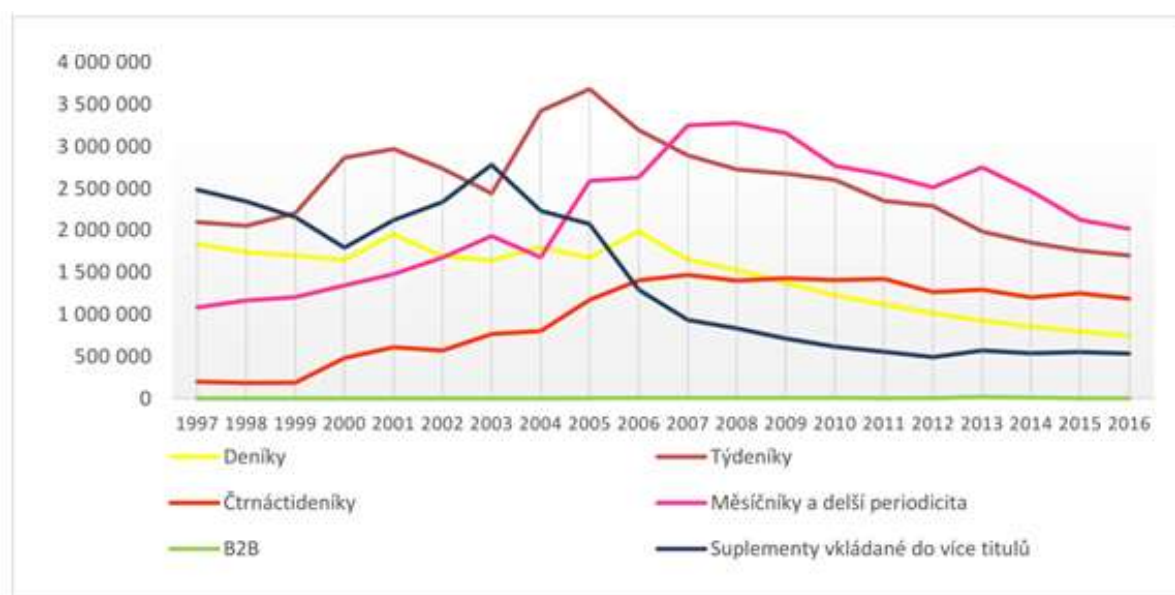
Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

**Graf 6: Vývoj tištěného nákladu jednotlivých celostátních deníků, 2005 – 2016 (ks)**



Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

**Graf 7: Vývoj průměrných prodaných nákladů periodického tisku, 1997 – 2016 (ks)**



Zdroj: ABC ČR, Dvacet let nezávislého ověřování nákladů tisku ABC ČR

Největší meziroční pokles tištěného nákladu byl mezi lety 2008 a 2009, kdy činil celkově 9,41 %, u některých titulů však dosahoval i dvouciferných hodnot (*Deník* souhrnně zaznamenal pokles o 16,02 %, *Lidové noviny* o 16,86 % a *Mladá fronta DNES* o 12,20 %).

**Tabulka 7: Meziroční změna tištěného nákladu celostátních deníků, 2006 - 2015**

Název deníku	Změna tištěného nákladu vzhledem k předešlému roku										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<i>AHA!</i>	x	36,51%	-7,80%	-6,10%	-6,41%	-11,68%	-8,53%	-18,03%	-6,14%	-6,88%	-8,69%
<i>Blesk</i>	-9,09%	-3,62%	-5,25%	-5,34%	-6,61%	-9,72%	-12,17%	-9,00%	-4,46%	-7,97%	-7,47%
<i>Deník ČR</i>	-14,94%	-5,67%	-8,82%	-16,02%	-9,62%	-8,94%	-10,14%	-10,05%	-8,23%	-7,76%	-3,87%
<i>Hospodářské noviny</i>	-1,07%	-4,48%	-4,33%	-5,41%	-18,53%	-5,18%	-5,90%	-5,61%	-7,75%	-4,83%	-7,70%
<i>Lidové noviny</i>	3,94%	-3,14%	0,08%	-16,86%	-14,73%	-13,52%	-4,23%	-6,38%	-1,82%	4,36%	-2,53%
<i>Mladá fronta DNES</i>	1,16%	-0,56%	-3,29%	-12,20%	-6,43%	-7,21%	-7,32%	-6,60%	-11,04%	-9,60%	-7,53%
<i>Právo</i>	-4,52%	-5,48%	-5,79%	-4,52%	-7,27%	-6,20%	-7,32%	-6,88%	-8,64%	-6,87%	-7,19%
<i>Sport</i>	-4,18%	2,36%	-5,81%	-6,14%	-9,57%	-7,69%	-9,98%	-11,04%	-6,42%	0,79%	-5,25%
<i>Bulvár celkem</i>	8,21%	2,80%	-5,79%	-5,50%	-6,57%	-10,13%	-11,43%	-10,90%	-4,78%	-7,76%	-7,70%
<i>Seriózní celkem</i>	-6,07%	-3,32%	-5,51%	-11,73%	-9,18%	-7,90%	-8,07%	-7,90%	-8,65%	-6,52%	-5,87%
<b>Celkem</b>	<b>-1,39%</b>	<b>-1,12%</b>	<b>-5,62%</b>	<b>-9,41%</b>	<b>-8,16%</b>	<b>-8,78%</b>	<b>-9,38%</b>	<b>-9,04%</b>	<b>-7,21%</b>	<b>-7,00%</b>	<b>-6,57%</b>

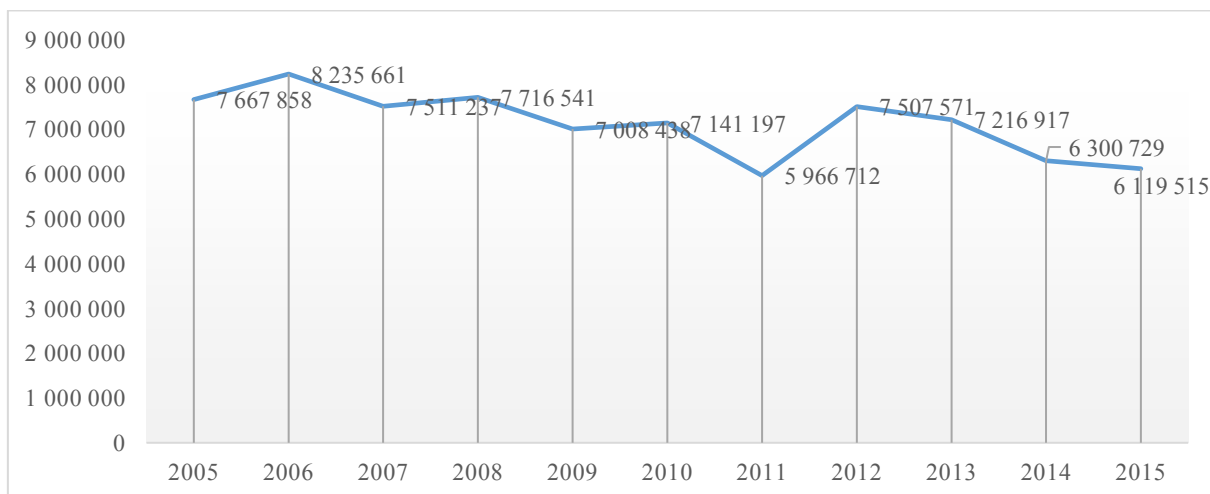
Vlastní zpracování, zdroj dat ABC ČR

Dalším specifikem trhu tištěných médií je to, že jde o trh vysoce konkurenční. Platí zde, že dokud trh jako celek roste, rostou i zisky jednotlivým tržním subjektům a to i tehdy, pokud udržují pouze svůj stávající tržní podíl. Jakmile ale trh začne stagnovat nebo klesat, dodatečný zisk jednoho z konkurentů je vždy ztrátou jiného z nich. Toto velmi silně platí na

trhu s inzercí. Tlak ze strany inzerentů je na českém mediálním trhu velký, neboť subjektů s reklamním prostorem je na trhu poměrně hodně, ale zákazníci (inzerenti) jsou zde silně koncentrováni prostřednictvím malého počtu mediálních agentur, které tvoří v zásadě oligopolní strukturu. Díky svému silnému postavení tyto agentury dokážou efektivně tlačit na vydavatele a získávat tak nejrůznější slevy, zpětná plnění a další bonusy pro sebe a své klienty, což snižuje celkové příjmy jednotlivých vydavatelství a titulů. Intenzita konkurence tedy byla již před krizí velmi vysoká a s krizí se pak ještě zintenzivnila. Z hlediska zadavatele reklamy je marketingový rozpočet jedním z prvních, kde se provádějí škrty, pokud se firma dostává do problémů. Pro vydavatele tedy i pouhé udržení stávající úrovně příjmů vyžaduje zvýšení tržního podílu na úkor konkurentů.

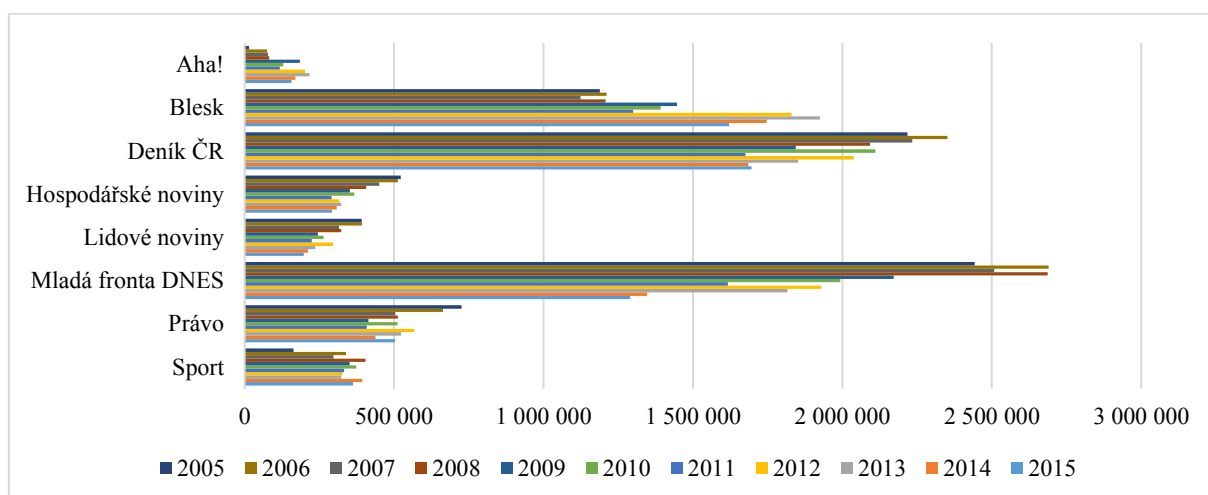
V oblasti reklamních příjmů byl největší pokles zaznamenán mezi lety 2008 a 2009. Výrazný rozdíl však byl v tomto období mezi bulvárními deníky (*AHA!* a *Blesk*), jejichž reklamní příjmy v tomto období celkově vzrostly o 26,48 % a seriózními deníky jejichž příjmy celkově poklesly o 16,33 %. Další výrazný pokles inzertních příjmů poté následoval v roce 2011, kdy meziroční změna činila -16,45 % (-6,84 % u bulvárních deníků a -19,05% u seriózních deníků).

**Graf 8:** Vývoj celkových reklamních příjmů celostátních deníků, 2005-2015 (tis. Kč)



Vlastní zpracování, zdroj dat Ročenka Unie vydavatelů

**Graf 9: Vývoj reklamních příjmů jednotlivých celostátních deníků, 2005 -2015 (tis. Kč)**



Vlastní zpracování, zdroj dat Ročenka Unie vydavatelů

**Tabulka 8: Meziroční změna reklamních příjmů celostátních deníků, 2006 - 2015**

Název deníku	Změna reklamních příjmů vzhledem k předešlému roku									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>AHA!</i>	396,06%	3,41%	5,95%	125,36%	-30,17%	-9,14%	72,44%	7,56%	-21,67%	-8,00%
<i>Blesk</i>	1,89%	-7,12%	7,39%	19,77%	-3,72%	-6,63%	40,76%	5,17%	-9,29%	-7,14%
<i>Deník ČR</i>	6,03%	-5,02%	-6,32%	-11,87%	14,48%	-20,63%	21,64%	-9,13%	-9,01%	0,67%
<i>Hospodářské noviny</i>	-1,77%	-12,08%	-9,74%	-13,61%	4,27%	-20,61%	9,00%	1,97%	-4,63%	-5,31%
<i>Lidové noviny</i>	0,23%	-19,67%	2,48%	-24,35%	8,09%	-14,99%	31,71%	-19,96%	-10,47%	-6,94%
<i>Mladá fronta DNES</i>	10,13%	-6,76%	7,10%	-19,16%	-8,23%	-18,88%	19,38%	-5,90%	-25,83%	-4,23%
<i>Právo</i>	-8,56%	-24,14%	1,83%	-19,18%	23,33%	-20,11%	38,84%	-7,79%	-16,39%	15,08%
<i>Sport</i>	106,84%	-12,19%	36,17%	-13,35%	6,42%	-10,85%	-1,78%	-1,10%	21,95%	-8,12%
<i>Bulvár celkem</i>	6,83%	-6,51%	7,30%	26,48%	-6,72%	-6,84%	43,38%	5,41%	-10,55%	-7,22%
<i>Seriózní celkem</i>	7,51%	-9,22%	1,86%	-16,33%	4,51%	-19,05%	20,35%	-7,32%	-13,60%	-0,98%
<b>Celkem</b>	<b>7,40%</b>	<b>-8,80%</b>	<b>2,73%</b>	<b>-9,18%</b>	<b>1,89%</b>	<b>-16,45%</b>	<b>25,82%</b>	<b>-3,87%</b>	<b>-12,70%</b>	<b>-2,88%</b>

Vlastní zpracování, zdroj dat Ročenka Unie vydavatelů

Tlak substitutů se pak projevil i v distribuci marketingových rozpočtů mezi jednotlivé typy médií. Podíl směřující do televize, rádia a online reklamy vzrostl právě na úkor podílu směřujícího do tištěných médií. Situace je podobná i v dalších zemích regionu, jak naznačuje následující tabulka:

**Tabulka 9: Změna distribuce reklamních rozpočtů do různých typů médií, 2008 - 2012**

	Televize			Noviny			Časopisy		
	2008	2012	změna	2008	2012	změna	2008	2012	změna
<i>Česká republika</i>	43,1	47	9,05%	13,9	11	-20,86%	16,6	14,2	-14,46%
<i>Slovensko</i>	60,5	49,6	-18,02%	7,1	10,1	42,25%	12,4	11,6	-6,45%
<i>Polsko</i>	51,8	52,6	1,54%	9,7	5,9	-39,18%	11,8	8,7	-26,27%
<i>Maďarsko</i>	36,4	32,2	-11,54%	17,8	16,3	-8,43%	19,3	15,5	-19,69%
<i>Bulharsko</i>	65,6	66,6	1,52%	7,5	7	-6,67%	8,1	5,6	-30,86%
<i>Rumunsko</i>	64,7	63,7	-1,55%	7,2	3,3	-54,17%	7,5	4	-46,67%
<i>Estonsko</i>	27	30,8	14,07%	36	27,3	-24,17%	9,9	6,1	-38,38%
<i>Litva</i>	35,7	46	28,85%	18,2	10	-45,05%	16	8,5	-46,88%
<i>Lotyšsko</i>	42,6	47,9	12,44%	24,9	15,9	-36,14%	12,9	9,2	-28,68%
<i>Střední a východní Evropa</i>	48,3	50,5	4,55%	16,3	11,9	-26,99%	12,4	8,9	-28,23%
<i>Západní Evropa</i>	30,1	30,8	2,33%	28,8	23,7	-17,71%	14,8	12	-18,92%
	Rozhlas			Online			Ostatní		
	2008	2012	změna	2008	2012	změna	2008	2012	změna
<i>Česká republika</i>	6,9	4,2	-39,13%	9,5	17,8	87,37%	10	5,7	-43,00%
<i>Slovensko</i>	7,1	10,9	53,52%	3,4	5,6	64,71%	9,5	12,2	28,42%
<i>Polsko</i>	6,8	6,6	-2,94%	9,5	17,3	82,11%	10,4	8,9	-14,42%
<i>Maďarsko</i>	4,5	5	11,11%	11,1	19,4	74,77%	10,9	11,6	6,42%
<i>Bulharsko</i>	5,8	8,1	39,66%	2,7	4,8	77,78%	10,3	7,9	-23,30%
<i>Rumunsko</i>	6,1	5,9	-3,28%	3,6	10,3	186,11%	10,9	12,8	17,43%
<i>Estonsko</i>	8,5	9,8	15,29%	10,8	16,5	52,78%	7,8	9,5	21,79%
<i>Litva</i>	10,9	9	-17,43%	8,7	16	83,91%	10,5	10,5	0,00%
<i>Lotyšsko</i>	7,2	8,2	13,89%	5,5	11,1	101,82%	6,9	7,7	11,59%
<i>Střední a východní Evropa</i>	6,8	7,1	4,41%	6,8	12,4	82,35%	9,4	9,2	-2,13%
<i>Západní Evropa</i>	5,6	5,6	0,00%	13,4	20,8	55,22%	7,3	7,1	-2,74%

Vlastní zpracování, zdroj dat World Newsmidia Network 2012 In: Štětka (2013), podíly z čistých reklamních výdajů

Během ekonomické krize byly tedy zintenzivněny problémy, se kterými se trh tištěných médií potýkal již delší dobu a to jak klesající prodaný náklad, tak klesající příjmy z inzerce a odliv jak čtenářů, tak inzertních rozpočtů směrem k jiným druhům médií. Během krize přinesl tento negativní vývoj na mediálním trhu nutnost jednotlivé tituly alespoň dočasně dotovat a sanovat jejich chod z jiných zdrojů. Zároveň bylo nutné nastavit novou strategii jejich fungování do budoucna. Zahraniční vlastníci, kteří toto nebyli ochotni podstoupit a nechtěli investovat do dalšího rozvoje svých vydavatelství na relativně malém českém trhu, proto raději své podíly v jednotlivých vydavatelstvích prodali a trh opustili.

Tento trend ústupu zahraničních vlastníků z regionu se však nezastavil ani poté, co se zemím středo-východní Evropy podařilo své ekonomiky stabilizovat a opět dosahovat

ekonomického růstu. Ekonomická krize byla tedy spíše urychlením hlubších a dlouhodobějších strukturálních problémů odvětví. Místo po zahraničních společnostech je obsazováno domácími (v případě České republiky českými a slovenskými) podnikateli, jejichž motivace není pouze ekonomická, ale média jsou pro ně současně prostředkem realizace politických či obchodních zájmů a jsou jimi nakupována z jiných důvodů než jen kvůli přímému zisku z mediální činnosti. Mění se tak situace, kdy realizace ekonomického zisku byla hnacím motorem a určujícím předpokladem pro existenci jakéhokoli titulu periodického tisku.

## 2.2 Vztah médií a politiky

Média působí jako významný komunikační článek ve vztahu politické sféry s dalšími složkami společnosti a mají postavení prostředníka mezi politickou mocí a občany. Politický význam médií postupně narůstal od 19. století, spolu s nástupem masového tisku a média se tak stala významnou součástí politického procesu, která dokáže podstatně ovlivnit prosazování politických zájmů a rozhodování voličů.<sup>136</sup>

Média společně s politiky disponují mocí určovat agendu veřejného života, definovat témata, jejich význam a distribuovat je širokému publiku. Hlavním projevem moci médií je schopnost vytvářet symbolické prostředí, utvářet diskurz a ovlivňovat způsob, jakým lidé mluví, přemýšlí a poznávají. Mají možnost ovlivňovat, jaké informace a v jakém podání se dostanou publiku a co bude publikum vnímat jako důležité a co nikoli.<sup>137</sup>

Politici proto mají silnou motivaci pro mediální výstupy, je pro ně žádoucí, být co nejčastěji v médiích, neboť k mediálním výstupům a mediální realitě politiky má publikum snadný přístup, na rozdíl od nezprostředkované politické reality (v podobě politických jednání na nejrůznějších úrovních). Většina veřejnosti je při získávání adekvátních informací o aktuálním politickém dění závislá na médiích s jen omezenou možností srovnat mediovanou realitu s realitou nezprostředkovanou. Přímá komunikace občanů s politickými reprezentanty prakticky neexistuje. Právě média jsou dle McQuaila "pramenem informací

---

<sup>136</sup> HEYWOOD, Andrew. *Politologie*. Praha: Eurolex Bohemia, 2004. Politologie (Eurolex Bohemia). ISBN 80-864-3295-5, s. 56

<sup>137</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. Politologie (Eurolex Bohemia). ISBN 978-807-3675-912, s. 123

Problematiku agenda setting formuloval před McCombsem už Walter Lippmann v práci *Public Opinion* (1922).

životně důležitých pro fungování většiny společenských institucí, klíčem ke slávě a postavení známé osobnosti, stejně jako zdrojem moci a vlivu."<sup>138</sup>

Thomas Meyer dále definuje dvojí charakter motivace politiků vystupovat v médiích. Politické elity jednak cítí potřebu legitimacy a tím pádem touhu stále ospravedlňovat své jednání v médiích a také chtějí mít náskok před svými politickými rivaly na poli veřejného mínění, které se snaží ovlivnit kultivací svého vlastního mediálního obrazu.<sup>139</sup>

Postupem času se média stala klíčovým aktérem v procesu politické komunikace a logika politická se začala podřizovat logice mediální. Političtí aktéři se postupně přizpůsobovali, aby se nakonec zcela adaptovali na podmínky, požadavky a pravidla mediálního prostředí. Politika tedy postupně pozbývá své nezávislosti a do značné míry se stává na médiích závislou a formuje se právě v interakci s médii. Média se tak stávají dominantními tvůrci veřejné sféry.<sup>140</sup>

Vztah médií a politiky se v českém prostředí v posledních třiceti letech postupně vyvíjel. Před rokem 1989 byla média do značné míry podřízena politické reprezentaci a politickým zájmům. Brzy po listopadu 1989 se média stala přímým politickým aktérem, kdy seznamovala publikum s principy fungování netotalitní společnosti a jak uvádí Žantovský, často sehrávala také přímo propagandistickou antikomunistickou úlohu, když například před prvními parlamentními volbami v roce 1990 otevřeně vyzývala občany, aby volili nekomunistické politické strany a dali tím najevo odsouzení předlistopadového režimu.<sup>141</sup> Následovalo období vzájemného respektu a rovnocenného postavení médií a politiky, kdy se média postupně stala nezávislými, odpoutala se od státu a stala se jedním z výrazů politické autonomie, práva na svobodu projevu a konstitutivním prvkem nově demokratizované společnosti. Média byla i v této době silným politickým aktérem, spolu s tím, jak se "diverzifikovala politika na levičičku a pravici, zvyšovala se i dynamika politických snah ovlivňovat média, jako určující sílu, která má moc ovlivňovat voliče a náladu veřejnosti."<sup>142</sup> Jak zmiňuje opět Žantovský, tyto snahy se však realizovaly většinou přes

---

<sup>138</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 21

<sup>139</sup> MEYER, Thomas a Lewis P. HINCHMAN. *Media democracy: how the media colonize politics*. Cambridge, UK: Blackwell, c2002, s. 59. ISBN 978-074-5628-448.

<sup>140</sup> ŘÍCHOVÁ, Blanka a Jan JIRÁK. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 17, ISBN 978-802-4601-823.

<sup>141</sup> ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Praha: Institut Václava Klause, 2013. Publikace (Institut Václava Klause). ISBN 978-80-8780-6029, s. 28.

<sup>142</sup> ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Praha: Institut Václava Klause, 2013. Publikace (Institut Václava Klause). ISBN 978-80-8780-6029, s. 91

veřejnoprávní a nikoli soukromá média.<sup>143</sup> V posledních letech pozorujeme poměrně konfliktní období, charakteristické jednak nárůstem nevraživosti ve vztahu mezi novináři a politickou reprezentací a jednak částečným návratem k přímé provázanosti politických stran se soukromými médii. Pomalu se tedy symbolicky uzavírá kruh, kdy na počátku byl stranický tisk a deníky patřící politickým stranám a organizacím národní fronty, přes období privatizace a nezávislosti zpět do éry tisku s přímou stranickou vazbou.

V souvislosti s působením médií jako významného aktéra ve vztahu politiky a dalších složek společnosti se často zmiňuje několik konceptů. Ty nejznámější hovoří o médiích jako o *sedmé velmoci*<sup>144</sup>, *čtvrté moci*<sup>145</sup> nebo *hlídacích psech demokracie*. Poslední uvedený koncept vychází z představy, že média kriticky reflektují oblast politiky, kontrolují výkon státní moci a realizuje se v nich politická odpovědnost vůči veřejnosti. Ve jménu veřejnosti by média měla odhalovat případy zneužití pravomocí či korupce politické reprezentace a podnikatelských elit, přinášet informace, upozorňovat na vztahy a souvislosti mezi osobami, událostmi, institucemi nebo jevy.

Kromě této kontrolní funkce uvádějí v rámci normativního vymezení role médií v demokratické společnosti autoři jako Curran<sup>146</sup> nebo McNair<sup>147</sup> další dvě funkce. Za prvé jsou média zdrojem informací o dění ve společnosti a za druhé utvářejí prostor pro svobodnou diskuzi, pro polemiky a debaty.

Celý tento koncept je značně idealizovaný a přehlíží mimo jiné napojení médií na ekonomické struktury. Média dnes fungují především jako tržní subjekty na mediálním a reklamním trhu a tudíž plní v prvé řadě zábavní funkci, přičemž právě postupná komercializace posiluje ekonomickou závislost médií, kdy ekonomické imperativy trhu nedovolují médiím dostát své kritické roli vůči veškerým mocenským (nejen politickým, ale i ekonomickým) vztahům.<sup>148</sup> Kromě vlivu ze strany různých podnikatelských subjektů bez

---

<sup>143</sup> Příkladem může být krize a stávka v České televizi v zimě roku 2000-2001 In: ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Praha: Institut Václava Klause, 2013. Publikace (Institut Václava Klause). ISBN 978-80-8780-6029, s. 90-93

<sup>144</sup> Označení použil Otto von Bismarck v 70. letech 19. století, který prohlásil, že tehdejšími šesti velmocemi (Velké Británii, Francii, Německu, Rakousku, Itálii a Rusku) se svým vlivem vyrovná tisk.

<sup>145</sup> Čtvrtá moc vedle tří základních mocí (výkonné, zákonodárné a soudní). Přirovnání pochází rovněž z 19. století. Média jsou v tomto kontextu vnímána jako kontrolní mechanismus tří tradičních mocí

<sup>146</sup> CURRAN, James. Nový pohled na masová média a demokracii. In. ŘÍHOVÁ, Blanka a Jan JIRÁK. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 9788024601823, s. 116-163

<sup>147</sup> MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003. Communication and society (Routledge (Firm)). ISBN 978-0415307086, s. 65

<sup>148</sup> THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 42.



přímé vazby na politickou scénu je nutné brát v úvahu také to, že vlastníci médií jsou zájmově provázáni s politickými strukturami, neboť i oni potřebují prosazovat své podnikatelské zájmy.

V posledních letech je navíc v českém prostředí i prostředí okolních států opět narušena nezávislost mediální sféry na sféře politické, kdy se významná zpravodajská média dostávají pod přímou kontrolu vládních politiků a nezávislost médií je tak postupně likvidována a potlačována. Ačkoli média dnes nepatří přímo politickým stranám, jsou ovládána s nimi spřízněnými subjekty. Tím vzniká stále intenzivnější a pro demokratické fungování médií nezdravá provázanost politiky, ekonomiky a médií. Díky změnám vlastnických poměrů a koncentraci vlastnictví se postupně vytrácí pluralita mediálního prostředí.<sup>149</sup>

### 2.3 Koncentrace vlastnictví

Otázka vlastnictví médií, tedy kdo média vlastní (a také jaké druhy médií a v jakém množství vlastní) a jaký vliv toto vlastnictví má na fungování médií a obsahy, které se v nich (ne)objevují, je velmi důležitá a v prostředí globalizovaného světa také poměrně složitá. Ne nadarmo se jedná o jedno z hlavních témat odborníků zabývajících se politickou ekonomikou médií, kteří definují široké spektrum ekonomických, politických i sociokulturních důsledků, plynoucích jednak z koncentrace vlastnictví, z globalizace mediálního trhu jako celku a s tím spojené unifikace mediálních obsahů.

Tématem se zabývá například studie Oxfordské univerzity, která byla součástí projektu *Media Ownership and Commercial Pressures*. Studie ve své části věnující se regionu střední a východní Evropy *Media and Democracy in Central and Eastern Europe* poukazuje na to, že média v našem regionu podléhají v posledních letech silnému finančnímu tlaku, což oslabuje jejich nezávislost:

"Tento typ vlastnictví (významnými byznysmeny) má dopad nejen na strukturální autonomii médií, která jsou stále úžeji propojena s lokálními podniky a často zapojena do politických sítí, jejichž součástí je majitel daného média, ale také na nezávislost redaktorů,

---

<sup>149</sup> Upozorňuji na to například ve společném prohlášení z 9. 2. 2017 novináři ze zemí bývalé Visegrádské čtyřky: Češi, Slováci, Poláci a Maďaři společně za svobodu médií!. In: *Svobodu médiím!* [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <https://svobodumediim.cz/aktuality/detail/144>

kteří jsou nezdědka využíváni majiteli k prosazení vlastních obchodních nebo politických zájmů." <sup>150</sup>

Přesvědčení, že vlastnictví rozhodujícím způsobem podmiňuje povahu médií a také výsledný mediální produkt bylo již prvkem marxistické teorie <sup>151</sup> a nyní je, dá se říci, axiomem, který shrnul Herbert Altschull ve svém druhém zákonu žurnalistiky: "Obsah médií vždy odráží zájmy těch, kdo tato média financují." <sup>152</sup> Jak ovšem naznačuje tato Altschullova poznámka, nejde pouze o vlastnictví jako takové. Důležitá je také forma a způsob financování výroby daného mediálního produktu. Ačkoli fungování některých médií je skutečně financováno pouze jejich vlastníky, většina médií získává prostředky z různých zdrojů. Mezi ty patří soukromí investoři, inzerenti, spotřebitelé, veřejné i státní orgány aj. Vliv, který je spojen s vlastnictvím je tedy často nepřímý a značně komplikovaný, pouze výjimečně se jedná o jedinou linii vlivu. <sup>153</sup>

Důvodem, proč ke koncentraci vlastnictví médií dochází, je mimo jiné to, že provozování médií je velmi kapitálově náročné (viz [kapitola 2.1](#)). Jedním ze způsobů, jak je možné ekonomickým tlakům v mediálním odvětví čelit a maximalizovat naději na ekonomický úspěch je dosáhnout co největší kontroly trhu a tedy co největší koncentrace vlastnictví. Ke koncentraci vlastnictví médií dochází po celém světě již od 19. století. Ve Spojených státech i západní Evropě se v průběhu historie vyvinuly silné mediální konglomeráty ovládající různé druhy médií v řadě různých zemí. <sup>154</sup>

S koncentrací vlastnictví se neodmyslitelně pojí i vznik mediálních magnátů, mocných vlastníků médií s přesahy do jiných druhů podnikání a do politiky. V některých zemích, jako je Itálie, Francie, Rakousko nebo Velká Británie, jsou "tradiční" mediální magnáti součástí mediální krajiny po celá desetiletí, <sup>155</sup> ve východní Evropě (především v Rusku, Srbsku, Albánii, Rumunsku a Bulharsku) se pak začali objevovat po pádu Sovětského svazu, od 90. let 20. století.

---

<sup>150</sup> 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]. London: The London School of Economics and Political Science, 2013 [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: [https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final\\_reports/stetka\\_2013\\_final%20report\\_posted.pdf](https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final_reports/stetka_2013_final%20report_posted.pdf)

<sup>151</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8926-7, s. 266-268.

<sup>152</sup> ALTSCHULL, J. Herbert. *Agents of power: the role of the news media in human affairs*. New York: Longman, c1984. ISBN 05-822-8417-1, s. 12

<sup>153</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 237

<sup>154</sup> např. Time Warner, Walt Disney, Viacom, Bertelsman AG, aj.

<sup>155</sup> Např. Rupert Murdoch, Silvio Berlusconi, Jesús de Polanco, Hans Dichand, Axel Springer, Rudolf Augstein, Alfred Harmsworth, Robert Maxwell aj.

U nás nyní pozorujeme trend národní koncentrace vlastnictví, kdy český (potažmo česko-slovenský) mediální trh postupně ovládla skupina několika málo vlastníků. Tyto osoby nebo společnosti ovládají různé druhy médií napříč celým trhem, avšak omezují se pouze na trh český a slovenský. Zatímco tedy v minulosti bylo vlastnictví koncentrováno u zahraničních subjektů, dnes se jedná o subjekty domácí. Koncentrace se přitom nezastavuje pouze u vlastnictví médií, nýbrž dochází k propojení dalších různých odvětví a sektorů. Ačkoli se, vcelku logicky, objevují kritici vstupu lokálních byznysmenů do oblasti médií, nabízí se otázka, kdo jiný mohl po odchodu zahraničních vlastníků média koupit. Vzhledem k tomu, že silní domácí mediální podnikatelé se u nás vzhledem k historickému vývoji nevyvinuli a pro zahraniční společnosti není malý český jazykově specifický trh příliš atraktivní, domácí podnikatelé z jiných oborů jsou tedy fakticky jediný, kdo se mohl jako nový investor objevit.

Zatímco nikdy v historii jsme (především kvůli komplikovanému historicko-politickému vývoji) domácího "mediálního magnáta" neměli,<sup>156</sup> nyní se jich objevuje hned několik. Vzhledem k aktuální krizi tradičních médií a jejich snižující se ziskovosti hrají v etablování se těchto nových vlastníků velkou roli jejich politické a další obchodní zájmy. Ve chvíli kdy totiž tradiční média (s periodickým tiskem v čele) již negenerují signifikantní ekonomický zisk, pak každý, kdo do těchto typů médií investuje, musí mít pro své počínání nějakou jinou, než ekonomickou motivaci.<sup>157</sup> Je tedy nepochybně alespoň zčásti pravda, že noví mediální magnáti si svá média pořizují jako nástroj moci.

Rizika, která vyplývají z takové koncentrace vlastnictví a omezení plurality médií se každoročně zabývá projekt *Media Pluralism Monitor* Centra pro mediální pluralitu a mediální svobodu (CMPF) při European University Institute ve Florencii. Výzkum financovaný Evropskou unií vyhodnocuje v devatenácti členských zemích včetně České republiky existující i potenciální rizika pro mediální pluralitu ve čtyřech oblastech, kterými jsou: základní ochrana plurality (ochrana svobody projevu, nezávislost regulačních orgánů, právo na informace a standardy novinářské profese), tržní pluralita (transparentnost a koncentrace mediálního vlastnictví), politická nezávislost (politická vyváženost v médiích,

---

<sup>156</sup> Za předchůdce však můžeme v českém prostředí do určité míry považovat například Jiřího Stříbrného a jeho vydavatelský koncern Tempo

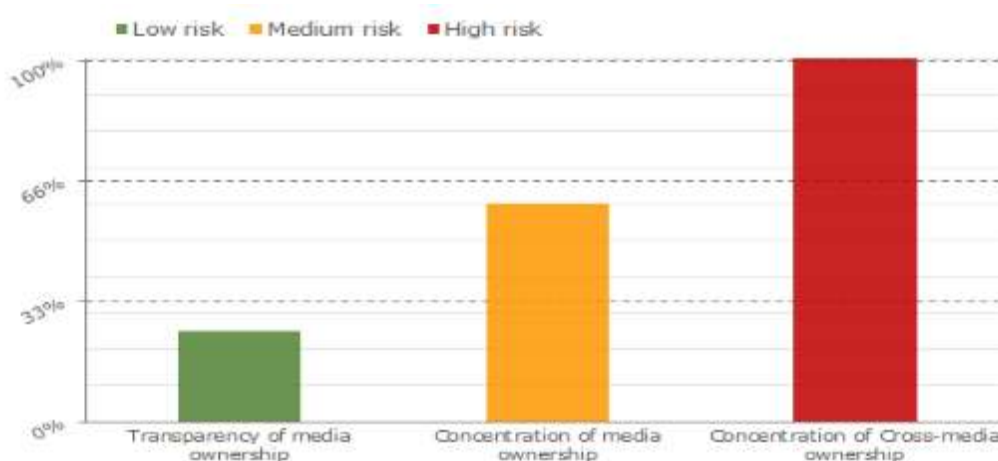
<sup>157</sup> KUŚ, Michał, Stephan USS-MOHL a Adam SZYNOL. Mediální magnáti. Moc, politika a média. In: *European Journalism Observatory* [online]. Evropská observatoř žurnalistiky – EJO, 2013 [cit. 2017-05-07]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/2481/medialni-zurnalistika/medialni-magnati-moc-politika-a-media>

politizace kontroly médií, státní reklama aj.) a sociální inkluze (přístup různých sociálních skupin do médií, mediální gramotnost, centralizace mediálního systému aj.).

Výsledky za rok 2015 ukazují v České republice jako nejproblematictější oblast tržní plurality, kde byly sledovány tři ukazatele – transparentnost vlastnictví (zde bylo shledáno relativně nízké riziko), koncentrace vlastnictví (zde bylo shledáno střední až vysoké riziko) a křížová koncentrace vlastnictví (zde bylo shledáno velmi vysoké riziko). Právě tento typ koncentrace představuje dle zprávy pro česká média největší ohrožení, neboť u nás neexistuje regulace, která by jakkoli omezovala nebo zabraňovala propojovat vlastnictví napříč různými druhy médií.<sup>158</sup>

Vzhledem k rychlosti privatizace a transformace celkově nedošlo včas k vytvoření legislativy, která by omezovala koncentraci vlastnictví médií v oblasti tisku ani specifických pravidel, která by omezovala koncentraci vlastnictví napříč médii (tzv. cross-media ownership). V České republice nejsou dodnes stanovena žádná pravidla vertikální koncentrace. Horizontální koncentrace je upravena především nařízením zákona o ochraně hospodářské soutěže. Úprava, která by se týkala diagonální koncentrace vlastnictví médií v České republice rovněž chybí. Oblast periodického tisku je do dnešních dnů výrazně méně regulována než oblast vysílacích médií – tedy rozhlasu a televize.

**Graf 10:** Úroveň rizika v jednotlivých oblastech tržní plurality v ČR za rok 2015



Zdroj: Media Pluralism Monitor 2015

<sup>158</sup> Media Pluralism Monitor 2015 – Results: Czech Republic. In: *Media Pluralism Monitor* [online]. European University Institute [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://monitor.cmpf.eui.eu/mpm2015/results/czech-republic/>

### 2.3.1 Legislativní rámec vlastnictví periodického tisku v České republice

Vlastnictví médií obecně a periodického tisku konkrétně není dosud českou legislativou výrazně regulováno. Podobně jako v dalších zemích Evropy omezuje vlastnické poměry v médiích především zákon o ochraně hospodářské soutěže (143/2001 Sb).

#### 2.3.1.1 Zákon o ochraně hospodářské soutěže

Zákon č. 143/2001 Sb. obecně stanovuje, že v případě, kdy by soutěžitel mohl dosáhnout dominantního postavení na relevantním trhu a jeho tržní síla by mu tak umožnila chovat se ve značné míře nezávisle na jiných soutěžitelích nebo spotřebitelích, musí získat souhlas Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Dominantní postavení zaujímá soutěžitel, který ve zkoumaném období dosáhl na trhu 40% a vyšší tržní podíl. Stejně jako v jiných oblastech vzniká však i v oblasti médií problém, jak definovat relevantní trh.<sup>159</sup>

Tento problém v minulosti řešilo správní řízení například v kauze vydavatelských společností Vydavatelství VLTAVA, spol. s r.o. a Vydavatelství LABE, spol. s r.o., jejichž tehdejší vlastník Verlagsgruppe Passau (VGP) si od roku 1991 postupně získával monopolní postavení v oblasti regionálního denního tisku. V roce 1993 bylo však ve správním řízení rozhodnuto, že postavení VGP není dominantní, neboť relevantní trh se skládá jak z tisku regionálního, tak i z tisku celostátního denního. Tento přístup, kdy je trh s denním tiskem chápán jako jediný homogenní celek, nikoli jako dva oddělené trhy – trh s celostátním tiskem a trh s tiskem regionálním se ve středoevropském kontextu jeví jako velmi liberální.

Všechna dosavadní spojení soutěžitelů v oblasti denního tisku, která ÚOHS posuzoval, byla schválena a nebylo shledáno, že by mohlo dojít k omezení hospodářské soutěže nebo k zisku dominantního postavení na trhu.

#### 2.3.1.2 Omezení křížového vlastnictví

Mediální legislativa dále omezuje křížové vlastnictví médií, ovšem pouze co se týče rozhlasu a televize. Dle zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů smí jedna právnická i fyzická osoba vlastnit jen jeden celostátní rozhlasový nebo televizní program, který může přijímat alespoň 70 % populace České republiky.<sup>160</sup>

<sup>159</sup> Relevantním trhem je trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.

<sup>160</sup> Zákon č.231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. Část šestá: Zajištění plurality informací v rozhlasovém vysílání a televizním vysílání, § 55 a § 56

V oblasti periodického tisku není křížové vlastnictví legislativou nijak omezeno. Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) je jediným právním předpisem, který přímo reguluje vydávání periodického tisku v České republice. Zákon upravuje práva a povinnosti vydavatelů a dalších osob v souvislosti s vydáváním periodického tisku, který je vydáván nebo šířen (za úplatu i zdarma) na území České republiky. Neobsahuje však žádná omezení týkající se vlastnických poměrů.

Zákonem, který se nově dotýká také oblasti médií, včetně periodického tisku, je zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů (viz [níže](#)).

### 2.3.1.3 *Novela zákona o střetu zájmů*

Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů upravuje povinnost veřejných funkcionářů vykonávat své funkce tak, aby nedocházelo ke střetu mezi jejich osobními zájmy a zájmy, které jsou povinni z titulu své funkce prosazovat nebo hájit. Zákon dále obsahuje omezení některých činností veřejných funkcionářů a neslučitelnost výkonu funkce veřejného funkcionáře s jinými funkcemi.

Novela tohoto zákona, kterou předložil Úřad vlády České republiky na začátku roku 2015, kromě jiného<sup>161</sup> stanovuje, že členové vlády, ale také senátoři, poslanci, zastupitelé různých úrovní a další veřejní funkcionáři, nesmějí být provozovateli rozhlasového nebo televizního vysílání či vydavateli periodického tisku ani společníky, členy nebo ovládajícími osobami právnických osob, které jsou provozovateli rozhlasového nebo televizního vysílání či vydavateli periodického tisku. Všechny takové činnosti musejí ukončit do dvou měsíců od nástupu do funkce, případně musejí společnost opustit. Pokud by tak neučinili, ztratili by ve firmě hlasovací práva.

Tato novela byla v září 2016 schválena Poslaneckou sněmovnou, následně v říjnu vrácena Senátem zpět k projednání, kde byla znovu přijata, poté v prosinci téhož roku vetována prezidentem a znovu v lednu 2017 projednána Poslaneckou sněmovnou. Ta prezidentské veto přehlasovala<sup>162</sup> a novela č. 14/2017 Sb., kterou se mění zákon č. 159/2006

---

<sup>161</sup> Novela zejména sjednocuje stávající evidenční orgány do jednoho a vytváří centrální elektronický registr oznámení, zavádí povinnost veřejného funkcionáře podat oznámení ke dni zahájení výkonu funkce, zpřísňuje a rozšiřuje zákaz konkurence a vytváří nový systém sankcí podle závažnosti protiprávního jednání. Společnosti, v nichž člen vlády vlastní více než 25% podíl, se podle novely již nedostanou ke státním dotacím, investičním pobídkám a veřejným zakázkám.

<sup>162</sup> Usnesení o přehlasování prezidentského veta Poslaneckou sněmovnou bylo publikováno pod č. 15/2017 Sb.

Sb., o střetu zájmů tak vyšla 25. ledna 2017 ve Sbírce zákonů.<sup>163</sup> Účinnosti novela nabyde 1. září 2017, zákaz účasti firem vlastněných členy vlády v zadávacích řízeních veřejných zakázek a zákaz poskytnutí dotací a pobídek takovým firmám začal však platit 15. dne po vyhlášení novely ve Sbírce zákonů, tedy již 9. února 2017.

Pro novelu se vžilo označení "lex Babiš" vzhledem k tomu, že právě Andrej Babiš je touto novelou a omezením možnosti vlastnit jednak společnosti obchodující se státem a jednak média a současně zastávat politickou funkci výrazně dotčen (viz dále v kapitole [2.4.1.1](#)).

## 2.4 Vývoj vlastnictví vydavatelů celostátních deníků po roce 2008

V následujících subkapitolách je popsán vývoj vlastnictví jednotlivých vydavatelství celostátního denního tisku od roku 2008 do současnosti, kdy došlo k odchodu všech zahraničních vlastníků z trhu a na jejich místo nastoupili vlivní domácí podnikatelé.

### 2.4.1 MAFRA, a.s.

Od roku 1993 až do roku 2013 byla většinovým vlastníkem společnosti MAFRA, a.s. německá společnost Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG), která postupným výkupem podílů od drobných akcionářů získala nad společností 100% kontrolu.

Dne 31. prosince 2009 byla mezi společností MAFRA, a.s. a společností Lidové noviny, a.s. uzavřena smlouva o převodu podniku společnosti Lidové noviny, a.s.<sup>164</sup> Převod nabyl účinnosti týž den a od 1. ledna 2010 se vydavatelem deníku *Lidové noviny* oficiálně stala společnost MAFRA, a.s.. Společnost PRESSINVEST a.s. (dosavadní majitel společnosti Lidové noviny a.s.) poté zanikla v likvidaci.

V lednu roku 2012 pak MAFRA, a.s. navýšila svůj podíl ve vydavateli deníku *Metro* (společnosti METRO Česká republika, a.s.) z původních 60 % na 93,3 % prostřednictvím navýšení základního kapitálu z původních 12 100 000 Kč na novou výslednou výši 72 100 000 Kč, tedy o celkovou částku 60 000 000,- Kč.<sup>165</sup> Od září 2013 se pak vydavatelem deníku

---

<sup>163</sup> Ředitel Odboru tiskového a tiskový mluvčí prezidenta republiky uvedl, že je prezident připraven obrátit se na Ústavní soud, aby ten definitivně rozhodl o případném nesouladu novely zákona o střetu zájmů s Ústavou České republiky.

<sup>164</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: Lidové noviny, a.s. v likvidaci, B 1034 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sbirka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=427391&typ=UPLNY>

<sup>165</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: METRO Česká republika, a.s., B 4419 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sbirka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=289626&typ=UPLNY>

*Metro* stala společnost MAFRA, a.s. poté, co společnost METRO Česká republika, a.s. zanikla bez likvidace fúzí sloučením se společností MAFRA, a.s., na kterou přešlo veškeré jmění společnosti METRO Česká republika, a.s. včetně vydavatelských práv k deníku.

Ke změně vlastnických poměrů v samotné společnosti MAFRA, a.s. došlo až v polovině roku 2013, kdy RBVG prodalo veškeré aktivity mediální skupiny MAFRA v České republice<sup>166</sup> skupině AGROFERT HOLDING, a.s.<sup>167</sup> s jediným akcionářem Andrejem Babišem. Obchod byl finálně uzavřen ve středu 26. června 2013. Německé vydavatelství přistoupilo, dle vlastního prohlášení, k prodeji ze strategických důvodů, aby se mohlo věnovat novým investicím. Odchod z České republiky byl především součástí snah o konsolidaci pozice celé skupiny v Německu, kde RBVG v roce 2012 koupila vydavatele regionálních novin Saarbrücker Zeitungsgruppe. V době prodeje nebyla navíc MAFRA, a.s. v dobré ekonomické kondici. Za rok 2012 realizovala společnost ztrátu 168,5 milionů korun.

Transakce byla postoupena schválení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Ten se k akvizici vyjádřil kladně a 26. srpna 2013 tak svým prvostupňovým rozhodnutím povolil spojení soutěžitele AGROFERT HOLDING, a.s., se společnostmi MAFRA, a.s. a Anděl Media Centrum, s.r.o.<sup>168</sup> K převzetí pak došlo 10. října 2013 a jako jediný akcionář společnosti MAFRA, a.s. byl AGROFERT HOLDING, a.s. (později přejmenován na AGROFERT, a.s.) zapsán 16. října 2013.<sup>169,170</sup>

ÚOHS posuzoval dopady spojení zejména v oblastech vydávání periodického tisku, poskytování inzertního prostoru v periodickém tisku, internetového zpravodajství a internetové inzerce. V žádné z těchto oblastí neshledal, že by se dosavadní aktivity dceřiné společnosti AGROFERT HOLDING, a.s. AGF Media, a.s.<sup>171</sup> výrazně překrývaly s aktivitami společnosti MAFRA, a.s.. Tituly vydávané oběma společnostmi označil antimonopolní úřad za typově odlišné, poskytující odlišný obsah pro odlišné publikum.

---

<sup>166</sup> RBVG vlastnila i 50% podíl ve slovenské společnosti Petit Press a.s., vydavateli deníku SME, do té však Babiš touto transakcí majetkově nevstoupil

<sup>167</sup> AGROFERT HOLDING, a.s. se sídlem Pyšelská 2327/2, Praha 4, IČO: 26185610

<sup>168</sup> Agrofert získal povolení k převzetí vydavatelství Mafra. *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže* [online]. 2013 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/1675-agrofert-ziskal-povoleni-k-prevzeti-vydavatelstvi-MAFRA.html>

<sup>169</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: AGROFERT, a.s., B 6626 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sbirka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=525681&typ=UPLNY>

<sup>170</sup> Společnost Anděl Media Centrum, s.r.o. zanikla k 1. 1. 2014 a došlo k jejímu sloučení a převodu veškerého jejího majetku na společnost IMOBA, a.s. s jediným akcionářem společností AGROFERT HOLDING, a.s. (později AGROFERT, a.s.)

<sup>171</sup> AGF Media, a.s. se sídlem Pyšelská 2327/2, Praha 4, IČO: 24192376



V oblastech, kde spojením došlo k horizontálnímu překrytí aktivit skupin AGROFERT HOLDING, a.s. a MAFRA, a.s. a na nichž došlo k navýšení tržního podílu, se tržní podíl pohybuje pod hranicí 25 % a dle znění zákona o ochraně hospodářské soutěže se tak nepředpokládá, že by hrozilo riziko narušení hospodářské soutěže.<sup>172</sup>

Detaily celé transakce nebyly zveřejněny. Cena, za kterou Andrej Babiš vydavatelství MAFRA, a.s. koupil tak nebyla oznámena. Dle šéfredaktora týdeníku *MarketingSalesMedia* Daniela Köppla se částka pohybovala kolem 3,7 miliard korun (asi 150 milionů eur).<sup>173</sup>

Za tuto částku AGROFERT HOLDING, a.s. získal jedno z nejvlivnějších českých soukromých vydavatelství, které vlastní především tištěné deníky *Mladá fronta DNES*, *Lidové noviny* a *Metro*, televizní stanici *Óčko*, internetové zpravodajské portály *iDnes.cz* a *Lidovky.cz*, řadu obsahových a e-commerce webů (např. *AAA Poptávka*, *Akcniceny.cz*, *Vratnepenize.cz*, *eMimino.cz* aj.). Součástí mediální skupiny je také virtuální mobilní operátor *MOBIL.cz* a dále divize *MAFRA print* (tiskárny vyrábějící noviny, časopisy a letáky, se závody v Praze a Olomouci), *MAFRA events* (organizace konferencí) a *MAFRA creative* (výroba videí), dále řada nemovitostí a dalších majetkových podílů, mj. 26,27 % ve společnosti První novinová společnost a.s..<sup>174</sup>

Do vydavatelské skupiny patřily v době nákupu také dvě rozhlasové stanice a to *Expres radio* a *Classic FM*, ty však byly následně převedeny zpět na původního vlastníka společnosti MAFRA, a.s. tedy společnost Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH.

K 1. prosinci 2013 nabyla společnost MAFRA, a.s. také slovenskou vydavatelskou společnost ECOPRESS a.s.<sup>175</sup>, která na Slovensku vydává deník *Hospodárske noviny*, odborné tituly *Zdravotnícke noviny*, *Obchod*, *Diabetik*, *HORECA magazine*, *Stratégie*, časopis *Rungo* a dále provozuje internetové portály *HNonline.sk*, *Evita.sk* aj. Cena transakce nebyla zveřejněna, ale hovořilo se o částce kolem 37 milionů eur, což byl podle slovenského obchodního rejstříku základní majetek firmy.

---

<sup>172</sup> Agrofert získal povolení k převzetí vydavatelství Mafra. *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže* [online]. 2013 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/1675-agrofert-ziskal-povoleni-k-prevezeti-vydavatelstvi-MAFRA.html>

<sup>173</sup> KÖPPL, Daniel. Tak již víme, kolik zaplatil Andrej Babiš za Mafru. *MarketingSalesMedia* [online]. EMPRESA MEDIA, 2013 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafru\\_274807.html](http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafru_274807.html)

<sup>174</sup> První novinová společnost a.s., se sídlem Paceařická 1/2773, Praha, IČO: 45795533

<sup>175</sup> ECOPRESS a.s. IČO: 31 333 524

AGROFERT HOLDING, a.s. společnost koupil v polovině dubna 2013 od společností ECONOMIA a.s. Zdeňka Bakaly. ECOPRESS a.s. byl do té doby dceřinou společností společnosti ECONOMIA a.s., která se však ze strategických důvodů rozhodla jej prodat, aby se mohla zaměřit na svůj dlouhodobý cíl, totiž vytvoření moderního organizovaného mediálního domu v České republice. ECOPRESS a.s. byl nejprve začleněn do mediální divize holdingu AGROFERT HOLDING, a.s. společnosti AGF Media, a.s.. Poté co v červnu 2013 AGROFERT HOLDING, a.s. koupil mediální skupinu MAFRA, a.s. docházelo k postupnému začleňování společnosti ECOPRESS a.s. do mateřské skupiny MAFRA, a.s., které bylo ke konci roku 2014 podpořeno i změnou názvu společnosti na MAFRA Slovakia, a.s.<sup>176</sup>

V prosinci 2013 pak došlo ke sloučení společnosti MAFRA, a.s. se společnostmi Léko Media Group s.r.o.,<sup>177</sup> provozovatelem serveru *Česká pozice* a AGF Media, a.s., dceřinou společností AGROFERT HOLDING, a.s. (v říjnu 2013 přejmenované na AGROFERT, a.s.) a vydavatelem regionálních týdeníků *5plus2* (viz [níže](#)).

V říjnu 2014 byl na trh uveden nový společensko-zpravodajský týdeník *Téma*, v portfoliu MAFRA, a.s. se jednalo o první samostatný tištěný týdeník. Obsahově je zaměřen na oblast politiky, byznysu, kultury, vědy, bydlení, zdraví a životního stylu.

V září 2015 spustila společnost MAFRA, a.s. svůj první bulvární produkt, zábavně-informační internetový portál *Denní Expres* (Expres.cz). Web se zaměřuje na informace ze světa celebrit a showbyznysu.

#### 2.4.1.1 *Další mediální aktivity společnosti AGROFERT, a.s.*

##### ***Týdeník 5plus2***

V prosinci 2011 (tedy ve stejném roce, kdy vzniklo hnutí ANO) byla založena společnost AGF Media, a.s.. Akciová společnost byla od počátku vlastněna společností AGROFERT HOLDING, a.s. (později přejmenované na AGROFERT, a.s.). V březnu roku 2012 začala společnost vydávat regionální týdeník *5+2 dny*, který byl distribuován zdarma. V červenci 2012 měl celkem 77 regionálních mutací po celé České republice a vycházel v nákladu 1 milion výtisků.

---

<sup>176</sup> Změna byla do obchodního rejstříku zapsána 20. 12. 2014 <http://www.or.sr.sk/vypis.asp?ID=19707&SID=2&P=1>

<sup>177</sup> Léko Media Group s.r.o., se sídlem Ostrovní 129, Praha 1, IČO: 24719145

Andreji Babišovi a jeho politickému hnutí ANO měl týdeník pomoci v jeho politickém snažení před parlamentními volbami plánovanými na rok 2014, předčasně však konanými již na podzim 2013. Čistě ekonomicky se však jednalo o ztrátový projekt. V roce 2012 realizovala společnost AGF Media, a.s. ztrátu 76,5 milionu korun.

Na počátku roku 2013 proto došlo ke sloučení šesti redakcí (počet regionálních mutací se tak snížil na 71) a propuštěno bylo asi třicet novinářů, milionový náklad však zůstal zachován. V květnu 2013 došlo k úpravě názvu z původního *5+2 dny* na nový *5plus2*, zároveň byl spuštěn i zpravodajský web *5plus2.cz*. Ve zhruba stejné podobě vychází týdeník každý pátek dodnes, a to v nákladu přes 700 000 kusů. V posledním měření čtenosti Media projekt (4. čtvrtletí 2016 a 1. čtvrtletí 2017) získal 857 000 čtenářů na vydání.<sup>178</sup>

Po akvizici společnosti MAFRA, a.s. byla AGF Media, a.s. sloučena s touto společností a vydavatelem týdeníku je od konce roku 2013 přímo MAFRA, a.s.

### ***Rádio Impuls a RockZone 105,9***

Investicí navazující na investici do mediální skupiny MAFRA, a.s. byla akvizice společnosti LONDA spol. s r.o.,<sup>179</sup> provozovatele nejposlouchanější rozhlasové stanice *Rádio Impuls* a také rádia *RockZone 105,9*. Šlo o další krok v budování silné mediální skupiny. Koncem listopadu 2013 byla podepsána smlouva o smlouvě budoucí na koupi společnosti LONDA spol. s r.o., kterou měl AGROFERT, a.s. získat dosavadní dvoutřetinový podíl společnosti EUROCAST GmbH Radio Venture & Management a rovněž zbývající třetinový podíl podnikatele Ing. Ivana Bařka.

Transakce podléhala schválení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže a Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). Obě instituce se k obchodu vyjádřily kladně. RRTV udělila 9. ledna 2014 provozovateli LONDA, spol. s r. o. souhlas s převodem obchodních podílů obou společníků na společnost AGROFERT, a.s.,<sup>180</sup> ÚOHS v rozhodnutí konstatoval, že aktivity skupin AGROFERT, a.s. a LONDA spol. s r.o. se horizontálně nepřekrývají, neboť AGROFERT, a.s. dosud nepůsobil v oblasti rozhlasového vysílání ani v oblasti

---

<sup>178</sup> MEDIA PROJEKT: 4. čtvrtletí 2016 a 1. čtvrtletí 2017. *Median.eu* [online]. STEM MARK, 2017 [cit. 2017-05-16]. Dostupné z: [http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP\\_2016\\_4\\_1Q\\_prezentace.pdf](http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP_2016_4_1Q_prezentace.pdf)

<sup>179</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: LONDA spol. s r. o., C 20283 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sběrka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=452886&typ=UPLNY>

<sup>180</sup> Tisková zpráva z 1. zasedání, konaného dne 9. 1. 2014. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. 2014 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: [http://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ\\_01\\_14.pdf](http://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_01_14.pdf)

poskytování reklamního prostoru v rádiích a dospěl k názoru, že fúze nezvýší tržní sílu společnosti AGROFERT, a.s. natolik, aby měla za následek podstatné narušení hospodářské soutěže v dotčených oblastech. Dne 20. ledna 2014 tedy ÚOHS oficiálně povolil spojení soutěžitelů AGROFERT, a.s. a LONDA spol. s r.o.<sup>181</sup>

Společnost AGROFERT, a.s. tak získala výlučnou kontrolu nad celostátní rozhlasovou stanicí *Rádio Impuls*, lokálním pražským rádiem *RockZone 105,9* a společností LIN a.s. (zabývající se zprostředkovatelskou činností v oblasti prodeje reklamního prostoru v rádiích provozovaných skupinou LONDA). Do obchodního rejstříku byla společnost AGROFERT, a.s. jako jediný společník společnosti LONDA spol. s r.o. se 100% obchodním podílem zapsána 18. února 2014.

---

<sup>181</sup> Agrofert může převzít Rádio Impuls. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže [online]. 2014 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/1762-agrofert-muze-prevzit-radio-impuls.html>

**Tabulka 10: Schéma portfólia spoločnosti AGROFERT, a.s. v oblasti médií**

Andrej Babiš // AB Private Trust I a II														
AGROFERT, a.s.														
LONDA spol. s r.o.	MAFRA a.s.													
Rozhlas	Tisťené tituly		Televize	Virtuálny operátor	Internetové portály/ Ecommerce	Další aktivity								
	Deníky	Časopisy	Stanice O a.s											
Radio Impuls RockZone 105,9	Mladá fronta Lidové noviny Metro	5+2 TÉMA	Óčko	Mobil.cz	iDNES.cz Lidovky.cz Expres.cz eMimino.cz Rungo.cz Playtvak.cz Acomware s.r.o. VISA Portmonka VratnePenize.cz AAA Poptávka firmy.iDnes.cz reality.iDnes.cz job.iDnes.cz Akcniceny.cz Rajce.net AutoModul.cz	MAFRA print MAFRA events MAFRA creative <b>MAFRA Slovakia, a.s</b>								
						<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Tisťené tituly</th> <th rowspan="2">Internetové portály</th> </tr> <tr> <th>Deníky</th> <th>Časopisy</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hospodárske noviny</td> <td>Bedeker GOLF Bedeker Lyžiarske strediská HN Magazín HN Prečo nie Svet 2016 Zdravotnícke noviny Diabetik FITmagazín Stratégie HORECA magazine Obchod Rungo Evita Križovky Almanach reklamy a médií TOP lekári</td> <td>Hnonline.sk Dia.hnonline.sk Strategie.hnonline.sk SvetEvity.sk</td> </tr> </tbody> </table>	Tisťené tituly		Internetové portály	Deníky	Časopisy	Hospodárske noviny	Bedeker GOLF Bedeker Lyžiarske strediská HN Magazín HN Prečo nie Svet 2016 Zdravotnícke noviny Diabetik FITmagazín Stratégie HORECA magazine Obchod Rungo Evita Križovky Almanach reklamy a médií TOP lekári	Hnonline.sk Dia.hnonline.sk Strategie.hnonline.sk SvetEvity.sk
Tisťené tituly		Internetové portály												
Deníky	Časopisy													
Hospodárske noviny	Bedeker GOLF Bedeker Lyžiarske strediská HN Magazín HN Prečo nie Svet 2016 Zdravotnícke noviny Diabetik FITmagazín Stratégie HORECA magazine Obchod Rungo Evita Križovky Almanach reklamy a médií TOP lekári	Hnonline.sk Dia.hnonline.sk Strategie.hnonline.sk SvetEvity.sk												

Vlastní zpracování

#### 2.4.1.1 *Převod majetku Andreje Babiše do svěřenských fondů*

Jak již bylo uvedeno [výše](#), 9. února 2017 začala platit část novely zákona č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, která zakazuje účast firem vlastněných členy vlády v zadávacích řízeních veřejných zakázek a poskytování dotací a pobídek takovým firmám.<sup>182</sup>

Zájem napříč politickými stranami o omezení rostoucí politicko-ekonomicko-mediální moci Andreje Babiše se ukázal jako spojující a dostatečně silný pro to, aby se (jinak znepráteleně) politické strany v hlasování o této novele spojily. Andrej Babiš se tak pro své setrvání v politice musel rozhodnout, zda se vzdá možnosti účastnit se se společností AGROFERT, a.s veřejných zakázek a získávat na svou činnost dotace a investiční pobídky, nebo zda se zbaví své majetkové účasti ve firmě.

Babiš zvolil možnost převodu svého majetku do svěřenského fondu, kterou novela zákona o střetu zájmů nijak neomezuje. Svěřenský fond je institut, který umožňuje vyčlenit část majetku fyzické osoby do fondu, který nemá vlastníka a oddělit tak vlastnictví od fyzické osoby. Zakladatel fondu (původní vlastník) nemá nadále možnost o majetku rozhodovat, má však právo jmenovat i odvolat správce fondu a dále dohlížet na jeho činnost. Ačkoli tedy formálně spravuje majetek ve fondu jmenovaný správce, jeho činnost je fakticky podřízena zakladateli fondu.

Andrej Babiš tedy 2. února 2017 vložil své akcie firem AGROFERT, a.s a SynBiol, a.s.<sup>183</sup> do dvou svěřenských fondů. Do prvního z nich (AB private trust I) vložil 100 % společnosti SynBiol, a.s. a 90 % společnosti AGROFERT, a.s, do druhého (AB private trust II) pak zbylých 10 % společnosti AGROFERT, a.s.. Správci fondů byli jmenováni předseda představenstva společnosti AGROFERT, a.s Zbyněk Průša a Babišův dlouholetý právník Alexej Bílek. Ve tříčlenné radě, která nad nimi bude vykonávat dohled a schvalovat jejich důležité kroky je v obou fondech Babišova životní partnerka Monika Babišová.<sup>184</sup>

---

<sup>182</sup> Ustanovení týkající se možnosti vlastnit vysílací média a celostátní periodický tisk začne platit až v září 2017 a bude se tak týkat až členů nové vlády vzešlé z voleb do Poslanecké sněmovny.

<sup>183</sup> SynBiol, a.s., sídlo Pyšelská 2327/2, Chodov, 149 00 Praha 4, IČO: 26014343

<sup>184</sup> Dalšími členy jsou pro fond AB private trust I Alexej Bílek a Václav Knotek a pro fond AB private trust II Zbyněk Průša a Václav Knotek.

Andrej Babiš je v obou fondech v pozici tzv. obmyšleného, kterému bude majetek z fondů vydán za předpokladu, že přestane být veřejným funkcionářem, nebo budou-li omezení vyplývající z novely zákona o střetu zájmů zrušena.<sup>185</sup>

Babiš tedy naplnil literu novely zákona tím, že využil zákona stejné právní síly a formálně odstínil svůj vliv v obou jím vlastněných společnostech. Spolu se společností AGROFERT, a.s. se formálně zbavil i vlastnictví všech médií, tedy jak mediálního domu MAFRA, a.s., tak rozhlasových stanic *Rádio Impuls* a *RockZone 105,9* a televizní stanice *Óčko*. Fakt, že oba fondy budou řídit Babišovi rodinní příslušníci a lidé spjatí s ním osobně i společností AGROFERT, a.s. však dává tušit, že mu nad společnostmi AGROFERT a.s. (MAFRA a.s., LONDA spol. s r.o., Stanice O a.s.) a SynBiol, a.s. reálný vliv zůstává a smysl zákona tedy zůstává nenaplněn.

Osobně se domnívám, že politici by média vlastnit neměli, ale každou podobnou regulaci je bohužel poměrně snadné obejít. Zároveň dle mého názoru není velký rozdíl v tom, pokud média vlastní přímo politik, nebo je vlastní podnikatel, který je s politikou intenzivně propojen na bázi obchodní či jiné. Možná je dokonce přiznané vlastnictví ze strany politika v tomto případě pro demokracii menším ohrožením než propojení zájmové a skryté.

#### **2.4.2 CZECH NEWS CENTER a.s. a CN Invest a.s.**

Vlastníkem deníků *Blesk*, *Sport* a *AHA!* byla společnost RINGIER ČR a.s.<sup>186</sup> s jediným akcionářem, švýcarským mediálním koncernem RINGIER AG.<sup>187</sup> V roce 2010 byly na trzích střední a východní Evropy sloučeny aktivity tohoto švýcarského koncernu s aktivitami německého vydavatelství Axel Springer SE. Pro tento účel byl založen joint-venture Ringier Axel Springer Media AG,<sup>188</sup> který se v listopadu 2010 stal vlastníkem původní RINGIER ČR a.s. (nově přejmenované na Ringier Axel Springer CZ a.s.)<sup>189</sup> a tím i vydavatelem zmíněných deníků.

---

<sup>185</sup> Prohlášení Andreje Babiše k vložení akcií do svěřenských fondů. In: *Lidovky.cz: Babiš vložil Agrofert do svěřenských fondů*. [online]. [cit. 2017-02-04]. Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/babis-vlozil-akcie-svych-firem-do-sverenyskych-fondu-fh5-zpravvy-domov.aspx?c=A170203\\_121839\\_in\\_domov\\_ELE](http://www.lidovky.cz/babis-vlozil-akcie-svych-firem-do-sverenyskych-fondu-fh5-zpravvy-domov.aspx?c=A170203_121839_in_domov_ELE)

<sup>186</sup> RINGIER ČR a.s., se sídlem Praha 7, U průhonu 800/13, PSČ 17000, IČO: 40766713

<sup>187</sup> RINGIER AG, 4800 Zofingen, Brühlstrasse 5, Švýcarská konfederace, reg. číslo: CH-400.3.000.338-6

<sup>188</sup> Ringier Axel Springer Media AG, Curych, Dufourstrasse 43, 8008, Švýcarská konfederace, reg. číslo: CH-020.3.035.279-2

<sup>189</sup> Ringier Axel Springer CZ a.s., se sídlem Praha 7, Komunardů 1584/42, PSČ 17000, IČO: 40766713

V roce 2012 spustil Ringier Axel Springer CZ a.s. službu BLESKmobil - prvního virtuálního mobilního operátora v ČR, který je dodnes největším virtuálním poskytovatelem mobilních služeb.

O prodeji Ringier Axel Springer CZ a.s. se začalo spekulovat na podzim roku 2013, kdy původní vlastník, uvedl, že se chce nadále soustředit spíše na další rozšiřování svého působení na Slovensku, v Polsku a Srbsku. Axel Springer již dříve prodal své německé regionální tituly, ženské časopisy a televizní magazíny skupině Funke Mediengruppe za 920 milionů eur (23,8 miliardy korun) a soustředil své aktivity ještě více na polský digitální trh, kde převzal největší polský portál *Onet.pl* za 956 milionů zlotých (5,8 miliardy korun). V Polsku pak mj. Axel Springer vlastní i nečtenější bulvární deník *Fakt* a místní verzi časopisu *Newsweek*.

Dohoda o odkupu společnosti Ringier Axel Springer CZ a.s. byla uzavřena 20. prosince 2013 s nově založenou společností RONGOSOR a.s.,<sup>190</sup> která byla vytvořena výhradně kvůli této transakci a do Obchodního rejstříku zapsána teprve koncem listopadu 2013. Jediným akcionářem této společnosti byl podnikatel Daniel Křetínský, předsedou dozorčí rady pak Patrik Tkáč.

Společnost RONGOSOR a.s. se 28. února přejmenovala na CZECH NEWS CENTER a.s.<sup>191</sup> a akvizice tak byla na jaře roku 2014 dokončena již společností s tímto názvem. Od 30. dubna 2014 převzala CZECH NEWS CENTER a.s. veškeré aktivity vydavatelství Ringier Axel Springer CZ a.s., dále dvě tiskárny v Praze a Ostravě sdružené pod Ringier Axel Springer Print CZ a.s.<sup>192</sup> a 27,02% podíl v české distribuční společnosti První novinová společnost a.s.. Hodnota transakce činila 232 milionů dolarů tedy asi 4,7 miliardy korun<sup>193</sup> a podléhala schválení antimonopolního úřadu, který neshledal, že by spojení mohlo mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže a proto jej posvětil.<sup>194</sup>

---

<sup>190</sup> RONGOSOR a.s., se sídlem Ovocný trh 572/11, Staré Město, 110 00 Praha 1, IČO: 02346826

<sup>191</sup> CZECH NEWS CENTER a.s., B 19490 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 02346826

<sup>192</sup> Ringier Axel Springer Print CZ a.s., se sídlem Černokostelecká 613, Praha, IČO: 43875548

<sup>193</sup> EY M&A Barometr. In: *EY.com* [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: [http://www.ey.com/cz/cs/newsroom/news-releases/2014\\_ey-ma-barometr-v-prvni-polovine-roku-2014-se-v-ceske-republice-realizovaly-na-trhu-fuzi-a-akvizic-obchody](http://www.ey.com/cz/cs/newsroom/news-releases/2014_ey-ma-barometr-v-prvni-polovine-roku-2014-se-v-ceske-republice-realizovaly-na-trhu-fuzi-a-akvizic-obchody)

<sup>194</sup> Vydavatelství Ringier Axel Springer CZ převzala společnost Rongosor. *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže* [online]. 2014 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/1776-vydavatelstvi-RINGIER-axel-springer-cz-prevzala-spolecnost-rongosor.html>



V květnu 2014 CZECH NEWS CENTER a.s. mění své jméno na CZECH NEWS CENTER HOLDING a.s., tiskárny Ringier Axel Springer Print CZ se ve stejném měsíci přejmenovali na CZECH PRINT CENTER a.s.<sup>195</sup>

V červnu 2014 se původní Ringier Axel Springer CZ a.s. přejmenovala na CZECH NEWS CENTER a.s.<sup>196</sup> a následně v srpnu 2014 zanikla bez likvidace fúzí sloučením se společností CZECH NEWS CENTER HOLDING a.s. která se stala nástupnickou společností a přešlo na ní veškeré jmění zaniklé společnosti. CZECH NEWS CENTER HOLDING a.s. následně mění své jméno zpět na CZECH NEWS CENTER a.s..<sup>197</sup> Jediným akcionářem společnosti CZECH NEWS CENTER a.s. je společnost CZECH MEDIA INVEST a.s.,<sup>198</sup> kterou (jak plyne z výroční zprávy za rok 2015) společně kontrolují Daniel Křetínský (50 %), Patrik Tkáč (40 %) a Roman Korbačka (10 %).

Kromě celostátních deníků *Blesk*, *Sport* a *AHA!* se díky akvizici stala společnost CZECH NEWS CENTER a.s. od 18. srpna 2014 také vydavatelem časopisů *Reflex*, *ABC*, *GEO*, *Blesk pro ženy*, *Blesk Hobby*, *Svět motorů*, *Auto Tip*, *AutoProfi* a dalších. Dále společnost převzala provozování internetových portálů *Blesk.cz*, *iSport.cz* a *Auto.cz*.

Na konci listopadu roku 2015 požádala společnost CZECH MEDIA INVEST a.s. prostřednictvím dceřinné společnosti Gloomar CZ a.s.<sup>199</sup> Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) o předběžné posouzení transakce, v rámci které by došlo ke spojení mezi společností Gloomar CZ a.s. a částí podniku vydavatelství Mladá fronta a.s.<sup>200</sup>

Transakce se týkala části vydavatelství, kterou vlastnil podnikatel František Savov.<sup>201</sup> Podíl zahrnující hlavně ekonomický deník *E15* a dále tituly *Bydlení Stavby Reality*, *Dieta*, *F.O.O.D.*, *ForMen*, *Lidé a Země*, *Maminka*, *Mateřídouška*, *Moje Psychologie*, *Moje Zdraví*, *Právo a Byznys*, *ZEN* a *Betyнка* (v tištěné i on-line podobě) získala nejprve

---

<sup>195</sup> CZECH PRINT CENTER a.s., B 1076 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 43875548

<sup>196</sup> CZECH NEWS CENTER a.s., B 867 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 40766713

<sup>197</sup> CZECH NEWS CENTER a.s., B 19490 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 02346826

<sup>198</sup> CZECH MEDIA INVEST a.s., Pobřežní 297/14, 186 00 Praha 8, IČO: 24817236

<sup>199</sup> zápis do Obchodního rejstříku dne 12. 8. 2015, jediným akcionářem firmy byla společnost EUROMATER, SE, IČ: 282 08 595, ovládaná kyperskou společností Esturgeon Enterprises Limited. V prosinci 2015 došlo pak ke změně názvu na CN Invest a.s. a jediným akcionářem je od 8. 12. 2015 společnost CZECH MEDIA INVEST a.s., IČ: 248 17 236: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=906321&typ=UPLNY>

<sup>200</sup> Mladá fronta a.s., se sídlem Praha 4 - Modřany, Mezi Vodami 1952/9, PSČ 14300, IČO: 49240315

<sup>201</sup> V České republice je František Savov obviněn z rozsáhlých daňových podvodů

společnost Serafico investment s.r.o.<sup>202</sup> s jediným společníkem Petrem Hrdličkou. Části závodu Mladá fronta a.s. byly na uvedenou firmu převedeny 14. dubna 2016, zápis byl v rejstříku uskutečněn v pondělí 18. dubna 2016. Tento majitel však nebyl konečný. Jakmile došlo k posvěcení transakce antimonopolním úřadem (10. května 2016)<sup>203</sup> došlo ke sloučení společností Serafico investment s.r.o. a Gloomar CZ a.s. (která se v mezidobě přejmenovala na CN Invest a.s.).<sup>204</sup> Vydavatelem deníku *E15* a dalších uvedených titulů se tak od května 2016 stala společností CN Invest a.s. s jediným akcionářem, společností CZECH MEDIA INVEST a.s.

ÚOHS posuzoval tuto transakci v prodloužené pětiměsíční lhůtě, ačkoli obvykle tyto transakce schvaluje do třiceti dnů. K prodloužení lhůty na rozhodnutí dochází tam, kde Úřad vidí možné narušení trhu. Po zvážení všech okolností a analýze možných dopadů dospěl však ÚOHS k závěru, že "posuzované spojení nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích."<sup>205</sup> Hodnota celé transakce nebyla zveřejněna, ale možnou výši transakce naznačily zprávy z června 2016, kdy policie zabavila 640 milionů korun na účtě jednoho z obviněných v kauze Octavian. V rámci této kauzy je obviněn i František Savov a zabavené peníze by měly pocházet právě z prodeje části Mladé fronty. Savov ale jakoukoliv spojitost prostřednictvím svého mediálního zástupce popřel.<sup>206</sup>

---

<sup>202</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: Serafico investment s.r.o., C 244496 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sběrka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=903429&typ=UPLNY>

<sup>203</sup> Úřad povolil převzetí části vydavatelství Mladá fronta. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže [online]. 2016 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/2132-urad-povolil-prevzeti-casti-vydavatelstvi-mlada-fronta.html>

<sup>204</sup> CN Invest a.s., se sídlem Pařížská 130/26, Josefov, 110 00 Praha 1, IČO: 04312945

<sup>205</sup> Úřad povolil převzetí části vydavatelství Mladá fronta. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže [online]. 2016 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/2132-urad-povolil-prevzeti-casti-vydavatelstvi-mlada-fronta.html>

<sup>206</sup> *Policie zabavila Savovovi stamiliony za prodej mediálního impéria* [online]. In: iDnes.cz [online]. MAFRA a.s., 2016 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/frantisek-savov-mlada-fronta-policie-zabavene-miliony-ppv-/domaci.aspx?c=A160621\\_221050\\_domaci\\_kha](http://zpravy.idnes.cz/frantisek-savov-mlada-fronta-policie-zabavene-miliony-ppv-/domaci.aspx?c=A160621_221050_domaci_kha)

**Tabulka 11:** Schéma portfolia společnosti CZECH MEDIA INVEST a.s. v oblasti médií

Daniel Křetínský & Patrik Tkáč							
CZECH MEDIA INVEST a.s.							
CN Invest a.s.			CZECH NEWS CENTER a.s.				
Tištěné tituly		Internetové portály	Tištěné tituly		Virtuální operátor	Internetové portály	Další aktivity
Deníky	Časopisy		Deníky	Časopisy			
E15	E15 Premium Real-Immo Betynka Computer Dieta F.O.O.D FORMEN Zen Lidé a Země Maminka Mateřídouška Moje Psychologie Moje Zdraví Sluníčko	E15.cz FinExpert.cz AVmania.cz DIGlarena.cz Živě.cz MobilMania.cz AutoRevue.cz SportRevue.cz Formenonline.cz Dáma.cz Ženy.cz Maminka.cz Recepty.cz Fitweb.cz Orbion.cz Lideazeme.cz HledejCeny.cz	Blesk Sport AHA!	Nedělní Blesk Blesk Magazin Blesk Sudoku Blesk Křížovky Blesk Nedělní křížovky Blesk Křížovky Speciál Blesk Pro ženy Blesk Pro ženy speciál Blesk Hobby Blesk Zdraví Blesk Vaše recepty Blesk Komiks Nedělní Sport Sport GÓÓÓI Sport Magazin Nedělní Sport křížovky AHA! Pro ženy Nedělní AHA! AHA! Křížovky AHA! Sudoku Nedělní AHA! křížovky AHA! TV Reflex Reflex speciál Snář Auto TIP Auto TIP Klassik Auto PROFI Svět motorů 4Fleet Svět motorů speciál ABC	BLESKmobil	Blesk.cz iSport.cz INFO.cz Auto.cz Reflex.cz Ahaonline.cz	BLESK Peněženka BLESK Energie Akademie žurnalistiky CZECH PRINT CENTER a.s.

Vlastní zpracování

### 2.4.1 BORGIS a.s.

Společnost BORGIS a.s.<sup>207</sup> je od roku 1991 vydavatelem celostátního deníku *Právo* a také dodavatelem obsahu pro zpravodajský portál *Novinky.cz*, *Super.cz* a *Sport.cz*. Společnost byla až do roku 2013 majoritně (91,4 %) vlastněna Zdeňkem Porybným, který byl zároveň šéfredaktorem deníku. Držiteli zbylých 8,6 % akcií byli drobní akcionáři.<sup>208</sup>

Porybný byl dlouhá léta jediným tuzemským mezi vlastníky českých deníků. Přes četné nabídky zahraničních vydavatelů odmítal podíl ve společnosti prodat. Až v červenci roku 2013 prodal Porybný 33,6% podíl společnosti BORGIS a.s. internetové společnosti Seznam.cz a.s.<sup>209</sup>

Majitelem společnosti Seznam.cz a.s. byl ze 70 % její zakladatel Ivo Lukačovič a 30% podíl držely společnosti Tiger Holding Four a Miura International, obě se sídlem v Lucembursku. V lednu 2016 byl tento minoritní podíl od obou zmíněných akcionářů vykoupen a společnost teď vlastní ze 70 % prostřednictvím své kyperské investiční firmy Helifreak Limited Ivo Lukačovič a zbylých 30 % drží přímo sám Seznam.cz a.s.. Lze tedy říci, že Lukačovič je opět stoprocentním vlastníkem Seznamu.

Po desetileté spolupráci se společností BORGIS a.s. došlo tedy ke kapitálovému vstupu Seznam.cz a.s. do společnosti. Seznam.cz a.s. si tak pojistil přísun obsahu do svých obsahových služeb a pro BORGIS a.s. znamená užší spolupráce větší jistotu existence i v digitálním věku. Jak uvádí Martina Vojtěchovská z MediaGuru.cz, na loňské konferenci Forum Media navíc výkonný ředitel Seznam.cz Michal Feix nepřímou naznačil, že Seznam.cz a.s. může mít uzavřenou opci na získání další části podílu.<sup>210</sup>

Zdeňk Porybný si ve společnosti BORGIS a.s. ponechal majoritní 59,1% podíl, minoritních 7,3 % drží drobní akcionáři. Porybný také stále zůstává šéfredaktorem deníku *Právo*. Své funkce předsedy představenstva se však po 23 letech vzdal a následně také odstoupil z představenstva společnosti. Stalo se tak na konci roku 2013, v lednu 2014 byl do

---

<sup>207</sup> BORGIS a.s., se sídlem Slezská 2127/13, 121 50 Praha 2, IČO: 005 64 893, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, spisová značka B 267

<sup>208</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 130

<sup>209</sup> Seznam.cz, a.s., B 6493 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 26168685

<sup>210</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Mediální firmy chtějí pokračovat v akvizicích. *Media guru* [online]. 2013 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2013/11/medialni-firmy-chteji-pokracovat-v-akvizicich/#.Ut7xVqVeEeE>

Obchodního rejstříku jako nový předseda představenstva zapsán JUDr. Karel Walter, dlouholetý ekonomický ředitel vydavatelství a člen představenstva BORGIS a.s..

**Tabulka 12:** Schéma portfolia společnosti BORGIS a.s. v oblasti médií

Ivo Lukačovič		
Seznam.cz a.s. (33,6 %)	Zdeněk Porybný (59,1 %)	
<b>BORGIS a.s.</b>		
<b>Tištěné tituly</b>		<b>Internetové portály (pouze obsah)</b>
<b>Deníky</b>	<b>Časopisy</b>	
Právo	Magazín Práva Dům & Bydlení Styl pro ženy Víkend	Novinky.cz Sport.cz Super.cz

Vlastní zpracování

#### 2.4.2 **Economia, a.s.**

Majoritní podíl v hodnotě 88,36 % držela v ECONOMIA a.s. nizozemská společnost Handelsblatt Investments B.V., od konce roku 2006 stoprocentně vlastněná německou Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, dcerou Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG. Podíl 10,84 % držela veřejnoprávní Česká tisková kancelář (ČTK) a zbytek byl v rukou několika fyzických osob.<sup>211</sup>

V srpnu 2008 koupil stoprocentní podíl v Handelsblatt Investments B.V. podnikatel Zdeněk Bakala, prostřednictvím své společnosti Respekt Media a.s.<sup>212</sup>, která se v tu chvíli stala jediným akcionářem nizozemské společnosti.

Později v červenci roku 2010 se společnost Handelsblatt Investments B.V. dohodla s ČTK na odkoupení jejího menšinového podílu 10,8 % akcií ve vydavatelství ECONOMIA a.s..<sup>213</sup> Cena za prodej nebyla zveřejněna, její výše byla stanovena na základě nezávislého ocenění od společnosti PricewaterhouseCoopers. Po vypořádání transakce

<sup>211</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 131

<sup>212</sup> Respekt Media a.s., se sídlem Křemencova 178/10, Praha, IČO: 28191226

<sup>213</sup> Společnost Handelsblatt Investments B.V., kterou kontroluje investor Zdeněk Bakala, se dohodla s ČTK na odkoupení menšinového podílu 10,8 procenta akcií ve vydavatelství Economia. In: *Patria.cz* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <https://www.patria.cz/zpravodajstvi/1655864/spolecnost-handelsblatt-investments-bv-kterou-kontroluje-investor-zdenek-bakala-se-dohodla-s-ctk-na-odkoupeni-mensinoveho-podilu-108-procenta-akcii-ve.html>

Handelsblatt Investments kontrolovala již celkem 99,2 % akcií vydavatele Hospodářských novin. Zbýlý podíl 0,8 % byl v rukou několika fyzických osob.

Dne 27. října 2010 pak došlo k rozhodnutí mimořádné valné hromady společnosti ECONOMIA a.s. o přechodu všech ostatních účastnických cenných papírů na hlavního akcionáře - společnost Handelsblatt Investments B.V. Dne 29. března 2011 je pak Handelsblatt Investments B.V. zapsán do obchodního rejstříku jako jediný akcionář společnosti ECONOMIA a.s.. V srpnu původní společnost ECONOMIA a.s.<sup>214</sup> zaniká přeshraniční fúzí sloučením do společnosti Respekt Media a.s. jako do nástupnické korporace<sup>215</sup> současně dochází k přejmenování Respekt Media a.s. na Economía, a.s.<sup>216</sup> Do roku 2014 vlastnil Zdeněk Bakala společnost Economía, a.s. prostřednictvím své společnosti BXR MEDIA LIMITED<sup>217</sup> se sídlem na Kypru, od 21. března 2014 figuruje v obchodním rejstříku jako jediný akcionář přímo.

V roce 2013 Economía, a.s. posílila svou pozici na českém mediálním trhu koupí internetové společnosti Centrum Holdings s.r.o.<sup>218</sup>, provozovatele zpravodajských a lifestyleových webů *Aktuálně.cz*, *Žena.cz*, *Stahuj.cz*, portálů *Centrum.cz*, *Atlas.cz* (včetně jejich rozsáhlé emailové základny), Agentury Najisto a zhruba dvou desítek dalších internetových projektů. Economía, a.s. koupila Centrum Holdings s.r.o. od amerického investičního fondu Warburg Pincus. Transakcí převzala Economía, a.s. od Centrum Holdings s.r.o. také všechny její dceřiné společnosti. Obchod nezahrnoval aktivity Centrum Holdings s.r.o. mimo Českou republiku a jeho hodnota nebyla zveřejněna. Dne 30. června 2014 společnost Centrum Holdings s.r.o. zanikla v důsledku vnitrostátní fúze sloučením se společností Economía, a.s., na kterou přešlo jmění zanikající společnosti.<sup>219</sup>

Na jaře stejného roku Economía, a.s. ukončila svou působnost na Slovensku, když společnost AGROFERT, a.s. odprodala svou dceřinou společnost ECOPRESS a.s. (viz [výše](#)).

---

<sup>214</sup> Economía, a.s., B 69 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 00499153

<sup>215</sup> Stejným způsobem zaniká současně také Handelsblatt Investments B.V.

<sup>216</sup> Economía, a.s., B 69 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 28191226

<sup>217</sup> BXR MEDIA LIMITED, Nicosia, Michalaki Karaoli 8, Anemomylos Building, 4th Floor, 1095, Kyperská republika, IČ 229503

<sup>218</sup> Centrum Holdings s.r.o., C 74303 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 25273663

<sup>219</sup> Úplný výpis z obchodního rejstříku: Centrum Holdings s.r.o., C 74303 vedená u Městského soudu v Praze. Veřejný rejstřík a Sběrka listin [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=516945&typ=UPLNY>

**Tabulka 13:** Schéma portfolia společnosti *Economia, a.s.* v oblasti médií

Zdeněk Bakala			
Economia, a.s.			
Tištěné tituly		Internetové portály	Další aktivity
Deníky	Časopisy		
Hospodářské noviny	Ekonom EGO! Respekt Marketing & Media Moderní řízení Právní rádce Business Spotlight Logistika	iHNED.cz Aktuálně.cz Centrum.cz Žena.cz Stahuj.cz Realitymix.cz Vybermiauto.cz Vaření.cz Zdravě.cz Bezšanonu.cz	Agentura NAJISTO Economia Events Economia Trainings R MEDIA

Vlastní zpracování

#### 2.4.3 FUTURA, a.s.

Společnost FUTURA, a.s. je vydavatelem deníku *Haló noviny*. Společnost majoritně vlastní Ústřední výbor Komunistické strany Čech a Moravy (KSČM) a minoritně pak pravděpodobně skupina fyzických osob.<sup>220</sup> *Haló noviny* jsou jediným tuzemským deníkem, který je majetkově propojen s některou ze stávajících politických stran. Podle příloh účetní závěrky společnosti za rok 2015 vlastní KSČM ve společnosti FUTURA, a.s. nyní již 83,5 % akcií (v roce 2007 byl tento podíl 67 % a došlo tedy k jeho navýšení). Minoritní akcionáři nejsou bohužel v příloze účetní závěrky za dané období uvedeni, neboť každý z nich drží menší než 20% podíl společnosti.

**Tabulka 14:** Schéma portfolia společnosti *FUTURA, a.s.* v oblasti médií

Fyzické osoby (16,5 %)	KSČM (83,5 %)	
FUTURA, a.s.		
Tištěné tituly		Internetové portály
Deníky		
Haló noviny		Halonoviny.cz

Vlastní zpracování

<sup>220</sup> BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1, s. 131

## 2.5 Vývoj vlastnictví vydavatelů regionálních deníků po roce 2008

### 2.5.1 VLTAVA LABE MEDIA, a.s.

Vydavatelem všech 71 regionálních mutací *Deníku* byla společnost VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.,<sup>221</sup> která vznikla v červenci 2000 sloučením několika vydavatelů regionálních periodik. Od roku 2009 byla stoprocentním vlastníkem VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. německá společnost Verlagsgruppe Passau GmbH přes svou dceřinou firmu HKM Beteiligungs GmbH.

Společnost byla rovněž vydavatelem deníku *Šíp*, který přestal v dubnu 2009 vycházet v denní periodicitě a byl nahrazen stejnojmenným časopisem. V listopadu 2016 pak přestal vycházet v tištěné podobě úplně a stal se ryze internetovým médiem (*sip.denik.cz*).

Do portfolia společnosti patřilo kromě výše zmíněných titulů také vydavatelství ASTROSAT, spol. s r.o.<sup>222</sup> vydávající především programové tituly jako *TV mini*, *TV star*, *TV magazín*, *TV expres*, *Křížovkářský TV magazín* a společenské časopisy jako *Glanc* a *Gourmet*.

Kromě VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., která držela majoritní 51% podíl, byla společníkem ve firmě ASTROSAT, spol. s r.o. také německá společnost RTV media group GmbH,<sup>223</sup> patřící do skupiny Bertelsmann AG, která držela 49% podíl.

V prosinci roku 2013 oznámila společnost ASTROSAT, spol. s r.o. koupi vydavatelství Sanoma Media Praha s.r.o.<sup>224</sup> a Sanoma Media CZ a.s.<sup>225</sup> do jejichž portfolia patřily časopisy *Týdeník Květy*, *Vlasta*, *Překvapení*, *Praktická žena*, *Story*, *Fajn život*, *National Geographic*, *Chut' a styl* a *Dům a zahrada*. Finská mateřská společnost SANOMA se totiž rozhodla odprodat své aktivity v České republice. Spojení firem podléhalo posouzení antimonopolního úřadu, který jej 14. února 2014 povolil.

---

<sup>221</sup> VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., se sídlem nám. Přemysla Otakara II. 8/5, České Budějovice, IČO: 61860981

<sup>222</sup> ASTROSAT, spol. s r.o., se sídlem Přátelství 986, Praha 10, IČO: 49358154

<sup>223</sup> RTV media group GmbH, 90471 Norimberk, Breslauer Strasse 300, Spolková republika Německo

<sup>224</sup> Sanoma Media Praha s.r.o. se sídlem Lomnického 7, Praha, IČO: 45278776

<sup>225</sup> Sanoma Media CZ a.s. se sídlem Lomnického 7, Praha, IČO: 27389006



Po akvizici došlo k přejmenování nově nabytých společností na Astrosat Media s.r.o. a Astrosat Media CZ a.s. a jejich následnému zániku fúzí se společností ASTROSAT, spol. s r.o., která byla poté v lednu 2015 přejmenována na Astrosat Media s.r.o.

V srpnu roku 2015 koupila stoprocentní podíl ve vydavatelství VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. slovenská investiční skupina PENTA INVESTMENTS LIMITED. Koupí vydavatelství domlouvala několik měsíců. Jednání s původním majitelem, německým koncernem Verlagsgruppe Passau GmbH (VGP) nakonec vyústila 12. srpna 2015 v podpis smlouvy, na základě které se PENTA INVESTMENTS LIMITED (skrže svou společností ANGAUR, a.s.)<sup>226</sup> stala 100% vlastníkem akcií emitovaných společností VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. Touto transakcí opustil český trh tištěných médií poslední německý vlastník.

Součástí akvizice byl také již zmíněný 51% podíl ve společnosti Astrosat Media s.r.o., dále 70% podíl ve společnosti Česká distribuční a.s.,<sup>227</sup> 35,04% podíl v distribuční firmě První novinová společnost a.s. a také 30% podíl ve společnosti zabývající se zprostředkováním webové reklamy AdActive, s.r.o..<sup>228</sup>

V říjnu 2015 PENTA prostřednictvím VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. od původního vlastníka a zakladatele Michala Klímy koupila i první české vydavatelství čistě tabletových titulů Tablet Media, a.s.,<sup>229</sup> vydávající především titul *Dotyk* a několik dalších. V prosinci téhož roku pak PENTA odkoupila od RTV media group GmbH její podíl ve společnosti Astrosat Media s.r.o. a stala se tak jejím stoprocentním vlastníkem.

V červenci 2016 pak dochází k zániku společností VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., Astrosat Media s.r.o. a Tablet Media, a.s. fúzí se společností ANGAUR, a.s., na kterou přechází veškerý jejich majetek a která je později, 18. července 2016, přejmenována na VLTAVA LABE MEDIA a.s.<sup>230</sup> Tato společnost se tak stala právním nástupcem všech tří původních vydavatelství s jediným akcionářem kyperskou společností TVALI INVESTMENTS LIMITED<sup>231</sup> ovládanou skupinou PENTA INVESTMENTS LIMITED.

---

<sup>226</sup> ANGAUR, a.s. se sídlem Na Florenci 2116/15, Praha 1, IČO: 01440578

<sup>227</sup> Česká distribuční a.s., se sídlem Na Rovince 879, Ostrava, IČO: 26791692

<sup>228</sup> AdActive, s.r.o., se sídlem Kováků 3280/5, Praha, IČO: 28199901

<sup>229</sup> Tablet Media, a.s., B 18831 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 29147930

<sup>230</sup> VLTAVA LABE MEDIA a.s., B 18970 vedená u Městského soudu v Praze, IČO: 01440578

<sup>231</sup> TVALI INVESTMENTS LIMITED, Limassol, Agias Fylaxeos & Polygnostou, 212, C&I CENTER, Kyperská republika, registrační číslo: HE 333014

### 2.5.1.1 *Akivity PENTA INVESTMENST LIMITED na Slovensku*

Slovenská investiční skupina PENTA zahájila své mediální aktivity nejdříve na Slovensku a to již na podzim roku 2014. V září získala PENTA podíly ve vydavatelství SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s.<sup>232</sup> a TREND Holding, spol. s r.o.<sup>233</sup> Tyto transakce neproběhly přímým nákupem, ale tak, že PENTA poskytla finanční prostředky nizozemské investiční společnosti V3 Media Holdings,<sup>234</sup> která poté financovala převody obchodních podílů v obou vydavatelstvích a stala se oficiálně vlastníkem obou společností.

#### ***SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s. a TREND Holding, spol s r.o.***

SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s. byla druhým největším vydavatelstvím na Slovensku. V době svého prodeje vydávala patnáct titulů včetně druhého nejprodávanějšího celostátního deníku *Plus Jeden deň* a neprodávanějšího týdeníku *Plus 7 dní*.<sup>235</sup> Dále společnost provozovala portál *Pluska.sk*. V květnu 2013 vydavatelství koupilo také slovenskou divizi internetové společnosti Centrum Holdings, a.s.<sup>236</sup> která byla dosud dcerou stejnojmenné české firmy. Společnost je provozovatelem hojně navštěvovaných internetových portálů *Centrum.sk* a *Atlas.sk*, zpravodajských portálů *Aktualne.sk* a *Dnes.sk*, magazínů *Žena.sk*, *Wanda.sk*, *Magazín.sk* či služeb *Mapy.sk*, *Pobox.sk* a *Referáty.sk*. Ke spojení vydavatelství a Centrum Holdings, a.s. došlo 31. května 2013.

Do portfolia menšího vydavatelství TREND Holding, s.r.o. patřil především ekonomický týdeník *Trend*, čtrnáctideník *Profit* a internetový portál *Trend.sk*.

Po akvizici obou společností založila PENTA na konci roku 2014 společnost News and Media Holding a.s.,<sup>237</sup> která se stala od 1. září 2015 jejich právním nástupcem a obě firmy tak sloučením s ní ke stejnému datu zanikly. Jediným akcionářem této nově vzniklé společnosti byla do 19. května 2016 již výše zmíněná nizozemská V3 Media Holdings. Nizozemský obchodní rejstřík však neprozrazoval, kdo společnost ovládal. Na základě kritiky proto PENTA zveřejnila 26. září 2014 *Etický kodex mediálního holdingu*, podle kterého je společnost V3 Media Holdings "vlastněná západoeurópskými investormi –

<sup>232</sup> SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s., se sídlem Panónska cesta 9, Bratislava 852 32, IČO: 31347291

<sup>233</sup> TREND Holding, spol. s r.o., se sídlem Tomášikova 23, Bratislava 821 01, IČO 35702567

<sup>234</sup> V3 Media Holdings BV, Lange Voorhout 82, EJ Den Haag 2514, Holandské království

<sup>235</sup> Data ABC SR dostupná z: <http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/archiv-vysledkov/>

<sup>236</sup> Centrum Holdings, a. s., se sídlem Karadžičova 16, Bratislava, IČO: 35 796 634

<sup>237</sup> News and Media Holding a.s., se sídlem Einsteinova 25, Bratislava 851 01, IČO: 47256281

fyzickými osobami, ktoré nemajú s výnimkou vlastníctva vydavateľstva Trend Holding a 7 Plus žiadne iné podnikateľské aktivity na Slovensku."<sup>238</sup> Později se ukázalo, že ředitelem firmy byl Robert Victor van Beemen, právník narozený v Indonésii, jehož jméno se nachází v dokumentech známých jako Panama Papers, které unikly z panamské právní kanceláře Mossack Fonseca. Ta se specializovala na zakládání firem v daňových rájích, které často sloužily k ukrývání skutečných vlastníků nebo obcházení daňové povinnosti v domácích zemích.<sup>239</sup> Následně byly veškeré akcie firmy News and Media Holding a.s. převedeny na kyperskou TRAHERE LIMITED.<sup>240</sup> News and Media Holding a.s. nyní zastřešuje mediální aktivity celé investiční skupiny.

### ***Petit Press, a.s.***

Další kroky společnosti PENTA v oblasti nákupu médií na sebe nenechaly dlouho čekat. Hned v říjnu roku 2014 došlo k nákupu polovičního podílu ve vydavatelství Petit Press, a.s.,<sup>241</sup> jednom z nejvýznamnějších vydavatelství na Slovensku, vydavateli deníku *Sme*, regionálních deníků *Korzar*, *Új Szó*, *My* a řady dalších titulů.

Podíl ve společnosti koupila PENTA od německé společnosti Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH (RBVG), prostřednictvím firmy NAMAV s.r.o.,<sup>242</sup> dceřině společnosti soukromé slovenské tiskové agentury SITA Slovenská tlačová agentúra a.s.<sup>243</sup>. PENTA transakci finančně podpořila. Druhým spolujednatelům vydavatelství Petit Press, a.s. zůstala Prvá slovenská investičná skupina a.s.<sup>244</sup> (PSIS), dcera českého investičního holdingu Proxy – Finance, která měla na druhou polovinu předkupní právo, ale nevyužila ho a tím odkup společnosti NAMAV s.r.o. umožnila.

Firma NAMAV s.r.o. měla podle původního oznámení ovládnout v Petit Press, a.s. poloviční podíl akcií. Na základě dalších dohod však NAMAV s.r.o. postoupila 5 % akcií společnosti PSIS. Ta tak nakonec vlastní 55 % společnosti a udržela si v mediálním podniku majoritní vliv, zatímco NAMAV s.r.o. získal menšinový 45% podíl. Vyplývá to ze

---

<sup>238</sup> *Etický kódex mediálního holdingu* [online]. [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: <http://www.pentainvestments.com/sk/press-release/eticky-kodex-3Deoum.aspx>

<sup>239</sup> Penta bought media through a man from Panama Papers. *The Slovak Spectator* [online]. The Rock, 2016 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <https://spectator.sme.sk/c/20139020/penta-bought-media-through-a-man-from-panama-papers.html>

<sup>240</sup> TRAHERE LIMITED, Arch. Kiprianou 1, Limassol 3036, Cyperská republika

<sup>241</sup> Petit Press, a.s., Lazaretská 12, Bratislava 1 811 08, IČO: 35790253

<sup>242</sup> NAMAV s.r.o., Mýtina 15, Bratislava 811 07 IČO: 47255323

<sup>243</sup> SITA Slovenská tlačová agentúra a.s., Mýtina 15, Bratislava 811 07 IČO: 35745274

<sup>244</sup> Prvá slovenská investičná skupina a.s., Prievozská 2/A, Bratislava 821 09, IČO: 00699977

společného memoranda.<sup>245</sup> PENTA zaplatila za původně poloviční podíl 15 milionů eur, tedy asi 405 milionů korun a později odprodala PSIS 5 % akcií vydavatele zpět za 1,5 milionu eur (40,5 milionu korun).

PENTA měla od začátku zájem zahrnout podíl ve vydavatelství Petit Press, a.s. přímo pod svou investiční skupinu. Tento krok však podléhal schválení slovenského antimonopolního úřadu, který se případem začal zabývat 4. března 2015. Rozhodování nakonec trvalo patnáct měsíců a vstup investiční skupiny do vlastnické struktury vydavatelství byl schválen až 17. června 2016.<sup>246</sup> Od června 2016 je tak PENTA INVESTMENTS LIMITED 45% vlastníkem společnosti Petit Press, a.s..

Petit Press, a.s. je vydavatelem deníku *Sme*, jehož prodaný náklad se podle ABC SR pohybuje okolo 30 tisíc kusů. Jde tak o třetí nejčtenější celostátní deník na Slovensku (po deníku *Nový čas* - Ringier Axel Springer Slovakia, a.s. a *Plus 1 deň* - News and Media Holding a.s.).<sup>247</sup> Do portfolia vydavatelství dále patří také regionální deníky jako je košický *Korzár*, regionální noviny *My*, maďarský regionální deník *Új Szó*, maďarský týdeník *Vasárnap* a další menší tituly. Celkem patří do portfolia vydavatelství více než třicet celostátních i regionálních tištěných titulů. Velká síla vydavatelství je v digitální oblasti, především díky zpravodajskému portálu *Sme.sk*, který je nejnavštěvovanějším zpravodajským portálem na Slovensku a čtvrtým nejnavštěvovanějším slovenským portálem vůbec.

Proti účasti PENTA INVESTMENTS LIMITED na celé transakci od počátku otevřeně vystupovalo vedení deníku *Sme*, které svůj názor vyjádřilo i v otevřeném dopise,<sup>248</sup> který podepsala většina redakce listu (celkem 68 členů redakce deníku). Ihned po oficiálním oznámení odkupu podílu ve vydavatelství společností NAMAV s.r.o. vedení listu *Sme* (šéfredaktor Matúš Kostolný a čtyři jeho zástupci Tomáš Bella, Konštantín Čikovský, Lukáš Fila a Juraj Javorský) rezignovalo a zároveň ohlásilo založení nového deníku (*Denník N*). Redaktoři vyjádřili obavy o svobodu slova, důvěryhodnost listu pro čtenáře a nespokojenost

---

<sup>245</sup> Dohoda o usporiadaní akcionárskych pomerov v Petit Press. *Stratégie* [online]. 2014 [cit. 2017-03-04]. Dostupné z: <http://strategie.hnonline.sk/tlacove-spravy/784713-dohoda-o-usporiadani-akcionarskych-pomerov-v-petit-press>

<sup>246</sup> PMÚ SR schválil koncentraciu Petit Press, a.s., Bratislava, Prvá slovenská investičná skupina, a.s., Bratislava a PENTA INVESTMENTS LIMITED, Normanské ostrovy [online]. Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, 2016 [cit. 2017-03-04]. Dostupné z: <http://www.antimon.gov.sk/koncentracie-pmu-sr-schvalil-koncentraciu-petit-press-as-bratislava-prva-slovenska-investicna-skupina-as-bratislava-a-penta-investments-limited-normanske-ostrovy/>

<sup>247</sup> Priemerný tlačený a predaný náklad titulov prihlásených do systému overovania nákladov tlače v jednotlivých mesiacoch za rok 2015 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/aktualne-vysledky/>

<sup>248</sup> Redaktori SME: Nedáme sa opentat' [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://ekonomika.sme.sk/c/7431543/redaktori-sme-nedame-sa-opentat.html>

s propojením politiky a byznysu. Novináři v dopise zmínili také největší korupční aféru Gorila, ve které PENTA údajně rovněž figurovala. Finanční skupina podle spisu, který před třemi lety unikl na internet, udržovala klientelistické vazby se slovenskými politiky a vysokými státními úředníky a ovlivňovala veřejné zakázky, privatizaci a chod vybraných podniků. PENTA nekalé jednání dlouhodobě popírá.

Tabulka 15: Schéma portfolia společnosti PENTA INVESTMENTS LIMITED v oblasti médií

PENTA INVESTMENTS LIMITED										
VLTAVA LABE MEDIA a.s.					News and Media Holding a.s.			Petit Press a.s.		
Tištěné tituly		Tablet tituly	Internetové portály	Další aktivity	Tištěné tituly		Internetové portály	Tištěné tituly		Internetové portály
Deníky	Časopisy				Deníky	Časopisy		Deníky	Časopisy	
Deník (71 regionálních deníků)	23 regionálních týdeníků Glanc Gurmet Kreativ Kondice Dům a zahrada National Geographic Česko Story Vlasta Týdeník Květy Překvapení TV magazín TV mini TV star TV expres Křížovkářský TV magazín Deník VÍKEND	Dotyk	Deník.cz Dotyk.cz Automix.cz Cars.cz Důmazahrada.cz iGurmet.cz Kafe.cz Kondice.cz Kreativ.cz National-geographic.cz Překvapeni.cz Story.cz Sip.denik.cz Vlasta.cz	Websitemaster, a.s. Webfarm, s.r.o. AdActive, s.r.o. eStranky.cz Webfarm.cz NOVOTisk s.r.o.	Plus JEDEN DEŇ	Plus 7 dní Trend Šarm Báječná Žena EMMA Pekné Bývanie Záhradkár Zdravie Dobré jedlo Poľovníctvo a rybárstvo	Centrum.sk Pluska.sk Atlas.sk Aktuálne.sk TREDN.sk Plus7dni.sk Mediálne.sk Gazduj.sk Wanda.sk Žena.sk Emma.sk MódneTipy.sk Glanc.sk DobréJedlo.sk TRENDreštaurácie.sk iZdravie.sk LepšieBývanie.sk iPeknéBývanie.sk TRENDreality.sk MollieTvori.sk iZáhradkár.sk PoľovníctvoaRybárstvo.sk Automix.sk Magazín.sk Referáty.sk TRENDkonferencie.sk TRENDAnalyses.sk	SME Korzár Új Szó	SMEženy TV Oko TV Svet regionální týdeníky My Vasárnap Echo Profit The Slovak Spectator Lišiak Magazín Zdravia Doma v záhrade	SME.sk Ujszo.com korzar.sme.sk zlavy.sme.sk echo.sme.sk profit.sme.sk dovolenka.sme.sk spectator.sme.sk

Vlastní zpracování

## 2.6 Zhodnocení – aktuální stav vlastnictví českého denního tisku

Ke konci března 2017, což je konečné datum, ke kterému byla tato analýza aktualizována, vycházelo v České republice celkem devět placených titulů celostátních deníků (abecedně): *Aha!*, *Blesk*, *E15*, *Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Právo* a *Sport* a jeden titul distribuovaný zdarma: *Metro*. Všechny regionální deníky jsou dnes vydávány pod souhrnným názvem *Deník* a jako celek je možné je pro účely této analýzy považovat za jeden další samostatný titul celostátního deníku.

Těchto celkově jedenáct celostátních deníků má šest vlastníků, z nichž ani jeden není zahraniční, všichni vlastníci jsou domácí (čeští nebo slovenští) podnikatelé nebo subjekty.

**Tabulka 16: Přehled celostátních deníků, jejich vydavatelů a vlastníků, stav ke konci 2016**

Název	Vydavatel	Většinový vlastník	Původ vlastníka	PN průměr/den	Podíl na celkovém PN
<i>Blesk</i>	CZECH NEWS CENTER a.s.	CZECH MEDIA INVEST a.s.	ČR/SR	228 479	28,80%
<i>Mladá fronta DNES</i>	MAFRA a.s.	AGROFERT, a.s.	ČR	146 259	18,43%
<i>Deník</i>	VLTAVA LABE MEDIA a.s.	PENTA INVESTMENTS LTD.	ČR/SR	137 452	17,32%
<i>Právo</i>	BORGIS a. s.	BORGIS a. s.	ČR	82 675	10,42%
<i>AHA!</i>	CZECH NEWS CENTER a.s.	CZECH MEDIA INVEST a.s.	ČR/SR	52 614	6,63%
<i>Sport</i>	CZECH NEWS CENTER a.s.	CZECH MEDIA INVEST a.s.	ČR/SR	39 038	4,92%
<i>E15</i>	CN Invest, a.s.	CZECH MEDIA INVEST a.s.	ČR/SR	38 374*	4,84%
<i>Lidové noviny</i>	MAFRA a.s.	AGROFERT, a.s.	ČR	38 337	4,83%
<i>Hospodářské noviny</i>	Economia, a. s.	Zdeněk Bakala	ČR	30 202	3,81%
<i>Haló noviny</i>	FUTURA, a.s.	Ústřední výbor KSČM	ČR	není ověřován	x
<i>Metro</i>	MAFRA a.s.	AGROFERT, a.s.	ČR	není ověřován	x

Vlastní zpracování, zdroj dat: ABC ČR, průměr za první polovinu roku 2016  
\*u tohoto titulu jde o celkový distribuovaný náklad

Při zaměření na celostátní denní tisk můžeme tedy dále konstatovat, že po odchodu všech zahraničních vlastníků nyní převážnou část zpravodajských médií ovládá pětice hlavních aktérů, jimiž jsou Andrej Babiš (*Mladá fronta DNES*, *Lidové noviny*, *Metro*), duo Daniel Křetínský a Patrik Tkáč (*Blesk*, *Aha*, *Sport*, *E15*), Zdeněk Bakala (*Hospodářské noviny*), PENTA (*Deník*) a duo Zdeněk Porybný a Ivo Lukačovič (*Právo*).

Poměr domácího a zahraničního vlastnictví tištěných médií se tedy během posledních devíti let rychle obrátil. Zatímco ještě v roce 2007 bylo více než 90 % prodaného nákladu vydáváno společnostmi v zahraničním vlastnictví, dnes jsou všechna vydavatelství celostátních deníků vlastněna domácími subjekty. Završila se tak fáze působnosti zahraničních vlastníků především z německy mluvících zemí, kteří českou novinovou scénu utvářeli v posledních

25 letech. Nyní je definitivně vystřídaly místní podnikatelské skupiny s přesahem na slovenskou mediální scénu, které zintenzivnily propojení českých a slovenských médií.

Ačkoli by někdo mohl považovat probíhající "dewesternizaci" českých médií za potvrzení toho, že mediální trh je již natolik vyspělý, že se vyrovná západoevropským trhům a zahraniční kapitál, technologie a know-how pro své fungování jednoduše nepotřebuje, lze jej číst i tak, že zahraniční koncerny přestaly vnímat Českou republiku jako zajímavou a klíčovou zemi. To je pro českou mediální scénu negativní změna, neboť Česká republika se tak dostává do provinční zóny, bez možnosti učit se a inspirovat přímo od zahraničních majitelů.

Model oligarchického vlastnictví, který se v regionu v posledních dekádě rozšířil, s sebou navíc přináší nová rizika v podobě omezení autonomie redaktorů a jejich novinářské svobody. Ihned po vstupu nových majitelů do jednotlivých mediálních domů se ve společnosti rozpoutala diskuze týkající se ohrožení svobody tisku, cenzury, novinářské autocenzury a oslabení nestrannosti a nezávislosti médií a mediálních obsahů.

Ačkoli všichni nově nastoupivší vlastníci ujišťovali (často i formou memorand a veřejných prohlášení), že jejich mediální investice jsou jen a pouze ekonomickým krokem motivovaným snahou realizovat ekonomický zisk, bylo by poměrně naivní domnívat se, že tomu tak skutečně je. Investice do tištěných médií jsou totiž v dnešní době investicí s velmi nejistou návratností, což potvrzují ekonomické výsledky řady českých vydavatelství, která v posledních letech změnila majitele.

**Tabulka 17:** Výsledek hospodaření za účetní období jednotlivých vydavatelství (Kč)

	2012	2013	2014	2015
<i>MAFRA a.s.</i>	-168 486 000	-886 585 000	137 379 000	136 746 000
<i>CZECH NEWS CENTER a.s.</i> (dříve <i>RINGIER Axel Springer CZ a.s.</i> )	422 426 000	424 728 000	-8 235 000	44 614 000
<i>CZECH MEDIA INVEST a.s.</i>	-118 000	-631 000	-119 610 000	není k dispozici
<i>VLTAVA LABE MEDIA a.s.</i>	není k dispozici	-129 000	- 114 000	není k dispozici
<i>VLTAVA LABE PRESS a.s.</i>	-21 603 000	není k dispozici	není k dispozici	není k dispozici
<i>BORGIS a.s.</i>	-9 974 000	15 557 000	9 520 000	19 401 000
<i>Economia, a.s.</i>	-87 516 000	-222 833 000	-153 046 000	-40 513 000
<i>FUTURA, a.s.</i>	-4 001 000	3 266 000	1 748 000	-539 000

Vlastní zpracování, zdroj dat: účetní závěrky společností dostupné online na [OR.justice.cz](http://OR.justice.cz)



Český mediální trh je poměrně malý (s malým počtem obyvatel), jazykově specifický a generovat stabilní ekonomický zisk, navíc pod tlakem nepříznivého vývoje na globálním trhu tištěných médií je velmi těžký úkol. I proto převládá názor, že média mají vybraným podnikatelům sloužit spíše k upevnování jejich společenského nebo politického vlivu, budování pozitivního politického obrazu, případně k posílení jejich obchodních zájmů. Toto uvádí i Petkovič:

"In most of these cases, business interests of media owners find expression in the programming of these media, in their manner of reporting and their selection of advertisements."<sup>249</sup>

Podle Štětky přitom využívání ovládaných médií jako nástroje k dosažení nebo upevnění vlivu nemusí být nutně ve formě zásahů do obsahu nebo zjevné propagandy:

"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 nezdědky přiznávají, že v takových médiích mnohem snáze podléhají autocenzuře, když se raději vyhýbají tématům souvisejícím s podnikatelskými či politickými aktivitami vlastníků."<sup>250</sup>

Stejně komentoval situaci (konkrétně v denících vydávaných společností MAFRA, a.s.) i Dalibor Balšínek, bývalý šéfredaktor *Lidových novin* a časopisu *Týden* v diskuzi Skautského institutu v listopadu 2016: "Problém současných Babišových novin není v tom, co se v nich píše, jako spíše v tom, co v nich není."<sup>251</sup>

Tomuto tématu se pravidelně věnují mnohé studie, které zkoumají proměnu obsahu jednotlivých titulů poté, co je koupil ten který podnikatel. Níže uvádím některé z nich.

Novinářské sdružení Free Czech Media provedlo na konci roku 2014 (tedy asi 20 měsíců poté, co Andrej Babiš koupil vydavatelství MAFRA, a.s. a Lidové noviny a.s.) kvalitativní a

---

<sup>249</sup> PETKOVIČ, Brankica. *Media ownership and its impact on media independence and pluralism* [online]. Ljubljana, Slovenia: Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, c2004 [cit. 2017-02-05]. ISBN 96-164-5526-5. Dostupné z: <http://www3.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2015/02/media-ownership-and-its-impact-on-media-independence-and-pluralism.pdf>

<sup>250</sup> ŠTĚTKA, Václav. Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě. *Reportér* [online]. 2014, (3) [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: [http://www.academia.edu/9656304/Od\\_globalizace\\_k\\_oligarchizaci\\_promeny\\_medialniho\\_vlastnictvi\\_ve\\_stredni\\_a\\_vychodni\\_Evropě](http://www.academia.edu/9656304/Od_globalizace_k_oligarchizaci_promeny_medialniho_vlastnictvi_ve_stredni_a_vychodni_Evropě)

<sup>251</sup> SCHNEIDEROVÁ, Barbora. Média v měnícím se světě: nejsilnější české mediální domy jsou v rukou oligarchů. In: *Skautský institut* [online]. 2017 [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.skautskyinstitut.cz/blog/post/nejsilnejsi-ceske-medialni-domy-jsou-v-rukou-oligarchu/>

kvantitativní analýzu, jak deníky *Mladá fronta DNES* a *Lidové noviny* změnilы svůj styl referování o tomto podnikateli a politikovi. Zároveň byla provedena i analýza, jak tyto deníky popisovaly ostatní politiky, tedy Babišovy konkurenty. Autoři výzkumu mezi sebou porovnávali dvě časová období v délce devatenácti měsíců – období před majetkovým vstupem Andreje Babiše do uvedených vydavatelství (listopad 2011 až květen 2013) a období po něm (červen 2013 až prosinec 2014). Hodnocení článků bylo rozděleno do pěti kategorií: oslavné, pozitivní, neutrální, spíše kritické a kritické. Výsledky ukazují, že došlo jednak k výraznému nárůstu počtu článků, které o Babišovi referovaly (zde však musíme brát v potaz nástup Babiše do vládních funkcí ve druhém ze sledovaných období) a změnilo se také hodnocení jeho osob a celkové vyznění článků o něm. V deníku *Mladá fronta DNES* stoupl počet pozitivních článků z 30 na 202, počet kritických klesl ze čtyř na nulu. V *Lidových novinách* stoupl počet pozitivních článků z 20 na 162 a počet kritických klesl z šesti na pět.<sup>252</sup>

K podobným zjištěním došel později i další výzkum od autorů Tomáše Trampoty a Vlastimila Nečase vydaný v listopadu 2016. Autoři zkoumali tištěná a online média v období čtyř týdnů před krajskými volbami a prvním kolem voleb senátních a jedním týdnem po volbách. Analyzovali zmínky o politicích a politických stranách v denících *Blesk*, *Mladá fronta DNES*, *Právo*, *Lidové noviny*, *Hospodářské noviny* a na serverech *Aktuálně.cz*, *iDnes.cz*, *Lidovky.cz* a *Novinky.cz*. Celkem se zabývali 15 804 výpověďmi o 740 politických aktérech, polovina zmínek se týkala jen deseti stran či politiků.

Ze závěrů výzkumu plyne, že z hlediska positivity/ negativity média zdatelně pozitivněji prezentovala ANO v kontrastu s ČSSD, ale také Bohumila Sobotku ve srovnání s Andrejem Babišem. Média se citelně lišila z hlediska negativity a positivity rámování hlavních politických aktérů. U *Mladé fronty DNES*, *Lidových novin*, portálů *iDnes.cz* a *Lidovky.cz* z mediální skupiny MAFRA, a.s., kterou vlastní Babišův holding AGROFERT, a.s., bylo podle průzkumu většinou patrné stranění Babišovi a jeho hnutí ANO. Výjimkou byly *Lidovky.cz*, které věnovaly nejvíce negativních zmínek prezidentu Zemanovi, ANO a Babišovi. Jistá míra stranického příklonu byla zaznamenána u *Práva* vůči B. Sobotkovi, *iDnes.cz* vůči A. Babišovi a s menší mírou u *Aktuálně.cz* vůči K. Schwarzenbergovi.<sup>253</sup>

---

<sup>252</sup> BESSER, Vilém. Jak se MFD a LN změnilы po Babišově vstupu do Mafrы. *Forum24* [online]. 2015 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://forum24.cz/analiza-jak-se-mfd-a-ln-zmenily-po-babisove-vstupu-do-mafry-zasadne/>

<sup>253</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Vlastimil NEČAS. *Analýza tištěných a online médií v předvolebním období krajských a senátních voleb 2016* [online]. In: . Praha: Nadace Open Society Fund Praha, 2016 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-80-87725-38-2. Dostupné z: <http://osf.cz/wp-content/uploads/2016/11/analiza-medii-volby-2016.pdf>

Obecně lze říci, že podnikatelské a politické elity (správně) předpokládají, že média mají moc ovlivňovat veřejné mínění a proto se je snaží ovládnout a jejich pomocí ovlivňovat své politické nebo obchodní výsledky, což oslabuje investigativní roli žurnalistiky a podkopává roli "hlídacího psa", kterou by média měla v demokratické společnosti hrát.<sup>254,255</sup> Postavení Andreje Babiše v roli vlastníka médií je přitom na zcela odlišné úrovni, než postavení dalších nově etablovaných mediálních magnátů, neboť ti (například Daniel Křetínský a Partik Tkáč) nesledují politické cíle.

### 2.6.1 Vznik nových alternativních titulů

V důsledku změn na mediálním trhu souvisejících s přechodem většiny tištěných titulů do rukou majetných a vlivných lokálních podnikatelů a skupin tedy narůstají obavy o další fungování profesionální žurnalistiky a její schopnosti naplňovat svou tradiční roli v demokratické společnosti. V reakci na tyto změny vznikají v řadě zemí, Českou republiku nevyjímaje, nové, do jisté míry nezávislé (nenapojené na žádnou z oligarchických struktur) novinářské projekty, které si kladou za cíl tuto roli plnit. V České republice vznikla v posledních letech celá řada takovýchto projektů, které v drtivé většině založili novináři odcházející z redakcí mainstreamových médií.

**Tabulka 18:** Nově vzniklé novinářské projekty v letech 2014 - 2017

Název projektu	Formát	Rok vzniku	Vedoucí projektu / šéfredaktor	Provozovatel
<i>Echo24.cz</i>	Online deník	2014 (březen)	Dalibor Balšínek	Echo Media a.s.
<i>Echo</i>	Týdeník pro tablety	2014 (červen)	Dalibor Balšínek	Echo Media a.s.
<i>Echo</i>	Tištěný týdeník	2014 (listopad)	Dalibor Balšínek	Echo Media a.s.
<i>Reportér</i>	Tištěný měsíčník	2014 (září)	Robert Čásenský	Reportér magazin, s.r.o.,
<i>ReportérMagazín.cz</i>	Online magazin	2014 (září)	Robert Čásenský	Reportér magazin, s.r.o.,
<i>Neolivní.cz</i>	Online deník	2015 (březen)	Sabina Slonková	Dead Line Media s.r.o.
<i>HlídacíPes.org</i>	Online magazin	2014 (duben)	Ondřej Neumann, Robert Břešťan	Ústav nezávislé žurnalistiky, z.ú.
<i>SvobodneForum.cz</i>	Online deník	2015 (únor)	Pavel Šafr	Free Czech Media z.s.
<i>FORUM24.cz</i>	Online deník	2017 (leden)	Pavel Šafr	Forum 24 a.s.

Vlastní zpracování

<sup>254</sup> ORNEBRING, Henrik. Clientelism, Elites, and the Media In: KOSTADINOVA, Petia. Media in the New Democracies of Post-Communist Eastern Europe. In: East European Politics [online]. 2015, 29(2), s. 453-466 [cit. 2017-04-17]. DOI: 10.1177/0888325415577863. ISSN 0888-3254. Dostupné z: <http://eep.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0888325415577863>

<sup>255</sup> V době dokončování této práce (počátek května 2017) se například na veřejnosti objevily odposlechy rozhovorů Andreje Babiše z doby, kdy byl ještě oficiálním vlastníkem společnosti MAFRA a.s. s jedním z redaktorů deníku Mladá fronta DNES. Z rozhovorů je patrné, že Babiš byl s redaktorem v opakovaném kontaktu a společně koordinovali postup při publikování článků obsahujících negativní informace o Babišových politických konkurentech, o vhodném načasování publikování těchto článků vzhledem k situaci na české politické scéně apod. Věrohodnost nahrávek byla potvrzena a nevyvrátil ji ani samotný Babiš.

Projekt **Echo24** založil bývalý šéfredaktor *Lidových novin* a časopisu *Týden* Dalibor Balšínek po svém odchodu z *Lidových novin* na podzim roku 2013. Ve stejné době jako on, opustila redakci deníku celá řada dalších novinářů, kteří následně utvořili redakci nově vzniklého projektu. Web *Echo24.cz* byl spuštěn v neděli 17. března 2014, po několika měsících pak následoval elektronický týdeník *Echo* pro tablety a v listopadu 2014 vyšlo první vydání tištěného týdeníku *Echo*. Provozovatelem webu a vydavatelem obou titulů je společnost Echo Media a.s.<sup>256</sup> jejímž 95% vlastníkem je Balšínek.

Ve svém odůvodnění k založení projektu Dalibor Balšínek uvádí mj. toto:

"V České republice dochází v posledních letech k oligarchizaci médií, která se na jednotlivých titulech podepisuje různou měrou ovlivnění obsahu. Zahraniční vlastníci českých médií se začali dostávat do ekonomických ztrát a rozhodli se své tituly prodávat. Ty se tak přesouvají do rukou mocenských a politických struktur platicích za nákup vydavatelství nesmyslné částky. To vše má jen jediný smysl: získat vliv na veřejné mínění. Novým majitelům mají ochránit jejich ekonomické nebo politické zájmy. Echo24.cz žádné takové pozadí nemá. Chce být protiváhou oligarchizovaným českým médiím. Čtenáři Echo24 nebudou muset přemýšlet nad tím, jakým zájmům slouží. Echo24 chce sloužit pouze svým čtenářům."<sup>257</sup>

Projekt reportážního měsíčníku **Reportér** založil bývalý šéfredaktor deníku *Mladá fronta DNES* Robert Čásenský, který ze společnosti MAFRA, a.s. odešel v listopadu 2013 (tedy cca měsíc poté, kdy se společnost stala součástí koncernu AGROFERT, a.s.). Sám Čásenský potvrdil, že hlavním důvodem jeho odchodu z redakce byl právě majetkový vstup společnosti AGROFERT, a.s. Andreje Babiše do vydavatelství.<sup>258</sup> Redakci nového magazínu vytvořili novináři z MAFRA, a.s., kteří společnost opustili ve stejném období jako Čásenský. Magazín tak stojí na významných postavách české žurnalistiky, jako jsou třeba Jaroslav Kmenta nebo Jiří Štický. První číslo se na stáncích objevilo 15. září 2014, spolu s tištěným měsíčníkem je v provozu také webový portál *ReportérMagazín.cz*, kde je vybraný obsah k dispozici za poplatek. Provozovatelem webu a vydavatelem titulu je společnost Reportér magazin, s.r.o.,<sup>259</sup> stoprocentně vlastněná Čásenským.

---

<sup>256</sup> Echo Media a.s., se sídlem Malostranské náměstí 203/14, Malá Strana, 118 00 Praha, IČO: 02581574

<sup>257</sup> BALŠÍNEK, Dalibor. Chceme být protiváhou oligarchizovaným českým médiím. In: *Echo24* [online]. Echo Media [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://echo24.cz/p/o-nas>

<sup>258</sup> BERÁNEK, Jan. Robert Čásenský (Reportér): Nechtěl jsem dělat noviny pro žádného oligarchu. In: *Lupa.cz* [online]. Internet Info [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/robert-casensky-reporter-nechtel-jsem-delat-noviny-pro-zadneho-oligarchu/>

<sup>259</sup> Reportér magazin s.r.o., se sídlem Truhlářská 1103/15, Nové Město, 110 00 Praha 1, IČO: 02975831

Internetový projekt *Neovlivní.cz* byl spuštěn v březnu 2015 pod vedením novinářky Sabiny Slonkové, která předtím působila v *Aktuálně.cz*, *Hospodářských novinách* a od ledna do června 2014 byla šéfredaktorkou deníku *Mladá fronta DNES*. Portál *Neovlivní.cz* se věnuje mapování vlivu lidí a firem v různých částech společnosti a je provozován společností Dead Line Media s.r.o.<sup>260</sup> Jejím zakladatelem a do června 2016 jednatelem byl Jakub Ungr, který v minulosti založil on-line deník *Aktuálně.cz* a po spojení s Centrum Holdings s.r.o. mimo jiné řídil redakční transformaci vydavatelství Economia, a.s.. Nyní je jednatelkou a jedinou majitelkou společnosti Slonková. Společnost kromě portálu *Neovlivní.cz* provozuje další tři projekty: magazín o udržitelném životním stylu *My89.cz* magazín o vlivných lidech *CZLeader.cz* a portál regionálně zaměřených firemních informací *RegioBiz.cz*.

Projekt *HlídacíPes.org* založil Ondřej Neumann, bývalý šéfredaktor týdeníku *Ekonom*. Nejprve se jednalo o jeho osobní blog, od prosince 2014 však rozšířil svůj záběr i redakční tým a z blogu se stal zpravodajský web s podtitulem "Žurnalistika ve veřejném zájmu". Zaměřuje se na investigativní žurnalistiku a monitorování témat, která zůstávají stranou zájmu mediálního mainstreamu. Portál je provozován neziskovou společností Ústav nezávislé žurnalistiky, z.ú.,<sup>261</sup> kterou Neumann založil v září 2014. Jak uvádí sami autoři na svém webu:

"Ústav nezávislé žurnalistiky vznikl jako reakce na razantní změny v tuzemských médiích. Na jednu stranu probíhá a dále probíhat bude koncentrace vlastnictví (s výrazným angažmá Andreje Babiše), na straně druhé se v celém oboru výrazně šetří. Jako první za oběť padá to nejdražší – tedy investigativní (odhalovací) žurnalistika."<sup>262</sup>

Internetový zpravodajský portál *SvobodnéFórum.cz* založil v únoru roku 2015 dlouholetý šéfredaktor týdeníku *Reflex*, *Mladé fronty DNES* či *Lidových novin* Pavel Šafr společně se svými novinářskými kolegy Tomášem Klvaňou, Janem Jandourkem a Barborou Tachecí. Portál byl od svého vzniku provozován spolkem Free Czech Media z. s.,<sup>263</sup> který byl založen v listopadu 2014 s cílem "sledovat případy mocenské manipulace, skryté cenzury a zřejmé autocenzury, které se množí v klíčových českých médiích."<sup>264</sup>

<sup>260</sup> Dead Line Media s.r.o., se sídlem Jateční 1224/27, Holešovice, 170 00 Praha 7, IČO: 03664317

<sup>261</sup> Ústav nezávislé žurnalistiky, z.ú., se sídlem č.p. 208, 252 10 Líšnice, IČO: 03395987

<sup>262</sup> Mise. In: *HlídacíPes.org: Žurnalistika ve veřejném zájmu* [online]. Ústav nezávislé žurnalistiky, z.ú. [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/mise-3/>

<sup>263</sup> Free Czech Media z.s., se sídlem Křižíkova 457/125, Karlín, 186 00 Praha 8, IČO: 03657213

<sup>264</sup> O nás. In: *FreeCzechMedia.cz* [online]. Free Czech Media [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://freeczechmedia.cz/>

Po necelých dvou letech byl původní web integrován ve formě názorového sloupku do struktury nově vzniklého portálu **FORUM24.cz**. Ten byl spuštěn 10. ledna 2017 s ambicí být plnohodnotným zpravodajským portálem, proto došlo i k rozšíření redakčního týmu webu. Provozovatelem je společnost FORUM 24 a.s.<sup>265</sup> vlastněná Pavlem Šafrem.

Vzniku většiny výše uvedených projektů předcházela odchod řady vlivných redaktorů ze svých pozic v největších českých vydavatelstvích. Jejich odchod byl zpravidla reakcí na změny vlastnických struktur v daných listech, případně se jednalo o další neshody redaktorů s vedením. Redaktoři poté zakládají nová, převážně internetová média, kterými se vymezují vůči oligarchizaci českých médií, autocenzuře redaktorů, ovlivňování obsahu, zamlčování informací, propojování médií a politiky, provázanosti mediálních a nemediálních podniků a následném ovlivňování národních i nadnárodních ekonomických a politických vztahů. Nově vzniklé tituly na sebe přejímají roli ochránců svobodné a profesionální žurnalistiky a snaží se o zachování normativního pojetí žurnalistiky jako profese hájící zájmy veřejnosti a nikoli osobní zájmy těch, kdo jejich činnost financují.

Jelikož se jedná o nově etablované projekty, jejich budoucnost je zatím nejistá. Otázky vyvstávají především ohledně způsobu jejich financování a dlouhodobé udržitelnosti. Většina projektů je zatím financována z darů, grantů, sbírek, prostřednictvím nadací a dále z vlastní činnosti (tedy z prodaného nákladu, případně z prodeje zpoplatněného internetového obsahu).

---

<sup>265</sup> FORUM 24 a.s., se sídlem Nad mokřinou 317/7, Koloděje, 190 16 Praha 9, IČO: 05227011

## 2.7 Vývoj v ostatních zemích regionu

Podobně jako v České republice se situace vyvíjela a vyvíjí i v ostatních post-komunistických zemích střední a východní Evropy. Je ovšem potřeba poukázat na to, že ačkoli země spojuje, že byly dříve součástí komunistického východního bloku a měly stejný společenský režim, jako celek jsou poměrně nesourodé a každá prošla jiným vývojem. Postupně se však i v okolních státech obrací podíl domácího a zahraničního kapitálu ve vydavatelstvích denního tisku. Všude také platí, že na místo vydavatelů zpravodajských periodik nastupují často nejbohatší lidé v dané zemi, podnikatelské elity, které dosud působily v jiném než mediálním odvětví.

### 2.7.1.1 Slovensko

Na Slovensku můžeme sledovat velmi podobný vývoj jako v České republice. Velkou většinu tištěných médií zde po odchodu zahraničních majitelů přímo či nepřímo ovládli silní domácí hráči, a to finanční skupina J&T (ovládaná Danielem Křetínským a Patrikem Tkáčem) a investiční skupina PENTA INVESTMENTS LIMITED.

V březnu roku 2010 došlo k prodeji významného slovenského levicového deníku *Pravda*. Britský vlastník Daily Mail & General Trust prodal svůj 99,94% podíl ve společnosti PEREX, a.s.<sup>266</sup>, vydavateli deníku, české společnosti Florena, a.s.<sup>267</sup>. Prodej zprostředkovala finanční skupina J&T. K jejím mediálním investicím patří mimo jiné i Joj Media House, pod který je začleněna televizní skupina *Joj*. Manažeři blízcí skupině J&T jsou aktivní i v rozhlasovém byznysu – kdy ovládají rádio *Jemné* a *Anténa*.

V souvislosti s J&T se v říjnu 2014 spekulovalo také o tom, že má zájem koupit největší slovenské vydavatelství Ringier Axel Springer Slovakia, a.s. (vydavatele nejprodávanějšího slovenského deníku *Nový čas* a dalších titulů). Finanční skupina však tuto informaci popřela<sup>268</sup> a *Nový čas* tak dále zůstává v rukou švýcarsko-německého koncernu Ringier Axel Springer Media AG.

O aktivitách PENTA INVESTMENTS LIMITED na Slovensku jsem psala již v kapitole [2.5.1.1](#). Společnost v roce 2014 postupně ovládla vydavatelství SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s.

---

<sup>266</sup> PEREX, a. s., se sídlem Trnavská cesta 39/A, Bratislava 831 04, IČO: 00 685 313

<sup>267</sup> Florena, a.s., se sídlem Praha 8, Pobřežní 297/14, PSČ 18600, IČO: 28864867

<sup>268</sup> Finanční skupina J&T kupuje vydavatele denníka *Nový Čas* (aktualizované). *MediaWatch.dog* [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://www.mediawatch.dog/financna-skupina-jt-kupuje-vydavatele-dennika-novy-cas/>

(deník *Plus 1 deň* a týdeník *Plus 7 dní*) a TREND Holding, spol. s r.o. (časopis *Trend*). V obou případech je PENTA získala přímo od jejich zakladatelů. V případě SPOLOČNOSTĚ 7 PLUS, a.s. šlo o Jozefa Dukese a Štefana Šimáka, v případě TREND Holding, spol. s r.o. pak o Elenu Klimešovou, Ľubomíra Hrušovského a Olivera Brunovského.

Následně získala PENTA také 45% podíl ve společnosti Petit Press, a.s., vydavateli celostátního deníku *Sme*, regionálních deníků *Korzár*, *Új Szó*, *My* a řady dalších titulů. Podíl koupila od německého vlastníka Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH

### 2.7.1.2 *Polsko*

Již trochu jiná situace je v Polsku. Ekonomická krize nezasáhla zemi tak silně jako jiné státy v regionu. Zároveň polský mediální trh je oproti jiným zemím ve střední a východní Evropě relativně hodně velký, s téměř čtyřiceti miliony obyvatel a vydavatelé tak mohou dosahovat větších synergií a lépe optimalizovat své náklady na výrobu jednotlivých titulů. Celkově je tedy tento trh pro zahraniční investory atraktivnější. Ani tak se však Polsko zcela nevyhnulo odchodu zahraničních vlastníků.

Nejprve došlo k odprodeji vydavatelství Presspublica (vydavatel deníku *Rzeczpospolita*), kdy jej britský investiční fond Mecom prodal polskému podnikateli Grzegorzi Hajdarowiczovi. V dalším roce se Mecom zbavil i všech svých regionálních periodik, která od něj odkoupil již v zemi etablovaný německý vydavatel Verlagsgruppe Passau.

V zemi není a nikdy nebyla koncentrace zahraničních vlastníků v tištěných médiích příliš vysoká. V oblasti celostátního tisku je sice ve vlastnictví švýcarsko-německého Ringier Axel Springer Polska nejčtenější deník *Fakt* a sportovní deník *Przegląd Sportowy*, ostatní velké tituly (*Gazeta wyborcza*, *Super express*, *Rzeczpospolita*, *Dziennik Gazeta Prawna*) jsou však v domácím vlastnictví. V oblasti regionálního tisku je situace výrazně jiná, německé společnosti vlastní asi 80 % všech periodik. Jde o koncerny Verlagsgruppe Passau (jehož skupina Polska Press zahrnuje více než dvacet regionálních deníků), Ringier Axel Springer či Bauer.<sup>269</sup>

V zemi panuje s tímto stavem nespokojenost a polská vláda v čele se stranou Právo a spravedlnost (PiS) se na konci března 2017 nechala slyšet, že chce vrátit regionální média zpět do polských rukou. Tato tzv. repolonizace by měla probíhat "dobrovolným" odprodejem podílů zahraničních koncernů do rukou státu, nicméně vláda nevyklučuje ani "urychlující mechanismy",

---

<sup>269</sup> Niemieckie media w Polsce. *NewsWeb.pl* [online]. 2016 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <http://newsweb.pl/2016/04/21/niemieckie-media-w-polsce-zobacz-dluuga-liste-propagandowek/>



pokud zjistí, že neporušují zákon. Již dříve došlo v Polsku k podobné operaci v oblasti veřejnoprávních médií, která vlada zákonem z prosince 2015 převzala pod svou kontrolu. Veřejnoprávní televize (*TVP*), rozhlas (*PR*), včetně sedmnácti regionálních stanic a agentura PAP byly tímto zákonem o "národních médiích" přetvořeny na státní společnosti přímo podléhající politické moci. Na činnost médií dohlíží nová Rada národních médií, z jejíž pěti členů jmenuje Sejm a prezident po dvou, posledního pak druhá parlamentní komora Senát.<sup>270,271</sup> Na protest proti tomu vedoucí pracovníci všech dotčených médií rezignovali na své funkce.

Kromě ovládnutí veřejnoprávních médií se vládní strana PiS pokusila od americké společnosti Scripps Networks Interactive koncem roku 2016 neúspěšně koupit i největší polskou komerční televizní stanici (*TVN*).<sup>272</sup>

V Polsku tedy nyní dochází k přechodu médií nejen do domácích, ale rovnou do státních rukou, což pochopitelně vzbuzuje obavy odborné veřejnosti, novinářů i obyvatel země. Negativní vývoj zmiňuje také report organizace Freedom House zabývající se svobodou médií v jednotlivých zemích světa. Zde se zároveň uvádí, že ačkoli nedochází k přímé cenzuře médií je vzhledem k vývoji právního prostředí fungování médií velmi pravděpodobné, že bude více než kdy dříve docházet k novinářské autocenzuře.<sup>273</sup>

Kvůli tomuto vývoji v posledním roce se Polsko rapidně propadlo v žebříčku Press Freedom Index připravovaném asociací Reportéři bez hranic (Reporters Without Borders, RSF). Zatímco v roce 2015 se nacházelo ještě na 18. místě (pět příček za Českou republikou), v roce 2016 se nachází až na 47. pozici.<sup>274</sup>

### 2.7.1.3 *Maďarsko*

Významným aktérem v mediální oblasti je v Maďarsku německo-švýcarský koncern Ringier Axel Springer, který byl (spolu s německým Bertelsmann) většinovým vlastníkem nejprodávanějšího maďarského deníku – bulvárního *Blikk*, dále sportovních novin *Nemzeti*

---

<sup>270</sup> USTAWA z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych. In: *Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej*. Dostupné také z: [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/angielska/Documents/Regulations/ustawa-o-radzie-mediow-narodowych.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/angielska/Documents/Regulations/ustawa-o-radzie-mediow-narodowych.pdf)

<sup>271</sup> Polish media laws: Government takes control of state media. *BBC News* [online]. BBC, 2016 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-35257105>

<sup>272</sup> SZYNOL, Adam. Kontrola médií v Polsku: Vládní boj za lepší národní polská média. *European Journalism Observatory* [online]. Evropská observatoř žurnalistiky – EJO, 2017 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/4570/top-prispevky/polska-media-pod-dohledem>

<sup>273</sup> Freedom of the Press 2016: Poland. *Freedom House* [online]. Freedom House, 2017 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/poland>

<sup>274</sup> Media freedom and pluralism in jeopardy. *Reporters Without Borders* [online]. 2017 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/poland>

*Sport* a z 67 % vlastnil Ringier Axel Springer i nejčtenější seriózní deník *Népszabadság*<sup>275</sup> a ekonomický deník *Világgazdaság*. Dále do portfolia firmy patřil i největší nedělník *Vasárnapi Blikk* a řada magazínů navázaných na značku Blikk.

Oba seriózní deníky (*Népszabadság* a *Világgazdaság*), deník *Nemzeti Sport* a dále třináct regionálních deníků (pokrývajících třináct z celkových devatenácti maďarských žup) prodal koncern v roce 2014 rakouské společnosti Mediaworks, kterou vlastní investiční firma Vienna Capital Partners ovládaná Heinrichem Pecinou. Levicový deník *Népszabadság*, který se profiloval jako nejvýraznější opozice vůči vládní politice a osobě Viktora Orbána přestal pak v říjnu 2016 nečekaně vycházet (údajně kvůli vysokým ztrátám, nicméně zainteresovaní novináři hovoří o likvidaci ze stany Orbána).<sup>276</sup>

Druhý významný levicový (opoziční) deník *Népszava* má rovněž zahraničního vlastníka. Celkem 97 % patří švýcarské společnosti TGD Intermedia SA.

Velké pravicové deníky *Magyar Hírlap* a *Magyar Nemzet* a dále zdarma rozdávaný *Metropol* (maďarská obdoba deníku *Metro*) jsou naopak většinou vlastněny domácími subjekty, přímo či nepřímo napojenými na vládní stranu Fidesz. *Magyar Nemzet* je od roku 2000 stranou Fidesz oficiálně sponzorován. Deník *Metropol* koupila v červnu 2011 od švédské Metro International společnost Megapolis Media Zrt. Osoby, které nyní stojí ve vedení obou deníků jsou provázány přes osobu miliardáře Lájose Simicska, majitele konstrukční společnosti Közgép a společnosti B-Reklám Kft. Ten je považován za jednoho z nejbohatších Maďarů a je velmi úzce propojen s osobou Viktora Orbána a jeho strany Fidesz. Simicska je považován za jednoho ze dvou důležitých mediálních magnátů v Maďarsku.

Druhým je Gábor Széles, vlivný podnikatel rovněž napojený na Viktora Orbána, který vlastní pravicový celostátní deník *Magyar Hírlap*, řadu regionálních deníků a kabelovou televizní stanici *ECHO TV*.<sup>277</sup>

V roce 2013 se z maďarského trhu stáhl také již jednou zmíněný Daily Mail & General Trust, který prodal tamní druhý největší bulvární deník *Bors* a také dva regionální

---

<sup>275</sup> 27,7% podíl deníku vlastnila až do roku 2015 společnost Szabad sajtó založená maďarskou socialistickou stranou (MSZP, Magyar szocialista párt). V roce 2015 vykoupla společnost Media Works tento podíl a deník se tak dostal výhradně do soukromých rukou.

<sup>276</sup> FOLK, György. Maďarský největší deník končí kvůli politickému tlaku. *Civil Liberties Union for Europe* [online]. European Liberties Platform, 2016 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <http://www.liberties.eu/cz/news/nepszabadsag-madarske-noviny-konci-politicky-tlak>

<sup>277</sup> MIKOLÁŠKOVÁ, Alena. Šedé eminence maďarských médií. In: *Newton Media* [online]. 2014 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/svet/sede-eminence-madarskych-medi/detail>

tituly. *Kisalföld*, největší regionální deník v Maďarsku, prodáváný na severozápadě země v župě Győr-Moson-Sopron a deník *Délmagyarország* prodáváný na jihovýchodě země.

I v Maďarsku se tedy, stejně jako v Polsku, projevuje snaha vládnoucí politické strany Fidesz v čele s premiérem Viktorem Orbánem kontrolovat rozhodující názorotvorná média. Tato snaha ještě nabrala na intenzitě po znovuzvolení Orbána premiérem v roce 2010. Kromě propojení vlastnického, ovládá vládní strana média i prostřednictvím legislativy. Na konci roku 2010 byl schválen mediální zákon, který obsahoval kromě kontroly vyváženosti všech médií (včetně internetových portálů) nutnost registrace všech médií u Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (Národní mediální a zpravodajský úřad, NMHH), který měl společně s mediální radou dohlížet nad již zmíněnou vyvážeností všech pořadů, ochranou dětí a mládeže a nad postupy při udílení licencí a registrací. Zákon kritizovala Evropská unie, která nařídila Maďarsku jeho úpravu tak, aby naplňoval zásady demokratického pojetí významu svobody slova. To se stalo v roce 2012, kdy byl mediální zákon upraven.

Počátkem července 2014 pak vstoupil v platnost nový zákon o zdanění příjmů médií z reklamy, který přesně vymezuje daň z reklamních příjmů různých médií. Největší média, která mají příjmy vyšší než 20 miliard forintů ročně, budou zdaněna 40% daní. Tento zákon se v plné síle dotýká de facto jen komerční televize *RTL Klub*, která je jednou z nejlivnějších televizí v Maďarsku. Jejím majitelem je německá RTL Group. Panují obavy, že tento ekonomický tlak má donutit německé vlastníky k prodeji, stejně jako se tomu stalo u druhé komerční televizní stanice *TV 2*, kterou od ProSiebenSat.1 Media převzali maďarští podnikatelé napojení na stranu Fidesz.

Kromě vysokého zdanění, které nový zákon přinesl a které se dotýká i ekonomiky tištěných a elektronických médií, uplatňuje maďarská vláda i další ekonomický nástroj a to rozsáhlé inzertní kampaně a pobídky směřující do médií, která se chovají vstřícně k vládní straně.<sup>278</sup>

V roce 2015 pak vstoupil v platnost zákon, který sloučil maďarská veřejnoprávní média do jedné společnosti. Šlo o maďarskou televizi *MTV*, televizi *Duna TV* (vysílající pro Maďary žijící v zahraničí), maďarský rozhlas Magyar Rádió a zpravodajskou agenturu *MTI*. Zmíněná média se sloučila do jedné společnosti Duna Media.

---

<sup>278</sup> MIKOLÁŠKOVÁ, Alena. Šedé eminence maďarských médií. In: *Newton Media* [online]. 2014 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/svet/sede-eminence-madarskych-mediiv/detail>

Stejně jako v Polsku tedy i v Maďarsku dochází k přechodu vlastnictví médií do domácích rukou. I zde se projevuje silné propojení médií s politikou a byznysem.

Kvůli všem těmto legislativním úpravám se Maďarsko rychle propadá žebříčkem Press Freedom Index. V roce 2010, po zavedení mediálního zákona, se jednalo o největší pád z 23. na 40. místo, v roce 2016 se země nachází již na 64. místě.<sup>279</sup>

#### 2.7.1.4 Pobaltské země

Pro Litvu, Lotyšsko a Estonsko byla charakteristická přítomnost vydavatelů ze skandinávských zemí, kteří ovládali značnou část mediálního trhu. Pobaltské země byly ve srovnání s ostatními zeměmi regionu nejsilněji zasaženy ekonomickou krizí. Pokles HDP zde v krizových letech dosahoval i dvouciferných hodnot. Nejhorší situace byla v Lotyšsku, kterému musela být v roce 2009 dokonce poskytnuta půjčka v celkové výši 7,5 miliard eur.<sup>280,281</sup> V souvislosti s krizí došlo v pobaltských zemích také k největšímu propadu reklamních výdajů. Celkový propad reklamních výdajů v roce 2009 oproti předešlému roku činil ve všech třech zemích (Litva, Lotyšsko, Estonsko) přes 40 %, pokles týkající se pouze segmentu tištěných médií byl ještě výrazně vyšší (70 % v Lotyšsku, 55 % v Litvě a 53 % v Estonsku).<sup>282</sup>

Na tento pokles zareagovala hned v červnu 2009 švédská společnost Bonnier, vydavatel nejprodávanějšího lotyšského deníku *Diena*, která prodala vydavatelství britské investiční skupině Rowland Capital. V srpnu 2010 pak 51 % akcií deníku koupil lotyšský podnikatel Viesturs Koziols.<sup>283</sup>

V létě 2013 došlo k prodeji nejvýznamnějšího estonského deníku *Postimees*, několika časopisů, regionálních titulů a významné tiskárny *Kroonpress*. Původní vlastník, norská společnost Schibsted Media Group, prodala po patnácti letech svůj podíl ve vydavatelství Eesti

---

<sup>279</sup> When the prime minister is also the biggest press baron. *Reporters Without Borders* [online]. 2017 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/hungary>

<sup>280</sup> Šlo o balíček půjček od Mezinárodního měnového fondu, Evropské banky pro obnovu a rozvoj (EBRD), Světové banky, a některých evropských zemích.

<sup>281</sup> Lotyšsko dostane z EU půjčku 3,1 miliardy eur. *Euroskop* [online]. 2009 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/38/10353/clanek/lotyssko-dostane-z-eu-pujcku-3-1-miliardy-eur/>

<sup>282</sup> 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]. London: The London School of Economics and Political Science, 2013 [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: [https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final\\_reports/stetka\\_2013\\_final%20report\\_posted.pdf](https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final_reports/stetka_2013_final%20report_posted.pdf)

<sup>283</sup> KOLYAKO, Nina. Viesturs Koziols buys controlling interest in Diena. *Baltic Course* [online]. 2010 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: [http://www.baltic-course.com/eng/markets\\_and\\_companies/?doc=30090](http://www.baltic-course.com/eng/markets_and_companies/?doc=30090)

Meedia Group managementu vydavatelství, který byl v nákupu finančně podpořen několika domácími byznysmeny v čele s Margusem Linnamäem.<sup>284</sup>

#### 2.7.1.5 Ostatní země

Trend odchodu zahraničních vlastníků se nevyhnul ani dalším zemím regionu. V roce 2010 švýcarský koncern Ringier výrazně omezil své aktivity v Rumunsku, když prodal oba seriózní tituly (deník *Evenimentul zilei* a týdeník *Capital*) a ponechal si pouze bulvární deník *Libertatea*. Tituly od společnosti Ringier koupil rumunský podnikatel Bobby Paunescu, který vlastní mj. i televizní stanice *BITV* a *VOX News* a regionální list *Gazeta de Sud*.<sup>285</sup>

Ve stejném roce pak německý *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (WAZ) prodal veškeré své aktivity v Rumunsku, Bulharsku a Srbsku. V roce 2012 pak následovala i Makedonie. Kupujícími byli ve všech případech lokální podnikatelé.<sup>286</sup> Jak uvádí Štětka, v tomto případě nevedly německého vlastníka k prodeji čistě ekonomické faktory, ale jednalo se o nepříznivé podnikatelské prostředí a stále častější zneužívání politické moci v regionu. Propojení politiky a byznysu vede v oblasti k postupnému omezování svobodné hospodářské soutěže což ničí fungování celého mediálního trhu. Proto WAZ balkánské trhy opustil.<sup>287</sup>

---

<sup>284</sup> Schibsted sells Baltic operations to Estonian management and local investors. *Baltic Course* [online]. 2013 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: [http://www.baltic-course.com/eng/markets\\_and\\_companies/?doc=80293](http://www.baltic-course.com/eng/markets_and_companies/?doc=80293)

<sup>285</sup> Deals of the year. *Business Review: Where Romania Talks Business* [online]. 2010 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <http://www.business-review.eu/investments/deals-of-the-year-10582-5709>

<sup>286</sup> 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]. London: The London School of Economics and Political Science, 2013 [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: [https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final\\_reports/stetka\\_2013\\_final%20report\\_posted.pdf](https://mde.politics.ox.ac.uk/images/Final_reports/stetka_2013_final%20report_posted.pdf)

<sup>287</sup> ŠTĚTKA, Václav. From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics* [online]. 2012, 17(4), 433-456 [cit. 2017-04-17]. DOI: 10.1177/1940161212452449. ISSN 1940-1612. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161212452449>

## Závěr

Hlavním cílem této práce bylo provést analýzu vývoje vlastnictví českého celostátního denního tisku v České republice v období let 2008 – 2016, které zatím nebylo uceleně zpracováno. Kromě toho byla zmapována i bezprostředně předcházející období, která dokreslují kontext nastalých vlastnických změn.

Vlastnický vývoj na trhu tištěných médií předznamenala hospodářská krize, která započala v roce 2008 a během níž přišel výrazný ekonomický pokles. Tištěná média se však již v předešlých letech potýkala s řadou strukturálních problémů. Ekonomická krize pouze zesílila tyto strukturální problémy a nastalý hospodářský pokles způsobil výrazný propad tištěného i prodaného nákladu a reklamních příjmů. Majitelé jednotlivých vydavatelství a titulů stáli před rozhodnutím, zda chod daných společností sanovat nebo společnosti prodat a soustředit své aktivity do jiných zemí.

Zahraniční vlastníci, kteří v 90. letech využili své kompetitivní výhody a získali postupně kontrolu nad mediálními trhy transformujících se zemí střední a východní Evropy, postupně zjistili, že ne všechny tyto trhy jsou pro ně dostatečně ekonomicky atraktivní. Jakmile došlo k propadu příjmů během krize a v pokrizových letech, vybrané trhy (včetně toho českého) proto opouštějí, aby soustředili své investice na trhy s větší perspektivou. V České republice i dalších zemích regionu převzali pak jejich místo domácí podnikatelé, což je vcelku logickým vyústěním historického vývoje českého mediálního trhu, který neumožnil vznik silných domácích mediálních skupin. Do médií se tak dostávají podnikatelé z jiných odvětví.

Poměr domácího a zahraničního vlastnictví deníků se ve sledovaných letech 2008 – 2016 rapidně proměnil. Zatímco na konci roku 2007 byli tři ze šesti vlastníků celostátních deníků ze zahraničí, dnes již na českém trhu s denním tiskem nefiguruje ani jeden zahraniční vlastník. Zatímco více než 90 % prodaného nákladu na konci roku 2007 bylo vydáváno vydavatelstvími v zahraničním vlastnictví, dnes je 100 % prodaného nákladu vydáváno vydavatelstvími v českých (nebo česko-slovenských) rukou.

Na jedné straně by jistě někteří autoři označili tento vývoj jako pozitivní, kdy se český denní tisk vymanil z dlouholetého převážně německého vlivu. Struktura nových vlastníků však s sebou přináší mnohé obavy a rizika. Jedná se totiž v drtivé většině případů o nejbohatší osoby v dané zemi, vlivné podnikatele bez předchozích mediálních zkušeností, často s politickými ambicemi nebo přímými vazbami na politické strany. Dochází tak ke koncentraci politické,

mediální i ekonomické moci do rukou několika málo osob. Jak ukazují nepříznivé výsledky hospodaření jednotlivých vydavatelství, realizace ekonomického zisku pravděpodobně není a nemůže být jejich primární motivací. Vcelku logicky tedy jedním z jejich motivů je i možnost pozitivního ovlivnění svých obchodních nebo politických zájmů prostřednictvím kontrolovaných médií. Rizika jsou spatřována především v omezení názorové plurality, tendenčním informování, autocenzuře a s ní spojeném omezení schopnosti profesionální žurnalistiky naplňovat svou tradiční roli hlídacího psa demokracie. Tyto obavy se do určité míry naplňují, jak ukazují některé citované obsahové analýzy srovnávající období před a po koupi daných titulů vybranými podnikateli.

V době, kdy byla během 90. let česká vydavatelství skupována převážně německými mediálními domy, se proti tomu zdvihla obrovská vlna kritiky a ozývaly se především názory, že němečtí podnikatelé budou mít negativní vliv na nezávislost zpravodajství v českém periodickém tisku. Paradoxně však právě s přechodem českých deníků zpět do českých rukou přichází mnohem větší ohrožení nezávislosti a názorové plurality tisku ať už formou přímých zásahů, nebo formou autocenzury redaktorů.

I z toho důvodu se spolu s přechodem vlastnictví deníků do rukou domácích byznysmenů objevuje trend vzniku nových alternativních titulů. Tyto tituly jsou zakládány bývalými členy redakcí titulů, které prošly změnou vlastnictví. V České republice vzniklo ve sledovaném období pět takových projektů, které se prezentují jako nezávislé, objektivní projekty, které chtějí dále podporovat demokratickou funkci médií, poskytovat nezkreslené informace a provozovat investigativní žurnalistiku. Bude jistě zajímavé sledovat, jaká bude budoucnost těchto titulů a zda se bez silných vlastníků podaří projekty ufinancovat. Základní podmínkou svobody tisku je pluralita vlastnictví. Právě v existenci těchto nových médií a jejich podpoře vidím proto krok správným směrem v zachování demokratické role médií ve společnosti.

Na základě provedené analýzy bylo dále zjištěno, že Česká republika se ve svém vývoji nijak zásadně neliší od ostatních zemí regionu střední a východní Evropy. I zde dochází k odchodu zahraničních vlastníků (buť ne v takové míře) a přechodu vlastnictví do rukou vlivných domácích podnikatelů nebo politiků. V jiných zemích se však ještě více projevuje propojení vládnoucích politických stran s médií, případně přímá snaha státu a vlády média kontrolovat.

Tato diplomová práce nabízí možnost dále analyzovat danou problematiku. Zajímavým rozšířením by mohla být kvantitativní a kvalitativní analýza vlivu vlastnictví na mediální obsahy jednotlivých titulů. Další možné rozšíření vidím v analýze čistě časopiseckých vydavatelství, případně dalších typů médií (rozhlas, televize), která by mohla pomoci dotvořit komplexní přehled vlastnických struktur českých médií v uvedených letech.

## Summary

The primary goal of this master thesis was to analyze the development of the ownership of daily press in the Czech Republic in the period 2008 – 2016 and consequently to analyse the influence of historical and economic factors on this development.

The print media market is facing number of structural problems and challenges that have been intensified during the economic crisis in 2008. CEE region was struck harder than the rest of Europe. The sharp decline in economic output has caused a sharp decline in revenues for all the publishing houses. Foreign owners of Czech newspapers decided to sell all the assets to the local businessmen, leave the Czech market and focus on the other ones.

The balance between domestic and foreign owners was affected very notably. While at the end of 2007 there were three of the six owners of the Czech daily newspapers from abroad, today, there is no foreign owner on the Czech daily newspaper market anymore.

The ownership patterns, however, raise concerns. Most of the new owners have major economic interests in other industries and no previous media experiences. Moreover, they often have political ambitions or direct links to political parties. This leads to the concentration of political, media and economic power in their hands.

The question is, what is the motivation of these businessmen to take the risk of investment in profit-losing market segment. Media could be used by this owners to advance their own business or political interests which has an impact on the media independence. For this reason, along with the transition of ownership of daily newspapers to the hands of domestic businessmen, there is a trend of emerging new media projects. These projects (mostly news websites and magazines) have been established by former members of the editorial offices of newspapers that are now controlled by new owners. Five such media projects have been emerged in the Czech Republic in 2013 - 2015 presenting themselves as independent, objective



entities that want to hold the democratic role of the media, provide undistorted information, and conduct investigative journalism.

Based on the analysis it was also found that our country does not differ fundamentally from other countries in the CEE region, that share the same ownership patterns – that is a presence of business tycoons in the news media markets. In other countries, however, the interconnection of the political parties and government with the media is even stronger and state officials are trying to get the media under their direct control.

This master thesis offers the possibility for further analysis of given issue. It would be interesting to realize quantitative or/and qualitative analysis of the impact of ownership on the content of affected media. Another possible extension can be seen in the analysis of solely magazine publishers or other types of media (radio, television) that could help to complete a comprehensive overview of the Czech media ownership structures.

## Seznam použité literatury

### Publikace

ALTSCHULL, J. Herbert. *Agents of power: the role of the news media in human affairs*. New York: Longman, c1984. ISBN 05-822-8417-1.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8

BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1.

CURRAN, James. Nový pohled na masová média a demokracii. In. ŘÍHOVÁ, Blanka a Jan JIRÁK. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 116-163. ISBN 9788024601823.

ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku. 2.*, přeprac. a rozš. vyd. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002. ISBN 80-861-0151-7.

DROŽDŽ, Michał. The Shape of Media Freedom after Communism. *Média dvacet let poté: Media twenty years after*. Praha: Portál, 2009, s. 66-74. ISBN 978-80-7367-446-5

GIORGI, Liana. a Ronald J. POHORYLES. The post-socialist media: what power the West? : the changing media landscape in Poland, Hungary, and the Czech Republic. Brookfield, Vt.: Avebury, c1995. ISBN 18-562-8654-1.

GULYÁS, Ágnes. *MediaMorphosis: The Political Economy of the Print Media in East Central Europe During the First Decade of the Post-Communist Era*. 1. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing, 2011. ISBN 978-3-8443-8326-3.

GROSS, Peter. *Entangled evolutions: media and democratization in Eastern Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2002. ISBN 08-018-6852-1.

HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

HEISS, Gernot. *Česko a Rakousko po konci studené války: různými cestami do nové Evropy*. Ústí nad Labem: Albis International, 2008, s. 207-229. ISBN 978-80-86971-95-7.

HEYWOOD, Andrew. *Politologie*. Praha: Eurolex Bohemia, 2004. Politologie (Eurolex Bohemia). ISBN 80-864-3295-5.

HØJBJERG, Lennard. a Henrik. SØNDERGAARD. *European film and media culture*. Copenhagen [Denmark]: Museum Tusulanum Press, University of Copenhagen, 2006. Northern lights (Copenhagen, Denmark), 2005. s. 79, ISBN 9788763504270.

JAKUBOWICZ, Karol. *Rude awakening: social and media change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2007. Hampton Press communication series. ISBN 978-0521543088.

JIRÁK, Jan, Milan ŠMÍD, Miloš ČERMÁK, et al. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 9-21. ISBN 8071789259

- JIRÁK Jan, KÖPPLOVÁ Barbara a Denisa KASL KOLLMANNOVÁ. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-807-3672-874
- JIRÁK, Jan, Barbara KÖPPLOVÁ a Denisa HEJLOVÁ, ed. *Média dvacet let poté: Media twenty years after*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5.
- KETTLE, Steve In O'NEIL, Patrick H. *Post-communism and the media in Eastern Europe*. Portland, OR: F. Cass, 1997. ISBN 0714643114.
- KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8
- MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. Politologie (Eurolex Bohemia). ISBN 978-807-3675-912.
- MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003. Communication and society (Routledge (Firm)). ISBN 978-0415307086.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MEYER, Thomas a Lewis P. HINCHMAN. *Media democracy: how the media colonize politics*. Cambridge, UK: Blackwell, c2002, s. 59. ISBN 978-074-5628-448.
- PALETZ, David a Karol JAKUBOWICZ. *Business as usual: continuity and change in Central and Eastern European media*. Cresskill, N.J: Hampton Press, 2002. s 160-162, ISBN 1572732652.
- PICARD, Robert G. Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*. 2005, 2(2), 61-69.
- POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 266- 268. ISBN 80-717-8926-7.
- ŘÍCHOVÁ, Blanka a Jan JIRÁK. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 17, ISBN 978-802-4601-823.
- SPARKS, Colin a Anna READING. *Communism, capitalism and the mass media*. London: Sage, 1998. ISBN 978-076-1950-752
- ŠOLTYS, Otakar a Phillip J. GLENN, ed. *Media '95: experience and expectations - five years after : Prague, October 5-6, 1995*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-706-6549-1.
- THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

TRAMPOTA, Tomáš. *Česká média a Evropská integrace: 20 let smazávání hranic*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2009. ISBN 978-80-86855-50-9.

VILDOVÁ, Marta. *O privatizaci deníku Mladá fronta*. Praha, 2005. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce Petr Pavlík.

WEIGL, Jiří, Václav KLAUS, Dušan TRÍSKA, Karel DYBA a kol. *Dnešní polemika o včerejší privatizaci*. Praha: Institut Václava Klause, 2013, 91 s. ISBN 978-80-87806-00-5.

WYKA, Angelika W. On the way to dumbing down...The case of Central Europe. *Central European Journal of Communication*. 2009, (2), 133-147. ISSN 1899-5101.

ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Praha: Institut Václava Klause, 2013. Publikace (Institut Václava Klause). ISBN 978-80-8780-6029.

## Internetové zdroje

BALŠÍNEK, Dalibor. Chceme být protiváhou oligarchizovaným českým médiím. In: *Echo24* [online]. Echo Media [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://echo24.cz/p/o-nas>

BERÁNEK, Jan. Robert Časenský (Reportér): Nechtěl jsem dělat noviny pro žádného oligarchu. In: *Lupa.cz* [online]. Internet Info [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/robert-casensky-reporter-nechtel-jsem-delat-noviny-pro-zadneho-oligarchu/>

BESSER, Vilém. Jak se MFD a LN změnily po Babišově vstupu do Mafrý. *Forum24* [online]. 2015 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://forum24.cz/analyza-jak-se-mfd-a-ln-zmenily-po-babisove-vstupu-do-mafry-zasadne/>

FOLK, György. Maďarský největší deník končí kvůli politickému tlaku. *Civil Liberties Union for Europe* [online]. European Liberties Platform, 2016 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <http://www.liberties.eu/cz/news/nepszabadsag-madarske-noviny-konci-politicky-tlak>

GULYÁS, Ágnes. Media Ownership in East Central Europe in a European comparative perspective. Přednáška z IAMCR conference, Media, Communication, Information: Celebrating 50 Years of Theories and Practices, 23. - 25. 7. 2007, UNESCO, Paříž. [online]. [cit. 2017-02-04]. Dostupné z: <http://journalism.uoregon.edu/~IAMCR-PolEcon/Gulyas.html>

GULYÁS, Ágnes. *Print Media in Post-Communist East Central Europe*. *European Journal of Communication* [online]. 2003, vol. 18, issue 1, s. 81-106 [cit. 2016-12-14]. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0267323103018001227>

*Kolportáž bezplatných deníků po roce 1990* [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.kolportaz.cz/kolportovani-bezplatnych-deniku.html>

KLÍMA, Michal. Česká média nikdy neměla silné postavení. In: *MediaGuru.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2014/01/ceska-media-nikdy-nemela-silne-postaveni/>

KÖPPL, Daniel. Tak již víme, kolik zaplatil Andrej Babiš za Mafru. *MarketingSalesMedia* [online]. EMPRESA MEDIA, 2013 [cit. 2017-02-18]. Dostupné

z: [http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafnu\\_274807.html](http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/tak-jiz-vime-kolik-zaplatil-andrej-babis-za-mafnu_274807.html)

KUŚ, Michał, Stephan USS-MOHL a Adam SZYNOL. Mediální magnáti. Moc, politika a média. In: *European Journalism Observatory* [online]. Evropská observatoř žurnalistiky – EJO, 2013 [cit. 2017-05-07]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/2481/medialni-zurnalistika/medialni-magnati-moc-politika-a-media>

MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik.* [online] Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8034-8. [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/repo/1332354/media\\_v\\_pohybu\\_ia.pdf](http://is.muni.cz/repo/1332354/media_v_pohybu_ia.pdf)

MIKOLÁŠKOVÁ, Alena. Šedé eminence maďarských médií. In: *Newton Media* [online]. 2014 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/svet/sede-eminence-madarskych-medii/detail>

MITCHELSTEIN, Eugenia a Pablo J. BOCZKOWSKI. Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. *New Media*. 2010, 12(7), 1085-1102. DOI: 10.1177/1461444809350193. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809350193>

ORNEBRING, Henrik. Clientelism, Elites, and the Media In: KOSTADINOVA, Petia. Media in the New Democracies of Post-Communist Eastern Europe. In: *East European Politics* [online]. 2015, 29(2), s. 453-466 [cit. 2017-04-17]. DOI: 10.1177/0888325415577863. ISSN 0888-3254. Dostupné z: <http://eep.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0888325415577863>

PETKOVIĆ, Brankica. *Media ownership and its impact on media independence and pluralism* [online]. Ljubljana, Slovenia: Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, c2004 [cit. 2017-02-05]. s. 23-24, ISBN 96-164-5526-5. Dostupné z: <http://www3.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2015/02/media-ownership-and-its-impact-on-media-independence-and-pluralism.pdf>

SZYNOL, Adam. Kontrola médií v Polsku: Vládní boj za lepší národní polská média. *European Journalism Observatory* [online]. Evropská observatoř žurnalistiky – EJO, 2017 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/4570/top-prispevky/polska-media-pod-dohledem>

ŠMÍD, Milan. Czech Republic. In: HRVATIN, Sandra a Brankica PETKOVIĆ (Eds.). *Media ownership and its impact on media independence and pluralism*. Slovenia: Mirovni Institut. [online]. [cit. 2016-12-14]. Dostupné z: [http://www2.mirovni-institut.si/media\\_ownership/pdf/czech%20republic.pdf](http://www2.mirovni-institut.si/media_ownership/pdf/czech%20republic.pdf)

ŠPLÍCHAL, Slavko. Imitative Revolutions: Changes in the Media and Journalism in East-Central Europe. *Democratization and the Mass Media in Europe and Asia* [online]. 2001 [cit. 2016-12-14] Dostupné z: <http://javnost-thepublic.org/article/2001/4/2/>

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) [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1940161212452449>

ŠTĚTKA, Václav. Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě. *Reportér* [online]. 2014, (3) [cit. 2017-03-05]. Dostupné z:

[http://www.academia.edu/9656304/Od\\_globalizace\\_k\\_oligarchizaci\\_promeny\\_medialniho\\_vlastnictvi\\_ve\\_stredna\\_a\\_vychodni\\_Evrop](http://www.academia.edu/9656304/Od_globalizace_k_oligarchizaci_promeny_medialniho_vlastnictvi_ve_stredna_a_vychodni_Evrop)

TRAMPOTA, Tomáš a Vlastimil NEČAS. *Analýza tištěných a online médií v předvolebním období krajských a senátních voleb 2016* [online]. In: . Praha: Nadace Open Society Fund Praha, 2016 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-80-87725-38-2. Dostupné z: <http://osf.cz/wp-content/uploads/2016/11/analyza-medii-volby-2016.pdf>

VANČURA, Jiří. Ukradená Fronta, ukradené Právo. *Listy*. 1998, (1), 15-18. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.britskelisty.cz/9803/19980302f.html>

VLČEK, Tomáš. Sametová revoluce 1989: pondělí 20. listopadu 1989. In: *Totalita.cz* [online]. [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: [http://www.totalita.cz/1989/1989\\_1120.php](http://www.totalita.cz/1989/1989_1120.php) nebo Pondělí 20. listopad 1989. In: *VaclavHavel-library.org* [online]. Knihovna Václava Havla [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: <http://www.vaclavhavel-library.org/cs/index/novinky/767/pondeli-20-listopad-1989>

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Mediální firmy chtějí pokračovat v akvizicích. *Media guru* [online]. 2013 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2013/11/medialni-firmy-chteji-pokracovat-v-akvizicich/#.Ut7xVqVeEfE>

ŽANTOVSKÝ, Petr. Druhá mediální revoluce v České republice. [online] *Média a PR. MEDIAS RES*, 2015. [cit. 2017-02-02]. ISSN 2464-6334. Dostupné z: <http://www.mediasres.cz/media-a-pr/1907-petr-zantovsky-druha-medialni-revoluce-v-ceske-republice.htm>

## Internetové stránky organizací

ABC ČR	<a href="http://www.abccr.cz/">http://www.abccr.cz/</a>
ABC SR	<a href="http://www.abcsr.sk/">http://www.abcsr.sk/</a>
Baltic Course	<a href="http://www.baltic-course.com/">http://www.baltic-course.com/</a>
Business Review	<a href="http://www.business-review.eu/">http://www.business-review.eu/</a>
Cibulka.com	<a href="http://www.cibulka.com/">http://www.cibulka.com/</a>
Echo24.cz	<a href="http://echo24.cz/">http://echo24.cz/</a>
European Federation of Journalists	<a href="http://europeanjournalists.org/">http://europeanjournalists.org/</a>
European Journalism Observatory	<a href="http://cz.ejo-online.eu">http://cz.ejo-online.eu</a>
Euroskop.cz	<a href="https://www.euroskop.cz/">https://www.euroskop.cz/</a>
Free Czech Media	<a href="http://freeczechmedia.cz/">http://freeczechmedia.cz/</a>
Freedom House	<a href="https://freedomhouse.org/">https://freedomhouse.org/</a>
HlidaciPes.org	<a href="http://hlidacipes.org/">http://hlidacipes.org/</a>
Krajowa rada radiofonii i telewizji	<a href="http://www.krrit.gov.pl/">http://www.krrit.gov.pl/</a>
Marketing Sales Media	<a href="http://marketingsales.tyden.cz/">http://marketingsales.tyden.cz/</a>

Media Guru	<a href="https://www.mediaguru.cz/">https://www.mediaguru.cz/</a>
Media Pluralism Monitor	<a href="http://monitor.cmpf.eu.eu/">http://monitor.cmpf.eu.eu/</a>
Media Watchdog	<a href="http://www.mediawatch.dog/">http://www.mediawatch.dog/</a>
Median	<a href="http://www.median.eu/">http://www.median.eu/</a>
Mediář	<a href="http://www.mediar.cz/">http://www.mediar.cz/</a>
NewsWeb.pl	<a href="http://newsweb.pl/">http://newsweb.pl/</a>
Newton Media	<a href="http://www.newtonmedia.cz/cs">http://www.newtonmedia.cz/cs</a>
Obchodný register SR na internete	<a href="http://www.orsr.sk/">http://www.orsr.sk/</a>
Protimonopolný úrad Slovenskej republiky	<a href="http://www.antimon.gov.sk/">http://www.antimon.gov.sk/</a>
Rada pro rozhlasové a televizní vysílání	<a href="http://www.rrtv.cz/">http://www.rrtv.cz/</a>
Reporters Without Borders	<a href="https://rsf.org/en/">https://rsf.org/en/</a>
Ročenka unie vydavatelů	<a href="http://www.rocenkaunievydavatelu.cz">http://www.rocenkaunievydavatelu.cz</a>
Skautský institut	<a href="http://www.skautskyinstitut.cz/">http://www.skautskyinstitut.cz/</a>
Strategie	<a href="http://strategie.e15.cz/">http://strategie.e15.cz/</a>
Stratégie	<a href="http://strategie.hnonline.sk/">http://strategie.hnonline.sk/</a>
Úřad pro ochranu hospodářské soutěže	<a href="https://www.uohs.cz/">https://www.uohs.cz/</a>
Veřejný rejstřík a Sbirka listin	<a href="https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik">https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik</a>

## Další zdroje

Zákon č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi a zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu

Zákon č. 81/1966 o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích

Zákon č. 86/1990 Sb. o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích

Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů

Zákon č. 427/1990 Sb., o převodech vlastnictví státu k některým věcem na jiné, právnické nebo fyzické osoby

Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů

LAMPER, Ivan. Minulý týden. *Respekt*. 1992, (40).

Naše prohlášení k 17. listopadu 1989. In *Svobodné slovo*, 1989, roč. XLV, č. 272, s. 1.

## Seznam tabulek a grafů

<b>Tabulka 1:</b> Deníky, které po roce 1989 neprošly spontánní privatizací.....	14
<b>Tabulka 2:</b> Nově založené deníky .....	15
<b>Tabulka 3:</b> Deníky navazující na dříve vycházející tituly.....	15
<b>Tabulka 4:</b> Nově vzniklé bulvární deníky v letech 2001 - 2008 .....	25
<b>Tabulka 5:</b> Nově vzniklé tituly bezplatných deníků v letech 2005 – 2010 .....	27
<b>Tabulka 6:</b> Přehled celostátních deníků, jejich vydavatelů a vlastníků, stav ke konci 2007 .....	31
<b>Tabulka 7:</b> Meziroční změna tištěného nákladu celostátních deníků, 2006 - 2015 .....	39
<b>Tabulka 8:</b> Meziroční změna reklamních příjmů celostátních deníků, 2006 - 2015 .....	41
<b>Tabulka 9:</b> Změna distribuce reklamních rozpočtů do různých typů médií, 2008 - 2012 .....	42
<b>Tabulka 10:</b> Schéma portfolia společnosti AGROFERT, a.s. v oblasti médií .....	58
<b>Tabulka 11:</b> Schéma portfolia společnosti CZECH MEDIA INVEST a.s. v oblasti médií.....	64
<b>Tabulka 12:</b> Schéma portfolia společnosti BORGIS a.s. v oblasti médií .....	66
<b>Tabulka 13:</b> Schéma portfolia společnosti Economia, a.s. v oblasti médií .....	68
<b>Tabulka 14:</b> Schéma portfolia společnosti FUTURA, a.s. v oblasti médií .....	68
<b>Tabulka 15:</b> Schéma portfolia společnosti PENTA INVESTMENTS LIMITED v oblasti médií .....	75
<b>Tabulka 16:</b> Přehled celostátních deníků, jejich vydavatelů a vlastníků, stav ke konci 2016.....	76
<b>Tabulka 17:</b> Výsledek hospodaření za účetní období jednotlivých vydavatelství (Kč).....	77
<b>Tabulka 18:</b> Nově vzniklé novinářské projekty v letech 2014 - 2017.....	80
<b>Graf 1:</b> Průměrný denní prodaný náklad celostátních deníků v roce 2007 (bez Deníku) .....	31
<b>Graf 2:</b> Průměrný denní prodaný náklad celostátních deníků v roce 2007 (s Deníkem) .....	32
<b>Graf 3:</b> Podíl titulů jednotlivých deníků na celkovém PN v roce 2007 (bez Deníku).....	32
<b>Graf 4:</b> Podíl titulů jednotlivých deníků na celkovém PN v roce 2007 (s Deníkem).....	32
<b>Graf 5:</b> Vývoj celkového tištěného nákladu celostátních deníků, 2005-2016 (ks).....	38
<b>Graf 6:</b> Vývoj tištěného nákladu jednotlivých celostátních deníků, 2005 – 2016 (ks).....	38
<b>Graf 7:</b> Vývoj průměrných prodaných nákladů periodického tisku, 1997 – 2016 (ks) .....	39
<b>Graf 8:</b> Vývoj celkových reklamních příjmů celostátních deníků, 2005-2015 (tis. Kč).....	40
<b>Graf 9:</b> Vývoj reklamních příjmů jednotlivých celostátních deníků, 2005-2015 (tis. Kč).....	41
<b>Graf 10:</b> Úroveň rizika v jednotlivých oblastech tržní plurality v ČR za rok 2015.....	49