

Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu

PhDr. Milan Šmíd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky
Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd

1. Úvodem

Na jaře roku 2004 byla ve Slovinsku publikována studie *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*, jejímiž vydavateli jsou SEENPM a Peace Institute.

Organizace SEENPM, která vznikla v únoru 2000, již svým názvem „*South-East European Network for the Professionalization of the Media*“ informuje o náplni své činnosti: podporuje profesionalizaci svobodných a nezávislých médií jako jednoho ze základních předpokladů fungování demokratického politického systému, snaží se o zlepšení podmínek pro jejich práci tak, aby se posílila stabilita v regionu jihovýchodní Evropy. SEENPM sdružuje osmnáct mediálních center a institucí deseti balkánských států a Maďarska.¹

Peace Institute (*Mirovni inštitut*), založený ve slovinské Ljubljani v roce 1991, v době, kdy se na území Jugoslávie válčilo, se zpočátku zaměřoval na analýzy a studie týkající se násilí, řešení válečných konfliktů a bezpečnosti v regionu. Postupem doby Peace Institute rozšířil svůj zájem na širší sociální a politické studie, které propojují akademické výzkumy s potřebami politické praxe.

Studie o vlastnictví médií a jeho dopadu na pluralitu a nezávislost médií vznikla za podpory mediálního programu Open Society Institute, nadace deníku The Guardian a dánského vládního programu Fresta. Studie analyzuje postavení a podmínky činnosti médií v postkomunistických státech střední a východní Evropy po pádu zdejších totalitních režimů.

Jedním z podnětů jejího vzniku byl fakt, že transformace médií ze státních institucí ve svobodné a nezávislé subjekty na jihovýchodě Evropy a v zemích bývalého Sovětského svazu ještě stále není dokončena, a že se zde objevují nebezpečné tendence monopolizace médií domácími nebo i zahraničními mediálními koncerny.

Evropské instituce věnují průběžnou pozornost pluralismu médií svých členských států. Počátkem devadesátých let Komise Evropských společenství zveřejnila Zelenou knihu na téma pluralismus a koncentrace médií², která měla být základem případné směrnice zabráňující vzniku vlastnickým monopolům médií jako nebezpečného jevu ohrožujícího pluralitu médií. K žádnému rozhodnutí na evropské úrovni však zatím nedošlo. Komise ponechala péči o pluralitu médií v péči a odpovědnosti jednotlivých členských států ES, pozdější Evropské unie.

Nicméně Evropský parlament se vícekrát touto otázkou zabýval, naposledy letos v dubnu při projednávání zprávy o ohrožení svobody projevu v zemích EU, zvláště Itálii³. Preambule navrhované rezoluce zde cituje z rozhodnutí Evropského soudu pro lidská práva,

¹ V této souvislosti není bez zajímavosti, že zakládajícími členy SEENPM jsou také Centra pro nezávislou žurnalistiku v jednotlivých zemích, podobné těm, které kdysi pracovaly také v Praze a Bratislavě. Jejich činnost tady však byla již ukončena s poukazem na to, že země bývalého Československa jsou schopna se postarat o nezávislost svých médií bez pomoci zvenčí.

² Pluralism and Media Concentration in the Internal Market, An Assessment of the need for Community action, Commission Green Paper, COM(92) 480, 23.12.1992

³ Report on the risks of violation, in the EU and especially in Italy, of freedom of expression and information (Article 11(2) of the Charter of Fundamental Rights) (2003/2237(INI)), European Parliament, 22 April 2004. <http://www2.europarl.eu.int/omk/sipade2?L=EN&OBJID=75982&LEVEL=2&MODE=SIP&NAV=X&LSTDOC=N#Content5a9d78>

podle něhož: „svobodná a pluralitní média jsou základní podmínkou uplatňování svobody projevu a informací.“

Preambule kromě jiného uvádí, že „je v zájmu demokracie, aby média vyjadřovala široký rozsah politických názorů a stanovisek. Demokracie by byla ohrožena, kdyby jakýkoli jednotlivý názor s možností prosazovat pouze jedno stanovisko, se stal příliš dominantním“. Nehledě na to, že „kulturní rozmanitost a sociální soudržnost by mohly být ohroženy, kdyby kultury a hodnoty skupin existujících v rámci dané společnosti (sdílející například společný jazyk, rasu nebo náboženství), nenašly svůj výraz a odraz v médiích.“

Svobodná a pluralitní média jsou rovněž v centru pozornosti Rady Evropy. Rada ministrů RE a její Parlamentní shromáždění k tomuto tématu přijaly řadu rezolucí. Patří k nim například Doporučení Parlamentního shromáždění rady Evropy týkající se vysílání veřejné služby z ledna letošního roku⁴ nebo rezoluce Rady ministrů o svobodné politické debatě.⁵

Studie o vlastnictví médií vydaná letos ve Slovinsku vychází z principů, ke kterým se hlásí demokratická Evropa. Jednotlivé příspěvky se snaží analyzovat potenciální hrozby, které by mohly pluralitu a nezávislost médií ohrozit. Publikace obsahuje celkem osmnáct situačních zpráv z Albánie, Bosny a Hercegoviny, Bulharska, Černé hory, České republiky, Estonska, Chorvatska, Kosova, Litvy, Lotyšska, Maďarska, Makedonie, Moldavska, Polska, Rumunska, Slovenska, Slovinska a Srbska. (Státní útvar Srbska a Černé hory byl pojednán ve třech separátních zprávách vzhledem ke specifitě a relativní samostatnosti zdejších médií.)

Na rozdíl od států jihovýchodní Evropy, ve kterých je transformace médií, zvláště co do jejich vlastnictví, stále ještě v pohybu, mediální scéna nových členských států EU, tj. České republiky, Maďarska, Polska, Slovenska a Slovinska, je dnes poměrně stabilizovaná.

Zadavatelé studie si analýzu médií v nových členských státech EU vyžádali za účelem komparace. Historické ohlédnutí za privatizací a transformací médií v zemích střední Evropy, včetně popisu chyb a omylů, ke kterým docházelo, by mohlo být pro země jihovýchodní Evropy a státy bývalého Sovětského svazu poučným příkladem a cennou zkušeností.

Z tohoto pohledu je třeba hodnotit i následující studii týkající se České republiky. Byla koncipována jako základní informace určená pro někoho, kdo se s českou mediální scénou setkává poprvé. Také proto se na některé detaily, pro české prostředí tak důležité, již nedostalo.

Pro ty, kteří mají zájem o publikaci *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*, a nemají možnost se k ní dostat v tištěné podobě, najdou plné texty jednotlivých studií i celé publikace na webových stránkách slovinského Peace Institute ve formátu PDF. Internetová adresa je:

http://www.mirovni-institut.si/media_ownership/index.htm.

⁴ Recommendation 1641 (2004) Public service broadcasting

<http://assembly.coe.int/Main.asp?link=http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/TA04/EREC1641.htm>

⁵ Declaration on freedom of political debate in the media, February 12, 2004.

URL: <https://wcm.coe.int/ViewDoc.jsp?id=118995&Lang=en>

2. Média a jejich vlastníci v České republice

Proměny mediální scény v bývalém Československu a současné České republice nelze posuzovat odděleně od politického vývoje viděného v historické perspektivě. Československo bylo jedinou zemí bývalého východního bloku (s výjimkou NDR), ve které se vládnoucí komunistická strana nepokusila před pádem režimu v roce 1989 zavést reformy politického a ekonomického systému.

Odpor vůči rigidnímu totalitnímu politickému systému udržovanému při životě i v době sovětské perestrojky generací politiků, které do jejich vládnoucích pozic vyzvedla sovětská okupace v srpnu 1968, byl možná jednou z příčin, proč při přechodu k demokracii bylo odmítnutí bývalého režimu českou společností tak zásadní a intenzivní.

Projevilo se to hlavně v dlouhodobé podpoře politických a ekonomických reforem, v nichž role státu se měla omezit na nejmenší možnou míru, a pro něž hlavním regulativem společenských vztahů se měly stát „neviditelné ruce svobodného trhu,“ což bylo aplikováno i na oblast médií.

Takové bylo politické klima, v němž probíhala privatizace téměř všech průmyslových odvětví, obchodu, služeb, včetně médií. Také proto byly odmítnuty jakékoli limity omezující vlastnictví médií, také z toho důvodu uspěly snahy o deregulaci rozhlasového a televizního vysílání.

Česká republika byla první zemí střední a východní Evropy, která udělila celostátní televizní licenci soukromému subjektu, při níž byla v roce 1994 televizi Nova předána síť frekvencí bývalého veřejného federálního programu.

Když se po rozpadu Československa stala Česká republika samostatným státem, žádná státní média zde již neexistovala. Bývalé státní instituce Československá televize, Československý rozhlas a Československá tisková kancelář buď zanikly, nebo se transformovaly do podoby nezávislých veřejnoprávních subjektů, a to buď přímo (ČTK) nebo vznikem národních nástupnických organizací (ČT, ČRo).

Stát si zachoval částečnou kontrolu pouze ve dvou společnostech s úzkým vztahem k médiím. Byl to bývalý monopolní distributor tisku *Poštovní novinová služba* (PNS) a tiskárenský podnik patřící kdysi vydavatelství KSČ Rudé právo, který se transformoval do státní akciové společnosti *Česká typografie*.

Všechna ostatní média byla v roce 1993 již v soukromých rukou, do kterých se dostala buď spontánní (1990-1992) nebo státem kontrolovanou (1992-1994) privatizací.

2.1. Česká mediální legislativa po roce 1989

Po prvních svobodných volbách v červnu 1990 si nová demokratická vláda dala do programu své legislativní činnosti vytvoření širokého mediálního zákona, který by svými pravidly pokryl tři základní oblasti masových médií – tisk, rozhlas a televizi. Tento záměr se nikdy nenaplnil.

Již předtím, v březnu 1990, Federální shromáždění novelizovalo tiskový zákon z roku 1966⁶ tak, že z něj vypustilo paragrafy týkající se cenzury a zrušilo omezení, která bránila vydávat soukromým subjektům periodický tisk. Registrace nového titulu přestala být schvalovacím procesem a plnila především informační funkci. Novela tiskového zákona⁷ se nijak nezabývala vlastnickými poměry u vydavatelů, který ze zákona měl být československou fyzickou nebo právnickou osobou, přičemž se schválením příslušných státních orgánů mohla vydávat tisk i zahraniční právnická osoba.

⁶ Zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích.

⁷ Zákon č. 86/1990 Sb., kterým se mění a doplňuje zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích, z 28. března 1990.

Jedním z důvodů, proč federální zákonodárci opustili myšlenku všeobjímajícího mediálního zákona, byly rozdílné názory uvnitř federace na mediální politiku. Zatímco v české části federace převládala snaha co nejdříve média odstátnit a umožnit vstup nových subjektů na trh, ve slovenské části federace se stalo prioritou vybudování národních médií, především rozhlasu a televize, které by se vyvázaly z podřízenosti federálních institucí.

Pod silícím tlakem veřejnosti, která žádala zrušení vysílacího monopolu, se federální parlament nakonec soustředil na transformaci právního rámce pro vysílání, které dostalo podobu zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, přijatého 30. října 1991⁸. Tento zákon byl velice liberální, umožňoval získávat licenci k vysílání nejen právnickým, ale i fyzickým osobám. Licenci k vysílání mohl získat i zahraniční investor, pokud si zřídil obchodní společnost v Československu. Zákon nestanovil žádné hranice zahraniční účasti, uložil pouze orgánům udělujícím licence, aby „přihlédli k přínosu žadatele pro rozvoj původní domácí tvorby“, jakož i k majetkové účasti a zastoupení československých občanů ve společnosti se zahraniční účastí.

Jediným zákonem, který mohl omezovat vlastnické poměry v médiích, byl zákon č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, který stanovil, že pokud by ekonomický subjekt získal dominantní postavení, definované překročením hranice podílu 30 procent na relevantním trhu, musel by získat souhlas tehdejšího Ministerstva pro hospodářskou soutěž.

V oblasti médií však vznikl problém, jak definovat „relevantní trh“. Tento problém řešilo správní řízení v kauze vydavatelských společností Vltava a Labe, jejichž vlastník Verlagsgruppe Passau (VGP) si od roku 1991 postupně získával monopolní postavení v oblasti regionálního denního tisku. V roce 1993 bylo správní řízení uzavřeno s tím, že postavení VGP není dominantní, neboť tento trh se skládá jak z regionálního, tak z celostátního denního tisku.

Když se po deseti letech neúspěšných pokusů v roce 2000 konečně přijal nový tiskový zákon⁹, neobsahoval žádná omezení týkající se vlastnických poměrů. Zákon pouze upravil práva a povinnosti vydavatelů novin a časopisů.

O rok později, v roce 2001, parlament přijal také nový zákon o vysílání¹⁰, který je dodnes jedinou právní normou, která omezuje křížové vlastnictví médií, ovšem pouze pro média rozhlasu a televize. Obsah šesté části zákona s názvem „Zajištění plurality informací v rozhlasovém vysílání a televizním vysílání“ lze stručně vyjádřit tak, že jedna právnická či fyzická osoba může vlastnit jen jeden celostátní rozhlasový nebo televizní program.

Celostátní (celoplošné) vysílání se definuje jako takové vysílání, které může přijímat alespoň 70 procent populace České republiky. Propojování lokálních stanic do vysílacích sítí je povoleno jen do tohoto limitu. Slučování společností provozujících vysílání se musí oznamovat regulátorovi, Radě pro rozhlasové a televizní vysílání, zvláště v tom případě, když fyzická nebo právnická osoba získá „podstatný vliv“ na dva či více provozovatelů vysílání. Podstatný vliv je definován překročením hranice 34 procent podílu na hlasovacích právech.

V roce 2001 vláda a parlament rovněž nahradily zákon na ochranu hospodářské soutěže z roku 1991 novou právní normou¹¹, která dominantní postavení na trhu definuje podrobněji a se zahrnutím více kritérií, mezi nimiž je posouzení stupně vertikální integrace soutěžitelů, struktury trhu a tržního podílu nejbližších konkurentů. Obecně se hranice dominantního postavení na trhu zvýšila ze 30 na 40 procent.

⁸ Zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁹ Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů.

¹⁰ Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

¹¹ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů.

I když zákon o vysílání stanovil jisté limity pro křížové vlastnictví elektronických médií, legislativní změny po roce 2000 nijak dramaticky nezměnily liberální přístup českého státu k otázce vlastnictví médií, který zůstal v podstatě stejný, jako na počátku 90. let.

2.2. Příběh české privatizace

Tržní ekonomika byla v České republice zaváděna postupně, v několika krocích. V květnu 1990 dostali občané České republiky možnost individuálně soukromě podnikat¹². Ve stejné době se změnil Hospodářský zákoník a vznikl provizorní zákon o akciových společnostech¹³. V říjnu 1990 schválil parlament tzv. Zákon o malé privatizaci, který umožnil dražit majetek státních organizací v oblasti obchodu, služeb a drobné výroby kromě zemědělství¹⁴.

V únoru 1991 přijal parlament nejdůležitější tzv. Zákon o velké privatizaci, který ustavil Fond národního majetku a stanovil pravidla přechodu státního vlastnictví do soukromých rukou¹⁵. Když byl na podzim 1991 přijat nový Obchodní zákoník a Živnostenský zákon¹⁶, právní rámec nového tržního hospodářství založeného na soukromém podnikání dostal konečnou základní podobu.

Bývalé Československo a pozdější Česká republika se odlišovaly od svých sousedů rozsahem i rychlým tempem privatizace, jejíž pravidla umožnila, aby se na ní podílel prostřednictvím nákupu zvláštních kuponů každý občan České republiky. V krátkém období let 1992-1994 přešlo do soukromých rukou přibližně osmdesát procent státního majetku.

Po počáteční etapě rozptýlení někdejšího státního vlastnictví do rukou milionů držitelů kuponů přeměněných na akcie, následovala po roce 1995 fáze koncentrace vlastnictví, ve kterém nejdůležitějšími aktéry byly stovky investičních fondů a desítky bank.¹⁷ Některé z nich investovaly také do médií. Nicméně v hlavních médiích tisku, rozhlasu a televize se angažovali hlavně zahraniční investoři, kteří zde v letech 1991-1995 získali výhodnou startovní pozici.

První léta ekonomické reformy provázely prudkým nárůstem výdajů na reklamu, která se stala důležitým novým zdrojem financování médií. Reklamní příjmy se u některých médií staly náhražkou za ztracené státní dotace, které byly zastaveny již v roce 1991.¹⁸

¹² Zákon č. 105/1990 Sb., o soukromém podnikání občanů, ze dne 18. dubna 1990.

¹³ Zákon č. 104/1990 Sb., o akciových společnostech, ze dne 18. dubna 1990.

¹⁴ Zákon č. 427/1990 Sb., o převodech vlastnictví státu k některým věcem na jiné právnické nebo fyzické osoby, ze dne 25. října 1990.

¹⁵ Zákon č. 92/1991 Sb., o podmínkách převodu majetku státu na jiné osoby.

¹⁶ Zákony č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník, a č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, přijaté na podzim 1991 zrušily zákony č. 104/1990 a 105/1990 o soukromém podnikání a o akciových společnostech z předešlého roku.

¹⁷ Ministr financí Kočárník v roce 1996 uvedl, že v České republice existuje asi 600 investičních fondů a 400 investičních společností, a že zde vykonává činnost 55 bank. Viz Lidové noviny 2. ledna 1996, str.12.

¹⁸ Výdaje na reklamu do médií v letech 1990-2000 (v milionech českých korun 1€ = 31,5 CZK)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
tisk	310	980	2,757	3,460	3,800	3,620	4,300	4,800	5,000	5,100	5,450	5,780	5,840	5,980
TV	40	167	1,050	1,800	2,700	3,100	3,800	4,400	5,300	5,430	5,710	6,050	7,850	8,350
rozhlas	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	594	710	740	850	910	985	1,040	1,130	1,200
outdoor	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	741	880	950	950	960	1,015	1,070	1,100	1,050
internet	-	-	-	-	-	-	-	-	25	55	110	170	235	310
ostatní	24	244	925	1,110	1,415	180	210	230	195	200	210	210	235	240
celkem	374	1017	4,732	6,370	7,915	8,235	9,900	11,120	12,320	12,655	13,400	14,320	16,390	17,130

zdroj: ArboMedia (IP), publikováno v časopise Strategie 21. května 2001 + data (2001-3) publikovaná v tiskových zprávách na URL: www.arbomedia.cz

2.2.1. Spontánní privatizace let 1990-1992

Základní struktura československého tisku se vytvořila v šedesátých letech a od té doby se výrazně neměnila po další tři desetiletí až do roku 1989. Existovalo zde šest českých a pět slovenských celostátních deníků a deset regionálních deníků v sedmi českých a třech slovenských krajích. Kromě toho vycházely dva tematické deníky (sportovní, armádní) a několik metropolitních večerníků ve velkých městech.

Vydavateli českých deníků byly buď politické strany: Komunistická strana Československa (*Rudé právo*), Československá strana lidová (*Lidová demokracie*), Československá strana socialistická (*Svobodné slovo*), nebo „dobrovolné společenské organizace“ jako například Socialistický svaz mládeže SSM (*Mladá fronta*), Revoluční odborové hnutí ROH (*Práce*), nebo státní orgány jako Ministerstvo zemědělství (*Zemědělské noviny*) a Ministerstvo obrany (*Obrana lidu*).

Bezprostředně po listopadu 1989 došlo k několika pokusům založit nové deníky, přesto však ještě několik měsíců roku 1990 zůstala základní struktura denního tisku v České republice nezměněná, s výjimkou dvou nových titulů.

Tím prvním byly *Lidové noviny*, které navázaly na samizdat stejného jména vydávaný skupinou disidentů měsíčně od roku 1987, a které se hlásily k tradici předválečného liberálního listu proslaveného kvalitní žurnalistikou. *Lidové noviny* vyšly poprvé legálně v prosinci 1989. Od ledna 1990 vycházel list dvakrát týdně, deníkem se stal od 2. dubna 1990. Pro potřeby registrace založila skupina disidentů Společnost Lidových novin. V druhé polovině roku 1990 se vydavatelem stala akciová společnost *Lidové noviny*, ve které si akcie rozdělili členové Společnosti LN spolu s novými členy redakčního kolektivu.

Druhým novým deníkem se staly *Hospodářské noviny*, které od 21. května 1990 začala vydávat akciová společnost *Economia*. Zakladatelem a akcionářem se staly státní organizace a instituce (například tisková agentura ČTK, Úřad vlády) včetně státních bank (například Československá obchodní banka ČSOB). *Hospodářské noviny* nesly název zaniklého týdeníku pro ekonomické záležitosti, jehož vydavatelem byl až do května 1990 vydavatelský dům KSČ *Rudé právo*.

Institucionální vlastníci a vydavatelé ostatních deníků se ještě několik měsíců po listopadu 1989 neměnili. Politická změna se projevila především v tom, že redakční kolektivy těchto deníků se vzbouřily proti svým šéfům dosazovaným do funkcí se souhlasem KSČ a přestaly poslouchat příkazy vydavatelů. V první polovině roku 1990 naprostá většina českých médií pracovala samosprávným stylem pod vedením šéfredaktorů, které si demokratickým způsobem vybrali pracovníci příslušných redakcí. Tato situace pak umožnila další vývoj událostí, který je popisován jako „spontánní privatizace“ médií.

Tento proces zahájil mládežnický deník *Mladá fronta*. Její vydavatel Ústřední výbor Socialistického svazu mládeže zanikl. Jednání o přechodu vydavatelských práv na státem vlastněné vydavatelství *Mladá fronta* se protahovalo a jeho výsledek byl nejistý. Majetek Komunistické strany Československa byl již *de facto* znárodněn¹⁹ a Federální shromáždění připravovalo podobný znárodnovací akt i pro majetek SSM²⁰.

Aby se redaktori deníku vyhnuli nejistotě ve věci svého budoucího vydavatele, využili dubnový zákon o akciových společnostech, založili akciovou společnost MaF a.s., která

¹⁹ Zákonné opatření předsednictva Federálního shromáždění č. 177/1990 Sb., o některých opatřeních týkajících se majetku politických stran, politických hnutí a společenských organizací, doplněné Nařízením vlády České a Slovenské Federativní Republiky č. 212/1990 Sb., o odnětí nemovitého majetku státu v trvalém užívání Komunistické strany Československa.

²⁰ Otázky majetků KSČ a SSM byly definitivně řešeny 16. listopadu ústavními zákony. Viz Zákon č. 496/1990 Sb., Ústavní zákon o navrácení majetku Komunistické strany Československa lidu České a Zákon č. 497/1990 Sb., Ústavní zákon o navrácení majetku Socialistického svazu mládeže lidu České a Slovenské Federativní republiky Slovenské Federativní republiky.

získala vydavatelská práva na deník s názvem *Mladá fronta Dnes*. První číslo vyšlo 1. září 1990 s grafickou úpravou podobnou deníku *Mladá fronta*, který 31. srpna 1990 přestal vycházet.

Tento model faktického vyvlastnění periodika redakčním kolektivem se později ještě vícekrát opakoval, i když detaily mohly být odlišné. Tak například 16. září 1990 redaktoři deníku Komunistické strany Československa *Rudé právo* založili akciovou společnost Borgis a.s., která o dva měsíce později 16. listopadu 1990 začala vydávat vlastní „levicový deník“ *Rudé Právo*. Na rozdíl od redaktorů *Mladé fronty*, kteří svůj postup konzultovali s novými představiteli politické scény, a kteří využili možnost pronajmout si redakční místnosti a vybavení starého deníku, redaktoři *Rudého práva* ponechali vše bývalému vydavateli a vzali si sebou jenom svoje know-how.

O něco později, 27. února 1991, redaktoři deníku *Zemědělské noviny* založili akciovou společnost ZN 1. zemská a.s. a k 31. březnu podali výpověď svému vydavateli, kterým bylo Ministerstvo zemědělství. Ministerstvo se snažilo udržet původní deník při životě, našlo si nového šéfredaktora a v průběhu března se snažilo získat redaktory, kteří by pokračovali ve vydávání starého deníku. To se však nepodařilo, původní *Zemědělské noviny* vycházely po určitou dobu jen jako týdeník, pak sice přešly na denní periodicitu a pokoušely se soutěžit s novým deníkem *České a moravské (ČM) Zemědělské noviny*, vydávaným akciovou společností ZN 1. zemská od 1. dubna 1991. V této soutěži však prohrály a tak roce 1992 ministerstvo zemědělství zastavilo dotace tomuto ztrátovému listu a původní *Zemědělské noviny* zanikly.

V etapě spontánních privatizací případ Zemědělských novin nebyl výjimkou. Často začala vycházet žánrově stejná periodika se stejným nebo podobným názvem, jako v minulosti zavedené a nyní zaniklé tituly. Vítězem v těchto konkurenčních bojích se obvykle stávala ta skupina redaktorů, která měla větší novinářské zkušenosti, a která měla lepší vztahy k ještě nezprivatizovaným tiskárnám a především k monopolnímu distributorovi tisku, státní Poštovní novinově službě PNS, jež vlastnila kmen předplatitelů bývalého periodika.

Nekomunistické politické strany a odbory si sice udržely svoje kdysi populární deníky (*Lidová demokracie*, *Svobodné slovo*, *Práce*), ale ty v dalších letech neobstály v konkurenčním prostředí svobodného trhu.

Například Československá lidová strana prodala *Lidovou demokracii* soukromé společnosti, která zastavila její vydávání jako ztrátový podnik v červenci 1994.

Vydavatelská práva deníku *Práce* byla převedena ze zrušeného ROH na Sdružení odborových svazů. Vydavatelem se stala akciová společnost Deník Práce a.s.. Protože její provoz byl ztrátový, odboráři prodali v roce 1995 většinový podíl podnikateli Vladimíru Stehlíkovi, který deník přeměnil v nástroj publicity vlastních podnikatelských aktivit. V dubnu 1997 získal od zadluženého Stehlíka jeho podíl tiskárenský podnik Česká typografie, který zastavil vydávání *Práce* s koncem roku 1997.

Československá strana socialistická ztratila většinový podíl ve společnosti vydavatele deníku *Svobodné slovo* Melantrich a.s., ve prospěch Investiční a poštovní banky (IPB), která ztrátový provoz Melantrichu úvěrovala. IPB později prodala svůj většinový podíl jedné z holdingových společností skupiny Chemapolu, která v roce 1998 postoupila vydavatelská práva firmě N-Tisk ve vlastnictví německého Mittelrhein Verlag (MRV).

V roce 1997 se deník *Svobodné slovo* přejmenoval na *Slovo*, v rámci úsporných opatření se později jeho redakce sloučila s *ČM Zemědělskými novinami*, které MRV vlastnil již od roku 1993 a v roce 1996 je přejmenoval na *Zemské noviny*. Oba tyto celostátní deníky oficiálně zanikly koncem září 2001, když od 1. října namísto nich začalo vycházet *Pražské slovo* jako regionální periodikum německé vydavatelské skupiny Verlagsgruppe Passau, která jeho vydávání zastavila s koncem roku 2001.

2.2.2. Zahraniční investoři

Kromě zmíněných spontánních privatizací již existujících deníků, čeští i zahraniční investoři podnikli několik pokusů založit nový celostátní deník. Jen některé z nich uspěly. Všechny deníky s politickými ambicemi dříve či později zanikly. Byl mezi nimi například *Občanský deník* vydávaný Občanským fórem (3. květen 1990 – 12. říjen 1991), nebo *Český deník* podporující pravicovou Demokratickou unií DEU (14. října 1991 - 31. prosince 1994) nebo *Denní Telegraph* dotovaný českými bankami a podporující Občanskou demokratickou stranu ODS Václava Klause (1. ledna 1994 – 6. listopadu 1997).

Jedním z prvních zahraničních vydavatelů, který vstoupil na český trh, byl švýcarský Ringier. V roce 1991 začal Ringier vydávat hospodářský týdeník *Českomoravský profit*, jehož vzorem byl švýcarský časopis *Cash*. V dubnu roku 1992 Ringier začal vydávat první barevný český bulvární deník *Blesk*, který se inspiroval podobným švýcarským titulem *Blick* a známým německým *Bild-Zeitung*.

Četné další zahraniční vydavatelské domy přicházely zpočátku na český časopisecký trh pouze s odnožemi svých vlastních domácích produktů (např. *Burda*, *Bravo*, *Tina*, *Readers' Digest*, *Chip*, *Autotip* apod.). Do již existujících vydavatelství vstupovali zahraniční investoři až později, a to jen do těch, kterým se podařilo úspěšně přežít období privatizace (např. vydavatel ženských časopisů *Mona*, týdeník *Květy*).

Noví čeští majitelé celostátních deníků se již začátkem 90. let začali rozhlížet po kapitálově silných partnerech, neboť jim chyběly prostředky pro rozvoj a modernizaci zastaralého vybavení redakcí a tiskáren, pro nákup nových technologií. Protože český kapitál buď nebyl ochoten do médií vstoupit, nebo nebyl k dispozici, vlastníky spontánně privatizovaných (*Mladá fronta*, *Zemědělské noviny*) i nově vzniklých (*Lidové noviny*, *Hospodářské noviny*) deníků se stali zahraniční vydavatelé. Také proto, že čeští akcionáři se poměrně ochotně vzdávali svých kontrolních podílů, zvláště když prodejní cena akcií několikanásobně převyšovala částku, kterou kdysi do jejich nákupu investovali.²¹

Na českém trhu médií byli zpočátku aktivní nejen švýcarský Ringier a německé firmy, ale také francouzští vydavatelé. Firma Socpress ve vlastnictví francouzské skupiny Hersant vstoupila v roce 1991 prostřednictvím nově založené společnosti Mafra a.s. do deníku *Mladá fronta Dnes*. Francouzsko-německo-americké konsorcium Eurexpansion zakoupilo v roce 1991 kontrolní balík ve vydavatelství *Economia a.s.*

Socpress prodala v roce 1995 kvůli finančním problémům své mateřské společnosti podíly v *Mladé frontě Dnes* porýnskému vydavateli Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (RBVG). O rok později kontrolu nad *Economia a.s.* a *Hospodářskými novinami* získala vydavatelská skupina Verlagsgruppe Handelsblatt, zastupovaná firmou HB-DJ Investments B.V., která je napojena na Dow Jones Group.

Strategií zahraničních investorů byla zpočátku expanze, při které se všichni hráči snažili využít všech příležitostí a obsadit všechna volná místa na trhu. Kromě švýcarské firmy Ringier byli nejaktivnějšími tři německí vydavatelé místního tisku, z nichž však ani jeden nefiguruje velikostí svého obrátu mezi desítkou největších německých vydavatelských domů.

Byly to Verlagsgruppe Passau VGP (Passau - *Passauer Neue Presse*), Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft RBVG (Düsseldorf – *Rheinisch Post*) a Mittelrhein Verlag MRV (Koblenz – *Rhein Post*). Je zajímavé, že silné německé mediální koncerny jako WAZ,

²¹ Z diskuse na Internetu, kterou vyprovokoval článek v časopise *Listy* (Jan Vančura: *Ukradená Fronta*, *ukradené Právo*, *Listy* 1/1998 str.15-18) vyplynulo, že akcionáři ZN 1. zemská získali při prodeji ČM *Zemědělských novin* dvanáctkrát více, než kolik za akcie zaplatili (článek *Jak to bylo se Zemědělskými novinami*, publikováno v e-zinu *Britské listy* 21. května 1998). Prodej akcií MaF a.s. probíhal v několika etapách, jejich cena se pokládá za obchodní tajemství. Akcie *Lidových novin a.s.* Ringier údajně vykupoval za čtyřnásobek nominální ceny.

Kirchgruppe nebo Axel Springer Verlag v České republice neuspěly v takové míře, jako tito tři menší vydavatelé, a to z několika důvodů.

Velké německé vydavatelské domy váhaly se vstupem na český trh v počátcích privatizace. Měly zájem především o celostátní média, která v té době buď nebyla zisková, nebo již měla své vlastníky. Také proto byly ochotny pouze vstupovat do aliancí s firmou Ringier, která se na trhu již etablovala.²²

Menší vydavatelé německého regionálního tisku přišli do České republiky se záměrem investovat především do regionálního tisku, se kterým měli ve své domovině zkušenosti. Tak například Verlagsgruppe Passau původně začala podnikat především v sousedících regionech jižních a západních Čech. Teprve později VGP využila příležitost, která se jí naskytla (a kterou jí čeští partneři nabídli) a rozvinula se do celostátního měřítka. Ne všichni ze tří uvedených vydavatelů uspěli. Mittlerhein Verlag se v roce 2001 stáhl z vydavatelského podnikání a ponechal si v České republice jen účast v tiskárenských podnicích.

2.2.3. Český regionální tisk

Speciální kapitolou historie českých médií je privatizace sedmi regionálních českých deníků a mnoha dalších okresních novin a časopisů, které získala německá Verlagsgruppe Passau. Původním vydavatelem sedmi krajských deníků byla Komunistická strana Československa, její krajské výbory. Vydavatelem místního tisku na úrovni okresů byly okresní výbory KSČ ve spolupráci s Okresními či Městskými národními výbory.

Československý parlament a československá vláda v roce 1990 rozhodly, že veškeré podniky a hospodářská zařízení KSČ se stávají majetkem státu.²³ Například vydavatelský podnik KSČ Rudé právo se přeměnil ve dvě státní společnosti, Delta a Deltapress. Do čela Deltapressu se dostal mladý hospodářský manažer bez aktivní komunistické minulosti Vlastimil Košťál.

Když v roce 1991 vstoupil v platnost tzv. velký privatizační zákon, Košťál opustil Deltapress a spojil se s vydavatelem Passauer Neue Presse VGP a pomohl mu zpracovat projekt, který získal souhlas příslušných úřadů. Akciové společnosti VGP Vltava a.s. a Labe a.s. zpočátku ovládly čtyři ze sedmi regionálních krajských deníků. Košťál se stal ředitelem těchto společností, které postupně vykoupily téměř všechny okresní noviny a časopisy, z nichž se pak staly přílohy nebo místní mutace regionálních deníků.

VGP zpočátku získala kontrolu nad místním a regionálním tiskem v celé České republice, s výjimkou Prahy a moravských krajů. Tři důležité krajské deníky na Moravě vlastnila jednak Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft RBVG (*Svoboda* v Ostravě, *Rovnost* v Brně) a dále Ringier, který však *Moravskoslezský Den* později přepustil německému vydavateli Mittelrhein Verlag MRV.

V roce 2000 VGP spojila všechny své české společnosti, včetně vydavatelství Vltava a Labe, do jediné velké firmy Vltava-Labe-Press (VLP). O rok později dochází k dohodě mezi německými vydavateli denního tisku a pod kontrolu VLP se dostávají všechny regionální deníky v České republice..

Právě tento případ může sloužit jako názorný příklad změny strategie zahraničních investorů koncem 90. let. Zatímco zpočátku se investoři snažili expandovat a ostře soutěžili se svými konkurenty o získání co největšího podílu na trhu, později dochází k rozdělení sféry vlivu a k soustředování se na ten segment trhu, ve kterém se jim podařilo úspěšně etablovat.

Například v letech 1994-1995 Mittelrhein Verlag MRV začal vydávat nový celostátní bulvární barevný deník *Expres*, který se stal vážným konkurentem ohrožujícím výhradní

²² Kirchgruppe spolupracovala s Ringierem v letech 1993-96 na vydávání *Týdeníku televize*. Axel Springer Verlag byl partnerem a podílníkem české odnože Ringieru v letech 1996-2000.

²³ Viz poznámka 14.

postavení podobného deníku *Blesk*. Ringier proto *Expres* odkoupil, jeho vydávání zastavil a výměnou MRV poskytl svůj úspěšný regionální deník *Moravskoslezský Den*. Naproti tomu Ringier prodal v roce 1998 společnost kontrolující vydavatele *Lidových novin* skupině Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft RBVG, která vydává jiný deník „hlavního proudu“ *Mladou frontu Dnes*.

K dohodě o regionálním tisku mezi německými vydavateli došlo někdy v roce 2000. RBVG a MRV předaly své moravské deníky *Svoboda*, *Rovnost* a *Moravskoslezský Den* pasovské skupině VGP. Ta sloučila redakce těchto tří deníků do skupiny „Deníky Moravia“, v níž si každý z uvedených deníků ponechal své jméno, ale jejich obsah je dnes jednotný a liší se jen místním mutacemi a lokálními přílohami.

MRV předala VGP nejen *Moravskoslezský Den*, ale také churavějící *Zemské noviny* a *Slovo*, které VGP sloučil v říjnu 2001 do *Pražského slova*, jež zaniklo v prosinci téhož roku. Když VGP získala od RBVG metropolitní *Večerník Praha*, její expanze do českého regionálního tisku se stala kompletní, neboť VGP dnes kontroluje regionální deníky ve všech krajích České republiky včetně hlavního města Prahy.

Finanční detaily výše uvedených transakcí nejsou známy vzhledem k tomu, že konsolidace vlastnictví a kontroly českých firem VGP probíhá v Německu, ve společnosti POL-Print Medien GmbH. Podle dostupných informací rýnská skupina RBVG získala výměnou za regionální periodika *Svoboda*, *Rovnost* a *Večerník Praha* dvacetiprocentní podíl ve společnosti POL-Print Medien.²⁴

2.3. Tištěná média v České republice - deníky

V České republice dnes vychází sedm celostátních deníků, které kontroluje pět vlastníků. „Klasickým“ plnoformátovým deníkem je však jen pět titulů, protože *Sport* je deníkem tematickým, a *Haló noviny* jsou spíše informační a propagační tiskovinou Komunistické strany Čech a Moravy s marginální a přesně vymezenou čtenářskou obcí²⁵. Z hlediska vlastnických poměrů, žádný z vydavatelů nemá na českém trhu celostátních deníků monopolní nebo dominantní postavení.

České celostátní deníky v roce 2003 – prodaný náklad, čtenost

název	vydavatel	vlastník	prodaný náklad červen 2004x)	čtenost 1+2 Q 2004xx)
Blesk	Ringier ČR a.s.	Ringier Nederland B.V. – 100 %	522 581	1 490 000
MF Dnes	MAFRA a. s.	Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft - RBVG 74 %, MaF a.s. 26 %	312 603	1 201 000
Právo	Borgis a.s.	Zdeněk Porybný 91,4 % drobní akcionáři 8,6 %	182 078	620,000
Lidové noviny	Lidové noviny a.s.	Pressinvest a.s. 96,93 % (100 % vlastněná RBVG) drobní akcionáři 3,07 %	72 270	314 000
Hospodářské noviny	Economia a.s.	HB-DJ Investments 77,5 % ČTK 10,9 % drobní akcionáři 11,6%	66,448	211 000
Haló noviny	Futura a.s.	Ústřední výbor KSČM (majorita) + drobní akcionáři	n.a.	49 000

²⁴ Viz: European Federation of Journalists: Eastern Empires: Foreign Ownership in Central and Eastern European Media, Brussels, June 2003, str. 23-24.

²⁵ Vydavatel *Haló novin* se neúčastní auditu kontrolujícího tištěný a prodaný náklad. Průzkum v rámci Media projektu uvádí čtenost *Haló novin* kolem 40 000 čtenářů, což je čtvrtinová čtenost ve srovnání s dalším nejméně čteným deníkem *Hospodářské noviny* a pětadvacetkrát menší čtenost než u deníku *MF Dnes*. Viz Media Projekt 2004 společností GfK a Median.

Sport	Čs.sport a.s.	Ringier ČR a.s. – 100 % kontrola získána koncem roku 2003	75 080	294,000
-------	---------------	---	--------	---------

x) zdroj: Audit Bureau of Circulation ČR, xx) zdroj: Media Projekt 2004

Naproti tomu regionální tisk je téměř stoprocentně kontrolován společností Vltava-Labe-Press (VLP), jejímž majitelem je POL-Print Medien GmbH, většinou vlastněná Verlagsgruppe Passau VGP. Divize VLP Bohemia v Čechách vydávala na konci roku 2003 45 deníků a divize VLP Moravia na Moravě 9 deníků. V Praze VLP vydává Večerník Praha a kromě toho VLP tiskne 17 týdeníků jako supplementary k jednotlivým regionálním deníkům a 2 samostatné regionální týdeníky.

Tento stav je čas od času v médiích kritizován některými vlastenecky naladěnými intelektuály,²⁶ jakož i politiky, kteří se snaží populisticky vystupovat jako obhájcí českých národních zájmů. V těchto diskusích bývá VLP obviňována z toho, že její tisk je při informování o vzájemných česko-německých vztazích advokátem zájmů odsunutých sudetských Němců v České republice. Pro tato obvinění chybějí konkrétní důkazy. Zatím nebylo zjištěno, že by se v denících VLP objevovala sudetoněmecká propaganda či agenda. Na druhé straně se však deníky VLP, na rozdíl od ostatního tisku, vyhýbají kontroverzním diskusím, které se vztahují k minulosti česko-německých vztahů.

Regionální deníky vydavatelství Vltava-Labe-Press

název	průměrný prodaný náklad, červen 2004x)	čtenost 1+2 Q 2004xx)
Deníky Bohemia	Σ= 281 126	Σ= 893 000
západočeské	59 617	209 000
východočeské	56 444	208 000
severočeské	50 318	168 000
jihočeské	43 735	159 000
středočeské + Večerník Praha	71 732	149 000
Deníky Moravia	Σ= 156 824	Σ= 549 000
Středo- a východomoravské	39 828	193 000
Severomoravské a slezské	54 245	145,000
Jihomoravské	45 019	134 000
Vysočina	17 732	77 000
TOTAL	437 950	1 442 000

x) zdroj: Audit Bureau of Circulation ČR, xx) zdroj: Media Projekt 2004

Jak uváděla česká média²⁷, vytváření moravské divize VLP sledoval a zkoumal Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), nicméně správní řízení nezačal. Předseda ÚOHS Josef Bednář v této době několikrát veřejně potvrdil názor²⁸ svého úřadu, že relevantní trh denního tisku se skládá z celostátních i regionálních deníků, a že na tomto trhu postavení VLP nepřekračuje limity stanovené zákonem.

Toto stanovisko ÚOHS, poprvé zformulované na začátku 90. let, se průběžně promítá i do dalších rozhodnutí úřadu, jakým například bylo nedávné řešení sporu mezi dvěma distributory novin a časopisů PNS a Mediaprint&Kapa²⁹, nebo rozhodnutí týkající se převzetí deníku *Sport* vydavatelstvím Ringier. V tomto rozhodnutí ÚOHS definoval podíly vydavatelů na relevantním trhu denního tisku následovně: VLP 29 %, Mafra 22 %, Ringier 19 %, Borgis 12 %, Lidové noviny 5 % a další (Economia, Futura, Sport) méně než 5 %.³⁰

²⁶ Ostrým kritikem tohoto stavu je například Bořivoj Čelovský, který napsal knihu: Konec českého tisku? Tilia, Ostrava 2001, ISBN 80-86101-45-2.

²⁷ Například ČTK a Hospodářské noviny 10. srpna 2001.

²⁸ Viz například interview s Josefem Bednářem v týdeníku Respekt 5. května 2002 „Neposuzujeme národnost.“

²⁹ Rozhodnutí ÚOHS č. S238/02-OK-2222/03-ORP z dubna 2003.

³⁰ Rozhodnutí ÚOHS č. S110/01-2032/01 z listopadu 2001.

S výjimkou komunistických *Haló novin* jsou české deníky formálně nezávislé na politických stranách a partikulárních ekonomických zájmech. Nejčtenější je bulvární *Blesk* bez vyhraněné politické orientace. Na druhém místě čtenosti stojí deník *MF Dnes*, který se při své středopravé orientaci snaží profilovat jako nejlépe informovaný český list, jenž ovšem sklouzává když ne k bulvárním tématům, tak přinejmenším k infotainmentu. Podobné tendence vykazují i *Lidové noviny*, které se v názorové části a přílohách snaží oslovit vzdělanějšího čtenáře. Deník *Právo* lze charakterizovat jako levostředý deník s názory blízkými sociálním demokratům, který se rovněž nebrání bulvární agendě. *Hospodářské noviny* se věnují především ekonomice, nicméně v posledních letech se snaží profilovat jako *journal d'opinion* české mediální scény se středovým, v otázkách ekonomiky konzervativním pohledem na svět. Zcela politicky neutrální je agenda regionálního tisku vydavatelství VLP, jehož deníky vycházejí vstříc masovému čtenáři tím, že ho neobtěžují složitými politickými tématy.

Redakce českých deníků pracují v zásadě samostatně a nezávisle na svých vydavatelích, kteří se bezprostředně nevměšují do práce redakčních týmů. Nicméně tvář českých deníků nepřímo a zprostředkovaně ovlivňují ekonomické zájmy těchto vydavatelů. Ti na jedné straně mají zájem o celkovou společenskou stabilitu, o hospodářskou prosperitu a férové podmínky podnikání. Na straně druhé však usilují o to, aby jejich podniky pracovaly efektivně a se ziskem, tj. aby zvyšovaly prodaný náklad a přitažlivost pro zadavatele reklamy, což tlačí česká média jako celek, a zvláště zpravodajská periodika směrem k infotainmentu a k bulvarizaci agendy.

Je určitým paradoxem, že nejzranitelnějším ve věci ovlivňování své redakční politiky vnějšími zájmy je deník *Právo*, který jako jediný z masových deníků je v českých rukou. (Akciovou společnost Borgis kontroluje šéfredaktor Práva Zdeněk Porybný, který vlastní 91,4 % akcií.). Na jedné straně si *Právo* svoji levicovou orientací vysloužilo pověst politicky nezávislého listu, který se na rozdíl od ostatních českých deníků dokázal kritickými komentáři postavit převažujícím pravicovým politickým proudům 90. let. Na druhé straně *Právo* při absenci finančně silného partnera či investora je velice náchylný podléhat ve své redakční politice zájmům zadavatelů reklamy. Deník *Právo* tak někdy bez větší kritické reflexe poskytoval prostor českým firmám, jejichž podnikatelské praktiky by neobstály ve srovnání s evropskými standardy. Příkladem může být konciliantní postoj ke skupinám spojeným s Investiční poštovní bankou nebo podpora české strany ve sporu o televizi Nova, který mezinárodní arbitráž nakonec rozhodla ve prospěch zahraničního investora.

2.4. Tištěná média v České republice - časopisy

Až na krátké epizody let 1945-48 a 1965-68 poválečné Československo a Česká republika nezažily tradici populárních zpravodajských politických časopisů. Pokusy oživit zpravodajské týdeníky nebo vlivné kulturní časopisy, které byly po sovětské invazi v roce 1968 zastaveny (např. *Reportér*, *Literární noviny*), se nesetkaly s úspěchem.

Zatímco po roce 1989 vznikly desítky, ne-li stovky nových lifestylových časopisů pro ženy, rodinu, mládež a domácnost, pouze tři nebo čtyři nově vzniklé časopisy mají jisté zpravodajsko-politické ambice.

Nejstarším z nich je *Respekt*, který je pokračovatelem opozičního samizdatového periodika *Informační servis* z roku 1989. Má novinový černobílý formát, který není příliš přitažlivý pro zadavatele reklamy. Není divu, že velcí zahraniční vydavatelé o něj brzy ztratili zájem, zvláště když jeho čtenářskou obec tvoří převážně intelektuálové. Ve společnosti vydavatele R-Press s.r.o. má 93procentní většinu Karel Schwarzenberg, někdejší kancléř

bývalého prezidenta Václava Havla. Schwarzenbergova investice do neziskového časopisu s prodaným nákladem kolem 18 tisíců výtisků, má politický charakter. Jde o podporu nezávislého liberálního listu usilujícího o vybudování občanské společnosti.

Na rozdíl od *Respektu*, týdeník s podobným názvem *Reflex*, který založila skupina českých novinářů v roce 1990, získal přízeň čtenářů a zadavatelů reklamy díky svému formátu, který kombinuje seriózní informace o událostech doby se skandály a společenskými klepy. Zakladatelé časopisu *Reflex* jej záhy prodali vydavatelství Ringier, který jej dodnes má ve svém portfoliu. *Reflex* prodává týdně v průměru 55 000 až 60 000 výtisků.

Nejrozšířenějším českým výhradně informačním týdeníkem je *Týden*, který od svého vzniku v roce 1994 několikrát změnil vydavatele, mezi nimiž byl také Axel-Springer-Verlag a Ringier. Protože *Týden* byl ztrátový a nemohl se proti *Reflexu* prosadit, Ringier prodal jeho vydavatelskou společnost Mediacop polskému podnikateli se švýcarským občanstvím Sebastianu Pawlowskému. Pawlowski do týdeníku investoval údajně velkou, leč nspecifikovanou sumu, vyměnil redakční tým za mladé a motivované lidi a podařilo se mu v průběhu dvou let zvýšit prodaný náklad z 20 000 na 55-60 000 výtisků.

Týden nemá vyhraněný politický profil, nicméně v jeho obsahu a některých investigativních reportážích ze světa podnikání lze vystopovat ekonomické zájmy jeho vydavatele. Pawlowski, jehož hlavní podnikatelskou činností jsou obchod s nemovitostmi a developerské projekty vyžadující podporu politiků a veřejné správy, reprezentuje nový investiční trend, při němž do médií vstupují podnikatelé z jiných ekonomických sfér, kteří si přejí mít vlivná média.

Dalším příkladem takové trendu je ekonomický týdeník *Euro*. Jeho vydavatel Euronews a.s. je financován vlivnou českou finanční skupinou PPF, která v roce 2002 získala kontrolu nad vysíláním televize *Nova*. *Euro* se pokouší soutěžit s konzervativním hospodářským týdeníkem *Ekonom*, který patří do rodiny periodik vydávaný společností *Economia* a.s.

S 25 000 prodanými výtisky je *Ekonom* nejrozšířenějším hospodářským listem. Srovnatelná data o prodaných výtiscích jeho konkurenta *Euro* jsou odbornou veřejností zpochybňována s odkazem na to, že velká část z prodaného nákladu 21 000 výtisků *Eura* se prodává za diskontní cenu, kterou dotuje PPF.

2.5. Elektronická média v České republice

V České republice se poměrně záhy, v letech 1991-1994, vytvořil plnohodnotný duální systém vysílání, v němž koexistují veřejnoprávní a soukromé stanice, a to v rozhlasovém i televizním vysílání.

Vysílají zde čtyři celostátní plnoformátové terestrické televizní programy: dva veřejnoprávní programy České televize *ČT1* a *ČT2*, a dva programy soukromé *TV Nova* a *TV Prima*. Kromě nich existuje dvanáct regionálních televizních stanic. Ty však většinou jen vstupují do rámcového programu *TV Prima*, která jim podle licence musí poskytnou až tři vysílací hodiny denně v ranních a odpoledních hodinách. Pouze dvě lokální stanice *TV Praha* a *TV Hradec Králové* vysílají celodenně na svých vlastních frekvencích.

Průzkumy sledovanosti ukazují, že nejsledovanějším televizním programem je *TV Nova* s podílem na publiku mezi 40 a 50 procenty.

Podíly na publiku českých televizních programů v letech 1994-2003 – v procentech

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
TV NOVA	68,4	71,2	65,2	52,0	51,3	50,4	46,3	47,7	44,2	43,36
ČT1	24,2	20,6	24,9	27,9	26,7	25,2	23,8	21,5	21,2	22,07
ČT2	2,3	3,0	3,6	7,1	7,3	7,0	7,5	7,6	8,7	7,55
Prima TV	1,7	2,7	3,7	9,1	11,1	12,4	16,5	17,6	20,3	20,58
Ostatní	3,4	2,5	2,6	3,8	3,6	5,0	5,8	5,6	5,6	6,44

zdroj: Media Projekt 94-96, ATO TN Sofres 1997-2002, ATO Mediaresearch 2002-2003. In: výroční zprávy rady pro rozhlasové a televizní vysílání 1994-1997, dále: www.czech-tv.cz, www.ato.cz.

Kromě pěti programů veřejnoprávního Českého rozhlasu vysílá v České republice 77 dalších soukromých rozhlasových stanic³¹. Dvě z nich – *Frekvence 1* a *Radio Impuls* – jsou celostátní stanice, zbylé mají většinou jen lokální či regionální dosah.³²

Liberální přístup k regulaci vysílacích médií vyvrcholil v polovině devadesátých let, když parlament dereguloval vysílání novelou vysílacího zákona č. 301/1995. Kromě toho, že umožnila vysílatelům zbavit se některých podmínek vazujících se k licenci, novela zákona odejmula Radě pro rozhlasové a televizní vysílání právo kontrolovat změny ve vlastnických poměrech společností provozujících rozhlasové a televizní vysílání.³³ Tento chybný krok sice další novela zákona o osmnáct měsíců později částečně napravila³⁴, nicméně zásada, že regulátor vysílání, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, má právo kontrolovat pouze vlastnické poměry ve společnosti držitele licence, a nikoli ve společnostech dalších, i nadále zůstala v platnosti.

2.5.1. Televize v České republice

Vysílání první soukromé celostátní televize v zemích bývalého východního bloku *TV Nova* bylo a je častým námětem veřejných debat. *Nova* je kritizována za to, že její pořady mají negativní vliv na prostředí české kultury, že snižuje obecná měřítká vkusu při své snaze získat masovou sledovanost, a také kvůli své konfrontační strategii, kterou zvolila od samého počátku ve vztahu k veřejnoprávní České televizi.

Veřejná kritika *TV Nova* a jejího ředitele Vladimíra Železného nabyla na intenzitě v roce 2003, když mezinárodní arbitrážní tribunál UNCITRAL rozhodl, že český stát musí zaplatit 355 milionů US dolarů původnímu investorovi televize Nova, společnosti Central Europe Media Enterprises (CME), za to, že neochránil její investice v České republice.

V důsledku právních kroků, které CME proti svému bývalému partnerovi a řediteli televize Nova podnikla, Vladimír Železný v roce 2002 ztratil vlastnickou kontrolu nad licenci Novy a v květnu 2003 i místo generálního ředitele, ze kterého ho noví čeští vlastníci odvolali. Železný, který se na podzim roku 2002 stal senátorem a v roce 2004 poslancem Evropského parlamentu, pak Novu opustil, i když ještě v roce 2004 se snažil zpochybnit ztrátu svého podílu v CET 21.

³¹ Podle výroční zprávy Rady pro rozhlasové a televizní vysílání za rok 2002.

³² Jistou výjimkou je vysílání *BBC Czech* s přidělenými frekvencemi v celé republice, které však nepokrývají její celé území.

³³ Zákon č. 301/1995 Sb., o změně zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

³⁴ Zákon č. 135/1997 Sb., o změně zákonů č. 252/1994 Sb. (rozhlasový a televizní poplatek) a č. 468/1991 Sb. (R a TV vysílání).

Stručná rekapitulace celého případu je následující: Licenci k celoplošnému vysílání na frekvencích bývalého prvního federálního programu Československé televize získala v roce 1993 společnost s ručením omezením CET 21 s.r.o. Protože neměla potřebný kapitál, spojila se v provozní či servisní firmě ČNTS (Česká nezávislá televizní společnost) se zahraničním investorem CME amerického miliardáře Ronalda Laudera (66% podílu v ČNTS) a s Českou spořitelnou (22%).

Když v roce 1999 CME oznámila záměr spojit své evropské aktivity s dalším mezinárodním vysílatelem SBS Broadcasting a chtěla mu předat také vlastnictví ČNTS, Vladimír Železný se rozhodl opustit ČNTS i CME a od 5. srpna 1999 začal vysílat s jiným českým partnerem, kterým se stala brokerská a investiční společnost MEF Holding s dobrými vztahy k Investiční a poštovní bance, jež zorganizovala pro nový rozjezd Novy potřebný úvěr.

Skutečnost, že CET 21 kontrolovaná Vladimírem Železným opustila ČNTS a porušila smlouvy se CME, vyvolala řadu žalob a právních sporů, mezi nimi tři mezinárodní arbitráže. Jedna z nich byla vedena proti Železnému a dvě další proti českému státu za porušení mezistátních dohod o ochraně investic.

Majitel CME Ronald Lauder ve dvou arbitrážích uspěl. Železný musel vrátit CME přibližně 29 milionů US dolarů a Česká republika musela zaplatit již výše zmíněných 355 milionů US dolarů v květnu 2003. Tyto soudní spory oslabily nejen pozici Vladimíra Železného, ale i jeho nových českých partnerů. MEF Holding podnikatele Jiřího Šmejce nebyl schopen čelit v létě 2002 vstupu silné finanční skupiny PPF do společností spojených s televizí Nova. PPF později převzala nad Novou většinou kontrolu.

Byla to PPF, která nakonec vyřešila právní spory se CME. V září 2002 zaplatila za Vladimíra Železného dluh vůči CME ve výši 29 milionů US dolarů výměnou za jeho podíly ve společnostech televize Nova. V září 2003 PPF koupila od CME českou filiálku ČNTS, která byla žalobcem ve sporu s držitelem licence CET 21.

Těmito akcemi si PPF zajistila právní jistotu ve věci vlastnictví televize Nova a také většinou kontrolu ve společnostech zajišťujících provoz a generujících zisky Novy. 19. prosince 2003 PPF oznámila, že vlastnické podíly PPF a Jiřího Šmejce (bývalého vlastníka MEF Holdingu, který v prosinci 2003 zanikl) byly přerozděleny z někdejšího poměru 50:50 na nový poměr 66:34 ve prospěch PPF.

Také druhý soukromý celostátní program *TV Prima* má českého vlastníka. V letech 1994-2000 byla hlavním investorem kontroverzní Investiční a poštovní banka IPB. Když v červnu 2000 IPB krachovala, byla v ní vyhlášena nucená správa a krátce na to ji stát prodal Československé obchodní bance ČSOB, podařilo se společnosti GES Holding s úzkými vazbami na management IPB získat kontrolu nad bývalými podíly IPB v *TV Prima* a jejích společnostech.

MEF Holding a GES Holding byli investoři, kteří se zrodili v netransparentních poměrech české privatizace. Zvláště GES Holding, kontrolovaný finančníkem Ivanem Zachem, se skládá ze složité sítě firem navzájem propojených neprůhlednými vztahy, což vytváří vhodné prostředí pro výhodné daňové, úvěrové a investiční operace.

PPF, která získala kontrolu nad televizí Nova, je v tomto ohledu podnikatelským subjektem s vyšším standardem transparentnosti, přestože také její zrod a počáteční vývoj v procesu privatizace státního majetku nejsou zcela průhledné. PPF má dnes totiž solidní finanční základnu, kterou tvoří největší český pojišťovací ústav Česká pojišťovna, zahraniční aktiva, jakož i vlastní banka.

Při vysílání jsou *TV Nova* a *TV Prima* konkurenti, kteří spolu soutěží, ale v oblastech společného zájmu obě stanice své aktivity navzájem koordinují. Týká se to nákupu zahraničních a sportovních programů, cenové politiky při prodeji reklamního času, jakož i společných stanovisek při obhajobě jejich zájmů vůči vysílateli veřejné služby *České televizi*.

Z hlediska politických postojů se oba komerční programy snaží vystupovat jako neutrální subjekt s vyváženým vztahem vůči vládním i opozičním politickým stranám. Objektivita jejich zpravodajství má však svoje hranice dané obchodními zájmy vlastníků. Ti na jedné straně se do redakční práce nevměšují, ani se nesnaží prosadit do vysílání agendu svých firem, na druhé straně *TV Nova* i *TV Prima* mlčely, když ostatní média informovaly o aférách zasahujících obchodní zájmy majitelů stanic nebo jejich spřátelených firem (viz například vyšetřování týkajícího se projektu „Internet do škol“, při kterém došlo k mrhání veřejných prostředků, nebo aféra nezákonného nakládání s osobními daty v e-Bance vlastněné PPF a pod.).

Není pochyb o tom, že vlastnictví obou českých komerčních televizí je pro jejich investory především obchodem, který jim má přinášet zisk. Nicméně nelze vyloučit, že velké částky, které PPF investovala do převzetí *TV Nova* mohou mít také ještě jiný cíl, tj. získat politický vliv, mít možnost vytvářet příznivé názorové klima pro vlastní podnikání.

2.5.2. Rozhlas v České republice

Mezi rozhlasovými stanicemi v České republice neexistuje žádná s takovým dominantním postavením, jaké má na televizním trhu *TV Nova*. Tři rozhlasové stanice s největším podílem na trhu – veřejnoprávní *ČRo1 Radiožurnál* a soukromé *Frekvence 1* a *Radio Impuls* – mají zhruba stejný podíl na poslechovosti a rozhlasovém trhu, něco mezi 10 a 12 procenty. Zbytek rozhlasového auditoria je rozptýlen mezi sedmdesát dalších soukromých lokálních stanic, z nichž některé jsou smluvně nebo vlastnický propojeny do jakýchsi „minisítí“ (například *Evropa 2*, *Radio Kiss*).

Z hlediska vlastnických poměrů na rozhlasovém trhu má nejsilnější postavení skupina patřící francouzskému investorovi Lagardere Active Radio International SA, která kontroluje celostátní rozhlasový program *Frekvence 1*, skupinu místních rozhlasů *Evropa 2* a agenturu na prodej rozhlasové reklamy *Radio Regie Music* (RRM).

Druhou největší soukromou rozhlasovou stanicí, celostátní program *Radio Impuls* je ve vlastnictví konsorcia rozhlasových vysílatelů z východní části Německa Eurocast Rundfunk Beteiligung GmbH.

Osm stanic *Radio Kiss*, které vlastní zahraniční investor, nizozemská společnost Radio Investments N.V., je třetí významnou skupinou rozhlasových vysílatelů, jež navíc provozuje vlastní agenturu na prodej reklamního času RadioNet.

Obě zmíněná mediální zastupitelství, RRM a RadioNet, nabízejí své služby také dalším rozhlasovým stanicím. Tak například *Radio Impuls* využívá k prodeji svého reklamního času RRM, přestože tato agentura patří a slouží jeho konkurentovi, stanici *Frekvence 1*.

Třetím mediálním zastupitelstvím na rozhlasovém trhu je Media Marketing Services (MMS), které poskytuje služby 41 nezávislým rozhlasovým stanicím, mezi nimi několika rádii *Hey* s vazbami na GES Holding. Není vyloučeno, že za nedávnými změnami ve společnosti vlastníka MMS (Stamford Co.) stojí peníze a vliv majitele *TV Prima* GES Holding, jenž se snaží expandovat i do dalších médií.

Licenční politika Rady pro rozhlasové a televizní vysílání se snaží udržet pluralitu místních rozhlasových stanic. Také proto se staví odmítavě ke snahám o propojování lokálních rozhlasů do vysílacích sítí pod jedním vlastníkem. Na druhé straně Rada nic nenamítá proti spojenectví lokálních rozhlasových stanic s jinými médii, pokud to odpovídá podmínkám stanoveným v zákonu o vysílání z roku 2001 (viz například nákup *Radio Classic* novinovým vydavatelem Mafra).

2.6. Česká média z hlediska vlastníků, plurality a nezávislosti.

Obnovení svobody projevu a nástup tržní ekonomiky – to byly hlavní faktory, které ovlivnily proměny mediální scény v České republice po listopadu 1989. Všechna česká média s výjimkou veřejnoprávních vysílatelů *České televize* a *Českého rozhlasu*, a také tiskové agentury *České tiskové kanceláře ČTK*, kterou kontroluje Rada ČTK volená parlamentem, jsou v soukromých rukou.

Česká republika je zemí s minimálními restrikcemi týkajícími se vlastnictví médií. Neexistují zde žádné limity pro zahraničního investora. Jediné omezení křížového vlastnictví médií stanovil vysílací zákon z roku 2001, který nedovoluje, aby jeden majitel celoplošného rozhlasového nebo televizního programu vlastnil či kontroloval jiný celoplošný rozhlasový nebo televizní program.

Český Úřad na ochranu hospodářské soutěže přistupuje k vymezení relevantního trhu v oblasti médií tak, že zatím nevznikl důvod k nějakému správnímu opatření, které by korigovalo dominantní postavení některého ze soutěžitelů.

Pokud se do trhu médií zahrnou jak tisková média (deníky, časopisy), tak média elektronická (rozhlas, televize), pak v České republice existuje pluralita médií a jejich vlastníků zajišťující podmínky pro vyjádření názorové rozmanitosti pluralitní demokratické společnosti.

Jestliže však mediální trh jako celek rozdělíme na specifické skupiny, pak zjistíme, že existují dvě oblasti, ve kterých jeden subjekt zaujímá dominantní, ne-li přímo monopolní postavení.

Prvním případem je televizní vysílání, v němž je dlouhodobě dominantním prvkem komerční *TV Nova* s podílem na publiku mezi 40-50 procenty a s podílem na trhu televizní reklamy přesahujícím 50 procent. Navíc existují indicie o koordinaci a spolupráci dvou celoplošných soukromých televizí *TV Nova* a *TV Prima* v některých strategických rozhodováních při plánování programu a prodeje reklamního času.

Druhým případem je vydavatelství Vltava-Labe-Press ovládající téměř stoprocentně trh regionálního a místního tisku.

Na to, do jaké míry dominantní postavení v jednotlivých segmentech mediálního trhu ohrožuje tematickou i názorovou pluralitu českých médií jako celku, existují rozdílné názory. Někteří kritici takovou situaci pokládají za hrozbu mediální plurality a žádají korekci ze strany regulátorů či státu. Obecně však ve společnosti i u příslušných orgánů státní správy převažuje názor, že není třeba žádných zásahů, neboť spotřebitelé českých médií mají stále možnost volby. Podle tohoto názoru v České republice stále existuje dostatečná mediální pluralita, kterou jim v televizním vysílání zajišťuje veřejnoprávní Česká televize a v oblasti denního tisku celostátní deníky jiných vydavatelů, než je VGP.

Vzhledem k tomu, že televize je médiem s nejširším společenským dopadem, úloha veřejnoprávního vysílání v zájmu zachování mediální plurality médií dnes nabývá na významu a uznávají ji i ti politici, kteří se dříve snažili veřejnoprávní vysílání ve vztahu ke komerčnímu sektoru marginalizovat, a kteří se až dosud stavěli proti tomu, aby se rozhlasový a televizní, tzv. koncesionářský, poplatek zvyšoval v souladu s inflací³⁵.

Z analýzy poměrů v České republice vyplývá, že koncentrace vlastnictví v českých médiích zatím ještě nedosáhla takového stupně, který by ohrožoval svobodu a pluralitu médií. V oblasti tiskových médií existují příklady vertikálních koncentrací, při nichž vydavatel denního tisku je zároveň majitelem tiskáren a spolu s ostatními vydavateli spolumajitelem

³⁵ Rozhlasový a televizní poplatek je v České republice jeden z nejnižších v Evropě, od roku 1997 se až do roku 2004 jeho sazby (37 Kč pro rozhlas a 75 Kč pro televizi) nezměnily.

distributora tisku. Takových soutěžitelů je však na trhu více, což zajišťuje pluralitu a zatím nelikviduje hospodářskou soutěž.

Horizontální koncentrace médií je v České republice dosud v embryonálním stavu, prosadila se pouze v segmentu regionálního tisku. Nicméně koordinace některých německých vydavatelů denního tisku, jakož i snahy majitele *TV Prima* (GES Holding) pronikat na rozhlasový trh (rádia *Hey*) i na trh časopisů (společenské týdeníky) nevyklučují, že hrozba pluralitě médií může přijít i z této strany.

V České republice zatím existují právní a institucionální záruky svobody médií. Česká média, včetně veřejnoprávního rozhlasu a televize, byla v posledních patnácti letech ušetřena nějakého brutálního pokusu využít je a manipulovat ve prospěch jednoho jediného názorového proudu či jedné jediné politické strany.³⁶ Imunita lidí vůči politické indoktrinaci prostřednictvím médií, která se rozvinula v době totalitního politického systému, je stále vysoká a politici to vědí.

Také proto ohrožení svobody a plurality médií v České republice dnes přichází spíše z ekonomické než z politické sféry. Je to nejen koncentrace vlastnictví, ale také velikost mediální trhu, které mohou nepříznivě ovlivnit pluralitu českých médií a rozmanitost jejich obsahu. Denní i týdenní tisk hlavního proudu, jakož i rozhlasové a televizní vysílání, se soustřeďují převážně na většinové auditorium ve snaze dosáhnout dostatečně velkou čtenost, poslechovost a sledovanost, jako nezbytný předpoklad své úspěšné existence. Důsledkem je tzv. „tabloidizace“ nebo „bulvarizace“ zpravodajských médií.

Malý český trh neumožňuje, jako v jiných větších státech, vznik většího počtu tzv. „nikových“ médií, které by byly schopny udržet se na trhu a při tom svým obsahem i zpracováním vycházet vstříc potřebám zájmů menšinového nebo vybraného publika.

Negativní vlivy ekonomických tlaků na nezávislost redakční práce se dají vystopovat také ve vstřícném přístupu tisku k velkým zadavatelům reklamy. Například monopolistické chování Českého Telecomu před deregulací telekomunikačního trhu kritizovaly jen nezávislé listy (např. *Respekt*) a nízkonákladové odborné časopisy, nikoli však velké deníky, pro něž reklamy Českého Telecomu byly a jsou zdrojem trvalého příjmu.

O zadluženosti jedné z největších cestovních kanceláří CK Fischer, která v termínu nezaplátila povinné pojistky, informovala veřejnoprávní Česká televize, a nikoli soukromá média, pro něž je CK Fischer pravidelným zadavatelem reklamy.³⁷

Malý český trh a ekonomické tlaky působí negativně rovněž na nezávislost novinářů jako jednotlivců pracujících v ostře konkurenčním prostředí. Počet zájemců o novinářskou práci stále převyšuje nabídku míst v redakcích. Čeští žurnalisté většinou přijímají bez výhrad pracovní podmínky stanovené jejich zaměstnavateli. Při konfliktu veřejného zájmu a zájmu vydavatele se redaktori a reportéři často přiklánějí na stranu vydavatele. Jediným právním rámcem zaměstnávání novinářů je Zákoník práce, neexistuje žádná kolektivní smlouva na celostátní úrovni mezi provozovateli médií a žurnalistickým svazy jako v jiných státech.

Jedinou žurnalistickou organizací v České republice je Syndikát novinářů České republiky, v jehož řadách však chybí většina aktivních novinářů velkých a vlivných českých médií. Syndikát nemá tudíž velkou autoritu a soustřeďuje se hlavně na otázky novinářské etiky, profesionálních standardů a prezentace profesních stanovisek směrem k veřejnosti.

³⁶ Tzv. česká televizní krize na přelomu let 2000-2001 vznikla víceméně živelně, aniž by jí iniciovaly politické strany. Někteří z politiků se pak snažili událostí a publicity s nimi spojené využít ve svůj prospěch, ale masová účast na demonstracích podporujících nezávislost České televize přinesly jednak důkaz toho, že veřejnost je ochotna hájit nezávislost veřejnoprávních médií, a dále byla signálem pro politiky, že pokusy o jejich ovládnutí mohou narazit na odpor, jehož kořeny tkví ve zkušenost se stranickými médii z dob bývalého režimu.

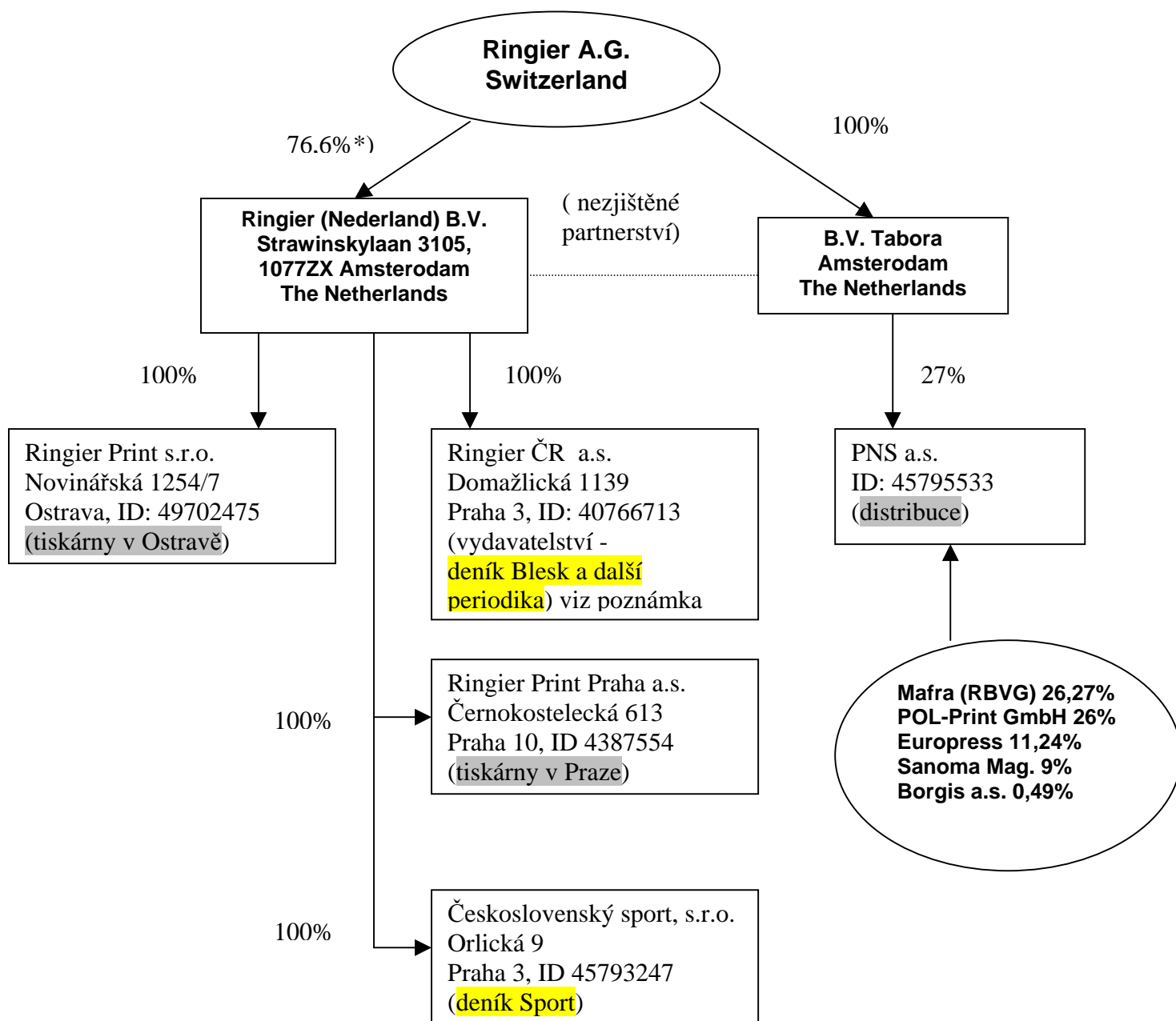
³⁷ Zadluženou cestovní kancelář CK Fischer nakonec v říjnu 2003 před bankrotem zachránil prodej silné finanční skupině Atlantic.

Na druhé straně zápas o pluralitu a nezávislost médií se v České republice v mnohém neliší od podobných zápasů kdekoli jinde na světě. Pokud v České republice existují překážky, které by mohly bránit pluralitě médií a nezávislosti novinářů, nemají institucionální povahu.

Jak ukazuje analýza vlastnických poměrů v českých médiích, také ony zatím nejsou hrozbou vzniku názorového monopolu či ohrožením plurality médií. Český mediální trh je stále otevřen pro nové hráče, ovšem jejich vstup na hrací pole již není tak snadný jako před deseti lety. Otázkou však zůstává, zda a jak dlouho tento stav relativní plurality vlastníků českých médií vydrží, a zda nepodlehne globalizačním trendům, které nahrávají velkým nadnárodním korporacím.

3. Přílohy, tabulky

3.1. Vydavatelství Ringier



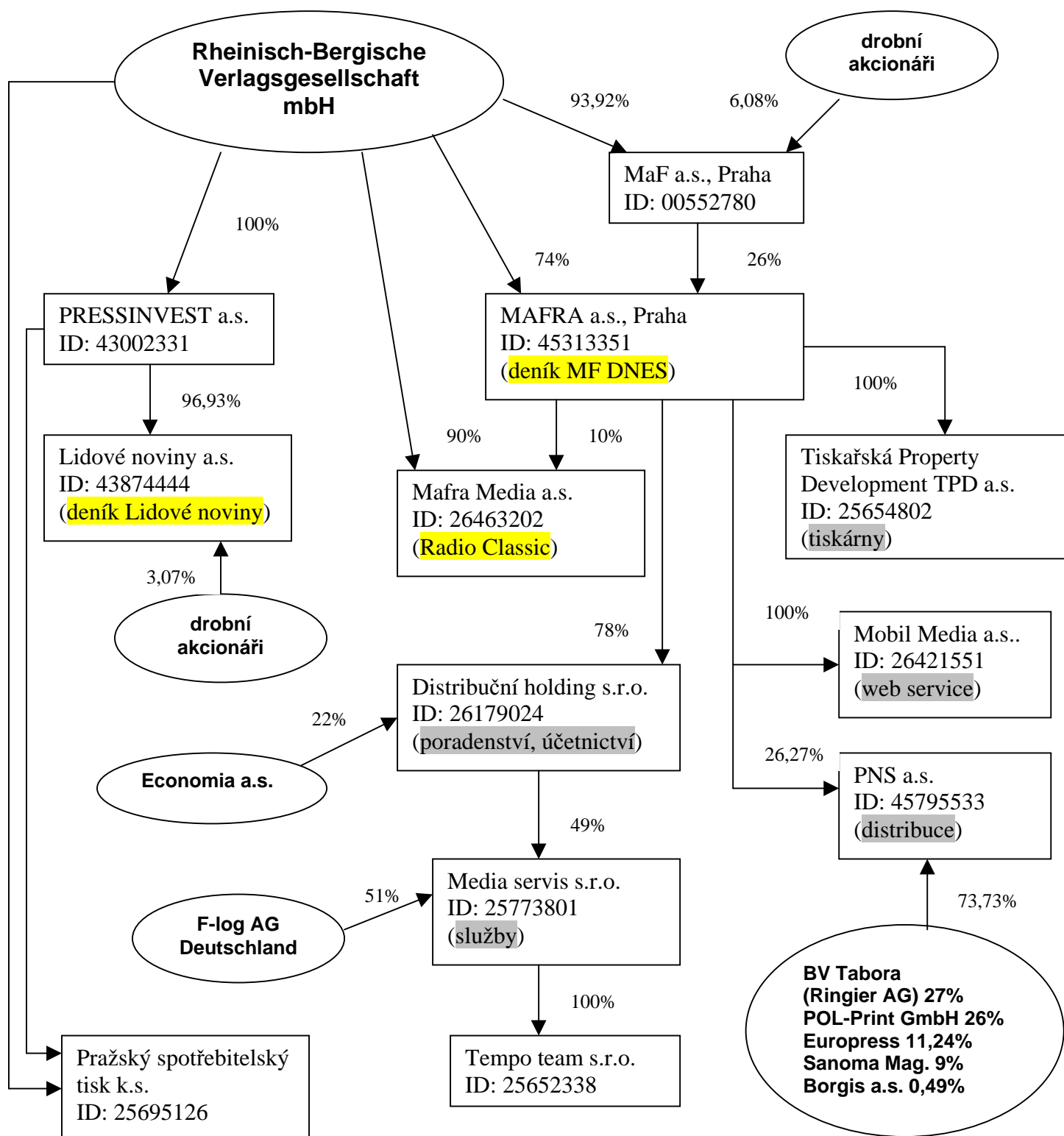
poznámka: Ringier ČR, a. s., vydává deníky *Blesk*, *Nedělní Blesk*, *Blesk magazín plus TV*, *Blesk extra*, deník *Sport*, a časopisy *Sport magazín*, *ABC*, *Reflex*, *Týdeník Televize*, *TV Revue* a *TV plus*.

zdroj: výroční zpráva společnosti 2002 aktualizovaná údaji z obchodního rejstříku

*) viz zdroj: URL: www.ringier.ch/group/Facts_and_figures/participations

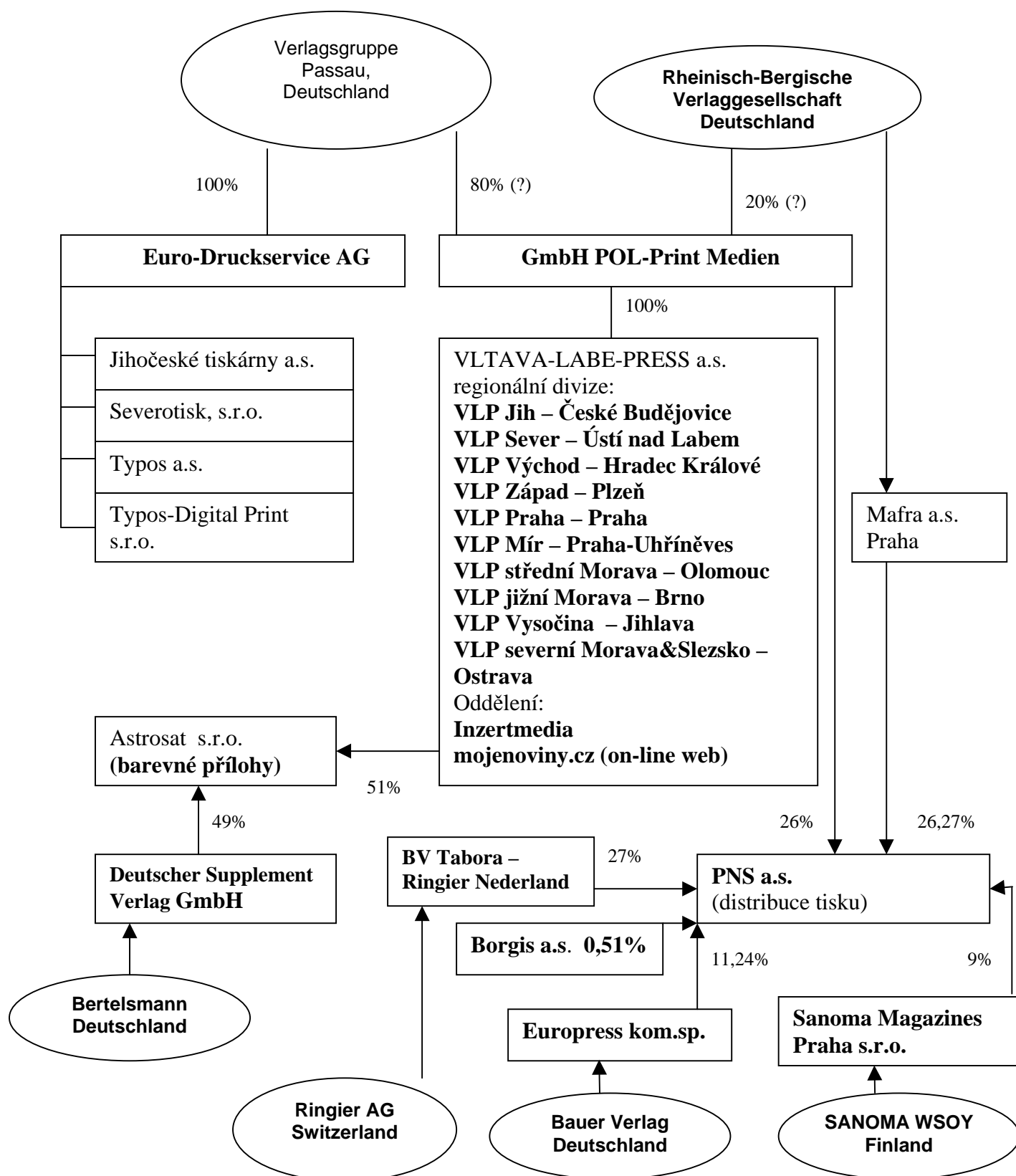
Ringier (Nederland) působí nejen v České, ale také ve Slovenské republice. Ve společnosti Slovakia Ringier měl podíl německý vydavatel Gruner+Jahr. Podle zpráv z médií (např. Handelsblatt), toto partnerství skončilo v prosinci 2003. Je možné, že chybějících 23,4 procent reprezentuje podíl firmy G+J.

3.2. Vydavatelství RBVG, Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH



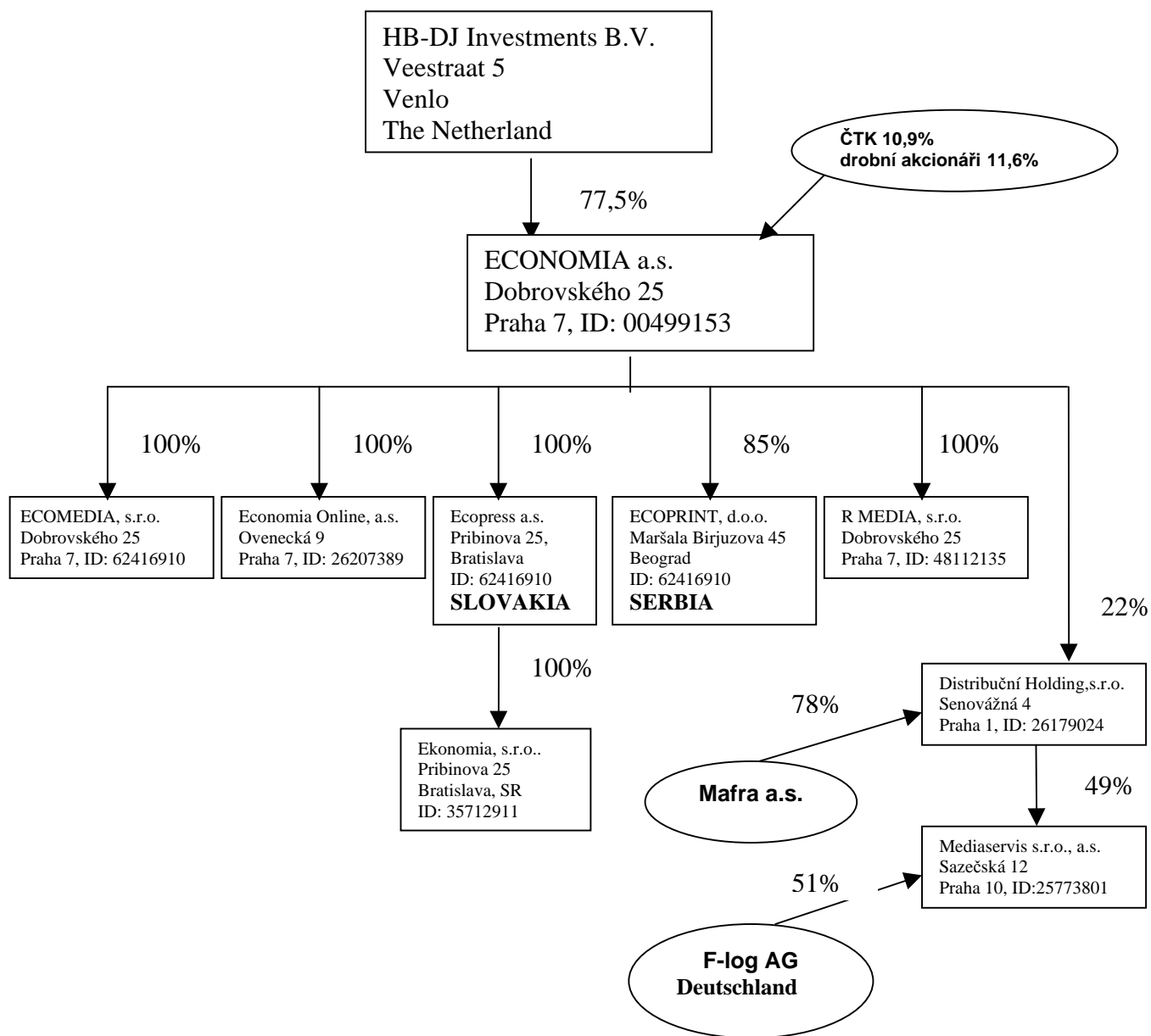
zdroje: data o společnosti z v Obchodním rejstříku;
 rozhodnutí č. 238/02-OK-2222/03-ORP vydané ÚOHS, URL:www.compet.cz;
 Výroční zpráva Mafra a.s.2002; Výroční zpráva MaF a.s. 2002;
 Zpráva o vztazích mezi propojenými osobami 2002 Mafra a.s.

3.3. Vydavatelská skupina Verlagsgruppe Passau (Passauer Neue Presse)



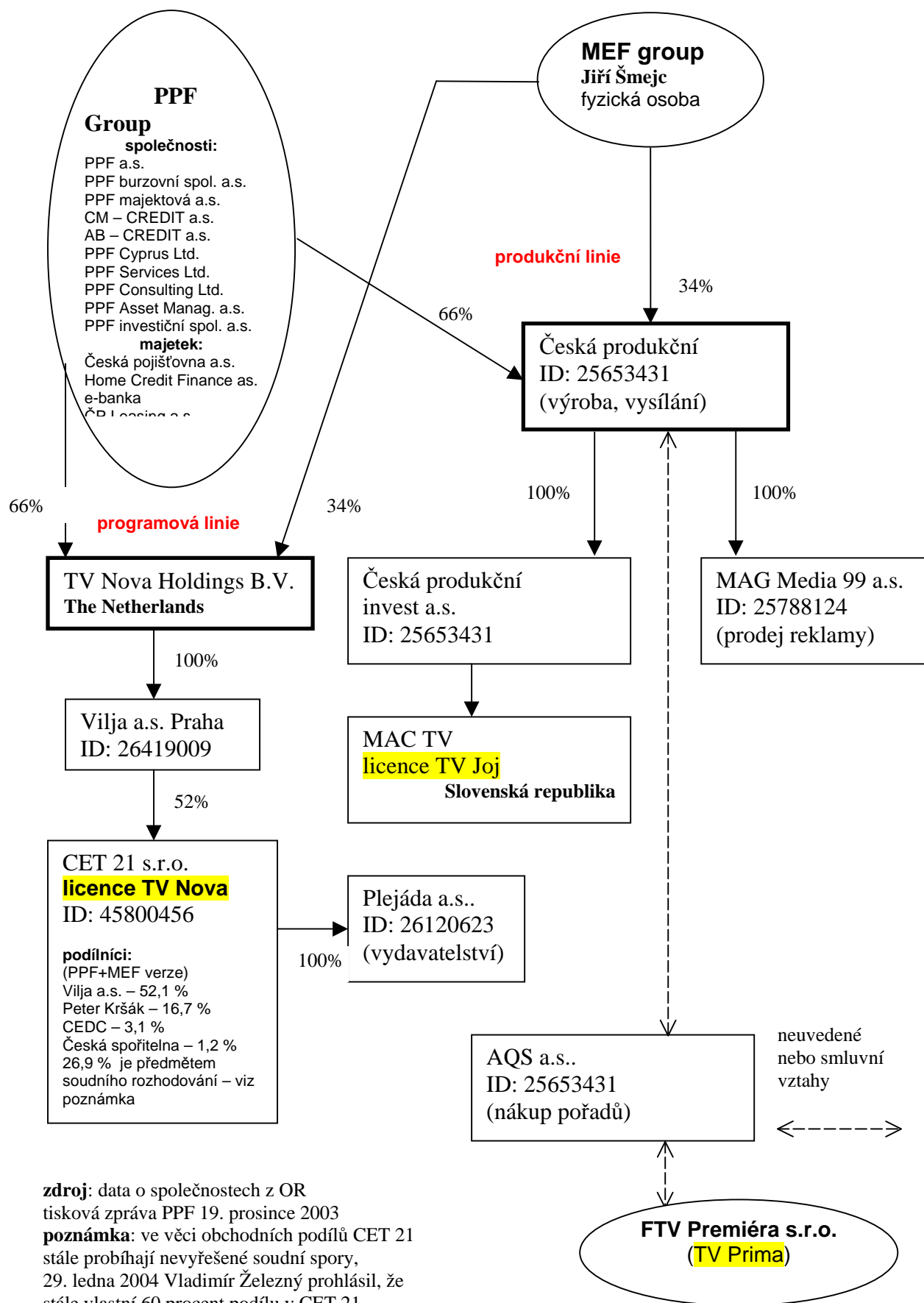
zdroje: - data o společnostech z Obchodního rejstříku
 - informace o společnosti Verlagsgruppe Passau na URL: www.vgp.de
 - EFJ: Eastern Empires, Foreign Ownership in Central and Eastern European Media. Brussels, June 2003

3.4. Vydavatelství ECONOMIA a.s.



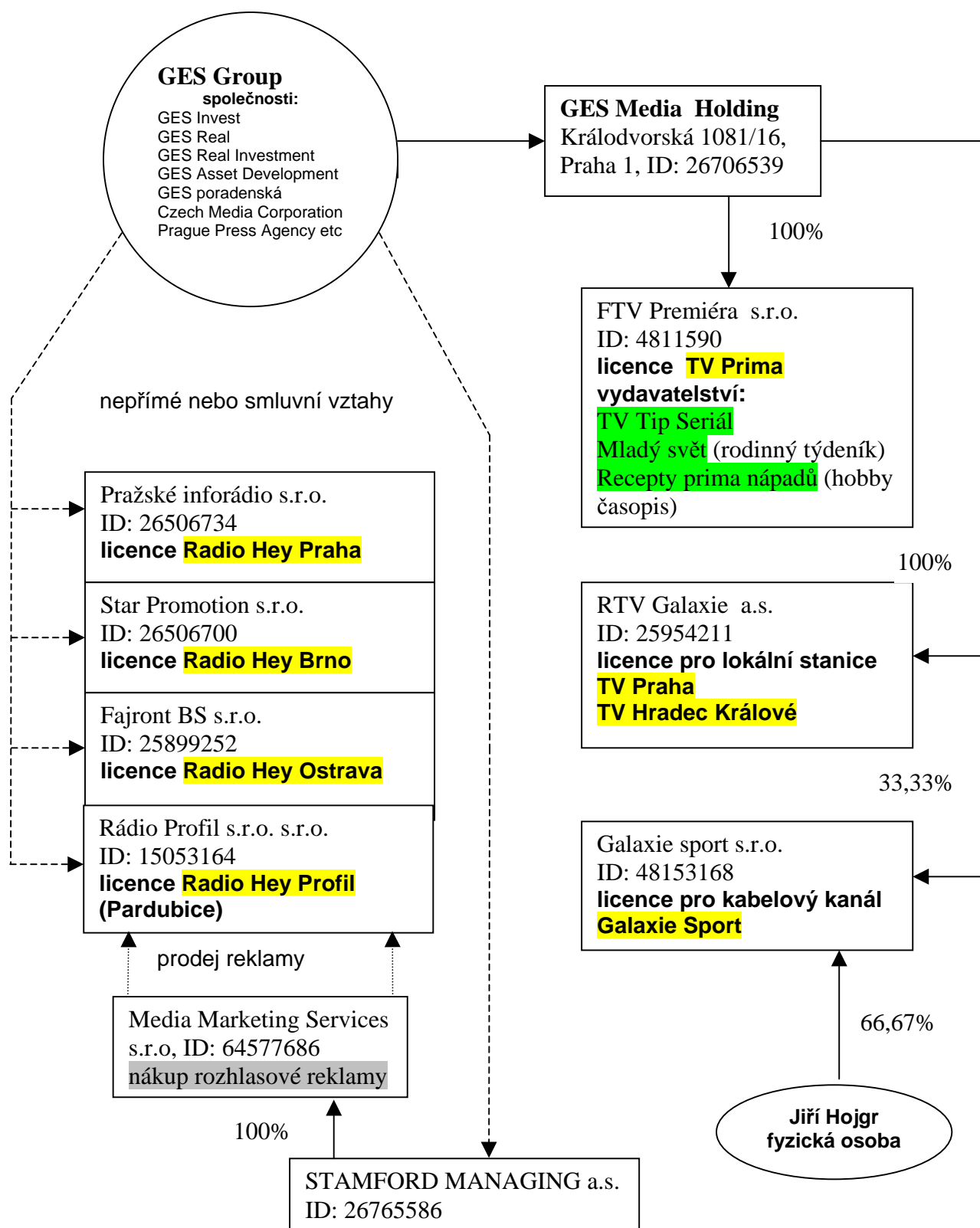
zdroj: - Výroční zprávy ECONOMIA a.s. 2001, 2002
- data o společnosti z Obchodního rejstříku

3.5. skupina televize Nova



zdroj: data o společnostech z OR
tisková zpráva PPF 19. prosince 2003
poznámka: ve věci obchodních podílů CET 21
stále probíhají nevyřešené soudní spory,
29. ledna 2004 Vladimír Železný prohlásil, že
stále vlastní 60 procent podílu v CET 21.

3.6. skupina GES – mediální společnosti



zdroj: údaje o společnostech z Obchodního rejstříku
- informace mediální serveru na adrese URL: www.radiotv.cz