



## Vplyv vlastníctva médií na ich nezávislosť a pluralitu

Bratislava, 20. október 2004  
INEKO - Inštitút pre ekonomické  
a sociálne reformy

# Případová studie: Česká republika

Milan Šmíd,  
Univerzita Karlova, Česká republika



## Případová studie: Česká republika

### Současná legislativa a regulace vlastnictví médií:

- Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů - **žádné limity**
- Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání - **jedna právnická či fyzická osoba může vlastnit jen jeden celostátní rozhlasový nebo televizní program**
- Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů - **při dosažení dominantního postavení na trhu je třeba souhlas ÚOHS**, hranice dominantního postavení - 40 procent, ale zkoumá se více kritérií (stupeň vertikální integrace soutěžitelů, struktura trhu a tržního podílu nejbližších konkurentů)

## Případová studie: Česká republika

### Výchozí situace roku 1993:

- téměř veškerá média byla již v soukromých rukou jako důsledek spontánní (1990-1992) a vládou řízené (po roce 1992) privatizace
- **ČTK** definována jako veřejnoprávní organizace
- federální rozhlas (ČSRo) a televize (ČST) zanikly, jejich nástupnické organizace **Český rozhlas** a **Česká televize** jsou na státu nezávislé subjekty
- stát si stále uchovával kontrolu nad dvěma důležitými organizacemi s návazností na média:
  - celostátním distributorem tisku **PNS**
  - tiskárenským komplexem **Česká typografie**.obě později v dluzích a se ztrátou převzaty soukromým sektorem

## Případová studie: Česká republika

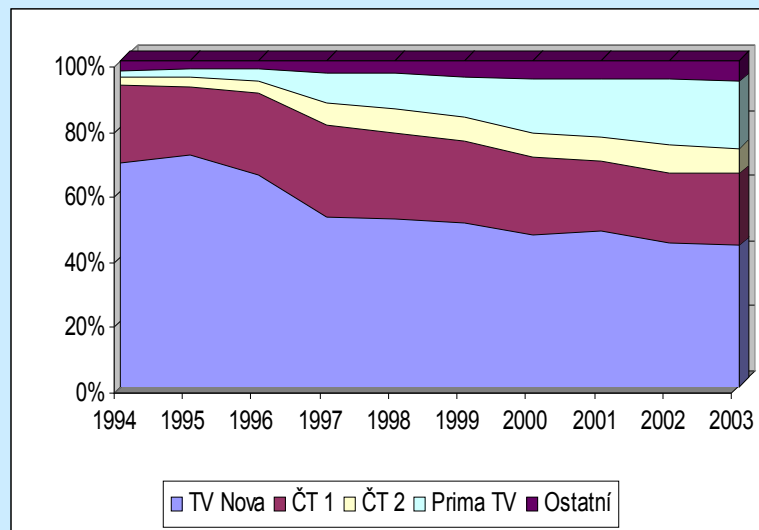
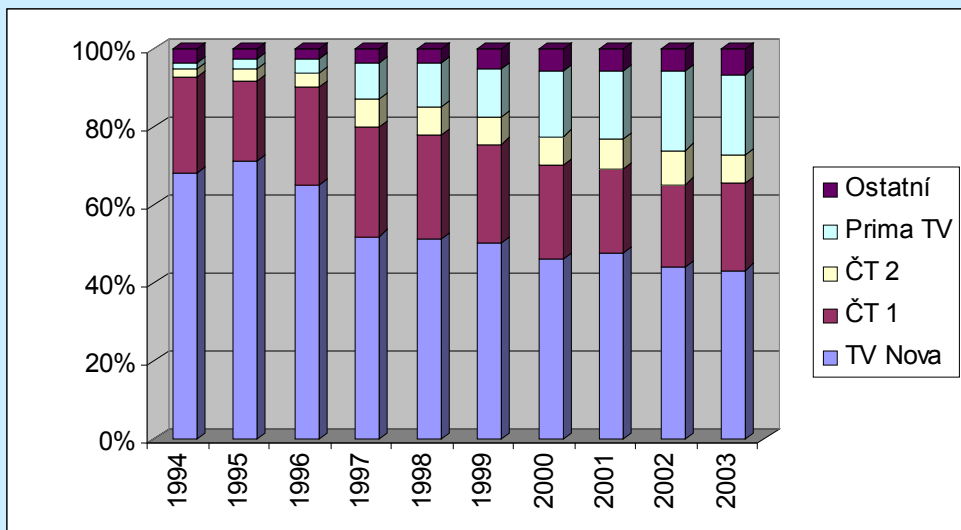
### Současný stav:

- Pokud trh médií chápeme jako komplex zahrnující 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 jednotlivé segmenty, pak zjistíme, že existují dvě oblasti, ve kterých jeden subjekt zaujímá dominantní, ne-li přímo monopolní postavení:
  - televizní vysílání - podíl televize Nova na publiku (trhu) je 40-45%, její podíl na trhu televizní reklamy přesahuje 60%
  - regionální tisk - téměř stoprocentně kontrolován skupinou Vltava-Labe-Press

## Případová studie: Česká republika

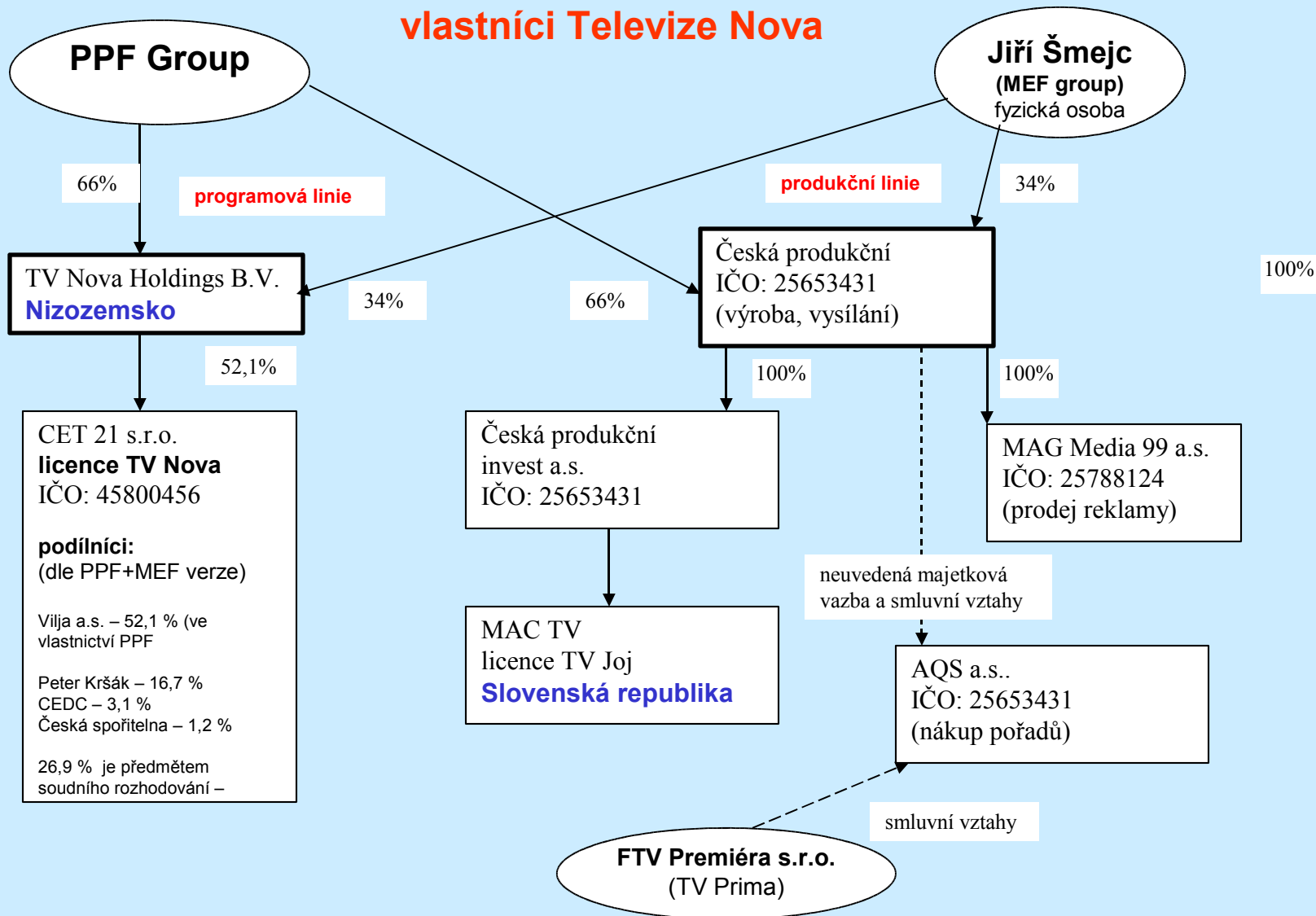
### televizní vysílání - podíly na publiku (trhu) českých televizí

|          | 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  |



## Případová studie: Česká republika

### vlastníci Televize Nova



## Případová studie: Česká republika

### Regionální tisk:

- téměř stoprocentně kontrolován společností Vltava-Labe-Press (VLP),

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 deníkům a

2 samostatné regionální týdeníky

## Případová studie: Česká republika

### Stanovisko Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže:

Vltava-Labe-Press nemá dominantní postavení na relevantním denního tisku, v němž podíly jednotlivých vydavatelů jsou rozděleny takto:

- VLP 29 %,
- Mafra 22 %,
- Ringier 19 %,
- Borgis 12 %,
- Lidové noviny 5 %

a další (Economia, Futura, Sport) méně než 5 %

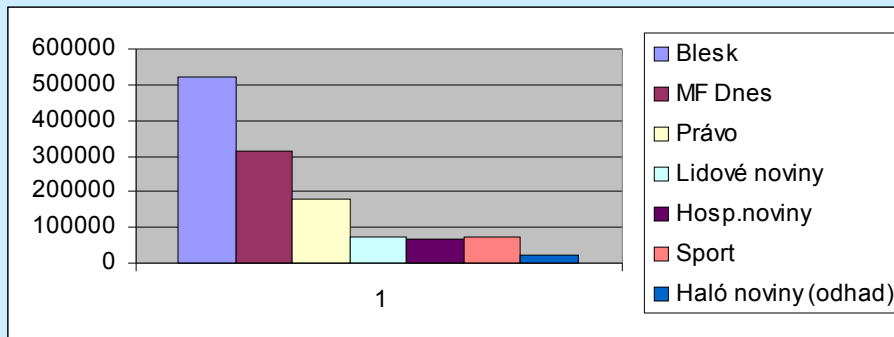
(citováno z rozhodnutí ÚOHS v roce 2001, kdy došlo k přechodu moravských deníků a Večerníku Praha do VLP)



## Případová studie: Česká republika

celostátní deníky - vydavatelé, vlastníci, náklad, čtenost

| název                 | vydavatel             | vlastník  | prodaný náklad<br>červen 2004x) | čtenost<br>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<br>Verlagsgesellschaft - RBVG 74 %,<br>MaF a.s. 26 %      | 312 603                         | 1 201 000                |
| Právo                 | Borgis a.s.           | Zdeněk Porybný 91,4 %<br>drobní akcionáři 8,6 %                               | 182 078                         | 620,000                  |
| Lidové noviny         | Lidové noviny<br>a.s. | Pressinvest a.s. 96,93 % (100 %<br>vlastněná RBVG)<br>drobní akcionáři 3,07 % | 72 270                          | 314 000                  |
| Hospodářské<br>noviny | Economia a.s.         | HB-DJ Investments 77,5 %<br>ČTK 10,9 %<br>drobní akcionáři 11,6%              | 66,448                          | 211 000                  |
| Haló noviny           | Futura a.s.           | Ústřední výbor KSČM (majorita)<br>+ drobní akcionáři                          | n.a.                            | 49 000                   |
| Sport                 | Čs.sport a.s.         | Ringier ČR a.s. – 100 % kontrola<br>získána koncem roku 2003                  | 75 080                          | 294,000                  |

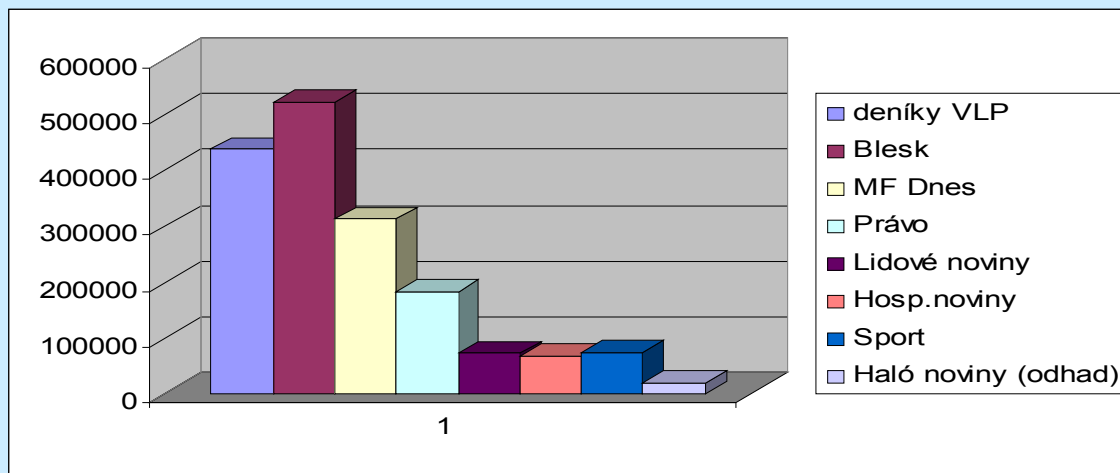


## Případová studie: Česká republika

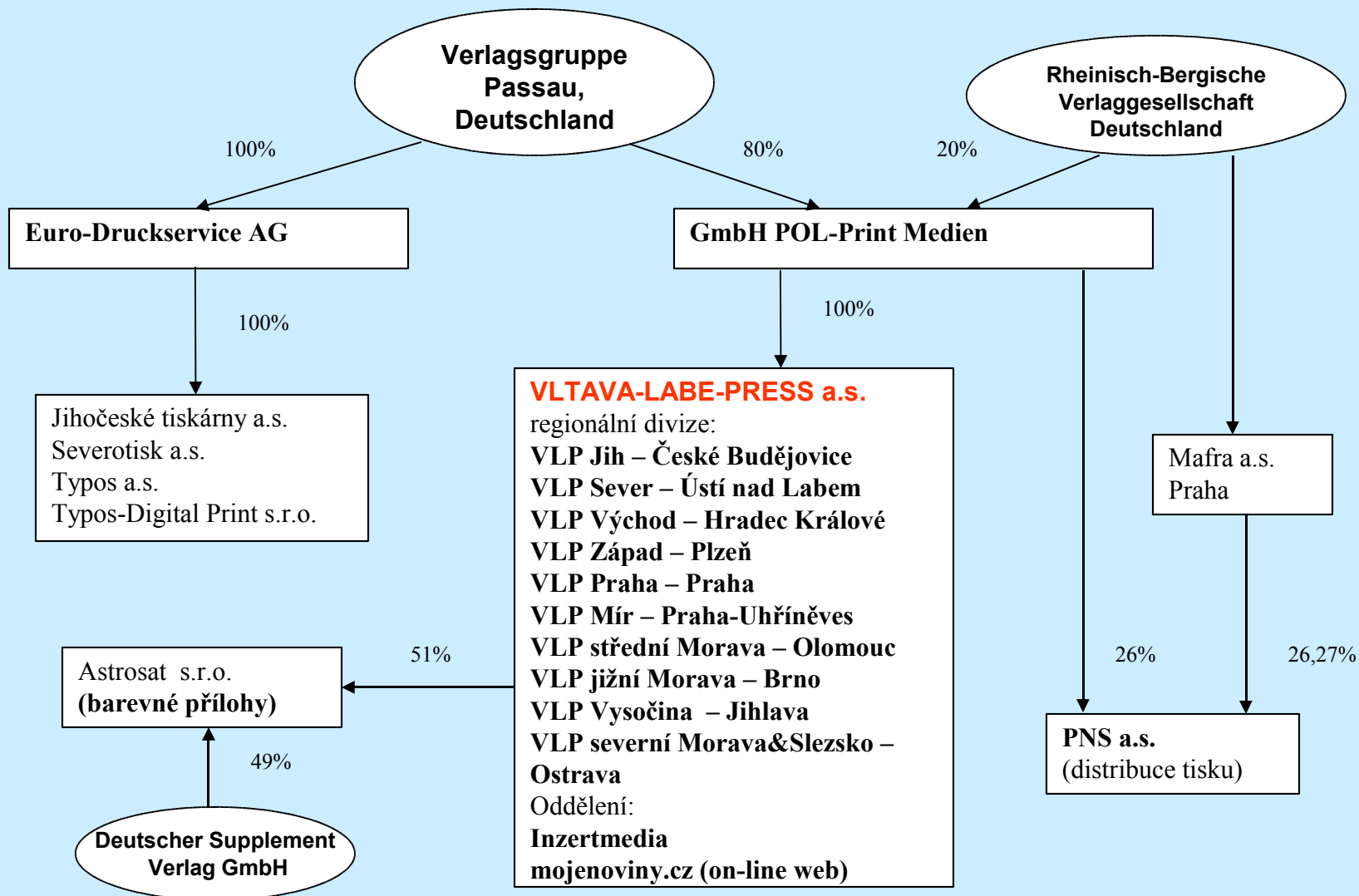
Regionální deníky vydavatelství Vltava -Labe-Press

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

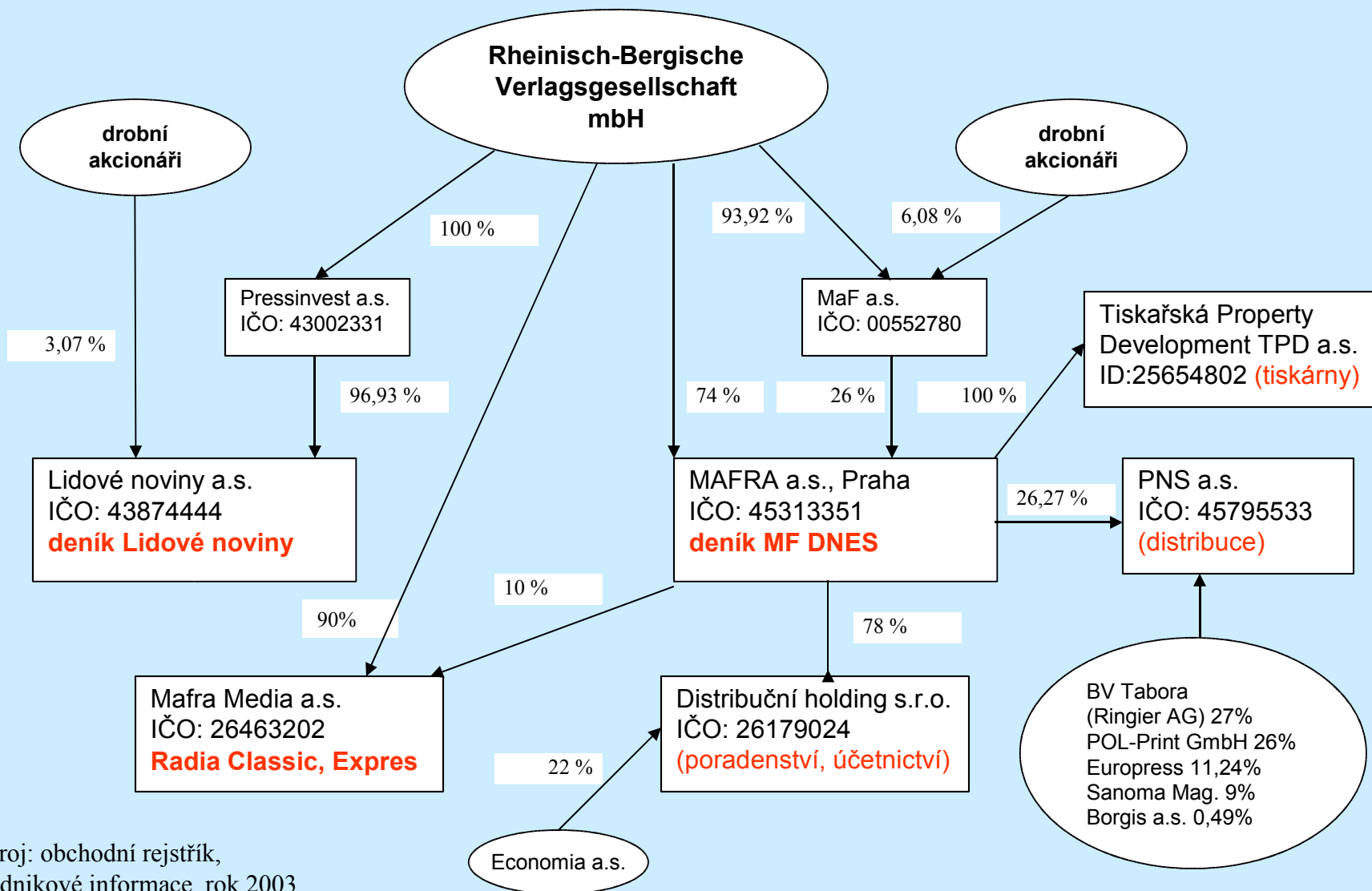
x) zdroj: Audit Bureau of Circulation ČR, xx) zdroj: Media Projekt 2004



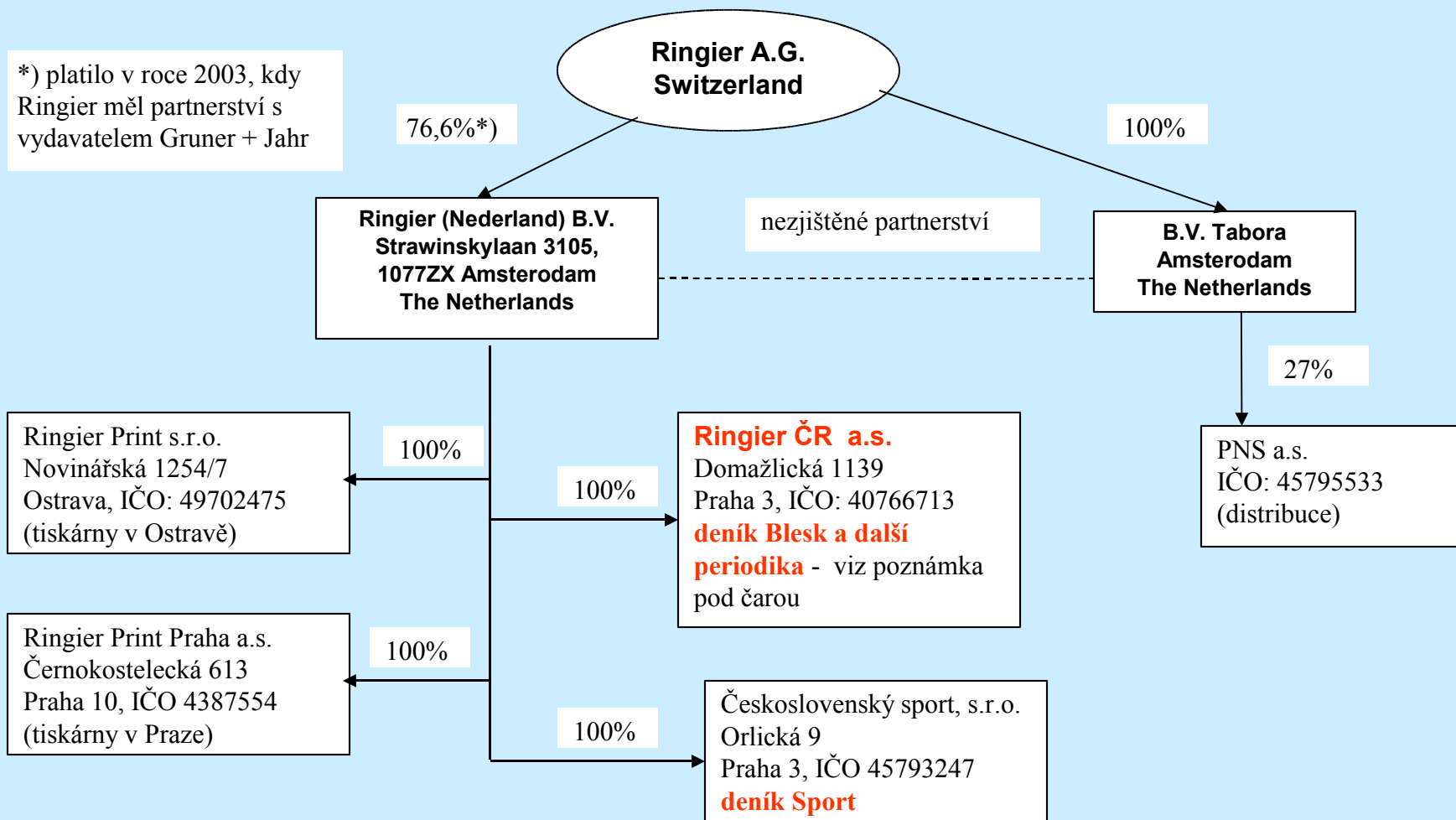
## Případová studie: Česká republika



## Případová studie: Česká republika



## Případová studie: Česká republika



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

## Případová studie: Česká republika

### Vlastníci a obsah médií

- vlastníci největších médií nemají politickou agendu, jsou loajální k vládě a velkým stranám s různým stupněm kritičnosti k jejich pochybením
- tvář českých médií ovlivňují především ekonomické zájmy jejich majitelů
- 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.

## Případová studie: Česká republika

### Pluralita českých médií a její podpora

- existují rozdílné názory na to zda dominantní postavení v jednotlivých segmentech mediálního trhu (televize, regionální tisk) ohrožuje tematickou i názorovou pluralitu českých médií
- kritici z řad kulturní fronty takovou situaci pokládají za hrozbu mediální plurality a žádají korekci ze strany regulátorů či státu
- legislativci a příslušné orgány státní správy jsou však toho názoru, že není třeba žádných zásahů, neboť spotřebitelé českých médií mají stále možnost volby
- protože rozhlas a televize jsou médii s nejširším společenským dopadem, životně důležitým prvkem zachování plurality je **podpora existence nezávislých veřejnoprávních médií**

## Případová studie: Česká republika

### Koncentrace vlastníctví českých médií

- koncentrace vlastníctví v českých médiích jako celku zatím nedosáhla takového stupně, který by ohrožoval svobodu a pluralitu médií.
- u tiskových médií existují případy vertikálních koncentrací (vydavatel je zároveň majitelem tiskáren a spolumajitelem distribuce tisku)
- protože zde však existuje větší počet soutěžitelů, tyto vertikální koncentrace nejsou pokládány za ohrožení hospodářské soutěže
- horizontální koncentrace médií jsou dosud v embryonálním stavu, prosadila se hlavně v segmentu regionálního tisku, nicméně existují už zárodky horizontální koncentrace napříč jednotlivými segmenty médií (majitel TV Prima proniká na rozhlasový trh a na trh časopisů, Mafra kupuje rozhlasové stanice)



## Případová studie: Česká republika

### Nezávislost českých médií

- v ČR existují právní a institucionální záruky svobody médií, podepřené zvýšenou citlivostí obyvatel na vměšování politiků do médií (viz televizní krize 2000-1)
- ohrožení svobody a plurality médií v České republice dnes přichází spíše z ekonomické než z politické sféry
- nezávislost médií ohrožuje vstřícný postoj vydavatelů k zadavatelům reklamy
- žurnalisté na pracovním trhu s převisem nabídky nad poptávkou přijímají bez výhrad podmínky stanovené vydavatelem, při konfliktu veřejného zájmu a obchodního zájmu vydavatele se často přiklánějí na stranu vydavatele

## Případová studie: Česká republika

### Závěrem:

- zápas o pluralitu a nezávislosť 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
- médiím v České republice jako celku zatím nehrozí vznik názorového monopolu
- nedostatek rozmanitosti a jistá monotónnost českých médií je způsobena spíše omezeným trhem, na němž všichni hráči usilují o získání většinového publika, na menšinové zájmy a témata se nedostává prostoru a prostředků
- otázkou zůstává, zda a jak dlouho stav relativní plurality českých médií vydrží, a zda nepodlehne globalizačním trendům, které nahrávají velkým nadnárodním korporacím



## Vplyv vlastníctva médií na ich nezávislosť a pluralitu

Bratislava, 20. október 2004  
INEKO - Inštitút pre ekonomické  
a sociálne reformy

# Děkuji za pozornost

Milan Šmíd,  
Univerzita Karlova, Česká republika

