

## Od globalizace k oligarchizaci: proměny mediálního vlastnictví ve střední a východní Evropě

Václav Štětka, Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK,  
[vaclav.stetka@fsv.cuni.cz](mailto:vaclav.stetka@fsv.cuni.cz)

Článek psaný pro časopis Reportér 03/2014

***Penta na Slovensku, Babiš a Křetínský v Česku. Česká a slovenská mediální scéna zažívají nebývalé majetkové otřesy a nástup nového typu majitelů: domácích miliardářů a mocných finančních skupin, skupujících jeden mediální dům za druhým. Ačkoli toto téma již nějakou dobu hýbe veřejným prostorem, dosavadní reflexe se jen málokdy ptají po jeho hlubších příčinách. Jak ukazuje tato analýza, podobné trendy přitom můžeme vidět i dalších zemích našeho regionu.***

Letošní čtvrtstoleté výročí sametové revoluce má pro slovenské novináře z deníku SME značně nahořklou příchuť. Jeden ze symbolů odporu proti Mečiarovu autoritářskému režimu a hlas demokratické opozice v době vlády Roberta Fica, označující se ústy svého komentátora Petera Schutze za „poslední svobodné a současně vlivné médium na Slovensku“, změnil v říjnu majitele, když poloviční podíl ve společnosti Petit Press, vydávající kromě SME rovněž deníky Korzár, Új Szó a síť regionálních týdeníků MY, odkoupila od německého vydavatelství Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft slovenská investiční skupina Penta, která jen nedlouho předtím získala majetkovou kontrolu nad vydavatelstvími Trend Holding a 7 Plus. Ačkoli zbývajících padesát procent akcií Petit Press stále drží původní investor Peter Vajda, okamžitou reakcí na majetkovou účast této firmy, jejíž představitel Jaroslav Haščák podle spisu Gorila udržoval klientelistické vazby s řadou vrcholných politiků a podílel se na ovlivňování veřejných zakázek, byl odchod velké části redakce včetně šéfredaktora Matúše Kostolného, obávající se ztráty editoriální nezávislosti pod novými vlastníky, které list samotný opakovaně vykresloval jako symboly prorůstání státu a velkého byznysu na Slovensku. Přestože Kostolný plánuje se svými kolegy založit nové zpravodajské médium, je zřejmé, že po této akvizici se prostor pro nezávislou žurnalistiku na Slovensku opět významně zmenšil: velkou většinu slovenských názorotvorných médií dnes přímo či nepřímo kontroluje triumvirát Penty, skupiny J&T (TV Joj, rádia Jemné a Anténa, deník Pravda a nejnověji údajně i bulvární deník Nový čas) a podnikatele Ivana Kmotríka (zpravodajský kanál TA3 a distribuční síť Mediaprint Kapa).

Podobnost s nedávnými vlastnickými změnami v českých médiích samozřejmě není čistě náhodná – ostatně právě Penta se netají úmysly proniknout i na český mediální trh, jehož vlastnická struktura po radikální majetkové transformaci v posledních dvou letech nese řadu shodných rysů s výše popsanou situací na Slovensku. Po odchodu několika zahraničních

investorů nyní převážnou část zpravodajských médií ovládá pětice hlavních aktérů, jimž jsou Andrej Babiš (Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Rádio Impuls, 5+2), Daniel Křetínský a Patrik Tkáč (Blesk, Aha, Sport, Reflex), Zdeněk Bakala (Hospodářské noviny, Respekt, Aktuálně.cz) a Jaromír Soukup (Týden, Impuls, TV Barrandov), přičemž se spekuluje o další konsolidaci trhu, která by majetkovou koncentraci médií v rukou hrstky domácích miliardářů ještě zvýšila.

Jakkoli dramaticky se tento vývoj může jevit z pohledu domácí veřejnosti i novinářské obce, nejedná se přitom o žádné česko-slovenské specifikum. Nástup lokálních oligarchů a podnikatelských skupin do role majitelů zpravodajských médií, které houfně opouštějí zahraniční investoři, je trendem, který v posledních několika letech charakterizuje velkou část regionu střední a východní Evropy. Pro většinu z nich byl přitom hlavním motivem k odchodu pokles příjmů, vyvolaný či přinejmenším významně znásobený důsledky ekonomické krize z let 2008/2009.

### **Západ zvedá kotvy**

Pád finančních trhů a následná globální hospodářská recese zasáhly mediální trhy střední a východní Evropy v průměru mnohem intenzivněji než většinu ostatních evropských států. Nejhlubší propad zaznamenaly pobaltské země společně s Rumunskem – celkové reklamní výdaje poklesly v těchto státech o více než 40 procent, přičemž investice do reklamy v novinách se během let 2008-2010 v průměru snížily o celých sedmdesát procent v Lotyšsku a Rumunsku, a o více než polovinu v Estonsku a Litvě. Jedním z prvních zahraničních majitelů, který na tuto krizi zareagoval povellem k ústupu, byl švédský Bonnier, vydavatel nejčtenějšího lotyšského deníku Diena, dlouhodobě pokládán za jedno z nejserióznějších médií v regionu. Ani tato reputace však nedokázala vyvážit pětasedmdesáti procentní výpadek inzertních příjmů, který Diena utrpěla v první polovině roku 2009, takže ještě v červnu téhož roku se Bonnier ztratového vydavatelství zbavil. Podobný osud potkal v roce 2010 slovenský levicový deník Pravda, dlouhodobě se potýkající s poklesem čtenosti, který jeho britský majitel, Daily Mail and General Trust prodal oficiálně české společnosti Florena, kterou do té doby v mediálním byznysu nikdo neznal, neoficiálně pak kruhům blízkým straně SMER, jak pozorovatelé usuzují z faktu, že transakci zprostředkovala finanční skupina J&T, známá úzkým kontakty na premiéra Roberta Fica. Tentýž britský vydavatel o tři roky později odešel také z maďarského novinového trhu, kde vydával druhý nejprodávanější tabloid Bors a dva významné regionální deníky. Rok 2010 byl rovněž ve znamení úprku západních investorů z Balkánu, což platilo zejména o německém vydavateli Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ), který se stáhnul z Bulharska, Rumunska a Srbska (o dva roky později i z Makedonie), a švýcarském koncernu Ringier, který výrazně zredukoval své portfolio v Rumunsku. Odchodu zahraničních majitelů se nevyhnulo ani Polsko, jediná evropská země, která během ekonomické krize neupadla do recese; v roce 2011 se britský investiční fond Mecom zbavil poloviny podílu ve vydavatelství Presspublica (vydávající mj. třetí nejčtenější polský deník Rzeczpospolita), které odkoupil podnikatel Grzegorz Hajdarowicz, a následující rok opustil

polský trh úplně, když prodal svá lokální periodika místnímu lídrovi tohoto segmentu, německému vydavatelství Verlagsgruppe Passau.

Jak ovšem dokládá nedávný odchod německých, švýcarských či finských investorů z českého trhu, stejně jako výše popsané majetkové přesuny na Slovensku, trend ústup zahraničního vlastnictví se nezastavil ani poté, co se ekonomiky zemí středo- a východoevropského regionu opět začaly dostávat do černých čísel. Tento fakt naznačuje, že ekonomická krize byla spíše akcelerátorem hlubších strukturálních problémů, které byly v sektoru tištěných médií vesměs přítomné už před jejím vypuknutím. Což mimo jiné také znamená, že proces de-globalizace mediálních trhů, který byl propadem ekonomiky v řadě zemí odstartován, nemusí být ještě zdaleka u konce.

### **Média v rukou oligarchů: od zisku k vlivu**

Rychle se obracející poměr zahraničního a domácího vlastnictví, zejména v sektoru tištěných médií – s výjimkou Maďarska mají dnes ve všech státech bývalého východního bloku tržní převahu vydavatelé v rukou lokálních majitelů – není jediným společným jmenovatelem probíhající vlastnické transformace v našem regionu; další zjevnou paralelu nabízejí profily vlastníků samotných. Nadnárodní mediální korporace a západní vydavatelé, provozující média primárně za účelem zisku, byli až na výjimky nahrazeni domácími podnikatelskými elitami, vesměs patřícími k nejbohatším lidem v dané zemi; většina z nich má přitom ekonomické centrum zájmů a tedy i hlavní zdroj příjmů v jiné oblasti než je mediální průmysl, ať už je to energetika, finančnictví, obchod s realitami, zdravotnictví či další lukrativní sektory. V Maďarsku je tento vlastnický model reprezentován osobami jako Lajos Simicska, majitel konstrukční společnosti Közgép a současně klíčová osoba v pozadí deníku Metropol (odkoupeného v roce 2011 od Metro International), anebo Gábor Széles, miliardář v čele průmyslové skupiny Ikarus, jenž vlastní kabelovou stanici Echo TV a především vlivný, kdysi liberální (dnes však národně pravicový) deník Magyar Hírlap. V Lotyšsku je podle tamních novinářů a občanských aktivistů převážná část tištěných médií pod přímou či nepřímou majetkovou kontrolou tria oligarchů, kterými jsou Aivars Lembergs (dlouholetý primátor města Ventspils), bývalý ministr dopravy a jeden z nejbohatších Lotyšů Ainars Šlesers, a konečně bývalý premiér Andris Šķēle; totéž trio se pravděpodobně rovněž podílí na ovládnutí výše zmíněného deníku Diena, formálně vlastněného podnikatelem Koziolsem. V Bulharsku, taktéž charakterizovaném vysokou mírou netransparentnosti vlastnických struktur, je trh tištěných médií po odchodu kdysi dominantního německého koncernu WAZ de facto rozdělen mezi dvě znepřátelené mediální skupiny, z nichž jednu ovládá šéf největší bulharské farmaceutické společnosti Sopharma Ognyan Donev, druhou – tu mocnější – pak jeden z nejvlivnějších domácích finančníků, bankéř Tsvetan Vasilev, společně s politikem Delyanem Peevskim. V Rumunsku, kde ze zahraničních investorů zůstal v roli posledního Mohykána už pouze Ringier, aktuálně dochází k obměně vlastníků klíčových mediálních skupin, když ti dosavadní jsou buďto ve vězení (jako Dan Voiculescu, miliardář, senátor a bývalý agent tajné

služby Securitate) anebo čerstvě po smrti (někdejší naftový král, šéf společnosti Rompetrol Dinu Patriciu). Nic však nenasvědčuje tomu, že by se tato výměna měla odehrávat mimo rámec již zaběhnutého vlastnického modelu – jak se zdá, staří oligarchové zkrátka pouze ustupují novým.

Je zřejmé, že tento šířící se model oligarchického vlastnictví nemá vliv pouze na obecný charakter mediálních systémů střední a východní Evropy, které se tak co do majetkových struktur stále více podobají systémům postsovětských republik, ale nese s sebou rovněž praktická rizika v podobě omezení redakční autonomie a novinářské svobody. Navzdory téměř rituálnímu ujišťování nových majitelů o tom, že jejich mediální investice jsou motivovány pouze snahou o finanční profit, respektive že jsou – slovy Miloše Zemana, komentujícího prodej deníku SME – „normální ekonomickou operací“, většina pozorovatelů je přesvědčena o tom, že hlavním účelem těchto akvizic s často nejistou finanční návratností je získání nástroje k prosazování politického a společenského vlivu, který má napomoci jejich primárním obchodním (a v některých případech i politickým) zájmům. Využívání tohoto nástroje přitom nemusí nezbytně nabývat podoby přímých editoriačních zásahů či zjevné propagandy, jakkoli ani tyto formy instrumentalizace médií nejsou v regionu nikterak výjimečné. Je obecně známo, že vliv lze uplatňovat nejen dobře načasovaným zveřejněním informací, ale také potlačením určité agendy, k čemuž obvykle nejsou zapotřebí direktivní telefonáty do redakce; novináři samotní nezřídka přiznávají, že v takových médiích mnohem snáze podléhají autocenzuře, když se raději vyhýbají tématům souvisejícím s podnikatelskými či politickými aktivitami vlastníků.

### **Vstříc nejisté budoucnosti**

S pokračující krizí tradičního modelu financování komerčních médií, vhnějící především tištěné tituly do náruče majetných oligarchů a podnikatelských skupin, kteří jsou ochotni a schopni jejich provoz přinejmenším po nějakou dobu dotovat z jiných zdrojů, narůstají obavy o další osud profesionální žurnalistiky a její schopnosti dostát příslovečné roli hlídacího psa demokracie. V řadě zemí střední a východní Evropy jsou nositeli této role stále více různé nezávislé novinářské projekty, financované často prostřednictvím nadací, anebo nová, většinou internetová média, mnohdy zakládaná právě redaktory, kteří opustili (či byli donuceni opustit) předchozí periodikum poté, co došlo ke změně majitele. Otázkou, která stále čeká na zodpovězení, je nicméně dlouhodobá udržitelnost těchto nových iniciativ, které si pozornost veřejnosti i optimální způsob financování povětšinou teprve hledají. Pokud neuspějí, může to znamenat, že se region poměrně brzy bude muset rozloučit nejen se zahraničním vlastnictvím, ale současně i s normativním pojetím žurnalistiky jako autonomní profese hájící v prvé řadě veřejný zájem, a nikoli partikulární zájmy těch, kdo momentálně platí účty.