

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií



Bc. Karolína Pelikánová, DiS.

Vlastnictví mediálních domů v ČR

Magisterská práce

Praha 2023

Autor práce: **Bc. Karolína Pelikánová, DiS.**

Vedoucí práce: **JUDr. PhDr. Josef Benda, Ph.D., LL.M.**

Rok obhajoby: 2023

Bibliografický záznam

PELIKÁNOVÁ, Karolína. *Vlastnictví mediálních domů v ČR*. Praha, 2022. 81 s. Magisterská práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí magisterské práce JUDr. PhDr. Josef Benda, Ph.D., LL.M.

Abstrakt

Magisterská práce *Vlastnictví mediálních domů v ČR* popisuje aktuální mediální krajinu v České republice v rámci hlavních vydavatelství s významným zásahem a širokým portfoliem titulů a dále zhodnocuje metodou analýzy pokrytí tématu Získání důvěry vlády s podporou KSČM. Cílem práce bylo popsání proměny struktury vlastnictví mediálních domů, které je momentálně téměř zcela v českých (resp. československých) rukách. Prostřednictvím analýzy popisuje možnou motivaci současných mediálních magnátů.

Abstract

The master's thesis *Ownership of media houses in the Czech Republic* describes the current media landscape in the Czech Republic within the framework of major publishing houses with a significant impact and a wide portfolio of titles and further evaluates the coverage of the topic *Gaining the trust of the government with the support of the KSČM* using the method of analysis. The aim of the thesis was to describe the transformation of the ownership structure of media houses, which is currently almost entirely in Czech (or Czechoslovak) hands. Through analysis, it describes the possible motivation of contemporary media moguls.

Klíčová slova

vydavatelský dům, mediální dům, mediální magnát, deník, noviny, časopisy, tištěný náklad

Keywords

Publishing House, Media House, Media Mogul, Daily, Newspaper, Magazine, Print

Rozsah práce: 109 229 znaků

Prohlášení

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



V Praze dne 2. ledna 2022

Karolína Pelikánová

Mé velké díky patří vedoucímu práce JUDr. PhDr. Josefu Bendovi, Ph.D., LL.M.Mgr.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

| | |
|--|--|
| Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Pelikánová Karolína | Razítko podatelny: |
| Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2014 |  |
| E-mail diplomantky/diplomanta: 73245229@fsv.cuni.cz | |
| Studijní obor/forma studia: Mediální studia/ kombinovaná | |

Předpokládaný název práce v češtině:
Vlastnictví mediálních domů v ČR

Předpokládaný název práce v angličtině:
Ownership of media houses in the Czech Republic

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*)
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2015/ 2016

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):
Vlastnictví mediálních domů v České republice se v posledním desetiletí významně proměnilo, přičemž na toto téma nebyla od roku 2007 vydána komplexní vědecká studie. Zpracování se dočkal pouze periodický tisk v publikaci J. Benda Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006 (souborné zpracování vývoje vlastnictví periodického tisku do roku 2015 je v současnosti stejným autorem připravováno k vydání), ostatní oblasti nebyly vědecky zpracovány.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):
Práce si klade za cíl metodou analýzy mediálního trhu popsat současnou strukturu a proměnu vlastnictví mediálních domů v České republice v posledním desetiletí. Hypotézou, kterou se diplomová práce bude snažit prokázat, je, že vývoj vlastnictví v čase dokumentuje ekonomickou a mocenskou atraktivitu médií v naší společnosti.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):
Úvod – volba tématu a vyhodnocení literatury
Charakter a analýza českého mediálního trhu
Vlastnictví mediálních domů v České republice
Specifika změn vlastnictví mediálních domů
Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):
Aktuální situace: změny vlastnictví médií od roku 2013

Metody (techniky) zpracování materiálu:
Analýza mediálního trhu

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

Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006, Josef Benda, Karolinum – 2007 (*Cílem publikace je podat detailní přehled vlastnictví českého periodického tisku v letech 1989–2006, poukázat na charakteristické rysy jeho vývoje ve sledovaném období a přehledně popsat jeho současný stav a strukturu, a to i s přihlédnutím k legislativnímu kontextu. Tato problematika dosud nebyla v odborné literatuře zpracována, a proto může být publikace významným informativním přínosem pro odbornou i širokou veřejnost, která se zajímá o dění na současné české mediální scéně.*)

Dějiny českých médií, Petr Bednařík, Jan Jirák, Barbara Köplová, Grada Publishing – 2011

(Kniha vám přináší základní chronologicky řazený vhled do vývoje českých médií na pozadí obecně charakterizovaného historického kontextu ve světě a v českých zemích. Zachycuje sociální pozadí vývoje tisku, vysílání a síťových médií a hlavní technologické změny, které se na vývoji médií podílely. Připomíná významné osobnosti, jež jsou s médii a jejich působením neodmyslitelně spjaty. Publikace je určena zejména studentům vysokých a vyšších odborných škol a učitelům mediální výchovy, dějepisu a české literatury a všem, kteří chtějí nebo potřebují zvýšit svou znalost masových médií a povědomí o jejich historickém vývoji.)

Média a společnost, Jan Jiráček, Barbara Köpplová, Portál – 2007 (Média a specifický typ sociální komunikace, na níž se podílejí, stále významnějším způsobem ovlivňují podobu společenského, politického i kulturního života současných společností - včetně podílu na výkonu politické moci - i ekonomickou úspěšnost řady odvětví. Dva autoři se značnou teoretickou i praktickou zkušeností v oblasti fungování médií v České republice nabízejí základní uvedení do studia médií z hlediska sociálněvědní disciplíny mediální studia. Jejich ústředním zájmem je mediální komunikace jako obecný pojem, který zahrnuje institucionalizovanou symbolickou interakci jako společenský proces a složky, které se na ní podílejí (médiá, publikum, společenský kontext). Oproti dosud vycházejícím překladovým publikacím jde o český pohled, beroucí v úvahu historii i současnost mediální scény i mediálních studií u nás. Výklad je doplněn řadou příkladů z České republiky i ze zahraničí.)

Who Owns The Media?, Benjamin M. Compaine, Douglas Gomery, Routledge – 2000 (Tato důkladná aktualizace práce Benjamina Compaina z roku 1979 a 1982 řeší otázku vlastnictví médií, poskytuje podrobné zkoumání současného stavu mediálního průmyslu. Compaine a jeho spoluautor Douglas Gomery pracují s bohatým množstvím údajů o dřívějších svazcích a popisují tak nesčetné změny v mediálním průmyslu a faktory, které přispívají k těmto změnám. Popisují také sociální a kulturní reakce na tyto, také technologické, změny.)

Konec českého tisku, Bořivoj Čelovský, Tilia – 2002 (Neúnavný kritik zahraniční usurpace české kultury se znovu vrací k problému svobody a nezávislosti tisku u nás. Po vydání prvního stejnojmenného příspěvku, který se věnoval ovládnutí regionálního tisku jednou zahraniční mediální společností, sleduje reakce, které vyvolala jeho kritika u českých politiků a ochotu o zjednání nápravy z jejich strany.)

Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda, Noam Chomsky, Seven Stories Press – 2002 (Podle Chomského jsou masová média primárním prostředkem k poskytování propagandy ve Spojených státech. Chomsky například zkoumá, jak masmédiá a průmyslové PR (public relations) zajistili v USA veřejnou podporu vstupu do války. Chomsky se dále dotýká teorie, jak se moderní public relations ve Spojených státech se zaměřuje na "ovládání mysli veřejnosti," a ne na informování. Ovládání médií má obrovský vliv na tajném fungování dezinformací v demokratických společnostech.)

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

- Transformace vydavatelství Economia v multimediální organizaci [rukopis] / Aneta Štefánková; vedoucí práce Miloš Čermák; oponent práce Tomáš Lysoněk
- Profil vydavatelství Novinář [rukopis] / Jana Louvarová; vedoucí práce Barbara Köpplová; oponent práce Jan Halada
- Komparace výročních zpráv vydavatelství Bauer media a Sanoma media [rukopis] / Denisa Klímová; vedoucí práce Barbara Köpplová ; oponent práce Vladimíra Kubíčková
- Vydavatelství a nakladatelství Práce v letech 1989-1992 / Věra Keilová
- Vydavatelství Heinrich Bauer Verlag v České republice: rozbor společnosti a její kolekce časopisů [rukopis] / Anna Michalcová; vedoucí práce Barbara Köpplová; oponent práce Jan Cebe
- Vydavatelství BioMed Central a jeho volně dostupné online časopisy (včetně časopisů českého původu) [rukopis] / Iva Burešová; vedoucí práce Eva Bratková; oponent práce Ivo Šafa
- Směřování největších českých časopiseckých vydavatelství po vydavatelské krizi roku 2000 [rukopis] / Josef Šachta; vedoucí práce Daniel Köppl

Zdroj: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/search/>

Datum / Podpis studenta/ky

Vel. 1
.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Doporučuji se v analýze vlastnictví mediálních domů zaměřit na konkrétní oblast, vlastnictví mediálních domů obecně je pro magisterskou diplomovou práci poměrně rozsáhlé. Doporučuji zabývat se rovněž legislativním prostředím a omezeními koncentrace vlastnictví médií.

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

Benda Josef

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

5.6. 2015 *[Signature]*
.....

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD..... | 7 |
| A 11 S.R.O..... | 16 |
| BORGIS A.S..... | 21 |
| BURDA INTERNATIONAL CZ S.R.O. | 22 |
| CZECH NEWS CENTER A.S..... | 25 |
| BAUER MEDIA V.O.S., MAFRA, A.S..... | 38 |
| MLADÁ FRONTA A.S..... | 46 |
| RF HOBBY S.R.O..... | 48 |
| NOVINÁŘ-VYDAVATEL..... | 61 |
| ZJIŠTĚNÍ MOTIVACE AKTUÁLNÍCH VLASTNÍKŮ K VLASTNICTVÍ MEDIÁLNÍCH DOMŮ | 62 |
| METODOLOGIE | 62 |
| ZÁVĚR..... | 78 |
| SUMMARY..... | 79 |
| POUŽITÁ LITERATURA..... | 81 |
| SEZNAM PŘÍLOH..... | 82 |
| PŘÍLOHY | 82 |

Úvod

Již od doby vzniku knihtisku se lidé snaží předávat si informace v masivnější a zrychlenější podobě. Současná doba je rychlá až neuvěřitelně. Toto mé konstatování jen dokumentuje posledních pět let, za kterých proměnu ve vlastnictví médií bedlivě sleduji právě v souvislosti se shrnutím v této práci. Ten zásadnější přerod ve vlastnictví médií v našich moderních dějinách, tedy po roce 1989, nastal s masivní celosvětovou finanční a hospodářskou krizí kolem roku 2008. Přestože v českém prostředí byly projevy krize mírnější, pro mediální krajinu a fungování médií znamenal tento mezník výraznou proměnu. V prostředí komunikace, a tedy médií, pracuji od roku 2005. Za tu dobu jsem osobně zažila stěhování celých mediálních domů (či jednotlivých titulů), akvizice, změny majitelů, zániky titulů i vydavatelství.

Zásadním znakem přerodu mediálního světa v České republice v poslední dekádě je zcela nová vlastnická struktura mediálních domů. Masivně podporována je rovněž digitalizace jednotlivých titulů i nových médií a také posouvání komunikace do platformy sociálních médií.

Knihy, fotografie, noviny, rádio, televize, počítače, internet, telefony, hudební CD, tablety... Média neboli nosiče informací, nás obklopují na každém kroku, rychlost toku informací je nezměřitelná (pokud se stane významnější událost na opačném konci světa, lidé spojení s jakýmikoli médii o události vědí během několika okamžiků, což je nesrovnatelné s dobou třeba i jen před dvaceti lety, natož pak před sto lety).

Česká média v rukách vlivných místních podnikatelů, tzv. z byznysu

Northcliffovská revoluce na přelomu 19. a 20 století přinesla důležitou proměnu vnímání médií, která do této doby fungovala jako osvěta, zdroj informací, jež se k široké veřejnosti dostávaly také v řádu dní či týdnů. Nicméně lord Northcliff uchopil

svůj Daily Mail jako byznys model, kdy zejména výběrem bulvárních témat cílil na masu a díky obrovskému zásahu získal zásadní objem reklamy, která znamenala komerční úspěch. Již zmiňovaná hospodářská krize kolem roku 2008 tento northcliffovský model zcela oslabila – média upravila významně tištěné náklady, zadavatelé reklam tohoto oslabení využili k ponížení cen za reklamní formáty. Tato etapa také ovlivnila rozvoj digitálních médií, která měla předznamenávat zánik tištěných titulů.

Článek „Time to fight back against the prejudice of 'printism'“ (Wildman, 2015) z digitálního média Media Week, jehož autorem je James Wildman, generální ředitel¹ britské výzkumné agentury Trinity Mirror Solutions, potvrzuje mimo jiné, že předpokládaný konec tištěných médií je nepotvrzený. Agentura podle článku provedla výzkum, který determinoval aktuální vnímání tištěných médií v mediálním průmyslu. Prostřednictvím rozhovorů a kvalitativních skupin v prostředí agentur – zadavatelů reklamy se ukázalo, že tištěná média momentálně oplývají mnoha předsudky. Mezi jinými jako argument, proč agentury tištěná média považují za méněcenná, jsou také různá ocenění či profesní postup, které jsou podle nich snáze dostupné ve světě digitálních médií. Podle autora článku však platí že: „Mediální průmysl si musí znovu uvědomit výjimečnost tištěných médií, která mimo jiné nadále zůstávají jako médium nejsilnějším nástrojem k ovlivňování“ (Wildman, 2015)². Dokonce v článku zaznívá, že agentury nenacházejí tištěná média dostatečně atraktivními. Avšak i v tomto ohledu James Wildman přináší reflexi zažitých trendů a vysvětluje, že příjemce reklamy může být intenzivněji ovlivněn, pokud je reklama zadavatele vsazena do určitého kontextu, který může více vysvětlovat.

¹ Volně přeloženo z originálu „Chief Revenue Officer“.

² Volně přeloženo z originálu: The industry needs to remind itself that print has unique benefits and remains hugely influential, says Trinity Mirror Solutions' James Wildman.“

Autor tak přichází s novým termínem: printism, který má jedním slovem vystihnout bezdůvodnou averzi a diskriminační postoj vytvořený vůči tištěným médiím: „Existence printismu je vskutku markantní v průmyslu, který se pyšní chytrým uvažováním a efektivní komunikací“ (Wildman, 2015)³.

Dění poslední dekády potvrzuje, že závěry Jamese Wildmana jsou aplikovatelné také na Českou republiku.

Cílem mé diplomové práce je snaha o zmapování aktuálního vlastnictví mediálních domů v Česku (a případného vlivu na ně). Základní teze se opírá o princip regulace médií, která jako celek ovlivňuje působení médií. Je však otázkou, zda jsou současní vlastníci médií v České republice motivováni ve svých působících hlubokým zájmem o média jako nositele informací a jejich snahou je přehledně zrychlený tok zpráv rozřídít tak, aby příjemci usnadnili jejich zpracování – sledují tedy celospolečensky prospěšné zájmy; zda se zároveň snaží navázat na tradiční mediální magnáty z přelomu 19. a 20. století; či zda jednoduše řečeno hájí své soukromé mocenské, politické či ekonomické zájmy.

Základním pilířem pro orientaci v problematice s ohledem na dobu po roce 1989 se pro mne stala kniha Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006. Kniha vyšla v roce 2007 v nakladatelství Karolinum – byla vydána Univerzitou Karlovou v Praze. Kniha má 273 stran a je rozdělena do čtyř kapitol: Úvod do problematiky; Legislativní rámec periodického tisku v České republice; Vlastnictví periodického tisku v České republice a Závěr využitý ke shrnutí a zhodnocené poznatků a argumentů. Její autor Josef Benda ve své práci velmi podrobně popisuje nově⁴ nastolený legislativní rámec periodického tisku v České republice, včetně popisu

³ Volně přeloženo z originálu: „The existence of printism is truly remarkable in an industry that prides itself on super-smart thinking and effective communication.“

⁴ Míněno po roce 1989, s nástupem demokratického zřízení v ČR.

vnitrostátních předpisů ČR, vyhlášených mezinárodních dohod a kontextu evropského práva. Tento aspekt je popsán jednak z úhlu pohledu daného kontextu, jednak také v souvislosti s normami, „které česká tištěná média regulují nebo se jich jinak dotýkají“ (Benda, 2007). Právní kontext významně ovlivňuje pozici médií, která v historii lidstva sehrála podstatnou roli, což platí také dnes. V knize jsou jasně dělené oblasti, v nichž se snadno orientuje, přínosem jsou také graficky ztvárněné informace o vydavatelstvích. Pro lepší pochopení aktuální situace je srozumitelné vysvětlení změn vlastnictví, které přinesly politické změny v devadesátých letech a také příchod zahraničních vydavatelů. Vzhledem k autorovu právnímu vzdělání je podrobně zpracovaná kapitola právních norem a legislativní rámec vydávání periodického tisku. Celkově se jedná o velice jasný a podrobný přehled mediální krajiny v České republice po roce 1989.

Autor ve své práci zformuloval následující hypotézu s využitím kvalitní znalosti právního prostředí postkomunistických systémů, kde se díky změnám v legislativě umožnilo leccos nadstandardního. A to včetně usnadnění přílivu zahraničního kapitálu také do oblasti médií. Ekonomiky západní Evropy získaly četné zkušenosti z uplynulých dekád kapitalistického fungování vydavatelství v demokracii, které snadno aplikovaly s příchodem na středoevropské a východoevropské trhy: „Zatímco v západní polovině Evropy vznikly v roce 1945 pluralitní demokracie postavené na zásadách volného trhu, ve východní polovině byly nastoleny totalitní režimy orientované, resp. závislé na Sovětském svazu. Zatímco se v západní polovině Evropy po mnoho desetiletí rozvíjelo soukromé podnikání, ve východní nebylo něco takového možné. Díky tomu se značně prohloubily rozdíly mezi těmito státy. Když se pak státy východní Evropy po roce 1989 snažily o návrat k tržnímu hospodářství, měly proti nim státy západní Evropy velkou kompetitivní výhodu. Státy západní Evropy měly vyspělé technologie, volné kapitálové zdroje, zkušenosti a také nasycené trhy. Ve východní Evropě byla situace

odlišná a vydavatelství ze západní Evropy této příležitosti využila a získala kontrolu nad těmito trhy.

Struktura vlastnictví periodického tisku v ČR i v ostatních zemích tzv. středovýchodní Evropy je složitým konglomerátem, který se od politických změn v roce 1989 překotně vyvíjel a celkově – v souvislosti se zásadními změnami v politické a ekonomické struktuře ČR i celé tzv. středovýchodní a východní Evropy obecně – se za uplynulých 15 let zásadním způsobem přeměnil, přičemž dominantní pozici získala zahraniční vydavatelství. Oproti tomu v západní Evropě byla tato struktura v roce 1989 již stabilizována a k jejím stejně zásadním změnám jako v zemích tzv. středovýchodní Evropy zde ve sledovaném období nedošlo; výjimkou je periodický tisk v oblasti bývalé NDR. Díky tomu zůstal periodický tisk v zemích západní Evropy pod kontrolou domácích subjektů.“ (Benda, 2007)

Toto tvrzení je opřeno o skutečnost, že se ve sledovaném období let 1989–2006 proměnila vlastnická struktura zásadním způsobem, což bylo podpořeno „počáteční velkou liberalizací“ (Benda, 2007) – ze státního vlastnictví přešla média do vlastnictví zahraničních vydavatelů. Ve třetí kapitole je pak srovnávána struktura vlastnictví periodického tisku v tuzemsku s dalšími okolními státy, které prošly obdobným vývojem. Popis uvedeného vývoje je podstatným faktorem sloužícím ke zpracování mé diplomové práce, která se zabývá zejména momentálním „návratem“ vlastnictví médií do rukou tuzemských vydavatelů.

Autor svou hlavní hypotézu postupně opírá o jednotlivá zjištění, která se týkají zejména legislativního rámce problematiky, také o popis ekonomického vývoje spojeného s vydavatelskou činností. Po roce 1989 se jednalo o kroky spojené s

privatizací⁵. Podstatná část práce je členěna do kapitol, v nichž je samotné vlastnictví u jednotlivých periodik podrobně popsáno, a to včetně vývoje vlastnictví českého periodického tisku v době po sametové revoluci⁶ – jednotlivé oddíly se věnují celostátnímu dennímu tisku, regionálnímu dennímu tisku a časopisům. Zmapována je také aktuální situace v dělení na celostátní denní tisk, regionální denní tisk, regionální tisk s delší než denní periodicitou, nedělníky a časopisy.

V závěrečné stati se pak autor zabývá „zhodnocením poznatků a argumentů, formulací a odůvodněním stanoviska k hypotéze“. (Benda, 2007) Z podrobně provedené ekonomické analýzy vlastnictví periodického tisku v ČR dle autorova názoru vyplynulo, že je „ve svém celku srovnatelná se stavem v ostatních státech tzv. středovýchodní Evropy“ (Benda, 2007), čímž se potvrdila jedna z částí stanovené hypotézy. Zároveň z provedené analýzy vyplynul podstatný fakt pro zpracování mé diplomové práce, a totiž že (v dané době) „v Polsku a Maďarsku je míra zahraničního vlastnictví periodického tisku srovnatelná s úrovní v ČR.“ (Benda, 2007) Zajímavé je, že se prosadila stejná skladba vydavatelů – „v oblasti časopisů se vedle německých (Axel Springer AC, Heinrich Bauer Verlag KG, Hubert Burda Media Holding GmbH & Co. KG, Gruner + Jahr AG & Co. KG Druck und Verlaghaus) a švýcarských (Ringier AG, Marquard Media AG, Edipresse SA) vydavatelství výrazněji v zemích tzv. středovýchodní Evropy prosadily též společnosti skandinávské (Sanoma WSOY Oy, Bonnier AB, Orkla Media SA), francouzské (Hachette Filipacchi Presse SA) a americké (Hearst Corporation Inc., IDG Communications Inc.).“ (Benda, 2007) Přes toto zjištění

⁵ **Privatizace** označuje změnu veřejného (státního) na soukromé; zpravidla se tohoto pojmu používá pro převod veřejného majetku do soukromého vlastnictví. Opačným procesem je výkup soukromého majetku státem nebo jeho znárodnění. (cs.wikipedia.org, 2016)

⁶ **Sametová revoluce** (slovensky: *nežná revolúcia*) je označení období politických změn v Československu mezi 17. listopadem a 29. prosincem roku 1989, které vedly k pádu komunistického režimu a přeměně politického zřízení na pluralitní demokracii. K urychlení změn přispěl rozpad bývalého Východního bloku a narůstající nespokojenost obyvatelstva s ekonomickou a politickou situací v zemi. (cs.wikipedia.org, 2016)

se však s ohledem na slovinský⁷ příklad nedá tvrdit, že „dominantní pozici získala zahraniční vydavatelství“. (Benda, 2007) Autor také v závěrečné stati upozorňuje na nutnost „podpory výzkumné činnosti regionálního a místního periodického tisku např. zakládáním specializovaných národních výzkumných center“ (Benda, 2007) – kvůli zpřehlednění situace v oblasti médií zejména z důvodu regulace pluralismu, ochrany a zajištění transparentnosti médií, což je základní předpoklad fungování demokratické společnosti s ohledem na vyvážený přísun informací⁸.

Je zároveň nutné uvědomit si, proč nás vůbec otázka vlastnictví médií má zajímat – důvod je velmi jednoduchý: v současné době mimo ekonomický prospěch je vlastnictví médií zejména otázkou moci. I proto je nezbytné pojmenovat si, jak média fungují. Mají neomezený prostor? Naopak – limity jsou nastaveny již z hluboké historie: „Regulace médií představuje soubor ideologicky, politicky, ekonomicky nebo eticky motivovaných postupů a prostředků, s jejichž pomocí je ovlivňováno a omezováno působení médií v prostoru regulační kompetence. Opatření působící na jednání médií mohou být motivována politicky snahou udržet si moc, nebo k ní naopak získat přístup, snahou předejít společensky nežádoucímu účinku médií, či naopak vést je ke společensky žádoucímu jednání, nebo ekonomicky.“ „Média se významně podílejí na životě společnosti – jsou její součástí, ovlivňují její život v nejrůznějších rovinách, od rytmu každodenního života přes ekonomické poměry po rozdělení politické moci. Společnost proto nezůstává k médiím netečná a snaží se na jejich jednání působit. Toto působení se liší podle konkrétního politického uspořádání společnosti: jinak se s médii vyrovnává či vyrovnával absolutistický panovník, jinak parlamentní demokracie, jinak

⁷ „...ve Slovinsku, kde je většina společností vydávajících periodický tisk ovládána domácími společnostmi, z nichž je většina do jisté míry ovládána státem... zahraniční vlastníci nemají v oblasti periodického tisku dominantní pozici.“

⁸ Byť v době před téměř deseti lety autor upozorňuje na nezbytnost obdobné kontroly také v oblasti elektronických médií.

autokratický či totalitární režim.“ „Významným motivem působení na média je snaha zabránit tomu, aby média nějak narušila dané rozdělení moci. V takovém případě se působení na média zaměřuje na obsahy, které média nabízejí. Ten, kdo je u moci nebo kdo je schopen moc uplatnit (ať panovník, církev, vláda), může dosáhnout toho, že předem zkontroluje, co všechno médium připravilo ke zveřejnění (například co bude v zítřejších novinách či v příštím čísle časopisu, která kniha vyjde apod.).“ „V kapitalistických společnostech tak vlastně vznikl nový rámec působení na média: jejich oddělování od státu, zákonem upravené a garantované postavení – a především jejich závislost na trhu. Média se postupem času stala ekonomickými subjekty, jejichž působení stojí především na logice trhu a jeho působení. To ovšem neznamená, že média jsou podřízena pouze a výhradně logice trhu (i když v období nadnárodních, globalizujících se oligopolů je právě logika tohoto ‚globálního‘ trhu faktorem, který ovlivňuje chování médií stále výrazněji).“ „Soudí se totiž, že případné dominantní či monopolní postavení jednoho média či jedné mediální skupiny v daném státě může ohrozit mnohost veřejně probíraných postojů, pluralitu názorů, kvalitu demokratického života. Tak lze v jednotlivých zemích najít zákonná ustanovení omezující možnost koncentrace vlastnictví v mediálním sektoru (například kombinované vlastnictví rozhlasových a televizních stanic a denního tisku) či rozhodnutí soudu oslabující monopolní postavení jednoho vydavatele či vysílatele nuceným rozdělením jeho podniku.“ „Ti, kdo média vlastní a provozují, mohou mít (a často mívají) jasnou představu, co od ‚svých‘ médií očekávají – ať už proto, aby s jejich pomocí dosáhli nějakého politického cíle, nebo aby si udrželi dobrou pověst a dobré postavení na trhu. Tak například američtí vydavatelé senzačního masového tisku na přelomu 19. a 20. století se dohodli, že zmírní dravost a dryáčnictví svých listů, aby proti sobě nevyvolávali odpor společnosti. Ze stejného důvodu se v první polovině 90. let dohodli

generální ředitelé českých celoplošných televizí na tom, co budou považovat za násilný obsah a vysílat až po desáté hodině večerní.“ „V současnosti jsou v České republice tyto významnější autoregulační orgány a instituty mediální sféry: Rada pro reklamu (sdružení reklamních agentur), Syndikát novinářů ČR, různé odborové organizace pracovníků v médiích, Unie vydavatelů denního tisku, Asociace provozovatelů soukromého vysílání, instituty redakčních kodexů.“⁹ (rvp.cz, 2016)

Z pohledu potvrzení hlavní teze práce, a totiž dokumentace ekonomické a zejména mocenské atraktivity médií v naší společnosti, v jednotlivých kapitolách popíšu a pojmenuji aktuální rozložení hlavních mediálních domů v České republice, aktuální vlastnictví.

⁹ <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/554/REGULACE-MEDII.html/>

A 11 s.r.o.

„Vydavatel lokálního, odborného a lifestyleového tisku.“ (A11.cz, 2022) Vydavatelství vzniklo v roce 2004, svoje aktivity v posledních dvou letech rozšiřuje na odborné a lifestyleové tituly, doplňuje do svého portfolia televizi. Stává se tak jedním z nejrozšířenějších periodik v regionech na českém trhu. Vydavatelství řídí jeden ze zakladatelů nejúspěšnějšího webového portálu Alza.cz Aleš Zavoral, marketingové aktivity řídí Jan Kulich.

„Nevím o moc vydavatelstvích, která by byla dnes v plusovém hospodaření. Vše platíme skutečně jen z našich výnosů.“ (mediaguru.cz, 2020) „Mnohé regionální noviny a časopisy vznikají jen před volbami. My jsme jiní. Všechno, co děláme, musí být výdělečné, nechceme čekat čtyři pět let na nějaký bod zlomu, říká vydavatel Aleš Zavoral, jehož snem je postavit regionální televizi.“ (newstream.cz, 2022)



Noviny Náš REGION, které se zaměřují především na lokální témata, jsou čtenářům zdarma dostupné na distribučních místech po celé republice (obchodní řetězce COOP, pobočky České pošty apod.). Publikovány jsou v různé periodicitě: týdeník, čtrnáctideník či měsíčník. Jejich aktuální kumulovaný tištěný náklad se pohybuje kolem 2 540 000 výtisků.¹⁰ Šéfredaktorem těchto bezplatných novin je

Marek Brodský.



Titul Ze ZDRAVOTNICTVÍ je odborný čtrnáctideník pro lékaře, sestry, ale i ostatní nelékařské zdravotnické profese, manažery ve zdravotnictví či zaměstnance státní správy. Ze ZDRAVOTNICTVÍ bylo poprvé vydáno roku 2019 a jeho šéfredaktorem je nyní Martin Březina.¹⁰



PROFI Medicína je exkluzivní čtrnáctideník, který je určen pouze pro odbornou lékařskou veřejnost. Obsahem jsou specializované články a měsíčně pak i podrobnější přílohy vznikající ve spolupráci s uznávanými lékaři z oboru. Šéfredaktorkou titulu, který vychází od roku 2016, je Alena Palčová.¹⁰



PROFI Poradenství & Finance je měsíční odborný magazín pro profesionální finanční poradce. Svým čtenářům proto přibližuje analýzy, informační servis, strategie, rady a náměty. Tento specializovaný titul, jehož šéfredaktorkou je Jana Chuchvalcová¹⁰, byl poprvé publikován roku 2015.



PROFI HR je odborný magazín, který se zaměřuje na oblast human resources, a je tak určen především HR manažerům a personalistům, profesně odpovědným za vedení lidí. Publikován je pravidelně jednou za dva měsíce, a to už od roku 2014. Šéfredaktorkou tohoto titulu je Barbora Štanglová.¹⁰



EKO ČESKO je měsíčník přinášející aktuální informace z oblasti energetiky, obnovitelných zdrojů, odpadového hospodářství, problematiky životního prostředí a jejich vlivu na fungování firem a samospráv. Titul se poprvé objevil v roce 2021 a jeho šéfredaktorem je Petr Láska.¹⁰



Magazín TRANSPORT Journal je úzkoprofilově zaměřený titul, který přináší aktuální informace, zajímavé testy a články z dopravy. Tento časopis je od roku 2021 vydáván dvakrát ročně a jeho šéfredaktorem je Jiří Krupička.¹⁰



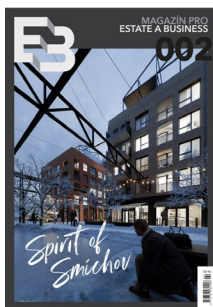
Lawyers & Business od roku 2020 detailně mapuje právní svět se zaměřením na advokacii a poradenský byznys. Na tvorbě obsahu se podílejí přímo experti, praktici i významné právní instituce, do jejichž činnosti pak čtenáři přímo nahlízejí prostřednictvím specializovaných rubrik. Vedoucím redakce je Jan Januš.¹⁰ Lawyers & Business vychází pravidelně jednou za dva měsíce.



Koncept PREMIUM GUIDE čtenářům přibližuje efektivní formu prezentace B2B i B2C klientů. O exkluzivní obsah zaměřený na podnikatele a manažery se stará šéfredaktorka Kateřina Černá.¹⁰ Časopis je vydáván na měsíční bázi od roku 2020.



Titul Innovation je komplexním průvodcem ve světě investic, realit, řízení firem a lidských zdrojů. Tento měsíčník zároveň přináší rozhovory s úspěšnými podnikateli, ale například i lifestylevé články pro odreagování. Titul vychází od roku 2015 a jeho šéfredaktorkou je Bára Štanglová.¹⁰



Estate & Business jednou za dva měsíce přináší podrobné informace o aktuálním dění, ekonomické situaci a lidech v oblasti nemovitostí, architektury a designu. Redakci tohoto magazínu, poprvé publikovaného v roce 2021, vede Jana Chuchvalcová.¹⁰



CEO je ideálním magazínem pro generální ředitele firem, protože přináší aktuální informace ze světa byznysu a financí, sleduje tuzemské i světové trendy, a pomáhá tak předpovídat vývoj trhu. Tento titul s průměrným nákladem 10 000 kusů byl poprvé vydán v roce 2022 a v současnosti vychází pravidelně jednou za čtvrt roku.¹⁰



Humoristický měsíčník Sorry poprvé vyšel v březnu 1992 ve vydavatelství JUDr. Fidelise Schlée. Jeho nedílnou součástí jsou i originální kreslené vtipy vytvářené v redakci pod vedením Milana Podobského.¹⁰



Jak už název titulu napovídá, jedná se o inspirační lifestylový magazín, který se zaměřuje na různé druhy volnočasových aktivit, od vaření až po cestování. Čtvrtletník Innspirační vychází od roku 2020 a jeho šéfredaktorkou je Kateřina Staňková.¹⁰



Matka a dítě je čtvrtletník určený speciálně novopečeným maminkám v jejich prvních měsících po porodu. Jako šéfredaktorka má Kateřina Staňková na starosti srozumitelné pojetí odborných doporučení týkajících se péče o dítě, jídelníčku či cvičení po porodu a dalších užitečných témat. První vydání tohoto magazínu se objevilo v roce 2020.¹⁰



Magazín Kutilství vychází pro všechny zručné a tvůrčí lidi pravidelně jednou za dva měsíce. Poprvé byl tento hobby titul vydán roku 2021 a momentálně je jeho tištěný náklad 25 000 kusů. Jeho šéfredaktorem je Milan Ježek.¹⁰



ŠPUNTÍCI je časopis pro nejmenší děti ve věku od 2 do 6 let, ale také pro jejich rodiče a prarodiče. Pomocí říkanek, omalovánek, spojovaček, labyrintů a dalších aktivit mohou děti lépe poznávat svět kolem sebe. Šéfredaktorkou tohoto dětského dvouměsíčníku, poprvé vydaného v roce 2021, je Pavla Köpplová. Jeho průměrný náklad činí 40 000 výtisků.¹⁰



Titul Mladý svět navazuje na jeden z nejoblíbenějších časopisů, jehož historie sahá až do 60. let minulého století. Nyní tento magazín vychází jako měsíčník a jeho tištěný náklad je 45 000 kusů. I přes značnou historii se titul stále věnuje aktualitám ze světa kultury, společenského dění a zábavy. Jeho šéfredaktorem je Jan Januš.¹⁰

¹⁰ Dle A11.cz.

BORGIS a.s.

BORGIS a.s. je český vydavatelský dům v majetku českého novináře Zdeňka Porybného, který aktuálně vydává jediný titul – deník Právo.

Vydavatelství pojí dvě zajímavé osobnosti z mediálního světa – Zdeňka Porybného, který si jako první porevoluční šéfredaktor deníku Rudé právo (od roku 1990 Právo) dokázal získat titul do svého majetku, a miliardáře Iva Lukačoviče, který stvořil nejvlivnější český web Seznam.cz a momentálně spojuje zpravodajský portál Novinky.cz (původně vydavatelství Borgis a.s.), Televizi Seznam a deník Právo, kde je minoritním vlastníkem. Lukačovič buduje silnou mediální divizi, která na rozdíl od dalších tradičních mediálních domů v ČR nestaví na množství vydávaných titulů, ale na kumulovaném zásahu publika. Lukačovič na konci roku 2022 oznámil záměr spojení soutěžitelů u Úřadu pro hospodářskou soutěž, který rozhoduje o případném povolení koupě téměř 60% podílu ve vydavatelství BORGIS a.s. Lukačovič by se tak se svou společností Seznam.cz stal hlavním vlastníkem. (mediaguru.cz, 2023)



Deník Právo vychází od roku 1990, původní výrazně levicové zaměření titulu se v průběhu doby neutralizovalo. Nyní je orientován na regiony a aktuální lokální zpravodajství. Pravidelnou součástí titulu jsou přílohy – magazín Styl pro ženy, Dům & bydlení, Víkend a Magazín Právo. Šéfredaktorem titulu je Zdeněk Porybný.¹¹ Aktuálně noviny vychází v tištěném nákladu 77 700 výtisků.¹²

¹¹ [https://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A1vo_\(den%C3%ADk\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A1vo_(den%C3%ADk))

¹² Dle ABC ČR.

Burda International CZ s.r.o.

Burda International CZ je českou pobočkou mezinárodní společnosti Burda International Holding GmbH, která patří do holdingu Hubert Burda Media KG, který má po celém světě ve svém portfoliu 327 časopisů. (Burda.cz, 2016; Justice.cz, 2023) Koncern vlastní také podíl holdingové společnosti Vogel Burda Holding GmbH, která byla založena speciálně pro expanzi na východ. (Benda, 2007)

Burda International je významné evropské vydavatelství, které zároveň rychle expanduje i na jihoamerické a asijské trhy. Původ společnosti sahá až do poloviny 20. století. Kořeny společnosti Burda International sahají až do první poloviny 20. století. Aeanne Burdová díky finančnímu vstupu svého manžela začala vydávat časopis Burda Moden, a to po odkupu malého módního vydavatelství Effi. Aeanne Burdová přišla také s myšlenkou vkládání módních stříhů, podle kterých mohly čtenářky šít oděvy doma. V roce 1961 se Burda s nákladem 1,2 milionu stává největším módním časopisem na světě.

Vydavatelství Burda Praha bylo založeno v roce 1991 jako společnost s ručením omezeným. V červnu 2011 se Burda International stala stoprocentním vlastníkem vydavatelství Hachette Filipacchi 2000¹³, které se následně transformovalo na BURDA Media 2000 a tato společnost pokračovala ve vydávání významných lifestyleových titulů Elle, Marianne, Maxim Appetit a Marianne Bydlení. V červenci 2014 došlo k fúzi společností Burda Praha a Burda MEDIA 2000.

Aktuálně zde vychází více než čtyřicet titulů, mezi které patří lifestyleové časopisy, tituly pro ženy, tituly pro muže z odvětví ICT, hobby tituly, magazíny o interiérech a designu, křížovky. Burda International CZ vydává také knihy o vaření. Významnou součástí vydavatelství je digitální oddělení – společnost se vydala cestou nových médií, avšak nepříliš úspěšně. Avšak nadále tuto činnost akcentuje ve svém portfoliu. (Burda.cz, 2016)

¹³ Vydavatelství Burda Eastern Europe se stalo 100% majitelem Hachette Filipacchi 2000. (Mediaguru.cz, 2011)



Časopis *Apetit* pro své čtenáře už od roku 2004 přináší recepty české i světové kuchyně, ale také novinky nebo užitečné tipy z gastrosvěta. Šéfredaktorkou tohoto lifestylevého měsíčníku je Jana Kopecká. Jeho tištěný náklad je aktuálně více než 40 000 výtisků.¹⁴



Časopis *ELLE* je nejprodávanějším módním časopisem jak v Česku, tak ve světě. Šéfredaktorkou titulu, jehož tradice sahá do roku 1994, je Thea Kučerová. Tento prestižní měsíčník, který se tradičně zaměřuje na nejnovější trendy z oblasti módy, kosmetiky, kultury, designu a dalších, vychází v tištěném nákladu 27 300 výtisků.¹⁴



Marianne je lifestyleový magazín určený především soběstačným a inteligentním ženám. Počátky titulu sahají do roku 2000, ale momentálně vychází na měsíční bázi a jeho tištěný náklad se pohybuje kolem 41 200 výtisků.¹⁴ Šéfredaktorkou tohoto inspirujícího časopisu je Monika Mudranincová.



Lifestyleový časopis *Svět ženy* je určen čtenářkám, které si rády užívají života. Od roku 2002 přináší každý měsíc rozhovor s oblíbenou českou celebritou, přibližuje aktuální témata nebo nabízí reportáže odrážející svět, v němž žijeme. Šéfredaktorkou titulu je Pavla Totušková. Magazín aktuálně vychází v tištěném nákladu 25 400 výtisků.¹⁴



Nosným titulem vydavatelství je od roku 1989 stejnojmenný měsíčník *Burda*. Čtenářkám přináší nejnovější trendy světové módy a doplňuje je o originální střihy, podle kterých si mohou ušít vlastní modely. Šéfredaktorkou titulu s aktuálním nákladem 23 000 výtisků je Dagmar Vlasáková.¹⁴



Marianne Bydlení je tradičním titulem z roku 2004, který se zabývá segmentem bydlení. Redakční tým tvoří profesionální interiéroví architekti pod vedením šéfredaktorky Karolíny Hůlové. Titul aktuálně vychází v tištěném nákladu 28 200 výtisků.¹⁴



Marianne Venkov & styl je jediný časopis na českém trhu, který se komplexně věnuje českému venkovu – od bydlení a zahrady přes chov domácích zvířat, tradiční řemesla či dětské hry až po recepty z regionálních surovin. Šéfredaktorkou titulu je Eva Všetická. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 18 000 výtisků.¹⁴



Elle Decoration je unikátním titulem představujícím designové trendy a novinky, stylové interiéry, architekturu, výtvarné umění a zajímavé osobnosti z těchto oborů. Šéfredaktorka titulu, který odstartoval v roce 2009, je Thea Kučerová. Aktuálně magazín vychází v tištěném nákladu 18 000 výtisků.¹⁴



Naše krásná zahrada je měsíčník, který od roku 1996 pravidelně přináší užitečné informace všem nadšencům do zahradničení. Šéfredaktorem titulu je Jiří Dvořák a jeho náklad je aktuálně 45 000 kusů.¹⁴



Chip je dlouhodobě nejprodávanější tuzemský měsíčník o digitálních technologiích, který byl na trh poprvé publikován v roce 1991. Redakci zde má na starosti Josef Mika. Tištěný náklad tohoto IT magazínu je 19 500 výtisků.¹⁴

¹⁴ Dle ABC ČR.

CZECH NEWS CENTER a.s.

CZECH NEWS CENTER a.s. je vydavatelství, které bylo založeno v roce 2014 na základech původního mediálního domu Ringier Axel Springer CZ a.s. Ústředním titulem je deník Blesk a jeho specializované magazíny. Blesk je nejprodávanějším deníkem v ČR¹⁵. CNC vydává 26 časopisů a samostatně prodejných speciálů, mj. týdeník Reflex, Blesk pro ženy, Blesk Vaše recepty, Blesk Hobby, Blesk Zdraví, Svět motorů, AutoTip apod.

Vlastníky společnosti jsou Daniel Křetínský¹⁶ a Patrik Tkáč, kteří do vlastnické struktury vydavatelství vstoupili na jaře 2014. Mezi další projekty vydavatelství patří například virtuální telefonní operátor BLESKmobil a dodavatel energie BLESKenergie. (cncenter.cz, 2016)

CN Invest a.s.

Nejnovější vydavatelství na mediálním trhu v České republice se jmenuje CN Invest a. s. Funguje od června 2016. Společnost sídlí v Praze 7, v ulici Komunardů. Přesně od 1. 6. 2016 se stala společnost CN Invest a.s. vydavatelem a provozovatelem veškerých periodických titulů a internetových stránek odkoupených Serafico investment s.r.o. od Mladé fronty a.s. Společnost CN Invest a.s. náleží stejně jako společnost CZECH NEWS CENTER a.s. do koncernu CZECH MEDIA INVEST a.s. Tímto krokem dochází od 1. 6. 2016 k finálnímu začlenění nově získaných médií do rámce koncernu. Společnost CZECH MEDIA INVEST a.s. vznikla před pěti lety a sídlí na adrese Pařížská 130/26, Josefov, 110 00 Praha 1. Společnost se do 9. 7. 2014 jmenovala Basic Properties, a.s. a změnila jednou sídlo. Obě dceřiné společnosti CMI mají pětičlenné představenstvo složené z předsedkyně představenstva PhDr. Libuše Šmuclerové a členů představenstva JUDr. Daniela Křetínského, Davida Bregara,

¹⁵ Dle ABC ČR.

¹⁶ Spolu se skupinou J&T vlastní fotbalovou Spartu. Mimo fotbal je šéfem konglomerátu jménem Energetický a průmyslový holding (EPH). Sparta je ekonomicky nejsilnějším českým klubem, ovšem jen díky podpoře vlastníků, ti museli od roku 2004, kdy do klubu přišli saturovat její kumulovanou ztrátu přesahující už vysoko sumu miliardy korun. Klub v daném období získal jen čtyři tituly, pouze dvakrát, a to jen na začátku působení Křetínského, hrál štedře honorovanou Ligu mistrů. Příjmy z ní chybí, proto vlastníci musí klub dotovat. V září 2012 se mladý miliardář osobně angažoval v zákulisním boji s Plzní, když rozpoutal aféru tzv. Křetínského tašky. Křetínského majetek činí podle Forbesu 13,2 miliardy Kč. Jeho firmy ovšem zároveň tíží vysoká dluhová zátěž. Křetínský je též spolujednatel některých vydavatelství Ringier ČR (Blesk, Reflex, deník Sport), přejmenovaného na Czech News Center. (Aktualne.cz, 2016)

Daniela Častvaje a Ing. Tomáše Stránského. Sídlo redakcí a dalších útvarů spojených s jejich provozem bude nadále na adrese Komunardů 1584/42, 170 00 Praha 7. (Mediaguru.cz, 2016)

Czech News Invest převzala většinu titulů vydavatelství Mladá fronta a.s., mezi které patřily ekonomický deník E15, E15 Weekly, společenské tituly pro ženy (Moje psychologie, Maminka, Betyňka, F.O.O.D., Dieta, Moje zdraví), tituly pro muže (ForMen, Computer, Lidé a Země, Bydlení Stavby Reality), časopisy pro děti (Sluníčko, Mateřídouška) a společenské tituly (Strategie, ZEN magazín). Divize Online provozuje například zpravodajský web E15.cz, Avmania.cz, Abecedazahrady.cz, Connect.cz, Digiarena.cz, Finexpert.cz, Lideazeme.cz, Hledejdeny.cz, Strategie.cz, ženské weby (Dáma.cz, Recepty.cz, Fitweb.cz, Maminka.cz, Zeny.cz), mužské weby (Živě.cz, MobilMania.cz, AutoRevue.cz, Doupe.cz, F1sport.cz, Sportrevue.cz, Motogpsport.cz, Formenonline.cz) a cestovatelský portál Orbion.cz. Struktura portfolia se po plném převzetí částečně proměnila.



Blesk je nejprodávanějším deníkem v České republice, vychází zde již od roku 1992. Pravidelné přílohy Nedělní Blesk či Blesk TV magazín mají své vedoucí vydání, šéfredaktorem deníku Blesk je Radek Lain. Tento úspěšný bulvární titul vychází v průměrném tištěném nákladu 152 000 výtisků.¹⁷



Druhým nejčtenějším tabloidem v Česku je deník Aha!, který vznikl v roce 2004. Jeho čtenáři jsou převážně ženy, s čímž se pojí i tematické zaměření článků. Ty jsou pravidelně doplněny o rady odborníků a speciální přílohu NÁPADník. Šéfredaktorem časopisu s tištěným nákladem 92 000 je Radek Lain.¹⁷

¹⁷ Dle ABC ČR.



Ekonomický deník E15 je jedním z nejrespektovanějších zpravodajsko-publicistických médií na trhu. Od roku 2007 přináší aktuální zprávy a komentáře týkající se nejen domácí a světové ekonomiky, ale i politiky, byznysu a financí. Šéfredaktorem deníku E15 je Nikita Poljakov. Aktuálně vychází v průměrném tištěném nákladu 13 500 výtisků.¹⁷



Blesk pro ženy je lifestylový týdeník aktuálně s největším zásahem ve svém segmentu. Šéfredaktorkou je Marie Dvořáková. Od roku 2004 vychází každý týden téměř 134 000 výtisků.¹⁷



Společenský týdeník Aha! je určen ženám, obsahuje mimo jiné rady odborníků. Součástí je speciální příloha NÁPADník. Šéfredaktorkou časopisu je Lenka Dostálová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 49 600 výtisků.¹⁷



Měsíčník BLESK Zdraví nám již od roku 2006 nabízí kompletní přehled v rámci zdravého životního stylu. Jeho šéfredaktorkou je Dana Mertová. Časopis aktuálně vychází v tištěném nákladu 28 800 výtisků.¹⁷



Magazín Blesk Vaše recepty jednou za měsíc nabízí svým čtenářům 60 receptů spolu s tipy a triky užitečnými při vaření. Šéfredaktorkou magazínu je Dana Mertová a jeho tištěný náklad je více než 47 000 kusů.¹⁷



Měsíčník Blesk Hobby je určen všem zručným kutilům a nadšeným zahrádkářům. Jeho první vydání pochází z roku 2005. Titul aktuálně vychází v tištěném nákladu 43 200 výtisků a o vedení redakce se stará Dana Mertová.¹⁷



Blesk Bydlení je měsíčník určený jak pro ženy, tak i muže, protože nabízí rady a tipy ohledně samotné stavby domu, přes zařizování interiéru a jeho design až po doplnění prostoru rostlinami. Šéfredaktorkou titulu z roku 2017 je Markéta Růžičková. Časopis aktuálně vychází v tištěném nákladu 17 000 výtisků.¹⁷



Reflex je kvalitním společenským týdeníkem, který vychází pravidelně každý čtvrtek. Přináší neotřelý vhled do aktuálního dění v politice a veřejném prostoru. Jeho historie sahá do období sametové revoluce a první vydání se objevilo v roce 1990. V současnosti je pod šéfredaktorským dohledem Marka Stoniše týdně publikováno téměř 45 000 kusů, které zaujmou nejen svými články, ale i vizuálem titulní strany.¹⁷



Časopis Lidé a Země vychází jako měsíčník nepřetržitě již od roku 1952. Jeho šéfredaktorem je Jan Čermák. Časopis je zaměřen na reportáže a články o exotických kulturách, jejich zvycích a tradicích, které jsou navíc doplněny o reportážní fotografie. Aktuálně je titul publikován v tištěném nákladu 18 500 výtisků.¹⁷



Prestižní měsíčník F.O.O.D. řadíme mezi foodstylové magazíny, nabízející zajímavé recepty a užitečné rady z oblasti gastronomie. Jeho šéfredaktorem je od roku 2021 účastník televizní kulinářské reality show MasterChef Česko Jiří Hilgart. V roce 2022 vycházel titul v tištěném nákladu 18 800 výtisků.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Lifestylový magazín Moje psychologie každý měsíc přináší rady, tipy a doporučení odborníků užitečné pro překonání úskalí partnerských, přátelských a kolegiálních vztahů. Šéfredaktorkou je Klára Antošová. V roce 2022 vycházel časopis v tištěném nákladu 17 300 výtisků.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Časopis Dieta v portfoliu vydavatelství CNC cílí na zdravý životní styl. Vychází jako měsíčník a své čtenáře aktivně zapojuje do svého obsahu, který vzniká pod dohledem šéfredaktorky Marie Makovské. Tento titul byl poprvé publikován v roce 2004 a v roce 2022 vycházel v tištěném nákladu 18 500 výtisků.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Měsíčník Moje zdraví srozumitelně interpretuje pohled odborníků na novinky z oblasti medicíny, přibližuje zdravotní problémy a zaměřuje se i na prevenci. První vydání bylo publikováno v roce 2003 a v současnosti tento titul vychází s tištěným nákladem 32 180 kusů. Šéfredaktorkou časopisu Moje zdraví je Marie Hejlová.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Časopis Maminka, jak již název napovídá, je určen výhradně matkám. Od roku 2001 pomáhá všem maminkám a přibližuje jim témata od těhotenství, přes porod a vývoj až po výchovu. Redakci vede Vanda Stöckbauerová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 17 200 výtisků.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Spektrum titulů pro ženy doplňuje magazín Těhule, který je určen úzce specifické cílové skupině čtenářek. Je distribuován zdarma přímo na vybrané adresy, mezi které patří čekárny gynekologických ordinací, těhotenské poradny, porodnice, baby centra a dětské kluby. Šéfredaktorkou je Vanda Stöckbauerová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 20 800 výtisků.¹⁷ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Svět motorů je nejznámější a nejprodávanější český motoristický časopis, vycházející od roku 1947. Tento magazín každý týden přináší aktuality ze světa automobilů, které má na starosti šéfredaktor Zbyšek Pechr. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 39 400 výtisků.¹⁷



Časopis 4Fleet je úzkoprofilovým titulem určen především pro muže zajímaví se o svět automobilů. Šéfredaktorem titulu, který byl poprvé publikován v roce 2015, je Petr Benzl. Aktuálně magazín vychází každé dva měsíce v tištěném nákladu 5 000 výtisků.¹⁷



Auto TIP je čtrnáctideník, který se zaměřuje na srovnávací testy a novinky z automobilového světa. Magazín je licenčním partnerem vyhlášeného německého časopisu Auto Bild. Historie magazínu sahá do roku 1991 a jeho tištěný náklad je aktuálně 20 350 výtisků. Ve vedení redakce působí Petr Benzl.¹⁷



Auto TIP klassik vychází pravidelně jako měsíčník a je určen všem milovníkům veteránů. Obsah je i zde ovlivněn licenčním partnerstvím s prestižním německým motoristickým časopisem Auto Bild. Šéfredaktorem českého měsíčníku je Petr Benzl. Aktuálně vychází v tištěném nákladu 17 250 výtisků.¹⁷



Computer je měsíčník zaměřený na IT segment, konkrétně tento časopis nabízí články ze světa technologií, představené novinky a jejich recenze či srovnávací testy. Šéfredaktorem titulu je Jiří Kuruc. Historie magazínu sahá až do roku 1994, v současnosti vychází v tištěném nákladu 11 820 výtisků.¹⁷



Deník Sport je jediným celostátním deníkem zaměřeným na sportovní dění. Poprvé vyšel již v roce 1953. Pravidelně vychází také páteční příloha Sport Magazin, Nedělní Sport, magazín Coach jako měsíční příloha a iSport Life jednou za čtvrt roku. Šéfredaktorem magazínu je Lukáš Tomek. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 30 500 výtisků.¹⁷



Materídouška je časopis určený těm nejmenším, a to každý měsíc už od roku 1945. Jeho prvním šéfredaktorem byl český básník a spisovatel František Hrubín, aktuálně je to Petra Slušňáková. Přílohou bývají plakáty, pexesa nebo masky. Jeho tištěný náklad se v současnosti pohybuje kolem 28 200 výtisků.¹⁷



Časopis Sluníčko patří už od roku 1967 ke stálícím dětského světa, především u dětí od 3 do 6 let. Redakci tohoto časopisu pro nejmenší má na starosti Tereza Aratikovič. Jeho aktuální tištěný náklad je téměř 57 500 výtisků.¹⁷



Nedělníček je zábavný a kreativní časopis pro děti od 4 do 10 let. Jeho základem je tvoření z papíru, které je doplněno komiksem, návody, kvízy, omalovánkami nebo vtipy. Šéfredaktorem titulu je Zdeněk Ležák. Vychází měsíčně od roku 2016.



ABC je naučně-populární čtrnáctideník, který vychází již od roku 1957. Nabízí informace ze světa vědy, techniky, počítačů, přírody i kultury. Oblíbenou součástí titulu jsou vystřihovánky a komiksy. Šéfredaktorem titulu je Zdeněk Ležák. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 34 000 výtisků.¹⁷

Economia, a.s.

Vydavatelství Economia, a.s., je od svého založení v roce 1990 zaměřeno na vydávání titulů s důrazem na ekonomická témata, odborná média a v posledních letech také na digitalizaci vlastních mediálních obsahů. Sídli v Praze 8, v ulici Pernerova. Mezi nejvýraznější tituly vydavatelství patří deník Hospodářské noviny, jehož historie se píše již v roce 1957, kdy vycházel pod názvem Ekonomický týdeník (pozdější Hospodářské noviny).

V roce 1990 po založení vydavatelství Economia začaly Hospodářské noviny vycházet v denním režimu a byl plnokrevným periodikem jsou již od roku 1997. Na konci devadesátých let se stal majoritním vlastníkem německý Verlagsgruppe Handelsblatt. Tento stav se změnil až v roce 2008, kdy společnost Economia koupil podnikatel Zdeněk Bakala.¹⁸

Společnost Economia, a.s., provozuje zpravodajské servery IHNED.cz a Aktuálně.cz, webový projekt DVTV, vydává týdeníky Ekonom, Respekt, Marketing & Media a několik odborných titulů (Právní rádce, Logistika). Generální ředitelkou společnosti je od roku 2021 Lenka Černá.



Hospodářské noviny jsou zaměřeny na ekonomické a byznysové informace, komentáře a analýzy, které měsíčně doplňuje luxusní lifestyleový magazín PročNe. Šéfredaktorem novin je Jaroslav Mašek. První vydání bylo publikováno roku 1990 a aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 20 600 výtisků.¹⁷

¹⁸ Finančník Zdeněk Bakala je jedním z nejbohatších Čechů. Spolu s Petrem Kellnerem a Andrejem Babišem jsou jedinými Čechy v žebříčku nejbohatších lidí podle Forbes z roku 2010, kde je na 828. místě s majetkem odhadovaným na 1,2 miliardy dolarů (asi 22,5 miliardy korun). Zdeněk Bakala vlastní dohromady s Crossroads Capital Investments Inc společnost RPG Partners Ltd. Ta skrze Bakala Crossroads Group Limited vlastní BXR Mining B.V., jež ovládá většinu dluhí společnosti New World Resources (s dceřinými společnostmi OKD, OKK Koksovny a polskou NWR KARBONIA). Dceřiná RPG Real Estate spravuje především bytový fond, jenž býval součástí společnosti OKD. Skrze BXR Group Limited pak vlastní malý podíl v ukrajinské společnosti Ferrexpo těžící a vyvážející železo. Pod Bakalovu RPG patří také dopravní skupiny sdružené v NWR Transportation. Do oblasti logistiky pokračoval Bakala i dalšími investicemi. Zdeněk Bakala je též jediným akcionářem Respekt Media (vydavatele týdeníku Respekt), vlastníciho většinový podíl ve vydavatelství Economia, pod jehož křídly vychází mimo jiné deník Hospodářské noviny a týdeník Ekonom. (Aktualne.cz, 2016)



Týdeník Respekt patří již od roku 1989 ke stálícím českého mediálního trhu. Zaměřuje se na politiku, ekonomiku, historii, společenská témata, vědu a výzkum nebo například kulturu. Šéfredaktorem titulu je od roku 2009 Erik Tabery. Aktuální tištěný náklad je téměř 45 000 kusů.¹⁷



Ekonom je týdeník poskytující nejdůležitější informace z oblasti ekonomie, technologií a kapitálových trhů. Dále titul nabízí aktuality ze světa vědy a techniky nebo články o seberozvoji v rámci rubriky Lifestyle. Šéfredaktorem Ekonomu je Petr Kain. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 11 500 výtisků.¹⁷



Právní rádce je odborný časopis, který poskytuje informace ze všech oborů práva, jež souvisí s podnikáním a řízením firmy. Časopis je publikován měsíčně od roku 1993. Redakci magazínu vede Martin Drtina.



Logistika je odborný měsíčník pro dopravu, skladování, manipulaci, distribuci a balení. Od roku 1995 poskytuje užitečné technologické novinky z oblasti dopravy. Šéfredaktorem je Filip Hubička. Tištěný náklad časopisu Logistika se pohybuje kolem 7 700 kusů.

EMPRESA MEDIA, a.s.

Vydavatelský dům mediálního magnáta Jaromíra Soukupa vznikl v roce 2000, sídlí na adrese Mikuleckého 1309/4, 147 00 Praha 4-Braník. Součástí portfolia jsou společenské tituly, publicistické časopisy a také TV Barrandov, která momentálně vysílá na celkem třech kanálech (včetně sesterské Barrandov Krimi a Kino Barrandov). Jaromír Soukup v posledních pěti letech postupně moderoval až čtrnáct formátů pořadů, a to včetně pořadu o vaření. Největší váhu Jaromíru Soukupovi zajistil diskusní pořad s prezidentem republiky Milošem Zemanem, a to v době, kdy se Zeman ostatním médiím dle mého názoru ostentativně vyhýbal. Pozoruhodný rozvoj Soukupova mediálního impéria zaznamenalo v letech 2013–2020 pod vedením Daniela Köppla, českého novináře, mj. zakladatele marketingového titulu Marketing & media ve vydavatelství Economia (wikipedia.cz, 2022). Propojil strategickou komunikaci titulů tištěných s TV kanály. Celkově vytvořil pro Soukupova média pozitivní obraz, včetně prostoru v politické diskusi (prezidentské volby 2018). Součástí Soukupových aktiv je také mediální agentura Médea.

Spolu s Ondřejem Pálou v lednu 2019 založil politické hnutí List Jaromíra Soukupa, které zaniklo v roce 2022. Soukup mj. v minulosti kandidoval do Evropského parlamentu, a v uplynulém období se obecně hovořilo o Soukupově kandidatuře na post prezidenta republiky ve volbách 2023.¹⁹



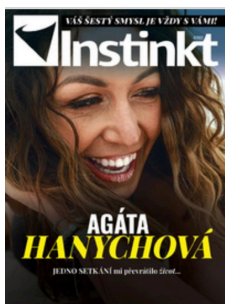
nákladu 16 500 výtisků.¹⁷



Magazín Týden více než 20 let patří mezi zpravodajské a publicistické tituly na českém trhu. Prošel si mnoha proměnami zrcadlícími aktuální majitele. Momentálně si svou pozici seriózního média podle mého názoru hledá. Časopis vychází jako měsíčník (z původního týdeníku – periodicitu dala titulu také název). Šéfredaktorem je Tomáš Loskot. Titul aktuálně vychází v tištěném

Týdeník Sedmička je zábavným časopisem, který nabízí rozhovory se známými osobnostmi, křížovky, soutěže, zajímavé články o vaření, cestování a dalších zájmech. Redakci vede Zuzana Fojtíková. Sedmička byla poprvé vydána roku 2009 a její aktuální náklad je 113 640 výtisků.¹⁷

¹⁹ Jaromír Soukup svou kandidaturu neohlásil, nepodal k registraci kandidátní listinu (mvcr.cz, 2023).



Zjišťovat, poznávat věci mezi nebem a zemí, bavit se – takové je motto společensko-reportážního měsíčníku Instinkt, jehož obnovená edice vychází od roku 2021. Magazín přestal vycházet po 17 letech v roce 2019. Úplně poprvé vyšel časopis v roce 2002. Šéfredaktorkou titulu je Venuše Baxová. Instinkt aktuálně vychází v tištěném nákladu 25 000 výtisků.²⁰



Sedmička pro ženy je měsíčník, který od roku 2018 nabízí články o vztazích, kráse, zdraví a životě celebrit. Šéfredaktorkou časopisu je Zuzana Fojtíková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 25 000 výtisků.¹⁷



Sedmička Krimi je měsíčník zaměřený na kriminální tematiku. Redakci časopisu vede Zuzana Fojtíková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 30 000 výtisků. Sedmička Krimi je poměrně nový magazín, poprvé byl publikován v roce 2021.²⁰



Sedmička Retro oslovuje zejména starší cílovou skupinu, protože nabízí články o filmech a hudbě z 20. století a zároveň příběhy jejich hvězd. Magazín vychází jako měsíčník v aktuálním tištěném nákladu 50 000 kusů. Jeho šéfredaktorkou je Zuzana Fojtíková.²⁰



Časopis VIP SVĚT je nový společenský čtrnáctideník z roku 2021. Nabízí články ze světa celebrit, které jsou doplněny o články oblasti z módy, vaření, psychologie nebo péče o zdraví. Šéfredaktorkou titulu je Zuzana Fojtíková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 50 000 výtisků.²⁰

²⁰ Empresamedia.cz



Exkluziv je společenský měsíčník, který vede rovněž šéfredaktorka Zuzana Fojtíková. Od roku 2014 je časopis exkluzivním průvodcem světem známých osobností a společenského života. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 18 370 výtisků.¹⁷



Interview je jediným časopisem na trhu, který coby měsíčník na svých stránkách přináší pouze rozhovory se zajímavými osobnostmi napříč obory. Šéfredaktorem titulu je Tomáš Loskot. Časopis byl poprvé publikován v roce 2015, aktuálně vychází v tištěném nákladu 11 640 výtisků.¹⁷



Týden rozhovory je časopis plný osobitých hovorů Jaromíra Soukupa s různými osobnostmi veřejného života. Šéfredaktorem tohoto měsíčníku je Tomáš Loskot. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 54 000 výtisků.²⁰



Časopis TV KOMPLET je nový čtrnáctideník, který od roku 2021 nabízí přehledný televizní program, tipy na filmy, ale také rozhovory a zajímavé články nebo luštění. Šéfredaktorkou titulu, jehož tištěný náklad čítá 60 000 kusů, je Venuše Baxová.²⁰

BAUER MEDIA v.o.s., MAFRA, a.s.

Původně vydavatelství Bauer Media v.o.s. patřilo mezi největší vydavatelství v tuzemsku. V roce 2015 prodalo 50 milionů výtisků (BauerMedia, 2016)²¹.

Mateřskou společností je původně německé vydavatelství, které bylo založeno v roce 1875 litografem Ludolphem Bauerem – s názvem Heinrich Bauer Verlag. Původně malá tiskárna brzy pod vedením svého majitele zahájila vydávání reklamních novin Rothenburgsorter Zeitung. K tomuto titulu brzy přibyly Extrablatt am Montag a Rundfunk-Kritik. V tomto období již hovoříme o tržně úspěšném vydavatelství, které vzkvétalo také po druhé světové válce. Úspěchy slavilo s časopisy pro mládež, později, v roce 1970, vyšly první týdeníky pro ženy s názvy Tina a Bella. K úspěšným tištěným periodickým titulům přibyla televizní stanice RTL II a rozhlasová stanice Radio Hamburg. Aktuálně se již bavíme o globálním mediálním hráči, který má sídlo v Hamburku pod názvem Bauer Media Group – je největším evropským vydavatelem časopisů a jedním z předních v Austrálii a Novém Zélandu, Velké Británii, Polsku a USA. Vydává více než 600 časopisů ve 20 zemích a má zhruba 11 500 zaměstnanců, kteří přispívají k úspěchu společnosti. V čele rodinného podniku stojí od roku 2010 Yvonne Bauer.

V Česku se zaměřovalo na vydávání časopisů životního stylu pro muže i ženy (např. Esquire, Žena a život, Cosmopolitan, Bazaar, Dolce Vita), pro ženy (Chvilka pro tebe, Tina, Můj svět, Claudia), pro děti a mládež (Luštění pro děti, Lissy, Omalovánky moudré sovy), společenské (Pestrý svět, Čas pro hvězdy, Rytmus života, Nostalgie, Retro), příběhové (Pravdivé příběhy, Čas na lásku, Tajemné příběhy, Napsáno životem, Příběhy plné života, Příběhy z ordinace), zájmové (Tina bydlíme, Chvilka pro luštění Sudoku, Chvilka pro luštění Křížovky, Vaříme krok za krokem, Chvilka v kuchyni, Chvilka pro relax, Chvilka pro luštění Osmisměrky, Retro kuchařka, Retro kuchařka Speciál), auto/moto (Top Gear, Speed), TV programy (Týdeník Televize, TV Revue, TV Max, Plus TV14) a ve svém portfoliu má také online projekty (Televize.cz, Jenpromuze.cz, Jenprozeny.cz, Jenproholky.cz, Spy.cz, DolceVita.cz). (Bauermedia.cz, 2016)

²¹ Media projekt 2015; ABC ČR 2015

Aktuálním vydavatelem je multimediální společnost Mafra, která sídlí v Praze 5, v ulici Karla Engliše. Majitelem vydavatelství je mediální divize Agrofert²² politika a podnikatele Andreje Babiše, někdejšího generálního ředitele a předsedu představenstva Agrofert Holdingu: „Skupinu MAFRA považují za velmi silného hráče na českém mediálním trhu, především v oblasti seriózní žurnalistiky. Její akvizice bude mít pro naši mediální divizi řadu synergií a umožní nám hledat další nákladové úspory například při fungování našeho týdeníku 5plus2.“ (byznys.hn.cz, 2022) Součástí mediální divize Agrofert je mj. hudební televize Óčko nebo rádio Impuls s třetí nejvyšší poslechovatelností na trhu.²³

MAFRA a.s. již v roce 1994 jako první vydavatelství otevřelo vlastní tiskárnu v Praze a Olomouci. Od té chvíle mediální dům investuje do technologického vývoje až 40 milionů korun ročně. V tiskárně Praha jsou to tři výrobní linky s celkovou hodinovou kapacitou 900 tiskových desek. Tiskárna Olomouc je schopna se dvěma výrobními linkami vyrobit 600 tiskových desek za hodinu. (mafra.cz, 2016)

Andrej Babiš (momentálně není legislativním majitelem vydavatelství) je oficiálním kandidátem na post prezidenta republiky ve volbách 2023.

Deník Mladá fronta DNES vyšel poprvé v roce 1945 a po krátké pauze byl obnoven v roce 1991. V minulosti patřil k nejserióznějším periodikům v Česku. Vychází od pondělí do soboty s pravidelnými přílohami: Ona Dnes, Auto Dnes, Doma Dnes, Magazín Dnes+TV, Dnes Speciál, Víkend Dnes a prémiový lifestylový měsíčník zaměřený na metropoli City Life. Šéfredaktorem titulu je Jaroslav Plesl. Aktuálně deník vychází v průměrném tištěném nákladu 110 400 výtisků.¹⁷



²² Mafra do roku 2013, kdy ji koupil Andrej Babiš, patřila německé společnosti Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (RBVG).

²³ Podle výsledků Radioprojektů z druhé poloviny roku 2021, který realizují společně agentury Median a STEM/MAR.



Nejstarší dosud vycházející český deník Lidové noviny byl založen v roce 1893. Kontinuální snaha je zachovat kvalitu na celostátní úrovni (nerozpadá se regionálně a ani se lokálním tématům nevěnuje), profiluje se jako kvalitní celostátní zpravodajský list se speciálním zájmem o politiku, ekonomiku, kulturu a vzdělání. Za poslední dekádu jeho tištěný náklad, a tedy zásah, dramaticky poklesl na aktuální denní průměr 28 800 kusů.¹⁷ Přesto představuje v portfoliu vydavatelství novinářský skvost, což je patrné podle mého názoru zejména z četných investic do propagace rubrik či celých tematických příloh, jakými jsou NEMOVITOSTI, týdeník Pátek LN, Esprit LN, který vychází každou první středu v měsíci. Tištěný náklad se pohybuje kolem 30 000 výtisků.¹⁷ Ve vedení redakce působí Petr Bušta.



Deník Metro vychází od roku 1997 jako bezplatné periodikum, původně distribuované v pražském metru – odtud pochází také název titulu. Aktuálně vychází v pracovních dnech v Praze, Brně, Plzni a v dalších 50 městech. V Praze jde o nejčtenější noviny. (mafra.cz, 2022) Šéfredaktorem deníku je Petr Holeček. Aktuálně vychází v průměrném denním tištěném nákladu 212 000 výtisků.¹⁷



5plus2 je největším týdeníkem na českém trhu, který vychází zdarma každý pátek. Nabízí zajímavé čtení na víkend, regionální články, atraktivní rozhovory, praktické informace a zajímavosti ze showbyznysu. Nedílnou součástí je také TV program na celý týden a křížovka. (mafra.cz, 2022) Šéfredaktorem titulu je Petr Škarda. Tento bezplatný nejčtenější týdeník v Česku má náklad 418 000 výtisků.¹⁷



Žena a život je lifestylový časopis určený ženám ve věku 25–45 let, které zaujme nejen svými standardními články, ale i pravidelnými speciálními přílohami. Šéfredaktorkou je Zuzana Zbořilová. První vydání titulu bylo publikováno v roce 1994 a aktuálně vychází v tištěném nákladu 46 800 výtisků.¹⁷



Cosmopolitan je nejprodávanější časopis pro „mladou moderní ženu“ na celém světě. (mafra.cz, 2022) V Česku se podařilo pod vedením dlouholeté šéfredaktorky Sabriny Karasové vybudovat silnou aktivní čtenářskou základnu. Nynější šéfredaktorkou je Adéla Mazánková. Titul vychází každý měsíc v tištěném nákladu 25 000 výtisků.¹⁷



Měsíčník Harper's Bazaar je nejdéle vydávaným módním časopisem na světě. (mafra.cz, 2022) Šéfredaktorkou lifestyleového magazínu je Nora Grundová. Aktuálně časopis vychází v tištěném nákladu 37 000 výtisků.¹⁷



Týdeník Tina je licencovaný titul určený ženám, který tradičně přináší odborně zpracovaná zdravotní témata v podobě rad odborníků a široké množství témat od vaření až po kosmetiku a módu (mafra.cz, 2022). Šéfredaktorkou časopisu je Karolina Bulisová. Aktuální tištěný náklad dosahuje téměř 72 000 výtisků.¹⁷ Týdeník Tina byl poprvé publikován na českém trhu v roce 2010.



Chvilka pro tebe už od roku 1996 tradičně patří mezi nejčtenější časopisy v České republice. (mafra.cz, 2022). Jako šéfredaktorka jej vytváří Dana Horychová. Vychází v průměrném tištěném nákladu 82 400 výtisků.¹⁷



Claudia je týdeník pro ženy, má tyto zavedené rubriky: móda a kosmetické návody, recepty, které se napříč vydavatelstvím vyrábějí v pražském kulinárním studiu, oddechové čtení a cestování, luštění s výhrami, kvízy, testy a spoustu dalších praktických rad, reportáže a příběhy vlastních čtenářek. (mafra.cz, 2022) Šéfredaktorkou titulu je Jaroslava Konášová. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 42 300 výtisků.¹⁷



Jeden z nejmladších titulů vydavatelství – v roce 2016 odstartoval časopis Můj svět, který nabízí svým čtenářkám velkou dávku poutavých příběhů a inspirace. Redakci tohoto měsíčníku vede Tereza Netolická. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 48 950 výtisků, ale s koncem roku 2022 končí i samotný magazín. (mafra.cz, 2022)



Měsíčník Na chalupě s Terezou Bebarovou je lifestylový časopis zaměřený na venkovský život. Časopisem provází herečka a současně šéfredaktorka Tereza Bebarová, která je sama velkou milovnicí venkova a ctitelka starých tradic a řemesel. Titul ohlásil své poslední číslo koncem listopadu 2022. (mafra.cz, 2022)



Měsíčník Esquire je „nepostradatelným průvodcem moderního muže světem kariéry, módy, techniky, sportu, ale také ženského myšlení a vztahů“. Jeden ze světově nejznámějších a nejoblíbenějších pánských měsíčníků v Česku vychází od roku 1996. (mafra.cz, 2022) Šéfredaktorem titulu je Petr Matějček, který byl na předchozí pozici šéfredaktorem českého vydání magazínu Elle. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 35 000 výtisků.²⁴



Měsíčník Speed je lifestylovým časopisem zaměřeným na automobilismus. Šéfredaktorem magazínu je Petr Horák. V roce 2022 vycházel v tištěném nákladu 15 000 výtisků.²⁴ Od ledna 2023 již časopis nevychází. (mediar.cz, 2022)



Pestrý svět je společenský bulvární týdeník, který pravidelně přichází s různorodými rubrikami a autentickými reportážemi ze světa českého i světového showbyznysu. Šéfredaktorkou je Štěpánka Fefferová. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 113 700 výtisků.¹⁷



Čas pro hvězdy je týdeník nabízející informace výhradně o českých celebritách. Jedná se o bulvární magazín, který je určen především ženským čtenářkám, protože je doplněn o články ze světa módy a péče o tělo. Redakci má na starosti Martin Bartoš. Týdeník aktuálně vychází v tištěném nákladu 47 800 výtisků.¹⁷



Tradiční bulvární týdeník Rytmus života je nejprodávanějším a nejčtenějším časopisem ve své oblasti. Vedoucím redakce je Václav Nekvapil. Tištěný náklad tohoto rozšířeného titulu je téměř 156 000 kusů.¹⁷



Společenský měsíčník Nostalgie je od roku 2016 speciálem týdeníku Pestrý svět. Spadá do titulů s retrospektivní tematikou, které na českém trhu slaví čtenářský úspěch. Nostalgie, stejně jako Pestrý svět vede jako šéfredaktorka Štěpánka Fefferová. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 37 800 výtisků.¹⁷



Společenský měsíčník Retro je speciálem týdeníku Rytmus života, který přináší příběhy hvězd ze starých časů a tím svým čtenářům dává nostalgicky nahlédnout do minulosti. Vedoucím redakce je Václav Netopil. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném

nákladu 90 200 výtisků.¹⁷ První vydání tohoto speciálu vyšlo v roce 2013.



Časopis Téma spojuje společenská témata se zpravodajstvím a svého čtenáře tak upoutá jak aktuálním děním, tak svými příběhy plnými emocí. Ve vedení redakce působí Zdeněk Šustr. Poprvé byl titul publikován v roce 2014 a aktuálně vychází v tištěném nákladu 61 600 výtisků.¹⁷



Týdeník Televize je tradiční programový průvodce, jehož historie sahá až do roku 1991. Kromě televizního programu nabízí články o známých hercích, nahlédnutí do zákulisí nebo také luštění pro volné chvíle. Šéfredaktorkou je Daniela Prokopová. Aktuálně je publikováno v průměru 86 600 výtisků týdně.¹⁷



Programový čtrnáctideník TV MAX nabízí pro zvědavého čtenáře zajímavé články ze světa showbyznysu spolu s křížovkami a sudoku a součástí je hlavně přehledný televizní program. Šéfredaktorkou, stejně jako u týdeníku Televize, je Daniela Prokopová. V současnosti titul vychází v průměrném tištěném nákladu 323 800 výtisků.¹⁷



TV PLUS 14 představuje čtenářům programy 28 nejsledovanějších televizních stanic a zároveň tipy na ty nejzajímavější z nich. Časopis je doplněn o kvízy, testy a křížovky a také rozhovory s celebritami. Redakci tohoto programového titulu má opět na starosti Daniela Prokopová. Aktuální průměrný náklad je více než 113 000 kusů.¹⁷



TV Revue obsahuje TV program a také informace z televizního zákulisí, rozhovory a příběhy ze života filmových hvězd.



Šéfredaktorkou je i zde Daniela Prokopová. TV Revue vychází v průměrném tištěném nákladu 105 250 výtisků.¹⁷ Luštění pro děti je jediným titulem vydavatelství, který je určen dětskému publiku, konkrétně ve věkovém rozpětí od 4 do 8 let. Nabízí kreslení, vystřihování a další aktivity, které pomohou s jemnou motorikou a logickým myšlením. Tištěný náklad tohoto dětského časopisu, který vychází pravidelně každé dva měsíce, je přibližně 30 000 výtisků.²⁴



Vaříme krok za krokem je měsíční speciál týdeníku Chvilka pro Tebe zaměřený na vaření. Díky vlastnímu kulinárnímu studiu vydavatelství nabízí nespočet originálních receptů, které putují do daných magazínů či jejich rubrik. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 56 000 výtisků.²⁴



Retro kuchařka coby speciál týdeníku Rytmus života přináší řadu tradičních, poctivých receptů našich maminek a babiček. (mafra.cz, 2022) Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 50 000 výtisků.²⁴



Chvilka v kuchyni je speciálem týdeníku Chvilka pro tebe. Tento měsíčník přináší velké množství receptů přímo od čtenářek pro další čtenářky. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 60 900 výtisků.¹⁷



Napsáno životem je příběhový časopis o lidských osudech, který je publikován jednou za 14 dní. Vychází se speciály: Pravdivé příběhy, Pestré osudy, Tajemné příběhy, Krimi příběhy. Časopis aktuálně vychází v tištěném nákladu 48 600 výtisků.¹⁷ Vedoucí redakce je Pavla Liebichová.

²⁴ Podle mafra.cz, 2022

Mladá fronta a.s.

Vydavatelství Mladá fronta bylo založeno na sklonku druhé světové války, v roce 1945. Za celou éru fungování vydala Mladá fronta celou řadu populárních knih, časopisy určené pro širokou veřejnost i odborné tituly.

Vydavatelství Mladá fronta se zrodilo ještě na barikádách. V pražských ulicích se bojovalo, když dopoledne 9. května vyběhly z tiskárny v Panské ulici číslo 8 skupiny kamelotů a vyvolávaly: Mladá fronta právě vyšla! (mf.cz, 2016)

Počítalo se tehdy s tím, že bude vytvořena literární revue Generace, soustřeďující objektivně všechny proudy mladé kultury. Pod názvem Středoškolák byl obnoven někdejší Studentský časopis, do něhož před válkou psali nejvýznamnější autoři mladé generace. S Jaroslavem Foglarem se tehdy vydavatelství Mladá fronta dohodlo, že bude pod jeho redakčním dohledem vydávat časopis Junáci vpřed s Rychlými šípy a že bude nakladatelem jeho knih. Ke startu byl připraven i týdeník My 45.

Do konce roku 1950 se ve vydavatelství Mladá fronta podařilo zahájit vydávání více než sedmnácti nových časopiseckých projektů (Vpřed, Mladý technik, Člověk a příroda, Ohníček, ABC mladých techniků a přírodovědců, společenský týdeník Mladý svět, dětské Sluníčko, Sedmička nebo časopis Skaut Junák).

Vydavatelství Mladá fronta po roce 2000 začalo vydávat ekonomický deník E15, společenské tituly pro ženy (Moje psychologie, Maminka, Betyнка, F.O.O.D., Dieta, Moje zdraví), tituly pro muže (ForMen, Computer, Lidé a Země, Bydlení Stavby Reality) a časopisy pro děti (Sluníčko, Mateřídouška). Divize Online provozovala například zpravodajský web E15.cz, ženské weby (Dáma.cz, Recepty.cz, Maminka.cz), mužské weby (Živě.cz, MobilMania.cz, AutoRevue.cz) a cestovatelský portál Orbion.cz. Od roku 2011 vydavatelství Mladá fronta jako první nabízelo elektronické tituly a mobilní tituly pro iPad a Kindle.

14. dubna 2016 vydavatelství Mladá fronta uzavřelo s nástupnickou společností Serafico investment, s. r. o., smlouvu o prodeji části portfolia. „Dlouhodobě je na českém mediálním trhu znatelné, že je nutné se profilovat. Vydavatelství Mladá fronta se tak do budoucna bude orientovat na aktivity související především s ekonomickým týdeníkem Euro a novým portálem Euro.cz. Uvedené ekonomické tituly budou doplňovat a rozvíjet další nové produkty, projekty a odborně a společensky zaměřené eventy vznikající pod značkou Euro, kde máme jedinečné know-how,“ řekl David Hurta, někdejší generální ředitel vydavatelství Mladá fronta. (mf.cz, 2016)

V roce 2010 byla založena divize Medical Services zaměřená na segment zdravotnictví.

Tradiční divize Knihy na trh ročně uvedla až 250 knižních novinek a dotisků úspěšných titulů.

Vydavatelství přestalo fungovat v roce 2021.

RF HOBBY s.r.o.

Ryze české vydavatelství bylo založeno v roce 2000. Postupem času navyšovalo počet vydávaných titulů, kterých je aktuálně více než 70 – ať už společenských, zájmových, ženských či lifestylových (včetně speciálních edic, které vychází jednou ročně, celé řady speciálů s křížovkami). Vydavatelství sídlí v Bohdalecké ulici 1420/6, v Praze 4. Majitelem společnosti je Pavel Kvoriak, podnikatel a umělec, který stál v devadesátých letech u zrodu erotického časopisu Leo. Založil „vydavatelství PK 62 specializující se na vydávání erotických a pornografických titulů. Prvního čísla Lea se podle údajů vydavatelství prodalo přes 400 tisíc výtisků.“ (olomoucka.drba.cz, 2022)

Kvoriak vystudoval Střední průmyslovou školu grafickou v Praze a v Košicích Školu umeleckého priemyslu. Má za sebou celou řadu samostatných výstav v Česku, Slovensku, Maďarsku i USA. Od roku 2015 je členem Umělecké besedy Slovenska.

V roce 2004 se vydavatelství RF HOBBY rozhodlo pro expanzi do zahraničí (Maďarsko, Polsko), kde v současné době vydává několik titulů.



Měsíčník 21. století nechává svým čtenářům nahlédnout do výzkumných ústavů, přírodních laboratoří, operačních sálů a do míst archeologických objevů. Redakce funguje pod vedením Jana Zelenky. Tištěný náklad časopisu 21. století se pohybuje kolem 21 200 výtisků měsíčně. Tento naučný časopis s mottem „*Věda, která vás bude bavit*“ vznikl v roce 2003.



Panorama 21. století vychází čtyřikrát do roka jako doplněk měsíčníku 21. století. Specializuje se na konkrétní obory: medicínu, vesmír, archeologii, technologie. Šéfredaktorem titulu je Martin Janda. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 26 000 výtisků.²⁵

²⁵ Podle rf-hobby.cz, 2022



21. století EXTRA vychází od roku 2004 dvakrát ročně. Jde o speciální rozšířené vydání, které vychází vstříc velkému zájmu čtenářů o nejsledovanější vědní a technické obory, jako jsou vesmír, příroda, medicína, paleontologie, archeologie, genetika, biotechnologie a další. Šéfredaktorem titulu s průměrným tištěným nákladem 45 630 kusů je Jan Zelenka.²⁵



Dvuměsíčník 21. století Junior je určen dětem ve věku od 8 do 14 let, kterým nabízí dynamickou a hravou formou vhled do vědy a světa kolem nás. Šéfredaktorkou je Jaroslava Balleková. Tento naučný časopis pro děti vznikl v roce 2006 a aktuálně vychází v tištěném nákladu 27 000 výtisků.²⁵



V roce 2008 začal vycházet také dvuměsíčník 21. století Junior – Speciál, který je opět určen dětem ve věku od 8 do 14 let. Čtivé, ale zároveň vědecké články vznikají v redakci pod vedením Jana Šedivého. Časopis aktuálně vychází v tištěném nákladu 28 000 výtisků.²⁵



Svět na dlani vychází od roku 2012, v současnosti jako dvuměsíčník. Obsahem časopisu jsou srozumitelnou formou podané otázky a odpovědi na všechno ohledně světa kolem nás. Dvakrát do roka vychází také vydání Svět na dlani speciál. Šéfredaktorem titulu je Filip Appl. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 39 000 výtisků.²⁵



Časopis Zbraně a náboje přináší informace z oblasti zbraní z celého světa. Jedná se o první časopis tohoto druhu na tuzemském trhu. Šéfredaktorem titulu je Zdeněk Kašťák. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 27 000 výtisků.²⁵



Zbraně a náboje speciál vychází jednou ročně a věnuje se konkrétním zbraním a jejich testům. Šéfredaktorem titulu je opět Zdeněk Kašťák. Aktuálně titul vychází v deklarovaném tištěném nákladu 35 000 výtisků.²⁵



Časopis EPOCHA, který vychází od dubna 2005, na svých stránkách přináší články ze všech oblastí života. Třikrát ročně vychází také stostránkový magazín Epocha speciál. Šéfredaktorkou titulu je Lenka Vlčková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 46 000 výtisků.²⁵



Měsíčník Enigma se od roku 2007 věnuje nevysvětlitelným záhadám a tajemstvím. Šéfredaktorkou titulu je Michaela Šedivá. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 55 000 výtisků.²⁵



Enigma speciál přináší dvakrát ročně ta nejzajímavější česká i světová mystéria. Šéfredaktorkou titulu je Michaela Šedivá. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 65 000 výtisků.²⁵



Měsíčník History Revue je titulem s velice širokým tematickým záběrem. Odhalí historická témata a příběhy do hloubky a přehledně je dává do souvislostí. Šéfredaktorkou titulu je Ilona Kučerová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 50 000 výtisků.²⁵



Měsíčník History Revue speciál se jednotlivými historickými tématy se zabývá hlouběji a čtenáře tak o to více vtáhne do historie. Šéfredaktorkou titulu je Ilona Kučerová. Tištěný náklad tohoto historického speciálu činí 60 000 výtisků.²⁵



Krimi Revue, jak již název napovídá, je titulem se zaměřením na kriminalistiku. Šéfredaktorkou titulu je Lenka Rauerová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 37 000 výtisků.²⁵



Dvuměsíčník Rezidence je etablovaným titulem v segmentu časopisů o bydlení. Šéfredaktorkou titulu je Markéta Vobroučková. Průměrný tištěný náklad tohoto magazínu je 14 000 výtisků.²⁵



Top Class je lifestylový dvuměsíčník, který svým náročným čtenářům nabízí články o investování, trendech v oblasti módy, tipy na cestování nebo rozhovory s úspěšnými podnikateli. Šéfredaktorem mnohokrát oceňovaného titulu je Jiří Mareček. Tištěný náklad tohoto exkluzivního magazínu je 24 000 výtisků.²⁵



Paní domu je lifestylový měsíčník určený především dospělým ženám, které se zvládnou postarat o domácnost a děti, ale zároveň je pro ně důležitá péče o sebe. Šéfredaktorkou titulu je Lenka Korandová. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 28 000 výtisků.²⁵



Moje šťastná hvězda je společenský týdeník bulvárního typu, který pravidelně přináší informace ze světa slavných. Šéfredaktorem časopisu je Milan Bauer. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 170 000 výtisků.²⁵



Můj kousek štěstí je společenský týdeník určený zejména ženám. Přináší informace ze světa slavných osobností spolu s lifestylovými články. Šéfredaktorem titulu je Robert Sobota. Aktuálně časopis vychází v tištěném nákladu 140 000 výtisků.²⁵

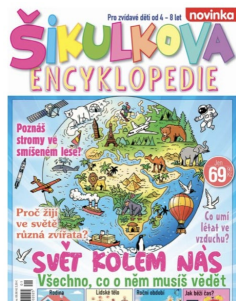


Moje sladké tajemství je dalším z řady společenských časopisů bulvárního typu, které čtou především ženy. Šéfredaktorkou titulu je Aneta Šimonková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 150 tisíc výtisků.²⁵



Můj čas na kafičko je bulvární společenský vysokonákladový časopis pro ženy. Vychází také speciály Můj čas na kafičko pro ženy, Můj čas na kafičko Receptář plný chuti, Můj čas na kafičko Staré dobré časy, Můj čas na kafičko největší hvězdy, Můj čas na kafičko příběhy, Můj čas na kafičko křížovky pro zábavu, Můj čas na kafičko křížovky ke kafičku, Můj čas na kafičko super luštění, Můj čas na kafičko křížovky české seriály, Můj čas na kafičko

číselné křížovky, Můj čas na kafičko horoskopy, Můj čas na kafičko bylinky, Můj čas na kafičko speciál. Šéfredaktorkou titulů je Simona Škodáková. Aktuálně tituly vychází v průměrném tištěném nákladu 140 000 výtisků.²⁵



Časopis Šikulka se zaměřuje na děti od tří do sedmi let. Vychází také jako Šikulka Speciál, Šikulkova Encyklopedie a Šikulkovy deskové a karetní hry. Šéfredaktorkou titulu je Jaroslava Balleková.

VLTAVA LABE MEDIA a.s.

VLTAVA LABE MEDIA a.s. (VLM) je české vydavatelství, se sídlem v Praze 5, v ulici U Trezorky 921/2. Je právním nástupcem společností VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., a Astrosat Media s.r.o., dvou vydavatelství působících na českém mediálním trhu zejména v oblasti tištěných médií, od roku 1992. V roce 2015 se stala vlastníkem vydavatelství Tablet Media. VLM vydává 71 regionálních mutací Deníku a 23 regionálních týdeníků, lifestylové tituly (Story, Glanc, Gurmet, Kondice), tradiční tituly (Vlasta, Týdeník Květy, Překvapení), televizní časopisy (TV magazín, TV star, TV mini, TV expres, Křížovkářský TV magazín, TV Sport), měsíčníky (Dům a zahrada, National Geographic Česko), dvouměsíčník (KREATIV).

Právní předchůdce společnosti VLTAVA LABE MEDIA, společnost VLTAVA LABE PRESS, a.s., vznikla v červenci 2000 sloučením několika vydavatelů regionálních periodik se společností Mír, a.s. Společnost VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., byla mj. vydavatelem Večerníku Praha.

Po akvizici rozsáhlého časopiseckého vydavatelství Sanoma Media CZ, přejmenovaného později na Astrosat Media, se toho času VLTAVA LABE MEDIA stala druhou nejsilnější vydavatelskou skupinou na tuzemském trhu.

V srpnu 2015 koupila 100% podíl ve vydavatelství VLTAVA LABE PRESS, a.s., od německého koncernu Verlagsgruppe Passau investiční skupina Penta Investments (ANGAUR, a.s.). K převzetí vydavatelství skupinou Penta došlo dne 2. listopadu 2015.

Společnost je vlastníkem tiskáren v Praze a v Olomouci. Dále vlastní 100% podíl ve společnostech Websitemaster, a.s., a Webfarm, s.r.o., 70% podíl ve společnosti Česká distribuční a.s., 35% podíl v PNS, a.s., v červnu se zakoupením zbývajících 70% podílu největšího internetového média zastupitelství v České republice, AdActive, s.r.o., stala se jejím 100% vlastníkem, avšak i firma AdActive zůstává dál samostatnou společností. Vydavatelství VLTAVA LABE MEDIA a.s. koupilo ke dni 17. července 2018 od společnosti Tarsago Česká republika, s.r.o., nejprodávanější hobby měsíčník Receptář včetně navazujícího webového portálu iReceptář.cz. (vlmedia.cz, 2022)



Deník jsou regionální noviny, které se věnují převážně lokálním informacím. Mezi pravidelné přílohy Deníku patří TV Magazín s programem pro 53 televizních stanic, Víkend plný rozhovorů a reportáží z aktuálního dění u nás i v zahraničí, Bydlení s tradičními radami do domácnosti, Deník Ženy určený zejména ženskému publiku, stejně jako Deník Zdraví, naopak mužskému publiku je určen supplement Deník Hobby. Pravidelně také vychází měsíční speciál Deník Extra, ten je zdarma doručován do více než 40 % poštovních schránek v České republice, vychází v tištěném nákladu 2 048 000 výtisků.²⁶ Ředitel redakcí a šéfredaktor Deníku je Roman Gallo. Aktuálně Deník, včetně pravidelných příloh, vychází v průměrném tištěném nákladu 80 500 výtisků.¹⁷



Dům a zahrada je měsíčník zaměřený na segment bydlení a populární volnočasové zahradničení. Šéfredaktorkou titulu je Martina Kotrbová. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 14 600 výtisků.¹⁷



Společenský magazín Glanc je ryze českým lifestylovým časopisem, který se zaměřuje na všechny oblasti života ženy. Šéfredaktorkou titulu je Jana Marečková. Aktuálně vychází jako měsíčník s tištěným nákladem 45 300 výtisků.¹⁷



Měsíčník Gourmet patří mezi české gastronomické tituly. Každé vydání obsahuje trendy z gastronomie, články o životním stylu, a především recepty doprovázené tipy na vaření. Šéfredaktorkou titulu je Johana Grohová. Aktuálně titul vychází v průměrném tištěném nákladu 42 360 výtisků.¹⁷

²⁶ Podle vlmedia.cz, 2022



Kondice nabízí přehled ze světa cvičení, zdravého stravování spolu s chutnými recepty, ale věnuje se i péči o mentální pohodu. To vše je doplněno o odborné rady nutričních specialistů, trenérů a lékařů (vlmedia.cz, 2022). Šéfredaktorkou titulu je Michaela Bučková. První číslo časopisu bylo vydáno v roce 2011 a v současnosti je publikován v nákladu 18 300 výtisků.¹⁷



Kreativ je jeden z mála titulů na trhu, které přináší inspiraci pro kreativní tvoření, jako je háčkování vaření, pletení či dekorování. Šéfredaktorkou kreativního magazínu je Zuzana Šikýřová. Aktuálně časopis vychází každé dva měsíce v tištěném nákladu 22 000 výtisků.²⁷



Receptář je nejprodávanějším hobby měsíčníkem na českém trhu se silnou předplatitelskou základnou, kterou si buduje již od svého založení. Šéfredaktorkou titulu je Hana Stuchlíková. Časopis svým prvním vydáním odstartoval v roce 1990 a nyní vychází v průměrném tištěném nákladu 96 400 výtisků.¹⁷



National Geographic je populárně-naučný měsíčník, který začala vydávat americká Národní zeměpisná společnost od října roku 1888, kdy vyšel v nákladu 200 výtisků. Dnes vychází v celosvětovém nákladu přes 6,1 milionu výtisků, na českém trhu se jedná pravidelně o 24 700 výtisků. (en.wikipedia.org, 2022) Šéfredaktorem National Geographic Česko je Tomáš Tureček.



Týdeník Překvapení je zábavný magazín pro ženy i muže, kteří rádi soutěží. Od roku 1996 nabízí nejen zajímavé čtení, ale i širokou škálu křížovek, osmisměrek, sudoku a dalších soutěží. Šéfredaktorkou titulu je Iva Vondrová. Aktuálně časopis vychází v průměrném tištěném nákladu 62 700 výtisků.¹⁷

²⁷ Podle vlmedia.cz, 2022



Týdeník Květy je určen pro celou rodinu. Tento titul má svou tradici již od poloviny 19. století – s názvem „Květy české, podtitulem zábavník pro Čechy, Morawany a Slezany, vznikl v roce 1834 první ročník listu, přejmenovaného z dosavadního časopisu Jindy a nyní, který v roce 1833 převzal a redigoval Josef Kajetán Tyl. Od druhého ročníku vycházel již pod zkráceným titulem Květy. Název měl vyjadřovat rozkvět českého písemnictví, publikovaly se v něm prozaické příspěvky, poezie i krátké glosy, které sloužily hlavně k organizování českého národního hnutí a šíření českého jazyka.“ (digitalniknihovna.cz, cs.wikipedia.org, 2022) Šéfredaktorem současného Týdeníku Květy je Pavel Traub. Aktuálně časopis vychází v tištěném nákladu 42 800 výtisků.¹⁷



Časopis Vlasta vychází nepřetržitě již od roku 1947. Časopis „založila v lednu roku 1947 dr. Milada Horáková, poslankyně a právnička, se svými spolupracovnicemi z Rady československých žen, již byla předsedkyní. Jméno časopisu bylo zvoleno podle mytologické bojovnice Vlasy, vůdkyně vzbouřených dívek v tzv. dívčí válce, v němž je obsažen i (tehdy v poválečném období hluboce procítěný) výraz vlast. První šéfredaktorkou byla spisovatelka Nina Bonhardová. Vlasta se rychle stala oblíbeným ženským periodikem – náklad v prvním roce činil úctyhodných 100 000 výtisků. Časopis si předsevzal být nejen zdrojem zábavy, ale i informací a osvěty. Vedle sebe se zde pravidelně objevovaly móda, zdravá výživa, dopisy a otázky čtenářek, povídky či básně, informace o nových filmech. Pro děti měla Vlasta přílohu Sluníčko sedmítečné. Na obálce prvního čísla se objevil prezidentský pár, manželé Benešovi. Sídlo redakce bylo zpočátku v podkroví budovy Melantrichu na Václavském náměstí. S nástupem komunistického režimu se tvář Vlasy poněkud změnila, časopis se stal orgánem Československého svazu žen a byl do jisté míry zpolitizován. Vlasta zůstala jediným periodikem určeným pro ženské čtenářky a jako taková dosahovala neuvěřitelného nákladu až 840 000 výtisků.“ (vlasta.cz, cs.wikipedia.org, 2022) Šéfredaktorkou současné Vlasy je Alena Němečková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 43 900 výtisků.¹⁷



Společenský lifestylový čtrnáctideník Story se zaměřuje na život celebrit. Pod holandským vedením jej v Česku založila Halina Pawlowská, která zároveň byla jeho šéfredaktorkou. Aktuálně na této pozici působí Petra Pistulková. Časopis Story vychází v tištěném nákladu 25 870 výtisků.¹⁷



TV expres je čtrnáctideník, který nabízí program šestatřiceti nejsledovanějších televizních kanálů. Šéfredaktorkou titulu je Zuzana Ptáčková. Aktuálně časopis vychází v průměrném tištěném nákladu 227 000 výtisků.¹⁷



TV magazín patří dlouhodobě mezi nejčtenější a nejprodáványější tituly svého druhu na českém trhu. Šéfredaktorem časopisu je Tomáš Franzki. Aktuálně vychází jednou týdně v průměrném tištěném nákladu 245 000 výtisků.¹⁷



TV mini je čtrnáctideník pravidelně nabízející přehledný TV program sedmdesáti televizních stanic. Šéfredaktorkou titulu je Michaela Hrušková. Aktuálně vychází v průměrném tištěném nákladu 333 200 výtisků.¹⁷



TV star je na míru určen náročným televizním divákům, kteří chtějí nejen kompletní TV program, ale i články o svých filmových oblíbených nebo luštění pro volné chvíle. Šéfredaktorkou tohoto programového čtrnáctideníku je Michaela Hrušková. Jeho průměrný tištěný náklad se nyní pohybuje kolem 131 700 výtisků.¹⁷



Křížovkář TV magazín je měsíčník pro všechny televizní fanoušky a zároveň luštitelé křížovek. Titul v současnosti vychází v deklarovaném tištěném nákladu 42 500 výtisků.²⁶ Ve vedení jeho redakce působí Jiří Houdek.



Inzertní médium Annonce je na českém trhu k dostání již od roku 1990. Nabídka a poptávka propojují již třetí dekádu uživatele napříč obory a zájmy. Šéfredaktorkou titulu je Alena Němečková. Aktuálně titul vychází v tištěném nákladu 110 000 výtisků.²⁶

NOVINÁŘ-VYDAVATEL

V průběhu poslední dekády zejména pod vlivem ekonomicko-politických změn se z řady významných novinářů stali vydavatelé. V mnoha případech se jedná o vydavatelství jednoho titulu, ovšem za několik let se zmíněné časopisecké počiny staly stálicemi na našich novinových stáncích. Stejně tak doba přeje menším vydavatelstvím, která se starají o několik málo titulů, jež zaplňují místo na trhu české mediální krajiny.

ECHO MEDIA a.s.



Týdeník Echo je názorový titul, který svým čtenářům pravidelně nabízí komentáře, analýzy a rozhovory ze společenského dění. Echo se svým obsahem, zpracováním i povahou mírně vymyká typickým českým titulům, protože je inspirován anglosaskými časopisy. Redakci týdeníku s průměrným tištěným nákladem 13 000 vede Dalibor Balšínek.



NEXTPAGE MEDIA, s.r.o.

Časopis Heroine se vyhýbá povrchnímu pojetí časopisů pro ženy a namísto toho bez stereotypizace nabízí témata, kterými běžně žije současná žena. Od roku 2019 si svým unikátním přístupem vybudoval postavení na českém mediálním trhu a nyní je publikován každé dva měsíce v tištěném nákladu 12 000 kusů. Šéfredaktorkou magazínu je Michaela Kramárová.



Přestože je Finmag magazínem z prostředí financí a byznysu, jeho obsahem jsou spíše autentické příběhy, které problematiku přiblíží více srozumitelně a atraktivně. Finmag je publikován jednou za dva měsíce v tištěném nákladu 10 000 kusů, které jsou určeny převážně pro mladé a perspektivní lidi se zájmem o své finance. Ve vedení redakce titulu působí Adéla Vopěnková.



FORUM 24 a.s.

Týdeník Forum je názorový titul, jehož obsahem jsou přehledné informace, analýzy, komentáře a rozhovory z veřejného dění.

Redakci titulu s průměrným tištěným nákladem 70 000 kusů vede Pavel Šafr.



REPORTÉR MAGAZÍN, s.r.o.

Reportér je investigativně-reportážní měsíčník, jehož obsahem jsou investigativní reportáže, ekonomicky zaměřené články, dění ze světa i Česka, příběhy zajímavých lidí nebo dokonce literární vložka. Současně se tištěný náklad časopisu pohybuje kolem 27 000 kusů. Šéfredaktorem je Robert Čásenský.

Zjištění motivace aktuálních vlastníků k vlastnictví mediálních domů

V rámci výzkumné části práce porovnám vliv vlastníka na své tituly. Pro účely zjištění motivace jsem zvolila mocenský typ motivace. U vlastnictví mediálního domu podle mého názoru můžeme najít dvě základní motivace – první je získání moci, zejména politické, a tedy společenské, druhou je pak komerční zájem, tedy získání movitých prostředků z provozování médií. Stran prvního typu motivace jsem se ze svého zkoumání rozhodla vyloučit vydavatelství RF Hobby a Burda Praha. Zároveň této příležitosti využívám ke konstatování, že na trhu je pochopitelně celá řada titulů zastoupených vydavatelstvími (New Look Media – Euro; Reportér Roberta Čásenského; Echo; Forum 24 atd.), jejichž společenský vliv je marginální, případně komerční úspěšnost není porovnatelná s popsányými vydavatelskými domy. Popsané domy mají většinou společnou strukturu portfolia, případně obdobnou strategii při rozšiřování komplexní mediální divize.

Zmíněná vydavatelství pak nesplňují svým portfoliem předpoklad společenského, a tedy politického či mocenského vlivu (pochopitelně své velikosti mohou využívat k politicky řízenému komerčnímu úspěchu, typicky prodejem inzertního prostoru v období voleb²⁸).

Pro porovnání případného vlivu, a tedy možné motivace českých mediálních magnátů jsem využila porovnání titulních stran deníků s celostátním zásahem.

Metodologie

V rámci výzkumné části své práce využiji zejména metodu kvalitativní obsahové analýzy.

Téma výzkumu: Porovnání titulní strany celorepublikově dostupných placených deníků v souvislosti s pokrytím vybraného tématu.

Cílem výzkumu mediálních obsahů je porovnání rétoriky největších vydavatelských domů v České republice směrem k hodnocení vládní politiky a eventuální zhodnocení vlivu jejich majitelů.

²⁸ V roce 2022, resp. 2023 se konají dvojí volby: do zastupitelstev obcí a Senátu ČR, 2022; 3. přímá prezidentská volba, leden 2023.

Metoda práce a její definice: Titulní strana novin je prvotním komunikátorem mezi pisatelem a čtenářem. Zároveň vychází ze strategie vydavatele, která sleduje prodej (titulní strana musí natolik zaujmout, aby si čtenář noviny chtěl zakoupit) a také vyjadřuje koncepci daného titulu (existuje-li maketa titulní strany, kdy je například pro politické téma uvolněn konkrétní prostor, jaká témata jsou v tomto prostoru pokrývána apod.). Pro výzkum, který nám záměr autora, respektive vydavatele ukáže, nelze použít metody, které kvantifikují nebo pracují se statistikami²⁹ (Hendl, 2005) (Strauss, 1999). Potřebujeme obsahovou kvalitativní analýzu, abychom byli schopni analyzovat na základě získaných údajů daný směr hypotéz. „Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“ (Creswell, 1998)

Na základě určení výzkumného tématu je třeba nejprve uskutečnit sběr dat. Analýza je také propojena se samotným sběrem dat, při kterém se průběžně upřeshňují, respektive formulují hypotézy výzkumu. Zhodnocení daných kritérií se odrazí ve zpracování výzkumné zprávy.

Pracovat budeme s texty a celkovou vizuální stránkou neboli se budeme snažit o rozbor významu zkoumaných textů ve spojitosti s definovaným tématem, zkoumat budeme jejich organizaci a použití – její výhodou, jak uvádí Hendl (2005), je „teoretické porozumění“ (Hendl, 2005).

Vzorek, zdůvodnění a popis materiálu: Výzkum provedeme na titulních stranách placených celostátních deníků Blesk (Czech News Center a. s.), Deník (VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.), Hospodářské noviny (Economia a.s.), Lidové noviny (Mafra a.s.), MF DNES (Mafra a.s.), Právo (BORGIS a.s.). Celostátně vydávané tituly volíme vzhledem k relevantnosti – principiálně oslovují celou skupinu čtenářů (oproti regionálně či žánrově zaměřeným periodikům). Zároveň nevyužíváme deníky, které jsou rozdávány zdarma, kvůli absenci kritéria prodejnosti titulu. Zajímají nás titulní strany v období definovaném aktuálností zvoleného tématu.

V rámci daného výzkumného projektu zkoumáme možný vztah mezi vlastníkem média a formou zpracování tématu. Jak je téma pokryto, kolik je mu věnováno prostoru apod. K tomu zvolíme kódování tak, abychom získali relevantní údaje. Aplikací

²⁹ Dílčí údaje mohou pocházet z kvantifikace.

interpretativní metody zformulují výzkumnou otázku během výzkumu, sběru a analýzy dat (Hendl, 2005) – Ovlivňují majitelé novin jejich obsah?

Pro sběr dat jsem se rozhodla využít aplikaci monitorovacího systému Monitora, která poskytuje pdf data (tedy celé náhledy) mediálních výstupů. Jedním z relativně významně viditelných momentů politické performance Andreje Babiše byl strategický manévr při získání důvěry Babišovy vlády – v roce 2018. Komunikačně se aktivita projevila ve dvou vrcholech: První zaznamenáváme 30. června, kdy KSČM veřejně potvrdila svůj záměr Babišovu vládu podpořit.

Takto se tématu věnovaly jednotlivé deníky v pondělí 2. července 2018 (veřejné oznámení vydala ČTK v sobotu 30. června 2018 v odpoledních hodinách, proto se celostátní tisk mohl věnovat tématu nejdříve v pondělí, tedy následující pracovní den):

Blesk (Czech News Center a. s.)

Titulní strana bez zmínky (celá titulní strana se věnuje kauze Terezy Brodské a její údajné žalobě podniku za zranění, které údajně utrpěla na pódiu), konstatování ohledně vládní situace proběhlo až na straně 4 s titulkem „Vláda díky KSČM s důvěrou? Soudruzi souhlasí“ a jednoduchým sdělením, že „Komunisté v sobotu odsouhlasili, že vládu budou za určitých podmínek tolerovat. Mezi požadavky KSČM patří zvyšování minimální mzdy či prosazení předpisu o obecném referendu. Ústřední výbor strany jinak v sobotu dal většinou hlasů zelenou toleranci vládě ANO a ČSSD. Ve Sněmovně tak všechny tři strany dají dohromady 108 hlasů poslanců, pro vyslovení důvěry je nutné mít alespoň 101 hlasů. O důvěru bude Babišův kabinet žádat 11. července. Pokud ji skutečně získá, komunisté tak získají největší podíl na moci za posledních 30 let.“ (Blesk, 2. 7. 2018)



Deník (VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.)

Titulní strana bez zmínky (celou titulní stranu v pondělí 2. července zaplnila fotografie z oslav získání evropského softballového titulu z Velké Británie), konstatování k vládní situaci proběhlo až na straně 4 s titulkem „Vláda je jistá, KSČM ji podpoří“ s tímto popisem „V sobotu padla poslední překážka pro vznik druhé vlády Andreje Babiše. Koaliční menšinový kabinet ANO a ČSSD podpoří komunisté. Rozhodl o tom jejich ústřední výbor. Nová sestava se bude opírat o 108 poslaneckých hlasů. Dohodu o toleranci podepíší Andrej Babiš a Vojtěch Filip. Sociální demokraté s komunisty žádný pakt o spolupráci neuzavrou, neboť by to formálně odporovalo jejich bohumínskému usnesení. Přesto by je možná mohlo zarazit stanovisko, jež členové ÚV KSČM v sobotu přijali.“ (Žďárský deník, 2. 7. 2018)



Hospodářské noviny (Economia, a.s.)

Titulní strana Hospodářských novin s komentářem Radka Bartoníčka³⁰ s titulkem „Schváleno. KSČM získá největší podíl na moci od revoluce“ a jasně názorově zbarveným sdělením hned v úvodu článku „Od vzniku samostatného Česka komunisté nikdy nepodpořili žádnou vládu, která vzešla z voleb. Jejich poslanci zvedli pro kabinet ruku jen jedinkrát – před pěti lety, ale jejich hlasy k protlačení úřednické vlády Jiřího Rusnoka nestačily. Příští týden se však komunisté dostanou z pětadvacetileté opozice. O uplynulém víkendu si schválili, že vysloví důvěru menšinové

³⁰ Radek Bartoníček se věnuje politickým tématům.

vládě hnutí ANO premiéra Andreje Babiše a sociálních demokratů. Díky 15 komunistickým poslancům tak vláda může získat pohodlnou většinu 108 hlasů. Podpora ze strany komunistů však není zadarmo. V kabinetu sice nesedí žádný jejich ministr, i tak ale získávají největší podíl na moci od sametové revoluce a pádu komunistického režimu v roce 1989.“ (Hospodářské noviny, 2. 7. 2018)



Lidové noviny (MAFRA, a.s.)

Titulní strana bez zmínky, na straně 2 článek pozitivně zabarven s titulkem „Vláda nevdává KSČM. Ani voličům“ a silnou argumentací v grafu o případných volebních preferencích „Premiér Andrej Babiš (ANO) se 11. července, který bude dnem D pro jeho kabinet, obávat nemusí. Menšinovou vládu s ČSSD podpoří komunisté. Místo 93 tak při hlasování o důvěře bude mít koalice rázem 108 hlasů. Pro aktivní podporu kabinetu se v sobotu vyslovilo 54 členů ústředního výboru KSČM, proti bylo 23 a jeden se zdržel. „Ti, kteří to usnesení nevyhráli, ho respektují. Víte, že pokud komunisté na něco dají slovo, tak platí,“ sdělil předseda KSČM Vojtěch Filip. Podle průzkumu společnosti Kantar pro ČT vláda opírající se o hlasy komunistů nevdává polovině respondentů. Proti se vyslovilo 42 procent, zbytek nemá názor. Nejvíce toto spojení kritizují voliči ODS, a to až 84 procent z nich. Na druhém místě jsou příznivci Pirátů – 74 procent z nich. „Téměř třicet let po listopadu 1989 Andrej Babiš a Jan Hamáček společně s Milošem Zemanem přivedli komunisty k moci. Českou republiku

stáhli na politické dno, kritizoval prezidenta a šéfy obou vládních stran předseda opoziční ODS Petr Fiala.“ (Lidové noviny, 2. 7. 2018)

LETO 8 OSUDOVÉ OSMIČKY Jak Vladislav II. získal korunu v roce 1128

LIDOVÉ NOVINY

Merkelová pod tlakem

Kančířka se v boji o politické přežití zabírá dohodou se šéfky Všeprádu. Po jejích vetu se do ní pustí koaliční partner

Dráhy sčítají přezkoušené Škafce obří pokutu

Pád gigantů. Rusové postupují

Argentina a Brazílie se Portugalci a Němci (tři sestřičky). V osmifinále bojují i Španělé

Dorozumění

Váry varují Trump

Babiš a Macrean

Superman se loučí s MS

Superman se loučí s MS

Superman se loučí s MS

2 DOMOV Prácheň 7. srpna 2018 LIDOVÉ NOVINY

„Nazdar!“ Sokolové šli Prahou

Strakovku osídil skřivan. Není první

Vláda nevdává KSČM. Ani voličům

Kauza nemocniční devět obviněných, dva ve vazbě

Jak by dopadly volby v červnu 2018

| | |
|-------|-------|
| KSČM | 21,4% |
| ANO | 20,4% |
| ČSSD | 19,4% |
| SPOLU | 18,4% |
| STAN | 17,4% |
| ČD | 16,4% |
| ČSČP | 15,4% |
| ČL | 14,4% |
| ČL | 13,4% |
| ČL | 12,4% |
| ČL | 11,4% |
| ČL | 10,4% |
| ČL | 9,4% |
| ČL | 8,4% |
| ČL | 7,4% |
| ČL | 6,4% |
| ČL | 5,4% |
| ČL | 4,4% |
| ČL | 3,4% |
| ČL | 2,4% |
| ČL | 1,4% |
| ČL | 0,4% |

MF DNES (MAFRA, a.s.)

Titulní strana bez zmínky, další pojednání proběhlo až na straně 3 s titulkem „Vládu podpoříme, usnesli se komunisté“ a konstatováním „Komunisté podpoří menšinovou vládu Andreje Babiše, kterou vytvořily ANO a ČSSD. „Poslanecký klub KSČM při projednání návrhu vlády o vyslovení důvěry bude aktivně podporovat vznik menšinové vlády hnutí ANO a sociální demokracie,“ řekl předseda strany Vojtěch Filip. Vláda se tak bude moci opírat o 108 hlasů poslanců. Při sobotním hlasování širšího vedení KSČM bylo pro podporu Babišově vládě 54 členů komunistického ústředního výboru, 23 bylo proti, jeden se zdržel. „Programové prohlášení obsahuje všech sedm priorit, které jsme stanovili jako podmínky vyjednávání,“ uvedl Filip.“ (Mf Dnes, 2. 7. 2018)

PRÁZDNINOVÁ KUCHAŘKA Vaření podle nových trendů: 1 díl: odlehčená česká jídla

DNES PRAŽSKÉ VYDÁNÍ

Babiš potápí Merkelovou Premiér se ohradil proti tvrzení kancléřky a nahradil tím jejím soupeřem

60 českých ker, 11 typů na výlety

Ronaldinho v Mexiku: první samička

Průběh: V rámci ČSČP

Kauza Bulovka: policie rozkrývá systém Horáček

17h: s koly talně vzhůru

Z domova

Policie rozkrývá systém Horáček

Jak fungoval lov na mimosamilionové zdravotnické zakázky

Vládu podpoříme, usnesli se komunisté

Vyvlástit pozemek půjde rychleji

Průběh: V rámci ČSČP

17h: s koly talně vzhůru

Právo (BORGIS a.s.)

Téma deník Právo otevírá již na titulní straně s titulkem „KSČM velkou většinou podpořila vládu ANO a ČSSD“ a konstatováním „Všech patnáct komunistických poslanců 11. července ve Sněmovně zvedne ruku pro důvěru menšinové vlády ANO a soc. dem. Po sobotním čtyřhodinovém jednání ústředního výboru komunistů to řekl šéf strany Vojtěch Filip. „Poslanecký klub KSČM při projednání návrhu o vyslovení důvěry vlády bude aktivně podporovat vznik menšinové vlády hnutí ANO a soc. dem. Programové prohlášení obsahuje všech sedm priorit, které jsme stanovili jako podmínky vyjednávání,“ řekl Filip.

Pro podporu vlády se vyslovilo 54 členů ústředního výboru, proti bylo 23 z nich a jeden se zdržel. Filip označil diskusi za odpovídající významu situace. „Ti, kteří to usnesení nevyhráli, usnesení respektují,“ řekl Filip. „Víte, že pokud komunisté na něco dají slovo, tak platí,“ doplnil šéf KSČM,“ dále se tématu věnuje na straně 2 a 6. (Právo, 2. 7. 2018)

SPORT **STYL PRO ŽENY**
Právo
 Jak se vyhnout zraněním při sportu
 Vybíráme kameru do auta
 PRÁVO
 PRVNÍ MÍSTOPŘEDSEDA SOCIÁLNÍ DEMOKRACIE JIŘÍ ZIMOLA PRO PRÁVO:
Poche by se měl vzdát nominace
 KSČM velkou většinou podpořila vládu ANO a ČSSD
 Merkelová: Žádné jednání o migraci s ČR neproběhlo
 Speciální háčkováná síťka na srdce zachraňuje životy

ZPRÁVODAJSTVÍ
Piráti ztrácejí, utíkají od nich mladí
 Volební model (v záročné volební výsledky)
 ANO 28,8 (29,8%)
 ČSSD 19,1 (19,1%)
 Piráti 9,5 (10,6%)
 SPD 5,5 (5,7%)
 KSČM 13,1 (13,1%)
 STAN 5,9 (5,9%)
 TOP 19 5,9 (5,9%)
 SE 2,9 (2,9%)
 Ostatní 21,3 (21,3%)
Právo
Zimola: Poche by se měl vzdát nominace
 KSČM velkou většinou podpořila vládu ANO a ČSSD

PUBLICISTIKA
Komunisté dají Babišovi šanci. Zatím
Společná řeč
Boj o levici
Riziko brexitového krachu

Důvěru Andrej Babiš nakonec získal 12. července 2018 s podporou KSČM. Do tohoto momentu naprosto nevídaná záležitost v porevoluční éře – KSČM coby vládní strana.

Blesk (Czech News Center a. s.)

Deník Blesk se tématu opět nevěnoval na titulní straně, ovšem prostor si vládní téma získalo na stranách 2 a 3 s barevnou grafikou a titulkem „10 slibů BABIŠOVA TÝMU“, ovšem meritu věci se dále vyhýbá „Důvěru má v hrsti a toto plánuje; Boj ve Sněmovně trval dlouhé hodiny A prý BUDE LÍP! Anebo snad ne?; Nové dálnice řidičům, levnější mok pivařům, více peněz důchodcům i těžce pracujícím... Ráj na zemi bude prosazovat vláda ANO a ČSSD společně s komunisty, s nimiž včera ve Sněmovně úspěšně šel k důvěře (výsledek nebyl do uzávěrky Blesku znám – pozn. red.). Jenže ke slibům z programového prohlášení jsou skeptičtí nejen odborníci. Dokonce i prezident Miloš Zeman (73) se zamýšlí, kde se na ty nákladnější přísliby vezmou peníze...“ (Blesk, 12. 7. 2018)



Hospodářské noviny (Economia, a.s.)

Noviny se věnovaly tématu opět na titulní straně, kde téma komentují pod titulkem „O DŮVĚŘE VLÁDĚ JEDNALI POSLANCI DO NOCI, V ČSSD SE VZEPŘEL CHOVANEC“ s následujícím sdělením „Rozprava před hlasováním sněmovny o důvěře vládě ANO a ČSSD byla plná emocí. Opozice kritizovala, že se kabinet musí spoléhat na podporu komunistů. Řečnil i prezident Zeman. Vláda hnutí ANO a ČSSD předsedů Andreje Babiše a Jana Hamáčka se nemůže spolehnout na podporu všech koaličních poslanců. Bývalý místopředseda sociálních demokratů Milan Chovanec nepřišel na střeďeční schůzi sněmovny k vyslovení důvěry kabinetu. Vadí mu, že ČSSD podle něj nemá v koalici důstojné zastoupení nebo že vláda vedená Babišem je odkázaná na hlasy komunistů. Dohodnutou podporu od KSČM před hlasováním odsoudili také mnozí opoziční poslanci. Rozprava nakonec trvala celý den. Ještě předtím vystoupil na podporu vlády prezident Miloš Zeman, i on se ale kriticky zmínil například o plánovaných schodcích státního rozpočtu. V Praze i jinde demonstrovaly proti Babišově vládě stovky lidí.“ (Hospodářské noviny, 12. 7. 2018)



Lidové noviny (MAFRA, a.s.)

Titulní strana se tématu věnuje pod titulkem ‚Maraton o vládní důvěře,‘ ovšem s následujícím sdělením ‚Jednání poslanců o tom, zda vládě ANO a ČSSD dají důvěru, se protáhlo do noci Překvapil Milan Chovanec (ČSSD), který již předem odmítl pro kabinet hlasovat. Opozice kritizovala, že spojením s KSČM vláda pošlapala polistopadový vývoj. Premiér Andrej Babiš (ANO) se včera ve sněmovně postavil za řečnický pult, když hodiny ukazovaly desátou dopoledne. Uplynulo sto minut, než dokončil svůj proslov, kterým žádal poslance o důvěru. Překonal ho jen Vladimír Špidla (ČSSD), jenž si v roce 2002 o podporu říkal dvě hodiny. Babišova řečnost nastavila ráz celému jednání. Rozprava se protáhla do noci a poslanci se nedostali k hlasování o důvěře před uzávěrkou LN. Dnes však začínají sněmovní prázdniny, a tak byla mezi všemi stranami shoda, že chtějí hlasování zvládnout ve středu, maximálně v noci na dnešek. Stanoviska byla dopředu známá. Že setrvají na svém, o tom jejich zástupci ujišťovali celý den. Pouze ČSSD byla ochotná se zasadit aktivní účastí ve vládě o to, aby měl premiér Babiš legitimitu od sněmovny. V rámci tiché tolerance se k tomu zavázali i komunisté. Svolných poslanců však nebylo tolik, s kolika kabinet ANO a ČSSD tolerovaný komunisty počítal. Na poslední chvíli se probudil vzdor v exministrovi vnitra Milanu Chovancovi. Večer před hlasováním sdělil kolegům v klubu, že druhý den do práce nedorazí. Včera pak přidal na sociálních sítích zdůvodnění: Podpora vlády, která závisí na hlasech komunistů, je neslučitelná s jeho svědomím. Od stranických kolegů i opozičních politiků se mu obratem dostalo podivení, že v Plzeňském kraji, kde byl hejtmanem, mu KSČM nevadila, neboť tam si ji vzal do koalice. A také že slíbil respektovat výsledek referenda ČSSD, v němž se asi 60 procent straníků vyslovilo pro vstup do vlády. V koaliční smlouvě přislíbilo podporu vládě všech 15 poslanců, jimiž ČSSD disponuje, takže Chovancovo odpadnutí je de facto porušením úmluvy. Podle ministra životního prostředí Richarda Brabce (ANO) to ale neznamená konečnou. ‚Je to nemilé, ale na věci to nic nemění. Je to signál, ze kterého nemám radost. Určitě teď budou probíhat debaty o tom, kolik reálně hlasů koalice má. Je potřeba si říct, jestli když pan Chovanec nehlasoval pro vládu, zda bude hlasovat pro vládní návrhy zákonů,‘ řekl LN Brabec. I kdyby ale mohla koalice s exministrem vnitra počítat, bude se menšinový kabinet u zákonů potýkat s obtížemi. KSČM se nezavázala hlasovat pro všechno, co bude chtít vláda prosadit, a bez rudých je vládních poslanců jen 93. Ač půjde o druhou vládu Andreje Babiše, šéf ANO zvládl pro svůj tým hned na úvod získat četná prvenství. Je to první vláda, kterou vede obviněný premiér. První

porevoluční, která svou existenci opírá o KSČM. První, která nemá řádně obsazena všechna ministerstva. A první, v níž jeden člen rezignoval ještě před tím, než si vláda šla pro důvěru“ (Lidové noviny, 12. 7. 2018), které podle mého názoru odpoutává pozornost od hlavního sdělení. Důležitějším sdělením podle LN je „zrada“ Chovance za ČSSD. Noviny se tématu věnují dále na straně 2.



MF DNES (MAFRA, a.s.)

Deník se tématu věnuje jak na titulní straně pod uhlazeným titulkem „Boj o důvěru vládě“, tak na následných stranách 2 a 3, kde se téma rozebírá šířeji pod titulkem „Politické drama: Tahanice o důvěru vládě“, opět se titul podle mého názoru více věnuje skutečnosti, že koaliční poslanec Chovanec vyjádřil svůj nesouhlas s aktem získání podpory vládě s pomocí KSČM na svých sociálních sítích, kde se vyjádřil ve smyslu, že se zasedání Poslanecké sněmovny nezúčastní. Celkem podle mého názoru získání důvěry vlády na stránkách MF Dnes vyznívá negativně vůči všem, kromě vládní ANO: „Od začátku bylo zřejmé, že má vláda hnutí ANO a ČSSD s podporou komunistů dostatek hlasů. Přesto se včerejší jednání Sněmovny, na kterém si tento kabinet říkal o důvěru, proměnilo v celodenní politické drama, které skončilo po uzávěrce tohoto vydání. Začalo to už v úterý překvapivým oznámením poslance ČSSD Milana Chovance, že se středeční schůze nezúčastní. A že i kdyby v sálu byl, pro vládu by hlasovat nemohl. V tu chvíli se předsedovi ČSSD Janu Hamáčkovi, který doufal, že se bude moci na všechny svoje poslance spolehnout, začala situace komplikovat. Několik

Právo (BORGIS a.s.)

Těsně po vyslovení důvěry vládě se deník Právo věnoval tématu relativně široce – hned na titulní straně s titulkem „Noční bitva o důvěru“, ovšem v tomto případě byla titulní strana překryta komerční prezentací retailu Kaufland; „Bitva o získání důvěry pro menšinovou vládu Andreje Babiše včera trvala ve Sněmovně celý den až hluboko přes půlnoc. Ale ani ostrá opoziční kritika poslance ANO, soc. dem. a KSČM nezvicklala. Pravice koalici ostřelovala hlavně kvůli podpoře KSČM a varovala před návratem starých pořádků. V době uzávěrky tohoto vydání se za řečnickým pultem vystřídaly desítky diskutujících, přičemž všichni očekávali, že díky početní převaze vláda důvěru získá.“ (Právo, 12. 7. 2018)

PRÁVO
 Módní soubor prvních dam
 BEZISEK Jan Svěrák: Cítím jsem se jako ředitel zeměkoule
 NEZAVRŠILÉ NOČNÍ bitva o důvěru 12. 7. 2018 18 Kč

Kaufland
 Pro lepší týden

KVALITNÍ OBLEČENÍ A VYBAVENÍ PRO DOMÁCNOST
 Novinky vždy v pondělí a ve čtvrtek!

BIO COTTON Modal

PRÁVO
 KOKTEJL Jiří Padevět píše o krávyčích dějích naší republiky
 VIKEND Pešta a barva Kuba
 MÓDNÍ soubor prvních dam
 JAN SVĚRÁK: Cítím jsem se jako ředitel zeměkoule
 NEZAVRŠILÉ NOČNÍ bitva o důvěru 12. 7. 2018 18 Kč

Noční bitva o důvěru

Rebel Chovanec rozbouřil sociální demokraty
 Průzkum: Vzájemně si nevěříme, nejhůř dopadají politici
 Z šesti let za pokus o vraždu novorozence přestupek

ZPRÁVODAJSTVÍ
 ČTENÍ 12. ČERVENCE 2018 | 18 Kč

Noční bitva o důvěru

Rebel Chovanec rozbouřil soc. demokraty

Na Babiše lítaly lahve, zhadal se s Kalouskem

ZPRÁVODAJSTVÍ
 ČTENÍ 12. ČERVENCE 2018 | 18 Kč

Jen čtrnáct ministrů, osm nestraníků

Filip je jednička, diví se poslanci

PUBLICISTIKA
 ČTENÍ 12. ČERVENCE 2018 | 18 Kč

Když politici spoléhají na ztrátu paměti

Lukáš Jadráček
 Fuška

MACNEX 375mg 180
 Získáte 250 tbl. balení za cenu 180 tbl.!

- Pro aktivní život
- Pro sportovce
- Pro celou rodinu

Pro srstce Pro svaly Pro nervový systém

Děti a rodiče
 Jana Křížková oceňuje tydeník Mladá fronta
 Máš zbraň? Požaduje velké soustředění
 Dítě z baterii vylučuje poškození
 Jak proměnit zbraň v letní pohodlný odpočinek

Po tomto datu se v médiích objevovaly další výstupy, které měly za cíl jediné: utlumit negativní reakce veřejnosti. MF Dnes 14. července na titulní straně otvírala dvoustránkový rozhovor s Babišem pod titulkem „KSČM je demokratická strana“, tentýž den, tedy 14. července, deník Právo přišel s titulní stranou pod titulkem „Babiš: Komunisty jsme k moci nepřivedli, trafiky pro ně nebudou“. Oba dva tituly se věnovaly danému tématu stejně rozsáhle, se stejným emočním zabarvením.

V rozhovoru mj. Babiš uvádí na konto Československé strany sociálně demokratické, tedy svého koaličního, vládního partnera: „Pan Chovanec přece veřejně řekl, že se podvolí výsledku referenda, a znovu zradil. Kdo jednou zradil, asi zradí vždycky. Ale to je jeho problém... Pokud to nebude fungovat a bude to drhnout při zákonech, tak to samozřejmě bude špatně a může to vztahy ve vládě poškodit. Ale oni všichni podepsali koaliční dohodu, i když asi čtyři s výhradou. Pokud by to chtěli bourat, bude mi to líto, ale pak by ta vláda měla problém. Na druhé straně už máte důvěru, takže ČSSD vlastně nepotřebujete. Kdyby odešli, nahradíte je vlastními ministry a hlasy SPD, ne? To není pravda, to jsou takové řeči. Stejně jste mluvili o vztahu s prezidentem Zemanem. No, tak Babiš mu trochu pomohl při volbě prezidenta, ale po ní už ho nebude potřebovat, odkopne ho, udělá úřednickou vládu. Nic z toho se nenaplnilo, prezident dodržel slovo. Já si toho vážím, a proto s ním chci udržovat dobré vztahy a nechci jít do žádných konfliktů nebo do žádných žalob kvůli Pochemu... Ale samozřejmě tam zůstává ta sobotkovsko-chovancovská klika. Probíhá tam nějaký vnitřní boj. Vnímám to. Ti, kteří prohráli volby, asi mažou schody novému předsedovi, který se správně rozhodl, že s námi půjdou do vlády. Budou vidět, budou mít témata a já doufám, že na naši spolupráci nebudou mít vliv třeba komunální či evropské volby. Bylo by špatně, kdyby to bylo jako v minulosti, kdy před blížícími se krajskými volbami začala ČSSD lhát, že chceme privatizovat nemocnice, útočila na nás a byli jsme pro ně nepřítel. To totálně narušilo vztahy...“ (MF Dnes, 14. 7. 2018)

Z analýzy sebraných dat můžeme podle mého názoru konstatovat, že majitelé médií ovlivňují tón a názorový směr svých titulů (což jsme mohli nejlépe vidět na zřetelném politicky kontroverzním tématu „Získání důvěry vlády Andreje Babiše za podpory Komunistické strany Čech a Moravy“). Zdá se, že deník Právo, jako silně levicové periodikum, tématu dalo stejný prostor jako MF Dnes, tedy hlavní komunikační kanál někdejšího premiéra Andreje Babiše.

Závěr

Na uplynulých stránkách jsem na důvodně vybraných mediálních domech popsala jejich portfolio a také na příkladu analýzy odůvodnila svou hypotézu motivace současných mediálních magnátů k vlastnictví těchto mediálních domů.

Svoji práci jsem zpracovávala posledních šest let s uvědoměním, že se mediální krajina v Česku (tedy nejen) neustále vyvíjí.

Je zde několik faktorů, které vývoj zásadním způsobem ovlivňují.

Jednak jsou to nová média a technologie obecně, které vyvíjí enormní tlak na rychlost sdílení informací, což upravuje stávající pozici tradičních médií (a také kvalitu, ale to je téma na jinou rozsáhlou práci).

Dále je to změna pozice českých podnikatelů – za posledních třicet let se změnilo jejich postavení, mocenské i finanční, mohou si dovolit z různých pohnutek mediální domy vlastnit i provozovat.

Také kvůli proměně byznysové stránky vydávání médií a prodeje reklamy v souvislosti s celosvětovou hospodářskou krizí kolem roku 2008, se situace ztížila, vydávání médií není automaticky spojeno s komerčním úspěchem podle vyzkoušeného schématu.

A pak je tu zjištění rozsahu mocenského dosahu informací. Podle mého názoru tuto sílu českému auditoriu odhalil až Andrej Babiš v momentě, kdy se rozhodl vstoupit do politiky. Sílou sdělení v rámci svých předvolebních kampaní ve veřejném prostoru, neustálého zásobování sociálních sítí, a zejména podporou svých kroků v „seriózních“ médiích prokázal, že média mohou vytvořit prostor pro tlak na veřejné mínění. I tuto svou hypotézu jsem potvrdila v rámci analýzy na předchozích stránkách.

Dílčím cílem mé práce bylo vytvoření souhrnného sborníku s přehledem aktuálních nejsilnějších vydavatelských domů pro potřeby kolegů z oboru komunikace s veřejností. Pokud profesionál v tomto oboru chce veřejnosti (spotřebitelům, voličům apod.) sdělovat cokoli, musí stavět na mediálních strategiích, které se nicméně musí nezbytně opírat o podrobnou znalost mediální krajiny daného trhu. V tomto případě se domnívám, že má práce tento svůj cíl naplňuje. Přestože jistě k dalším změnám v rámci české mediální krajiny dochází i v tento moment, kdy dopisuji poslední řádky svého textu, ty nejdůležitější struktury jsou popsány. Zároveň pak na základě této znalosti bude jednodušší i správně pochopit případné proměny v rámci titulů či celých vydavatelských, tedy mediálních domů.

Summary

On the previous pages, I described their portfolio of reasonably selected media houses, and also based on an example of analysis, I justified my hypothesis of the motivation of current media moguls to own these media houses.

I formulated my work for the last 6 years with the awareness that the media landscape in the Czech Republic (that is, not only) is constantly developing.

There are several factors that significantly influence development.

On the one hand, it is new media and technology in general that exerts enormous pressure on the speed of information sharing, which modifies the existing position of traditional media (as well as quality, but that is a topic for another extensive work).

Furthermore, it is a change in the position of Czech businessmen - their position, both in terms of power and financial, has changed over the past thirty years. They can afford to own and operate media houses for various reasons.

Also due to the transformation of the business side of media publishing and advertising sales in connection with the global economic crisis around 2008, the situation has become more difficult, media publishing is not automatically linked to commercial success according to the tried and tested scheme.

And then there is the discovery of the extent of the power reach of information. In my opinion, this power was only revealed to the Czech audience by Andrej Babiš at the moment when he decided to enter politics. Through the power of the message in his election campaigns in the public space, the constant supply of social networks and especially the support of his actions in the "serious" media, he proved that the media can create space for pressure on public opinion. I confirmed this hypothesis of mine as part of the analysis on the previous pages.

The partial goal of my work was to create a clear compendium with an overview of the current strongest publishing houses for the needs of colleagues in the field of public communication. If a professional in this field wants to communicate anything to the public (consumers, voters, etc.), he has to build on media strategies, which, however, must be based on a detailed knowledge of the media landscape of the given market. In this case, I believe that my work fulfills this goal. Although there are certainly other changes in the Czech media landscape even at this moment, when I am writing the last lines of my text, the most important structures are described. At the

same time, on the basis of this knowledge, it will be easier and correct to understand any changes within titles or entire publishing houses, i.e. media houses.

Použitá literatura

- JUDr. PhDr. Josef Benda, Ph.D., LL.M., Ph.D.: Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006; Karolinum, 2007
- Denzin Norman K., Lincoln Yvonna S.: The Sage Handbook of Qualitative Research (Third Edition); USA, SAGE Publications, 2005
- Grbich Carol: Qualitative Research in Health – An Introduction; Sydney, SAGE Publications, 1999
- Hendl Jan: Kvalitativná výzkum – Základní metody a aplikace; Praha, Portál, 2005
- Strauss Anselm, Corbin Juliet: Základy kvalitativního výzkumu; Nakladatelství Albert Boskovic, 1999
- Trampota Tomáš, Vojtěchovská Martina: Metody výzkumu médií; Praha, Portál, 2010
- Morgan David L.: Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu; Nakladatelství Albert Boskovic 2001
- Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003
- Jiráček, J. *Regulace médií*. In: [http:// www.rvp.cz](http://www.rvp.cz)
- McLuhan, Marshall H. *Jak rozumět médiím* (Druhé, revidované vydání). Praha: Mladá fronta, 2011
- Economia.cz [online]. Praha: ECONOMIA a. s, c2016. Dostupný z WWW: <http://www.economia.cz/>.
- Ověřování nákladu tisku – ABC ČR [online]. Praha: ABC ČR, c2016. Dostupný z WWW: <http://www.abccr.cz/>.
- Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků: výstava k dějinám českého tisku na území České republiky: Státní ústřední archiv v Praze – Archivní areál Chodovec, 12. listopad–15. prosinec 2002. [Praha: Státní ústřední archiv], 2002. 99 s. <http://www.trinitymirrorsolutions.co.uk/>
<http://www.mediaweek.co.uk/>
<https://www.newstream.cz/zpravy-z-firem/majitel-vydavatelstvi-a-11-spousta-regionalnich-novin-je-jeste-z-devadesatek>
<https://www.mediaguru.cz/clanky/2014/01/porybny-odstoupil-z-predstavenstva-borgisu/>
https://cs.wikipedia.org/wiki/Daniel_K%C3%B6pplov%C3%A1
<https://byznys.hn.cz/c1-60141790-andrej-babis-koupil-mafnu>
https://en.wikipedia.org/wiki/National_Geographic
[https://cs.wikipedia.org/wiki/Kv%C4%9Bty_\(%C4%8Dasopis\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Kv%C4%9Bty_(%C4%8Dasopis))

[www.digitalniknihovna.cz/kwety ceske 1934](http://www.digitalniknihovna.cz/kwety-ceske-1934)

https://olomoucka.drbna.cz/zpravy/spolecnost/18666-pred-30-lety-vyslo-prvni-cislo-erotickeho-casopisu-leo.html?utm_source=copy

app.monitora.cz

Blesk, červen-červenec 2018

Deník, červen-červenec 2018

Hospodářské noviny, červen-červenec 2018

Lidové noviny, červen-červenec 2018

MF Dnes, červen-červenec 2018

Právo, červen-červenec 2018

Seznam příloh

Příloha č. 1: Prodej vydavatelství Mladá fronta, a.s.

Příloha č. 2: Oznámení o převzetí obchodního zastoupení

Přílohy

Příloha č. 1.

Obchodní rejstřík už zapsal prodej části médií z portfolia společnosti Mladá fronta.

Společnost **Mladá fronta** prodala část svých médií. Oficiálním kupujícím je

společnost **Serafico investment**. Vyplývá to ze zápisu v obchodním rejstříku. Části

závodu **Mladá fronta** byly na uvedenou firmu převedeny 14. dubna 2016, zápis byl v

rejstříku uskutečněn v pondělí 18. dubna 2016.

Společnost **Serafico investment** je napsaná na **Petra Hrdličku**, který má být jejím

100% vlastníkem. Dále se očekává převod aktiv ze společnosti **Serafico investment** na

skupinu **Czech News Center** nebo jejího akcionáře **Czech Media Invest**.

Mladá fronta prodej části svých médií firmě **Serafico investment** potvrdila v úterý po poledni. „Předmětem je prodej zahrnující zejména deník E15, tituly Bydlení Stavby Reality, Dieta, F.O.O.D., ForMen, Lidé a Země, Maminka, Mateřídouška, Moje Psychologie, Moje Zdraví, Právo a Byznys, ZEN, Betyнка a část webů,“ upřesnila v oficiálním oznámení.

V Mladé frontě, tedy ve vlastnictví **Františka Savova**, by tak měl zůstat týdeník **Euro**, měsíčník **Profit**, některé odborné tituly a knižní nakladatelství.

„Dlouhodobě je na českém mediálním trhu znatelné, že je nutné se profilovat.

Vydavatelství Mladá fronta se tak do budoucna bude orientovat na aktivity související především s ekonomickým týdeníkem Euro a novým portálem Euro.cz. Uvedené ekonomické tituly budou doplňovat a rozvíjet další nové produkty, projekty a odborně a společensky zaměřené eventy vznikající pod značkou Euro, kde máme jedinečné know-how,“ řekl **David Hurta**, generální ředitel vydavatelství **Mladá fronta**.

Do budoucna chce vydavatelství Mladá fronta rozvíjet i další aktivity v oblasti online projektů, kde má nabízet produkty pro specializovanou a širokou cílovou skupinu.

Expanzi plánuje i v oblasti vydání **knižních** titulů a odborných aktivit divize **Medical Services**.

Jak už jsme [informovali](#), na konci minulého týdne začalo stěhování části zaměstnanců **Mladé fronty** do sídla společnosti **Czech News Center**, kterou vlastní podnikatelé **Daniel Křetínský** a **Patrik Tkáč**. Společnost **Serafico investment** vystupuje jako firma, která má prodej zastřešit.

Příloha č. 2:

Czech News Center 

V Praze, dne 23. května 2016

Oznámení o převzetí obchodního zastoupení

Vážení obchodní partneři,

společnost CZECH NEWS CENTER a.s. si Vám tímto dovoluje oznámit, že k 1. 6. 2016 přebírá zastupování společnosti Serafico investment s.r.o. při prodeji inzerce v periodickém tisku vydávaném a na internetových stránkách provozovaných touto společností.

Jedná se zejména o tyto periodické tituly:

F.O.O.D., Betynka, Dieta, Moje psychologie, Moje zdraví – čtení z vaší lékárny, Maminka, Mateřídouška, Sluníčko, For Men, Computer, Lidé a země, Bydlení, stavby, reality, E15, E15 Weekly, Právo&byznys, Strategie a ZEN magazín.

a následující internetové stránky:

avmania.cz, digiarena.cz, E15.cz, finexpert.cz, strategie.cz, zeny.cz, connect.cz, autorevue.cz, doupe.cz, f1sports.cz, sportrevue.cz, mobilmania.cz, motogpsport.cz, zive.cz, formenonline.cz, abecedazahrady.cz, dama.cz, fitweb.cz, maminka.cz, recepty.cz, lideazeme.cz, orbion.cz, hledjeceny.cz

Společnost Serafico investment s.r.o. se k 12. květnu 2016 stala součástí koncernu CZECH MEDIA INVEST a.s., do kterého náleží i společnost CZECH NEWS CENTER a.s.

Těším se na další spolupráci.

S pozdravem

Za CZECH NEWS CENTER a.s.


David Šároch
obchodní ředitel

CZECH NEWS CENTER a. s.
Komunardů 1584/42
170 00 Praha 7, Česká rep.
tel +420 225 977 111
e-mail info@cncenter.cz

CZECH NEWS CENTER a. s. je nejsilnějším mediálním domem na českém trhu, který prostřednictvím tištěných a online médií oslovuje téměř šest miliónů čtenářů. CZECH NEWS CENTER a. s. nabízí široké portfolio tištěných deníků, časopisů, ale i online magazínů, webových projektů, aplikací či služby virtuálního operátora a tiskáren. V České republice zaujímá CZECH NEWS CENTER a. s. první místo mezi vydavateli deníků a celkově mezi smíšenými vydavateli mu patří druhé místo. Je vydavatelem tří celostátních deníků, které vycházejí 7krát týdně a patří jim 43 % deníkového trhu.