

Křetínské sítě:

Podcasty a influenceri
ve službách
fosilního oligarchy



re→set



Obsah

Úvod: Křetínského netransparentní síť influencerů	2
Ovlivňování a střet zájmů: mediální kauzy	4
Katz83: Engagement network blízko zájmům miliardáře	6
Podcasty a think tank Michala Půra	8
CEVRO Institut: Když fosilní lobbisté školí mladé novináře	9
Mikýř a autocenzura, netransparentnost světa influencerů	10
Nejen Mikýř: celebrity a CMI	12
Mapa podcastů a videopořadů vlastněných Danielem Křetínským	13
FOMO: fosilní média pro generaci Z	15
Závěr: Veřejný prostor je nutné zbavit oligarchů	22





Úvod: Křetínského netransparentní sítí influencerů

Daniel Křetínský, majitel energetického holdingu EPH a druhý nejbohatší Čech, je mimo jiné známým majitelem médií. V České republice vlastní jako většinový akcionář mediální holding Czech Media Invest: nejznámější vydavatelství spadající pod tento holding je jistě CNC media a jeho Blesk, Sport, AHA!, Reflex nebo E15. Zároveň své mediální impérium rozšiřuje i do zahraničí: ve Francii chvíli vlastnil deník Le Monde, přičemž v současnosti kupuje tamní druhé největší vydavatelství Editis, ve Velké Británii se zase uchází o vydavatelství The Telegraph. Tyto informace, včetně kauz spojených s využíváním médií ve prospěch byznysových zájmů majitele,¹ jsou veřejně známé a dobře dostupné.²

Důvodem je fakt, že u novin, časopisů a zpravodajských portálů lze vlastnictví dohledat poměrně snadno. Většina médií má i jisté editorské standardy pro zveřejňování majitele, pokud píše o tématu, které se jej týká. Opačná situace však panuje na internetu, který je už z principu více anonymním prostředím. V případě podcastů, různých forem videoobsahu či u samotných influencerů ovlivňujících myšlení zejména mladé generace je situace mnohem méně přehledná.

Internetová média stojí stranou, nevztahuje se na ně dokonce ani zákon o stře-

tu zájmů zakazující politikům vlastnit či ovlivňovat rozhlasová, televizní média a tisk. Standardy pro zveřejňování vazeb politiků, podnikatelů a internetových médií bohužel neexistují, a je tak třeba se spoléhat na informace, které jsou o sobě jednotliví aktéři ochotní zveřejnit, a doufat, že se tématem do budoucna budou zabývat investigativní novináři a odborná veřejnost. I z těchto kusých informací lze však poskládat alespoň částečný obrázek o tom, jak někteří oligarchové využívají právě tyto kanály k ovlivňování veřejnosti. Cílem tohoto reportu je dát dohromady dostupné informace o internetové komunikační síti s přímou návazností na Daniela Křetínského a jeho byznys. Naše analýza totiž ukázala, že kromě tradičních médií si český oligarcha buduje také méně transparentní influencerskou síť, která výrazným způsobem ovlivňuje veřejnou diskusi, a to zejména u mladších ročníků.

Klíčovou roli v této síti hraje mediální agentura Katz83, která kolem sebe sdružuje hustou síť mladých influencerů a influencerek. Právě tato společnost přivádí dohromady klíčové osobnosti z tradičních médií spadajících pod CNC News s osobnostmi známými na internetu skrze své vlastní pořady či podcasty. Dalším uzlovým bodem celé sítě je pak Mall TV patřící CNC, která rovněž do světa vysílá mladé talenty. Mezi ně patří například velmi zná-

Kdo je influencer?

Pro účely tohoto reportu považujeme za influencera kohokoliv, kdo na sociálních sítích (Instagram, Youtube, TikTok aj.), poskytuje prostor placenému obsahu. Není pro nás důležité, kolik má sledujících, ale jestli pracuje se sponzory či reklamními agenturami.

má osobnost Martina Mikysky známého jako Mikýř či influencer Jonáš Čumrik vystupující pod jménem Johny Machette.

Křetínského mediální chapadla však směřují i do akademického prostředí: známost se stala jeho spolupráce s právníkou fakultou v Brně,³ méně se pak mluví o propojení CNC a oboru Média a současné mediální prostředí vyučovaného na CEVRO Institutu – považujeme tedy za důležité toto propojení mezi soukromou pražskou univerzitou a fosilním byznysem českého oligarchy popsat dopodrobna. Rozebereme také podcastovou síť Michala Půra. Detailně se pak zaměříme na server Heyfomo.cz, který jsme kromě vysvětlení vazeb na Daniela Křetínského také podrobili obsahové analýze. Věříme, že náš report povede k otevření potřebné debaty o vlivu tuzemské oligarchie na internetový provoz a umožní lepší rozkrývání vazeb mezi vlivovými skupinami a obsahem různých influencerů.

Přestože se zaměřujeme konkrétně na vliv Daniela Křetínského, je nutné dodat, že vliv fosilního průmyslu na média se zdaleka neomezuje na jeho osobu. Největší mediální dům na českém trhu Mafra

(MF Dnes, Lidové noviny, rádio Impuls) v roce 2023 koupila skupina Kaprain Karla Pražáka, který mimo jiné s Křetínským spoluvlastní firmu AVE CZ.⁴ Navíc hrozí, že Mafra přejde do rukou ještě silněji spjatých s fosilním průmyslem: Pražák od koupi Mafrы otevřeně mluvil o dalším prodeji mediálního domu – výrazný zájem o něj projevil uhlobaron Pavel Tykač, majoritní vlastník fosilní energetické skupiny Sev.en Energy. Tykač svůj zájem o Mafru potvrdil, podle serveru Seznam Zprávy se jedná o favorizovaného kandidáta při jejím prodeji. Křetínského Czech Media Invest ve spojení s Mafrou ovládá okolo tří čtvrtin českého tiskového trhu.⁵ Pohodlná většina tiskového trhu tak může patřit majitelům s přímými byznysovými zájmy v prohlubování klimatické krize a odkládání konce fosilních paliv v Česku.

EPH A OBCHODNÍ ZÁJMY DANIELA KŘETÍNSKÉHO

Křetínského EPH (Energetický a průmyslový holding) byl podle žebříčku Czech Top 100 nejvýznamnější českou firmou roku 2023.⁶ Její vliv je obrovský a dopady měřitelně ničující: EPH patří mezi tři největší znečišťovatele oxidem uhličitým v Evropě a je jedním z hlavních překážek evropské energetické transformace. Kromě toho patří k firmám s největšími plány na rozšiřování plynové infrastruktury: plánuje výstavbu plynových elektráren o instalovaném výkonu přibližně 6 GW. EPH vydělává na energetické chudobě a jeho byznysový plán spoléhá na prodlužování těžby a spalování fosilních paliv.

Křetínský se v roce 2024 stal druhým nejbohatším Čechem. Má celou řadu politických kontaktů, mimo jiné vlastní vydavatelský dům CNC s nejčtenějším českým deníkem. Slovo *oligarcha* v jeho případě můžeme používat zcela bez nadsázky. Vše podstatné o EPH a byznysu Daniela Křetínského jsme shrnuli v reportu s názvem *Fosilní hyena: Jak EPH Daniela Křetínského ničí klima, profituje z energetické chudoby a ohrožuje demokracii*.⁷

Ovlivňování a střet zájmů: mediální kauzy

Daniel Křetínský byl z ovlivňování svých médií podezřelý opakovaně. V některých případech šlo o využívání médií pro byznysové zájmy. Stalo se tak v případě štvánice Křetínského médií na ministra průmyslu a obchodu Jozefa Síkelu v době, kdy si jeho EPH s ministerstvem konkurovala při nákupu společnosti Net4Gas spravující plynovody. Disproporčního – a silně emočně zabarveného – pokrytí kauzy médií spadajícími pod Křetínského Czech News Center, včetně pokrytí na titulní straně nejčtenějšího Blesku, si všimla česká i zahraniční média.⁸ Podrobně se kauze věnujeme v naší analýze *Bleskový útok*.⁹

Další kauzy se týkaly ovlivňování obsahu na základě osobních vazeb – například během tzv. kauzy IKEM v zimě 2023, když bývalý ředitel nemocnice Michal Stiborek poté, co na serveru Seznam Zprávy vyšly články o jeho byznysu s úvěry s vysokými úroky a hrozila mu rezignace, využil osobní vazby svého zástupce Jiřího Malého právě na Křetínského, aby získal pozitivní pokrytí v jeho médiích. V současné době je potvrzené, že si zástupce ředitele IKEM Jiří Malý psal jak přímo s Danielem Křetínským, tak jeho mluvčím Danielem Častvajem – s ním domluvil hned dva rozhovory tehdejšího ředitele nemocnice Michala Stiborka v médiích spadajících do Křetínského vlastnictví; v Blesku a na serveru Info.cz během jediného dne.¹⁰ Server Echo24 uvádí, že v této akci mohla hrát roli vazba Jiřího Malého na Křetínského bývalou partnerku Kláru Cetlovou.¹¹

Vypovídající je také, že mluvčí EPH Daniel Častvaj je zároveň členem představenstva nejen Křetínského skupiny Czech Media Invest, ale i představenstev konkrétních vydavatelství, které pod CMI spadají: Czech News Center (Blesk, E15) a Czech Radio Center (Evropa 2, Frekvence 1).¹² Je

takřka nemožné, aby za takových podmínek neprobíhalo sdílení informací mezi energetickým holdingem a médií, případně nedocházelo ke vzájemnému ovlivňování. Případné další úvahy o regulaci médií by by měly zamezit možnosti velkých ekonomických hráčů vlastnicích klíčovou infrastrukturu vytvářet takto riziková propojení mezi byznysem a médií. Pokud má vlastník médií obchodní zájmy jinde, má obrovskou motivaci média využívat ve svůj prospěch a v současné době nejsou žádné mechanismy, jak mu v tom zabránit.

Projevy tohoto spojení jsou jasně viditelné: přestože většina společnosti považuje klimatickou krizi za jeden z nejzávažnějších nebo vůbec nejzávažnější současný problém,¹³ média jsou disproporčně plná emočně vypjaté kritiky klimatických aktivistů, neziskových organizací, dekarbonizačních opatření z Evropské Unie či kohokoliv jiného, kdo bere klimatickou krizi vážně a snaží se prosadit odklon od fosilních paliv.



END FOR
OCCUPY

EPHIMUS
FALL

CO OPERATE

NEČAKI Z KONEC
SVETA

NEREŠTE
SRACKY

Katz83: Engagement network blízko zájmům miliardáře

Velmi nekompletní informace jsou dostupné i o mediální agentuře, respektive „engagement network“ Katz83, kterou založil a patnáct let vedl „odborník na PR“ Tomáš Jirsa, bývalý jednatel CMI news a Info.cz. Katz83 na svém webu nezmiňuje klienty ani kampaně, na kterých se podíleli, a i na sociálních sítích sděluje o své činnosti minimum. I toto malé množství veřejně dostupných informací nicméně ukazuje silné vazby na média vlastněná Křetínským. Jirsa po odchodu z Info.cz produkuje a spolu s Michalem Půrem moderuje podcast Insider dříve spadající právě pod Info.cz – dnes je na CMI formálně nezávislý, nicméně krátké verze jednotlivých epizod jsou stále zveřejňovány přes server Info.cz a CMI Podcasty Insider i Info.cz dále sídlí na stejné adrese.¹⁴

Sám Jirsa v podcastu Aust uvedl, že chce „rozměňovat vztah mezi tím, kdo je zaměstnanec, freelancer a klient“ a že mezi jeho cíle patří budování sítí. Pokud se podíváme na projekty Katz83, lze skutečně najít určitou síť. Jirsa nechává své studenty stážovat v podcastu, který produkuje jeho vlastní marketingová firma. Připomínáme, že podcast moderuje se svým nástupcem Michalem Půrem, zakladatelem a dlouholetým šéfredaktorem webu Info.cz, který Daniel Křetínský vlastní a dlouhodobě dotuje jeho provoz.¹⁵ Na networkingových večerech agentury se v panelových diskuzích pravidelně objevují osobnosti spjaté s CNC – kromě Michala Půra také šéfredaktor E15 Nikita Poljakov, šéfredaktorka online média FOMO Karolína Čumriková a jeho spoluzakladatel Vilém Franěk či bývalý šéf marketingu CNC Jan Fisher.

Nejvýraznějším projektem Katz83 v posledních letech byla konference SHIFTS23 pořádaná časopisem E15 (spadajícím pod CNC) a J&T bankou, k níž Katz83 zastřešovali veškerou digitální komunikaci a na níž byl hlavním hostem samotný Křetínský. Ponechme stranou cynismus komunikační linky *konference pro ty, kteří chtějí těžit z radikální transformace kolem nás*¹⁶ – přičemž hlavním hostem je člověk, jenž astronomickým způsobem zbohatl na energetické chudobě.¹⁷ Atmosféru pouze dokreslují vyjádření majitele EPH během konference, ve kterých napadal klimatickou politiku a označil cíle Evropské unie na snižování emisí za drastické.¹⁸

Agentura a pod ní spadající společnosti Media Value, Hotshots a Hi-lights se obecně věnují produkci videoobsahu, podcastů a spolupráci s influencery. Informace o spolupráci s konkrétními influencery nezveřejňuje: výjimkou je Jonáš Čumrik vystupující pod jménem Johnny Machette, který sám sebe označuje za ex-influencera, v Katz83 zaměstnaný na pozici ideamaker.¹⁹ Krom produkce podcastu Insider se Katz83 hlásí také k podcastu CEVRO Talks – ten je přímo spojen s oborem Média a současně mediální prostředí na CEVRO Institutu, jehož spolumarkétka je ředitelka CNC Libuše Šmuclerová a jedním z vyučujících právě Jirsa. Že vazby Katz83 na Křetínského mediální impérium však nekončí s osobou Tomáše Jirsy ukazují poslední vnitřní změny: na podzim roku 2023 byl ve funkci ředitele Katz83 nahrazen Janem Fisherem, bývalým šéfem marketingu CNC.

Vzhledem k tomu, jak málo informací je o agentuře veřejně dostupných, je možné, že řada spolupracujících influencerů, ale i kameramanek, zvukařů, střihaček či

grafiků vidí pouze manifest odkazující se na hesla technologických gigantů typu Facebooku či Netflixu.²⁰ Nemusí vědět ani o dlouholetých vazbách bývalého i současného vedení Katz83 na Daniela Křetínského. Nemusí znát historii Tomáše Jirsy jako politického marketéra pro ODS, Věci Veřejné, Trikoloru či Josefa Středulu, a to přestože některé jeho bývalé praktiky mohou být vodítkem i pro současné fungování Katz83. Podle serveru Česká pozice měl Jirsa v kampani Věcí veřejných v roce 2011 na starosti tzv. guerilla marketing spočívající v najímání placených komentátorů, kteří se pod řadou účtů zapojovali do internetových diskuzí.²¹

Lze tak říct, že Katz83 sehrává v influencerské síti navázané na Daniela Křetínského klíčovou roli. Je uzlovým bodem, který kolem sebe sdružuje mladé influencery a influencerky a zároveň vytváří prostor pro vstup do veřejného prostoru pro lidi z CNC i přímo pro Křetínského. Kvůli netransparentnímu prostředí lze předpokládat, že řada lidí spolupracujících s Katz83 o výše popsaných vazbách na druhého nejbohatšího Čecha ani neví.

katz83



Graf.1: Dceřinné společnosti KATZ83

Kauza Home credit a minulost Katz83

Před přejmenováním na Katz83 působila Jirsova PR agentura pod názvem C&B Group. Pod tímto názvem zažila agentura skandál výrazně rezonující i v českých médiích.²² Podle zjištění serveru Aktuálně si firma Home Credit objednala u C&B kampaň, jejímž cílem bylo zlepšení obrazu čínského režimu u české společnosti.²³ Jirsa, v době skandálu většinový vlastník C&B Group, byl souběžně jednatelem webu Info.cz, kde v průběhu trvání zakázky vycházelo velké množství článků věnovaných Číně. V reakci na skandál Jirsa na pozici v Info.cz rezignoval, s tehdejším šéfredaktorem Infa Michalem Půrem nicméně dodnes blízce spolupracuje. Portál Info.cz a Katz83 nadále sídlí v jedné budově.

Podcasty a think tank Michala Půra



Michal Půr, dlouholetý kolega Tomáše Jirsy z podcastu Insider, má minulost spojenou s mediálním konglomerátem Daniela Křetínského. Půr sedm let působil jako šéfredaktor internetového deníku Info.cz, kde etabloval agendu zaměřenou proti klimatické politice i občanské společnosti. Od samého počátku působení v Infu útočil na obhájce odchodu od fosilních paliv, které nazýval například nadávkou zelený Taliban.²⁴ Spolu s Mirkem Topolánkem, který pracoval na celé řadě vysokých pozic v rámci holdingu EPH, moderoval Topol Show. Známý je mimo jiné tím, že se v reakci na obvinění ze střetu zájmu odmítl označit za novináře – přestože byl v té době šéfredaktorem zpravodajského média.²⁵

V současné době Půr spolu s Vladimírem Piskáčkem vede platformu Datarun, skrze níž publikuje podcasty, newslettery a studie často spojené s konkrétním politickým programem. V popisku svého webu si Datarun dává za cíl „navrhovat řešení“, Michal Půr v rozhovoru pro podcast Aust před začátkem projektu mluvil o svém zájmu zřídit think tank a jmenoval PAQ Research a Daniela Prokopa jako jednu ze svých inspirací, právě s ohledem na dopad jeho studií a konkrétní politické kroky, které z návrhů PAQ Research vychází.²⁶ Datarun má tedy velké ambice ovlivňovat veřejnost i politické hráče.

Datarun v tuto chvíli publikoval dvě studie – jednu týkající se digitalizace stavebního řízení a druhou, relevantnější k našemu tématu, o roli a provozu veřejnoprávních médií. Ta se zabývá především dvěma otázkami – zda by mělo pokračovat financování veřejnoprávních médií z koncesionářských poplatků a zda by veřejnoprávní média měla mít povoleno vysílat reklamy.²⁷ Není asi třeba zdůrazňovat, že oba tyto kroky by mohly vést k zásadnímu omezení zdrojů pro veřejnoprávní média

a učinily by je výrazně zranitelnějšími. Navrhované politiky je zapotřebí vnímat v kontextu předchozí činnosti Michala Půra, který žurnalistiku označoval za překonanou či v krizi a zároveň byl dlouhodobě aktivní v médiích vlastněných oligarchou.

Kromě zásadních vazeb Půra osobně na Křetínského média dochází ke značnému překryvu mezi příspěvateli Datarunu a autory spojenými s Info.cz – svůj podcast má na Datarunu komentátor a provokatér Jan Palička, pro Info i Datarun tvoří obsah Ondřej Šimíček, Martin Kovář, Karel Kašák a další. Ani přímý politický vliv Michala Půra nelze popřít: dostal se tak až na pozici moderátora podcastu V Podhradí, v němž vede rozhovory s prezidentem Petrem Pavlem.²⁸

Co se týče otázky nezávislosti Datarunu, opakuje se zde model, který jsme již ilustrovali na jiných případech – nespadá pod Czech News Center či Czech Media Invest, což ale nemusí znamenat nezávislost od oligarchických vlivů. Platforma vznikla za příspěvku veřejně nepředstavené „skupiny známých“. Přestože je část tamního obsahu zpoplatněná, ani v tradičně optimistických zprávách při spouštění nového projektu nepočítali Půr s Piskáčkem, že by peníze od odběratelů platformu uživil, naopak se spoléhají na „partnerství komerčních firem a institucí“.²⁹ Na webu Datarunu v tuto chvíli žádné informace o sponzorech či partnerech nejsou a zřejmý je zde podcast Bílý plášť vzniknuvší ve spolupráci s Ministerstvem zdravotnictví a VZP.

CEVRO Institut: Když fosilní lobbisté školí mladé novináře a novinářky

Za pozornost stojí také postgraduální obor Média a současné mediální prostředí, od roku 2022 vyučovaný na soukromé univerzitě CEVRO Institut. Obor je podle popisu na webu CEVRO Institutu pro ty, kdo se *chtějí stát novináři, mediálními profesionály anebo chtějí pochopit fungování médií*³⁰ – vyučované novinářské standardy jsou však ohroženy sponzory. Czech News Center je jedním z partnerů celého oboru, studujícím jsou nabízeny stáže v řadě redakcí spadajících pod holding EPH a mezi vyučujícími lze najít lobbisty a odborníky na PR se silnými vazbami na Daniela Křetínského.

Předmět Novinář X Politik aneb Média z druhé strany učí jeden z nejvýznamnějších a nejviditelnějších lobbistů EPH Mirek Topolánek, jenž má s Křetínským bohatou společnou historii. Topolánek byl předsedou vlády v letech 2006-2009, kdy Křetínského EPH zahajovala svoji činnost několika obchody s polostátním ČEZem včetně společného nákupu společnosti MIBRAG věnující se těžbě a spalování uhlí v Německu a odkupu elektrárny Opatovice, což bylo považováno za nevýhodné pro ČEZ a velmi výhodné pro EPH (podle tehdejších zpráv serveru Aktuálně prodělal ČEZ na celé transakci zřejmě necelé dvě miliardy korun).³¹ Zároveň Topolánek po svém odchodu z politiky vystřídal různé pracovní pozice napojené na holding EPH; mimo jiné byl opakovaně členem dozorčí rady elektrárny Opatovice. Dnes je součástí managementu firmy EUSTREAM a předsedou výkonné rady Teplárenského sdružení, kde sedí jako zástupce jedné z Křetínského tepláren. Právě v EUSTREAMu se mohl potkat s Vladimírem Mlynářem, rovněž bývalým politikem po svém odchodu působícím ve velkém byznysu.³²

Vladimír Mlynář je také bývalým členem představenstva EUSTREAMu³³ a na postgraduálním programu vyučuje předmět Média a politika – pohled ze všech stran. Jak jsme již popsali výše, na oboru vyučuje také Tomáš Jirsa, která má řadu personálních a klientských vazeb na Křetínského média. Jirsa vyučuje předmět PR a reklama v médiích.

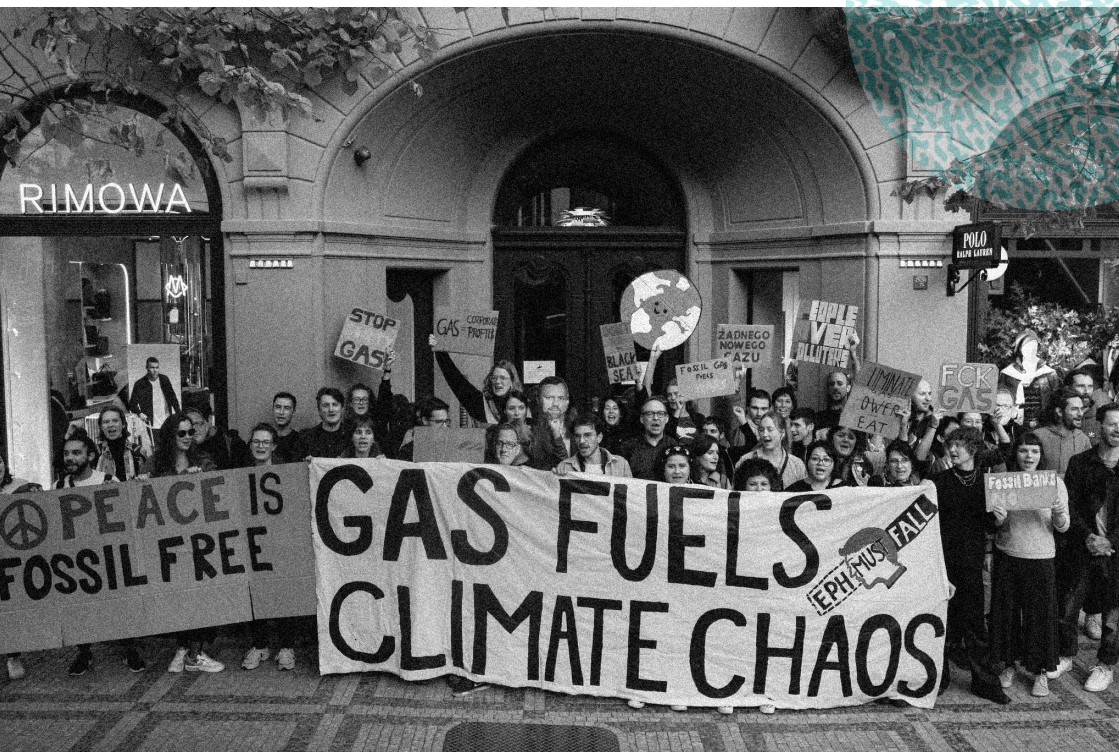
Jednou z devíz studijního programu jsou také stáže v celé řadě médií vlastněných Křetínským: konkrétně v CNC (Blesk a Reflex), CMI (podcast Insider a Info.cz, kde je dokonce aktuální verze studijního programu klasifikována jako přímá součást) i Katz83, kde jde konkrétně o možnost práce ve studentském podcastu.

Média a současné mediální prostředí jsou tak postgraduální program spoluzaložený firmou spadající do holdingu EPH, v němž vyučuje celá řada lidí s vazbami na Daniela Křetínského. Přestože se na programu podílí i jiné firmy – mezi garanty oboru je kromě šéfky představenstva CNC Libuše Šmuclerové zastoupen i šéf sekce zpravodajství a publicistiky TV Nova Kamil Houska, stáže probíhají také v TV Nova či TV Seznam – stále se jedná o unikátní množství vlivu, jemuž je dobré věnovat pozornost.

Nejen Křetínský: PPF na mediálním postgraduálu, Tykač na celém CEVRU

EPH není jediná firma, jejíž jméno se pravidelně opakuje v životopisech vyučujících oboru Média a současné mediální prostředí na CEVRO Institutu. Řada vyučujících zmiňovaných v souvislosti s vazbami na Křetínského má společnou historii i s PPF. Patří mezi ně i Tomáš Jirsa: PPF byla klientem jeho agentury v rámci kauzy Home Credit, zároveň byl v této době obchodním partnerem Jirsy Radim Ochvat. Ochvat a Jirsa spolu zakládali společnost Fount provozující Zdroj.cz později sloučený s Info.cz.³⁴ Ochvat byl v době, kdy s Jirsou zakládal tento mediální projekt, mluvčím PPF. Před tím pracoval mimo jiné jako mluvčí exprezidenta Václava Klause a tiskový tajemník Mirka Topolánka.³⁵ Pro PPF pracoval i Vladimír Mlynář, celkem třináct let působil jako ředitel pro vnější vztahy. I po svém odchodu z této pozice na konci roku 2023 nadále pokračuje v externí spolupráci s PPF.³⁶

Přestože se v tomto reportu zabýváme konkrétně Danielem Křetínským a jeho méně viditelnými vazbami na svět médií, je nutné zdůraznit, že se rozhodně nejedná o jediného miliardáře, který využívá média ke svým zájmům. Nelze také opomenout uhlobarona Pavla Tykače, který spolu s René Holečkem z holdingu zaměřeného na výrobu zbraní Colt CZ Group založil nadaci C-EDUCA. Ta se zavázala poslat CEVRO Institutu až miliardu korun, za kterou se tento Institut mohl transformovat na univerzitu.³⁷ Vysoká škola univerzitního typu se narodil od vysoké školy neuniverzitního typu zaměřuje i na výzkum a nabízí i doktorské studium, což může v budoucnu vznášet další otázky ohledně legitimacy vědění produkovaného v rámci CEVRO.



Mikýř a autocenzura, netransparentnost světa influencerů

Pochopitelně není možné definitivně tvrdit, že jednotlivé osobnosti samy upravují nebo přizpůsobují svůj obsah. I osobnosti, u kterých je na první pohled zjevné, že svůj obsah nevytvářejí na objednávku, mohou být ovlivňováni nepřímo.

Výrazným příkladem takového principu je Martin Mikyska, známý jako Mikýř, dlouhodobě jedna z nejvýraznějších osobností Mall TV, kde v letech 2020-2022 tvořil pořad Mikýřova úžasná pouť internetem. Mall TV přešla pod společnost Czech Video Center spadající pod Křetínského CNC v roce 2021 – tedy v době, kdy Mikýřova sledovanost i relevance dále rostla.³⁸ Mikyskova tvorba je pro náš report obzvláště zajímavá, protože se nevyhýbá politickým tématům.

Přestože se pořad primárně zaměřuje na excentrické postavy českého internetu, demaskování podvodů a komediální rozhovory, obsahuje i videa o prezidentských volbách v roce 2023 a především celou kampaň k parlamentním volbám v roce 2022. Tato série videí, akcí ve veřejném prostoru a spoluprací s celou řadou dalších internetových osobností soustředovala svou kampaň kolem hashtagu *#endikurvakvolbam*, tematizovala svobodu slova a boj proti oligarchii – činila tak ale za peníze média vlastněného oligarchou ohrožujícím svobodu slova.

V jednom z dílů svého pořadu se Mikyska explicitně vymezoval vůči PPF jakožto bývalému vlastníkovi Mall TV.³⁹ Konkrétně přitom mluvil o tzv. kauze Home Credit, do níž jsou však, jak jsme popsali výše, Křetínského média, Info.cz a CMI také významně zapojena. Jinými slovy, vymezil se vůči bývalému, nikoliv současnému majiteli, přestože byli do skandálu za-

pojeni společně. Proč se Mikýř rozhodl kriticky vyjádřit pouze proti PPF, nikoliv proti Křetínskému? Vypadal by tento segment jeho show za jiných okolností jinak?

Mikyska se ve svých videích věnoval ruské invazi na Ukrajinu a dokonce i zmiňoval závislost na ruském plynu. Nešel ale o krok dál a nezmínil, že z importu ruského plynu dlouhodobě profitoval právě Křetínský. Vidíme, že se nebojí politických témat a opakovaně mluví o oligarchii či oligarchických praktikách – je však pouze náhodou, že tento výraz vztahuje pouze k Andreji Babišovi? Kvůli současné vlastnické struktuře většiny českých médií přicházíme o kritický pohled. Problém ale neleží zdaleka jen u velkých mediálních koncernů. I na první pohled nezávislí influenceré a influencerky mohou být placeni či neformálně ovlivňováni mediálními oligarchy. Nemají žádnou povinnost zveřejňovat, kým jsou placeni a čím zájmy reprezentují.

Přestože je Mikýř, stejně jako další influenceré, výrazně sledovanější a pro mnohé diváky důvěryhodnější figurou než většina novinářů, nelze zjistit, kdo jej sponzoruje a má tedy na jeho obsah vliv. Tuto netransparentnost jsme ilustrovali právě na příkladu Mikysky. Osamostatnění Mikýřovy úžasně pouti internetem od Mall TV však neukončuje jeho vazby na Křetínského média. Vilém Franěk, bývalý marketingový ředitel Mall TV, který Mikýře „objevil“ a nadále je jeho manažerem, dlouhodobě spolupracuje s hned několika projekty spadajícími pod Czech Media Invest.⁴⁰ Byl u vzniku online média FOMO na webu Heyfomo.cz, pro které dodnes pracuje, jeho podcast o sportu je produkován týmem Insideru. Vazby na Křetínského média zde tedy existují. Jakou přes-

ně mají podobu? Jsou formalizované? Je na mediální firmy z Křetínského holdingu Mikyska navázaný finančně? Tyto informace nejsou nikde veřejně dostupné. Ani u Mikysky, ani u dalších osobností na sociálních sítích, videoplatformách a podcastech, kteří – přestože někdy používají humor nebo sprostá slova – jsou fakticky ve finále politickými komentátory se zcela netransparentní agendou.



Nejen Mikýř: celebrity a CMI

V médiích spadajících pod CNC či CMI působila řada v současné veřejné debatě vlivných tvůrců. Vývoj kariéry podobný té Mikýřově není nijak neobvyklý. Hvězdy jednotlivých pořadů začínají v zázemí velkého vydavatele a ve chvíli, kdy jejich sledovanost naroste, se často pokouší fungovat nezávisle, ať už kvůli vstřícnějším finančním podmínkám, či větší nezávislosti ve volbě témat i zpracování. Vazby a známosti ze svého předchozího působení si však sebou nesou dále.

Například podcast Kecy a Politika z dílny Bohumila Pečinky a Petra Michopulose takto začínal pod hlavičkou Reflexu, ale posléze se osamostatnil. Proces oddělování podcastu od Reflexu byl nicméně konfliktní a doprovázel jej veřejný spor o finance, poukazující na provázanost jednotlivých firem spadajících pod me-

diální konglomerát Daniela Křetínského. Podcast nějakou dobu během procesu osamostatňování fungoval hybridně; část jeho obsahu byla zdarma na webu Reflexu, zbytek byl v placené formě dostupný na předplatitelské platformě Gazetisto, která stejně jako Reflex spadá do skupiny Czech Media Invest. Během sporu Michopulos tvrdil, že Gazetisto odmítlo vyplácet autorům Keců a Politiky peníze z předplatného jako trest za to, že ukončili spolupráci s Reflexem.⁴¹

Mezi výrazné osobnosti české online sféry v minulosti tvořící pod hlavičkou CNC dále spadá také novinář a moderátor Čestmír Strakatý, který do podzimu roku 2023 moderoval pořad Prostor X spadající pod Reflex.

Mapa podcastů a videopořadů vlastněných Danielem Křetínským



* Uvádíme zde všechny pořady, jimž vyšly nové díly v posledním půl roce.

Graf 2: Mapa aktivních podcastů a videopořadů na platformách spadajících pod Czech Invest



FOMO: fosilní média pro generaci Z

Pravděpodobně nejambicióznějším projektem Czech Media Invest pracujícím s influencery je FOMO. Médium je zaměřené explicitně na generaci Z, distribuované především přes Instagram. FOMO vzniklo v roce 2021 a spadá pod Czech News Center, u jeho vzniku stál Vilém Franěk, bývalý marketingový ředitel Mall.tv, kterého jsme již zmiňovali jako manažera Mikýřovy úžasné pouti internetem. Za zmínku také stojí, že šéfredaktorka FOMO Karolína Čumriková je sestrou již zmiňovaného Jonáše Čumrika, známého jako Johnny Machette, který působil jako ideamaker v Katz83.

V případě FOMO je vlivem odlišné cílové skupiny i jiného složení redakce pokrytí otázek klimatické krize a znečištění výrazně vstřícnější. Tématem se pravidelně zabývají, klimatické změny nepopírají, texty a příspěvky s tématickým štítkem #udržitelnost pokrývají nejen otázky individuální spotřeby (které však stále převyšují), ale ukazují i systémovější pohled. Redakce FOMO má nepochybně zájem se tématu věnovat.

Možné politické rozpory mezi cílovou skupinou FOMO a zájmy jeho majitele se zdaleka neomezují jen na otázku klimatu.

Čtenáře, kteří sledují příspěvky FOMO o právech queer lidí či genderové rovnosti, by mohlo zajímat vyjádření, v němž Daniel Křetínský vnímá pozitivně celoevropský vzestup konzervativní i krajní pravice, která těmto lidem a tématům příliš nefandí: „Když jsou ti aktivisti, kteří by pořád něco zachraňovali (..), tak pak v té emoční logice bude vystupovat i druhá skupina. Vidíme výsledek AFD v regionálních volbách v Německu, vidíme výsledek holandských voleb. Takže alespoň začne vznikat nějaká protiváha, alespoň povede k něčemu rozumnějšímu, než k čemu jsme směřovali teď.“⁴² Křetínský zjevně nemá problém v rámci ochrany svých zisků vítat politická hnutí, která jsou destruktivní pro planetu i lidská práva a demokracii.

Do jaké míry je možné psát v médiu vlastněném fosilním oligarchou o klimatické krizi? Zachoval se i v této redakci nenávislný tón vůči neziskovým organizacím či klimatickým hnutím? Jak o nich FOMO píše, pokud vůbec? Pokrývá FOMO české kauzy stejným způsobem jako zahraniční? Abychom na tyto otázky odpověděli, podrobili jsme téma klimatické krize ve FOMO obsahové analýze.

Obsahová analýza rubriky #udržitelnost v médiu FOMO: Klimatickou krizi ani neetické firmy v Česku nemáme

Konkrétní výzkumné otázky použité při obsahové analýze byly:
Z čí perspektivy jsou články nebo příspěvky psány? Zaměřují se na individuální úroveň, systémovou či střední-organizační úroveň? Kdo se objevuje jako aktivní postava, kdo je jmenován? Jsou články hodnotící – kdy negativně, kdy pozitivně, jakou roli v tom hraje reklama? Je rozdíl mezi tím, jak se píše o Česku, nebo o zahraničí? Jak zobrazují projev klimatické krize? A co vůbec pro FOMO znamená udržitelnost?



Analýze bylo podrobeno 42 článků, které za rok 2023 v rubrice #udržitelnost vyšly. V obsahové části byly články okódovány v kategoriích: úroveň (mikro, mezo, makro), klíčová slova, hlavní téma (vykristalizovala tato: móda, dopady, odpady, politická aktivita, spotřeba, energetika, a jídlo), geografie (ČR x zahraničí x svět), aktérstvo (tato kategorie se zaměřovala i na identifikaci viníků), konotace (pozitivní, neutrální, negativní) a typ informace.

Diskurzivní část analýzy se zaměřila na hlubší rozebrání textů článků v geografických rámcích. Analyzováno bylo sedm článků ze zahraničí a pět článků z českého prostředí. Textová analýza se soustředila například na použité formulace, na konotace použitých slov, na strukturu vět, na spojení faktů. Zvláště důležitou částí pro vyznění textu jsou tituly a perexy, které poskytují definici situace a určují hlavní témata textu,⁴³ a také indikují kdo je aktérem.⁴⁴

Individuální perspektiva před systémovým řešením krize

Více než polovina článků je psaná z perspektivy individuální zodpovědnosti nebo informující o činnosti organizací a korporací, často reklamní či greenwashingové. Nejčastějšími tématy jsou fast fashion, odpad a jídlo. Na organizační úrovni pak autoři a autorky píší především o zahraničních kauzách společností nebo o výzkumech publikovaných zahraničními nezávislými a vědeckými organizacemi.

Dostává se ale i na společenskou makro úroveň (v níž jsou aktéry velké sociální útvary globálního dosahu), která je zastoupena články o globální politice. Z naprosté většiny jde o neutrální reporty z mezinárodních klimatických konferencí nebo jednání OSN, případně články informující o přírodních dopadech klimatické krize v Kanadě, Asii, Americe, či o znečištění oceánů a ovzduší.

Hodnotící tón mají především články na úrovni jednotlivců nebo organizací: zpravidla popisují, jak může čtenářka či čtenář zlepšit svoje spotřebitelské chování, jaké skandály za sebou mají zahraniční korporace (o kauzách českých firem se v rámci tématu #udržitelnost nepíše), případně jak se zahraničním firmám daří na cestě za udržitelností. Na společenské úrovni je styl textu spíše čistě popisný a informující.

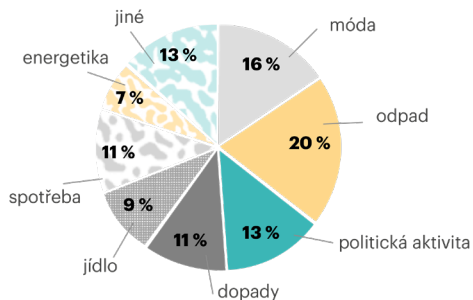
Co znamená #udržitelnost? Recyklace, konec fast fashion a OSN

Vůbec nejčastěji pokrývaným tématem jsou odpady, spadají zde články o jejich spotřebě, zpracování, recyklaci a opětovném využití – zejména na individuální úrovni. O módě se píše v souvislosti s kritikou fast fashion a právě kauzy týkající se neetické módy jsou pak nejčastěji zmiňovanými kauzami korporací.

O energetice a těžkém průmyslu, které jsou jen v Evropské unii jedny z nejvíce emisně náročných sektorů a v České republice jsou dokonce producenty více jak 50 % emisí skleníkových plynů, se píše minimálně. Za celý rok byla energetika hlavním tématem tří článků: věnovaly se fosilním palivům a pouze jeden z nich explicitně zmiňuje nutnost konce fosilního průmyslu, zbylé dva reportují o zahraničních kauzách spojených s fosilními palivy. V článcích věnujících se společenským změnám obecněji se u popisu odklonu od fosilních paliv využívá méně explicitní terminologie.⁴⁵

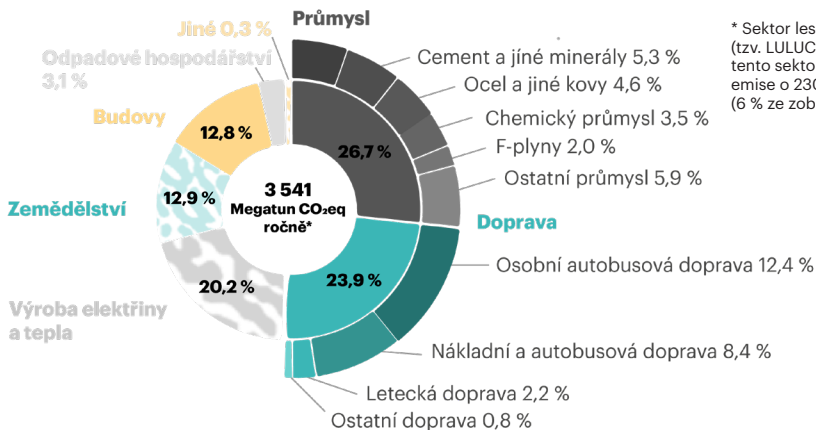
Mnohem častěji se objevují články o zemědělství a módním průmyslu. Pod téma spotřeby jsme zařadili články řešící spotřebu jednotlivců. Nejde ale vždycky jen o apely na individuální zodpovědnost, lze nalézt i články, které na ni pohlíží ze společenského pohledu a informují o různých pozorovaných trendech.⁴⁶

Graf 3: Tematické pokrytí jednotlivých sektorů v rámci FOMO



Emise skleníkových plynů v EU podle sektoru

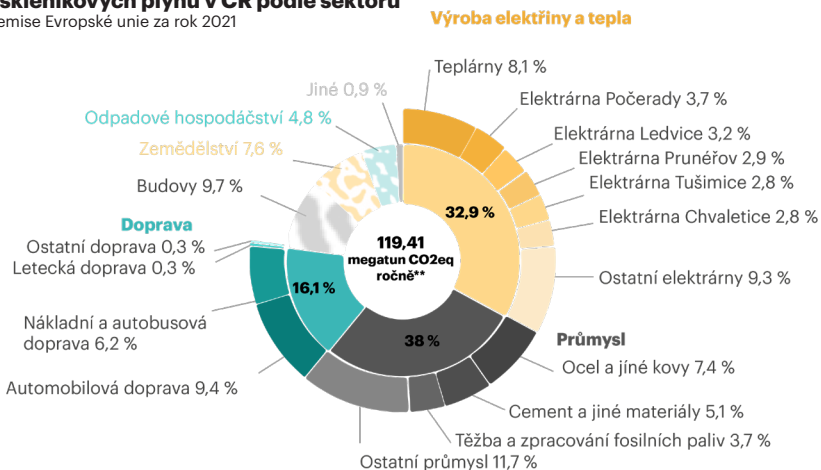
Celkové emise Evropské unie za rok 2021



* Sektor lesnictví a využití půdy (tzv. LULUCF) nezobrazujeme, tento sektor by snížil celkové emise o 230 Mt CO₂eq (6 % ze zobrazených 3 541 Mt)

Emise skleníkových plynů v ČR podle sektoru

Celkové emise Evropské unie za rok 2021



Co znamená CO₂eq ?

Zatímco energetika, doprava a další oblasti, v nichž je zásadní spalování, produkují přímo emise CO₂, v zemědělství a odpadovém hospodářství jde především o emise metanu (CH₄) a oxidu dusného (N₂O). Ty se přepočítávají na množství oxidu uhličitého, které by mělo stejný oteplovací efekt (ekvivalent CO₂).

** Sektor lesnictví a využití půdy (tzv. LULUCF) nezobrazujeme, tento sektor by zvýšil celkové emise o 8,36 Mt CO₂eq (7 % ze zobrazených 119,41 Mt)

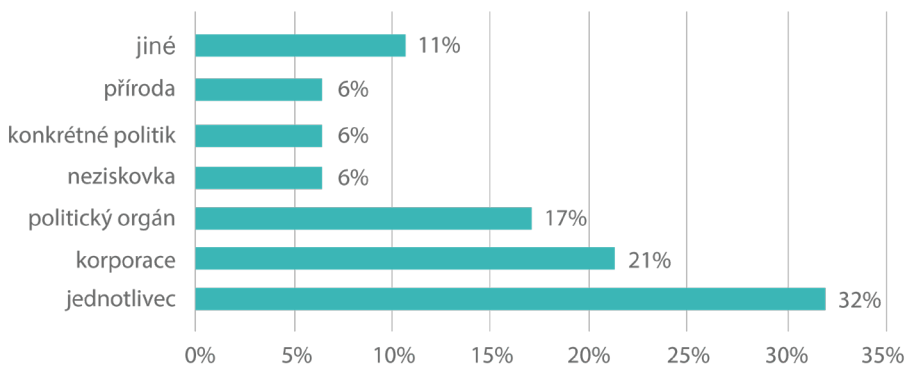
Graf 4 a 5: Reálný vliv těchto sektorů na emise skleníkového plynu. Zdroj: faktaoklimatu.cz, verze 2023-10-03, licence CC BY 4.0
Zdroj dat: Evropská agentura pro životní prostředí

Gen Z a Joe Biden: analýza aktérů

Kdo je v aktivní roli a kdo ovlivňuje své okolí? Vzhledem k velkému zastoupení individuální úrovně není překvapivé, že nejzmiňovanějším aktérem je z pohledu FOMO jednotlivec a ve velké části článků se redakce obrací přímo ke svému publiku. Jako hlavní zmiňuje obsah dále především korporace a zahraniční politické orgány – ovšem výhradně zahraniční, především ty světového rozměru jako OSN. Biden dal zelenou uhlíkové bombě Willow Project ConocoPhillips – za povšimnutí stojí právě jmenování konkrétních osobností. Objevují se totiž jména globálních politiků, vzácně je uvedena mluvčí některé neziskové organizace nebo influencerka spojená s udržitelným chováním. V souvislosti s korporacemi ale nikdy nepadne žádné jméno.

Činnost korporací, negativní ale i pozitivní (což je často zaplacená reklama nebo greenwashing)⁴⁷ je každopádně velkou částí obsahu zaměřeného na udržitelnost. O korporacích se vždy píše jako o jednotném celku, anonymizované značce. Prakticky jediným aktérem konkrétně v článcích jmenován jsou zahraniční politici.

Pokud texty obsahují hodnotící stanoviska, o vině se nejčastěji mluví nekonkrétně, jako zodpovědní aktéři jsou uváděny korporace, společenské sektory nebo přírodní jevy. Jediné konkrétní jméno, které bylo za celý rok explicitně propojeno se zodpovědností za určitou událost, je jméno amerického prezidenta Bidena.⁴⁸ Mimo to se mluví o spotřebitelské zodpovědnosti, která je spojována hlavně s Gen Z⁴⁹.



Graf 6: Zastoupení aktérstva v článcích FOMO v sekci #udržitelnost

Česká republika versus zbytek světa: o českých firmách a pobočkách korporací jen pozitivně

Obzvláště zajímavá je pak geografie obsahu. Většina článků se věnuje zahraničnímu nebo světovému dění mimo Českou republiku, články vztahující se k České republice jsou obsahově i žánrově dost odlišné od zbylého obsahu.

Texty reportující z konkrétních míst v zahraničí mají častěji negativní vyznění – jde o příklady dopadů klimatické krize nebo kauzy zahraničních poboček korporací. V případě dopadů v podobě přírodních katastrof se dočteme podrobné popisy požárů a záplav, kterým čelí konkrétní místa v cizích zemích, zmiňuje se také provázanost těchto jevů se změnami klimatu. Kromě explicitního pojmenování klima-

tické krize se sice častěji užívají termíny jako „oteplení“ nebo „devastace planety“, každopádně je zde jasná tendence spojit extrémní projevy počasí s komplexitou klimatické krize. Co se týče činnosti korporací, velkou část obsahu tvoří popisy šokujících kauz zahraničních společností, především v oblasti fast fashion.

Článků z českého prostředí je výrazně méně a jsou tematicky zasazeny jen v individuální úrovni. I v případech, kdy text se věnuje aktivitám, jde ve výsledku o lifestyle články informující o různých udržitelných iniciativách, které nám mohou pomoci snížit uhlíkovou stopu. Žádný z článků za rok 2023 nepsal o žádné negativní přírodní ani byznysové události na našem území.⁵⁰

V českém rámci jsou aktéři na organizační úrovni vykreslováni sebejistě a proaktivně – *Praha aktivně bojuje proti zvýšenému množství odpadu, Starbucks se vydává směrem k udržitelné budoucnosti, McDonald's se snaží o co největší udržitelnost*. Aktéry v českém rámci jsou především pozitivně popisované korporace a jednotlivci, ke kterým se médium obrací a povzbuzuje je v šetrnějším spotřebním chování. Články o korporacích situované do českého prostředí se od zahraničních článků na stejné téma výrazně liší. Všechny mají pozitivní vyznění, o společnostech

se v českém rámci píše jen pochvalně. Vedele tipů ohledně jízdy na Re kole je možné si přečíst, jaké kroky dělá Starbucks a McDonald na cestě k udržitelnosti (nahrazují plast papírem) a jak jim jako zákaznictvo můžeme v jejich snaze pomoci. Často se jedná o sponzorované články, které jsou zakončeny výzvou čtenáři (opět se tak dostáváme na individuální rovinu, kde udržitelnost znamená konzumaci určitých produktů). Rozdíl v rámování mezi články z ČR a ze zahraničí se netýká jen firem a korporací: v zahraničí je v aktivní roli často také příroda (extrémní projevy počasí), vědecké organizace (v souvislosti s výzkumy dopadů) nebo neziskové organizace (v souvislosti s výzkumy a s kauzami korporací).

Politika se řeší především na světové (a tedy místně neukotvené) úrovni skrze reporty z klimatických konferencí nebo jiné aktivity OSN, přičemž Česká republika do tohoto dění není nikdy zasazena. V českém rámci se pak o politickém dění nepíše vůbec. Vše dohromady tvoří dojem, že se u nás neřeší politické kroky, které by byly pro #udržitelnost důležité, a že Česká republika nemá podíl na globálních politických aktivitách. Zatímco v zahraničním a především pak globálním rámci je klimatické krize politizovaná, v českém je silně depolitizovaná.⁵¹

Citovat vědce nestačí: drobná podrývání autority

Vědci, vědkyně a neziskové organizace jsou sice brány jako autority, ale i tak je v použitém rámci jistá dvojsměrnost. Ve vyznění článků o výzkumech vědeckých a neziskových organizací můžeme totiž najít dva typy autorit. Nejprve je to zprostředkovaná autorita, právě skrze vědce, vědkyně a neziskovky, poté autorita článku prezentující výrok jako daná fakta bez nutnosti reference.

Výroky ohledně vývoje klimatické krize a nebezpečí často uvádí formulace typu *vědci se domnívají, podle Greenpeace, které daná fakta oproti ostatním relativizují*. Pro ilustraci odstavec z článku o ledovcových záplavách:

Vědci se obávají, že s ústupem ledovců v důsledku globálního oteplování se bude objem vody v jezerech zvětšovat. Pokud by tak došlo k selhání přehrad, jezera by byla

ještě nebezpečnější. **Nic však nenasvědčuje tomu, že by změna klimatu zvýšila četnost záplav z ledovcových jezer. Přesto vědci upozorňují, že jezera napájená ledovci představují pro lidi žijící v jejich blízkosti značnou hrozbu.**

Na vyznění se pak samozřejmě podílí i využívání titulků, které se řídí podobným principem, a konkrétně v titulku vydělují autory tvrzení:

5 milionů lidí žije v ohrožení ledovcovými záplavami, tvrdí studie Greenpeace nařkl Shein: oblečení čínského prodejce obsahuje toxické látky

Klimatická krize se České republiky netýká

Pro zahraniční rámec jsou charakteristické popisy dopadů klimatické krize. Nejvíce zmiňované jsou požáry a záplavy, pak oteplování planety a znečištění vody a půdy. Krize je rámována jako záležitost dopadající spíše na přírodu než na lidi, což odráží i často používané sousloví *ochrana životního prostředí*.

Podle zahraničních i českých studií lze vyvodit, že vykreslení klimatické krize pomocí konkrétních vzdálených přírodních katastrof a těžko představitelného oteplení a znečištění vede k distanci.⁵² Klimatická krize se pro čtenářstvo FOMO může jevit vzdálená a nesouvisející s každodenní zkušeností. Spolu s tím, jak články rozdílně vykreslují lokální a zahraniční aktéry, se pak může zdát, že Česká republika nese na organizačně-společenské úrovni zodpovědnost, a že v celém problému sehrává roli jen na úrovni jednotlivých občanů, kteří mohou dělat zodpovědnější spotřebitelské volby.

Nejsou zmiňovány žádné kauzy týkající se českých firem nebo českých poboček korporací. Ty jsou vykreslovány pouze v kontextu kroků zvyšování udržitelnosti, zpravidla v podobě placené reklamy či přebírání greenwashingového PR. Zároveň je poskytován minimální prostor českým neziskovým organizacím, věd-

cům nebo aktivistům, přestože zahraniční hlasy těchto skupin FOMO cituje. Tento nepoměr vede k posílení dojmu, že klimatická krize se odehrává ve vzdálených pralesích. Takové rámování působí sice na první pohled připravenější brát klimatickou krizi vážně, než otevřeně nepřátelský tón typický pro jiná média vlastněná Danielem Křetínským, ve výsledku mu ale může být podobně užitečné.

Důležité je také vnímat, že obsah FOMO se za poslední rok takřka vůbec nezabývá hlavní příčinou klimatické krize, tedy průmyslem těžby a spalování fosilních paliv. Jen velmi sporadicky zpochybňuje byznys, na kterém vydělává miliardy majitel média a dá se také říct, že mladým lidem namísto kritické systémové perspektivy podsunuje témata z oblasti osobní spotřeby. Odvádění pozornosti od hlavních příčin klimatické krize a snaha převést celé téma ze systémové na osobní úroveň je přitom dlouhodobě jednou z metod, kterými se fosilní průmysl snaží udržovat vlastní moc ve společnosti. Podobný vzorec lze vypožorovat i v případě média pro mladé lidi, jako je FOMO.



DANE
ZAPLÁT
DANE

Závěr: Veřejný prostor je nutné zbavit vlivu oligarchů

Pokusili jsme se přehledně na jednom místě uvést veřejně dostupné informace o internetové influencerské síti silně navázané na byznys Daniela Křetínského. Report není vyčerpávajícím popisem kompletní informační sítě, ale spíš náčrtem poskládaným z jednotlivých veřejně dostupných fragmentů. Přesto věříme, že jsme ukázali klíčové aktéry, uzlové body i instituce Křetínského influencerské sítě, která netransparentním způsobem zasahuje do veřejné diskuze a ovlivňuje ji ve prospěch zájmů tuzemské oligarchie.

Kromě odhalení mnohdy skryté sítě vztahů mezi druhým nejbohatším Čechem a jednotlivými influencersy či podcasty ukazujeme také na nutnost debaty o regulaci mediálního vlastnictví. Veřejná debata se dosud týkala pouze regulace médií vlastněných politiky, a to hlavně v kontextu bývalého premiéra a předsedy ANO Andreje Babiše. Kvůli jeho střetu zájmů vznikl dokonce i speciální zákon přezdívaný LEX Babiš zamezující politikům vlastnit média. I v této oblasti je však nutné udělat krok dále a bavit se o regulaci vlastnictví médií významnými ekonomickými hráči, kteří navíc vlastní klíčovou společenskou infrastrukturu. Skutečnou výzvou pak bude regulovat také vlastnictví médií na internetu, stejně jako vlivu oligarchů a zájmových skupin v tomto prostředí.

Svobodná média nezávislá na politicích a korporacích jsou jedním ze základů demokracie. Bez nich nelze zajistit, že někdo nebude veřejnou debatu ohýbat ve vlastní prospěch. Ať už se jedná o prospěch politický nebo byznysový. Fungování médií Daniela Křetínského, ale v minulosti i Andreje Babiše, ukazují, že oligarchové vlastníci média takřka vždy uplatňují svou pozici k ovlivňování mediální agendy. Je proto potřeba se nahlas bavit o způsobech, jak veřejnou diskuzi od vlivu oligarchie očis-

tit. Náš report je prohloubením znalosti o dosahu oligarchie ve veřejném prostoru a také nabídkou k potřebné diskuzi o omezení vlivu oligarchů na náš život.



O Re-setu

Re-set: platforma pro sociálně-ekologickou transformaci je česká organizace, která výzkumem, vzděláváním a prací s veřejností podporuje snahy o udržitelnější a spravedlivější společnost. Promýšlíme a popularizujeme koncepty pro sociální, ekologickou a demokratickou ekonomiku, zkoumáme příčiny sociálních a ekologických problémů a hledáme řešení.

Podporujeme iniciativy zdola a spolupracujeme se sociálními hnutími, která usilují o dobrý život pro všechny v různých oblastech. Pomáháme lidem se organizovat a společně prosazovat své zájmy. Jsme součástí kampaně Europe Beyond Coal (Evropa bez uhlí) a v programu Klimatická spravedlnost výzkumem a organizováním podporujeme rychlý konec těžby a spalování uhlí i dalších fosilních paliv a přechod k nové energetice založené na decentralizovaných, demokraticky kontrolovaných obnovitelných zdrojích.

www.re-set.cz

info@re-set.cz

Tiráž

Report *Křetínského sítě - podcasty a influenceři ve službách fosilního oligarchy* vydal Re-set: platforma pro sociálně-ekologickou transformaci v březnu 2024.

Autorka textu: Veronika Dvorská

Autorka analýzy FOMO: Valerie Vítů

Konzultace: Radek Kubala, Veronika Dombrovská

Grafika: von Saten

Sazba: Kateřina Holá

Korektura: Jiří Šimčík

Fotografie: archiv Špinavé prachy a Limity jsme my

ISBN: 978-80-908972-8-1



K R
F O U N D A T I O N

Report vznikl v rámci projektu *The business of delaying the climate action in EU - EPH, fossil hyenas and how to stop them*, podpořeného KR Foundation.

Zdroje

- 1 Lze zmínit například mediální štvanici, kterou Křetinského média pořádala na ministra průmyslu a obchodu Josefa Sikelu v kauze nákupu firmy NET4GAS: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-velevo-dole-velevo-dole-proc-je-mini-sti-sikela-v-bulvaru-casteji-nez-agata-hanychova-237723>
- 2 Další příklady kauz spojených s médií CMI lze najít v našem reportu o EPH: <https://re-set.cz/download/Publikace/Fosilni-hyena.pdf>
- 3 <https://www.muni.cz/pro-media/tiskove-zpravy/pravnicka-fakulta-muni-a-holding-eph-uzavreli-smlouvu-o-spolu-praci>
- 4 <https://www.ekonews.cz/kdo-vlastni-stihanou-firmu-ave-cz-kretinsky-prazak-i-namestkyne-ministra-spravedlnosti/>
- 5 <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-byznys-trendy-analyzy-druhe-kolo-boje-o-mafuru-laka-tykace-i-dalsi-znama-jmena-ceskeho-byznysu-237237>
- 6 <https://www.czechtop100.cz/cs/projekty/zebricky/100-nejvyznamnejsich>
- 7 <https://re-set.cz/download/Publikace/Fosilni-hyena.pdf>
- 8 <https://www.ft.com/content/b677fe0e-fc2a-44e0-ae0b-98ab9aebae14>, <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ft-sikela-vini-kretinskeho-ze-vyuziva-sva-media-ke-kritice-p/r-a28323f2681611ea25a0cc47ab5f122/>
- 9 [https://re-set.cz/download/2022/Anal%C3%BDza%20Net4Gas%20\(1\).pdf](https://re-set.cz/download/2022/Anal%C3%BDza%20Net4Gas%20(1).pdf)
- 10 <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-politika/750774/reditel-ikem-stiborek-se-brani-kauz-pujcek-je-moje-rizena-likvidace.html> | <https://www.info.cz/zpravodajstvi/cesko/nejem-zadny-lichvar-nikdo-mi-neprokazal-jakekoliv-protipravni-jednani-vidce-o-brutalni-utok-rika-reditel-ikem-stiborek>
- 11 <https://www.echo24.cz/a/HwudJ/zpravy-domaci-kauz-nemocnice-ikem-korespondence-sms-daniel-kretinsky-senator-pirk-ncoz>
- 12 <https://www.czechmediainvest.cz/o-spolecnosti/predstavenstvo/>
- 13 https://www.irozhlaz.cz/zpravy-domov/pruzkum-zmena-klimatu-median-cesko-zivotni-prostredi-planeta-katastrofa-ztrata_2309180500_ava
- 14 <https://regiony.kurzy.cz/praha/sokolovska/979-209/>
- 15 <https://www.mediar.cz/kretinsky-webu-info-cz-prislibil-letos-10-milionu/>
- 16 <https://www.shiftsprague.com/>
- 17 https://re-set.cz/download/2022/reset_loupez_ONLINE_UP1.pdf
- 18 <https://www.reuters.com/sustainability/climate-energy/czech-billionaire-kretinsky-says-eu-needs-shift-climate-goals-2023-10-17/>
- 19 <https://www.mediar.cz/influencer-v-duchodu-cumrik-nastoupil-do-katz83/>
- 20 <https://katz83.com/manifest>
- 21 https://www.lidovky.cz/ceska-pozice/jak-znicit-odpadliky-guerilla-marketing-veci-verejnych.A110525_044127_pozi-ce_15315
- 22 https://www.irozhlaz.cz/zpravy-domov/home-credit-petr-kellner-cb-pr-agentura-cina_1912100913_eku
- 23 <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/home-credit-ppf-kampan-cina-pr-agentura-cb/r-5f0774e01a6111ea8d520c-c47ab5f122/>
- 24 <https://www.info.cz/hazory/dukazu-ze-nas-zeleny-taliban-zatah-na-okraj-propasti-pribyva-prvni-zeme-eu-vydala-varovani-pred-blackout>
- 25 <https://denikn.cz/minuta/1110298/>
- 26 <https://www.mediar.cz/medialni-podnikatel-michal-pur-libil-by-se-mi-think-tank/>
- 27 <https://www.datarun.cz/verejnopravni-media-inspirace-zmenou>
- 28 Rozhodnutí Petra Pavla zvolit za moderátora právě Půra bylo kritizováno kvůli jeho vazbám na Jirsu i Křetinského: <https://nazory hn.cz/c1-67187620-prvni-hradni-kulisarna-prezidentsky-podcast-podhradi-se-tvari-jako-novinarina-ale-je-to-cau-li-di-s-otazkami>, https://www.irozhlaz.cz/zpravy-domov/petr-pavel-podcast-podhradi-kretinsky-zpravy-online_2304081503_kth
- 29 <https://www.mediar.cz/vladimir-piskacek-a-michal-pur-vedli-medialni-projekt-datarun-paletu-newsletteru-a-podcastu/>
- 30 <https://www.cevroInstitut.cz/media-a-soucasne-medialni-prostredi/>
- 31 <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/cez-dal-za-doly-mibrag-206-milionu-prodal-za-130/r-i:article:748647/>
- 32 <https://www.respekt.cz/tydenik/2010/32/mlynarovo-sbohem>
- 33 <https://www.eustream.sk/en/about-us/press/news/personnel-changes-eustream.html>
- 34 <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/home-credit-ppf-kampan-cina-pr-agentura-cb/r-5f0774e01a6111ea8d520c-c47ab5f122/>
- 35 <https://www.linkedin.com/in/radimochvat/details/experience/>
- 36 <https://www.ppf.eu/tiskova-zprava/reditel-pro-vnejsi-vztahy-vladimir-mlynar-odejde-z-ppf>
- 37 <https://forbes.cz/tykac-holecek-i-ppf-cesti-byznysmeni-vybrali-miliardu-na-prvni-soukromou-univerzitu/>
- 38 <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ppf-se-zbavila-neziskove-televize-mall-tv-projekt-ovladl-dva-miliarda-ri-170436>
- 39 <https://www.youtube.com/watch?v=UmEeaX9MbNI>
- 40 <https://fameplay.tv/lide-mall-tv/martin-mikyska-od-freestyle-snowboardingu-k-famozni-videotvorbe>
- 41 <https://www.mediar.cz/kecy-politika-odchazi-z-gazetista-cnc-jim-nevyplaci-penize-a-hlasi-se-k-vlastnictvi-podcas-tu/>
- 42 <https://www.youtube.com/watch?v=zQSGHlcPD5M>
- 43 van Dijk, T. A. (1983). Discourse and cognition in society. Power, 18–59.
- 44 van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and iconography. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), Handbook of Visual Analysis (pp. 92–119). SAGE.
- 45 <https://heyfomo.cz/osn-vydala-kvuli-zmene-klimatu-pruvodce-pro-preziti-listva>
- 46 <https://heyfomo.cz/co-je-sustainability-shaming>
- 47 <https://heyfomo.cz/starbucks-se-vydava-smerem-k-uzrtezitelne-budoucnosti>

48 <https://heyfomo.cz/willow-project-uhlikova-bomba-ktere-dal-biden-zelenou>
49 <https://heyfomo.cz/dle-odhadu-skonci-v-letosnim-roce-v-kosi-potravinu-v-hodnote-3-519-kc-na-obyvatele-podle-pruzkumu-jich-nejvice-vyhodi-mladi-lide>
50 Je možné dohledat článek o požáru Českého Švýcarska z července 2022, který se nachází v rubrice #udržitelnost, ale text je jen popisem průběhu požáru a nijak událost nepochopuje se změnou klimatu nebo děním v jiných zemích. <https://heyfomo.cz/ceske-svycarsko-je-v-plamenech-kour-je-citit-v-pulce-republiky>
51 Analýza se týkala obsahu za rok 2023. Je možné najít článek, který se týká COP27 a cituje Petra Fialu. Jeho vyznění je pozitivní.
52 Leiserowitz, A. (2006). Climate change risk perception and policy preferences: The role of affect, imagery, and values. *Climatic change*, 77(1-2), 45-72. <https://doi.org/10.1007/s10584-006-9059-9>
O'Neill, S. J. (2013). Image matters: Climate change imagery in US, UK and Australian newspapers. *Geoforum*, 49, 10–19. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.04.030>
Vávra, J., Lapka, M., Dvořáková-Lišková, Z., & Cudlínová, E. (2013). Obraz změny klimatu v českých denících v letech 1997-2010. *2013 ACTA UNIVERSITATIS CAROLINAE PHILOSOPHICA ET HISTORICA* 2, 9–33. https://doi.org/10.1300/J123v53n01_15

