

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Bakalářská práce

2012

Jan Kohout

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Jan Kohout

**Význam agentury Epicentrum a prostor pro
novou agenturu po jejím zániku**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Jan Kohout**

Vedoucí práce: **PhDr. Ludmila Trunečková**

Rok obhajoby: 2012

Bibliografický záznam

KOHOUT, Jan. *Význam agentury Epicentrum a prostor pro novou agenturu po jejím zániku*. Praha, 2012. 42 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková

Abstrakt

Tato práce mapuje činnost agentury Epicentrum, která se zabývala referováním z krizových míst světa, a vzhledem k ukončení její činnosti se pokouší vystihnout její význam. Není sporu o jedinečnosti celého projektu Epicentra, ale důležitou součástí práce je snaha porozumět příčinám a souvislostem, které vznik a fungování Epicentra provázely, a charakterizovat jeho styl práce, kladné i záporné stránky. Od dob Epicentra se mediální svět zásadně změnil (přestože to není tak dlouhá doba). Internetizace médií je v plném proudu a klasická média nevědí, jak s tím naložit. Digitalizace přinesla podstatné změny pro práci novináře a předmětem této práce je právě úvaha, jak by podobný subjekt podobný Epicentru mohl dnes fungovat. Zlevnění a zrychlení procesu produkce zpráv z terénu je faktor, který nepochybně nahrává myšlence malé nezávislé agentury, na druhou stranu mají dnes média mnohem snazší přístup k velkému množství informací zadarmo a nic je nenuť platit za zdánlivě stejné informace této agentuře. Nedílnou součástí této práce je proto také zamyšlení nad hodnotou reportování z místa a možnostech jeho následného uplatnění na trhu.

Abstract

This thesis recapitulates activities of Epicentrum agency which was reporting from the crisis places in the world and due to its termination of activities it attempts to define the meaning of Epicentrum. There is no doubt that Epicentrum was unique, but the important thing is to understand the causes and circumstances of its establishment and actions and to describe the way Epicentrum worked, including the both positive and

negative aspects. Since the days of Epicentrum the world of media has changed fundamentally (although it has not been that long). There is the phenomenon of media internetisation which the traditional media do not know how to deal with. Consequences of digitization have meant significant changes in journalists' work and the theme of this thesis is how could similar agency operate in these days. Today the process of producing the reports from the field is faster and cheaper which is advantage, on the other hand it is much easier to gather the large amount information for free these days and it is hard to convince media to buy it from such an agency. Therefore the integral part of this work is also a reflection on the value of on-the-spot reporting and its subsequent application possibilities on the market.

Klíčová slova

agentura Epicentrum, zpravodajské agentury, Petra Procházková, Jaromír Štětina, válečné zpravodajství, on-the-spot žurnalistika, Člověk v tísni, Lidové noviny

Keywords

Epicentrum agency, press agencies, Petra Procházková, Jaromír Štětina, war reporting, on-the-spot report, People in need, Lidové noviny

Rozsah práce: 78 602 znaků s mezerami

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a 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 16. 5. 2012

Jan Kohout

Poděkování

Především chci poděkovat PhDr. Ludmile Trunečkové za konzultace a dále Petře Procházkové, Vlastě Lajčákové, Josefu Pazderkovi, Janu Rybáři a Jaromíru Štětinovi za jejich čas.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV

Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Kohout Jan

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2008

E-mail diplomantky/diplomanta:

jenik.kohout@centrum.cz

Studijní obor/typ studia:

žurnalistika

Předpokládaný název práce v češtině:

Význam agentury Epicentrum a prostor pro novou agenturu po jejím zániku

Předpokládaný název práce v angličtině:

Purpose of Epicentrum agency and marketplace for a new agency after its closure

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)

LS 2011/2012

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Tato práce by měla navazovat na jinou bakalářskou práci Markéty Škodové z roku 1998, která se zabývala genezí a výlučným postavením agentury Epicentrum. Mezitím Epicentrum ukončilo svoji působnost a dnes v České republice neexistuje žádná podobná organizace. Chci tedy zhodnotit s časovým odstupem, jaký význam mělo Epicentrum ve své době, a zjistit, nakolik (nejen u nás, ale i ve světě) chybí taková agentura. Součástí bakalářské práce bude analýza stylu práce a produkce Epicentra a vyzdvihnutí jeho předností, z nichž bych sestavil návod, co všechno by musela dnes zpravodajská agentura tohoto typu udělat, aby byla konkurenceschopná.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1.0 Úvod:

2.0 Geneze agentury Epicentrum a profily jejích hlavních tváří

2.1 Kontext doby – vznik a zánik agentury a co za tím stálo

2.2 Úspěchy a neúspěchy

3.0 Význam agentury Epicentrum

3.1 Význam na domácí půdě

3.2 Význam v zahraničí

3.3 Výjimečnost agentury Epicentrum – proč byla úspěšná?

3.4 Chybí dnes podobná agentura?

4.0 Styl práce agentury Epicentrum

4.1 Agenda

4.2 Přístup k tématům, metodika práce

4.3 Kontakty a spolupráce zvenčí – místní informátoři, jiné agentury

4.4 Shrnutí předností ve způsobu fungování agentury

5.0 Doba po Epicentru – existuje díra na trhu?

5.1 Epicentrum jako vzor – vyvození závěrů z analýzy fungování Epicentra pro novou agenturu

5.1.1 Nároky na novou agenturu - co vše by musela podobná agentura dnes splňovat?

5.1.2 Možnosti fungování nové agentury – na jaké platformě by měla existovat

(nezávislá

organizace, součinnost s neziskovou organizací, sekce stávající velké agentury...)

5.2 Nové Epicentrum - je možné, aby dnes podobná agentura vznikla a měla šanci na úspěch?

6.0 Závěr

7.0 Prameny

8.0 Přílohy

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován):

Agenturu Epicentrum budu zkoumat z její dobové produkce, článků jednotlivých autorů a jejich osobních výpovědí (1994 – 2004). Dále budu pracovat s produkcí jiných agentur, které dnes získávají informace z oblasti dřívější působnosti Epicentra.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Analyticky posoudím, díky čemu byla agentura Epicentrum úspěšná a pokusím se tyto vývody aplikovat do situace dnešního mediálního trhu. Tím bych měl získat řadu doporučení a strategií pro zformování koncepce obdobné agentury.

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

TRUNEČKOVÁ, Ludmila: Tiskové agentury; Karolinum, Praha, 1997

Kniha popisuje historický vývoj tiskových agentur, definuje jejich poslání a zabývá se obecnými normami i konkrétními tiskovými agenturami.

ŠMÍD, Milan, TRUNEČKOVÁ, Ludmila: Novinář a jeho zdroje v digitální éře; Karolinum, Praha, 2009

Součástí knihy je přehled a fungování různých zdrojů informací pro novináře, radí jak užívat nové internetové zdroje, ale i tradiční způsoby získávání informací – včetně tiskových agentur.

VOLENCOVÁ, Dagmar: Jaromír Štětina: život v epicentru; Portál, Praha, 2003

Knižní rozhovor s Jaromírem Štětinou o osobním i novinářském životě, který autenticky popisuje Štětinovy dobrodružné cesty, politické názory a činnost Epicentra.

TRAMPOTA, Tomáš: Zpravodajství; Portál, Praha, 2006

Teoretická studie o zpravodajství se zabývá otázkou vlivu, postavení významu ve společnosti. V části se také zaměřuje na české mediální prostředí.

PROCHÁZKOVÁ, Petra, PAZDERKA, Josef: Novinářka na divokém západě, Portál, Praha, 1998

Kniha rozhovorovým stylem ukazuje peripetie válečného zpravodajství v bývalém Sovětském svazu očima jedné z osobností agentury Epicentrum, dotýká se též problematiky humanitární pomoci.

Diplomové 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)

ŠKODOVÁ, Markéta: Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu; 1998, IKSŽ – FSV UK (bakalářská práce vedená PhDr. Ludmilou Trunečkovou)

POKORNÝ, Pavel: Současné tiskové agentury na příkladu ČTK, 2002 (mgr. Práce, ved. PAPÍK, Richard), ÚISK FF UK

STRAŠÍKOVÁ, Lucie: Postavení zpravodajských agentur na informačním trhu a vývoj jejich zpravodajské produkce, 2003 (rig. práce, ved. VLASÁK, Rudolf), ÚISK FF UK

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

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 UK FSV vykonávám.

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

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
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 UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPÍÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

Úvod	3
1. GENEZE AGENTURY EPICENTRUM A PROFILY JEJÍCH HLAVNÍCH TVÁŘÍ.....	4
1.1 Kontext doby – vznik a zánik agentury a co za tím stálo	8
1.2 Úspěchy a neúspěchy	11
2. VÝZNAM AGENTURY EPICENTRUM.....	13
2.1 Význam na domácí půdě.....	15
2.2 Význam v zahraničí.....	19
2.3 Výjimečnost agentury Epicentrum – (proč) byla úspěšná?	20
2.4 Chybí dnes podobná agentura?	22
3. STYL PRÁCE AGENTURY EPICENTRUM.....	24
3.1 Agenda	25
3.2 Přístup k tématům, metodika práce	27
3.3 Kontakty a spolupráce zvenčí – místní lidé, jiné agentury	28
3.4 Shrnutí předností ve způsobu fungování agentury.....	29
4. DOBA PO EPICENTRU – EXISTUJE PROSTOR NA TRHU?	31
4.1 Nároky na novou agenturu – co vše by musela podobná agentura dnes splňovat?.....	31
4.2 Nové Epicentrum – je možné, aby dnes podobná agentura vznikla a měla šanci na úspěch?.....	33
4.3 Možnosti fungování nové agentury	36
ZÁVĚR	39

SUMMARY 40

POUŽITÁ LITERATURA..... 41

Úvod

Tato bakalářská práce navazuje na bakalářskou práci Markéty Škodové, která nese název *Geneze Agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Markéta Škodová ji napsala v roce 1998, tedy před celými čtrnácti lety, a za tu dobu se toho hodně změnilo. Největší změna, vzhledem k tématu práce, která nastala, bylo ukončení činnosti Epicentra jako agentury. V celém novinářském odvětví se změnil způsob práce hlavně díky novým technologiím a prudkému rozšíření internetu, a tak je mnoho nového, co se dá o Epicentru napsat.

Nejde ale jen o popsání dalšího průběhu fungování agentury a jejího zániku, nýbrž mě zajímá i doba po Epicentru. Ve své době byla tato agentura zjevem na českém mediálním trhu. Kdyby existovala i dnes, zřejmě by stále byla unikátním projektem, protože podobné agentury u nás dodnes neexistují. I přes to, že v 90. letech byly velmi drahé a nepraktické technologie k zaznamenávání a editování obrazových materiálů, bylo si Epicentrum schopné vydělat na svůj provoz. Dnes, kdy všechny technologie výrazně zlevnily a je možné komunikovat a posílat informace přes internet, by možná byla situace jiná.

Markéta Škodová ve své práci jasně uvedla, že Epicentrum je možné nazývat zpravodajskou agenturou. To je jistě pravda, podle některých definic tomu tak opravdu je. Na druhou stranu je zde mnoho prvků, které se definicím agentur vymykají a vytvářejí z Epicentra něco specifického, neboť se pohybovala na hranici mezi agenturou a skupinou nezávislých novinářů (vžil se také pojem reportérský tým). Kromě zpravodajské produkce se také věnovala výrobě přírodopisných, kulturních i jiných dokumentů, což jistě také není standardním produktem zpravodajských agentur. Sama Petra Procházková Epicentrum jako agenturu necítí, spíše šlo o pojmenování subjektu jako živnosti.¹

O agentuře Epicentrum (přestože není jasné, zda se jedná o agenturu, budu v tomto případě užívat tohoto termínu, neboť se k Epicentru váže a jsme na něj zvyklí) nevyšla žádná monografie a ani v jiných publikacích neexistuje text, který by celistvě pojímal toto téma. Práce Markéty Škodové je výjimkou a od ní se také budu odrážet.

¹ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

V prvních kapitolách popíši události spjaté se vznikem agentury Epicentrum, jejím fungováním a zánikem. V kapitolách o významu Epicentra vysvětlím jeho důležitost a nezastupitelnost podobných uskupení. Dále se pokusím definovat hlavní charakteristiky Epicentra z hlediska stylu práce a produktů, abych tyto poznatky mohl využít v posledních kapitolách, kde se pokusím oživit myšlenku malé nezávislé agentury, která svou produkci vytváří na míru médiím a je tak spíše její externí zahraniční redakcí, která je právě tam, kde je třeba.

Velká část informací, se kterými v textu pracuji, pochází z rozhovorů se zainteresovanými osobami a nebylo v mých silách (někdy dokonce vůbec možné) je ověřit. Všechny takovéto informace jsou označeny citací s datem uskutečněného rozhovoru či emailové korespondence.

Struktura zakotvená v tezi bakalářské práce zůstala téměř nezměněna, pouze předpokládanou kapitolu 5.1 *Epicentrum jako vzor* jsem vzhledem k tematické blízkosti rozpustil do kapitol 3.4 *Shrnutí předností ve způsobu fungování agentury* a 5.1.1 (nyní 4.1) *Nároky na novou agenturu – co vše by musela podobná agentura dnes splňovat?*

1. Geneze agentury Epicentrum a profily jejích hlavních tváří

V této kapitole pouze shrnu informace o počátku a dalším vývoji agentury Epicentrum a stručně zmíním hlavní osobnosti, které utvářely její podobu a vzhledem k povaze agentury a počtu jejích zaměstnanců a přispěvovatelů na nich stála a s nimi padala činnost celé agentury. Dále je nutné zasadit události do kontextu doby a snažit se pochopit, zda je podobný projekt opakovatelný, nebo, podobně jako další situace 90. let, mohl vzniknout a fungovat jen ve své zvláštní, divoké době.

Agentura Epicentrum oficiálně vznikla 4. července roku 1994 na živnostenském úřadě na Praze 2, kde ji na své jméno nechala registrovat Petra Procházková.² Již

² ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 9

předtím se ale objevuje Epicentrum jako humanitární a reportážní spolek angažovaných novinářů, jenže pod hlavičkou Nadace Lidových novin. Právě z tohoto spolku vzniká organizace Člověk v tísni a samotné Epicentrum.³ Od té doby působí v několika zemích světa, většinou ve válečných zónách nebo jinak rizikových prostředích. Odsud produkuje množství textů, videí, rozhlasových materiálů, ale i filmů a dokumentů. Nejen velká pestrost produkovaných materiálů, která u nás nebyla typická pro tiskové (zpravodajské) agentury,⁴ dává možnost nezařazovat mezi ně Epicentrum a přemýšlet nad jeho postavením. Už jen fakt, že produkty, které média přebírala od Epicentra, byly většinou tvořené jim na míru a jednalo se o exkluzivní materiál, činí z Agentury Epicentrum spíše skupinu nezávislých novinářů, kteří externě dodávají obsah svému zaměstnavateli. Přestože mezi pojmy agentura a reportérský tým může být nejasná hranice, zde se kloním spíše k reportérskému týmu mimo jiné proto, že materiály Epicentra neměly v drtivé většině sloužit jako podklad pro novináře jiných médií, nýbrž byly finálními produkty, které média kupovala. I obchodní vztah s médii fungoval na bázi jednotlivých zakázek, nikoliv stálého servisu, i když i Epicentrum mělo dlouhodobé kontrakty s několika vybranými médii, jako byly Lidové noviny, Český rozhlas nebo slovenský Sme.⁵ Každá organizace, píše se v prohlášení Valného shromáždění OSN definující zpravodajskou agenturu, která „má za účel pravidelně získávat a rozesílat zpravodajský materiál, je vybudována a organizována ve shodě se zákonem a předpisy státu,“... „na jehož teritoriu vykonává své funkce.“⁶ Podle této definice tedy Epicentrum zpravodajskou agenturou je, jen ne v tom smyslu, jak ji chápeme. Podle OSN je totiž i dokumentarista, který vytváří dokumenty a pak je prodává televizní stanici, zpravodajskou agenturou. Nicméně bychom jej rozhodně mezi agentury nezařadili například proto, že se výrazně liší stylem práce. V médiích pak Epicentrum publikuje články se jmény svých redaktorů a logem Epicentra, nikoliv typicky agenturní bezejmenné zprávy. Z tohoto pohledu je Epicentrum na pomezí, protože částí své zpravodajské produkce je bezpochyby charakteru agenturního (i když

³ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

⁴ Teprve od roku 2006 má ČTK audiovizuální servis. ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. str. 185. ISBN 978-80-246-1661-2.

⁵ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

⁶ TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*, Praha, 1997. str. 11. ISBN: 80-7184-459-4.

s výše popsanými nuancemi), na druhou stranu právě nemalou částí produkce Epicentra byly dokumentární filmy, většinou natáčené pro Českou televizi. Unesco definuje tiskové agentury (zpravodajské) spíše po stránce obsahové a zamýšlí se nad funkcí agentury, kterou je „vyhledávání zpráv a obecněji aktuálních dokumentů zaměřených ryze fakticky...“⁷ a dále shledává jako nejdůležitější znaky úplnost a nestrannost. A právě zde se Epicentrum jasně s definicí rozchází. Velká část jeho produkce rozhodně nebyla zaměřená ryze fakticky (a ani tak nebyla zamýšlena a v médiích prezentována), a proto se dá o jeho statutu agentury pochybovat. Kdybychom však chtěli Epicentrum zařadit do některé z kategorií tiskových agentur,⁸ označili bychom ji za specializovanou soukromou agenturu s regionální působností. Zjednodušeně by se dalo říci, že o Epicentru uvažujeme jako o agentuře zejména proto, že se tak od svého vzniku sama nazývala. Samotný název „*agentura Epicentrum*“ byl ovšem hlavně pojmenováním živnosti, která vznikla velmi rychle po událostech v Lidových novinách v roce 1994 a sami členové Epicentra dávají přednost trefnějším termínu reportérský tým. Přestože se název Epicentrum objevoval pod tehdejšími články, zůstal spíše administrativním pojmem a nikdy se nestal dominantním logem. Domnívám se, že je tomu tak proto, že nikdy nepřekročil stín svých zakladatelů a hlavních osobností. I anonymní zpravodajové jsou totiž jedním z agenturních znaků a nejen to. Možná, že tento zdánlivě malý detail ukazuje více o povaze Epicentra, než co jiného. Tím, že duo Štětina-Procházková bylo esem tehdejší žurnalistiky, Epicentrum jako subjekt na nich možná až příliš záviselo. Kdyby se Epicentrum dokázalo v průběhu let zavést jako značka, bez ohledu na novináře, kteří pro něj momentálně pracovali, mohlo teoreticky pokračovat úspěšně i po odchodu Jaromíra Štětiny a nepřítomnosti Petry Procházkové. Rozhodně tím nechci dokazovat, že to byl hlavní důvod postupného zániku, nicméně to může být pro další podobné subjekty ponaučení.

Mezi nejdůležitější postavy agentury se samozřejmě řadí její šéfredaktor a ředitelka, tedy Jaromír Štětina a Petra Procházková. Ti byli vlastně, společně s účetní Barborou Buchtovou,⁹ jedinými stálými pracovníky. Ostatní novináři, reportéři a

⁷ tamtéž, str. 12

⁸ TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha, 1997. str. 28. ISBN: 80-7184-459-4.

⁹ ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 11.

filmaři, kteří se podíleli na vytváření obsahu, byli Epicentrem najímáni a neustále se střídali. Na personální úrovni Epicentrum nefungovalo příliš jako firma. „Lidé v Epicentru většinou dělali za mnohem méně, než je zvykem. Z toho, co se prodalo, se tak většinou financovaly další aktivity. Kdyby se měly účtovat médiím skutečné náklady, tak by se to nikdy nezaplatilo. Kdykoliv se Mirek s Petrou potkali na svých cestách se zahraničními novináři, kteří dělali stejnou práci jako oni, měly jejich výplaty o nulu navíc a byli kompletně pojištěni. U nás by je tehdy nikdo nepojistil.“¹⁰

Těchto externích spolupracovníků bylo mnoho, mezi nimi Jan Rybář, Jan Pergler, Jan Urban, Luboš Kotek, Jan Mihaliček, Ondřej Němec, Jan Tobiáš a Zdeněk Merta, Milan Maryška a Petr Jančárek. Epicentrum bylo, jak říká Jaromír Štětina, živý organismus a neustále se v něm střídali noví a noví lidé.¹¹ K produkci denních zpráv a reportáží se tak přidaly dokumenty, přírodopisné filmy, což, jak bylo zmíněno výše, není typický produkt zpravodajské agentury. V tomto případě se ale tvorba takových produktů přímo nabízela. Milan Maryška nebo Petr Jančárek byli filmaři (dokumentaristé) z povolání a navštěvování exotických a často špatně přístupných míst této planety jistě vybízelo k vytváření větších obrazových materiálů. To je i ostatně důvod, proč po psaných a zvukových materiálech sáhli reportéři Epicentra po kamerách. Obrazové reportáže Epicentra byly vždy velmi atraktivní a unikátní a měly úspěch i v zahraničí (viz kapitola Úspěchy a neúspěchy). Audiovizuální techniku mělo Epicentrum prvotřídní a devízou také bylo, že jednotliví novináři zvládali práci jak s kamerou, tak se zvukovými aparáty (někdy i najednou). Poté si vše sami stříhali a produkovali na rozdíl od televizních štábů, kde se každý specializuje na svou profesi.

Jaromír Štětina (1943) vystudoval Vysokou školu ekonomickou (1961–1967) a o rok později nastoupil do Mladé fronty. Protože nesouhlasil se sovětskou okupací, byl během stejného roku vyhozen. Od té doby pracoval v Geologickém průzkumu (dálkově vystudoval Přírodovědeckou fakultu), a tak se díky svému novému zaměstnání a dobrodružné povaze dostal několikrát do SSSR, kde také spolu s přáteli sjížděl sibiřské a jiné veletoky. Vrcholem v této činnosti se stává proslulý prvosjezd Indu

¹⁰ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

¹¹ VOLENCOVÁ, Dagmar. *Jaromír Štětina: Život v Epicentru*. Praha: Portál, 2003. str. 151. ISBN 80-7178-794-9

z roku 1975, který je nezapomenutelně popsán v knize *S Matyldou po Indu*. Mimo jiné se účastnil i několika horolezeckých expedic v Altaji nebo Karákorumu. Pro Jaromíra Štětina tedy nebylo cestování po světě a život v drsných podmínkách ničím novým a právě díky svým zkušenostem a poznatkům ze svých cest hodně čerpá při práci pro Epicentrum. V roce 1989 nastoupil do Lidových novin, o rok později se stal jejich zpravodajem v Moskvě a v letech 1993–1994 byl dokonce jejich šéfredaktorem. Jaromír Štětina je jedním ze spoluzakladatelů Syndikátu novinářů, zakladatelem humanitární organizace Člověk v tísni o. p. s., autorem několika knih a povídek. Je držitelem Ceny Františka Kriegla, Ceny Ferdinanda Peroutky, Státního vyznamenání za zásluhy, ceny SAIS udělované John's Hopkins University ve Washingtonu a Ceny Rudolfa Medka. Po ukončení svého působení v Epicentru je v roce 2004 zvolen senátorem, momentálně je ve svém druhém volebním období.¹²

Petra Procházková (1964) vystudovala žurnalistiku na Fakultě sociálních věd UK a po studiu pracovala nejdříve v redakci Květů a poté v domácí redakci Lidových novin, kde se setkala s Jaromírem Štětinou. V roce 1991 byla vyslána do Moskvy jako zahraniční korespondentka LN. Od té doby je jejím hlavním tématem oblast bývalého Sovětského svazu a Afghánistán. Mezitím se věnovala humanitární činnosti, založila v Čečensku dětský domov, který provozovala až do svého vyhoštění v roce 2000. Poté spoluzakládala občanské sdružení Berkat, které pomáhá dětem v Čečensku a Afghánistánu. Vydala několik knih a dnes píše pro několik médií (např. Lidové noviny, Respekt, Sme) a stále provozuje agenturu Epicentrum. Získala za svou novinářskou činnost Cenu Ferdinanda Peroutky, Karla Havlíčka Borovského, dále Cenu Františka Kriegla, cenu Gratias Agit, medaili prezidenta České republiky Za zásluhy a Cenu primátora Plzně za lidská práva.

1.1 Kontext doby – vznik a zánik agentury a co za tím stálo

Na tomto místě je vhodné vysvětlit, jak to vlastně s Epicentrem, Nadací Lidových novin a Člověkem v tísni bylo, protože děje kolem těchto subjektů byly

¹² <http://www.jaromirstetina.cz/zivotopis/>

poměrně chaotické, některé probíhaly paralelně a nejsou uceleně zachyceny v žádné literatuře.

Na vznik Nadace Lidových novin vzpomíná Vlasta Lajčáková, která byla u počátků porevolučních Lidových novin, kam odešla z Československého rozhlasu. Lidové noviny už tehdy měly svou nadaci, kterou založily jaksi automaticky. „V tu dobu to byla tak trochu móda, a přestože nadace existovala, moc se v ní nedělo a nikdo tak trochu nevěděl, co s ní,“¹³ říká Lajčáková, která tehdy pracovala jako šéfká dokumentace. Jaromíra Štětina v roce 1991 vystřídala Petra Procházková v Moskvě a on se měl stát členem zahraniční redakce. Jeho touhou ale bylo cestovat do dalších zemí a přinášet reportáže zvenku, a tak hledal cestu jak na to. Protože Lidové noviny neměly peníze na zahraniční cesty svých reportérů, Štětina se začal angažovat, spolu s Vlastou Lajčákovou, v Nadaci LN. Společně s dalšími začali nadaci profilovat jako humanitárně-reportérskou organizaci a své uskupení nazývali Epicentrum (název vymyslela manželka Jaromíra Štětiny Gita). Přišel sem i například Šimon Pánek, který se Štětinou ještě před revolucí zorganizoval pomoc pro postižené zemětřesením v Arménii. Společně tak v roce 1992 začali podnikat humanitární akce do Náhorního Karabachu (SOS Karabach) a Bosny a Hercegoviny (Týden pro Bosnu) či o rok později do Sarajeva (SOS Sarajevo).¹⁴

Na těchto akcích se dovezla humanitární pomoc potřebným a poté se začalo pracovat na novinářské stránce výpravy. „Lidovky nám tenkrát hrozně pomohly, umožnily nám dělat, co jsme potřebovali. Platily nás, byli jsme jejich zaměstnanci, poskytly nám kancelář a další služby. Také je aktivity nadace zdobily a byla to pro ně dobrá reklama, pochopitelně,“¹⁵ vysvětluje Lajčáková. S každou další akcí ale nadace rostla a začaly jí být Lidové noviny malé. Potřebovala větší prostory, více zaměstnanců a na to už LN neměly. Proto začal Šimon Pánek jednat s Českou televizí o podpoře a nakonec se humanitární část nadace v roce 1994 přestěhovala právě pod křídla České televize – už jako organizace Člověk v tísni. Tak vznikla dodnes největší a nejúspěšnější humanitární a rozvojová organizace v bývalém východním bloku. Jelikož

¹³ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

¹⁴ <http://www.clovekvtsni.cz/index2.php?id=187>

¹⁵ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

ale Jaromír Štětina, Petra Procházková a další toužili dělat novinářskou práci, přemýšleli, co udělat s osiřelým reportérským křídlem. Protože potřebovali pokračovat v práci a Lidové noviny logicky o reportéry mimo redakci nestály, proměnilo se toto křídlo na samostatný subjekt s názvem agentura Epicentrum a od té doby šly obě organizace svou cestou, přestože se na svých cestách nejednou potkaly a spolupracovaly spolu. Je tedy důležité vědět, že Epicentra byla ve skutečnosti dvě – jedno jako neoficiální název humanitárně-reportérského spolku, druhé jako název agentury, o kterou jde v této práci především.

Agentura Epicentrum pak funguje celá devadesátá léta zejména v Rusku a kavkazských zemích, ale také v jihovýchodní Asii a Africe. Důležitým milníkem je pro Epicentrum rok 2000, kdy jsou Petra Procházková i Jaromír Štětina vyhoštěni z Ruska a dalších zemí SNS a nesmí tedy na tomto území pracovat. Tím se jim zavírá hlavní zdroj příjmů a musí se poohlížet po jiných teritoriích. Po deseti letech, tedy v roce 2004 agentura Epicentrum v podstatě zaniká. Jaromír Štětina se v tomto roce stává senátorem, a tak nemůže pracovat jako novinář, a Petra Procházková sama funguje už definitivně jako nezávislá novinářka, přestože oficiálně stále provozuje agenturu. Přestože vyhoštění z Ruska bylo pro Epicentrum tragédií, neboť zde měla nejvíce zakázek, nezankla z ekonomických důvodů, jak si mnozí myslí. „Ještě v Afghánistánu jsme mimo jiné pronajímali celý dům a bydlel u nás třeba zpravodaj České televize Michal Kubal. Tam to ještě šlapalo i po odchodu Mirka a měla jsme dobré kontrakty,“ říká Procházková.¹⁶ Štětina měl ale na starosti obchodní styky s médii a sama Procházková jako hlavní realizátorka samotného obsahu přece jen nedokázala Štětinu nahradit. I když se v Epicentru objevilo mnoho mladých novinářů, Štětina s Procházkovou si nikdy nevychovali rovnocenné nástupce a nebudovali dostatečně Epicentrum jako značku. Důsledkem rozpadu hlavního dua tedy nemohlo být nic jiného, než zmizení Epicentra z mediálního trhu.

¹⁶ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

1.2 Úspěchy a neúspěchy

Vrcholy, které agentura Epicentrum profesně zažívala, spadají spíše do počátků a jsou úzce spjaty s oblastí Kavkazu. Dobře to lze ilustrovat na příkladu Petry Procházkové, která do té doby (1994) pracovala jako moskevská zpravodajka Lidových novin. V Moskvě zůstala a i nadále psala články také pro Lidové noviny, jen už ne jako jejich kmenová redaktorka, ale externě jako zaměstnankyně Epicentra. V této době se pod články objevuje jméno novináře a logo Epicentra. Nejzajímavější a nejkvalitnější materiály asi zase vznikaly z území kavkazských států, které Procházková a Štětina znali lépe než kdokoli jiný a měli v této oblasti velké množství zdrojů. „Na výjezdech mimo Moskvu [...] jsme každodenně s Mirkem přicházeli do kontaktu s mnoha zahraničními novináři. Ti si brzo všimli, že máme díky svým dobrým kontaktům a orientaci v terénu občas i něco, co nemají, k čemu se nedostanou [...] čas od času od nás kupují některé záběry německé televizní stanice, během čечenské války třeba i americká WTN.“¹⁷ O kvalitách žurnalistiky, kterou Epicentrum přinášelo, svědčí i Ceny Ferdinanda Peroutky, kterou získal jak Štětina (1997), tak Procházková (1998). Nutno podotknout, že ani ve své nejlepší době Epicentrum nijak zvlášť nevydělávalo, o bohatnutí majitelů a zaměstnanců nemůže být ani řeč – všechny peníze spolýkal provoz. Na druhou stranu je nutné si uvědomit, jak drahý tehdejší provoz Epicentra byl. Již v roce 1995 si mohlo Epicentrum dovolit špičkovou kameru, typ Sony Betacam, tehdy v ceně kolem milionu korun.¹⁸

Jak se blížilo navrácení Hongkongu Číně (1997), měl Jaromír Štětina pocit, že by měl být při tom. Proto zřídil v Hongkongu další kancelář, a protože se řídil svými zásadami, že novinář má být na místě před popisovanou událostí a po ní, pobýval na ostrově Cheung Chau ještě dlouho před 30. červnem, kdy měl oficiálně skončit stoletý pronájem Velké Británie. Jelikož se Hongkong pod vlivem Británie výrazně odlišoval od zbytku Číny, dal se opravdu čekat nějaký konflikt nebo alespoň bouře nespokojeného obyvatelstva. Pro Epicentrum bohužel předání proběhlo nečekaně hladce, Hongkong zůstal zvláštní administrativní zónou Číny a podle smlouvy nesmí Čínská lidová republika aplikovat svůj systém v Hongkongu po dobu padesáti let, tedy

¹⁷ PAZDERKA, Josef. *Novinářka na divokém východě: Petra Procházková*. Praha: Portál, 1998. tr. 80. ISBN 80-7178-261-0.

¹⁸ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

až do roku 2047. A tak po nějakém čase Epicentrum vyklidilo hongkongskou kancelář s ne příliš viditelnými novinářskými úspěchy. To vše se pochopitelně dost prodražilo a z rozhovorů s Vlastou Lajčákovou lze usuzovat, že Epicentrum právě na tyto události hodně spoléhalo. Hongkong měl totiž sloužit k etablování Epicentra v oblasti, jako základny pro další aktivity v Jihovýchodní Asii.¹⁹ „Hongkongský podnik byl husarský kousek Mirka. Já jsem s ním nesouhlasila a nechtěla jsem se do toho pouštět, ale přemluvil mě. Finančně to bylo jen tak tak,²⁰ protože Hongkong je šíleně drahé město. Platili jsme tam kolem tisíce dolarů za nájem, ale pořád jsme to zvládali,“ vzpomíná Procházková, která často musela létat do Moskvy, aby vydělala na další aktivity Epicentra.²¹ I tohle se ale dá považovat za jeden z vrcholů Epicentra, protože v té době neexistovalo české médium, které by mělo dostatek peněz na vlastního hongkongského zpravodaje. Jedinou výjimkou byla ČTK, jejíž zpravodaj ovšem bydlel právě v domě s Epicentrem, protože ČTK neměla finance na vlastní kancelář.²²

Takhle totiž fungovalo Epicentrum. Na své poměry dokázalo vydělat poměrně hodně peněz, ovšem vzhledem k tomu, že jeho členové považovali novinářinu spíše za poslání než zaměstnání, drtivou většinu financí vraceli zpět do drahých a někdy i riskantních podniků. Dalším takovým podnikem byla Afrika, kam část Epicentra odjela právě v roce 1998 a kde vznikaly spíše dokumentární filmy hlavně z oblasti Súdánu. V roce 1999 přišlo velké oživení produkce opět z Čechenska, kde se rozhořela druhá rusko-čečenská válka. To byla pochopitelně parketa pro Petru Procházkovou, která v tomto roce také vybuchla na vojenském transportéru, který ji převážel. Samotná Procházková vyvázla bez zranění a vše natočila, ale řidič transportéru na následky zranění zemřel. Samotné záběry se pak staly slavnými. Novinářsky to byl pro Epicentrum velmi bohatý rok, ovšem pro Procházkovou také velmi vyčerpávající, a tak na nějakou dobu přestává pracovat pro Epicentrum, usazuje se v samotném Grozném a zakládá zde dětský domov pro válečné sirotky. Jenže, jak již bylo řečeno, v únoru roku

¹⁹ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

²⁰ Rok 1997 zakončilo Epicentrum ztrátou ve výši 750 000 Kč. ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 12

²¹ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

²² tamtéž

2000 je vyhoštěna z Ruska, a tak musí zanechat své činnosti a vrací se do České republiky.

Pak přichází období války v Afghánistánu.²³ Asi dva dny po jedenáctém září s Jaromírem Štětinou odlétají do Kábulu a v Afghánistánu pracují celých pět let. Poslední dva roky už ale bez Jaromíra Štětiny, který se mezitím stává senátorem. Toto období je také zajímavé tím, že je to poprvé, kdy Epicentrum využívá internet, který podle Procházkové výrazně ulehčuje jejich práci a umožňuje sledování situace i v Rusku. „Nebýt internetu, nemohla bych v Afghánistánu zůstat tak dlouho,“ říká Procházková.²⁴ V roce 2006 otěhotní a Epicentrum, jako agentura, definitivně zaniká. Živnost ale dodnes Procházková provozuje a píše pod ní své články. Název Epicentrum ale noviny pod jejími texty již neuvádějí. „Nemají k tomu důvod, když jsem Epicentrum už jen já, a navíc je pro ně lepší, když mě titulují jejich spolupracovníci,“ vysvětluje Procházková.²⁵

2. Význam agentury Epicentrum

Do této chvíle platí, že v České republice nikdy neexistoval na mediálním trhu podobný subjekt, jakým byla agentura Epicentrum. To už samo o sobě říká, jaký měla význam. Produkce Epicentra působila velmi svěže a originálně a rozhodně byla úkazem na domácí půdě. „Snažíme se o průlom v českých sdělovacích prostředcích a to tak, že spoludorovnáváme poměr mezi původními českými on-the-spot informacemi a zprávami převzatými z velkých světových agentur,“ tvrdil Jaromír Štětina.²⁶ Situace dnes je možná ještě tristnější, neboť díky internetu je ještě snazší vyrobit zajímavý text.

²³ 7. října 2001 zahajují USA ofenzívu nazvanou operace Trvalá svoboda jako odpověď na teroristický útok Usámy bin Ládina z 11. září, který je skrze teroristickou síť al-kájda spjatý s vládnoucím Tálibánem. Přítomnost zahraničních vojsk v Afghánistánu trvá i po dopadení bin Ládina 9. Května 2011.)

²⁴ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

²⁵ tamtéž

²⁶ ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 16

Ani ten ale nemůže dostát kvalit materiálů, které jsou vyrobeny „on-the-spot“²⁷ a navíc nebude tak odlišný od materiálů jiných médií.

Právě dalším nebezpečím, které hrozí, pokud nebudou existovat taková uskupení jako Epicentrum, je uniformita zpráv jako taková a možná zneužitelnost. Už od vzniku prvních tiskových agentur se objevují varování, že příliš málo zdrojů informací (všechna média kupují stejné informace od jednoho zdroje) může vést k dalekosáhlým dezinformacím, nebo dokonce jednodušší zneužitelnosti celého systému.²⁸ Je samozřejmě velice jednoduché koupit informaci od renomované agentury a dále informaci neověřovat, pokud tak ovšem učiní i zbytek médií, pak není tak těžké si představit, jak by šlo takové situace na trhu zneužít ve svůj prospěch. Ať tak či onak, jsme v posledních letech svědky proměny mediálního trhu, kdy dříve velmi pestrou paletu médií s různými vlastníky (jasně identifikovatelnými) postupně skupují velké mediální monopoly. A tak přestože počet titulů stoupá nebo zůstává stejný a zdánlivě se nic neděje, trh s tradičními médii se postupně slévá do velkých celků. Škodlivost takové situace je jasná a rizika vyplývající z koncentrace médií jsou popsána výše. V takové chvíli bychom měli být rádi za každý pokus nezávislého zpravodajství menších subjektů. Přirovnání Jaromíra Štětiny Epicentra k malé štice v rybníku plném líných kaprů je trefné.²⁹ Na druhé straně se vlivem internetizace a sociálních sítí, které také přinášejí informace, tyto monopoly nabourávají a diversifikují informační zdroje. I zde jsou však úskalí, která vyplývají z anonymního původu takových informací a jejich složité ověřitelnosti. Příkladem může být nedávné odhalení amerického občana, který se vydával za Syřanku s homosexuální orientací. Na svém blogu pak zveřejňoval smyšlené těžkosti, se kterými se měla nebohá (neexistující) Amína setkávat.³⁰ Takové nebezpečí u malé agentury nehrozí, protože její členové nejsou anonymní a jakékoliv zavádějící či lživé informace by pro agenturu znamenaly konec důvěryhodnosti a tím i ztrátu abonentů.

²⁷ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

²⁸ Již v roce 1840 takto kritizuje Honoré de Balzac Havasovu agenturu. TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*, Praha, 1997. str. 11. ISBN: 80-7184-459-4.

²⁹ VOLENCOVÁ, Dagmar. *Jaromír Štětina: Život v Epicentru*. Praha: Portál, 2003. str. 115. ISBN 80-7178-794-9.

³⁰ KAVANOVÁ, Lucie. Odvážní syřští blogeri. *Respekt*. 2012, č. 10, s. 42. ISSN 0862-6545.

2.1 Význam na domácí půdě

Jak tedy posoudit přínos Epicentra? Svým způsobem se mu podařilo nastavit metr všem ostatním médiím, mnohdy i větším, která si neustále stěžují na špatnou finanční situaci a omlouvají tak nedostatek vlastních zahraničních zpravodajů a výrobu méně kvalitních žurnalistických materiálů, které často vznikají v kanceláři. Epicentrum, při daleko menším obratu a menší produkci muselo vlastnit stejně drahé přístroje jako například televizní štáby – kvalitní kamery, mikrofony, fotoaparáty atd. jsou stejně drahé pro jednotlivce i velkou firmu. Faktem také dodnes zůstává, že vytváření zpravodajství je nesmírně drahou záležitostí, nicméně vydělat na něm je o poznání složitější. Nejdražší jsou ekonomické zprávy a data, na zpravodajství pro média se často prodělává.³¹ Proto se i Epicentrum snažilo zaujmout ekonomickým zpravodajstvím z Moskvy. V roce 1996 dodával Michal Achremenko ekonomické a burzovní informace soukromé firmě, která ovšem již po několika měsících přestala mít zájem. Podle Jaromíra Štětiny zřejmě nevěděla, jak s takovými informacemi naložit.³² Když k tomu připočteme vysokou kvalitu jednotlivých příspěvků a celkovou poctivost při tvorbě materiálů (to znamená, že se agentura snažila o co nejvíce informací z první ruky, z terénu a nikoliv z agenturních zpráv z tepla kanceláře), což se projevilo právě na nákladech, je těžké uvěřit, že Epicentrum ekonomicky fungovalo – a to více než deset let – a nebyť katastrofy v podobě uzavření Ruska, zřejmě by fungovalo dodnes.³³

Materiály od Epicentra, ať se objevovaly v jakémkoliv médiu, působily vždy unikátně. Byly samozřejmě autentické a novinářsky „čisté“. Tím myslím opravdový text, který nevzniká v kanceláři s pomocí servisu agentur, zpravodajských webů a vyhledávačů, jak dnes mnoho textů zahraničního zpravodajství vypadá. Profesní standardy, které reportéři Epicentra zachovávali, na vysoké úrovni jsou i dnes cestou, jak vrátit žurnalistice důstojnost a váženost, kterou nepochybně ztrácí a je vnímána jako

³¹ STRAŠÍKOVÁ, Lucie. *Postavení zpravodajských agentur na informačním trhu a vývoj jejich zpravodajské produkce*. Praha, 2003. Vedoucí práce Rudolf Vlasák.

³² ŠTĚTINA, Jaromír v rozhovoru s autorem 3. 5. 2012

³³ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

zaměstnání, které může vykonávat téměř každý, bez patřičného vzdělání a schopností. Josef Pazderka, který napsal knihu rozhovorů s Petrou Procházkovou *Novinářka na divokém východě*, ze které také čerpá tato práce, vyznává svůj obdiv k Petře Procházkové kvůli jejímu nasazení a stylu, jakým se v Moskvě prala s každodenními problémy: „Když jsem viděl Petru v Moskvě, jak funguje v rámci Epicentra, tak před ní hluboce, hluboce smekám, protože ona jela jak šroub čtyřicet hodin denně. Zvládala Lidovky, Sme, Reflex, rádio Twist, nějaké české rozhlasové stanice. Díky exkluzivnímu přístupu do Čechenska se jí pak podařilo něco prodávat zahraničním médiím. Byla to zkrátka multimediální osobnost, která přežívala v tom superdrahém městě, jakým Moskva je. Z tohoto hlediska je práce Petry, a tedy celého Epicentra (Petra reálně odváděla nejvíc práce) hodna obrovského respektu. V některých názorech se můžeme lišit, ale tohle je třeba uznat.“³⁴ I příklad Petry Procházkové, jako zanícené novinářky, která je pro dobrý a kvalitní článek schopná obětovat mnoho, může být pro hodně dnešních zahraničních korespondentů obrazem té nejlepší žurnalistiky vůbec. I v tom tkví význam Epicentra: je to vzor pro všechny novináře, jak lze tuto práci dělat opravdově a to s minimálními prostředky.

Význam práce Epicentra lze doložit na konkrétních případech. První rusko-čechenská válka vrcholila v roce 1996, a tak byl tento rok pro Epicentrum novinářsky bohatý. Jen pro Lidové noviny vyprodukovalo za tento rok 110 článků z této oblasti, z toho 89 samotná Petra Procházková, 13 Jaromír Štětina a 8 Jan Tobiáš. Česká tisková kancelář pochopitelně tyto události také pokrývala a za celý rok vyprodukovala 1647 zpráv (včetně jednotlivých verzí). Už z principu fungování obou institucí je jasné, že jednotlivé zprávy se liší. Zatímco materiály Epicentra jsou spíše delší ucelené zprávy (finální produkty), ČTK přináší krátké či delší zprávy v několika verzích s charakteristickými agenturními znaky (produkty určené novinářům). V produkci Epicentra měly vždy místo i reportáže a příběhy konkrétních lidí, na jejichž pozadí přibližovali novináři každodenní život,³⁵ a vyráběli tak plastický a komplexní obraz o válce, ve které nefigurují jen statistiky a politická rozhodnutí. ČTK naproti tomu využívala svých zdrojů a přinášela informace i z jiných zemí či médií týkající se rusko-

³⁴ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

³⁵ Např. reportáž Jediný zákon popisující proměnu života obyčejného Čechence. PROCHÁZKOVÁ, Petra; ŠTĚTINA, Jaromír. Jediný zákon. *Lidové noviny* 20. 1. 1996, s. 3

čečenské války.³⁶ Zajímavé je ale sledovat, odkud oba subjekty čerpaly informace u stejných událostí, a tedy potvrdit tezi, že Epicentrum přinášelo do médií něco navíc. Pro konkrétní porovnání jsem tak vybral několik událostí, které zpracovávaly obě agentury.

Tou první jsou boje ve vesnici Pervomajskaja, kde ruské vojsko obléhalo čečenské separatisty, kteří zde zadržovali rukojmí. V období od 11. do 19. ledna, kdy probíhaly hlavní boje, publikovaly LN šest zpráv od Epicentra, zatímco ČTK vydalo zpráv 85 (jsou v tom zahrnuta shrnutí, monitory, více verzí, ...). Vzhledem k velice nepřehledné bojové vřavě jsou jednotlivé zprávy ČTK často upřesňovány, měněny nebo dokonce zpochybňovány. V jejím servisu se často objevují komentáře politiků z domácí scény i světové hodnotící situaci. Při popisování samotné situace se mnohem více než Epicentrum uchyluje k citování ruských agentur ITAR-TASS (nejvíce) a Interfaxu a také oficiálních ruských úřadů. Pokud užívá zdroje z čečenské strany, jsou zásadně z médií. Naproti tomu Epicentrum cituje často jednotlivé novináře a očitě svědky, kteří jsou na místě a v jednom případě má k dispozici rozhovor s ministrem informací Čečenska Udugovem. Přináší také detailnější popis situace, jako v případě umístění rukojmích do autobusů s výbušninami. Z toho je patrné, že má na čečenské straně bližší kontakty, které využívá, než ČTK. V jednom případě to ústí v rozdílné informace: ČTK 14. 1. s odvoláním na ruské ministerstvo vnitra píše, že obklíčení Čečenci rozmisťují rukojmí do všech směrů a používají je jako živé štíty. Epicentrum o den později v LN popisuje stejnou situaci jako shromažďování zajatců na jedno místo. Právě osvobození a uprchlí zajatci v dalších dnech podávají informace, které jsou ostře v rozporu s informacemi ruských agentur (čehož si všímá i ČTK).

Také v únoru došlo ke střetu, který sledovala obě média. Tentokrát se odehrával v obci Novogroznenskij (první dva dny o něm ČTK referuje jako o Novogrozném) a informace o něm se liší více než v prvním případě. Jaromír Štětina byl na místě, zatímco zpravodaj ČTK, který opět nejčastěji cituje ruské zdroje, nikoliv. V první FLEŠI ovšem cituje zpravodaje AFP, který byl na místě a později se na něj ještě dvakrát odvolává. Celkově ČTK k této události vydala deset zpráv (od 16. do 22. února) a Epicentrum dvě

³⁶ Časté jsou reakce zahraničních listů v rubrice MONITOR, např. *The Guardian: Váleční zajatci v Čečensku na prodej*. ČTK. 10. 3. 1996. <https://ib.ctk.cz>

(21. a 23. února) ČTK je v průběhu opět nucena výrazně upravovat zprávy. 19. 2. píše, že "ruské velení údajně umožnilo civilním obyvatelům obci opustit",³⁷ což je v následující zprávě zpochybněno. O den později hlásí ukončení bojů a dobytí obce ruskými vojáky (opět z ruských zdrojů). Nicméně ještě 22. 2. přichází zpráva o nových bojích, která je ovšem poslední v této řadě. LN publikují první zprávu od Jaromíra Štětiny 21. 2. a rozdíl v původu zpráv jsou patrné. Jaromír Štětina kromě základních informací popisuje konkrétní děje ve městě z pozice očitého svědka, včetně vlastního rozhovoru s ruským generálem Tichomirovem, který přiznal, že jsou v ostřelovaných domech (ze kterých nikdo nestřílí) civilisté a že o nich ví. Dále odmítá, že by bylo umožněno civilistům odejít, jak tvrdí Rusové. To jsou přesně informace, které musí ČTK ověřovat a několikrát je zpochybňovat, což je sice vzhledem k průběžnému vydávání zpráv přirozené, ale v tomto případě to také poukazuje na skutečnost, že zpravodaj ČTK není očitým svědkem událostí. Ve zprávě o dva dny později pak Štětina popisuje útěk skupinky civilistů, s níž je on sám, kterou zasáhl dělostřelecký granát.

Další porovnávaná událost je velmi specifická, neboť se novináři Epicentra stali přímo součástí děje. 29. července, jak informuje ČTK, byl v Grozném unesen zaměstnanec české firmy Stavoinform Štefan Hajdin. Poměrně dlouho se o něm nic neví, až 10. září uveřejňuje ČTK krátkou zprávu (FLEŠ) s informacemi o výši výkupného, které neznámí únosci požadují. Tato zpráva kompletně odkazuje na jediný zdroj – TV Novu – a v následující verzi jsou již jmenováni Jaromír Štětina a Petra Procházková jako spolupracovníci Novy. 12. 9. se v servisu ČTK objevuje titulek: „LN: Unesený Štefan Hajdin je zřejmě pod drogami“³⁸ a všechny informace jsou samozřejmě od Štětiny a Procházkové, kteří jsou již několik dní na místě. Konečně 15. 9. je Štefan Hajdin osvobozen. Epicentrum o této kauze skrze LN informuje méně, je vidět že ji více zpracovává pro jiná média. Článek se ale objevuje 16. a 17. září, ve kterém Epicentrum nejdříve píše stručnější zprávu o osvobození Hajdina a druhý den dává tuto událost do souvislosti s několika dalšími únosy. Rozsáhlá reportáž s detailními informacemi o průběhu předávání výkupného a rukojmí se pak objevuje až 28. 9. Jaromír Štětina se velmi aktivně podílel na zprostředkování celé akce a i díky jeho konexím se do případu

³⁷ *Ruské jednotky zablokovaly obci Novogrozněnskij*. servis ČTK. 19. 2. 1996. <https://ib.ctk.cz>

³⁸ *LN: Unesený Štefan Hajdin je zřejmě pod drogami*. servis ČTK. 12. 9. 1996. <https://ib.ctk.cz>

zapojili oficiální čečenští představitelé Grozného, kteří nakonec zorganizovali celé předání a pozatýkali únosce. Štefan Hajdin i výkupné tak mohlo putovat domů.

V produkci Epicentra toho bylo pochopitelně více než jen články z Lidových novin, ale i na nich je právě vidět rozdílnost stylu práce malé agentury, která si zakládá na exkluzivitě a musí produkovat kvalitní materiály, a agentury národní. Zpravodajové ČTK se pohybovali mezi Moskvou a Grozným, nikdy však při těchto událostech nefungovali on-the-spot – nepřinášeli prvotní informace. Reportéři Epicentra referovali často o detailech přímo z místa, citovali hlavně konkrétní lidi, a získávali tak často přesnější informace. Tímto porovnáním nechci v žádném případě naznačovat, že malá specializovaná agentura může nahradit agenturu národní, či dokonce světovou. Velká agentura dokáže agregovat mnohem větší množství informací kontinuálně, a tím je pro média nezbytná. Jen se potvrzuje, že subjekt jako Epicentrum je obohacením pro další média, protože opravdu může přinášet originální materiály.

2.2 Význam v zahraničí

Pokud chce médium získat informace o dění v cizí zemi, může zvolit velkou agenturu (světovou či domácí) a internet nebo, pokud jde o důležitější události, vyšle vlastního zpravodaje. Ani ne tak proto, že by na místě mohl zjistit něco nového (novináři jsou vysíláni na minimální možnou dobu, nepůsobí na místě déle než je nutné), ale hlavně kvůli prestiži a atraktivitě pro příjemce. Taková média nemají ve zvyku kupovat novinářský obsah od zahraničních malých nebo cizích národních agentur. Je to pro ně dražší než slepit reportáž v kanceláři a zdaleka ne tak image-posilující jako kmenový redaktor na místě. Epicentrum proto nebylo výjimkou, přestože se jim občas podařilo prodat televizní záběry jiné agentuře či médiu, rozhodně to nebylo pravidlem. Nejvíce se to dařilo právě v Čečensku, protože tam Epicentrum nemělo konkurenci. Mělo skvělé kontakty a znalo toto teritorium lépe než kdokoliv jiný. (Význam v zahraničí lze ale vysledovat jinde. Například při první rusko-čečenské válce dokázala propašovat do obklíčené země spolu s Člověkem v tísní humanitární pomoc a tím odvrátila krizi, ke které se schylovalo.)

Co se týče významu pro zahraniční média, většina produkce Epicentra směřovala vždy do České republiky. To ovšem zdaleka není přímo úměrné zisku, který z toho plynul. Například film o veřejných popravách, který v Čečensku natočila Petra Procházková pro německou televizi ASDN znamenal totéž, co zbytek produkce do České republiky za celý rok. „Tenhle film jsem poté mohla prodat i ČT, suma za to byla v podstatě stejná – akorát ne v markách ale korunách,“³⁹ vzpomíná Procházková na finanční záležitosti. Mezi další výjimky patří například zařazení některých obrazových materiálů do vysílání americké WTN, britské BBC a prodej přes EBU. Na zahraniční odbyt ale nemohli spoléhat, protože šlo spíše o ojedinělé projekty, stálejší spolupráci lze najít u ruského radia Svoboda nebo televize NTV.⁴⁰ Finančně výhodnější by bylo soustředit se právě na prodej zahraničním médiím, jenže to také mělo svá negativa. „Ten film (o popravách – pozn.) jsem kompletně sama natočila, ale televize si to vzala, namluvila, přestříhala a dokonce mě ani snad neuvedli jako autorku. Takže taková práce není příliš tvůrčí, nemám kontrolu nad výsledkem a já jsem novinářka, tak na druhou stranu chci, abych byla pod svým filmem podepsána.“⁴¹

Kde ještě ale lze hledat důležitost Epicentra pro ostatní země, napovídá Jan Rybář. Ten se domnívá, že aktivity Jaromíra Štětiny a Petry Procházkové v Čečensku a jejich informace, které podávali z této oblasti, jsou natolik jedinečné a unikátní, že z nich budou čerpat všichni historici, kteří se budou snažit popisovat konflikty na Kavkaze devadesátých let.⁴²

2.3 Výjimečnost agentury Epicentrum – (proč) byla úspěšná?

Můj osobní názor na úspěšnost či neúspěšnost Epicentra je, že se nedá měřit finanční výdělečností nebo prodělečností. Epicentrum totiž nevzniklo jako subjekt k hromadění peněz, záměr majitelů nebylo finanční zabezpečení, ale cílem bylo dělat

³⁹ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

⁴⁰ tamtéž

⁴¹ tamtéž

⁴² RYBÁŘ, Jan v rozhovoru s autorem 13. 12. 2011

práci, která má smysl. Do jisté míry šlo o sebenaplnění několika lidí, kteří toužili dělat válečnou žurnalistiku (nebo obecně z krizových míst) na vlastní pěst a být při tomto poslání co nejvíce svobodní a procestovat velkou část světa. To nikdo z nich nepopírá, určitě se jim to povedlo a z tohoto pohledu to byla nadmíru úspěšná mise. Kdyby mělo jít v první řadě o výnosný byznys, soustředili by se reportéři Epicentra výlučně na postsovětský prostor, který generoval nejvíce peněz, a nevěnovali by se jiným koutům světa. Epicentrum také může být důkazem, v jak těžkých podmínkách a bez většího objemu peněz se dá dělat kvalitní žurnalistika. Celá etapa, při které jsme mohli získávat informace od jednotlivých členů Epicentra, se tak dá označit jako přínosná. „Existence malých, nezávislých sdělovacích prostředků, které říkají něco jiného než velké, je strašně důležitá. Vždyť například cenzura v Rusku je dnes taková, že je velmi málo novinářů si dovolí napsat, že generál Gračov je válečný zločinec. A teď si vezměte, jakým způsobem získávají světové agentury zprávy o Čečensku. Například Reuters. Pracuje všude ve světě systémem rešeršování ostatních sdělovacích prostředků – to znamená zpráv místních agentur – a dále nabírá zprávy, které získává prostřednictvím svých dopisovatelů, což ve velké většině bývají stringeři. Hlavním zdrojem ovšem jsou sdělovací prostředky té země. Takže v Rusku agentura Reuters čerpá především z ruských sdělovacích prostředků, poněvadž Čečenci žádné nemají. Svět tedy prostřednictvím Reuters dostává informace o postoji především jedné z bojujících stran a ruská oficiální pozice z nich čouhá jako sláma z bot.“⁴³ I v tomto ohledu lze hledat hlavní důvod, proč je dobré mít malé, nezávislé agentury, které pouze přispějí k diferenciaci zdrojů informací. Následující doba by jim snad mohla přát. Lidé se po prudkém rozšíření internetu pomalu učí, jak s takovým množstvím informací zacházet. Díky osobním zkušenostem a mnoha poznatkům mnoho lidí chápe, jak funguje agregování informací na internetu a jak je možné bez kontroly využít a změnit informace ve svůj prospěch. I přes fakt, že v mnoha médiích pořád převládá využívání velkých agentur a internetu k tvoření vlastního obsahu, lidé pomalu dokážou oceňovat vlastní materiály. Tak to funguje například v anglosaské žurnalistice, kde si díky většímu trhu i náročnější média naleznou své stálé příjemce. Jestli je Česká republika

⁴³ VOLENCOVÁ, Dagmar. *Jaromír Štětina: Život v Epicentru*. Praha: Portál, 2003. str. 115. ISBN 80-7178-794-9.

příliš malý trh, ukáže budoucnost. Svým podílem by mohla přispět i neustále se zvyšující mediální gramotnost, která vychovává náročnější příjemce médií.

Na příkladu Epicentra se dá také ilustrovat, na jaké limity malá agentura může narážet. Jaromír Štětina i Petra Procházková byli experty na oblast Kavkazu již před vznikem Epicentra. Oba díky své pozici moskevského zpravodaje navštěvovali Čechensko a za několik let si vypěstovali v této zemi kontakty, které neměl žádný jiný novinář na světě. Pro Epicentrum jako takové pak byly příhodné události právě po jeho vzniku v této oblasti. Dvě války, které se zde odehrály, měly pozornost celého světa, včetně České republiky. To samozřejmě hrálo do karet vznikající agentury, která byla mezi místními již etablovaná (myšleno její novináři) a měla tak velmi výhodnou pozici, kterou beze zbytku zužitkovala. Podařilo se zde něco, co Štětina považuje za správný novinářský přístup. Tedy být na místě před vypuknutím konfliktu, při něm a odjíždět z místa děje jako poslední. Tento poctivý přístup měl ovšem při velikosti Epicentra jasné negativum. Nikde jinde se mu nepodařilo vybudovat takovou pozici jako na Kavkaze, což bylo vzhledem k časové náročnosti takové práce a počtu lidí v Epicentru přirozené a mělo jasný následek: Malá agentura, jakou bylo Epicentrum, může jen těžko odvádět stejně dobrou práci po celém světě.

2.4 Chybí dnes podobná agentura?

Zahraniční agendu většiny českých médií pokrývají velké tiskové agentury a ČTK. Pouze Česká televize a Český rozhlas mají stálé zahraniční zpravodaje (ČTK také, ale není koncovým médiem), přičemž se jejich počty nezvyšují spíše naopak. (Česká televize má osm zahraničních zpravodajů v sedmi zemích, Český rozhlas taktéž osm a navíc síť dalších sedmi spolupracovníků). Dochází tak často k paradoxu, kdy například informace o východní Evropě nebo Blízkém východě přebírají od globálních agentur západního světa a do jisté míry tak ignorují národní zpravodajce v těchto zemích. „V českých médiích se dnes pro tvorbu zpravodajství o těchto zemích daleko více využívá západních zdrojů, a to i přes to, že národní tiskové agentury existují a

jejich produkty jsou dostupné.⁴⁴ To s sebou nese samozřejmě negativa vyplývající z postavení těchto agentur v civilizační příslušnosti a nedokonalá znalost místního prostředí.⁴⁵ Jaromír Štětina a Petra Procházková byli přítomni v Rusku a na Kavkaze od počátku 90. let, a znali tuto oblast velice důkladně. Také díky svým kontaktům, které zde navázali, měli ohromnou výhodu proti ostatním médiím nebo agenturám, které neměli zdaleka takové zázemí. To dokazuje například české vysílání rozhlasové stanice BBC, kam právě díky svým informačním zdrojům Epicentrum často přispívalo, přestože v Moskvě mělo BBC vlastní zpravodaje.⁴⁶

Pokud chce médium získat zprávy (fotografie, audiovizuální materiály, informace) z nějaké vzdálené lokality, má nemnoho možností, jak toho docílit. Buď vyšle svého reportéra na místo, což je velmi nákladné a pro reportéra náročné se v situaci okamžitě zorientovat. Hrozí pak, že přestože je na místě, informace shání z agenturního zpravodajství, neboť je náročné získat dobré a spolehlivé zdroje ad hoc, nebo se uchýlí k popisu situace. Materiály také může získat rovnou od velké zpravodajské agentury z tepla kanceláře. Tím se vylučuje jakákoli exkluzivita a výsledný novinářský produkt není zdaleka tak hodnotný. Na druhou stranu je to nejlevnější varianta, jak obsáhnout události, které redakce sama nedokáže (nebo si nemůže dovolit) zmapovat.

Pak je tu třetí varianta – varianta Epicentra. Ta totiž v těchto situacích fungovala (na rozdíl od světových agentur) jako „externí zahraniční redakce“. Materiál zakoupený od ní byl velmi často exkluzivní a hlavně šitý na míru zákazníkovi. Tím byl i mnohem atraktivnější, neboť byl reportér vidět v místě děje a nejednalo se o klasický studiový komentář. Navíc, jak již bylo řečeno, Epicentrum dokázalo navázat v Rusku a zvláště v oblasti kavkazských zemí výjimečně dobré kontakty, které se pak velmi hodily pro získávání unikátních rozhovorů s lidmi, ke kterým se žádní jiní reportéři nedostali. V těchto úvahách se můžeme přesunout do dnešních dní (2011 Arabské jaro, 2012

⁴⁴ STRAŠÍKOVÁ, Lucie. *Postavení zpravodajských agentur na informačním trhu a vývoj jejich zpravodajské produkce*. Praha, 2003. Vedoucí práce Rudolf Vlasák. str. 42

⁴⁵ Někdy samozřejmě pro velké agentury pracují tuzemští novináři, těch se tato výtka netýká.)

⁴⁶ ŠKODOVÁ, Markéta: *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*, Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 20

Sýrie, Írán, ...) a zamyslet se nad tím, jak by asi dnes fungovalo Epicentrum a o čem by referovalo, kdyby existovalo. Lze si poměrně dobře představit reportéry Epicentra v některé z arabských zemí, které přinášejí informace přímo z místa dění. Podle dosavadního fungování Epicentra, je dost dobře možné si představit, že by mělo reportéry na místě ještě před vypuknutím hlavních nepokojů a reportovali by odsud až do těchto dní, neboť tak to mělo vždy ve zvyku. Zůstat na místě co nejdéle, získat co nejvíce materiálů a kontextových informací, aby zprávy nebyly jen útržkovité informace, ale komplexní vhled do celé situace. Navrch by zřejmě po skončení působení v oblasti vznikl dokument delší stopáže jako by-product, který by zaznamenal celé Arabské jaro z nadhledu a v kontextu, který se těžko do samotných zpravodajských materiálů dostává.

3. Styl práce agentury Epicentrum

Díky malému počtu zaměstnanců a celkové povaze agentury se mohla takřka svobodně rozhodovat, co, kdy, kde a jak bude dělat. S malým sehraným štábem, který Epicentrum mělo, se také pojí další vlastnosti. Například rychlost, s jakou dokázalo reagovat na nejnovější vývoj událostí a být na místě mezi prvními novináři. To bylo mnohdy zásadní vůbec pro proniknutí do oblasti, která byla později odříznuta od světa. „Tím, že nás nikdo nevladnil, jsme si sami rozhodovali, kdy a kam pojedeme. Než se v televizi rozhodli, že někoho pošlou ven a vyřídily se všechny administrativní náležitosti, tak my už měli několikadenní náskok,“ potvrzuje Procházková, „A navíc jsme to dokázali udělat za polovičku peněz, než kmenová redakce, to byly naše hlavní devízy.“⁴⁷ Ne náhodou byli reportéři Epicentra v hlavním městě Čechenska Grozném při bombardování, které bylo odříznuto od světa, a zahraniční novináři nebyli vpuštěni dovnitř.

Příznačné pro Epicentrum bylo popisovat vše velmi komplexně, z dané lokality získat co nejvíce podnětů ze všech sfér života a poté vše popsat. Epicentrum velmi brzy pochopilo, že mít základnu na místě je sice nákladné, ale pro komplexní pochopení

⁴⁷ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

situace nezbytné.⁴⁸ Přesně tak došlo k založení hongkongské kanceláře agentury. Původním záměrem Epicentra bylo zmapovat předání Hongkongu po sto letech Číně. Integrace vyspělé kapitalistické země do komunistického kolosu slibovala hodně vděčných materiálů a novinářských témat. V roce 1996, rok před „*handoverem*“ začal Jaromír Štětina budovat v Hongkongu zázemí, aby byli novináři dobře připraveni na hlavní událost. Ani televize už sem kvůli Epicentru svůj štáb neposlala. V hongkongské kanceláři pro Epicentrum pracoval také Igor Blaževič, budoucí zakladatel a ředitel (dnes už minulý) filmového festivalu Jeden svět Člověka v tísni, i s manželkou Jasmínou. Po samotném předání fungovala agentura v jihovýchodní Asii ještě asi rok, natáčela několik přírodopisných dokumentů a přírodopisný seriál. Tím, že trávili novináři Epicentra poměrně dlouhou dobu na jednom místě, zatímco ostatní novináři se dávno přemístili jinam, získávali mnohem větší a ucelenější přehled o daném místě. Byl to také způsob, jak vytěžit maximum z jednoho místa. Epicentrum nemělo prostředky ani lidi na to, aby pokrývalo více oblastí najednou a vzhledem k tomu, že manažerské vedení obstarával Štětina, který sám pracoval na natáčení, bylo by náročné toto vše skloubit. Faktem ale je, že mimo tyto aktivity vždy stálo Rusko, jakožto hlavní zdroj příjmů, kam se vždy vracela Petra Procházková a pracovala zde i paralelně, když ostatní létali po jiných destinacích.

Tím, že zůstávali na jednom místě a ždímalí tamní potenciální novinářský materiál, profitovali ze svých znalostí a zkušeností a nemuseli se vše učit od počátku, kdy je produkce nejnižší nebo dokonce nulová, a tedy nevýdělečná. Rotace zpravodajů, kteří celý rok putují od konfliktu ke konfliktu, jej totiž také jedním z neduhů současné praxe zpravodajství.

3.1 Agenda

Tématem agentury bylo celkové dění v lokalitě, ve které působila. Mylně se někdy předpokládá, že Epicentrum byla pouze válečná agentura, protože vedle reportáží z válečných konfliktů vyrábělo Epicentrum mnoho materiálů, které s válkami nesouvisely. Obecně se dá říci, že Epicentrum obstarávalo ty oblasti, kam se médiím

⁴⁸ tamtéž

nevyplácelo posílat své lidi. To platí i o bleskových akcích jako bylo zemětřesení v Pákistánu v roce 2005, kde, díky působení v Afghánistánu, bylo Epicentrum na místě mnohem dříve, než by jiné české médium mohlo být.

Všude, kde Epicentrum působilo, byly hlavním motivem konflikty a životy tamních lidí s důrazem na lidskoprávní aspekty. To je rys Epicentra již od jeho prapočátků v roce 1988. Nicméně vzhledem k nabytým znalostem se věnovalo tématům celospolečenského charakteru, od politiky, byznysu až po různé zajímavosti, které se používaly jako tečky ve zpravodajství. Jak již bylo zmiňováno, do pestrosti produkce lze zařadit i ekonomické zpravodajství z Moskvy. Vzhledem k obchodnímu vztahu agentury a médií byla agenda plánována s ohledem na ně. Často se jednalo přímo o domluvu mezi nimi. Jelikož byla pro práci Epicentra typická takzvaná žurnalistika „on-the-spot“, neboli být na místě, být při tom, odráželo se toto nutně i na tématech, která byla vhodná, nosná pro reportážní styly. Tohle vše se sešlo právě při konfliktech v Čečensku, které Epicentrum pokrývalo celá devadesátá léta.

Epicentrum bylo agenturou, specializující se obecně na krize, války, revoluce, přírodní katastrofy. Ty byly vždy hlavní částí produkce a zřejmě to bude to hlavní, co si s Epicentrem budeme vždy spojovat. Jakou agendu bude Epicentrum zpracovávat, rozhodoval vždy Jaromír Štětina. Ten zároveň domlouval spolupráci s médii, tedy o co z produkce Epicentra budou mít zájem. Nenechával se však příliš spoutávat poptávkou a řídil se většinou vlastním citem a také vlastní touhou poznávat nové kouty země, čímž se nikdy netajil.⁴⁹ Tak Epicentrum od svého vzniku referovalo z celého postsovětského prostoru, jihovýchodní Asie, arabského světa a Afriky. Podle Petry Procházkové by se dnes soustředili hlavně na Rusko (protože jej zná dobře), Blízký východ, Írán a Severní Koreu. To jsou podle ní místa, po kterých by byla poptávka.⁵⁰

⁴⁹ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

⁵⁰ tamtéž

3.2 Přístup k tématům, metodika práce

Způsob, jakým reportéři Epicentra přistupovali k jednotlivým tématům, byl poněkud odlišný od ostatních agentur. Částečně vycházel z reality fungování Epicentra. Málo lidí a finančních prostředků znamenalo, že si nemohou dovolit platit informátory a stringery, jak to dělávají ve válečných zónách bohatší agentury. Vše, co souviselo se získáváním informací na místě, se dělo na velmi osobní úrovni. Aby takto mohlo Epicentrum fungovat, muselo mít velmi dobré místní kontakty. Jen díky osobním stykům Jaromíra Štětiny nebo Petry Procházkové Epicentrum dokázalo získat mnoho cenných a exkluzivních materiálů. To na druhou stranu mnohokrát uškodilo pověsti Epicentra jako objektivní zpravodajské agentury, protože právě díky osobním stykům s jednou ze zainteresovaných stran bylo možné informace získávat. Konkrétně se tak dělo při rusko-čečenských válkách. Jaromír Štětina měl tehdy exkluzivní informace jedině od čečenských vojenských velitelů, kteří s ním komunikovali. K informacím z ruské strany se nemohli reportéři dostat, a proto nemohli získané informace prověřit. Často se totiž dostávali do konfliktu s oficiálními ruskými zprávami, které přebíraly i jiné velké agentury a byli nařčeni z neobjektivního referování. Faktem je, že Štětina i Procházková byli vždy na straně Čečenska, tudíž nebyli neustranní. Jak píše Tomáš Trampota v knize *Zpravodajství*, „Redaktor může vnímat svou roli například jako roli neutrálního zprostředkovatele informací, nebo naopak angažovaného obránce sociálně slabších.“⁵¹ To ovšem vůbec nevyovídá o jejich objektivitě. Štětinův radikální postoj, že novinář si musí vybrat jednu z bojujících stran, za kterou bude stát,⁵² působí vzhledem k hodnotám novinářské etiky jako protipól. Nicméně tím dával akorát najevo, za kterou stranou v konfliktu stojí a ve skutečnosti dělal vše proto, aby podával informace co nejúplnější a ověřené.⁵³ Navíc se při porušování lidských práv či obhajobě menšin od objektivitě zjevně upouští.⁵⁴

Dalším specifickým Epicentra byla nepochybně touha jejích reportérů být vždy na místě, ať to stojí, co to stojí. Tento přístup se dá velmi dobře ilustrovat na příkladu

⁵¹ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. str. 50. ISBN 80-7367-096-8.

⁵² *Epicentrum* [film] režie Petr JANČÁREK. ČR: 1993. 38 min.

⁵³ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

⁵⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. str. 147. ISBN 80-7367-096-8.

Jaromíra Štětiny, který jako jeden z posledních zahraničních novinářů zůstal v bombardovaném Grozném, aby do poslední chvíle mohl získávat informace přímo z centra dění. Stejně tak hodnotí Josef Pazderka celé fungování Epicentra: „Ve své době, bylo reportování z místa, na které mimochodem rezignovala část českých médií ani ne tak kvůli financím, jako spíše kvůli tomu, že byla líná, a že se jim do krizových oblastí nechtělo, naprosto unikátní. Neříkám, že bylo vždycky vyvážené, ale byli to jediní lidé, kteří se tam dostali, měli nasazení, drive a přinášeli exkluzivní materiály. V tomhle směru je pro mě Epicentrum naprosto jedinečné.“⁵⁵

3.3 Kontakty a spolupráce zvenčí – místní lidé, jiné agentury

Pro každého novináře pracujícího v terénu jsou nejdůležitější místní zdroje. Dvojnásob to platilo pro Epicentrum, které nemělo žádnou domácí redakci s podporou, ani dostatečné technologie, díky kterým by mohli reportéři získávat informace z vnějšku. Často se tak setkávali se známým paradoxem, kdy reportér na místě ví ve skutečnosti mnohem méně než kolegové v redakci. To, jak se dokáže novinář v konfliktu zorientovat, do jisté míry předurčuje kvalitu výsledného žurnalistického materiálu. Jednak díky dobrým informacím dokáže předvídat vývoj situace a podle toho se přizpůsobit, například se včas dostat do místa děje. Dále se může dostat k těm správným lidem, jejichž citace potřebuje nebo jejichž rozhovory jsou atraktivní. Aby mohla fungovat agentura jako Epicentrum, musí mít stejně jako ona spousty kontaktů, které se pěstují velmi dlouho. Pro Epicentrum bylo právě toto typické a souviselo to právě i celkovou filosofií reportérů agentury, tedy být co nejvíce v terénu a mít co nejvíce známých, kteří, pokud se něco odehraje, vám vždy dají vědět. Jen díky tomu byli schopni získat některé velmi tajné informace nebo se dostat ke střeženým lidem. To se například podařilo Jaromíru Štětinovi, který díky známosti s afghánským ministrem zahraničí získal jako první informaci o tom, kdy začne americké bombardování Afghánistánu.⁵⁶

⁵⁵ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

⁵⁶ VOLENCOVÁ, Dagmar. *Jaromír Štětina, Život v Epicentru*. Praha: Portál, 2003. str. 130. ISBN 80-7178-794-9.

Epicentrum využívalo agenturního servisu Reuters, AP, Interfaxu, ITAR-TASSu a jiných regionálních agentur. Stejně tak se jim dařilo prodávat větším agenturám své materiály. Fotografie například odebírala agentura Reuters, část produkce také dnes již neexistující Česká tisková agentura.⁵⁷ ČTK od Epicentra informace nekupovala, nicméně je citovala – například v kauze únosu Štefana Hajdina popsané výše.

Vysedávání v kanceláři a přebírání zpráv třeba i z menších národních agentur, by tedy ve výsledku mohlo vyjít i levněji, než skutečně cestovat do centra dění a pokoušet štěstí tam. To ale novináři Epicentra zavrhuje, například Petra Procházková to srovnává s divadelním kritikem, který by psal o představení, aniž by jej ve skutečnosti viděl „Obecných informací o daném konfliktu bych měla sice zhruba stejně, jako když se do něj skutečně vydám, ale o tom, proč válka vznikla, jak ji lidé prožívají a jak se bude dále vyvíjet, bych nevěděla zhora nic.“⁵⁸

Pokud spolupracovali s jinými reportéry, stávalo se tak na úrovni spíše osobní než institucionální. Mezi ně patřili zejména novináři z Komsomolské pravdy, rádia Svoboda a Fondu na obranu glasnosti. Nicméně platí, že reportéři Epicentra byli těmi mravenci, kteří přinášeli informace z terénu ostatním.

3.4 Shrnutí předností ve způsobu fungování agentury

Agentura Epicentrum byla sehraný tým entuziastických novinářů. Nikdo z nich nepotřeboval zvláštní vedení nebo usměrňování, všichni jednali podle vlastního úsudku a samostatně, dokázali ovládat několik profesí najednou, a tak se na různých místech zastupovat. To výrazně snižovalo náklady na provoz a zvyšovalo efektivitu. Navíc byli ochotni pracovat pro agenturu za plat, který rozhodně nebyl srovnatelný s obdobnou pozicí ve větší zpravodajské agentuře, díky čemuž si agentura mohla dovolit na svou

⁵⁷ ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998, Vedoucí práce Ludmila Trunečková. str. 16

⁵⁸ PAZDERKA, Josef. *Novinářka na divokém východě: Petra Procházková*. Praha: Portál, 1998. str. 86. ISBN 80-7178-261-0.

dobu špičkovou techniku (kamera Sony Betacam, satelitní telefon). Motivem, proč tuto práci vykonávali, byl pocit, že dělají něco smysluplného, hodnotného.

Důležitým rysem je naplňování „on-the-spot“ žurnalistiky, tedy referování opravdu z místa děje. Tento základní předpoklad dobré žurnalistiky zvláště v poslední době postrádáme, stejně jako hlubší znalost problematiky a samotného terénu. Čím rychleji se vytváří novinářský obsah v médiích a zvyšuje se jeho objem, tím méně se vyžadují opravdové znalosti tématu a jeho skutečné „zažití“. Tím degraduje nejen kvalita výsledného materiálu, na kterém je to znát, ale i celá profese novinářů, která se stává umělým procesem vytváření událostí.

Rychlé reakce, schopnost být „při tom“, velká flexibilita – to je to, co zdobilo Epicentrum a jedním z důvodů, proč o něj byl zájem. Jak již bylo řečeno, tato devíza pramenila z toho, že se Epicentrum nebálo investovat do svých cest a budování kanceláří.⁵⁹ Jen díky tomu získávalo opravdu spolehlivé informace rychleji a mohlo být na místě dříve, než kdokoli jiný. Samozřejmě se s tím pojilo i nemalé riziko, protože vybudování kanceláře byla finančně i logisticky drahá záležitost a případný neúspěch by pak byl mnohem dražší. S tím se ale pojí další přednost – totiž finanční úspornost.

Nejenže reportéři Epicentra byli velmi skromní, ale také pracovití. Jak potvrzuje Josef Pazderka, který viděl Petru Procházkovou při práci v Moskvě. Vzhledem k malému počtu lidí v agentuře a pramalým kontrolním mechanismům musel zkrátka každý odvést svou práci bezchybně, jinak by se to podepsalo na celkové situaci Epicentra, což kladlo velké nároky na odpovědnost a sebekázeň všech zúčastněných. Kromě okamžitě posílaných reportáží a obrazových materiálů používaných ve zpravodajství, zvládali ještě natáčet materiály delších stopáží – publicistické či dokumentární útvary – a tím zvyšovali zisk. Když k tomu připočteme občasný prodej západním médiím, který měl většinou charakter mnohanásobného finančního ohodnocení oproti tuzemským médiím, vyjde nám z této rovnice ekonomicky fungující podnik, kterým Epicentrum, navzdory obecným představám, bylo.

⁵⁹ Kanceláře mělo Epicentrum celkem čtyři: Praha, Moskva, Hongkong a Nairobi

4. Doba po Epicentru – existuje prostor na trhu?

Do této chvíle jsem se zabýval minulostí; co bylo Epicentrum, jak fungovalo nebo jaký mělo význam. Vše, co bylo výše napsáno, může být, pokud správně interpretováno, důležité pro vyvození závěrů této bakalářské práce. Tedy, zda se může budoucnost žurnalistiky ubírat i jiným než dosavadním směrem, kdy téměř neexistují menší novinářské skupiny a trh nejen v České republice ovládají velké společnosti. O negativěch této situace jsem psal v předchozích kapitolách. Je ale opravdu možné v dnešní době provozovat něco jako malou agenturu, která by díky své vyšší specializaci (užšímu zaměření) mohla konkurovat v určité oblasti velkým rybám?

Svým způsobem tuto mezeru zaplňují nezávislí novináři. Ovšem vzhledem k jejich statutu „nezávislí“ je lze těžko považovat za stabilní prvek na mediálním trhu. Tento segment je velmi nestálý, neboť se sem tam vynoří zajímavý text či reportáž z pro nás exotické části země, ale vzhledem k nejasné struktuře a hlavně kontinuitě takto vzniklých novinářských počínů momentálně neexistuje žádný významnější prvek, který by na sebe strhával pozornost.⁶⁰ To je prostor, který by za určitých okolností mohla zabrat malá agentura. Jestli by byla opravdu dnes schopna přežít je otázka. Jestli by byla potřebná z žurnalistického hlediska, je v době novinářů sedících u počítače a „googlujících“ informace z druhé ruky otázka zásadnější.

4.1 Nároky na novou agenturu – co vše by musela podobná agentura dnes splňovat?

Pokud budeme vycházet z toho, v čem bylo Epicentrum úspěšné, co se mu dařilo a v čem tkvěly jeho přednosti, získáme poměrně slušný obraz toho, jak by mohla podobná agentura dnes fungovat.

Většina lidí pohybující se v médiích se nejspíš shodne, že autentické reportáže z místa děje jsou nejen atraktivnější pro čtenáře, ale také poctivější a kvalitnější. „Hodnota samotného reportování z místa pro mě má vždy větší hodnotu. Epicentrum je

⁶⁰ Příkladem může být Tomáš Sniegoň, který spolupracuje s několika médii a referuje o událostech ze Skandinávie.

pro mě skvělým příkladem novinářiny on-the-spot, která je pro mě naprosto nezastupitelná,⁶¹ říká Pazderka a odkazuje právě na styl malých agentur. Je tedy logické udělat pro úspěch agentury něco podobného. Vytvořit z ní symbol kvalitní, atraktivní žurnalistiky, jako protipól velkých agentur, které se soustředí na klasické agenturní, a tedy odosobněné zprávy, které zase umožňují rychlou orientaci médiím a práci s takovými produkty. V tomto ohledu nejsou velké agentury konkurencí, protože média pochopitelně potřebují kontinuální přísun informací. Záleží spíše na tom, zda jsou média ochotná své stránky (minuty) obohatit něčím jiným. Pokud by se z nové agentury stala značka dobrých reportáží, vyhledávaných diváky či čtenáři, svůj prostor na trhu by mohla získat.

Vzhledem k tíživé finanční situaci v médiích si dnes každá redakce rozmyslí, jestli pošle svého reportéra do zahraničí, aby pro ni napsal reportáž. Pojí se s tím mnoho nákladů, které může investovat jinak. Exkluzivní reportáž na míru od malé agentury by byla určitě dražší než agenturní zpráva (cenu sráží počet abonentů), ale zase levnější než vlastní vyslání reportéra a jeho týmu. To je šance malé agentury, která dokáže šetrněji využívat své finanční zdroje k cestování či kupování informací. Jak ukazuje příklad Epicentra, novináři pracující na vlastní pěst mohou být ochotnější žít skromněji, než když jim cestovní výlohy zaplatí zaměstnavatel. Štětina a Procházková nepobírali mzdu, pouze si vypláceli uzákoněné diety,⁶² a i tím snižovali cenu. Médium, které uveřejní takovou reportáž, získá to samé, co by udělal její reportér (nebo dokonce kvalitnější produkt vzhledem ke zkušenostem) za méně peněz.

Model, v jakém by taková agentura mohla být schopna fungovat, se příliš neliší od Epicentra. Rozdíl je v detailech, které by jí dnes usnadnily práci. Předně je dnes mnohem dostupnější a levnější internet, díky kterému lze okamžitě z místa odesílat informace, případně pokrývat více oblastí najednou. To je obrovská výhoda oproti době před deseti lety, kdy se novináři museli spoléhat na drahé satelitní telefony. Právě díky stále se zrychlujícímu internetu můžeme z místa odesílat nejen text, ale i fotografie nebo dokonce video. To je i vzhledem k rozvoji webového zpravodajství věc velice žádaná a

⁶¹ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

⁶² ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Praha, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková str. 12

lépe honorovaná než text. Klidně i krátké záběry z atraktivního místa bez komentáře tak naleznou své odbytí. Díky tomu agentura získává poměrně snadno další prostředky a hlavně šíří své jméno (značku) mediálním prostorem. Další výhodou internetu je neustálá kontrola nad tím, co se v médiích právě děje, a tím pádem možnost rychlé reakce na aktuální poptávku na mediálním trhu.

4.2 Nové Epicentrum – je možné, aby dnes podobná agentura vznikla a měla šanci na úspěch?

Představíme-li si podobnou agenturu, jakou bývalo Epicentrum, dnes, nedá příliš práce odhadnout, jaká témata by mohla zpracovávat. Celý minulý rok byl ve znamení tzv. Arabského jara (2011), které skýtalo a dosud skýtá mnoho potenciálních materiálů, které by terénní agentura mohla získat. Od revolucí v severoafrických státech, které byly i v globálním kontextu velmi podstatné, po dosud tvrdé potlačování povstání v Sýrii, které se opakovaně objevuje na prvních místech v agendách médií. Přitom tohle všechno jsou přesně události, ve kterých by se Epicentrum pohybovalo, díky válečným zkušenostem, mnohem elegantněji a rychleji, než řadoví zahraniční reportéři, kteří často rotují na postech.

Jsem přesvědčen, že hlavním těžištěm agentury tohoto typu by byly právě tyto události. Díky tomu by agentura rozhodně neměla nouzi o náměty, které by mohly zajímat jak média, tak konečné konzumenty. V tom tkví šance na úspěch. Aby taková agentura mohla vzniknout, musí mít předem zajištěn alespoň minimální objem zpráv, které najisto prodá. To je zpočátku velký problém, který lze překonat pouze s narůstajícím kreditem agentury, který na druhé straně zajistí jen a jen kvalitní a atraktivní tvorba v průběhu doby. V čase výše zmíněných událostí se dá hodnověrnost ale získat mnohem rychleji než jindy. Médium si přeci rozmyslí, zda uveřejnit článek splepený ze zahraničních médií a agentur, ze kterých podobný článek napíše i ostatní, nebo získá exkluzivní materiál z těžko dostupných lokalit, byť by to bylo od neznámých novinářů (nové agentury).

Jak poznamenává Jan Rybář,⁶³ v letech 1992 – 1995 spolupracovník Epicentra, již dnes se dá pomalu sledovat příklon ke kvalitnější žurnalistice.⁶⁴ Jen tak lze vysvětlit v čase úpadku mediálních produktů – myšleno kvantitativně – nárůst prodeje a čtenosti např. týdeníku Respekt, který zvýšil svou čtenost na 117 tisíc, tedy za poslední rok přilákal o 22 tisíc čtenářů více.⁶⁵ Nebo v zahraničí The Economist, který je pro domácí Respekt vzorem, přišel se zcela novým magazínem Intelligent Life,⁶⁶ který přesně ukazuje, za co jsou ochotni čtenáři zaplatit.⁶⁷ Trend potvrzuje i letošní (2012) udělení Pulitzerovy ceny za žurnalistiku válečnému reportérovi Davidu Woodovi, který své reportáže píše pro Huffington Post. Udělení této ceny čistě internetovému médiu bylo ještě nedávno nemyslitelné.

„Ve své době byli naprosto jedineční z žurnalistického hlediska, byla to zlatá doba oproti dnešku. Lidé byli hladoví po kvalitní žurnalistice z ciziny a média za to byla ochotná platit. To se o dnešku říct nedá. Internet s tím také zatočil. Petra byla nejslavnější reportérka střední Evropy, dnes má co dělat, aby se užívala,“ říká Rybář k dnešní situaci. O perspektivě podobných projektů, jakým bylo Epicentrum, si pak myslí, že podobný model je možný i nadále, musel by ale mít hvězdná jména. Navíc dnes se dají najít i kvalitní reportáže v servisech velkých agentur. Ty pak stačí v redakci přeložit a trochu vyšperkovat. Podle Rybáře čtenáři nedokážou ocenit vlastní počiny jiných subjektů, je jim jedno, zda je reportáž jen přeložená nebo opravdu originální dílo napsané z místa děje. „Vlastní reportéry tam média posílají kvůli své image, aby si do titulku mohli napsat ‚od našeho zpravodaje z...‘, což je vlastně dobře. Ve skutečnosti tedy nejen jen o samotný text, ale i o potvrzení jisté kvality média.“⁶⁸

⁶³ Jan Rybář pracoval v Epicentru na počátku jeho existence. Poprvé se s Petrou Procházkovou a Jaromírem Štětinou nepotkal nikde jinde než v Lidových novinách, kde od roku 1992 pracoval. Později ale odjel na studium do Skotska a po návratu již pracoval v Mladé Frontě.

⁶⁴ RYBÁŘ, Jan v rozhovoru s autorem 13. 12. 2011

⁶⁵ http://www.radiotv.cz/p_tisk/mediaprojekt-iiiiivq-2011-magaziny-rf-hobby-mezirocne-posiluji-o-vice-nej-25/

⁶⁶ Jako čtvrtletník poprvé vychází v září 2007. Jedná se o kulturní lifestyleový dnes již dvouměsíčník se čteností 175 000 <http://www.economistgroupmedia.com/products/intelligent-life/> a

⁶⁷ RYBÁŘ, Jan v rozhovoru s autorem 13. 12. 2011

⁶⁸ RYBÁŘ, Jan v rozhovoru s autorem 13. 12. 2011

Aby média chtěla přebírat materiály od někoho jiného, musel by mít dotyčný právě takovou přidanou hodnotu. Takovou hodnotu vidí bývalý spolupracovník Epicentra například ve hvězdnosti těchto novinářů. „Ty reportáže by musel psát někdo známý, celebrita, kvůli které by si text přečetlo mnohem více lidí, než kdyby ho přineslo samo médium.“⁶⁹ I tohle kritérium kdysi Epicentrum splňovalo, ale svoji atraktivitu si vypracovalo samo, postupně, a to jen díky svým materiálům a stylem práce, nikoliv nějakým statutem celebrit.

Velmi důležitou schopnost, která by podle Jana Rybáře pomohla k úspěšnému fungování agentury, je produkce textů v anglickém jazyce, což by znamenalo možný odbyt na daleko větším trhu. „Dokázat ale psát dobře anglicky reportáže je těžké. I jazykově velmi zdatní novináři většinou potřebují překlad od rodilého mluvčího.“⁷⁰ Navíc i tematicky by se musely tyto trhy překrývat, takže by se muselo jednat o globálně zajímavou věc a ještě s překážkou v podobě mnohem větší konkurence anglicky mluvících novinářů. To potvrzuje i příklad Epicentra, kterému se zdaleka nedařilo spolupracovat se zahraničními médii v Afghánistánu, kde byla konkurence anglosaských novinářů mnohem větší.⁷¹ Z tohoto hlediska se pak jeví jako velmi dobrá taktika Epicentra, které se dlouhodobě soustředilo na jednu oblast, aby doopravdy dokázalo přinést něco více, než ostatní.

Přesto, že všichni oslovení se shodují na skutečném přínosu Epicentra a jsou přesvědčeni o nesporném přínosu potenciálního následovníka, nikdo z nich nevidí příliš velké šance na jeho úspěšné fungování. Skepse panuje především z nejistoty momentální finanční situace na mediálním trhu, který se nachází ve zvláštním mezidobí, kdy většině médií klesá zisk, ale nikdo zatím není schopný vydělávat na internetovém zpravodajství. Josef Pazderka říká, že takové Epicentrum je asi sen každého zahraničního zpravodaje.⁷² Procházková a Štětina tento sen dokázali udržet při životě více než deset let a podle slov Procházkové by byli schopni provozovat agenturu dodnes, kdyby se tomu stále věnovali. S obnovením agentury ale nepočítají. „Je těžké

⁶⁹ tamtéž

⁷⁰ tamtéž

⁷¹ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

⁷² PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

do toho kolotoče znovu naskočit a dnes už jsme každý jinde.⁷³ Nikomu jinému se nic podobného nepovedlo, nikdo nic podobného u nás nezkusil. Dnes by bylo troufalé něco podobného zopakovat, protože nikdo (včetně koncového čtenáře) zřejmě není ochoten za kvalitnější informace zaplatit. Zda se tato situace časem obrátí, jak prorokuje Jan Rybář, a my budeme svědky podobných „epicentroidních“ uskupení, ukáže buď budoucnost, nebo by někdo musel vymyslet fungující obchodní model založený na netradiční platformě či výjimečné atraktivitě.

4.3 Možnosti fungování nové agentury

Pro fungování jakékoliv firmy je elementárně důležitá schopnost finančně přežít. Nemluvím nyní o vydělávání peněz, projekt malé novinářské agentury by byl podobný neziskové organizaci, která všechny případné zisky rozpouští do své činnosti. A už jen to předpokládá velké nadšení reportérů a ostatních členů týmu.

Pravdou je, že ani Epicentrum nevzniklo na zelené louce. Post zahraniční zpravodajky v Rusku Petry Procházkové vznikl v Lidových novinách a je jasné, že hlavně díky předchozím zkušenostem, znalostem a kontaktům bylo možné započít rychlé fungování Epicentra. „Český mediální trh je malý, strašně chudý a kdokoliv, kdo je mimo silné médium, je placen mizerně,“ říká bývalý zpravodaj České televize v Rusku Josef Pazderka a není příliš přesvědčen o možnosti přežití takového subjektu. „Zároveň příklad Epicentra jasně ukazuje, že pokud to není navázané na nějaká další média, že je téměř nemožné v tomhle obstát. V jednom člověku, za příhodné konstelace událostí se možná něco podobného dá zopakovat, ale jinak jsem velmi skeptický. Aby novinář přinesl médiu něco exkluzivního, co si nevygoogluje nebo nenajde jinde bezplatně, tak se musí hýbat. K tomu potřebujete zázemí, které nemusí být kdovíjaké, musíte ale investovat do telefonů [...] musíte často i platit za informace, za průvodce, to je všechno extrémně drahé,“ myslí si Pazderka, a právě proto velmi obdivuje Epicentrum, že dokázalo tak dlouho fungovat a být finančně soběstačné.⁷⁴

⁷³ PROCHÁZKOVÁ, Petra v rozhovoru s autorem 9. 4. 2012

⁷⁴ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10. 2011

Aby tedy podobná agentura nemusela být závislá na jiném médiu, je zřejmé, že by musela zvětšit okruh svých odběratelů. Kromě českých a slovenských médií by musela vyrábět i cizojazyčné (zřejmě anglické) texty. I u vizuálních materiálů, které samy o sobě nejsou závislé na jazyku, musí reportér umět prodat, co právě nafotil nebo natočil. To bez řádného vysvětlujícího textu nelze, proto musí vedle samotného materiálu stát text, kterému rozumí i zahraniční média. Tím by se částečně odboural problém malého trhu, jakým Česká republika nepochybně je. Nezávislost na jiném subjektu má ale i svá proti. Nulové zázemí na začátku, nedostatek kapitálu a absence „značky“, které by abonující média věřila, jsou pro začínající agenturu velké překážky. Pro model nezávislé agentury podobné Epicentru by byla stěžejní vlastní kvalita a atraktivita produktů, které by se co nejdříve měly dostat do viditelných médií, ať už u nás nebo ve světě, kde by byla vidět značka agentury. To by bylo samo sebou velkou reklamou. Za uvážení stojí vlastní stránky s multimediální produkcí, které by byly volně přístupné. I kdyby samotné stránky neměly vydělávat, budou známé konečným čtenářům, kteří pak při pohledu na agenturní příspěvek v jiném médiu identifikují stejný subjekt. Ve výsledku to může fungovat i opačně: při dostatečné oblibě materiálů u koncových konzumentů budou vyžadovat v médiích prostor právě pro tyto příspěvky.

Další logickou možností by byl vznik v rámci neziskové organizace. Epicentrum samotné vzniklo z Nadace Lidových novin, ze které vznikla také největší česká nezisková organizace Člověk v tísni. V počátku tedy byla nezisková organizace a zpravodajský tým Jaromíra Štětiny jeden subjekt. Po poměrně krátké epizodě se ale reportéřské jádro Epicentrum odděluje a na straně druhé vzniká humanitární organizace. Klady propojení velké neziskové organizace s reportéřským týmem jsou mnohé. Člověk v tísni působil za dobu své existence v 51 zemích světa a momentálně funguje na pětadvaceti místech, a to velmi často logicky v problematických částech světa, které jsou také mediálně atraktivní.⁷⁵ Se zázemím, jaké Člověk v tísni má, by pro agenturu bylo mnohem jednodušší zabydlovat se v nových lokalitách a také by bylo daleko snazší získávat důvěru místních lidí a kontakty – obě věci nezbytné pro zvládnutí práce v terénu. Přestože by reportéřský tým pracoval v rámci organizace, jeho členové by nebyli humanitárními pracovníky, to se totiž může přímo vylučovat. V náročných

⁷⁵ výroční zpráva Čvt. <http://www.clovekvtsni.cz/download/pdf/351.pdf>

situacích, kdy může jít o zdraví či dokonce život, musí novinář i humanitární pracovník odvádět svou práci a neplést si své role.

To je také nejproblematičtější část celé součinnosti humanitární organizace a reportérského týmu, avšak z jiného pohledu. Často se stává, že humanitární organizace pomáhá v zemích s ne zcela demokratickým režimem. Ten jim umožňuje přístup do země je za cílem humanitárních služeb, nikoliv zpravodajských. Pokud by daná země zjistila, že organizace zároveň na místě vytváří zpravodajské materiály, mohlo by to mít za následek zákaz činnosti na svém území. „Pro úřady cizí země je důležité, jestli jste humanitární pracovník nebo novinář, to oni chtějí jasně vědět a jako novináře vás nepustí do oblasti, kam se neziskovka dostane – pokud nefunguje informačně,“⁷⁶ říká Josef Pazderka, který od roku 1999 pracoval přímo v Člověku v tísni jako humanitární pracovník a na přelomu tisíciletí se podílel na misi na Kavkaze. I pokud by reportéři nebyli oficiálně provázáni s organizací, ohrozilo by to její pověst a možnosti humanitární organizace fungovat v nedemokratických zemích, a to je proti základním principům jejich hlavní činnosti – pomáhání lidem ve všech částech světa.

Navíc jistý informační servis funguje už nyní, přestože není nijak institucionalizovaný. Děje se tak spíše neformálně, kvůli důvodům výše popsaným. Pracovníci na jednotlivých misích mají v podstatě v popisu práce podávat tiskové zprávy a věnovat se médiím. Jako jakákoliv jiná firma má Člověk v tísni zájem na svém zviditelňování, protože je to způsob, jak získat více peněz pro své aktivity. Pak už pro humanitární organizaci není důležité, jestli média informují přímo o její činnosti, nebo o situaci v dané zemi. Obojí je druh reklamy.

Mít propracovanější systém informování z jednotlivých zemí, ve kterých Člověk v tísni působí, by byl určitě velkým plusem. O tom nepochybuje ani Vlasta Lajčáková, která je členkou dozorčí rady společnosti, a také přiznává, že o podobné věci neuvažovali.⁷⁷ Díky zázemí, zkušenostem a kontaktům by byly informace posbírané v těchto zemích takřka určitě jedinečné. Velkým nevyřešeným problémem by bylo vybalancovat obě činnosti tak, aby mohla být humanitární činnost stále na prvním místě

⁷⁶ PAZDERKA, Josef v rozhovoru s autorem 24. 10, 2011

⁷⁷ LAJČÁKOVÁ, Vlasta v rozhovoru s autorem 8. 3. 2012

a aby jim státy dovolovaly vstupovat na svá území. To budou dělat jedině tehdy, budou-li přesvědčeni o takto „čistých“ úmyslech. Kdyby se rozneslo, že tato humanitární organizace vynáší nelichotivé informace do médií, vyhoštění by na sebe nenechalo dlouho čekat.

Závěr

Agentura Epicentrum nebyla významnou organizací co do velikosti, ale svou obsahovou jedinečností a vyznáváním nejvyšších žurnalistických zásad se řadila k tomu nejlepšímu, co po revoluci vzniklo. Přestože nemělo Epicentrum na co navazovat, neboť tradice válečné žurnalistiky u nás neexistovala, dokázalo si najít své abonenty a vytvořit zcela novou kategorii v českém mediálním prostředí.

Není pochyb o tom, že následovat Epicentrum je dnes velmi obtížné. Média se ocitají v nejisté situaci, čtenářů ubývá, a to rozhodně není doba, která by měla přát vzniku nového subjektu, jehož primárním cílem je referování z krizových oblastí světa, což se rovná nákladné žurnalistice. Na druhou stranu, pokud má mít smysl platit za obsah médií (tedy kupovat noviny, sledovat televizní zpravodajství nebo zpoplatněný přístup na zpravodajské weby), musí se sama média snažit produkovat žurnalistiku, která se bude lišit od bezplatného zbytku. Lišit by se měla v zájmu nás všech zejména kvalitou, unikátností a atraktivitou. Tyto atributy Epicentrum splňovalo a jejich přenesení do této doby by, stejně jako tehdy, znamenalo specifické postavení na českém mediálním trhu. Internet a digitální technologie mají mimo jiné za důsledek zlevnění celého procesu vzniku zpravodajských materiálů, nemluvě o mnohem jednodušší distribuci. To by takové agentuře ulehčilo a hlavně urychlilo práci.

Prostor na trhu dnes je a rozhodně by byl o podobné příspěvky zájem. Problémem zůstává financování takového projektu. V počátku by bylo pro agenturu velkou výhodou, pokud by se mohla spolehnout buď na větší organizaci v zádech, nebo novináře, jejichž jména sama by výrazněji přispěla k důvěryhodnosti projektu. Prozatím mediální trh čeká na nová jména, která budou ochotna podstoupit tento risk a snažit se vrátit na český trh on-the-spot žurnalistiku z krizových míst ve světě.

Summary

Epicentrum agency was a unique project which has no precedent in the czech journalism. Reporters of Epicentrum were the first war correspondents and created an entirely new category. Following the example of Epicentrum would be difficult. Traditional media are in crisis and not interested in experimenting, new internet media cannot afford it. A great advantage for a similar subject today would be cooperation with a strong organization like People in Need with background or famous figures that would have been interesting for the audience themselves. The resulting diversification of media production offering autopsy would be valuable and attractive.

Použitá literatura

Elektronické zdroje

<http://www.clovekvtisni.cz/index2.php?id=187>

<http://www.economistgroupmedia.com/products/intelligent-life/>

<http://www.jaromirstetina.cz/zivotopis>

http://www.radiotv.cz/p_tisk/mediaprojekt-iiiiivq-2011-magaziny-rf-hobby-mezirocne-posiluji-o-vice-nez-25/

Tištěné zdroje

PAZDERKA, Josef. *Novinářka na divokém východě: Petra Procházková*. Praha: Portál, 1998. 183 s. ISBN 80-7178-261-0.

STRAŠÍKOVÁ, Lucie. *Postavení zpravodajských agentur na informačním trhu a vývoj jejich zpravodajské produkce*. Diplomová práce. Praha: FF UK, 2003. Vedoucí práce Rudolf Vlasák. 156 s.

ŠKODOVÁ, Markéta. *Geneze agentury Epicentrum a její výlučné postavení na českém mediálním trhu*. Diplomová práce. Praha: FSV UK, 1998. Vedoucí práce Ludmila Trunečková. 32 s.

ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.

TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha, 1997. 108 s. ISBN 80-7184-459-4.

VOLENCOVÁ, Dagmar. *Jaromír Štětina: Život v Epicentru*. Praha: Portál, 2003. 198 s. ISBN 80-7178-794-9.

Prameny

Epicentrum [film] režie Petr JANČÁREK. ČR: 1993. 38 min.

Infobanka ČTK – servis z oblasti Čečenska a Ruska za rok 1996

Lidové noviny – uveřejněné články od agentury Epicentrum za rok 1996

Rozhovory s Josefem Pazderkou, Janem Rybářem, Vlastou Lajčákovou, Petrou Procházkovou, Jaromírem Štětinou