

Covid-19: Nejlepší nepřítel českých médií

Jarní pandemie koronaviru přinesla také dočasný zákaz volného pohybu. Češi seděli většinu času doma a pokud se někde přesouvali, tak jen do práce nebo na základní nákupy. Vedlo to k dosud nevídanému utlumení veřejného provozu včetně dopravy nebo společenského života. Nejdelší nouzový stav v historii země měl přirozeně zásadní dopad také na tuzemská média, a to v několika rovinách. Výrazně se změnila konzumace mediálních obsahů, inzerenti přehodnotili reklamní plány a ovlivněna byla rovněž výroba pořadů.

● Filip Rožánek

Tvrdou výzvu některá média nepřežila už v prvních týdnech koronavirové krize, zpožděné důsledky však zřejmě zaznamenáme i v dalších měsících. Pro část mediálních domů může být zkušenost s epidemií také záminkou, jak se definitivně rozloučit s neúspěšnými projekty s výmluvou na covid-19. Zopakuje se tak podobný model, jaký si pamatujeme z doby ekonomické krize před deseti lety. Shodným znakem obou krizí pravděpodobně bude další tlak na zlevňování chodu redakcí a propouštění.

Propad prodeje tisku

Omezený pohyb venku a v obchodech v praxi dopadl na tištěná média. Nejvíce zasažen byl deník *Sport*, což byl logický následek zastavení prakticky všech sportovních událostí. Tím byl utlumen i hlad sportovních fanoušků po výsledcích a novinkách. Obecně však dění kolem koronaviru akcelerovalo meziroční propady prodejů denního tisku – dlouhodobý trend se v březnu a dubnu projevil mnohem výrazněji, než je touto dobou obvyklé. V dubnu se prodávalo meziročně o 20 % méně novin, v případě zmiňovaného *Sportu* byl pokles dokonce 48 %. *Sport* a *Lidové noviny* se propadaly i mezi březnem a dubnem. Pokles odbytu se nevyhnul ani nejčtenějším novinám v zemi, bulvárnímu deníku *Blesk*. Ten však oproti konkurentům padl z vyšších čísel, a tak i v dubnu prodával na pultech 123 tisíc výtisků. Žádný další deník se tomu nepřiblížil ani vzdáleně, druhý nejprodávanejší v obchodech byl deník *Aha!* stejného vydavatele se 34 tisíci prodaných kusů. V celkových číslech byl

náraz menší rovněž pro tituly s předplatitelskou základnou – například *MF Dnes* sice v dubnu v trafikách prodávala průměrně necelých 29 tisíc výtisků, ale zároveň posílala 54 tisíc výtisků svým předplatitelům. Všeobecně však čtenáři a firemní odběratelé předplatné spíše odhlašovali. Podle dubnových údajů se například *Lidovým novinám* meziročně snížil objem předplatného o 23 %, *Hospodářským novinám* o 22 %, *MF Dnes* o 12 % a regionálním *Deníkům* o 11 %.

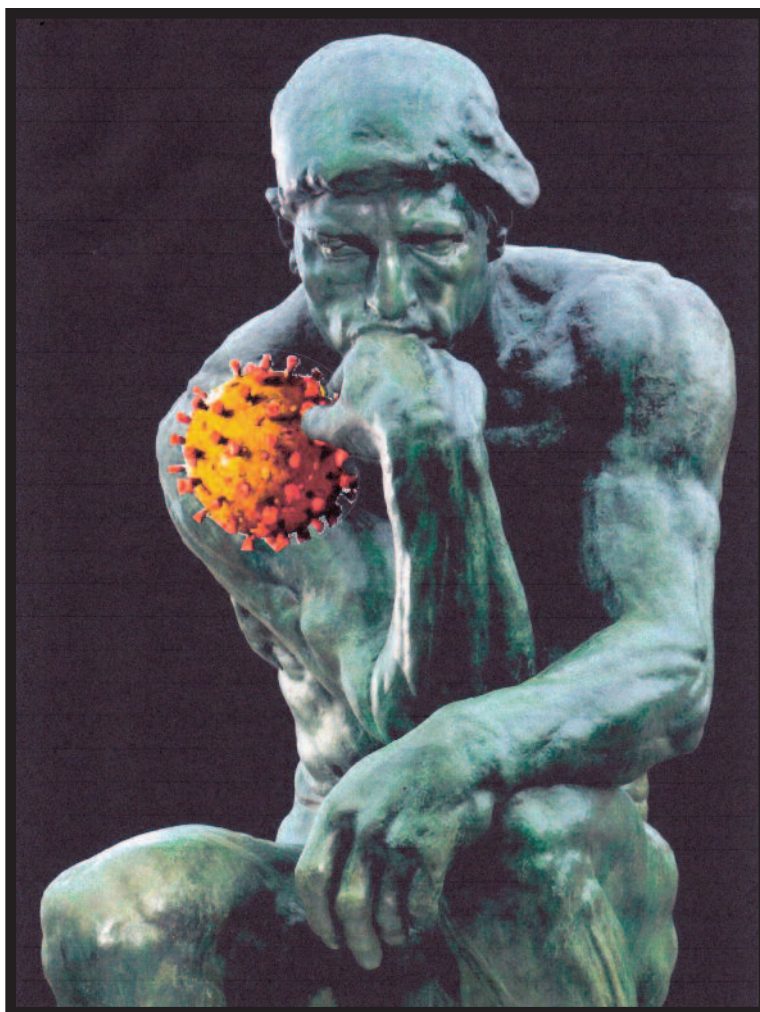
Problém měly rovněž časopisy. Meziroční

pokles celkových prodejů v tomto segmentu byl 13 %. Méně se s koronavirem potýkaly ty s delší periodicitou. A své odběratele si uchovávaly časopisy zaměřené na televizní program. Vydavatelství Empresa Media sáhlo s odvoláním na výrazný pokles inzerce ke změně ve vydávání titulů *Týden* a *Exkluziv*. V prvním případě se z týdeníku po 26 letech stal měsíčník, dosavadní dvoutýdeník *Exkluziv* také vychází už jen jednou měsíčně. Vydavatelství Mafra se v květnu rozhodlo zcela zastavit produkci časopisů *Tina Bydliíme*, *Top Gear* a *Motor*. Mediální

dům Economia zrušil časopis *Moderní řízení*, zanikla také páteční příloha *Hospodářských novin* pod názvem *Ego!*. Místo ní se v deníku objevil novinyový sešit zaměřený na víkendové čtení.

Internet a televize trhaly rekordy

Na zájem publika si naopak nemohly stěžovat internetové servery a televizní stanice, které hlásily rekordní poptávku. Zpravodajský kanál *ČT24* měl v březnu nejvyšší sledovanost v historii a v některých momentech byl dokonce zcela nejsledovanější stanicí na trhu. Česká televize, která musela podobně jako ostatní televize postupně zcela zastavit výrobu dramatické tvorby a pravidelných pořadů, přesměrovala finanční prostředky na vytvoření dvou krátkodobých projektů. Pohotově například jen pět dnů po uzavření škol změnila dopolední vysílání kanálu *ČT2* v pásmo *Učitelka*, které až do 19. června vzdělávalo žáky prvních až pátých tříd. Sledovala ho třetina dětí u obrazovek, celkové



Obř. Pavel Taussig

Jiří Hanák – výjimečná postava jedné generace

Vnoci na pátek 5. června 2020 zemřel ve věku 82 let doyen českých sloupkařů, signatář Charty 77, Jiří Hanák.

Patřil ke generaci, z níž mnohé raný zážitek válečných let přivedl na levičáky až do komunistické strany, která se po únoru 1948 ujala moci. Patřil však k těm, co měli vlastnost, která nebyla běžná ani tehdy, ani nyní – schopnost i ochotu rozpoznat vlastní omyly a chyby a pus-
tit se do jejich nápravy i s vědomím možného rizika.

Když v srpnu 1968 dorazily do Prahy tanky vyslané z Moskvy, čekal ho odchod z respektovaného týdeníku Reportér do dělnických povolání. Vzhledem k jeho dispozicím to nemohlo být vůbec snadné. Jenže Jiří Hanák se dokázal hodně a dobře bavit, hodně a rád přít, nikdy však nefňukal. Míval v oblíbě barevně znející slova, čas od času cíleně volil i archaické obraty, které čtenáře nezbrzdí, jen na záblesk přimějí se zamyslet. Býval tak upřímný, že ostatní u stolu varoval, aby před ním neříkali dobré nápady, protože na žádné, který zazní v debatě, se autorská práva nevztahují. Což bylo nepřímé přiznání, že jak rád až urputně hájil vlastní názor, tak i stál o to slyšet, co říkají druzí.

Jiří Hanák se narodil 27. února 1938. Vystudoval Filozofickou fakultu UK v Praze. Od roku 1967 pracoval jako redaktor časopisu Reportér, za normalizace se musel živit jako dělník. Někdejší člen komunistické strany z let 1963 až 1968 byl jedním ze signatářů Charty 77. Od ledna 1988 působil v samizdatových Lidových novinách, kde zůstal i poté, co se z nich stal legální deník. Stál u zrodu časopisu Týden, byl i redaktorem Svobodného slova a mnoho let působil jako komentátor časopisu Právo. Od roku 2016 byl v Lidových novinách autorem sobotního Posledního slova. V roce 2005 získal novinářskou Cenu Ferdinanda Peroutky, roku 2016 Cenu Opus Vitae „za mistrovství pera, občanskou statečnost a paličatost“.

Miloval metafory, zkratky, což nutně nese riziko nepřesnosti, jako když fotbalista nekopne pokutový kop přímo. Jiří Hanák však dokázal slovy vystihnout panenkovský oblouček, kdy brankář na míč nejenže nedosáhne, ale jen udiveně zírá, kudy se lehce snáší. Koho takový novinářský sloupek potrefil, dlouho si to pamatoval – také proto, že si to pamatoval i čtenáři.

Jeho jazyk, volba slov, stavba vět dávaly tušit, kolik toho dokázal přečíst. Nejvíce a nejlépe se to promítlo do řady příspěvků, které napsal na konci 90. let do časopisu Týden, od začátku byly koncipovány jako celek a následně vyšly knižně pod titulem Orwellovo století. V něm se mu podařilo cosi výjimečného, nač dosáhne má-

lokdo v profesi, kde se s povzdechem říkává, že noviny se během jediného dne napíšu, přečtou a zapomenou. Do portrétu dvacátého století vložil to nejlepší za svého talentu, umění řeči propojeného se znalostí faktů a souvislostí.

Pokud selhával, zpravidla tehdy, když se spolehl na svou jazykovou obratnost, ale už neměl tolik příležitosti a v poslední době možná ani chuti vyslechnout si jiný názor. Vždy však platilo, pokud napsal něco, s čím jste nesouhlasili, tak vás to ani tolik nenaštvalo, ale mrzelo nebo i rozesmutnilo – právě tak jako nyní, když odešel.

Adam Černý
předseda Syndikátu novinářů ČR

Členské příspěvky na rok 2020

Rádný termín k placení členských příspěvků na rok 2020 skončil 31. března 2020. Zaplatit sice lze až do září, ale zvýšený příspěvek, a s omezením členských práv. Nezaplatí-li člen ani do tohoto měsíce, jeho členství zaniká. Více informací o výši členského příspěvku a o způsobech jejich placení naleznete na našich webových stránkách.

obsah

Covid-19: Nejlepší nepřítel českých médií (<i>Filip Rožánek</i>)	1
Jiří Hanák – výjimečná postava jedné generace (<i>Adam Černý</i>)	2
Pandemie covid-19 a (zahraniční) média (<i>Jaroslav Veis</i>)	3
Rozhovor s mediálním analytikem ČT Milanem Krumlem (<i>Martin Melichar</i>)	5
Anketa Mediažurnálu: Co si o dopadech pandemie myslí čeští novináři? (<i>Martin Melichar</i>) ..	7
Konal se kurz kyberbezpečnosti pro novináře (<i>Vojtěch Boháč</i>)	9
Soutěž v psaní epigramů – Budete lepší než Karel Havlíček Borovský? (<i>Jaroslav Paclík</i>)	9
Zpravodajský kanál CNN Prima News odstartoval (<i>Milan Šmíd</i>)	10
Časy se mění – televizní rada přitvrdila (<i>Filip Rožánek</i>)	12
Trable s Pulitzerem a nová generace ruských novinářů (<i>Adam Hájek</i>)	12
Euro na Hrotu: Uspěje konzervativní ekonomický tištěný titul? (<i>David Klimeš</i>)	14
Index svobody tisku 2020 (<i>Jaroslav Veis</i>)	14
Kreslíř Mediažurnálu – Pavel Taussig (<i>Ivan Hanousek</i>)	15
Kdo je pantáta bez roušek? (<i>Lucie Jilková</i>)	16
Snímky fotografa Lukáše Bíby	17–20

• Mediažurnál

Zpravodaj Syndikátu novinářů ČR

● Vydavatel: Syndikát novinářů ČR,
srpen 2020

● Senovážné nám. 23. 110 00 Praha 1

Telefon: 224 142 455-6; fax: 224 142 458

● e-mail: kancelar@syndikat-novinaru.cz

• www.syndikat-novinaru.cz

● webové stránky Mediažurnálu:
www.mediazurnal.cz

● Jazykové korektury: Luďa Razimová

● Grafická úprava: Jaroslav Slanec

● Redakce: Adam Černý, Lukáš Pfauser
Tisk: Ofsetová tiskárna s. r. o., Dobříč 11,
252 25 Praha-západ. K ČR – E6301

Vychází 4x ročně, místo vydání Praha



Obř. Pavel Taussia

Covid-19: Nejlepší nepřítel českých médií

Dokončení ze strany 1

600 tisíc. Dne 23. března pak ČT spustila nostalgický retro program *ČT3*, jehož smyslem bylo, aby se stal pohodovým společníkem pro nejstarší seniory vyděšené epidemiologickou situací. Napříč televizními stanicemi mohli diváci zaznamenat vývoj bezpečnostních a hygienických opatření, protože několik týdnů museli i moderátoři nosit povinně roušky a štíty. Televize *Nova* a *Prima* zařadily mimořádné bloky do večerního vysílání, kde vysvětlovaly nutná opatření a zjišťovaly, jak se s děním vyrovnávají různé skupiny obyvatel. Obě musely zastavit natáčení a vysílání svých nejsledovanějších seriálů, zrušené projekty se projeví i v dalších sezonách, protože nebudou předtočené do zásob. Televize *Prima* musela i kvůli koronaviru

odložit start české *CNN*. Navíc se její nová budova musela rozsáhlé dezinfikovat poté, co se u jednoho zaměstnance internetového oddělení potvrdil koronavirus. Česká televize preventivně rozdělila zpravodajské týmy na několik skupin, které rotovaly ve dvoutýdenních cyklech a částečně ani nesměly do budovy, takže vstupovaly do vysílání například z dlouhodobého venkovního studia na Malostranském náměstí. V dubnu v důsledku nepříznivé situace zcela ukončila vysílání rocková televizní stanice *Rebel 2* – Slušnej kanál.

Inzertní paradox

Paradoxem extrémního zájmu o internetové novinky však bylo, že se souběžně propadla cena inzercí a objem investovaných prostředků ze strany reklamních zadavatelů. Zatímco na-

příklad televize tolik nepocítila pokles kampaní, protože někteří velcí inzertní věnovali zaplacený čas charitativním účelům, na internetu a v rádiích byla situace jiná. Reálně se tedy snižovaly honoráře a šetřilo se i na platech, nelehké to měla zejména malá rádia. K dobrovolnému snížení honorářů však vyzvaly své spolupracovníky i některé větší sítě. Někteří internetoví vydavatelé, třeba provozovatel serverů *Peníze.cz* a *Finmag.cz*, hlásili propad inzertních peněz až o 70 %. Větší mediální domy naopak doufají, že jarní pokles vykompenzuje přesun některých kampaní do podzimního období.

Koronavirus sice v České republice postupně mizí, pandemická kapitola dějin českých médií však zůstává nadále otevřená. Navíc je velmi pravděpodobné, že do konce roku uslyšíme ještě o několika médiích, která situaci neustojí.

Objem inzercí a prodaných výtisků v roce 2020

Mediažurnál zjišťoval, jakým způsobem koronavirová krize zahýbala s prodejem inzercí a prodaným nákladem čtyř největších tištěných deníků v České republice, (příčemž prodaný náklad zahrnuje nejen počet prodaných výtisků na pultech a předplatným, ale i elektronický prodej – pozn. red.). Co se týče objemu inzercí, například u *Hospodářských novin* naopak v dubnu výrazně vzrostl, což může být způsobeno tím, že velcí inzertní nakupovali reklamní prostor v předstihu již na začátku roku. Monitoring inzercí poskytuje údaje v tzv. hrubých ceníkových cenách, což jsou ceny stanovené za plochu konkrétních inzerátů podle ceníků inzercí bez zohlednění slev za množství a opakování nebo bonusů. Monitoring nezohledňuje ani zpoždění mezi zadáním a fakturací apod. Reálně tržby se tedy mohou podle obchodní strategie konkrétního vydavatele výrazně lišit.

	Objem inzercí leden 2020	Objem inzercí březen 2020	Objem inzercí duben 2020	Objem inzercí květen 2020	Prodaný náklad leden 2020 (denní průměr)	Prodaný náklad březen 2020 (denní průměr)	Prodaný náklad duben 2020 (denní průměr)
Blesk	139 819 428 CZK	153 639 013 CZK	141 342 175 CZK	156 030 462 CZK	170 821	152 759	141 789
MF DNES	76 438 469 CZK	85 625 288 CZK	64 973 509 CZK	72 581 144 CZK	102 677	100 954	93 955
Právo	19 863 104 CZK	22 269 706 CZK	24 425 811 CZK	27 381 113 CZK	62 384	59 853	58 138
Hospodářské noviny	14 061 728 CZK	19 394 647 CZK	32 005 900 CZK	23 519 913 CZK	30 128	28 386	25 929

Zdroj: monitoring Nielsen Admosphere, Unie vydavatelů ČR

Pandemie covid-19 a (zahraniční) média

Už 21. března, kdy se pandemie nemoci covid-19 ještě dávno neblížila ke svému vrcholu, vyšel v britském Guardianu článek s titulkem „Největší novinový příběh všech dob: jak se žurnalisté potýkají s covidem-19“. Jak už to s novinovými titulky bývá, byl lehkou nadsázkou, nicméně generačně vzato je přesný: tak globální příběh, dramatický i plný rizik a obětí minimálně dvě generace žurnalistů nezažily. A stručná zpráva z poloviny června tomu dává za pravdu: počet lidí, kteří zemřeli v souvislosti s covidem-19 ve Spojených státech, dosáhl 116 850. To je za čtyři měsíce víc životů než amerických padlých v první světové válce.

● Jaroslav Veis

Zmíněný článek kladl větší důraz na osobní angažovanost žurnalistů, jejich přímý kontakt s realitou v době, kdy absolutní většina společnosti umrtvovala sociální kontakty a chod světa se zastavoval. Média patřila k těm odvětvím, která se nezastavovala a jejich role byla neobyčejně důležitá, byť žurnalisté nebyli tak zjevně „v první linii“ jako zdravotníci či sociální služby, zásobovací systém nebo někteří politici.

Nový pojem infodemie

Podstatná byla v pandemii covid-19 zejména role médií včetně sociálních jako zprostředkovatelů více či méně spolehlivých odborných a relevantních názorů. Jejich role byla tak podstatná, že vedla i ke zrození anglického novotvaru „infodemic“, jenž se v dubnu dostal i do názvu zajímavé studie Reuters institutu, sbírající data v šesti zemích (Argentina, Německo, Jižní Korea, Španělsko, Británie a USA).

Autoři studie dospěli k závěru, že ač veřejnost čerpá informace z nejrůznějších platform a kanálů, stěžejní roli hrály mediální organizace tradičního typu, jimž také veřejnost nejvíce důvěřovala. S tím souvisí i obnova důvěry v odbornost, která byla v poledních letech zejména populistickou částí politické scény zpochybňována. Otázkou však je, zda jde o obnovu trvalou, zejména ve chvíli, kdy například americký prezident odmítá nadále podporovat „expert-

**CO ŘÍKÁŠ, MILÁČKU, KDYBYCHOM SE
DNES PODÍVALI NA NĚJAKÝ HOROR ?
TŘEBA NA PŘENOS ZE SNĚMOVNY ...**



ni“ Světovou zdravotnickou organizací (WHO).

Ve všech zkoumaných zemích se prokázala, byť ne stejně výrazně, korelace mezi věkem, vzděláním a zájmem o veřejné dění a mírou relevantní informovanosti o pandemii. Zejména mladší lidé s nižším formálním vzděláním méně důvěřují tradičním médiím, s čímž souvisí i jejich nižší informovanost o závažnosti problému. Studie proto zdůrazňuje zásadní roli mediálních organizací ve zvládnutí pandemie.

„Ač dosud nemáme k dispozici účinnou vakcínu proti viru,“ uzavírají autoři studii, „víme, že přístup veřejnosti k přesným, relevantním, spolehlivým a důvěryhodným informacím dodávaným nezávislými médii i dalšími zdroji může napomoci při zvládnutí ‚infodemie‘, a tím i pomáhat chránit lidi i jejich společenství.“

Znovuobjevená role médií veřejné služby

Obecně vzato lze tedy konstatovat, že média v tomto příběhu sehrála důstojnou roli. Platí to zejména o médiích veřejné služby, alespoň tam, kde existují. Jsou v posledních letech pod soustavným tlakem, mnozí je označují za relikty 20. století a část politické scény v mnoha ze-

mích prosazuje buď jejich privatizaci, nebo naopak co nejtěsnější spojení se státem. V časech krize se však pro veřejnost jednoznačně stala nejdůvěryhodnějším i nejsledovanějším informačním kanálem. Platí to nejen o toku faktických informací, ale i o roli edukační. Navíc zjevně fungovala i jako svého druhu společenský tmel, suplující drasticky omezené sociální interakce jednotlivců.

V českém prostředí byly typické zejména v počátečních fázích pandemie dva dominantní mediální přístupy. Prvním byla jistě fascinace čísly. Sledování počtu nakažených a zemřelých nejprve v místech, odkud se pandemie rozšiřovala (čínský Wu-chan, později italská Lombardie a nakonec americký New York), později sledování těchto čísel lokálně i v sousedních zemích. Za druhé se média soustřeďovala na konkrétní „hluboce lidské“ příběhy prvních pacientů, zejména těch, kteří skončili na umělé plicní ventilaci, jejich blízkých, ohrožených klientů v domovech seniorů a obětavých pečovatelek a pečovatelů. Lokálně pak to byly pozitivní informace o inovacích vynálezavých vědců a techniků, zejména na vysokých školách, kteří do značné míry dokázali nahradit nedostatečné zá-

sobování zdravotnickým materiálem i „mediální podpora“ docela obyčejného domácího šití roušek.

Pokud šlo o zprostředkování odborného pohledu na problematiku covidu-19 včetně přesahů do ostatních sfér jednoznačně vyčníval nad ostatními médii přístup Deníku N a zejména jeho vysoce erudovaného vědeckého redaktora Petra Koubského.

Ohrožení svobody projevu

Ohrožením svobody médií v Evropské unii v souvislosti s covid-19 se zabýval Mezinárodní tiskový institut (IPI). Ve studii na uvedené téma konstatoval, že některé státy rychle rychle uplatňovat krizovou legislativu, jež omezovala možnosti novinářů informovat veřejnost i volat mocenské činitele k odpovědnosti. K nejvážnějším projevům tohoto trendu docházelo podle IPI v některých zemích střední a východní Evropy.

V Maďarsku například parlament dal na neurčitou dobu premiérovi Orbánovi mimořádné pravomoci rozhodovat prostřednictvím dekretů včetně práva trestat šíření „falešných“ nebo „zkreslených“ informací podkopávajících vládní přístup k boji s koronavirem až pěti lety vězení. Tento nouzový stav byl ukončen 16. června. V Rumunsku podepsal prezident nouzový dekret umožňující úřadům bez možnosti odvolání odstraňovat „fake news“ o viru a zdvojnásobil lhůtu, v níž musejí instituce poskytovat odpovědi na otázky médií týkající se veřejného zájmu. V převážné většině dalších zemích, jichž se studie IPI týká, jde o jednotlivé konkrétní případy omezování svobody médií, nikoli systematická či plošná opatření. Ke cti české vlády lze konstatovat, že Česká republika ve studii nefiguruje.

Finanční budoucnost médií

Jakkoli se stěžejní role médií během pandemic krize projevila jejich zvýšenou sledovaností zpravodajských a publicistických audiovizuálních kanálů i internetových médií, utrpěla zejména tradiční tištěná média další ztráty. Zcela signifikantně poklesly reklamní příjmy, což se vzhledem k zastavení ekonomiky týká také rozhlasu a televize, v menší míře i internetu. Pandemie tak jen umocnila už delší dobu se projevuující trend, kdy zadavatelé inzerce čím dál víc zjišťují, že média, kdysi monopolního prostředníka mezi nimi a veřejností už nepotřebují. Dodejme, že zatímco chytrá karanténa je až výdobytkem pandemie covidu-19, chytrá reklama, využívající internetových vyhledávačů je už dávno realitou.

Není pravděpodobné, že přímým důsledkem pandemie covid-19 bude razantní a rychlý hromadný pád celých vydavatelských institucí, byť jednotlivé příklady vydavatelství (Mladá fronta) nebo titulů (Týden) už tu jsou. Rozhodně však lze předpokládat snahu o další zlevnění provozu redakcí, což v praxi znamená další snížení kvality obsahu médií.

Paradoxně vzato tak média, přes veškeré zásluhy o to, že pandemii covid-19 zatím úspěšně zvládáme, budou jednou z jejích obětí.

Obr. Pavel Taussig

Mediální analytik ČT Milan Kruml: Televize byla při pandemii nejpřijatelnějším informačním kanálem

Pandemie způsobená nemocí covid-19 měla citelný dopad na všechny segmenty společnosti, samozřejmě včetně médií. Jakým způsobem během krize fungovaly sdělovací prostředky, co mohlo být jinak a jaká čeká česká média budoucnost? Nejen o těchto tématech hovořil Mediažurnál s analytikem České televize Milanem Krumlem.

● Martin Melichar

Pane Krumle, zažil jste během pandemie po-city strachu?

Několikrát. Měl jsem strach z poměrně rychlého a nepředvídatelného vývoje. Soudím, že k oba-vám přispěly často protichůdné informace. Je složité říci, zda média měla dodávat naději a povzbuzení, protože situace byla opravdu špatná. V inkriminované době jsem se proto snažil vyhledávat alternativní témata a zprávy týkající se koronaviru vynechávat.

Povedlo se vám to?

Naštěstí notně sleduji zahraniční média, především anglická a německá, takže jsem se od negativních zpráv úspěšně oprostil. I v zahraničí ovšem tvořila drtivou většinu mediální agendy témata spojená s koronavirem. Například má oblíbená německá televize ZDF ale vždy na konec pravidelného 15minutového hlavního zpravodajství zařazovala zprávu vzbuzující naději. Jmenujme zpěv Italů na balkónech či rozličné zprávy, že svět žije také něčím jiným a že se snaží problémům čelit. Podle mého se jedná o dobrou metodu.

Přišla vám česká média příliš negativní?

Ano, česká média jsou negativní i v obecnější rovině – nejen ve vztahu ke koronaviru. Porovnejte si například český, anglický a německý bulvární tisk. Lidé, kteří v českém bulváru pracovali nebo pracují, vám potvrdí, že existovaly pokusy o zlehčování témat, ale nakonec se nejvíce prodávala negativní témata spojená

s nemocemi, aférami a dalšími neblahými jevy.

Jak hodnotíte celkovou komunikaci českých médií ohledně tématu koronaviru?

Vcelku pozitivně. Z hlediska faktografie a zachycení reality jim mohou jen obtížně něco vyčítat. K mému překvapení došlo jen k minimu excesů. Považuji za důležité, že média věnovala také dost času, aby veřejnosti sdělovala, že se ve veřejném prostoru pohybuje množství nepravdivých a nepodložených informací. Sdělovací prostředky také poskytly dobrý přehled o dění na všech úrovních společnosti – od vlády, státní správy a samosprávy, přes nemocnice, sociální služby po soukromý sektor. V českých médiích však chyběla zmíněná naděje nebo určité odreagování patrné v zahraničí.

Německý model hlavních zpráv

K tématu koronaviru v médiích se ještě dostaneme. Nyní se chci zeptat obecněji na televizní zpravodajství u nás a v zahraničí. Zmínili jste německou veřejnoprávní stanici ZDF, která věnuje v programovém okně hlavní zpravodajské relaci zhruba 15 minut, podobně to má i sesterská ARD. Když setrváme u veřejnoprávních médií, Události České televize trvají skoro hodinu. Není to ve srovnání s německými kanály příliš?

Moje teorie je založena na pozorování mediální krajiny třeba v Německu. Televize se zaručují, že během 15 minut divákům sdělí zprávy, které

mají v daný den největší význam pro jejich život, ostatní jde na vedlejší kolej. Formát zpravodajství doplňuje komentář, který ukazuje vlastní pohled na určité téma. Česká televize komentáře v hlavní relaci Události nemá. Není to u nás zvykem. Podobně v tištěných médiích se komentáře přetavily do podoby jakési diskusní stránky, u níž není zcela zjevné, co je a co není názor redakce. Je to takový alibismus: nechtě si čtenáři ze spektra předkládaných názorů sami vyberou. Situace vede ke zvýšenému tlaku sdělit úplně všechno.

Média chtějí navíc ještě publikum do určité míry pobavit...

Ano. Televizní zpravodajství u nás se stalo jakýmsi bojištěm, kde se infotainment zapojil coby hlavní zbraň za přízeň diváka, a to na úkor obsahové úspornosti. Zprávy se prodloužily.

Pamatuji si, že TV NOVA přidala záměrně zpravodajství stopáž 15 minut, protože měla v daném čase vysokou sledovanost a nechtěla, aby diváci na začátku hlavního vysílání pořadu přešli ke konkurenci. Hodinové zprávy jsou podle mého názoru příliš dlouhé, což prohlašuji otevřeně i jako zaměstnanec České televize. I u tak velké země, jakou je Německo, si nedokážu představit, že by hlavní zprávy zaplnily hodinu vysílacího času, a přitom by udržely význam a váhu, kterou mají v 15 minutách.

Daří se České televizi udržet diváky od začátku hlavních zpráv do jejich ukončení, či nikoliv?

Většinou ano. Zprávy České televize mají určitou koncepci. Délka hlavního zpravodajství u nás vychází i z tradice a návyku diváků. Z logiky věci by dávalo smysl, kdyby fungoval stejný systém jako u ČTK, kde se nejdůležitější informace drží „nahore“ a „níže“ se zařazují ty, které je možné škrtnat. U televizních zpráv to ale tak obecně není. Například některé důležité zahraniční události ze světa v televizi uvidíte až po 25 minutách zpravodajství. Musíte si počkat a zkonsumovat všechny předchozí zprávy nebo konzumaci odložit. Aby se vysílací čas naplnil, nepoužívají se už jen zpravodajské formáty, ale také mimo jiné tzv. features (specifický žánr s hloubkovou analýzou, zobrazující téma v různých rovinách, včetně emocí, které mají vyvolat reakci diváka – pozn. red.) či reportáže. Do hry vstupují také některé ustálené mechanismy výroby zpráv a návyky diváků. Těžko lze televizím vyčítat, že vytvářejí dlouhé zprávy, jestliže čísla sledovanosti hovoří v jejich prospěch.



Obr. Pavel Taussig

Tvrď dopad krize

Koronavirová krize postihla zřejmě všechna soukromá média kvůli výpadku inzerce. Veřejnoprávní TV a rozhlas díky jistotě koncesionářských poplatků tento výpadek řešit nemusejí. Mají mít podle vás média veřejné služby nárok na státní pomoc jako jiné firmy privátního sektoru?

Debata na uvedené téma se vede v řadě zemí včetně Spojených států, kde jsou ohrožena především lokální média. Ohrožena jsou ale i média veřejné služby, jejichž velkým problémem je zastavení výroby pořadů, k němuž okolnosti donutily všechny televize. Ty měly v podstatě dvě možnosti. Buď přijít s natočenými pořady v premiéře hned a nabídnout tak během pandemie nový obsah, nebo novou náplň vysílání uložit do šuplíku do podzimu. Výroba se rozjíždí velmi pomalu, situaci nadto komplikují hygienická omezení (rozhovor byl pořízen v první polovině června – pozn. red.).

Takže by státní pomoc měla mířit z logiky věci veřejnoprávními i soukromými médii...

O dotacích pro média se diskutuje hlavně v zemích, které pluralitu médií považují za významný veřejný statek. Každoroční dotace dostávají sdělovací prostředky třeba v Rakousku, Francii nebo Skandinávii. Pro velká média se jedná o symbolické částky, ale pro menší představuje dotace nezřídká záchranný kruh. Pokud byste vydával například malý politicko-filozofický časopis, státní dotace by vám vystačila na rok fungování. Dalším podstatným faktorem, který třeba v sousedním Německu berou velmi vážně, je vztah médií a pracovního trhu. Na fungování televize je navázáno obrovské množství pracovníků. Jen v oblasti Severního Porýní-Vestfálska má uzavřenou nějakou formu spolupráce s vysílatelem NRW zhruba 40 tisíc lidí. Těžko tedy můžete říct, že to je prostě segment, který může vyhasnout. V České republice se těmito problematickými otázkami v médiích bohužel nikdo výrazně nezabývá.

Pandemie a Česká televize

Jsou tedy v ČR i obecně na televizním trhu jasné představy o tom, jak bude vypadat programové schéma v roce 2021?

V současné době nikdo nedokáže říci, zda se stihne vyrobit dostatek pořadů, aby byl program v roce 2021 plnohodnotný. Kupříkladu generální ředitel rakouské stanice ORF Alexander Wrabetz tvrdí, že programové schéma dokáže jeho organizace naplnit pouze do začátku ledna 2021, další obsah už nestihají připravit. Produkční společnosti zase zápasí s pomalým tempem natáčení, protože panují obavy z nákazy členů štábů koronavirem, v jejímž důsledku by se celé natáčení na 14 dnů automaticky zastavilo. V situaci započaté výroby stojí také velké komplikace nemalé peníze.

Se zajímavými projekty přišla v reakci na pandemii Česká televize. Nejprve se jednalo o zábavně-vzdělávací program pro žáky prvního



Milan Kruml

Foto archiv Milana Krumla

stupně UčíTelka, poté spustila televizi třetího věku. U programu UčíTelka jste zareagovali poměrně rychle. Jaké jste měli na tento projekt ze strany diváků ohlasy?

Jako zaměstnanec České televize nemůžu hodnotit obsah vysílání. Ohlasy na projekt UčíTelka však byly výborné. Vycházím jednak z ohlasů, které chodily do ČT, jednak z vlastní sondy mezi lidmi v mém okolí, kteří mají děti. S podobným projektem přišlo mnoho televizí, třeba v Polsku, Rakousku i na Slovensku, tedy v zemích, kde docházelo k plošným karanténním opatřením.

Česká televize je rozsáhlou strukturou, kde prosazení určitého projektu až do fáze výroby trvá poměrně dlouhou dobu. UčíTelka však byla spuštěna bezprostředně několik dnů po vyhlášení nouzového stavu. Dalo by se zde použít přísloví „když se chce, tak to jde“?

Záleží na tom, co chcete v televizi dělat. Na některé formáty si televize dává čas, probíhá schvalovací řízení apod. Ale jinak je schopná reagovat velmi rychle a operativně. Projektu UčíTelka nestálo nic moc v cestě. Existovala jasná potřeba a televize má k dispozici kvalifikované personální kapacity pro spuštění programu.

Rozjezd stanice ČT3 pro seniory se podle mých informací plánoval již delší čas. Proč vedení ČT čekalo do doby, než vyhlášení nouzového stavu zavřelo seniory doma?

Spuštění nové stanice přináší řadu technických a administrativních komplikací spojených s uvolněním a dostupností příslušné vysílací frekvence. Máte pravdu v tom, že se takový projekt připravoval, měl být ale primárně internetový a s úplně odlišnými parametry. Nouzové řešení v současné podobě brzy zřejmě končí.

Říkáte projekt pro seniory určený pouze pro internet. Vzhledem k tomu, že senioři dávají přednost, i když samozřejmě ne z většiny, tra-

dičnejším médiím, mi uvedené spojení nedává moc smysl.

Televize připravuje archivní kanál s úplně jinými parametry, který rozhodně nemá být určen jen seniorům. Chce využít svůj rozsáhlý vybudovaný archiv a na tomto kanále výrobu propojovat a dávat do kontextu. U archivních materiálů představují hlavní problém práva, která bývají velmi drahá. Musíte platit tantiémy, takže samotné vysílání v televizi se prodrazí. Příkladem je seriál Černí baroni, kde hrají samí špičkoví žijící herci. ČT jim platí za každou reprízu, což je fakt, který se musí brát také v úvahu. I to je důvodem, proč vybudování archivní platformy trvá delší dobu.

Jak je to s televizními právy v ostatních evropských zemích?

Nejvyšší míru pokroku ukazuje podle mě systém ve Švédsku, kde v roce 2002 veřejnoprávní televize přešla na úplně nový model smluv, podle kterých od všech umělců vykupuje za poměrně vysoké částky navždy všechna práva. Tím si vybudovala obrovskou knihovnu a nyní je schopna konkurovat Netflixu (placená streamovací služba fungující přes internet – pozn. red.) a dalším. V České republice vstupuje do hry ještě OSA, Intergram a další. ČT tedy nemá jednoduché postavení, aby si řekla, že půjde švédskou cestou.

Kanál ČT24 měl během pandemie rekordní čísla sledovanosti. Zájem o vysílání měli patrně i diváci, kteří běžně zpravodajství nesledují. Vypovídá to podle vás něco o tuzemském televizním publiku?

ČT 24 pro diváky představoval důvěryhodný kanál, jemuž mohli věřit. Ukazuje se především skutečnost, že přestože obecně existuje řada dalších informačních kanálů, jako je internet nebo rozhlas, televize byla pro lidi zkrátka nejpřijatelnější.

Dne 3. května spustila Prima zpravodajský kanál CNN Prima News. Potřebuje český televizní trh soukromou zpravodajskou stanici? Co od této stanice očekáváte?

To se teprve ukáže. Očekával jsem, že budou přinášet obsahy, které se do zpravodajství ostatních televizí nedostanou, protože je dnes velmi drahé mít korespondenty v zahraničí a CNN tuto síť zpravodajů po celém světě má. Zatím si vedou celkem slušně, ale na hlubší hodnocení je podle mne ještě brzy.

Nejenom televize, ale i ostatní média zjistila, že v nouzové situaci lze obsah vyrábět levnějším a efektivnějším způsobem. Změní se způsob práce v médiích?

Podle mě si šéfové produkčních společností uvědomí, že je možné natáčet levněji a zřejmě budou chtít tyto postupy aplikovat i do praxe v čase, kdy nebudeme čelit pandemii. Mám na mysli třeba větší využití robotických kamer nebo skutečnost, že se nebude točit s tolika lidmi najednou. Každá taková situace přinese nové postupy. Ukázalo se ale, že je pro televizi velmi důležité natáčet pořady s přítomností diváků. Bez reakce lidí ve studiu to zkrátka není ono.

Zkuste si představit, že máte křišťálovou kouli a vidíte situaci českého mediálního trhu za rok. V jakém stavu budou česká média a jaké bude chování inzerentů, kteří jsou pro soukromý sektor klíčoví?

Bude záležet na míře ekonomického poklesu a na tom, zda to média budou schopna přežít. Poklesy reklamního trhu samozřejmě existují a existovat budou, což ovlivní hlavně malé hrá-

če. Hrozí, že některá média úplně zaniknou, protože budou mít sice dostatek čtenářů, ale nulovou inzerci.

Média veřejné služby a politika

Poslanecká sněmovna zvolila na konci května do Rady České televize ekonomku Hanu Lipovskou, novináře Pavla Matochu a moderátora Luboše Xavera Veselého. Spekuluje se o tom, že by mohl někdo z nich iniciovat odvolání generálního ředitele ČT Petra Dvořáka. Co si o tom myslíte?

Nenapadá mě žádný důvod, proč by měl kdokoli iniciovat odvolání Petra Dvořáka, zvláště poté, co se vysílání ČT během pandemie osvědčilo. Slyšel jsem absurdní výčitky, že se koronavirové krizi věnovala příliš. Tyto spekulace jsou součástí jistého tlaku, který ale byl na televizi veřejné služby vyvíjen vždy a býval i o dost intenzivnější.

Za vzor nezávislosti veřejnoprávních médií na státu je považováno sousední Německo. Můžeme v ČR také dospět do fáze odpolitizování mediálních rad?

Ne, nikdy. Do této fáze nemůžeme dospět, protože německá společnost uznává určité principy, které v ČR nefungují. Jedním z nich je tzv. korporativnost. V Německu členy mediálních rad nominují instituce, které mají ve společnosti prestiž. V České republice tomu bohužel tak není. Němci mají třeba Komisi pro stanovení koncentrace v mediální oblasti KEK, mj. zastupuje koncesionáře a dohlíží na to, jak se s koncesionářskými poplatky nakládá. KEK je partnerem vedení televize mimo televizní radu.

Například tohle je u nás nepředstavitelné, protože by okamžitě nastala hádka, kdo bude „český KEK“ řídit. Tuto záležitost v Německu politici vůbec neřeší. Navíc v každé spolkové zemi existuje smlouva státu s veřejnoprávním médiem, která se pravidelně obnovuje. U nás by musela nastat hluboká změna systému, což se ale nestane.

Jaký máte názor na způsob nominace českých mediálních rad?

Často se sám sebe ptám, zda má smysl mít radu, která se tváří jako nezávislá, ale obecně se ví, že vesměs všichni její členové jsou nominaty politických stran, nebo zda by bylo lepší, kdyby v ní usedli lidé otevřeně s nálepkou politické strany, a tedy bychom věděli, že jejich rozhodnutí vychází z názorů té politické strany. Přijde mi čistší druhá varianta. Všechny dosavadní pokusy nominovat rady jinak ztroskotaly. Ještě krátce k Německu. Když přijdete do Spolkového sněmu třeba do klubu CDU a řeknete, že chcete hovořit s někým, kdo se zabývá médií, víte, že se setkáte se špičkovým odborníkem, který se médií zabývá třeba dvacet let. U nás sice máme politiky, kteří jsou zaměřeni na média, ale často nevíte, jakou pro to mají kvalifikaci, jakou získali odbornost. Zjistíte například, že jejich mediální zkušenosti je moderace. Smutná realita, s Německem vskutku nesrovnatelná. Když hrozil zánik německého levicového deníku TAZ, začali se na něj skládat i lidé z nejpravicejších médií, protože jim bylo jasné, že na scéně potřebují levicový hlas, aby mohli vést polemiky. Tohle prostě u nás nefunguje a bohužel musím pesimisticky konstatovat, že to nikdy fungovat nebude.

Anketa Mediažurnálu: Co si o dopadech pandemie myslí čeští novináři?

V souvislosti s dopady pandemie koronaviru na sdělovací prostředky oslovil Mediažurnál vybrané novináře a novinářky dvěma otázkami týkajícími se ekonomických dopadů na fungování redakcí a budoucího vývoje mediální scény. Z odpovědí vyplynulo také to, že se redakce na krizi rychle etablovaly a že nové pracovní postupy přetrvávají nezdědka do současnosti.

● Martin Melichar

Zeptali jsme se:

- ❶ Jakým způsobem se promítla koronavirová krize na ekonomické fungování vaší redakce?
- ❷ Co považujete za důležité, pokud jde o budoucí vývoj mediální scény do konce letošního roku?

Na naše otázky odpověděli:

Matyáš Kaiser – vedoucí zpravodajství iDNES.cz a MF DNES

❶ Redakce iDNES.cz a MF DNES funguje ve standardním režimu, nebylo nutné snižovat stavy či dělat jiná personální opatření. Naopak nás situace posunula dopředu, došlo k nákupu technologie umožňující vzdálenou výrobu a pro-



Foto MAFRA, a. s.

voz redakcí v režimu home office. V tuto chvíli bude rozhodující přístup inzerentů a jejich investice do reklamy, ač nebude mít přímý vliv na obsah, jsme komerční medium a výpadek v delším časovém úseku by mohl znamenat nutnost dalších opatření. Činíme maximum, aby k takové situaci nedošlo, zatím se to daří.

❷ Pandemie covid-19 ukázala nutnost rychle přinášet jasné a věcné informace. Lidé se postupem času stali přehlčení zpravodajstvím. Vyhraje ten, kdo dokáže informace personifikovat, zestručnit a doručit čtenářům. V takovém případě čtenáři projevují svoji loajalitu a ochotu platit, což dokazují čísla naší verze Premium. Pokud jde o situaci na trhu – personální rošády se budou podle mého názoru týkat špičkových

novinářů a dále manažerů schopných řídit redakci obsahově i ekonomicky. Přepłacení průměrných pracovních sil skončilo. Pokud nastane druhá vlna, přejíží nejsilnější, kteří dokážou kombinovat aktuální zpravodajství s dostatkem vlastního obsahu.

Tereza Zavadilová – šéfredaktorka deníku E15



Foto CNC, a. s.

1 Protože deník E15 není samostatným ekonomickým subjektem, ale součástí silného vydavatelství Czech News Center, dopady krize na redakci nejsou přímé. Jinak předpokládám, že pokles inzertních příjmů postihl rovnoměrně celý trh.

2 Pro většinu titulů je klíčové udržet si své čtenáře, předplatitele a inzerenty. To je samozřejmě i případ deníku E15, který je od začátku roku 2020 v placené distribuci. Celému sektoru by určitě pomohlo také nějaké vstřícné gesto ze strany státu, kterého se dočkaly jiná postižená odvětví, jako například kulturní a sportovní akce.

Jan Pokorný – ředitel zpravodajství Českého rozhlasu



Foto Khalil Baakbak

1 Aktualizaci rozpočtu budeme teprve provádět, abychom měli obrázek co nejrealističtější. Nyní mohu za zpravodajství ČRo říci, že jsme měli určité úspory, nebyly zahraniční cesty atd., velké akce jako mistrovství světa v hokeji nebo letní olympijské hry se přesunuly na příští rok,

takže tam počítáme se stejným rozpočtem, jako tomu bylo pro letošní rok. Za mimořádné výkony jsme vyplatili mimořádné odměny. Také jsme nakupovali ochranné pomůcky, investovali do mimořádných opatření, ale celková čísla budeme mít k dispozici v červenci. Každopádně platí, že pokud jsme činili úpravy v programu, bylo to z provozních, nikoliv z finančních důvodů.

2 Je evidentní, že média veřejné služby splnila v době koronavirové krize svůj úkol skvěle. Zájem posluchačů o zpravodajství Českého rozhlasu byl mimořádný. Jsem přesvědčen, že jsme se ještě více ukotvili na české mediální scéně. Zároveň považuji za důležité, aby se následky krize dotkly mediálního trhu v Česku, včetně jeho privátní části, co nejméně.

Radka Zítková – šéfredaktorka a zástupkyně šéfredaktora Aktuálně.cz



1 Podobně jako další média v Česku jsme ve vydavatelství Economia a konkrétně i na Aktuálně.cz ekonomické dopady krize pocítili. Zatímco nám rostla čtenost a návštěvnost, snižovalo se množství reklamy a klesala její cena. Kvůli odložení mnoha akcí se zrušily dopředu domluvené spolupráce v podobě komerčního sponzorování sportovních událostí, jako jsou olympiáda, mistrovství světa v hokeji nebo hudební festivaly. To vše vedlo k výpadku financí, s nimiž jsme počítali.

2 Situace nás přiměla provést některá úsporná opatření, jako například uzavření diskusí pod články a zrušení pozice editora diskusí. Jsem ale ráda, že jsme na Aktuálně.cz nemuseli přistoupit k propouštění ani žádnému plošnému snižování platů. Bude hodně záležet na tom, zda přijde případná druhá vlna pandemie. To ovlivní ochotu firem znovu začít více inzerovat. Pomalejší restart by mohl způsobit hlubší ztráty v mnoha médiích, v případě těch menších možná i zánik. To by naopak mohlo vést k výsadejšímu postavení už teď silných hráčů na trhu. Byla bych nerada, kdyby se kvůli případným dalším škrtům napříč mediální scénou zmenšily možnosti dlouhodobějších a investičních projektů.

Kamil Houska – ředitel zpravodajství TV NOVA

1 Koronavirus pochopitelně na několik dlouhých měsíců kompletně změnil fungování naší redakce. To se vlastně do normálu nevrátilo dodnes. Z bezpečnostních a preventivních důvodů u nás stále přetrvávají některá mimořádná opatření, jako je například rozdělení týmů tak, aby v případě, že se u nás onemocnění objeví, byla zachována výroba zpravodajství a publicistiky a mohli jsme dál plnit naši informační roli. Měli jsme logicky i nemalé mimořádné finanční vý-

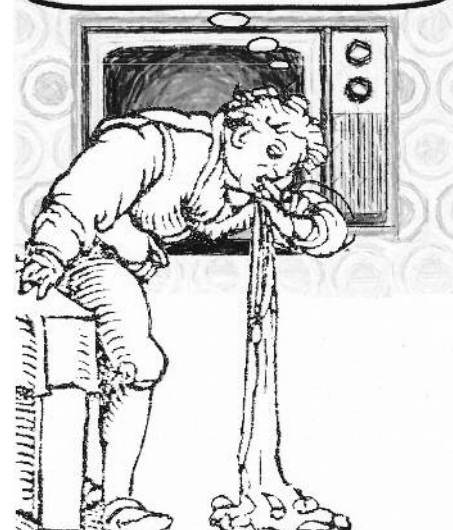


Foto TV NOVA, s. r. o.

daje. Přesto to ale pro nás byl víc problém lidský než ekonomický. Reportéři museli pracovat často v dlouhých směnách, ve větším stresu a byli si vědomi možných rizik při pohybu v prostředích nemocnic a dalších míst, kde se nemoc vyskytovala. Zároveň jsme museli posílit pohotovosti, protože se události měnily velmi rychle a často v brzkých ranních nebo pozdních nočních hodinách.

2 Osobně neočekávám žádný zásadní zvrat na mediální scéně. Krize ale jasně ukázala, která média jsou schopna plnit svoji roli v těžkých chvílích, a která se sice umí krásně prezentovat vzletnými slogany, ale v realitě značně pokulhávají za konkurencí. V tomto smyslu je rok 2020 pro mediální scénu velmi prospěšný.

PROČ JÁ PITOMEK POŘÁD ČUMÍM NA TY ZPRÁVY?



Obr. Pavel Taussig

Akce Klubu reportérů a reportérek SN ČR Konal se kurz kyberbezpečnosti pro novináře

Víte, co byste měli dělat s flash diskem, který jste našli na chodníku před redakcí? Pravděpodobně jej rychle vyhodit do koše! Nebo s přílohou emailu, která vypadá lákavě k otevření, ale nejste si jisti důvěryhodností původce? Odpověď nejen na tyto otázky poskytl kurz kybernetické bezpečnosti pro novináře, který probíhal od minulého září do června tohoto roku.

● Vojtěch Boháč

Kurz se jmenoval „Po zaznění sirén“, protože jsme se scházeli každou první středu v měsíci poté, co dozněla zkušební sirén. Kurz uspořádal Klub reportérů a reportérek SN ČR a přihlásilo se 15 účastníků a účastnic z různých redakcí a organizací.

Během roku jsme se zaměřili především na potřeby novinářů chránit svá data v digitálním světě. Pod vedením lektora kybernetické bezpečnosti Matěje Diveckého jsme si ve dvanácti

lekci (10 večerních a 2 celodenních) prošli od úplných základů až po pokročilejší nástroje pro zajištění bezpečnosti na síti. Věnovali jsme se anonymizátorům připojení, bezpečným aplikacím pro mobilní komunikaci, programům na bezpečnou úschovu hesel a mnoha dalším tématům. Jako hostující lektori se k nám během zimy přišli podělit o své zkušenosti etický hacker Lukáš Antal nebo expert z Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost

Jakub Onderka. Klub reportérů a reportérek má v plánu pokračovat v kurzu pro začátečníky i pokročilé také v následujícím školním roce, tedy od letošního září.

Pro víc informací se můžete ozvat na repoklub@gmail.com

Autor je předsedou Klubu reportérů a reportérek SN ČR

Soutěž v psaní epigramů při příležitosti velkého jubilea Budete lepší než Karel Havlíček Borovský?

Od narození známého novináře, spisovatele, básníka a satirika Karla Havlíčka Borovského uplyne záhy úctyhodných 200 let. Havlíček byl mimo jiné mistrem epigramů. Zkuste si tak jako on vytvořit krátkou báseň s vtipně vyhrcovanou pointou, a zapojit se tak do naší autorské soutěže EPIGRAM 2021.

● Jaroslav Paclík

Syndikát novinářů Vysočina k nadcházejícímu výročí Roku Karla Havlíčka Borovského 2021 vypisuje soutěž o nejlepší (dosud nepublikované) epigramy, které mají šanci stát se součástí připravovaného sborníku EPIGRAM 2021.

Organizátoři na úvod upozorňují, že epigram není veršovaná povídka jako Lešetínský kovář ani rozsáhlá básnická skladba jako Slávy dcera, ale krátká reflexivní báseň s vtipně vyhrcovanou pointou. Příspěvky zkušených i začínajících autorů přijímáme do 1. března 2021 na adrese epigram2021@volny.cz.

Autoři zasláním epigramů do soutěže poskytují Syndikátu novinářů Vysočina souhlas k jejich bezplatnému užití, zveřejnění či gramatické korektuře příspěvku související s případným zařazením do výše uvedeného sborníku.

Soutěž má tyto kategorie:

1. Autoři ve věku nad 18 let (ti mohou zaslat až pět svých epigramů, nikoli ale celé sbírky).
2. Autoři do 18 let (mohou dodat až tři své epigramy).
3. Bonusová kategorie „Dopíšte Karla Havlíčka Borovského“ (do ní může každý poslat až tři příspěvky ve vlastní upravené podobě. Zvolíte část některého Havlíčkova epigramu a tu doplníte podle své invence. Je přitom zcela na vás, zda si od Havlíčka „vypůjčíte“ počáteční, prostřední nebo závěrečnou část jeho epigramu, a dopíšete jej.)

Těšíme se na vaše epigramy. Do e-mailu nezapomeňte napsat vaše jméno a příjmení, da-

tum a místo narození, poštovní adresu a soutěžní kategorii. Nejlepší epigramy budou publikovány ve sborníku a s jejich autory se uvidíme při předávání cen na slavnostním setkání, které připravujeme na sobotu 30. října 2021 v havlíckobrodské Staré radnici.

Kontaktní e-mail: epigram2021@volny.cz, číslo mobilního telefonu: 606 644 809.

Sbírku epigramů z minulé soutěže Epigram 2016 naleznete na webové stránce: <http://syndikat-vysocina.blogspot.com/>



Zpravodajský kanál CNN Prima News odstartoval

Když v dubnu 2019 majitelé televize Prima oznámili, že uzavřeli partnerství se společností CNN International Commercial, díky němuž vznikne „nová zpravodajská platforma v čele se zpravodajskou stanicí CNN Prima News“, Mediažurnál na zprávu reagoval titulkem: „CNN Prima News – zatím velká neznámá“. Rok se sešel s rokem a divácká veřejnost se v neděli 3. května 2020 mohla poprvé seznámit s podobou nového zpravodajského kanálu. Jak se dalo očekávat, základní plánovací pavouk se příliš neliší od vysílacích schémat jiných zpravodajských kanálů a televizí.

● Milan Šmíd

Ráno kanál vysílací čas obsadil tříhodinovým zpravodajským blokem *Nový den*, poté následuje celodenní pravidelný přírůstek zpravodajství promíchaný vlastními i převzatými tematickými magazíny, speciálními rozhovory a pořady partnerské stanice CNN.

Po večerních *Hlavních zprávách*, vysílaných paralelně s mateřskou stanicí Prima, následuje *Silný hlas Markéty Fialové* s hosty k vybraným tématům všeho druhu. Pořad *360° Pavlína Wolfové*, v němž se spolu s pozvanými hosty vyjadřuje k událostem dne, časem nasazení nabízí alternativu k večernímu pořadu *Události komentáře* České televize.

Nedělní diskusní pořad *Partie* se po vzoru ČT prodloužil o jednu hodinu a podobně jako *OVM* u České televize jeho druhá polovina přechází z hlavního na zpravodajský program. To vše doplněno výstupy známých amerických reportérů Christiane Amanpourové a Richarda Questa, jakož i další publicistikou a dokumenty z partnerské stanice.

Po halasné reklamě před zahájením vysílání, která slibovala zcela nový a převratný zážitek na obrazovce, vyjadřovaly komentáře a diskuse na sociálních sítích zpočátku jisté rozčarování, které kdosi vyjádřil bonmotem „CNN – celkem nic nového“. Jak je u bonmotů zvykem, často pobaví, ale někdy bývají na hony vzdálené od pravdy. CNN Prima News totiž přinesla řadu nových věcí.

Odhlédneme-li od zcela nového moderního dvoupodlažního studia vybaveného nejmodernější televizní technikou, které televizi Prima definitivně zbavuje image chudšího příbuzného televize Nova, tím novým, co překvapilo, je změna charakteru dosavadního zpravodajství Primy. Odstříhlo se nejen od některých „alternativních“ komentátorů na svém zpravodajském webu, ale také od nadbíhání populistickým náladám v bulvárně laděných reportážích s nacionalistickým náteřem.

Mladí vpřed

Kromě skutečnosti, že Prima do projektu zapojila své dosavadní zkušené pracovníky, mezi něž patří například moderátorská dvojice Karel Voříšek a Klára Doležalová, Terezie Tománková nebo Roman Šebrle, noví jsou v CNN Prima News především lidé, které si vybral generální ředitel skupiny Prima Marek Singer, a kteří zde v současné době určují tón.

Leccos naznačil už loňský odchod Jitky Obzinové z funkce šéfky zpravodajství. Vloni na podzim odešel z projektu i její nástupce, zpravodajský veterán Martin Ondráček (radio Alfa, TV Nova, Mafra nebo Český rozhlas). Po jeho

odchodu pověřil Singer vedením CNN Prima News tříletnou redakční radu ve složení: ředitelka News Production Eliška Čerovská, ředitelka News Gathering Petra Benešová a ředitel Online News Tomáš Večeřa. Za zmínku stojí, že novinářská kariéra Petry Benešové a Tomáše Večeře nesahá před rok 2004 a Eliška Čerovská končila studium na Fakultě sociálních věd UK teprve před osmi lety.

Většina z lidí, které dnes CNN Prima News zaměstnává, pochází z mladších ročníků, jež jsou připraveny nastoupit po silné generaci polistopadových novinářů z devadesátých let. Skladba jejich předchozích zaměstnavatelů je pestrá. Jsou mezi nimi lidé z televize Seznam, z TV Nova, z veřejnoprávních médií rozhlasu a televize, ale také novináři, kteří prošli tištěnými médii a jejich zpravodajskými weby. Jedno je spojuje: jsou motivovaní, vědí, že dostali šanci prosadit se v širší veřejnosti, a nepodléhají tolik ideologickým předsudkům při pohledu na svět, jako někteří jejich předchůdci z „devadesáté.“

Nový je také webový portál *cnn.iprima.cz*, který je součástí projektu, a který se na rozdíl od vysílaného programu dočkal v médiích více pozitivních ohlasů. Možná také proto, že využil osvědčených vzorů z BBC nebo RTL. Kromě zpravodajství je na portálu možné přehrát si veškeré nedávno vysílané pořady CNN Prima News, případně jejich ukázky. V prvním měsíci květnu byl počet přehrání videí podle Primy 1,177 milionu.

První reakce

Z ohlasů, které se po zahájení vysílání CNN Prima News v médiích objevily, se nejvíce diskutuje o způsobu spolupráce s americkou partnerskou stanicí a přebírání autorských pořadů z dílny novinářů CNN Christiane Amanpourové a Richarda Questa. Jednak kvůli obsahu, který se věnuje zahraničním událostem, na něž není český divák vchovaný médií provincionálního zaměření příliš zvyklý. A také kvůli jejich liberálnosti – z pohledu českých médií až levicovým – postojům ve vztahu k problémům americké politiky a současného světa. Komentátor Reflexu Viliam Buchert po měsíci provozu CNN Prima News napsal: „Pořad Amanpour, který CNN Prima News přebírá, hýří nebyvalým aktivismem moderátorky a je z něj zcela zjevné, na které straně novinářka stojí. Dívat se na to někdy nedá. Pomalu uhasínající hvězda je akceptovatelná pro některé Američany, není to ale člověk, který přináší českému divákovi informace, které jsou pro něj zásadní.“

Je paradoxem, že televize Prima, která se

dříve ve zpravodajství kriticky stavěla proti liberálnímu a přehnaně politicky korektnímu postojům, nyní oklikou – přes diskusní pořady CNN – tyto postoje na obrazovce prezentuje. Na druhé straně při informování o rasových nepokojích, které propukly koncem května v USA, partnerství se CNN se pro Primu stalo konkurenční výhodou. A je třeba říci, že při přebírání zpravodajských materiálů CNN o těchto událostech redaktoři Primy americké emoce spíše brzdili.

Obchodní model a sledovanost

Na spolupráci se CNN se Prima dobře připravila. V novém objektu v pražských Strašnicích jsou kromě tří televizních studií čtyři dabingová studia pro výrobu českých verzí dokumentů a také pracoviště pro simultánní překlady publicistiky. Důvod zařazování převzaté publicistiky CNN do vysílání je evidentně spíše byznysový než novinářsky motivovaný. Kdyby šlo o rychlost a pohotovost informací dodávaných novinářkou Amanpourovou, pak by se její pořady vysílaly simultánně, nikoli někdy až s třídním zpožděním, které vyžaduje příprava české verze. Pořady CNN se pro Primu stávají jednak veřejnou demonstrací příslušnosti ke světově uznávané značce, ale také lacinou výplní vysílacího času, výroba původních vlastních pořadů by přišla drazě.

Obchodními zájmy je možné vysvětlit i současné zaměření zpravodajského kanálu. Ředitel Marek Singer v rozhovoru pro Deník v předvečer startu CNN Prima News prohlásil: „Nebudeme se zaměřovat ani na intelektuály, ani se nechystáme předkládat bulvár. V dobrém slova smyslu chceme být středním proudem. Do roka bychom chtěli mít 1,5 procenta sledovanosti, což je v relaci k ČT24 rozumná ambice.“

V situaci, v níž celkový podíl na publiku všech programů Primy šlape na paty televizi Nova, by jeden a půl procenta přírůstku na sledovanosti mohl zlepšit postavení Primy na trhu televizní reklamy. Její šéfové si pravděpodobně spočítali, že výjit vstříc konzumentům alternativních médií a hlasitým – zdánlivě četným – kritikům České televize na sociálních sítích, by jim přineslo mnohem méně diváků, než věcná a neutrální žurnalistika snažící se o alternativu nabídky pro „přepínače“, kteří přejdou na CNN Prima News v okamžiku, když jim ČT 24 začne nabízet „veřejnoprávní nudu“.

Zatím je 1,5% cíl sledovanosti dosti vzdálený. Podíl na publiku se pohybuje kolem čtyř desetin procenta a neprojevuje nějakou výraznou tendenci k růstu. Příčin bude více. Jednou z nich je setrvačnost diváckých návyků. Kromě toho

by kanál CNN Prima News potřeboval zlepšit své umístění v nabídce kabelových a satelitních operátorů, zatím utopené ve zmeti dalších programů. Podle mluvčí Primy Gabriely Semové byla na začátku června „proladěnost“ nového kanálu u televizních diváků ani ne poloviční.

Šance na další měsíce

K dosažení uvedeného cíle, což bude náročný běh na dlouhé trati, bude muset program CNN Prima News hledat a najít něco, co přiměje diváky, aby si ho zařadili do pravidelného sledovacího menu. Televizní diváci jsou sice konzervativní, ale vždy uvítají zajímavou alternativu. Ta alternativa by mohla spočívat ve vyhledávání a nabídce témat, v níž bude méně zpráv o politickém hašteření a více informací o událostech a problémech každodenního praktického života. Onou alternativou mohou být i profesionálně zdatné novinářské osobnosti schopné získat respekt a důvěru odborné veřejnosti a popularity divácké obce. Otázkou je, zda všichni, kteří dostali na CNN Prima News šanci, ji využijí, nebo zda vůbec mají předpoklady, aby v takové osobnosti vyrostli. O tom se bude rozhodovat v příštích měsících.

CNN Prima News se stále nachází v procesu testování a hodnocení. Manévroje při výběru témat i osobností, zkouší, co na diváky působí a co je odrazuje. Bude zajímavé sledovat, kam toto hledání povede, a také co se stane, jestliže sázka na klidný střední proud a na sílu značky CNN nevyjde. Nelze vyloučit, že se možná CNN Prima News začne politicky profilovat, jak jí to doporučuje americký novinář Erik Best. Je možné, že se v zájmu sledovanosti vydá cestou bulvarizace se zaměřením na skandály, zločiny, nehody a katastrofy. Nic není zatím jisté. Jedno se však předpovědět dá: Až se znovu sejde rok s rokem, program CNN Prima News bude zcela

určitě jiný, než jak se představil české televizní veřejnosti v prvním měsíci provozu.

Některé ohlasy na vysílání CNN Prima News:

Deník N 4. 5. – Filip Rožánek

Rozjezd CNN Prima je rozpačitý, Česká televize může (zatím) zůstat v klidu...

Prima si spojenectvím se CNN znesvářila původní příznivce, kteří se často rekrutovali z okruhu čtenářů různých alternativních a dezinformačních webů.

reflex.cz 4. 5. – Viliam Buchert

Nebyl to žádný propadák, ale nebyl to ani žádný zázrak. Největším překvapením bylo zřejmě to, že celý večer připomínal veřejnoprávní nudu České televize, což je od komerční Primy nečekané.

krajseklisty.cz 5. 5. – Štěpán Cháb

...už skutečnost, že Prima rozpustila vzácně nekorektní a kousavý seznam komentátorů, bylo příznakem, kudy se vydá po podepsání spolupráce s americkou CNN. Do háje dubového.

Final Word 5. 5. – Erik Best

Nová zpravodajská stanice, jež se snaží zůstat politicky středoproudou, bude mít dost velké problémy zaujmout, jelikož mnoho diváků si přeje právě politickou diferenciaci.

Český rozhlas 9. 5. – Karel Hvizďala

Televizní cirkus ve dvoupatrové velké manéži s obrovskou obrazovkou, rozsáhlým světelným parkem a s logem v národních barvách. Tak bych nejstručněji charakterizoval první dny vysílání zpravodajské stanice CNN Prima News. Dokonce se zatím zdá, že na politické scéně nikomu nefandí a jsou kritičtí, což se o dřívějším

zpravodajství Primy říci nedalo. Problém začíná být zřejmě právě ve spolupráci se CNN...

Respekt 10. 5. – Ondřej Kundra Štika ze CNN

Jestli novináři něco nemají rádi, je to konkurence. Ale na druhou stranu právě obava z toho, s čím zase přijdou a co nového objeví kolegové, je zároveň klíčovým motorem novinářské práce. V tomto směru může být CNN Prima News hlavně na televizním zpravodajském trhu, jenž už delší dobu působí trochu ospalým dojmem, vítaným oživením.

Deník 10. 5. – Martin Komárek CNN je fakt docela prima

Některé zdroje informací jsou pro kočku, jiné jsou podstatně lepší. Mezi ty lepší, ba v českém éteru nejlepší odstartovala CNN Prima News. (A to i přes ten hezký, ryze český název.)

Parlamentní listy 12. 5. – Vadim Petrov

Přestal jsem sledovat zpravodajství ČT a dívám se na CNN Prima News a pak přepnu na TV Nova. Musím říct, že se mi ulevilo, ne snad, že bych si myslel, že ty dvě televize jsou objektivnější, ale nedráždí mě ta povýšená tendence ČT nás vychovávat.

Reflex 14. 5. – Kryštof Pavelka Globální televize pro lokální Česko

Pokud se nyní celé zpravodajství otáčí ke korektně pojatému mainstreamu anglosaského střihu, není se co divit, že start CNN Prima News působí rozpolceným dojmem. O tom, zda desetimilionové Česko divácky vstřebá dva čtyřadvacetihodinové zpravodajské kanály, lze rovněž vést debatu.

Český rozhlas 22. 5. – Jak to vidí Josef Šlerka

Ta televize si zaslouží čas, aby odladila všechny problémy, které jsou s tím spojené. Ony začátky bývají těžké. CNN Prima News mám nyní zapnutou doma místo ČT 24 a můj dojem z toho je, že jsem vlastně mile překvapen.

Reflex 31. 5. – Viliam Buchert

Na hodnocení nového kanálu CNN Prima News bude ještě dost času. Ovšem vážnou otázkou už teď je, zda lze propojit českou televizi s americkou stanicí, která je stále více levicovější, hýří liberálním aktivismem, prosazuje klimatický alarmismus, je vstřícná k migraci, vyhlásila boj prezidentovi Donaldu Trumpovi, otevřeně podporuje americkou Demokratickou stranu a místo objektivního zpravodajství se věnuje „novinářskému džihádu“.

Český rozhlas 11. 6. – Jak to vidí Jan Jiráček

Domnívám se, že zatím se stanice hledá, trochu mě překvapilo, že po poměrně nápadné zaváděcí reklamě je samotný výstup v podstatě nevýrazný, vlastně není ani příliš zřejmé, koho stanice oslovuje, kdo je předpokládán cílový divák. Zatím je ještě brzy na nějaké razantnější hodnocení, ale řekněme, že první dojem není nadšený.



Obr. Pavel Taussig

Časy se mění – televizní rada přitvrdila

Rada České televize má nové vedení. Předsedou se na schůzi letos v červnu stal ostravský podnikatel v marketingu René Kühn, který se v minulosti podílel na kampaních ČSSD. Při hlasování o místopředsedech pak uspěli někdejší šéf mediální sekce hnutí ANO Daniel Váňa a Pavel Matocha, dobrý známý Václava Klause mladšího z prostředí šachových turnajů.

• Filip Rožánek

Odblokovala se tak několik měsíců trvající patová situace, kdy se vedení rady nedařilo zvolit, protože žádný ze členů neměl mezi kolegy dostatečnou podporu. Příprava a řízení schůzí v té době ležely zcela na Jaroslavu Dědičovi, jehož dvouletý místopředsednický mandát začal už loni v červnu. Celkově má nyní rada tři místopředsedy.

Zatímco Váňa i Dědič patří mezi dlouholeté členy rady, jejichž mandáty vyprší na konci května 2021, místopředseda Matocha je naopak nováček. Má před sebou ještě šest let činnosti v televizní radě, poslanci jej do funkce vybrali při letošní květnové volbě. Do rady se dostal společně se dvěma dalšími uchazeči: ekonomkou Hanou Lipovskou a moderátorem Lubošem Xaverem Veselým. Lipovská a Veselý se profesně potkávají s někdejší hlavní aktérkou televizní krize Janou Bobošíkovou.

Ekonomka zasedá ve správní radě Institutu svobody a demokracie, jenž Bobošíková provozuje. A moderátor sdílí s Janou Bobošíkovou stejnou televizní platformu, internetový projekt XTV, kde mají oba vlastní pořady.

Velká obměna roku 2020

Celkově se letos obměnilo už šest z patnácti členů rady. Jak jsme informovali v minulém vydání Mediažurnálu, v březnu poslanci vybrali novináře Romana Bradáče, bankéře Pavla Kysilku a někdejšího hokejistu Jiřího Šlégra. Květnová trojice Pavel Matocha, Hana Lipovská a Luboš Xaver Veselý tedy změny v radě na

nějakou dobu uzavřela. Na stole přitom byla varianta, že by poslanci vyměnili ještě sedmého člena. Poslankyně ANO Barbora Kořanová totiž prosazovala odvolání publicisty Zdeňka Šarapatky, neboť podle ní narušuje důstojnost funkce člena Rady České televize. Záminkou byla Šarapatkova glosa na sociálních sítích, kam ke společné fotografii prezidenta Miloše Zemana se zesnulým předsedou Senátu Jaroslavem Kuberou připsal, že je smrt popleta, když ti dobří odcházejí. Mediální výbor sněmovny však jednání o Šarapatkově odvolání neschválil, a publicista tedy v radě zůstává. Jeho mandát by měl vypršet až v polovině září 2021, pokud se do té doby neobjeví další snahy o jeho odvolání.

Paradoxně se objevily také návrhy, že by celý měsíc po zvolení měl o svůj mandát přijít také Luboš Xaver Veselý. Zástupcům opoziční ODS se nelíbilo jeho vulgární útočné vyjadřování o redaktorce Johaně Hovorkové z internetového magazínu Forum 24. Hovorková kritizovala některé Veselého nápady předestřené v několika rozhovorech, například na střídání moderátorů v pořadu Otázky Václava Moravce. Veselý ji poté ve svém živém vysílání na YouTube označil mimo jiné za „svini“ a „lhářku“. Později se za invetiva omluvil. V době uzávěrky Mediažurnálu stále nebylo jasné, zda se poslanci budou Veselého výroky zabývat. Kromě Miroslavy Němcové z ODS toto jednání nicméně našťvalo i poslance ANO Martina Kolovratníka. Oba politici zasedají právě v mediálním vý-

boru sněmovny, jemuž se televizní rada zodpovídá.

Změna atmosféry v radě

Noví radní každopádně způsobili na zasedání Rady ČT významnou změnu atmosféry. Při červnové schůzi dominovalo téma hospodaření České televize. Radní Roman Bradáč neváhal televizi označit za Titanic, kde se na palubě tančí a hraje, zatímco podpalubí nabírá vodu. Hana Lipovská ji přirovnávala k pacientovi s rakovinou, u něhož se rozhoduje, jestli je nádor zhoubný nebo nezhoubný. Navíc přišla s návrhem, aby generální ředitel zcela přišel o odměny za loňský rok. Nicméně zároveň vůbec poprvé žádný radní neprosazoval, aby obdržel odměny v plné výši, což signalizuje počínající třetí plochy ve vzájemné komunikaci rady a managementu. Kompromisně nakonec těsná většina radních podpořila udělení bonusu ve výši dvou třetin ročního příjmu. A výroční zpráva o hospodaření v loňském roce prošla deseti hlasy z patnácti. Jednomyslná shoda pak panovala na tom, že má Česká televize objednat hloubkový audit nákladů od mezinárodní poradenské společnosti se zkušeností z prostředí veřejnoprávních médií.

V radě definitivně začínají nové časy. Rok před sněmovními volbami bude důležité rozlišovat, kdy jde o věcnou kritiku a kdy o účelový tlak na stávající vedení České televize, nejvlivnějšího zpravodajského média v zemi.

Trable s Pulitzerem a nová generace ruských novinářů

The New York Times (NYT) letos v květnu opět potvrdily postavení nejúspěšnějšího média v historii Pulitzerovy ceny. Novináři slavného amerického deníku získali prestižní ocenění mimo jiné za články o ruských pletichách v Africe. Podle některých kritiků nezaslouženě, protože stejné téma zpracovali před nimi lidé z ruského nezávislého portálu Projekt.

• Adam Hájek

Porota ve zmíněné kategorii ocenila sérii textů o nekalých metodách ruské asymetrické války se Západem: o žoldácích a snajpřech v Libyi, volebních manipulacích na Madagaskaru, vojenských poradcích ve Středoafričské republice, pokusu o otravu nepohodlného obchodníka se zbraněmi v Bulharsku či tajné jednotce zabijáků v rámci vojenské zpravodajské služby GRU. Texty se často točí kolem aktivit ruského oligarchy Jevgenije Prigožina, který je blízký ruskému prezidentu Vladimiru

Putinovi považován za hlavního sponzora a organizátora ruských žoldnéřských jednotek a tzv. trollích farem.

„Cena byla udělena za soubor úchvatných textů pořízených za velkého rizika a odhalujících predátorské sklony režimu Vladimira Putina,“ odůvodnila výběr pětičlenná porota. Pod většinou oceněných článků je podepsán Michael Schwartz, který šest let působil jako zpravodaj NYT v Moskvě.

Netrvalo dlouho a ruská diplomacie výběr

tvrdě odsoudila. „Sérii článků *The New York Times* o Rusku považujeme za ukázkovou sbírku rusofobních smyšlenek, které lze studovat jako ukázkou výroby lživých faktů,“ objevilo se na facebookovém profilu ruské ambasády ve Spojených státech.

Ozvali se však i ruští novináři. Roman Badanin, zakladatel a šéfredaktor investigativního portálu *Projekt* upozornil, že američtí kolegové dostali cenu za téma, které jeho lidé detailně zmapovali před nimi. „Nedělám si žádné iluze

o významu ruské žurnalistiky ve světě, musím však podotknout jednu věc: Dva články The New York Times, za něž tyto uznávané noviny dostaly Pulitzerovu cenu, opakují zjištění, která byla na portálu Projekt zveřejněna o několik měsíců dříve. Zároveň bych chtěl upozornit, že vítězové nedali do svých textů ani jeden odkaz na anglické verze našich článků. A to ani v případě, že o aktivitách emisarů Jevgenije Prigožina na Madagaskaru napsali osm měsíců po Projektu," napsal Badanin na Facebooku. Později ještě v diskusi pod svým facebookovým postem dodal: „Kašlu na Pulitzer. Chci jenom hyperlink.“

Profesní, či etické selhání?

Faktem je, že článek *How Russia Meddles Abroad for Profit: Cash, Trolls and a Cult Leader* vyšel v The New York Times skutečně osm měsíců poté, co Projekt zveřejnil svůj text s názvem *Master and Chef: How Evgeny Prigozhin Led the Russian Offensive in Africa*. Oba články pojednávají o ruských snahách ovlivnit prezidentské volby na Madagaskaru, vystupují v nich stejné postavy ruských politických strategů a opakují se i detaily jako například přezdívkou, kterou Rusové na Madagaskaru dali tamnímu prezidentovi.

Badanin v rozhovoru pro portál *Meduza* zdůraznil, že novináře NYT rozhodně neobviňuje z plagiátorství. „Jsem přesvědčen, že všichni udělali sami – našli si zdroje, zmapovali terén a tak dále. Hlavní problém je podle mě někde jinde, a sice, že v článku nepřiznali, že o stejném tématu jsme už psali my. Buď o tom nevěděli, a pak je to profesní selhání, nebo nechtěli shazovat vlastní práci odkazy na nějaký malý ruský web, a pak to je etický problém," vysvětlil uznávaný novinář.

S podobnou stížností přišel i Roman Dobrochotov z portálu *The Insider*. Upozornil, že Schwirtzův text o ruském zabijákově v Bulharsku opakuje informace, s nimiž přišel ve spolupráci s investigativním týmem *Bellingcat* jako první. „Pro redaktory NYT je asi příliš odkazovat na nějaké ruské novináře, i když ty americké o notný kus předběhli," posteskl si.

Americký list výtčky odmítá s tím, že Schwirtz a jeho kolegové z práce ruských žurnalistů nečerpali. „Článek na portálu Projekt vyšel několik měsíců poté, co Michael začal na tomto tématu pracovat. Žádný materiál zveřejněný Projektem nepoužil," odpovědělo tiskové oddělení NYT na dotaz portálu *Meduza*. „Nikdy jsem nepoužil informace zveřejněné lidmi z webů Bellingcat, The Insider nebo Projekt, aniž bych je zmínil nebo uvedl odkaz," hájil se sám Schwirtz.

Ruské novináře však neuchlácholil. „Asi budu mluvit i za kolegy z Projektu, když napíšu, že je úplně jedno, jestli jste na tom začal pracovat dříve, nebo později. Důležité je, že u nich to

vyšlo dříve. Pokud se vaše informace shodují s tím, s čím přišli oni, nemůžete to ignorovat. Ani když jste je získali nezávisle na nich," vzkázal laureátovi nejslavnější novinářské ceny Dobrochotov.

Minulost se opakuje

Nářky ruských novinářů kolem Pulitzerovy ceny nejsou ničím novým. Před třemi lety v kategorii mezinárodní zpravodajství rovněž uspěl NYT, mimo jiné za texty o ruském státním programu vedení kybernetické války. Také tehdy americký deník čelil obvinění, že z velké části opakuje informace, s nimiž už dříve přišel ruský novinář Daniil Turovsky. Tehdy však Američané jeho práci aspoň jednou citovali.

Letošní spor o Pulitzerovu cenu má podle novináře specializujícího se na dění v Rusku Ondřeje Soukupa kořeny v tom, že tým kolem Badanina vycházel ze stejného zdroje jako Michael Schwirtz a jeho kolegové. „Lidi z The New York Times by neubýlo, kdyby napsali, že to samé na základě stejných materiálů publikovali už dříve Projekt. Nic by se jim nestalo a šanci na získání Pulitzeru by to také neovlivnilo," uvedl pro Mediažurnál redaktor Hospodářských novin s tím, že v chování lidí z The New York Times je samozřejmě také trochu cítit přístup vyjádřený větou *My jsme vás naučili dělat novinářinu a ta se dělá podle našich standardů, tak si tady moc nevyškakujte*.

Nová generace

V historii nejvýznamnější novinářské ceny, udělované již od roku 1917, to není první a určité

ne největší kontroverze. Editoři konzervativně laděných listů si pravidelně stěžují, že porotci upřednostňují liberální média, novináři ze západního pobřeží si stýskají, že jejich konkurenti z New Yorku a Washingtonu figurují mezi laureáty nepoměrně častěji než oni. Existuje nadto řada problematických příkladů z historie.

V roce 1932 cenu získal korespondent NYT v Moskvě Walter Duranty, který otevřeně sympatizoval se stalinistickým režimem a sloužil jeho propagandě, když ve svých článcích hájil nutnost likvidace kulaků či popíral zprávy o hladomoru na Ukrajině. V roce 1981 zase uspěla Janet Cooková z The Washington Post s dojemnou reportáží o osmiletém chlapci závislém na heroinu. Problém tkvěl ve skutečnosti, že si celý příběh vymyslela. Stala se tak jediným novinářem v historii, který cenu musel vrátit.

Ve srovnání s těmito kauzami bychom letošní diskuse mohli odbyť jako malicherné poštěkávání na velká esa žurnalistiky z NYT. Ostatně ani výbor Pulitzerovy ceny necítil potřebu Badaninovy a Dobrochotovy výtky nějak komentovat.

Je to škoda, protože nezávislí investigativci v putinovském Rusku odvádějí velmi dobrou práci, a to v podmínkách nesrovnatelně horších a nebezpečnějších než jejich kolegové na Západě. „Vyrosla zde velmi silná generace, která se skutečně naučila dělat investigativu. Jsou to lidé, kteří byli během posledních pěti let vytlačeni z velkých redakcí. Nezávislá mainstreamová média v Rusku totiž už de facto neexistují. Poslední byly Vedomosti, které nyní přebírá Rosněft," vysvětluje Ondřej Soukup.

Kromě Insideru, MBCh-Media či týmu kolem Alexeje Navalného je příkladem této nové novinářské generace právě portál Projekt. Badanin, který dříve působil na vedoucích pozicích v nezávislé televizi Dožd, časopisu RBK a Forbesu, ho spustil v srpnu 2018. Jeho lidé od té doby zveřejnili řadu propracovaných textů o fungování současného ruského režimu a nekale nabytých majetcích jeho prominentů.

Odhallili utajenou rezidenci na Volze, kterou si kvůli rybaření pořídil bývalý premiér a předseda strany Jednotné Rusko Dmitrij Medveděv. Vydali mapu papalášských vil na Rubljevce, tradiční milionářské adrese západně od Moskvy. Popsali, jak se režim snaží ovlivňovat obsah Wikipedie a šíření zpráv na komunikační síti Telegram. Kvůli článkům o aktivitách Jevgenije Prigožina v Africe se stali terčem výhrůžek a Badanin si dokonce postěžoval, že ho kdosi sleduje.

Podobné obavy jsou namístě, protože před dvěma lety byli ve Středoafrické republice při pátrání po Prigožinových žoldnících zavražděni tři ruští novináři. O jejich případu se psalo ve všech významných světových médiích. Články Projektu a dalších nezávislých portálů dokazují, že se vyplatí sledovat i jejich práci.



Obr. Pavel Traussig

Euro na Hrotu

Uspěje konzervativní ekonomický tištěný titul?

Pokud by čtenář přeskočil obálku a rovnou se zabral do textů, rychle by mohl získat dojem, že čte jen další číslo zavedeného ekonomického titulu Euro. Šéfredaktor Vadim Fojtík, komentátoři Miroslav Zámečník a Pavel Páral i další dále nabízejí svůj pohled na ekonomické a politické dění v České republice i v zahraničí. Na titulní straně je ale velké H, což značí název nového týdeníku Hrot. Nejde tedy jen o přechod velké části jedné skupiny ekonomických novinářů pod křídla nového investora, ale i o pokus zde uspět s novým printovým titulem, což už si pozornost rozhodně zaslouhuje.

• David Klimeš

Již před koronavirovou krizí se hovořilo o úpadku printové platformy ve prospěch platform digitálních. Koronakrise, kdy se člověk nedostal ani do trafiky, ale na internetu si mohl koupit cokoliv, jen tento dojem podtrhla.

Ne všichni mediální manažeři jsou však přesvědčeni, že tištěný trh je mrtvý. Jeden z mála úspěšných nových byznysových titulů poslední doby *Forbes Česko* v roce 2011 vsadil právě na tištěnou verzi (byť nyní mohutně rozšiřuje i online nabídku). Byznysová témata najdeme i v časopisu *Reportér*, který od roku 2014 rovněž vychází primárně v tištěné verzi. Důvod je jednoduchý – tištěné inzerce ubývá, přesto je stále bonitní.

V případě nového *Hrotu*, který bude přímo konkurovat hlavně týdeníkům *Ekonom* (vydavatelství *Economia*) a *Euro* (mediální dům *Mladá fronta*), je zajímavá i mediální podpora ze strany nového majitele. Hlavní investor Jan Veverka má podíl v oblasti venkovní reklamy, takže bez překvapení získal časopis i poměrně masivní podporu na billboardech. Uvidíme, zda to bude stačit a nový titul nalezne čtenáře.

Jakkoliv se redakce skládá z velké části z novinářů z *Eura*, je zjevné, že pod novým názvem *Hrot* chtějí autoři své psaní trochu více „vyhrotit“. Podtitul zní „It's the economy, stupid“, což je slavná fráze Jamese Carville, стратега amerického prezidenta USA Billa Clintona, kterou

v roce 1992 podtrhl důležitost ekonomických témat. Odkazem na českou historii zase zavání další heslo časopisu „Nebát se a číst!“

Ostřejší styl redakce zvolila také, když se představovala. Na sociálních sítích doporučovala, aby si čtenáři odhlásili *Hospodářské noviny*, *Forbes*, *Reflex*, *Ekonom*, *Euro*, *Finmag*, *Respekt* a četli už jen *Hrot*.

Jakkoliv *Hrot* touto prezentací kolegy z branže příliš nenadchl, ukazuje to na nastupující trend, kdy role (nejen ekonomických) tý-

těbě tu nikdo nepochybuje. Zatímco ještě před pár lety ekonomické týdeníky prodávaly desítky tisíc výtisků, v současnosti *Ekonom* prodá 8 700 výtisků a *Euro* ještě o pár stovek méně. Výraznější názorové „vyhrocení“ – pokud se nestane bulvarizací – by možná mohlo být tou správnou cestou, jak nalézt nové publikum. Stejně tak by tomuto typu žurnalistiky mohla pomoci poptávka po ekonomických informacích v době probíhající krize.

Uvedený přístup samotný ale nepomůže, pokud se do dražšího ekonomického týdeníku nedostanou také kvalitní a třeba i náročnější texty. *Hrot* asi ne náhodou začal vydávání i s koupenou licencí britského týdeníku *The Economist* a uveřejňuje vždy jeden text v češtině tohoto elitního časopisu. Ve stejný čas se konkurenční *Euro* rozhodlo hostovat texty deníku *The Financial Times*.

Hrot tak nepředstavuje jen jeden z mnoha menších titulů české mediální scény. Je to i další pokus najít v Česku pro náročnějšího čtenáře ten správný distribuční mix tištěného a digitálního obsahu a také správný obsahový mix kvalitního zpravodajství a propracovanější publicistiky. A to způsobem, aby celý mediální projekt vydělával. Ve výsledku totiž platí vždy to, co je i v podtitulu *Hrotu*, totiž „It's the economy, stupid“.

HROT

deníků a dalších časopisů s vyšší periodicitou není již jen zpravodajská, ale musí nabízet i ztožnění s nějakým výrazným názorovým proudem ve společnosti.

Hrot si zvolil společensky konzervativní a ekonomicky liberální pohled na svět a je otázkou, zda se o čtenáře nakonec nebude přetahovat více než s konkurenčními ekonomickými tituly spíše s podobně ideově zaměřeným společensko-politickým *Echem*.

Vznik *Hrotu* také připomíná, jak dlouho už se v Česku hledá správná forma kvalitního a populárního ekonomického týdeníku, o jehož po-

Index svobody tisku 2020

Mezinárodní organizace Reportéři bez hranic srovnává celosvětově míru svobody tisku už od roku 2002. Její index nabývá během necelých dvou desetiletí stále víc na váze, a zejména vlády, které aspirují alespoň zčásti na mezinárodní respekt, musejí brát ohledy na pořadí států v žebříčku čítajícím 180 zemí. Letos byl zveřejněn žebříček, na němž Česká republika zaujímá – vzhledem k naší dobré tradici – „nepěkné“ čtyřicáté místo.

Sledujeme-li žebříček od samého počátku, musíme konstatovat, že Česká republika se postupně sesouvá do hloubi pořadí. Zatímco v počátečních letech se pohybovala ve dvacíce zemí s nejvyšší mírou svobody tisku (v roce 2006

byla dokonce na 5. místě), od roku 2018 je řazena až do čtvrté desítky: 2018 – 34. místo, 2019 – 40. místo, 2020 – 40. místo.

Nemůže nás příliš těšit ani skutečnost, že Slovensko, přesto, že tam byl předloni zavražděn novinář Ján Kuciak se snoubenkou, je dokonce na 33. pozici. Radost nevyvolává též informace, že další dva státy Visegrádské skupiny, k níž se s postupně větší a větší razancí vztahujeme, jsou na tom podstatně hůř: Polsko je letos na 62. místě a Maďarsko dokonce v druhé půli pořadí na 89. pozici. Podstatný je setrvalý klesající trend.

Slovní zdůvodnění, kterým Reportéři bez hranic pořadí na žebříčku tuzemských médií do-

provázejí, mimo jiné konstatuje: „Čeští novináři čelí velkým výzvám, včetně ohrožování postavení médií veřejné služby ze strany vládních orgánů a kampaní konspiračních internetových serverů. Rostou také obavy z koncentrace vlastnictví médií v rukou několika oligarchů. Tento proces vyvrcholil v říjnu 2019 akvizicí mediální skupiny CME – jejíž součástí je TV Nova – společností PPF vlastněnou nejbohatším miliardářem země Petrem Kellnerem. Ačkoli Kellner popírá jakékoli politické zájmy, dva čeští investigativní novináři odhalili, že Kellnerova společnost významně podnikající v Číně financovala PR kampaň, jejímž cílem bylo vylepšení image Číny v České republice.“

(iv)

Kreslíř Mediažurnálu – Pavel Taussig

Rodák z Bratislavy, česko-slovenského původu, pobytem v Německu, profesí redaktor, satirik, spisovatel, kolážista a „bublinárista“ mluvící česky – vlastně i Pražák. Na úvod dvě podstatné informace. Ta první: Taussig jako jedenáctiletý kluk židovského původu přežil koncem války koncentrační tábor Auschwitz. Následující pochodoval střední Evropou až po návrat domů zachytil text, který vyšel v roce 2018 česky jako *Chlapec, který přežil Pochod smrti*. Příběh byl důvodem pozvání k rozsáhlému rozhovoru s Danielem Stachem v pořadu České televize *Hyde Park Civilizace: Pavel Taussig*. A ta druhá zní: S filmovým historikem Pavlem Taussigem je spojuje pouze shodné příjmení.

● Ivan Hanousek

Jak to všechno začalo? Od mladých let projevoval sklony k satíře. V roce 1949 měl kvůli tomu první politický postih. V žertovné reportáži o pracovní brigádě třídy v JZD napsal, že dopoledne mezi brigádníky pobíhal malý pejsek, k obědu byl guláš a po obědě pejska už nikdo neviděl. Nový, po „Vítězném únoru“ dosazený ředitel školy, kterému se text dostal do rukou, to kvalifikoval jako pomluvu družstevní myšlenky poté, když ho předseda družstva ujistil, že guláš byl ve skutečnosti vepřový. Taussigovi pohrozil vyloučením ze všech středních škol v republice. K tomu skutečně došlo, ale trest byl změněn na podmíněčný.

V redakci *Roháče* pracoval v oddělení krátké kritiky, kde se seznámil s institucí cenzury, na Slovensku zvané „Správa tlačového dozoru“. Když cenzura byla na jaře 1968 zrušena, nastalo velké uvolnění a celá redakce psala naplno, co si o politice po roce 1948 myslí. Po „vstupu vojsk“ šéfredaktor Taussigovi doporučil odejít načas do zahraničí, aby se nedostal do maléru. Předvídal správně, redaktori s šéfredaktorem neprošli prověrkami a většinou skončili mimo oblast kultury. Jde vlastně o – na svou dobu kuriózní – skutečnost. Taussig, který o exilu neuvažoval, ba ani neuměl německy, to později vysvětluje: „K odchodu za hranice mě přesvědčil sám šéfredaktor *Roháče*, se kterým jsem nikdy nepromluvil ani jedno soukromé slovo, on byl pro mě soudruh šéfredaktor, já pro něj soudruh redaktor. Na místo šéfredaktora byl dosazen ústředním výborem strany, měl kamarády na nejvyšších místech... takže jsem uvěřil, že ví, o čem mluvím.“

V německých satirických časopisech *Pardon* a *Titanic* měl Taussig na starosti styl s autory kreslené satiry. Mimo jiného vymýšlel náměty na obrázky, které potom externí spolupracovníci časopisu kreslili. Vzpomíná: „V obou německých satirických časopisech jsem byl zpočátku spíš dívka pro všechno než normálním redaktorem. Nejenom z jazykových důvodů, spíš kvůli neznalosti reálií. Když jsem na poradě dostal za úkol sehnat podklady o jistém politikovi, musel jsem se po poradě nejdřív potichu zeptat kolegů, jestli je dotyčný hodný nebo zlý. Jména mi nic neřikala. Pochopil jsem také brzy, že satira v Západním Německu znamená něco docela jiného než v ČSSR. V Bratislavě jsme psali tak, aby naši kritiku poměrů pochopili čtenáři, ale cenzoři nikoliv. Na Západě cenzura neexistovala, kritizovat se smělo vesele a nakladatelství rádo vidělo, když nás některý z kritizovaných žaloval soudně pro urážku na cti. O tom pak psaly všechny noviny a byla to pro nás ta nej-

Pavel Taussig se narodil v roce 1933 v Bratislavě, maturoval v roce 1953, o pět let později promoval na Filozofické fakultě Univerzity Komenského v Bratislavě. Od roku 1956 pracoval v národním podniku Slovenské vydavateľstvo krásnej literatúry, od roku 1964 do srpna 1968 v redakci satirického týdeníku *Roháč*. Po vstupu vojsk emigroval s manželkou do Spolkové republiky Německo, kde pracoval v letech 1968–1979 v redakci satirického měsíčníku *Pardon* ve Frankfurtu nad Mohanem, poté do roku 1982 v satirickém měsíčníku *Titanic* tamtéž. Od roku 1985 do odchodu do důchodu byl zaměstnán v deníku pro lékaře *Ärzte Zeitung*.

Po sametové revoluci obnovil styky s kolegy v Československu. Zúčastňoval se soutěží karikaturistů. V roce 2004 v mezinárodní soutěži *Humorest* v Hradci Králové obdržel 1. cenu a cenu primátora. V roce 2007 obdržel 4. cenu v soutěži *Fór pro FOR* (Praha), v roce 2010 3. cenu v Montrealu (Kanada), v roce 2012 v Kremnici mimořádnou cenu *Zlatý gunár* (houser) za celoživotní dílo a v roce 2017 v soutěži *Zlatý súdok* (Prešov) 2. cenu. Výběr ze samostatných výstav: Bratislava (3×), Piešťany, Praha (2×), Hradec Králové, Frankfurt nad Mohanem (3×), Vídeň (Rakousko), Toronto (Kanada) a Berlín (Německo).

levnější reklama. Na to jsem si dlouho zvykal.“

Taussig byl několik let pravidelným spolupracovníkem *Svobodné Evropy* v Mnichově, psal i nadále satirické texty ve slovenštině, které uveřejňoval v československých exilových časopisech. Pro tato média, zejména pro měsíčník *Západ* (kanadská Ottawa), dělal také tzv. „bublináže“ – ryze harmonické kresby z rodinných časopisů 19. století doplňoval aktuálním satirickým textem v bublině. Termín „bublináže“ vymyslel jeho kolega novinář Kornel Földvári jako křížence slov koláž a bublina. Sbírká jeho satirických povídek pod názvem *Jedinečná svátá* (1985) a výběr z bublináží *Blbé, ale naše* (1987) vyšly v nakladatelství manželů Škvoreckých *Sixty-Eight Publishers Toronto*. Do deníku pro lékaře dodával denně jednu bublináž do „své“ rubriky *Závan legrace*. Byla to filmová fotografie a text v bublině se týkal aktuálního problému v medicíně nebo ve zdravotnictví. Tuto rubriku obhospodařoval i po odchodu do důchodu.

Jako příslušník všelijak ohrožované vrstvy seniorů, jak je dnes obvykle vidí média, se Taussig rozhodně nechová. Vydal vtipný román *Hana*, který byl v roce 2013 na Slovensku nominován na cenu *Anasoft litera*. Je to satira na poměry v československých knižních nakladatelstvích koncem padesátých let z pohledu mladé naivní doručovatelky.

Autor stále tvoří koláže, které publikuje ve slovenském satirickém *Bumerangu*, dnes v každoměsíční příloze deníku *Šport*. Pro *e-GAG*, členský časopis České unie karikaturistů, jejímž je čestným členem, připravil mj. bohatě ilustrovanou historii satirického časopisu *Pardon*. Pro historii satirických a humoristických časopisů na starém kontinentu tak máme díky Taussigovi zdroj velké hodnoty. Těž pro naši karikaturu jde o cenná doplnění k málo známému publiko-

vání předních autorů za železnou oponou – přímo od pramene:

„Vrcholem rozkoše v *Pardonu* pro mě bylo, když se mi povedlo prosadit do časopisu článek o politické situaci v ČSSR, nebo práce československých autorů. Veliké úctě se tam těšil Vlasta Záborský, Mirek Renčín, Miroslav Barták a Adolf Born, ze Slováků v první řadě Stano Kochan, který ovšem ve Frankfurtu žil, a Fedor Vico. Časopis také uveřejnil satirické povídky Kornela Földváriho, Lasici a Satinského, Miroslava Horníčka a Ivana Krause,“ vzpomíná dnes s viditelným potěšením na své působení v legendární frankfurtské redakci Pavel Taussig.



Obr. Pavel Taussig

Kdo je pantáta bez roušek?

O tom, že v posledních týdnech se zásadně změnil život nejen v České republice, ale prakticky na celém světě, není pochyb. Nová situace se velmi výrazně odrazila také v jazyce. V češtině se objevila mnohá slova, která jsme dosud neužívali vůbec, případně jsme je užívali jen velmi zřídka. Jiná vznikla pozměněním slov známých z dřívějšíka. V březnu či dubnu letošního roku byla jedním z nejskloňovanějších slov nepochybně rouška.

• Lucie Jílková

Se slovem *rouška* jsme se před vypuknutím krize spjaté s onemocněním covid-19 v našich běžných rozhovorech, ve sdělovacích prostředcích či v hlášeních v prostředcích hromadné dopravy nesetkávali prakticky vůbec. Dnes je nošení roušky a s ním užívání slova *rouška* běžnou součástí každého dne. Upozornění na nutnost nosit roušku v uzavřených prostorách nás doprovází doslova na každém kroku. Třeba v obchodech s potravinami slyšíme, že je třeba krýt si nos a ústa *rouškou* či *ústenkou*. Přítomnost vylučovací spojky či může vést k domněnce, že mezi těmito dvěma slovy je významový rozdíl. Pokud se však začteme do definic těchto slov, zjistíme, že v lékařském prostředí se jedná o synonyma (viz např. sukl.cz). Tento zdravotnický prostředek, jenž zabraňuje přenosu infekce, bývá nazýván *ústenkou* nebo *chirurgickou ústenkou* dále *chirurgickou/lékařskou/procedurální/obličejovou maskou* a také *rouškou na obličej*. Významový rozdíl mezi výrazy *rouška* a *ústenka* není tedy nijak zřetelný. Jisté však je, že podomácku ušité bavlněné roušky se v běžné komunikaci označují pouze jako *roušky*, nikoli jako *ústenky*.

Jak dnes denně vidíme kolem sebe, rouška slouží k zakrývání nosu a úst. Procházíme-li však starší doklady užití slova *rouška*, zjišťujeme, že tento výraz, vycházející z pojmenování *roucho*, může zakrývat také vlasy, např. obraz může nést název *Madona s rouškou*. Snad zde můžeme udělat odbočku do slovenštiny. Střední rod výchozího slova (*roucho*) se v odvozeném slově mění na ženský (*rouška*), zatímco ve slovenštině zůstává zachován: *rúcho*, *rúško*.

V přeneseném smyslu se lze setkat se slovním spojením *pod rouškou něčeho*, třeba *pod*

rouškou tmy, *pod rouškou noci* apod. ve významu *ve skrytu něčeho* nebo *pod záminkou něčeho*. Nápadité propojení přeneseného a původního významu slova *rouška* se objevilo poprvé v jednom z nedávných prohlášení spolku Milion chviliek pro demokracii: *Dejme pozor na to, co všechno se může pod rouškou boje proti koronaviru přihodit*. Slovní spojení *pod rouškou koronaviru* se od té doby objevilo i v několika dalších mediálních textech.

Jiným takovým případem, těžko říci, zda záměrným, byl titul ek článku *Koronakrize poslala Čechy do tepláků* (aktualne.cz). Na první pohled čtenáři vytane význam ustáleného spojení *dostat někoho do tepláků*, tedy *poslat někoho do vězení*, resp. *zařadit, aby se někdo dostal do vězení*. V souvislosti s virovým onemocněním je však představa vězení překvapivá. Vysvětlení nabízí jednak pokračování titulku: *Prodej domácího oblečení drží obchody nad vodou*, jednak obsah samotného článku, jenž pojednává o poklesu prodeje oblečení. Ten je částečně kompenzován tím, že lidé, kteří se momentálně často zdržují doma, nakupují online větší množství domácího oblečení, tj. také tepláků.

Aktualizací ustáleného slovního spojení *Peníze, nebo život je Nedám ti peníze, ani život* na samolepce u pokladen. Na ní je dále – dnes rovněž doslova všudypřítomné – doporučení *preference platby kartou*; přejatému slovu *preference* dnes již v tomto kontextu zřejmě nemůže konkurovat domácí výraz *upřednostnění*. *Nedám ti peníze* v tomto případě znamená *zaplatím kartou*. *Nedám ti život* znamená *nepoužívám hotovost*, tedy chráním své zdraví, svůj život, protože se nedotýkám potenciálně infikovaných předmětů. A ještě uveďme hravou ak-

tualizaci názvu knihy Karla Václava Raisa *Pantáta Bezoušek*. V počátcích koronavirové krize, kdy panoval nedostatek ochranných pomůcek, především roušek, se na sociálních sítích objevila nápaditá koláž. Na obálce zmíněné knihy se objevila tvář ministra zdravotnictví a pozměněný titul *Pantáta bez roušek*. Raisův román o dědečkovi, který se v druhé polovině předminulého století z podkrkonošského venkova vydává navštívit svého syna v Praze, přestal být jen pozapomenutou položkou z hodin české literatury. Pozměněný název románu se na pár dní stal fenoménem facebookového dění.

Novou součástí slovní zásoby každého z nás se stalo také pojmenování onemocnění, jemuž se bráníme nošením roušky, *covid-19*. Je to mimo jiné jedno z hesel, jež byla nedávno vložena do Internetové jazykové příručky (IJP, příručka.ujc.cas.cz). Právě takové psaní, tedy psaní malými písmeny se spojovníkem je zde doporučováno. V dalších pádech pak lze psát *covidu-19*, *covidem-19*. Malá písmena jsou odůvodněna tím, že se nejedná o vlastní jméno. Jde o tzv. zkratkové slovo, tedy slovo vzniklé z počátků slov dalších. V případě slova *covid* jde o anglická slova *corona*, *virus* a *disease* (onemocnění). Podobně jsou v češtině utvořena další zkratková slova, třeba *umprum* (uměleckoprůmyslová škola) či *pexeso* (pekelně se soustředě). Číslo 19 v pojmenování covid-19 znamená, že se onemocnění poprvé objevilo v roce 2019. Běžně se ale lze setkat i s psaním velkými písmeny: *COVID-19*. Tato podoba se vyskytuje jako mezinárodní označení nemoci podle Světové zdravotnické organizace. Koneckonců její anglická zkratka, *WHO* (World Health Organization), je rovněž v médiích prakticky denně zmiňována.

Dalším z hesel, jež byla nedávno vložena do IJP, je právě *koronavirus*, tj. počestná podoba anglického *coronavirus*. V příručce lze najít také poučení o jeho skloňování. Sledujeme-li texty, v nichž se toto slovo vyskytuje, zjišťujeme, že zatímco v prvním pádě se běžně objevuje podoba *koronavirus*, v dalších pádech se objevuje téměř výhradně podoba *koronaviru*, *koronavirem*, nikoli *koronavirusem*, *koronavirusem*, což jsou podoby, které IJP rovněž připouští.

Jak nedávno uvedl časopis *National Geographic*, autorkou pojmenování *coronavirus* je, resp. v 60. letech minulého století byla, skotská vědkyně June Almeida. Té viry pod mikroskopem připomínaly sluneční korónu, nejteplejší vrstvu sluneční atmosféry, jasně zářící okolí Slunce pozorovatelné při zatmění. Zatímco tvar atmosférického jevu a viru je podobný, rozměry obojího jsou nesrovnatelné. Pojmenování je tedy staré již desítky let, ale do naší aktivní slovní zásoby se dostalo až v posledních týdnech.



Obr. Pavel Tausig

Slovo *koronavirus* se stalo východiskem mnoha dalších slov; desítky takových jsou zachyceny v internetovém slovníku Čeština 2.0. Zajímavým je třeba *kolonavirus*. Zmíněný slovník, do nějž může přispět jakýkoli uživatel internetu, u něj nabízí výklad: *kolony na dálnicích kvůli uzavřeným hranicím v rámci koronavirové karantény*. Slovo je v tomto případě snadno rozložitelnou složeninou *kolona* + *virus*. Jiný význam ovšem dostává, je-li titulkem k obrázku několika cyklistů, navíc s podtitulem *Jízda na kole zvyšuje imunitu*. Zde se jízda na kole stává jednou z možností, jak je možné vyhrát nad virem. Prakticky totožné hláskové složení slov *kolo* + *na* a *korona* odkazuje k viru zcela konkrétnímu, k aktuálnímu koronavirovu. Do češtiny nedávno přišedší slovo *kolonavirus* tedy může nabývat hned dvou různých významů.

K dalším výrazům z tohoto slovníku patří třeba *koronovační klenoty*, označení pro roušky či respirátory, tj. pomůcky, jichž byl na počátku koronavirové krize nedostatek, *koronamóda* –

rouška jako módní doplněk, *korocentrum* – ohnisko nákazy koronavirem, *koronagedon* – pohroma způsobená koronavirovou epidemií, *trouška* – rouška nasazená „jen trochu“, leda byle, takže dotyčného a jeho okolí příliš nechrání. Velmi často pozorovatelný jev, rouškou zakrytá ústa, a nikoli nos, lze označit souslovím *rouška na půl žerdi*.

Z nesmírně rozsáhlého množství slov, jež se v posledních týdnech ve slovníku Čeština 2.0 objevila, zmiňme ještě pejorativně znějící výrazy *haranténa* či *parchanténa* s výkladem *nucený pobyt dětí doma po uzavření škol kvůli koronaviru*. Tyto výrazy souvisejí s jevem, který se dotýká velkého množství lidí. Vlivem uzavření škol se děti vzdělávaly dlouhé týdny, ba měsíce online. A neobvyklá doba přináší někdy neobvyklé školní úlohy. Na jednom víceletém gymnáziu měli studenti vytvořit báseň právě na téma koronavirové krize. Nesnadného úkolu se – ze studijních důvodů – zhostil také jeden z rodičů, Martin Havlík, jazykovědec z Ústavu

pro jazyk český. Dovoluji si jeho sonet uvést jako pointu tohoto jazykového koutku.

Korunu všemu nasadila březí korona

Po zimě jaro v(d)ěčně chodí.
Zelená šedou očím střídá
nám slunce všem se teple hodí.
Kam vsákla však se naše třída?

Vyprahlá žízni po vědění,
kam se lze letos dostat lodí.
Rty suché v hadru ku svědění
se temně vlhčí, marnost plodí.

V korunách stromů nesní děti
smích hejna ptáků bez dojetí.
Korunou ministři si křepce hodí,

libo-li korunu korunu.
Do kůry stromu vryju runu
naděje: nový svět se z víru rodí!

Lukáš Bíba (*1982)

Pochází ze Šluknova. Vystudoval gymnázium v severočeském Rumburku (1993–2000) a následně geologii na Přírodovědecké fakultě UK v Praze (2000–2005). Po studiích jej k profesní dráze inspirovalo setkání s fotografy, kteří pracovali na koncertě jeho oblíbené hudební skupiny U2. Lukáš Bíba působí v médiích jako fotograf od roku 2007. Začínal v iDNES.cz, poté přešel do MF DNES. V lednu 2011 nastoupil do vy-

davatelství Economia, kde fotografuje především pro Hospodářské noviny a další tituly vydavatelství. Spolupracuje s projektem Creative Mornings, jehož smyslem je propojovat lidi kreativního zaměření, a s obecně prospěšnou společností Člověk v tísni, pro niž fotografuje např. festival dokumentárních filmů Jeden svět. Loni stály před jeho objektivem takové hvězdy jako britský zpěvák Elton John, americká herečka Julianne Mooreová, dokumentoval také závodní kariéru sportovního lezce Adama Ondry. Vítězství v soutěži Czech Press Photo 2019 mu přinesl záběh vlajky vztyčené nad davy demonstrantů na Letné, který odborné poroty vy-

hodnotily jako Fotografií roku. Letos řada jeho unikátních snímků zachycujících Česko v době pandemie byla zastoupena na červnové výstavě českých fotožurnalistů *Koronavirus – život v nouzovém stavu* na Staroměstské radnici. Na Karlově mostě zaznamenal nejen sousedskou hostinu u půlkilometrového prostřeného stolu, ale také pietní akt středoškoláků k uctění památky před 70 lety představiteli komunistického režimu zavražděné Milady Horákové, během něhož studenti pro procházející připravili symbolickou uličku z fotografií a ukázek z propagandy.



Česká lezkyně Hanka Štorkánová na vrcholu Letné (Praha, říjen 2017)



Rockový zpěvák Mick Jagger během vystoupení kapely Rolling Stones (Praha, červenec 2018)



Studenti a studentky si připomínají 70. výročí justiční vraždy Milady Horákové (Praha, červen 2020)



Třicáté výročí událostí 17. listopadu 1989 na Národní třídě (Praha, listopad 2019)



Známý argentinský fotbalista Lionel Messi během zápasu se Slávií (Praha, říjen 2019)



Fanoušci fotbalového klubu Bohemians 1905 při sledování jednoho ze zápasů svého oblíbeného klubu (Praha, červen 2020)



Herečka Julianne Moore přebírá na Mezinárodním filmovém festivalu Karlovy Vary z rukou jeho prezidenta Jiřího Bartošky Křišťálový glóbus – cenu za mimořádný umělecký přínos světové kinematografii (Karlovy Vary, červen 2019)