

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Lucie Vodáková

Role fotoeditora jako gatekeepera

Bakalářská práce

Praha 2010

Autor práce: **Lucie Vodáková**

Vedoucí práce: **MgA. Filip Láb, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2010**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

Vodáková, Lucie. *Role fotoeditora jako gatekeepera*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 48 s., přílohy 15 s. Vedoucí diplomové práce MgA. Filip Láb, Ph.D.

Anotace

Diplomová práce „Role fotoeditora jako gatekeepera“ pojednává o práci českých fotoeditorů ve vybraných denících a týdenících. Detailně rozebírá, v čem konkrétně spočívá jejich úloha v rámci redakce, jak probíhá jejich den, s kým se na čem domlouvají a především, jak uskutečňují svá rozhodnutí, co se týče výběru fotografií. V první části teoreticky popisují úlohu fotoeditorů jako gatekeeperů, snažím se porovnat, co obnášela jejich práce dříve a v čem spočívá dnes v éře technologické konvergence, a zabývám se i samotnou fotoeditorskou praxí, tedy vyhledáváním, vybíráním a shromažďováním obrazových materiálů. V druhé, analytické části vycházím především z hloubkových rozhovorů se samotnými fotoeditory a dalšími členy redakce s tím, že jejich informace konfrontuji s některými poznatky ze zahraničních publikací. Hlavním cílem mé práce je na vzorku šesti významných českých médií ukázat nástin, jak přibližně pracují fotoeditoři v českých médiích, v čem spočívá jejich úloha a jestli má jejich role v redakcích opodstatnění, nebo by se bez nich mediální svět obešel.

Klíčová slova

Média, fotografie, fotoeditor, proces rozhodování, zpravodajské hodnoty

Annotation

Diploma thesis „The Photo Editor as Gatekeeper“ deals with the work of Czech photo editors in a daily and weekly papers. The work analyzes what their function in media is, what their common day looks like, who they are speaking with and then what their daily decisions about photographs are. The first chapters describe the role of photo editors as gatekeepers. I try to compare what was their job earlier, when the time of technological convergence didn't exist. I deal with a photo editing practices like searching, selection and gathering materials too. The second analytic part consist of the deep interviews with photo editors and other members of newsroom. I compare their information with the information of foreign media books. The object of the thesis is to show on six chosen important Czech daily and weekly papers how the photo editors work, what is their leading role and whether they are important for the organization or not.

Keywords

Media, photograph, photo editor, gatekeeping, news value

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 17. května 2010

Lucie Vodáková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala doktorce Aleně Lábové, která navrhla toto téma a vložila do mě důvěru, že ho dobře zpracuji, doktoru Filipovi Lábovi za skvělé vedení práce, jeho podnětné připomínky a za ochotu, se kterou se mnou vždy komunikoval. Dále bych také ráda poděkovala všem fotoeditorům, fotografům a redaktorům, kteří mi věnovali svůj čas a pohovořili se mnou o práci, kterou v médiích vykonávali nebo stále ještě vykonávají.

Obsah

OBSAH.....	11
1. ÚVOD	13
1.1 Zobrazování fotografií v médiích.....	14
1.2 Výzkumné otázky.....	14
1.3 Zdůvodnění výzkumu.....	15
1.4 Výchozí prameny	16
2. VYMEZENÍ POJMŮ	17
2.1 Gatekeeping	17
2.2 Fotoeditor jako gatekeeper	18
2.2.1 Úloha fotoeditora dříve a nyní.....	19
2.3 Fotoeditorská praxe.....	22
2.3.1 Vyhledávání obrazových materiálů	22
2.3.1.1 Hodnocení zdrojů	24
2.3.2 Výběr obrazových materiálů.....	26
2.3.2.1 Zpravodajské hodnoty	27
2.3.2.2 Výběr titulní fotografie	29
2.3.3 Shromažďování obrazových materiálů	30
2.3.3.1 Práce s obrazovým materiálem	31
2.3.4 Přiřazování obrazových materiálů k textům	32
2.3.4.1 Etické rozhodování	33
3. METODOLOGIE.....	34
3.1 Analýza jednotlivých redakcí	35
3.1.1 Kdo se stará o fotografie?.....	35
3.1.2 Jakou roli fotografie hrají?.....	36
3.1.3 Kdo fotografie upravuje?.....	37
3.1.4 Odkud se fotografie vybírají?.....	37
3.1.5 Podle čeho se fotografie vybírají?	38
3.1.6 Kdo dělá popisky a zdroje u fotografií?	39
3.1.7 Uveřejňují se i fotografie od občanů?	40
3.1.8 Má funkce fotoeditora smysl?	41
4. ZÁVĚR.....	42
5. RESUMÉ.....	44
6. SUMMARY.....	45

7. ZDROJE.....	46
8. SEZNAM PŘÍLOH.....	48

1. Úvod

Když v roce 1826¹ stvořil Francouz Joseph Nicéphore Niepce první skutečnou a dodnes zachovanou fotografii, pravděpodobně vůbec netušil, jaký zlom v dějinách vlastně uskutečnil (Svět poznání 1995: 207). Fotografie si prošla dlouhým vývojem a stala se jedním z hlavních dokumentačních prvků moderní lidské historie.

Dnes je stará bezmála dvě stě let. Techniky jejího vytváření, uchovávání a zpracovávání se zdokonalily téměř na nejvyšší možnou míru. Žádné noviny ani časopisy se bez ní již neobejdou. A co víc, fotografie si v tištěných médiích získává čím dál větší prostor. Zatímco dříve byl dominantní text a fotografie se přikládala jako ilustrační materiál, dnes je to nezdárka naopak. Fotograf pořídí snímky, které se redakce rozhodne uveřejnit buď samostatně, nebo se k nim dopíše text (McQuail 2002: 240). Z vlastní zkušenosti vím, že internetová média už dnes prakticky nevydávají články či mluvené slovo bez obrazového doprovodu.

Doba je v celkovém kontextu rychlá. Fotografové jsou schopni udělat několik set někdy i tisíc fotografií týdně, což jim umožňují kvalitní digitální fotoaparáty, a nemusí složitě vyvolávat snímky v temné komoře, nýbrž stačí, když je prostřednictvím příslušného kabelu přenesou do počítače, kde je podle potřeby upraví. „To, že si mohou fotografové díky digitální technice dnes dovolit mnohonásobně více záběrů a z nich si pak vybrat jen ty opravdu nejpůsobivější a ostatní vymazat, je velkou výhodou této doby. To dříve nebylo možné,“ říká dlouholetý fotograf Josef Louda. Zároveň ale přiznává, že kvantita je často bohužel na úkor kvality. „Fotografové už nejsou nuceni dělat dokonalé kompozice a přesné nastavení. Stačí, když spoušť fotoaparátu zmáčkne a zbytek už si upraví v jakémkoli grafickém programu,“ dodává. Jedinečnost každého fotografa i jeho snímků se tak ztrácí. V médiích se objevují podobné, kolikrát i stejné fotografie, což má za následek, že vizuální kultura médií upadá. Čí je to ale vina? Fotografů, kterých je dnes hodně a více než na vlastní um spoléhají na výkonný fotoaparát? Nebo těch, kteří snímky od fotografů přebírají a dále už s nimi nepracují?

¹ V závislosti na různých zdrojích se uvádí také rok 1924 nebo 1927.

1.1 Zobrazování fotografií v médiích

Obrazovému zpravodajství v tištěných médiích jde především o to, uspokojit zvědavost čtenářů a předat jim vizuální informace o tom, co se kolem nich děje (Kolektiv autorů 2001: 88). Tím, že jde o snímek a ne jen o holý text, čtenáři nabývají dojmu, že jsou jakoby součástí příběhu a stávají se očitými svědky události. Zvolit tedy správnou fotografii, která celý příběh vystihne a dovolí čtenáři, aby si ji takto zapamatoval, není vůbec jednoduché.

Novinářská fotografie je tvořena třemi důležitými složkami, a to informační, estetickou a emotivní². Na rozdíl třeba od výtvarného snímku se liší především v zobrazování reality. Čtenáře by totiž měla hlavně informovat a také by měla sloužit jako doplňkový materiál ke článku. Novinářská fotografie by dále měla splňovat několik zásad. Předně dodržet všechny etické požadavky jako je objektivita, přesnost a pravdivost a měla by vykazovat aktuálnost tím, že má spojitost s nějakou nedávno zveřejněnou událostí. Požadavky jsou na ni kladeny i co se týče její estetické stránky – dobré světlo, správný ořez, vztahy prvků a perspektiva.

Vývoj novinářské, potažmo zpravodajské fotografie lze vysledovat téměř od samého počátku fotografie. První deník, který ji použil, byl pravděpodobně Daily Graphic v New Yorku v roce 1880³. Už od jejího vzniku ji provází snaha o zmanipulování a zkreslení skutečnosti. Podobné intriky se dělaly především za totalitního režimu, ale díky novým technologiím se i dnes nezhřídky objevují podvrhy a předělovky.

Nástup digitálních technologií v devadesátých letech 20. století totiž výrazně proměnil novinářskou fotografii v tom, že dnes už nemusí zastupovat realitu, ale může být vytvořena i bez ohledu na ni (Lábová 2009: 299). Platný koncept vizuální reprezentace se mění a s ním se mění i práce těch, kteří s fotografií v redakci pracují.

1.2 Výzkumné otázky

Ve své práci bych ráda zodpověděla několik otázek týkajících se práce obrazového redaktora neboli fotoeditora. Co všechno jeho práce obnáší a jak skutečně pracují fotoeditoři v éře digitálních médií? Je potřeba, aby uměli fotografovat, nebo stačí mít jen dobré vizuální vidění a správně pochopit techniku fotografie? Mým cílem bude také ukázat, jak důležitá je jejich role v médiích a jak se jejich práce změnila s nástupem

² Jiří Honskus. *Fotografie, Technika snímání*. [s.l.] : Pražská fotografická škola [online]. [Cit. 2010-05-09]

³ BRAINY HISTORY. *Brainy History: March 4, 1880 in History* [online]. [Cit. 2010-05-09].

nových technologií. Kromě toho se pokusím zjistit, kde nastaly hlavní změny a jak probíhá samotná práce s obrazovými materiály. Postupně projdu všechny činnosti od vyhledávání, výběru a shromažďování materiálů až po přiřazování obrazů k textům. Krátce přiblížím i samotné zpracovávání materiálů a nastíním otázku zodpovědnosti každého editora za svou práci.

V první, teoretické části se zaměřím především na obecnou stránku věci, tedy vysvětlím základní pojmy, se kterými budu dále pracovat, zaměřím se na to, co obecně obnáší fotoeditorská praxe a jakou roli v ní hrají zpravodajské hodnoty. V druhé, analytické části se budu už konkrétně věnovat šesti vybraným médiím, které jsem si pro tuto práci zvolila, kde na základě hloubkových rozhovorů s vybranými profesionály vysvětlím, jakou roli zastávají fotoeditoři v daných médiích a jestli skutečně plní funkci gatekeeperů neboli „dveřníků“, kteří rozhodují o tom, co projde pomyslnou branou do zpravodajství a publicistiky (McQuail, 2007: 241).

1.3 Zdůvodnění výzkumu

Postavení fotoeditorů v českých médiích nemá dosud svou pevnou platformu. Nikdo přesně neví, co by měla jejich práce obnášet, a tak si každá redakce uzpůsobuje jejich práci ke své vlastní potřebě. Je to dáno tím, že tento post ještě před několika lety neexistoval. V některých médiích zastával jeho roli obrazový editor, jinde ho neměli vůbec a na práci s fotografiemi se podílela celá redakce (Lábová 1990: 78). I dnes ještě některá média fotoeditora nevyužívají. Jeho práci i nadále zastávají fotografové, kteří snímky pořídí, vyberou, upraví a pošlou do redakce. Tam je již připravené přebírají redaktori, kteří po další selekci vyberou vhodný snímek přesně pro svůj článek a přiřadí ho k textu. Post fotoeditora jim přijde zbytečný. Jiné redakce ho zase mají a nedokáží si bez něj již představit chod redakce. V Česku prozatím neexistuje literatura, která by přesně specifikovala, kdo je fotoeditor a v čem spočívá jeho práce. V zahraničí tento post funguje již delší dobu, proto i prameny k němu jsou obsáhlejší. Právě z nich se pokusím v menší míře vycházet. Hlavně ale budu využívat dostupné primární zdroje z českých redakcí, tedy fotoeditory, redaktory a fotografy.

1.4 Výchozí prameny

Už dopředu jsem měla možnost prostudovat řadu článků, materiálů a knih, které se nějakým způsobem dotýkají tématu fotoeditor jako gatekeeper. Co se týče samotného pojmu fotoeditor, rozhodla jsem se k jeho objasnění využít hlavně dostupných primárních zdrojů, především konkrétních lidí z vybraných redakcí. Kromě toho také využiji některé knihy z cizojazyčné literatury, a to především učebnici Susan C. Zavoiny a Johna H. Davidsona *Digital Photojournalism* a Franka Hoye *Photojournalism: The Visual Approach*. Z českých autorů se o postu obrazového redaktora zmiňuje ve své knize *Základy fotožurnalistiky II.* například Alena Lábová. Z dostupných bakalářských prací se mi jako nejlepší jevila práce Veroniky Šmausové, která přestože se věnuje především obrazovým materiálům zveřejněným určitými redakcemi, zabývá se i pojmem gatekeeping a prací obrazového redaktora. V souvislosti s gatekeepingem existuje celá řada jak českých, tak zahraničních publikací, proto nebudu všechny vyjmenovávat. Využiji například knihy Denise McQuaila *Úvod do teorie masové komunikace* či *Úvod do studia médií* od Graema Burtona a Jana Jiráka.

2. Vymezení pojmů

2.1 Gatekeeping

Pojem gatekeeping se nejčastěji používá pro označení procesů, jimiž se při práci v médiích provádí výběr (McQuail, 2002: 241). Jde o to, zda konkrétní mediální produkt, v našem případě fotografie, splňuje určitá kritéria, která by pracovníky redakce přiměla k tomu, aby ji pustili dále do zpravodajství či publicistiky. Právě gatekeeper neboli „dveřník“ je osoba, která má v tomto případě rozhodující slovo. Tento pojem poprvé použil sociální psycholog Kurt Lewin v roce 1947, když zkoumal běžné rodinné nákupy (McQuail 2002: 241). Zjistil, že lidé se musí několikrát rozhodnout, než dojdou ke konečnému řešení, co mají koupit. Navíc při těchto rozhodovacích procesech na ně působí vlivy, a to jak příznivé, tak nepříznivé, kterým musejí čelit a brát je v konečném důsledku v potaz. Podle Lewina byl gatekeeper ten, kdo rozhodoval v rámci skupiny o tom, které zboží bude spotřebováno. Jeho myšlenku o několik let později využil Američan David Manning White, když zkoumal několik editorů regionálních amerických listů a jejich rozhodování při výběru zpráv (Kunczik 1995: 114). Do popředí se tehdy dostala myšlenka subjektivního rozhodování. Posun ve zkoumání gatekeepingu dále přinesl Walter Gieber, který v roce 1964 prokázal, že nejdůležitějším okamžikem pro rozhodování není vlastní hodnocení, ale tlak, který je na editory vyvíjen shora (Kunczik 1995: 116). Kromě toho začalo být zřejmé, že obsah jednotlivých médií má tendenci se formovat podle shodných pravidel. Lidé, kteří o výběru zpráv rozhodovali, přicházeli s různými představami o tom, co publikum chce a po jakých zprávách touží. Tak se dostaly ke slovu tzv. zpravodajské hodnoty (news values), které byly jakýmsi zevšeobecněním, co publikum s ohledem na jeho skutečné zájmy doopravdy zajímá (McQuail 2009: 319). Galtung a Rugeová přinesli v roce 1965 první metodologicky podloženou analýzu zpravodajských hodnot, a to ve článku o struktuře norského zahraničního zpravodajství (Burton, Jiráček 2001: 241). Model gatekeepingu dále zproblematizoval také John T. McNelly, který přišel s tím, že selekci a zpracování informací neovlivňuje pouze jeden člověk, nýbrž více lidí na různých pozicích v rámci celé mediální organizace (Reifová 2004: 70). Gatekeepři podle něj nejsou pouze zaměstnanci redakce, ale i příjemci zpráv. Ti se totiž sami rozhodují, čemu budou věnovat pozornost. Tuto teorii ještě v 90. letech umocnila práce Pamelý Shoemakerové, která tvrdila, že chování gatekeeperů ovlivňují také další faktory jako velikost média, redakční vztahy či nedostatek času a místa (Reifová 2004: 71).

2.2 Fotoeditor jako gatekeeper

Jak už anglická slova *gate* (dveře) a *keep* (hlídat) naznačují, *gatekeeper* (hlídač u brány) je někdo, kdo rozhoduje o tom, které události se stanou veřejnými a které nikoli a kdo se podílí na formování společenských a světonázorových postojů příjemců (Kunczik 1995: 115). V našem případě zastupuje funkci *gatekeepera* fotoeditor, tedy člověk, který pracuje v rámci mediální organizace a na němž záleží, jestli se vybraný snímek dostane k příjemcům a bude formovat společenské dění. Na to, zda fotoeditor pustí fotografii do zpravodajství či publicistiky, má vliv hned několik faktorů. Jednak je to osobní hodnocení samotného fotoeditora, které ale jen zřídka projde selektivním procesem v celé redakci. Mnohem důležitější roli pak hraje fakt, že na zaměstnance je nepřímo vyvíjen tlak shora, který je dán tím, jak je organizace profilovaná. Nezáleží tedy tolik na významu a působení fotografie jako na výsledku redakční produkce. Dalším důležitým faktorem je velikost média. Navzdory obecné tendenci dávat v praxi větší důraz na obrazovou složku, ještě stále mnoho médií bojuje s místem.

Aby se tedy fotoeditor dokázal účinně a spolehlivě rozhodnout, potřebuje určité obecné, veřejně přijímané principy, které použije jako základ při svém rozhodování. Jedním z takových principů je schopnost identifikovat novinářskou fotografii a vyhodnotit její přínos. Dále musí mít představu, jak s takovou fotografií naložit. Při tom všem musí neustále svá rozhodnutí filtrovat skrze publikum, pro které materiály připravuje, a také skrze priority vydavatele.

Fotoeditor hraje v rámci mediálních organizací velmi důležitou roli. V praxi totiž působí jako jakýsi strážce integrity (Zavoina 2002: 83). Bez ohledu na okolnosti vytváří z původně pasivních⁴ fotografií snímky aktivní⁵, které dokáží na člověka v kontextu celého článku velmi zapůsobit (Zavoina 2002: 82). Z jednoduchých zprvu nic neříkajících obrázků dokáže udělat materiály vizuálně zajímavé s výpovědní hodnotou. Zároveň ale musí hlídat, aby fotografie dodržovaly úroveň věrohodnosti. I bulvární média se dnes snaží prezentovat jako věrohodná. A v neposlední řadě by měl mít na paměti, že ať pracuje kdekoli, to, co s fotografiemi dělá, dělá pro publikum.

⁴ Pasivní fotografie jsou takové, které jsou dělány s úmyslem a určitou dopředu danou kompozicí.

⁵ Aktivní fotografie ukazují reálné lidi, zasazené do reálné události, která se stala v reálném čase.

2.2.1 Úloha fotoeditora dříve a nyní

Ještě v průběhu 90. let 20. století se na redakční práci s fotografickým materiálem podílela v Česku řada pracovníků (Lábová 1990: 78). Funkce fotoeditora tak, jak ji známe dnes a jak ji popisují ve své práci, neexistovala. Ta přišla až s nástupem digitální éry, tedy na konci 90. let.

Ve Spojených státech se první fotoeditoři objevili již na konci 70. let. Vůbec prvního fotoeditora zaměstnal v roce 1979 deník *The Dallas Morning News* (Zavoina 2002: 73). Další deník *Boston Globe* čekal až do roku 1987. Předtím, než v USA funkce fotoeditora vůbec vznikla, vedli fotooddělení vedoucí fotografové, jejichž hlavním úkolem bylo obstarávat materiály, rozdělovat práci a zajišťovat, aby vše bylo do termínu odevzdané. Koncem šedesátých a začátkem sedmdesátých let začali na několika žurnalistických školách, mezi které patřily například Univerzita v Missouri, Univerzita v Ohio, Univerzita v Indianě či Západní univerzita v Kentucky promovat první studenti s fotografickou kvalifikací. Právě těchto studentů začali využívat osvícení šéfredaktoři, kteří chtěli pozvednout svoje redakce na něco víc než jen na informační kancelář.

Už od 20. let 20. století tu ale existoval jiný post, a to obrazového redaktora, který byl jakousi obdobou dnešních fotoeditorů a zastával i podobnou funkci. Jeho profese je stejně jako objev rotačního tisku, fotoaparáty Ermanox či Leica a nová generace fotografií spojena se vznikem moderní fotožurnalistiky (Šmausová, 2009: 26). V českém prostředí se obrazový redaktor uplatnil poprvé až v šedesátých letech, a to v redakci *Mladého světa*, který začal vycházet v roce 1959 jako týdeník Svazu mládeže. Stal se jím Miroslav Hucek, který do časopisu nastoupil v roce 1960 nejprve jako externí spolupracovník, později jako technický redaktor a reportér. „Jediným fotografem a vedoucím fotooddělení byl tehdy Leoš Nebor. Když v roce 1967 odešel do *Světa v obrazech*, stal jsem se vedoucím fotooddělení já a na mé místo nastoupil Miroslav Zajíc,“ vypráví Hucek. Právě ve funkci vedoucího fotooddělení vykonával činnosti obrazového redaktora. „Zodpovídal jsem za fotografickou část čísla a za výběr titulů. V době, kdy jsem měl plnou důvěru redakce, stačilo, abych předložil tak jednu až dvě varianty. Ty se předkládaly na schůzi redakce, která trvala každé pondělí od 10 do 16 hodin. Právě tam jsem si musel zařazení titulů obhájit,“ říká. Věcné popisky k fotografiím tehdy dělal fotograf, skutečný popis pak psali redaktoři. Do kompetence fotografa také náleželo odevzdat dostatečný počet fotografií k reportáži. Z těch potom obrazový redaktor sestavoval výběr fotografií pro celé číslo. Na vedoucích oddělení

bylo, jestli se výsledný materiál zkrátí nebo rozšíří. To záleželo především na tom, jak byl materiál zajímavý a jakou měl výpovědní hodnotu. „Měnil-li se plán rozsahu tiskového materiálu, vedoucí oddělení musel vše konzultovat s vedoucím výtvarného oddělení, dnes grafikem.“ Vedoucí oddělení měl tehdy stejně jako vedoucí fotooddělení zodpovědnost za obsah. „Když jsem měl dojem, že fotografický materiál je zajímavý, musel jsem si jeho rozšíření na redakční poradě obhájit,“ říká Hucek. Od vedoucího oddělení pak putoval materiál k zástupci šéfredaktora nebo k tajemníkovi redakce, kde se soustředily všechny konečné, vybrané materiály. Ty pak byly schváleny na poradě.

V šedesátých letech se fotografovalo na klasický film, dokonce na začátku šedesátých let nechtěli v tiskárnách přijímat předlohy na kinofilmu a žádali formáty alespoň 6x6. Týdeník Mladý svět neměl požadavky na rychlost dodání fotografií a podle Hucka tomu tak nebylo ani v jiných redakcích. Tiskly se materiály, kdy rychlost nerozhodovala. Když už se jednalo o horkou aktualitu, reportéři na akci nevyjížděli a fotografie se braly z ČTK. „Když už bylo nutné, aby fotografie byly v redakci dříve než autor, pak fotograf posílal nevyvolané filmy a redakční laboratoř zařídila vše ostatní,“ popisuje Hucek.

Co se týkalo obsahu fotografií, tak ten obvykle souvisel s tématem reportáže. Přestože každá jedinečná fotografie obvykle dostala svůj prostor a byla zařazena, fungoval v redakci i tlak z vedení. „Samozřejmě, že tlak z vedení redakce nebo z ÚVSSM⁶ existoval, ale to byla zodpovědnost šéfredaktora, který schválil definitivu, která šla do tisku. V roce 1973 se stala taková věc, že šéfredaktorka se rozhodla ořezat fotografie se státníky Brežněvem a Nixonem, které jsem zařadil do fotografií roku. Po ořezu fotografie vypadala, jako že státníci jsou v soukromém rozhovoru. Ořezána byla diplomatická část doprovodu. Po vytištění došlo k diplomatické notě ze strany SSSR. Šéfredaktorka Čermáková mi za to chtěla dát ztrátu důvěry, ačkoli jsem to nezpůsobil. Naštěstí jsem získal písemný pokyn šéfredaktorky k ořezu, a tak jsem se začal soudit. Spor jsem sice po dvou letech vyhrál, ale stejně jsem musel v roce 1975 z časopisu odejít,“ vzpomíná Hucek. Poté začal pracovat ve svobodném povolání. „Našel jsem si cestu pracovat na větších výtvarných celcích s charakterem humanistické fotografie a ty jsem vystavoval i v malých galeriích po celé republice, dokonce i ve věznicí na Borech,“ uzavírá Hucek. Po něm nastoupil jako vedoucí fotooddělení Miroslav Zajíc. „Moje práce spočívala především v tom, že jsem vybíral všechny fotografie určené k otištění. Kromě toho jsem také posílal fotografy a externisty na reportáže, předem se

⁶ ÚVSSM – Ústřední výbor svazu socialistické mládeže

s nimi domlouval, a poté také fotografie dlouho vybíral,“ říká. V jeho kompetenci bylo i domlouvat se s grafiky na obrazovém vyznění. Popisky k fotografiím ale nepsal. Jinak práce v redakci probíhala podobně jako dnes. Fotografové pořizovali snímky, redaktoři psali. Jen výjimečně, třeba při zahraniční cestě, kam jel redaktor bez fotografa, mohl píšící autor fotografovat. „Fotografovalo se na filmy, ale na rozdíl ode dneška se v týdeníkové praxi nic neposílalo. Film se zpracovával po návratu do redakce,“ říká Zajíc. Laborantka ho vyvolala, udělala kontakty, vedoucí fotooddělení vybral lupou použitelné záběry a ty se potom zvětšily. Z hotových zvětšenin se pak udělal konečný výběr. „To byla moje práce. Prakticky nikdo mi do toho nemluvil. Výběr byl tehdy hodně subjektivní. Kdyby byl na mém místě jiný vedoucí fotooddělení, vybral by třeba jiné snímky než já,“ říká Zajíc, který za fotografie také zodpovídal.

Protože ještě nebyly digitální fotoaparáty, dělalo se snímků mnohem méně než dnes. Fotograf u toho musel o to víc přemýšlet. „To, že se fotograf nemohl podívat na displej aparátu, bylo k něčemu dobré. Byl prostor pro náhodu, která většinou přála připravenému,“ tvrdí Zajíc. Jakákoli úprava včetně výřezu byla předem vyloučena. Fotografie vznikala při fotografování a ne v laboratoři. Miroslav Zajíc ve své funkci setrval do konce roku 1995, nyní fotografuje pro deník Právo, kde má v magazínu svou vlastní stranu Týden Miroslava Zajíce.

2.3 Fotoeditorská praxe

Celý proces týkající se mediálního produktu a jeho využití v médiích začíná tím, že někdo zaregistruje nějakou událost, zaznamená ji a snaží se ji přenést skrz nějakou mediální organizaci k příjemcům (McQuail 2009: 317). V praxi bývá tento postup obvykle složitější v závislosti na tom, kdo všechno se ho účastní.

Prvním, kdo vybere některé pořízené fotografie, je sám fotoreportér. Všímá si především kvality pořízeného snímku, tedy zda je fotografie správně zaostřena, dobře nakomponována a má dobré světelné podmínky. Po vlastní selekci odešle fotografie do redakční databáze, kde jsou přístupné ostatním členům redakce.

Tady už nastává několik variant, kdo se snímky pracuje dál. Asi nejjednodušší způsob spočívá v tom, že si fotografie vybere přímo sám redaktor, který je použije ke svému článku. Někdy se tohoto procesu účastní ještě produkční, který sice nevyhledává fotografie v databázi, ale kontroluje, zda od jednotlivých fotografů snímky dorazily, archivuje je a v případě potřeby, pokud v systému nejsou, je shání a objednává z jiných zdrojů.

Ve většině případů si dnes fotografie vybírá sám fotoeditor. Jeho práce je co se týče snímků mnohem pestřejší než v případě produkčního, protože kromě toho, že kontroluje, zda fotografie dorazily, archivuje je a v případě potřeby shání z jiných zdrojů, také snímky vyhledává, vybírá, shromažďuje a následně přiřazuje ke článkům. Má také obvykle poslední slovo co se týče výběru fotografií. Nejprve se poradí s pišícími redaktorem, které snímky by se mu s ohledem na napsaný článek nejvíce hodily, poté prodiskutuje vybrané fotografie s editorem, zda jsou všechny vhodné k použití a zalomení na stránku, a nakonec vše musí schválit ještě art director, neboli vedoucí obrazového oddělení, který posuzuje rozsah textové části společně s množstvím fotografií.

Z toho je patrné, že snímky, které projdou tímto sítím, nejsou výsledkem něčeho jiného než určitým kompromisem několika lidí, jež zastupují konkrétní organizaci a kteří se snaží vyhovět všem jejím podmínkám a přáním.

2.3.1 Vyhledávání obrazových materiálů

Existuje několik variant, odkud může fotoeditor popřípadě redaktor snímky vybírat. Ne všechny jsou však pro danou redakci schůdné.

Asi nejjednodušší způsob, kde hledat fotografie, představuje vlastní redakční databáze. Jde totiž o neplacený zdroj, který vytvářejí fotografové, jež pro příslušnou redakci pracují. Tuto databázi má každá organizace jinak obsáhlou. Záleží na tom, kolik vlastních či externích fotografií zaměstnává, na co všechno se specializuje či kolik financí je ochotna do databáze investovat. „Nevím přesně, kolik má naše databáze snímků, ale Mladá fronta má po celé republice celkem 32 fotografů, kteří každý den vyfotografují v průměru kolem čtyři sta snímků. Z jedné akce se tak přidává odhadem asi deset fotografií,“ říká fotoeditor iDnes.cz Jiří Benák.

Pokud se stane, že hledané snímky v databázi nejsou, přicházejí na řadu placené či neplacené formy zdrojů. Ty jsou různého typu a každá redakce čerpá z jiných. Někdy se také ale může stát, že se ani v placených či neplacených zdrojích nenajde vhodná fotografie.

Poté přichází na řadu ještě jedna varianta, kterou však redakce využívají jen velmi nerady, a to z toho důvodu, že skýtá několik úskalí. Jde o koupi snímku od konkurence. „Stává se to minimálně, ale je to možné. Pokud redaktor nepřinese z akce vhodný snímek, můžeme ho koupit od konkurence. Pravděpodobnější ale je, že ho objednáme z nějaké agentury, nebo pošleme fotografa, aby třeba danou osobu vyfotografoval znovu, jedná-li se o portrét,“ vysvětluje Eva Tušková z Blesku. S tím má zkušenosti i fotograf Aha! Marek Pátek. „Není to moc pravděpodobné, ale pokud nemáme žádný vhodný snímek, pošle se fotograf, aby ho vyfotografoval znovu.“ Jde o to, že redakce si obvykle na akce posílají své fotografie, které si platí. Pokud by fotograf snímek nepřinesl a koupil by se od konkurence, redakce by ho tak zaplatila dvakrát – jednou paušálně fotografovi z vlastní redakce a podruhé za kus fotografovi z konkurenčního média. Dalším problémem je, že fotografové se na akcích hlídají. Jen málokdy se stane, že fotograf z jedné redakce přinese tolik odlišné snímky než jeho kolegové z konkurenčních médií. Následkem toho, když redakce koupí snímek od konkurence, stejně nemá exkluzivní fotografie, které by nikdo jiný neměl. Proto se snaží tuto variantu nevyužívat. „Je téměř pravidlem, že když máme na místě fotografa, uveřejňujeme jeho snímky. Nevím, jestli jde přímo o prestiž, ale když už tu fotografii máme, dáváme prostě ji. Je to stejné jako s články. Když je na akci píšící redaktor, použije se text od něj. Ale samozřejmě, když na akci fotograf není, nebo když je jiná fotka z agentury výrazně lepší, použijeme tu a vše ostatní jde stranou. Přednost má zkrátka kvalitní fotografie,“ vysvětluje Jiří Benák.

2.3.1.1 Hodnocení zdrojů

Kromě své vlastní redakční databáze využívá každá redakce ještě další různé typy zdrojů. Jde o archivy či aktuální fotografie zpravodajských a obrazových agentur, fotobanky, filmové databáze či fotografie od manažerů akcí a produktů. Můžeme je rozdělit na základě toho, zda se jedná o české či zahraniční zdroje a zda jsou placené či nikoli. V souvislosti s vlastní rešerší vypisují nejpoužívanější z nich:

Placené zdroje:

- České zpravodajské agentury (ČTK, Mediafax)
- Zahraniční zpravodajské agentury (AP, Reuters)
- České fotobanky (Profimedia, Isifa, Hermína)
- Zahraniční fotobanka (Shutterstock)

ČTK – Česká tisková kancelář je veřejnoprávní instituce zřízená zákonem. Jejím posláním je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů. Zahrnuje slovní zpravodajství v češtině, slovenštině a v angličtině, obrazové a zvukové zpravodajství, videozpravodajství, infografiku a další služby. Svým klientům dodává denně v průměru 700 textových zpráv, až 400 fotografií, 10 videopříspěvků a 50 zvukových záznamů. Co se týče fotobanky, vlastní přes pět milionů fotografií od 20. let minulého století až po současnost. Přes milion fotografií má v digitální podobě. Nabízí od aktualit až po ilustrační snímky.⁷

Mediafax - Je nezávislá plnoformátová tisková agentura v České republice, která nabízí profesionální zpravodajský servis a produkty z oblasti médií, soukromého i veřejného sektoru. Agentura poskytuje svým klientům nepřetržitý textový a obrazový servis včetně infografiky.⁸

AP - Associated Press je americká tisková agentura s centrálou v New Yorku, založená v roce 1846 jako Harbour News Association. Poskytuje jak národní, tak mezinárodní informace z politiky, ekonomiky, kultury, společnosti a sportu. Každý den obdrží od

⁷ Zdroj ČTK, www.ctk.cz

⁸ Zdroj Mediafax, www.mediafax.cz

svých fotoreportérů více než 1000 fotografií z celého světa. Archiv AP obsahuje celkem přes 11 milionů fotografií a je to jeden z největších fotografických archivů na světě.⁹

Reuters – Je první anglická zpravodajská tisková agentura, kterou v roce 1851 založil v Londýně Paul Julius Reuter. V roce 2008 se stala součástí společnosti Thomson Reuters. Podobně jako AP poskytuje nejrůznější informace a fotografie z celého světa.¹⁰

Profimedia – Česká fotobanka poskytující licence na užití fotografií pořízených nejlepšími fotografy z celého světa. V archivu jsou fotografie, ilustrace a filmové záběry, mimo jiné i unikátní rights-managed i royalty-free snímky, aktuální foto/video zpravodajství z celého světa, sportovní fotografie, paparazzi, nadčasové historické fotografie i portréty světových celebrit.¹¹

Isifa - V současnosti je Isifa Image Service agenturou, poskytující služby v oblasti audio-vizuální komunikace a digitálního obsahu pro marketingové a mediální účely. Začínala v roce 1995 jako fotobanka, od roku 2006, kdy se stala výhradním zástupcem agentury Getty Images, poskytuje i vyšší úroveň multimediální komunikace a služeb digitálního obsahu.¹²

Hermína – Jedna z nemladších českých fotobank, která poskytuje registrovaným uživatelům fotografické, filmové a textové práce se zaměřením na módu, český showbizys, divadelní a muzikálová představení.¹³

Shutterstock – Zahraniční fotobanka, která je díky modelu předplatného jednou z nejnákladnějších. Sami fotografové sem mohou posílat nejen fotografie, ale i bitmapové či vektorové ilustrace, které se dále prodávají. V průměru se sem přidává kolem sto tisíc fotografií týdně.¹⁴

Neplacené zdroje:

- Filmové databáze (Bontonfilm, Warner Bros)
- Fotografie od manažerů akcí a produktů (Press kit)

⁹ Zdroj AP, www.ap.org

¹⁰ Zdroj Reuters, www.reuters.com

¹¹ Zdroj Profimedia, www.profimedia.cz

¹² Zdroj Isifa, <http://www.isifa.com/>

¹³ Zdroj Hermína, www.hermína.cz

¹⁴ Zdroj Shutterstock, <http://www.shutterstock.com/>

- Televizní kanály (Pressweby)

Bontonfilm - Společnost, která v České a Slovenské republice zaujímá nejvýznamnější místo v oblasti distribuce filmů v kinech a na nosičích DVD a Blu – Ray. Zastupuje tradiční hollywoodská studia 20th Century Fox, Paramount, Universal a DreamWorks, dále uvádí filmy produkované menšími studii a nezávislými producenty. Soustředí se také na spolupráci s českými producenty a uvádění domácí filmové produkce v kinech. Novinářům zdarma nabízí obrázky, trailery, synopse a další materiály k jednotlivým filmům.¹⁵

Warner Bros – Podobně jako společnost Bontonfilm poskytuje novinářům zdarma obrázky, trailery, materiály k filmům a termíny premiér.¹⁶

Press kit – Soubor propagačních materiálů osob, společností nebo organizací, které jsou v rámci tiskové konference zdarma poskytovány členům médií za účelem zviditelnění.¹⁷

Pressweby – Zdarma poskytují novinářům všechny potřebné informace včetně fotografií, které se týkají jejich televizních projektů a pořadů.¹⁸

2.3.2 Výběr obrazových materiálů

Jednou z nejdůležitějších fází práce s fotografiemi je jejich výběr. Protože se na něm v redakci podílí hned několik pracovníků, je důležité, aby všichni měli k fotografii pozitivní vztah a uměli rozeznat, který snímek splňuje kritéria novinářské fotografie a který nikoli. To potvrzuje i redaktorka Blesku Eva Tušková. „Ten, kdo fotografie vybírá nebo pomáhá vybírat by měl určitě umět rozeznat, který snímek je dobrý a který špatný. Nemusí přímo umět fotografovat, ale třeba základní práce v grafickém programu by měl určitě ovládat,“ říká. Souhlasí s ní i redaktor Aha! Karen Mchitarjan. „Redaktor nemusí umět fotografovat, stejně jako fotograf nemusí umět psát. Ale měl by rozeznat rozmázlou fotografii od ostré, rozpoznat, jestli je fotografie dostatečně kvalitní a velká. Nemůže být naprostý laik.“ Miroslav Hucek dokonce zastává názor, že povinností fotoeditora je mít znalosti z oboru fotografie. „Neměl by přece zařazovat snímky, které

¹⁵ Zdroj Bontonfilm, <http://www.bontonfilm.cz/>

¹⁶ Zdroj Warner Bros, www.warnerbros.cz

¹⁷ Zdroj Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Press_kit

¹⁸ Zdroj Prima, www.iprima.cz

mají z hlediska oboru chyby. Je to stejné, jako kdyby autor textu dělal pravopisné chyby a ty se potom otiskly,“ říká.

Hlavní slovo, pokud jde o výběr fotografií, má dnes v redakci obvykle fotoeditor popřípadě redaktor. Ten musí rozhodnout, která fotografie z nepřeberného množství snímků bude prezentována publiku a stane se veřejnou. Může se rozhodovat na základě několika faktorů. Z vlastní rešerše jsem vyzorovala, že jde hlavně o vlastní zkušenost, zaměření média, názory jiných lidí, jedinečnost fotografie, výpovědní hodnota fotografie nebo jak se snímek hodí ke článku. Tyto faktory ovlivňují každého gatekeepera v jiném pořadí, na jehož základě se nakonec rozhodne. Kromě toho existují ještě jistá pravidla, tzv. zpravodajské hodnoty (news value), které označují soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování (Burton, Jiráček 2001: 240).

2.3.2.1 Zpravodajské hodnoty

Obecně platí, že lidé na celém světě dávají přednost takovým informacím, které se jich bezprostředně týkají, mohou je třeba i v budoucnu ohrozit a mají vliv na jejich chování. Stejně je to i s fotografiemi. Pravděpodobně větší účinek na české publikum bude mít fotografie havarovaného autobusu v nějakém českém městě než havarované letadlo v USA. Stejně tak si s větší pravděpodobností všimnou snímku, kde je česká benzínová stanice s tabulkou cen pohonných hmot než jakákoli evropská. Jde o to, že čím blíže městu či státu, kde publikum žije, se událost stala, tím pravděpodobněji bude ať už písemně či fotograficky zaznamenána. Potlačena může být jen tehdy, pokud existuje událost, která je svým rozsahem větší nebo má silně negativní nádech. Výjimku také někdy tvoří fotografie známých zahraničních osobností, které díky své nedostupnosti pro české publikum stoupají tzv. na ceně. Záleží ale, k jaké události se snímek váže a co konkrétně zobrazuje.

Z toho vyplývá, že při rozhodování, co bude pro lidi zajímavé, hrají důležitou roli i tzv. zpravodajské hodnoty. Jedná se o jakási témata, o kterých se ví, že publikum zaujmou (Burns 2004: 63). Samotný pojem „zpravodajské hodnoty“ poprvé použil v roce 1922 ve své knize *Veřejné mínění* Walter Lipmann, který za zpravodajské hodnoty považoval jednoznačnost události, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt.¹⁹

¹⁹ Lipmann, 1922; cit. Reifová a kol.

Tyto hodnoty se v jednotlivých sociologických průzkumech, které byly v průběhu několika let vytvářeny, diametrálně lišily. Skutečně metodologicky podloženou analýzu zpravodajských hodnot přinesly v roce 1965 až Johan Galtung a Marie Rugeová, na které pak dále navázal například německý odborník na masová média Winfried Schulz (Burton, Jirák 2001: 241).

Zpravodajské hodnoty jsou tvořeny hodnotami obecnými a zpracovatelskými. Burton s Jirákem je ve své knize Úvod do studia médií rozděluje takto:

Mezi obecné hodnoty patří:

- **Výskyt** – Časový interval, který událost potřebuje, aby se rozvinula. Čím je událost kratší, tím větší má šanci, že se stane zprávou. Například dopravní nehoda.
- **Blížkost** – Události, které se odehrály v prostředí blízkém médiu a jeho příjemcům, mají velkou naději, že se dostanou do zpravodajství.
- **Jasnost** – Události, které jsou jednoznačné a je z nich patrné, kdo komu co udělal, mají větší naději stát se předmětem médií.
- **Jednoduchost** – Pozornost médií více přitahují události, které jsou jednoduché.
- **Smysluplnost** – Jde o kritérium pochopitelnosti události pro určité publikum.
- **Novost** – Nové události jsou ceněny daleko více než ty starší.
- **Průběžnost** – K jednou již zveřejněné důležité události jsou zpravodajsky hodnotné i další podrobnosti.
- **Možnost dalšího vývoje** – Událost, která se bude ještě vyvíjet je pro zpravodajství hodnotná.
- **Vztah k elitním národům, státům, osobám** – Události, ve kterých figurují mocné státy, národy nebo osoby, mají zvlášť velkou zpravodajskou hodnotu.
- **Personalizace** – Větší naději na zveřejnění mají události, které lze podat jako jednání konkrétních osob než abstraktní děje.
- **Negativita** – Média ráda využívají společenské povědomí o tom, co je špatné a nežádoucí.
- **Souznění** – Zpravidla se opírá o návyky příjemců. Publikum něco očekává a událost, o které se zpravuje, to musí splňovat.

- **Překvapení** – Zájem publika o překvapivé věci. Čím neočekávanější událost, tím vzbudí více pozornosti.
- **Předvídatelnost** – Pomáhá publiku formovat očekávání o médiu, aby včas poslalo na místo redaktora.
- **Variace** – Pokud se zprávy věnují určité domácí události, mají tendenci obohacovat i zahraniční zpravodajství o toto téma.

Mezi zpracovatelské hodnoty patří:

- Je k události obrazový materiál?
- Je tu možnost dramtizace a zřetelný konflikt?
- Jde to podat jako příběh o jedinečném lidském osudu?
- Hodnocení informační kvality zpravodajství – je zpráva relevantní, pravdivá a srozumitelná?

Pro srovnání například Burns považuje za základní zpravodajské hodnoty dopad, časový rozměr, blízkost, konflikt, naléhavost, novost a relativitu (Burns 2002: 63). McQuail pak velký rozsah události, blízkost místa děje, jasný význam, krátký časový rozsah, závažnost, souzvuk, personifikace, negativita, význam, drama a akce (McQuail 2009: 320).

2.3.2.2 Výběr titulní fotografie

Jedním z hlavních úkolů fotoeditora je vybrat vhodnou titulní fotografii, která je z pohledu vydavatele tou nejdůležitější, neboť prodává vytvořený produkt. Základem je, že musí být poutavá a výstižná. Především časopisy a bulvární tisk sází na to, že se jejich výtisk lépe prodá, když na obálce bude atraktivní fotografie. Podle výzkumů, při kterých bylo možné změřit čas, který čtenář věnuje fotografii, vyšlo najevo, že při čtení časopisu, novin nebo webových stránek se příjemci nedívají na fotografii déle než tři čtvrtě vteřiny (Šmausová 2009: 11). Proto je nutné, aby fotoeditor vybral takový snímek, který čtenáře okamžitě zaujme. Ne všude ale vybírá titulní fotografii on. „U nás fotoeditor není, proto snímky na stránky vybírají redaktoři a titulní fotografii si vybírá sám šéfredaktor popřípadě jeho zástupci,“ říká Karen Mchitarjan z Aha!. Podle bývalé dlouholeté redaktory časopisu Týden Marcely Kašparkové existuje nepsaný seznam

témat, o kterých se ví, že dokáží působit na lidské smysly. „Z výzkumů prodejnosti Týdne se zjistilo, že když bylo na obálce jedno z těchto témat, časopis se prodával více,“ říká. Mezi tato témata patří:

- děti
- zvířata
- jídlo
- známé osobnosti (celebrity)
- šokující věci

Úkolem obrazového editora ale není jen fotografii správně vybrat. Už dopředu také musí vědět, z jakých zdrojů bude čerpat. Pokryje titulní stranu agenturní fotografií? Nebo vyšle redakčního fotografa, aby snímek pořídil? Pokud se rozhodne pro druhou možnost, je na místě, aby znal um všech fotografů v redakci, věděl, kdo jak fotografuje a kdo je nejlépe schopen zadaný úkol zvládnout. Zároveň je také důležité, aby seznámil dotyčného fotografa co nejlépe se svoji vizí, jak by měla fotografie vypadat a také s obsahem článku (Kobré 2004: 195).

2.3.3 Shromážd'ování obrazových materiálů

Žádný fotoeditor, a to zvláště pokud pracuje v deníku, nikdy neví, jaké fotografie bude druhý den potřebovat. Proto je mimo jiné jeho povinností zúčastňovat se ranních a dopoledních porad. Musí mít přehled o tom, co který redaktor píše, aby danou část mohl pokrýt fotografiemi, popřípadě aby zajistil fotografa, který snímek pořídí a také, aby věděl, jak bude která stránka přibližně rozvržena. „První, co by měl fotoeditor hned ráno udělat, když přijde do práce, je podívat se do plánu ČTK, jaké jsou na ten den plánované události, které by stály za to vyfotografovat,“ říká bývalý fotoeditor MF Dnes Jiří Benák. „Někdy jsou tam totiž věci, které by stály za to zveřejnit,“ dodává. Prvním úkolem fotoeditora tedy je, vybrat v daném dni důležité události, zavolat je hlavnímu fotografovi a domluvit se s ním, co z toho má smysl fotografovat a co se dá případně vzít z dostupné agentury, kdyby bylo fotografa potřeba jinde. Poté je obvykle na řadě první porada. „U nás začíná každý den zhruba v 9.30, takže chodíme do redakce na devátou, abychom se na ni připravili. Trvá cca 15-30 minut. Poté začíná velká

porada, která trvá asi 40 minut. Tam se hodnotí noviny a nabízí se nová témata. Každý fotograf musí poslat snímky do archívu z předešlého dne do 9.00 ráno. Pokud se nám nějaká fotografie líbí, ukážeme ji už rovnou na poradě,“ vysvětluje redaktor Karen Mchitarjan, jak to chodí v Aha!. Že porad bývá v rámci dne více, potvrzuje i Jiří Benák. „Porad bývá celkem dost, někdy to až zdržuje. My jsme měli hlavní porad zhruba v 11.15. Účastnil se jí i šéfredaktor a vedoucí všech rubrik. Fotoeditor tam chodil jako zástupce fotografů a prezentoval, co se ten den děje. Zároveň si vyslechl i co mají ostatní, protože ne všechno se samozřejmě fotografovalo. Zahraničí, komentáře a ekonomiku jsem se dozvěděl až na poradě, o čem se bude psát a k čemu potřebujeme fotografie,“ vysvětluje. Na hlavní poradě se zároveň hodnotí i noviny z minulého dne. „Vzhledem k tomu, že fotoeditor má obvykle zodpovědnost za všechny fotografie, je to většinou na jeho bedrech, pokud je něco špatně,“ říká Benák. V týdenících je postup podobný. „Porady domácího oddělení on-line deníku Týden.cz jsou od úterý do pátku v 9.30 hodin. Účastní se jich editor, který má směnu, šéf zpravodajství, zástupce šéfredaktora, fotoeditor a redaktoři. Domlouvají se na článcích, které je ten den potřeba napsat na web a které události je třeba vyfotografovat. Akorát v pondělí je porad velká, a to od 9.00, na které redaktoři představují plány své práce na celý týden,“ říká Marie Bezděková, fotoeditorka Týdne.cz. Po poradě už se každý začíná věnovat své práci. Fotografové a redaktoři jsou vysíláni na akce, posílají snímky a píšou články. Fotoeditor mezitím vybírá fotografie z agentur a čeká na snímky od fotografů.

2.3.3.1 Práce s obrazovým materiálem

Samotné noviny se v případě deníků začínají kreslit po poledni. Tuto práci mají na starosti editoři. Úkolem fotoeditora je se s nimi průběžně domlouvat, jak bude stránka rozvržena a kam se umístí fotografie. Zároveň se také musí domlouvat s art directorem, zda s fotografiemi souhlasí. „Fotoeditor je takový střed všech názorů. Musí často diplomaticky vysvětlovat, proč dát tuhle fotografii a proč nedat tuhle. Je to hodně o hádání. I když je kolektiv dobrý a jsme kamarádi, když jde o práci, jde všechno stranou a lidé se někdy i pohádají,“ říká Benák. Fotoeditor obvykle připraví dvě až tři varianty fotografií, které by byly ke článku vhodné, a jde se o nich poradit s šéfredaktorem či art directorem. „Měl by mít na paměti, že on je za fotografie zodpovědný, proto když s něčím nesouhlasí, měl by to dát najevo. Umět si prosadit svou je pro toto povolání hodně důležité,“ tvrdí Benák. Co se týče redaktorů, tak s těmi se

fotoeditor také domlouvá, nechte ale jejich články. „Na čtení textů většinou není čas, je dost jiné práce. Obvykle se to dělá tak, že fotoeditor dostane od editora zprávu, o čem se píše, a k tomu najde vhodný snímek.“ Fotografie je zpravidla připravená jako první. Až poté se dodává článek. „Editor zná většinou obsah článku dříve, než je napsán. Při výběru fotografie totiž nelze čekat, až budou všechny články dopsány. Noviny musejí vznikat kontinuálně,“ říká k tomu fotoeditor Lidových novin Jan Bezucha. Editoři si přečtou všechny články od redaktorů, a pokud jsou materiály v pořádku, rozdělí se, co na které stránky půjde. Poté si je ke kontrole vezmou vedoucí vydání, art director nebo šéfredaktor. Odtud putují ke korektorům a ke grafikovi na zlom. Stránka se vyjede na barvu a dá se šéfgrafikovi, který ji předloží zástupci šéfredaktora nebo přímo šéfredaktorovi na schválení. Pokud ten nemá připomínky, stránka se pošle do výroby.

2.3.4 Přiřazování obrazových materiálů k textům

Práce fotoeditora popřípadě redaktora je obvykle nejkomplicovanější v okamžicích, kdy má rozhodnout o publikaci delikátních fotografií se značně kontroverzním obsahem. Takovým případem bylo například zpravodajství z 11. září 2001, kdy se fotoeditoři museli rozhodnout, zda publikují fotografii lidí, kteří upřednostnili skok z horních pater WTC, než aby tam zemřeli (Šmausová 2009: 25). Přestože fotoeditoři nejsou jediní, kteří o citlivých záběrech přemýšlejí, je na nich, jak se nakonec rozhodnou. V této fázi více než kdy jindy závisí na zaměření média. Není to pravidlem, ale bulvární deníky mají už ve své podstatě zakotveno šokovat. Proto je větší pravděpodobnost, že kontroverzní snímek uveřejní. To potvrzuje i Karen Mchitarjan z Aha!. „Když Agáta Hanychová ukáže prsa, je jasné, že nedám ke článku fotografii, kde je zahalená. Ba naopak, vyberu tu, kde je její poprsí vidět co nejlépe. Nejde to ale uplatňovat na všechny situace. Záleží na tématu. Faktem ale zůstává, že když někdo smutní, nemůže se na fotografii smát,“ říká redaktor.

Téměř vždy záleží na tom, jaký má zveřejňovaná událost charakter. Někdy je prostě nutné ukázat událost v její syrovosti, aby byl zachován dojem skutečnosti. To se týká především snímků z pohřbů, různých katastrof a neštěstí. V těchto situacích redakce velmi zvažují, které snímky uveřejní. „Bezodůvodnou krev a smrt lze na internetu vidět všude. Proto do novin by se měly dávat takové snímky, které jsou nadčasové a symbolické. Vše se samozřejmě musí řešit individuálně v kontextu k události,“ objasňuje fotoeditor Lidových novin Jan Bezucha.

2.3.4.1 Etické rozhodování

Redakcí každodenně projde řada informací, s nimiž je obeznána jen malá skupina lidí, která se je snaží rozšířit dál tím, že je zveřejní publiku. K těmto informacím je zapotřebí přiřadit také vhodné fotografie. Stejně jako novináři neustále řeší etické otázky, tak i fotografové, fotoeditoři a skeneristi jsou dennodenně postaveni před vlastní zodpovědnost. Thompson zastává názor, že moderní média mají zásadní dopad na společnost. Vždy je ale podle něj třeba uvažovat konkrétní kontext, tj. jaké fotografie a proč byly médií zveřejněny.

Mezi zásadní problémy fotografické etiky patří zkreslení reality výběrem tématu a také manipulace s fotografiemi prostřednictvím grafických programů. „Nástup počítačového zpracování fotografického obrazu přinesl takové možnosti manipulace s autentickým fotografickým obrazem, že byla již navždy zpochybněna základní vlastnost, s níž stojí a padá celá oblast novinářské fotografie, a to je důvěryhodnost,“ píše v knize *Zpravodajství v médiích* Alena Lábová. Dnes už neplatí, že vzniklá fotografie musí mít předlohu v reálné skutečnosti. O tom svědčí i fakt, že obliba grafických programů neustále stoupá. Retušují se nedostatky pleti, vrásky, modelují se postavy. Na titulních stranách už nebývají fotografie v původní podobě, tedy tak, jak je vyfotografoval autor, ale retušované, byť s minimálními úpravami. Právě retušování je podle výzkumu *Jak digitální technologie změnila práci českých fotožurnalistů* Aleny Lábové považováno za zcela běžnou úpravu. Naopak za zcela nepřijatelnou úpravu s výjimkou použití výřezu je odstranění rušivého pozadí snímku (*Média dvacet let poté* 2009: 305).

Přístup českých fotografů, fotoeditorů a skeneristů k úpravám fotografií se různí. Zůstává pouze fakt, že každé jejich rozhodnutí, co se týče manipulace s fotografií, si nese svoje důsledky. Dokonce i rozhodnutí neuveřejnit žádnou fotografii z nabízených, má své důsledky. Mnozí fotoeditoři se proto odvolávají na to, že přestože oficiálně mají poslední slovo co se týče výběru oni, nepřímo jejich nadřízený, obvykle art director. Morálka jednotlivce tak podle nich nehraje roli.

3. Metodologie

Na začátku této práce jsem si stanovila cíl, že vysleduji, jak dnes pracují lidé, kteří si říkají fotoeditoři. Co je hlavní úkolem jejich práce, zda musejí mít odborné vzdělání, aby mohli tuto funkci vykonávat a v neposlední řadě i to, jestli je jejich existence pro redakci tak důležitá, že se bez nich neobejde. Za zkoumaný vzorek, na kterém jsem chtěla své výpovědi demonstrovat, jsem si zvolila šest médií, které v dnešní době významně ovlivňují českou mediální scénu. Jde o deníky Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, týdeníky Reflex a Týden a bulvární deníky Blesk a Aha!. Na základě hloubkových rozhovorů, které jsem se zaměstnanci zvolených redakcí vedla, se nyní pokusím ukázat, jakou roli v těchto médiích fotoeditoři skutečně hrají, co je náplní jejich práce, jak ji oni sami vnímají a jestli opravdu plní funkci gatekeeperů a rozhodují o tom, které informace projdou pomyslnou branou světa zpravodajství a publicistiky (McQuail, 2007: 241), a nebo nikoli.

Ráda bych podotkla, že účelem mé práce není dělat rezolutní soudy. Nechci čtenáře přesvědčovat, že funkce fotoeditora je potřebná nebo zbytečná. Jen chci ukázat, jak tuto funkci vnímají samy redakce, jak samotní fotoeditoři, popřípadě ti, kteří jejich funkci zastávají. V čem pozorují hlavní úskalí a co by třeba i rádi změnili.

V žádném případě také nechci práci jednotlivých fotoeditorů srovnávat, kdo je lepší a kdo horší. Sama jsem se v praxi přesvědčila, že práce fotoeditora spočívá mimo jiné i v tom, že musí komunikovat s ostatními členy redakce, a pokud komunikace není úplně dokonalá, stěžuje mu to významně práci.

V několika dalších částech se tedy pokusím analyzovat to, co jsem průzkumem²⁰ zjistila. Položila jsem všem zúčastněným několik stejných otázek, které směřovaly k různým oblastem fotoeditorské práce. Některé se týkaly obecnějších věcí, jako chod celé redakce, kdo se s kým domlouvá, některé věci konkrétních, např. jak přesně mají redakce rozdělenou práci s fotografiemi, kdo zodpovídá za výběr snímků či z kterých databází konkrétně čerpají.

²⁰ Průzkum proběhl v rozmezí února až května 2010. Někde jsem použila metodu e-mailové korespondence, s některými respondenty jsem se sešla osobně.

3.1 Analýza jednotlivých redakcí

3.1.1 Kdo se stará o fotografie?

Z šesti vybraných médií mají pouze tři redakce fotoeditora, a to Mladá fronta, Lidové noviny a Týden. Reflex a Blesk disponují produkčním, Aha! má pak pouze redaktory a fotografy.

V souvislosti s tím tedy práce s fotografiemi vypadá v každém médiu jinak. V denících Mladá fronta, Lidové noviny a týdeníku Týden funguje fotoeditor jako jakýsi prostředník mezi fotografy a ostatními členy redakce. Orientuje se v redakční databázi, odkud snímky vybírá a přidává je ke článkům. Komunikuje jak s fotografy, tak s redaktory, editory a grafiky, se kterými se radí, zda je vybraný snímek vhodný velikostí, ořezem (grafik), zda je vhodný obsahově (editor) a zda koresponduje se článkem (redaktor). Obvykle za vybrané fotografie také v celém kontextu zodpovídá. Jen v případě Mladé fronty je poslední slovo rozděleno ještě mezi art directora a šéfredaktora. „U nás v redakci mám co se týče výběrů fotografií poslední slovo já. Téměř vždy konzultuji vybraný snímek s editorem stránky, který už dopředu ví, jaký bude obsah článku, ještě než je napsán,“ říká fotoeditor Lidových novin Jan Bezucha. Kromě toho, že se fotoeditor domlouvá s lidmi v redakci, komunikuje také s fotografy. „Úkolem fotoeditora je účastnit se porad, kde se domlouvá s editorem, na kterou akci je potřeba fotografa poslat. Když se oba domluví, zavolá fotoeditor vedoucímu fotografů a prokonzultuje s ním, kdo na jakou akci půjde,“ objasňuje Marie Bezděková, fotoeditorka Týdne.cz.

V případě Reflexu a Blesku zastupuje určitým způsobem fotoeditora produkční. „Jeho práce spočívá konkrétně v tom, že objednává fotografie z agentur a rozděluje práci fotografům, kdo na jakou akci půjde. Fotografie ke článkům ale nevybírá. To děláme my, redaktoři,“ vysvětluje redaktorka Blesku Eva Tušková. Redakce Reflexu dokonce disponuje dvěma produkčními, kteří částečně organizují fotografování, ale hlavně získávají snímky z agentur. „Fotografie sami nevybírají, spíš zajišťují jakýsi širší výběr (předvýběr), ze kterého pak dělají závěrečný výběr grafické spolu s fotografy. Obyčejně má nejvýznamnější slovo šéf fotooddělení Jan Šibík. Ten je ale často mimo redakci, takže o konečném výběru nakonec rozhoduje někdo z přítomných fotografů společně s odpovědným grafikem a debaty se obvykle účastní i autor článku, je-li to přítomný člen redakce. Zásadní a poslední slovo má pak u každého obrazového

materiálu šéfredaktor Pavel Šafr,“ popisuje situaci v redakci fotograf Reflexu Stanislav Krupař.

Pouze mezi fotografy a redaktory je rozdělena práce s fotografiemi v deníku Aha!. „U nás je hlavní fotografií pořídit. Ve fotooddělení máme celkem devět fotografů, kteří fotí zpravodajství, politiku a společnost. Po pořízení snímků posílají fotografie do redakční databáze, odkud si je pak vybíráme my, redaktoři. Pouze na titulní stránku si je volí sám šéfredaktor. Někdo jako produkční u nás není. Snímky archivuje sekretářka,“ vysvětluje redaktor Aha! Karen Mchitarjan.

3.1.2 Jakou roli fotografie hrají?

V dnešní době se žádné médium bez obrazového materiálu neobejde. Snímky se přidávají ke každému článku a často se využívá i opačný efekt, kdy fotograf pořídí snímek a teprve k němu se pak dopíše text. To potvrzuje i redaktorka Blesku Eva Tušková. „Když je fotografie dobrá, dá se většinou článek postavit i na ní. Není to nic neobvyklého. Jsme bulvární médium, kde fotografie hrají důležitou roli. Zároveň ale není pravda, že by fotografie převažovaly nad články. Spíš bych řekla, že je to vyrovnané.“ S vyrovnaností článků a fotografií se ztotožňují prakticky všechny redakce. Nikdo nemá pocit, že by jedno převažovalo nad druhým. „Přestože jsme také bulvární médium, kde fotografie hraje důležitou roli, nedá se říct, že by bylo více článků než fotografií a naopak,“ potvrzuje Karen Mchitarjan z Aha!.

Mnohem více se lišily názory na to, které fotografie v jednotlivých médiích převažují. A to dokonce i v rámci jednoho média, kdy z Aha! odpovídali dva zástupci. „Podle mě určitě reportážní a pak paparazzi.“ (Mchitarjan) „Já myslím, že nejvíce je portrétních, pak reportážních, dokumentárních a nakonec ilustračních. Určitě jsou tam ale zastoupeny všechny složky,“ říká fotograf Aha! Marek Pátek. Reflex, Týden a Mladá fronta se nezávisle na sobě shodně domluvily, že u nich převažují portrétní a reportážní fotografie, pokaždé ale v jiném sledu. „U nás převažují určitě portrétní a pak až jsou reportážní,“ říká Krupař z Reflexu. Týden uvedl na prvním místě reportážní, poté portrétní a dodal i ilustrační fotografie. Jiří Benák z Mladé fronty uvedl, že to je půl napůl. „Objevují se jak reportážní, tak i portrétní.“ Jan Bezucha z Lidových novin neuvedl žádný konkrétní typ. „Záleží, o čem hovoříme. Lidové noviny mají několik separátů, přílohy a magazíny, takže je to rozdílné.“

3.1.3 Kdo fotografie upravuje?

Základní úpravu fotografií mají v popisu práce sami fotografové. „Primárně se snažíme udělat fotografii tak, aby se už dále nemusela upravovat. Pokud se to ale úplně nepovede, děláme základní věci jako je ořez, zesvětlení či ztmavení a podobně,“ objasňuje fotograf Aha! Marek Pátek. V redakci se pak fotografie ještě dále upravuje. To mají většinou na starosti skeneristi. „U nás je to výhradně záležitost skeneristky. Je zkušená, má kalibrovaný monitor, na kterém upravuje všechny fotografie do čísla a převádí je do prostoru CMYK. My fotografové své snímky sice upravujeme, ale děje se tak jen na nepříliš kvalitních monitorech a v prostoru RGB. Když nám na materiálu hodně záleží, máme možnost si ke skeneristce sednout a ona se řídí našimi radami a přáními,“ vysvětluje Stanislav Krupař z Reflexu. Skeneristu využívají i další redakce - Týden, Lidové noviny, Blesk a Aha!. Jen v Mladé frontě stejný postup nedělá skenerista, ale přímo fotoeditor. „Fotograf upraví snímky po svém a pošle je do systému, odkud já nějaký snímek vyberu a upravím ho. Následně ho pak převedu do CMYKu. Všechny fotografie se ale nepřevádí. Jen ty, které jdou do novin,“ říká Jiří Benák z Mladé fronty.

3.1.4 Odkud se fotografie vybírají?

Každá redakce disponuje svou vlastní databází fotografií a využívá i placené a neplacené zdroje. „Jelikož máme početný tým fotografů, snažíme se využívat hlavně vlastní snímky. Pokud ale nejsou, hledáme ve fotobance ČTK, Hermína nebo v jiných placených fotobankách jako je Profimedia nebo Isifa. Často také hledáme fotografie na presswebech televize Nova, Prima nebo České televize,“ říká Karen Mchitarjan z Aha!. Fotobanku ČTK, Profimedie a Isify využívají i všechny ostatní vybrané redakce. Reflex, Blesk a Lidové noviny mají ještě přístup do agentury Reuters, Mladá fronta, Lidové noviny a Týden využívají i agenturu AP. „Kromě klasických fotoagentur využíváme i ty, které se specializují na ilustrační fotografie jako je třeba Shutterstock,“ říká Jiří Benák z MF. Tuto agenturu využívají i Lidové noviny, které vyhledávají

fotografie dále na Mediafaxu, AFP²¹ nebo Getty Images²². Blesk používá fotobanku ShowPix²³, Hermína nebo EPU²⁴. Specialitou Reflexu je pak ContourPhotos²⁵.

Co se týče vlastní redakční databáze fotografií, tak do té mají obvykle přístup všichni zaměstnanci redakce, kteří mají co do činění s fotografiemi. „My máme společnou databázi pro všechny kraje,“ říká fotoeditor iDnesu Jiří Benák. „Po přihlášení do ní vidí všichni. Stoprocentně tam mají přístup editoři, a pak někteří píšíci redaktoři. Orientace v databázi je vcelku jednoduchá. Zadá se klíčové slovo, dá se filtr, který může být nastaven podle času nebo toho, kdo snímek fotografoval, a pak už vyjede jen řada fotografií, ze kterých se vybírá,“ vysvětluje. Podobně to funguje i v ostatních redakcích. „Naše redakční databáze je rozdělená do několika částí, a to archívu, aktuálních snímků za posledních cca dvacet dní, fotobanky ČTK a dalších. Fotografie tam přidávají fotografové, sekretářka je archivuje a redaktor pak vybírá,“ říká Karen Mchitarjan z Aha!. Podobnou databázi jako má Mladá fronta mají i Lidové noviny s tím, že se tam přidává denně kolem čtyřiceti fotografií. „Záleží vždy na tématu a událostech. Vyhledáváme tam podle klíčových slov,“ dodává fotoeditor Jan Bezucha. Do databáze posílají snímky fotografové, ne všechny se ale archivují. „Automaticky se archivují jen ty, které vyjdou v novinách a ty které si sami vyžádáme k archivaci. Všechny ostatní snímky se nearchivují,“ říká Eva Tušková z Blesku. O redakční databázi Reflexu se nepodařilo získat bližší informace. „Momentálně je ve stádiu zrodu,“ prozradil Stanislav Krupař.

3.1.5 Podle čeho se fotografie vybírají?

Výběr snímků každého gatekeepera ovlivňuje řada faktorů. V rámci průzkumu jsem poprosila respondenty, zda by mohli seřadit šest možností podle toho, jak na ně působí při výběru snímků v jejich vlastních redakcích. Faktory označené č. 1 mají hlavní úlohu při výběru snímků, faktory s č. 6 nehrají téměř žádnou roli. Zde předkládám výslednou tabulku.

²¹ AFP – Agence France-Presse je francouzská zpravodajská agentura, zabývající se získáváním, zpracováváním, ukládáním a šířením textových a obrazových informací.

²² Getty Images – jedna z největších obrazových bank na světě.

²³ ShowPix – česká fotobanka, která poskytuje svým zákazníkům práva k užití fotografických děl.

²⁴ EPA – European Pressphoto Agency je mezinárodní fotografická agentura.

²⁵ ContourPhotos – fotografická agentura specializující se na portréty celebrit.

	Aha!	Blesk	MF Dnes	LN	Týden
Vlastní rozhodování	4	4	1	1	5
Zaměření média	5	6	5	1	4
Tlak z vedení, názory jiných	6	5	6	6	6
Jedinečnost snímku	2	1	2	1	3
Výpovědní hodnota snímku	1	2	3	1	1
Snímek se hodí ke článku	3	3	4	1	2

Fotograf Stanislav Krupař z Reflexu se omluvil, že není schopen určit pořadí, protože nemá žádné schéma výběru fotografií. „Snímek prostě musí být dobrý, zajímavý a neokoukaný. Konečné slovo má u nás při výběru fotografií šéfredaktor.“

Téměř všichni respondenti se shodli, že tlak z vedení či názory jiných lidí nehrají při výběru fotografií žádnou roli. Naopak největší rozdíly se projevily u vlastního rozhodování. Zatímco gatekeepři Mladé fronty a Lidových novin ho upřednostňují, u bulvárních médií Aha! a Blesku hrají důležitější roli jedinečnost snímku a jeho výpovědní hodnota. „Téměř vždy respektuji text článku a také se při výběru řídím podle toho, na co se Lidové noviny zaměřují,“ říká jejich fotoeditor Jan Bezucha. Na rozdíl od něj přikládá zaměření média zbytek respondentů menší význam. To, zda se snímek hodí ke článku, jeho jedinečnost či výpovědní hodnota jsou podle nich důležitější.

3.1.6 Kdo dělá popisky a zdroje u fotografií?

Ani co se týče psaní popisků a zdrojování fotografií, nefunguje to v redakcích stejně. V převážné většině dělají popisky k fotografiím redaktoři. „Je to jejich práce v rámci psaní článku,“ tvrdí redaktor Aha! Karen Mchitarjan. „Když posíláme fotografie do

systemu, napíšeme k nim popisek my, do novin ho pak upraví redaktoři,“ doplňuje ho fotograf Marek Pátek. Stejně to funguje i v deníku Blesk. V Reflexu píše popisky obvykle autor článku, kredity nebo-li zdroje ale dělá fotoprodukce. V Týdnu.cz dělají pak popisky a zdroje téměř výhradně externisté. „Je to běžný postup,“ dodává fotoeditorka Marie Bezděková. V případě Lidových novin je to podle fotoeditora Jana Bezuchy starost editora stránky.

3.1.7 Uveřejňují se i fotografie od občanů?

Na rozdíl od seriózních médií umožňují bulvární média uveřejňovat i snímky od občanů. „Je to běžná praxe. V Blesku máme například „Horkou linku“, na kterou mohou lidé volat, pokud mají nějaké zajímavé snímky. My je uveřejníme a motivujeme tím i další čtenáře, aby nám posílali zajímavosti. Ceník fotografie se pohybuje podle toho, jak je fotografie atraktivní. Nežádá se ale stává, že nám volají i lidé, kteří mají na snímcích doslova blbosti a požadují za to nehorázné sumy,“ říká redaktorka Blesku Eva Tušková. Stejný postup uplatňují i v redakci Aha!. „Máme v novinách „pouták“, kam mohou lidé své snímky posílat. Většinou platíme pouze za fotografie celebrit. Cena je určena podle zajímavosti fotografie. Neexistují žádné ceníky. Někdy se ale dělají i soutěže, například Nejhezčí pes, dítě...momentka. To je zadarmo a nikomu se nic neplatí. Jen vítěz bere vše,“ vysvětluje Karen Mchitarjan.

Seriózní deníky uveřejňují snímky od občanů jen velmi zřídka. „Pokud se to stane, musí mít ten snímek nějakou přímou návaznost na obsah článku,“ tvrdí fotoeditor Lidových novin Jan Bezucha. „Děje se to opravdu jen výjimečně. Pamatuji si, že jednou nám poskytl čtenář snímky popadaných stromů po orkánu, jinak jsem se s tím ale nesešla,“ říká fotoeditorka Týdne.cz Marie Bezděková. Bývalý fotoeditor Mladé fronty Jiří Benák tvrdí, že tyto fotografie uveřejňují spíše internetová média. „Mají na to prostor. Navíc, když je snímek kvalitní a dobrý, má to význam. V tištěných médiích se to ale prakticky neděje.“ Ani v Reflexu s tím velké zkušenosti nemají. „Pokud se jedná o něco výjimečného, lze to uveřejnit. Jinak jsou ale agentury plné fotografií. Navíc Reflex zaměstnává tři fotografy a spolupracuje s několika externisty,“ vysvětluje Stanislav Krupař.

3.1.8 Má funkce fotoeditora smysl?

I dnes ještě některá média fotoeditora nevyužívají. Jeho práci i nadále zastávají fotografové, kteří snímky pořídí, vyberou, upraví a pošlou do redakce. Tam je již připravené přebírají redaktoři, kteří po další selekci vyberou vhodný snímek přesně pro svůj článek. Podobně jako v případě redakce Blesku nebo Aha!. „Fotoeditor podle mě není v redakci důležitý. Je to další článek navíc. Kolikrát už dopředu vím, o čem budu psát článek a konkrétně si k tomu vyberu i fotografii. Nemusím to složitě nikomu vyprávět, aby mi tam stejně nakonec dal třeba snímek, který vůbec nechci. Jeho funkce mi přijde zbytečná,“ říká Eva Tušková z Blesku. Redakce Aha! s ní souhlasí jen napůl. Karenu Mchitarjanovi přijde také zbytečný, fotograf Marek Pátek by jeho přítomnost v redakci ale naopak uvítal. „Podle mě je fotoeditor přežitek. Je to jen člověk, který fotografie třídí a archivuje. U nás to dělá sekretářka. Když se moje fotografie, kterou jsem vybral nelíbí, hledám jinou,“ říká Mchitarjan. „Já si naopak myslím, že fotoeditor by se hodil. Mohl by popisovat fotografie, které jsme nepopsali, mohl by hledat zajímavosti na fotografiích a nabízet to jako témata redaktorům. Staral by se o to, aby důležité snímky byly 100% archivovány pro budoucí použití,“ dodává Pátek. Ostatní redakce kromě Reflexu fotoeditora mají a myslí si, že je pro redakci důležitý. „Fotoeditor má přehled o fotografiích, ví, kde co vyšlo, kde jsou nejlepší snímky. Je jakousi zpětnou vazbou do fotooddělení a ke skeneristovi,“ říká Jan Bezucha z Lidových novin. I Miroslav Hucek, který dříve pracoval jako obrazový redaktor, si stojí za tím, že funkce fotoeditora má v této době stále smysl. „Dnes je ve zvyku, že píšící redaktor dělá z úsporných důvodů ke svému textu fotografie sám. Ale většina těchto fotografií má velké nedostatky. Vybírat fotografie z databází je velký problém, neboť se to odráží na celkovém profilu časopisu. Databáze obsahují převážně slušné fotografie, ale pouze líbivé. Použijí-li se v časopise, pak je nelze postavit vedle zpravodajských a agenturních a narušuje to celkový dojem o časopise.“

4. Závěr

Cílem mé práce bylo ukázat, jak dnes pracují lidé, kteří si říkají fotoeditoři. V čem konkrétně spočívá jejich úloha, zda opravdu zastávají roli gatekeeperů a rozhodují o tom, jestli fotografie bude či nebude publikována, a zda je nutné, aby se o fotografii jako obor zajímali. Také jsem se zaměřila na to, jak důležitá je jejich role v médiích a prozkoumala jsem, jak se jejich práce změnila s nástupem digitální éry. Více pozornosti jsem věnovala i výběru obrazových materiálů, neboť to je část, která úzce souvisí s etickým rozhodováním a vlastní zodpovědností.

Jako výzkumný vzorek jsem si zvolila šest médií, které v dnešní době výrazně ovlivňují českou mediální scénu - deníky Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, týdeníky Reflex a Týden a bulvární deníky Blesk a Aha!. Se zaměstnanci těchto periodik jsem vedla hloubkové rozhovory, které jsem následně analyzovala. Nyní se pokusím shrnout, k čemu jsem ve své práci dospěla.

Bez ohledu na to, o jaký typ média se jedná, fotografie hrají velmi důležitou roli. Zatímco u článku má člověk možnost rozhodnout se, zda ho po přečtení titulku bude dál číst nebo ne, u fotografie tomu tak není. Právě na to spoléhá většina médií, a to nejen těch bulvárních. Fotografie už neslouží jen jako doplňkový materiál, hraje hlavní roli. Láká čtenáře, aby si časopis koupil, v souvislosti s exkluzivitou staví jedno médium nad druhé a nezřídka se stává, že na základě fotografií se píše i články. To si uvědomují i lidé, kteří s fotografiemi pracují a mají za jejich publikování zodpovědnost.

Na výběru snímků se v redakci podílí řada pracovníků. Jen ti, kteří je ale z databáze skutečně vybírají a mají to přímo i v popisu práce, za ně mají zodpovědnost. Pokud budeme vycházet z definice Denise McQuaila, že gatekeeper je člověk, který rozhoduje o tom, jaká zpráva projde do světa zpravodajství (McQuail 2002: 241), zjistíme, že redaktoři a fotoeditoři se stávají gatekeepery jen napůl. Vybírají sice snímky a mají za ně konečnou zodpovědnost, rozhodující slovo ale mohou mít i jejich nadřízení. Jak podotkl bývalý fotoeditor Mladé fronty Jiří Benák, záleží pak už jen na nich, zda si v konečném výběru prosadí svůj názor či nikoli.

Mezi nejčastější náplň fotoeditorů v redakcích patří sledování událostí, které by stály za to vyfotografovat, posílání fotografií na akce, přijímání pořízených fotografií, vyhledávání snímků v databázích, porady s ostatními členy redakce a v některých případech i upravování snímků. V souvislosti s tím si většina zpovídaných myslí, že

fotoeditor by měl znát alespoň základy fotografické tvorby, měl by umět základní práce v grafickém programu a mít cit pro výběr fotografií.

Celý proces týkající se mediálního produktu je velmi složitý a v každé redakci probíhá jinak. V závislosti na tom hodnotily vybrané redakce i přínos či absenci fotoeditora. Z průzkumu vyplynulo, že redakce, které ho nemají, jsou spokojené, neboť mají pocit, že fotoeditor by byl jen dalším článkem navíc, přes kterého by musely procházet informace. Redakce, které ho mají, jsou spokojeny také, protože fotoeditora nevnímají jako překážku, ale jako velký přínos. Nejen, že se stará o fotografie, ale funguje i jako prostředník mezi všemi profesemi v redakci. Nelze tedy jednoznačně říct, zda je funkce fotoeditora v redakcích potřebná. Vždy záleží na každé konkrétní organizaci.

5. Resumé

Zatímco v zahraničí je fotoeditor již běžně součástí každé redakce, v České republice tomu tak není. Jeho práci i nadále v některých médiích zastávají redaktoři, jinde částečně produkční. V souvislosti s tím není ani v literatuře přesně zmapován jeho post. Právě proto jsem se pokusila ve své práci zjistit, co jeho práce skutečně obnáší, jak vnímají tuto pozici sami fotoeditoři a jak i ostatní členové redakce. Z hloubkových rozhovorů i z analytické části vyplynulo, že přístup jednotlivých redakcí se v názoru na fotoeditora liší. Jeho funkce má v médiích bezesporu své místo, přesto existují redakce, které tento post považují za zbytečný.

6. Summary

While abroad the photo editor is a common part of every newsroom, in the Czech Republic it is not like this. Editors and producers replace his work in some newsrooms. That is why the literature concerning the photo editor's work in the Czech Republic is not sufficient and that is the reason, why I have tried to find out, what their function in media really is, how other members in the newsroom accept them and how they themselves perceive their position. From the deep interviews and the analytic part, it can be concluded that the opinions of selected newsrooms of the role of photo editors in media differ. Although their function is undoubtedly very important, some media still consider this post useless.

7. Zdroje

7.1 Literatura

BÍLKOVÁ, Zuzana. *Vliv fotografie na vyznění novinového textu*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta humanitních věd, 2007. 59 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Ladislav Hrdý.

BURNS, L. Sheridan. *Žurnalistika*. Praha: Portál, 2004. 192 s. ISBN 80-7178-871-6.

BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

HOY, F.,P. *Photojournalism: the visual approach*. New Persey: Prentice-Hall, 1986. 258 s. ISBN 0-13-665548-3.

JANĎOURKOVÁ, Zuzana. *Redaktor v ČTK jako gatekeeper*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, 2009. 39 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Ludmila Trunečková.

JELÍNKOVÁ, Barbora. *Vývoj zprávy v jednotlivých stádiích gatekeepingu, případová studie ČT 24*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, 2009. 90 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Tomáš Trampota, PhD.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. 207 str.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., KOLLMANNOVÁ, D., K. a kol. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009. 384 s. ISBN 978-80-7367-446-5.

KOBRÉ, Kenneth. *Photojournalism: The professionals' Approach*. Amsterdam: Focal Press, 2004. 416 s.

KOLEKTIV autorů. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001. 155 str.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky II*. Praha: Státní pedagogické nakl., 1990. 197 s. ISBN 80-7066-119-4.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. 448 s. ISBN 80-7178-714-0.

MRÁZKOVÁ, Daniela. *Příběh fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1985. 269 s.

MRÁZKOVÁ, D., REMEŠ, V. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. 360 s. ISBN 80-204-0015-X.

NEWTON, Julianne, H. *The Burden of Visual Truth, The role of Photojournalism in Mediating Reality*. Londýn: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, 217 s. ISBN 0-8058-3375-7.

PARRISH, Fred S. *Photojournalism: An introduction*. Belmont, CA. Wadsworth/Thomson Learning. 2002. 390 s.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

SHOEMAKER, P. *A new Gatekeeping Model*. In Berkowitz, D.: *Social Meanings of News: a Text-reader*. Sage, 1997.

SVĚT POZNÁNÍ. *Umění fotografie*. Praha: Marshall Cavendish, odd. Umění, 1995. 207–210 s. ISSN 1211-9369.

ŠMAUSOVÁ, Veronika. *Obrazové pokrytí tsunami z roku 2004 ve vybraných českých tištěných médiích - Etické normy pro obrazové materiály*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. Katedra žurnalistiky, 2009. 118 s., přílohy, rozhovory. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Filip Láb, PhD.

THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. Praha: Portál, 2004. 167 s.

ZAVOINA, S., C., DAVIDSON H. John. *Digital Photojournalism*. Boston: Allyn & Bacon, 2002. 176 s. ISBN 0-205-33240-4.

7.2 Internet

ČTK, Česká tisková kancelář, <http://www.ctk.cz/>

Wikipedie, novinářská fotografie,

http://cs.wikipedia.org/wiki/Novin%C3%A1%C5%99sk%C3%A1_fotografie

7.3 Lidé

BENÁK, Jiří, bývalý fotoeditor Mladé fronty, dnes fotoeditor iDnes.cz

BEZDĚKOVÁ, Marie, fotoeditorka Týdne.cz

BEZUCHA, Jan, fotoeditor Lidových novin

HUCEK, Miroslav, bývalý obrazový redaktor Mladého světa

LOUDA, Josef, nezávislý fotograf a publicista

KAŠPÁRKOVÁ, Marcela, bývalá redaktorka Týdne

KRUPAŘ, Stanislav, fotograf Reflexu

MCHITARJAN, Karen, redaktor Aha!

PÁTEK, Marek, fotograf Aha!

TUŠKOVÁ, Eva, redaktorka Blesku

ZAJÍC, Miroslav, bývalý obrazový redaktor Mladého světa

8. Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s Karenem Mchitarjanem, redaktorem Aha!

Příloha č. 2: Rozhovor s Markem Pátkem, fotografem Aha!

Příloha č. 3: Rozhovor s Marií Bezděkovou, fotoeditorkou Týdne.cz

Příloha č. 4: Rozhovor se Stanislavem Krupařem, fotografem Reflexu

Příloha č. 5: Rozhovor s Janem Bezuchou, fotoeditorem Lidových novin

Příloha č. 6: Rozhovor s Evou Tuškovou, redaktorkou Blesku

Příloha č. 7: Rozhovor s Jiřím Benákem, bývalým fotoeditorem MF Dnes a fotoeditorem iDnes.cz

9. Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s Karenem Mchitarjanem, redaktorem Aha!

1) Jakou roli u vás v redakci hrají fotografie? Pišete více článků než kolik používáte fotografií, nebo je to naopak?

KM: Jelikož se jedná o bulvární noviny, fotografie hrají důležitou roli. Jen krátké články týkající se zpravodajství, které jsou „ve wordu“ na tři řádky, nemají vlastní fotografii. Zbytek článků se snažíme podpořit alespoň ilustračními snímky. Hodně se také stává, že článek píšeme až na základě vyfocené fotografie. Obecně se ale nedá říct, že by bylo více článků než fotografií a naopak. Lpí se akorát na tom, aby byl snímek kvalitní a něco říkal.

2) Jak přesně máte v redakci rozdělenou práci s fotografiemi? Co spadá ještě do kompetence fotografů, co do redaktorů a o co už se starají produkční popřípadě fotoeditor?

KM: U nás je základem fotografii pořídit. V oddělení, kde pracuji, máme tři vlastní fotografy. Ti se zaměřují hlavně na paparazzi a večírky. Ve fotooddělení je potom dalších šest fotografů, kteří fotografují zpravodajství, politiku a někdy i naše akce, když naši fotografové nestíhají. Redaktoři píšou články a fotografie k nim vybírají. Právě oni podle mě nejlépe vědí, která je nejlepší. Redaktoři a fotografové spolu hodně komunikují. Když například redaktor na akci něco vidí, řekne hned fotografovi, aby to zachytil. Produkčního ani fotoeditora nemáme.

3) Uvítal bys tento post, nebo ti to přijde zbytečné?

KM: Podle mě je fotoeditor přežitek. Je to jen člověk, který fotografie třídí a archivuje. U nás to dělá sekretářka. Když se moje fotografie, kterou jsem vybral nelíbí, hledám jinou. Jen na titulní stránku si fotografie vybírá sám šéfredaktor popřípadě jeho zástupce.

4) Fotografie u vás upravují pouze fotografové, nebo i někdo jiný?

KM: Fotografové se snaží snímky moc neupravovat. Jen v rámci možností. Od toho máme v redakci skeneristy. Ti každou fotografii upraví podle velikosti, zesvětlí nebo ztmaví, jak je potřeba. Úplně přesně nevím, co s ní všechno dělají.

5) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

KM: Každý den máme první poradou v 9.30, takže chodíme do práce už na devátou, abychom se na ni stihli připravit. Patnáct až třicet minut se radíme a v 10.00 začíná velká porada. Ta trvá cca 40 minut. Tam se hodnotí noviny z předešlého dne a nabízí se nová témata. Fotografie z předešlého dne musí každý fotograf poslat do archivu cca do 9.00 ráno. Pokud se nám nějaká líbí, ukážeme ji hned na poradě. Jinak jen popíšeme, co na ní je.

6) Odkud fotografie vybíráte? Jaké jsou vaše zdroje? (ČTK, Profimedia..)

KM: Jelikož máme početný tým fotografů, snažíme se používat hlavně vlastní snímky. Pokud ale nejsou, hledáme ve fotobance ČTK, na hermina.cz nebo v jiných placených fotobankách. Profimedii používá hodně zahraniční část redakce, která zde kupuje

fotografie celebrit. Často hledáme snímky i na presswebech TV Nova, Prima nebo České televize.

7) Co se týče vaší vlastní redakční databáze, jak je strukturovaná? Kolik se tam cca přidává fotografií z jednoho focení?

KM: Redakční databáze je rozdělená do několika částí. Archiv, aktuální fotografie staré maximálně dvacet dní, fotobanka ČTK a další. Snímky tam přidávají fotografové, sekretářka je archivuje a redaktor vybírá.

8) Podle čeho se v redakci rozhodujete, že vyberete takovou a takovou fotografii ke článku?

KM: Podle kvality a také podle toho, jak se ke článku hodí. Když například Agáta Hanychová ukáže prsa, nedám snímek, kde je zahalená. Ba naopak. Vyberu ten, kde je její poprsí vidět co nejlépe. Samozřejmě je to dané situací. Podstatné ale je, že když někdo smutní, nemůže se na fotografii smát.

9) Ještě k této otázce.. Kdybys mohl seřadit tyto možnosti podle toho, jakou u vás hrají roli při výběru fotografie (1 - hlavní, 6 - prakticky vůbec)

- a) vlastní rozhodování 4
- b) zaměření média (seriózní, bulvár) 5
- c) tlak z vedení, názory jiných lidí 6
- d) jedinečnost snímku (nikdo jiný ho nemá) 2
- e) výpovědní hodnota fotografie (je zajímavá svým obsahem) 1
- f) hodí se ke článku 3

10) Jaké fotografie ve vašem médiu převažují? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

KM: Reportážní, paparazzi.

11) Kdo má definitivní slovo při výběru fotografií?

KM: Při výběru snímku má hlavní slovo šéfredaktor, jeho zástupci a ten, kdo má stránku na starosti. Nejdřív ho vybere redaktor, odevzdá šéfovi svého oddělení, ten ho schválí nebo neschválí a když je fotografie schválená, odnese ji šéf oddělení vedoucímu stránky. Ten ji opět buď schválí, nebo požádá o jinou, a nakonec si nad stránkou ještě stoupne šéf grafiků, který ji buď schválí, nebo ne. Hodně do výběrů také mluví skenerista, který pozná kvalitu a řekne, jestli je snímek vhodný velikostí, nebo ne.

13) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

KM: Hledám lepší. Vždycky se může najít fotografie, která se hodí. Kdyby přece jen ne, dá se ta nejlepší z vyřazených. Zbytečně za snímky neutrácíme.

14) Kdo u vás píše popisky a zdroje k fotografiím?

KM: Redaktor. Je to jeho práce v rámci psaní článku.

15) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

KM: Ano, děláme to často, a dokonce máme „pouták“ i v novinách. Většinou se jedná o fotografie celebrit, za které platíme. Cena je určena podle zajímavosti snímku. Neexistují žádné ceníky. Někdy se ale dělají i soutěže: Nejhezčí pes, dítě...momentka...to je zadarmo a nikomu se nic neplatí. Jen vítěz bere „vše“.

16) Musí se podle tebe člověk, který vybírá fotografie, zajímat o fotografickou vědu? Nebo stačí, když bude umět snímky vyhledávat a bude se dobře domlouvat s lidmi v redakci?

KM: Redaktor podle mě nemusí umět fotografovat, stejně jako fotograf nemusí umět psát. Redaktor musí umět rozeznat „mázlou“ fotografii od ostré, rozpoznat, jestli je snímek dostatečně kvalitní a velký. Nemůže být naprostý laik, ale také ne profesionál. Fotograf redaktor, takzvaný robocop, začíná být dnes v módě, stejně jako reportér, který má v jedné ruce kameru a v druhé mikrofon, ale takový redaktor se nesoustředí plně na jednu činnost, což znehodnocuje práci. Stačí, aby uměl hledat v databázi, dobře se domlouval s lidmi a poznal, jak je snímek kvalitní.

16) Pokud to není tajné, jak dlouho pro redakci Aha! pracuješ?

KM: Od 1. 7. 2008, tedy necelé dva roky.

Příloha č. 2: Rozhovor s Markem Pátkem, fotografem Aha!

1) Co u vás v redakci spadá do kompetence fotografů?

MP: My se staráme výhradně o fotografie. Chodíme každý den na několik akcí, kde snímky pořizujeme, poté na ně napíšeme, kdo popřípadě co je na nich, a posíláme je do redakčního systému.

2) Jak je vaše redakční databáze strukturovaná? Kolik se tam cca přidává fotografií z jednoho focení?

MP: Systém je klasická fotobanka, kde si redaktoři podle klíčových slov (jako je jméno) vybírají fotografie ke svým článkům.

3) Uvítal bys ve vaší redakci fotoeditora, nebo ti přijde zbytečný?

MP: Fotoeditor by se určitě hodil. Mohl by popisovat fotografie, které jsme nepopsali, mohl by hledat zajímavosti na fotografiích a nabízet to jako témata redaktorům. Staral by se o to, aby důležité snímky byly 100% archivovány pro budoucí použití.

4) Fotografie u vás upravujete pouze vy, nebo i někdo jiný?

MP: Správně by je měli upravovat grafici při vstupu novin do výroby, ale základní věci jako je ořez a podobně děláme my fotografové.

5) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

MP: Jsme něco jako specialisti. Na poradu chodí nebo volá jeden z nás kolem 10.00. Jinak si hledáme práci sami, nebo na tip redaktorů.

6) Jaké fotografie ve vašem médiu převažují? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

MP: Portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační. Od všeho něco.

7) Kdo má definitivní slovo při výběru fotografií?

MP: Nevím přesně, ale myslím, že šéfredaktor.

8) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

MP: Vyfotografuji novou.

9) Kdo u vás píše popisky a zdroje k fotografiím?

MP: Do systému my a do novin redaktoři.

10) Musí se podle tebe člověk, který vybírá fotografie, zajímat o fotografickou vědu?

MP: Bylo by to dobré. Ale pokud je na fotografii to, co je potřeba, tak i technické nedokonalosti snímku jsou odpuštěny.

11) Pokud to není tajné, jak dlouho pro redakci Aha! pracuješ?

MP: Od vzniku Aha!, tj. asi 4 roky.

Příloha č. 3: Rozhovor s Marií Bezděkovou, fotoeditorkou Týdne

1) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

MB: Porady domácího oddělení on-line deníku Týden.cz jsou od úterý do pátku od 9.30 hodin. Účastní se jich editor, který má směnu, šéf zpravodajství, zástupce šéfredaktora, fotoeditor a redaktoři. Domlouvají se na článcích, které je ten den potřeba napsat na web a které události je třeba vyfotografovat. V pondělí je i velká porada, a to od 9.00, na které redaktoři představují plány své práce na celý týden.

2) Co všechno obnáší práce fotoeditorky a co už je v kompetenci jiných?

MB: Fotoeditor se účastní porad a domlouvá se s editorem, na kterou akci je potřeba poslat fotografa. Následně s vedoucím fotografů domlouvá, kdo na danou akci půjde. Fotoeditor také připravuje denně min. jednu fotogalerii na aktuální téma a dále dvě fotogalerie Den v obrazech a Svět v obrazech, každou po pěti fotografiích. Snímky zobrazují aktuální dění v Česku (Den) a ve světě (Svět). Často bývají i umělecky laděné (používá fotografie z ČTK a AP). Dále využívá Profimedia, odkud bere ilustrační snímky. Pokud externista nemůže najít vhodnou fotografii do článku, je mu při ruce, aby ji našel (jinak je to práce externistů).

3) Odkud snímky vybíráte? Jaké jsou vaše zdroje?

MB: ČTK, AP, Profimedia, další weby, na kterých jsou fotografie k volnému použití.

4) Podle čeho se v redakci rozhodujete, že vyberete takovou a takovou fotografii?

MB: Používáme buď aktuální snímky z dané události, nebo ilustrační podle toho, aby "ladily" se smyslem článku (černá kronika je asi nejnáročnější, k vraždě dítěte obvykle dáváme fotografie prázdné dětské postýlky apod.).

5) Ještě k této otázce.. Kdyby si mohla seřadit tyto možnosti podle toho, jakou u vás hrají roli při výběru snímku.. (1 - hlavní, 6 - prakticky vůbec)

- a) vlastní rozhodování 5
- b) zaměření média (seriózní, bulvár) 4
- c) tlak z vedení, názory jiných 6
- d) jedinečnost snímku (nikdo jiný ji nemá) 3
- e) výpovědní hodnota fotografie (je zajímavá svým obsahem) 1
- f) hodí se ke článku 2

6) Jaké fotografie převažují ve vašem médiu? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

MB: Reportážní, portrétní a ilustrační, přibližně v tomto pořadí.

7) Kdo má definitivní slovo při výběru fotografií?

MB: Editor. Pokud se mu snímek nezdá, poradí se s fotoeditorem.

8) Konzultujete s někým výběr fotografií, nebo je to čistě práce fotoeditora?

MB: Je to čistě na externistovi a její schválení na editorovi. Jen když se editorovi nezdá, radí se s fotoeditorem.

9) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

MB: Hledáme ji tak dlouho, dokud ji nenajdeme. Jiná možnost totiž není. U článků na Týdnu.cz jsou fotografie nezbytností.

10) Kdo u vás píše popisky a zdroje fotografií?

MB: Téměř výlučně externisti.

11) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

MB: Jen zcela výjimečně. Pokud nám jsou nabídnuty. Pokud si pamatuji, jednou nám například čtenář poskytl fotografie popadaných stromů na parkovišti po orkánu.

12) Upravují se u vás ještě snímky od fotografů? Nebo je to čistě jen na nich?

MB: Fotografie většinou ořezávají na požadovanou velikost externisti. Jinak jsou v redakci skeneristé.

13) Kolik má vaše redakce celkem fotoeditorů?

MB: Dva. Jeden je v Týdnu a jeden v Týdnu.cz.

14) Jak dlouho pro redakci Týdne.cz pracuješ?

MB: Jako externistka od února 2007, jako fotoeditorka od května 2010.

Příloha č. 4: Rozhovor se Stanislavem Krupařem, fotografem Reflexu

1) Jak přesně máte v redakci rozdělenou práci s fotografiemi? Co spadá ještě do kompetence fotografů, co do redaktorů a o co už se starají produkční popřípadě fotoeditor?

SK: Redakce Reflexu (RX) má dvě fotoprodukční, které částečně organizují focení, hlavně ale získávají fotografie z agentur. Snímky však samy nevybírají, spíše zajišťují širší výběr (předvýběr), ze kterého pak dělají závěrečný výběr grafické spolu s fotografy. Obvykle má nejvýznamnější slovo šéf fotooddělení Jan Šibík. Ten je ale často mimo redakci, takže pak o tom rozhoduje někdo z přítomných fotografů společně s odpovědným grafikem a debaty se obvykle účastní i autor článku, je-li to přítomný člen redakce. Zásadní a poslední slovo má u každého obrazového materiálu šéfredaktor Pavel Šafr.

2) Fotografie u vás upravují pouze fotografové, nebo i někdo jiný?

SK: Co se týče úpravy fotografií, fotoprodukční u nás snímky nikdy neupravuje. To je výhradně záležitost naší skeneristky, která je zkušená a má kalibrovaný monitor, na kterém upravuje všechny snímky do čísla a převádí je do prostoru CMYK. My fotografové své fotografie sice upravujeme, ale vše jen na nepříliš kvalitních monitorech a v prostoru RGB, a stejně je pak postupujeme skeneristce, která je vyladí. Když nám na materiálu nějak obzvláště záleží, ke skeneristce si sedneme a ona se řídí našimi radami a přáními.

3) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

SK: Typický den v redakci? To není snadné popsat. S produkčními je to snazší. Ti přicházejí do redakce obvykle v devět hodin ráno nebo krátce po deváté. Každý čtvrtek je velká celoredakční porada, to se všichni scházíme v redakci v 9 hodin. Jinak se to špatně specifikuje. Všichni tři fotografové obvykle zajdeme do redakce každý den, snímky zde stahujeme a upravujeme. Emailem je posíláme naší produkci jenom zřídka. Jsme týdeník a tlak na aktuality není tak velký.

4) Kdo u vás přiřazuje fotografie ke článkům?

SK: V redakci není šablona na to, kdo rozhoduje o výběru snímků. Jde-li o malé fotografie, může o nich rozhodovat autor článku nebo fotoprodukční. U zásadnějších materiálu se nad snímky sejde hned několik lidí – fotoprodukce, fotografové, grafici, art director. A u klíčových obrazových materiálů, obzvláště reportážního typu, vybíráme fotografie pro tisk všichni fotografové. Dlouho o nich diskutujeme, vzájemně si radíme, také obrazové eseje jsou záležitostí výběru především nás fotografů. Konečné slovo má však vždy šéfredaktor.

5) Odkud snímky vybíráte? Jaké jsou vaše zdroje?

SK: RX pracuje s fotografiemi z ČTK, Profimedia, Isify, Contour photos, Reuters.

6) Co se týče vaší vlastní redakční databáze, jak je strukturovaná? Kolik se tam cca přidává fotografií z jednoho focení?

SK: Redakční databáze je u nás ve stádiu zrodu. K tomu se raději nebudu vyjadřovat.

7) Podle čeho se v redakci rozhodujete, že vyberete takovou a takovou fotografii?

SK: Nejsem schopen určit. Nemám žádné schéma výběru fotografií. Prostě musí být dobrá, zajímavá, neokoukaná.

8) Jaké fotografie převažují ve vašem médiu? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

SK: V RX převažují portrétní a reportážní fotografie.

9) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

SK: Hledáme jinou, případně se uchýlíme k ilustraci, fotomontáži, koláži.

10) Kdo u vás píše popisky a zdroje fotografií?

SK: Popisky píše obvykle autor článku. Kredity pak fotoprodukce.

11) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

SK: Pokud by šlo o něco výjimečného, tak bychom to asi uveřejnili. Jinak jsou fotografií plné agentury. RX zaměstnává 3 fotografy a spolupracuje s několika externisty.

12) Jako fotograf, myslíte si, že by měl fotoeditor umět fotografovat a upravovat fotografie? Nebo stačí, když bude umět fotografie vyhledávat a bude se dobře domlouvat s lidmi v redakci?

SK: Myslím, že je fajn, když fotoeditor umí fotografovat, mnohem důležitější však je jeho cit a „čuch“ na dobrou fotografii. Musí ji umět poznat a „cítit“. A to rozhodně nejsou spojené nádoby. Je spousta lidí, kteří fotografii rozumí, ale sami nefotografují. Fotoeditor, jak si ho představuji, by měl být skvělý odborník na fotografii, znát její historii, trendy, znát práce čelních fotografů. To je dle mého nutné, aby dělal svoji práci dobře. Sám však nutně fotografovat nemusí. Když člověk ale obvykle něčemu rozumí, mívá často touhu i tvořit.

13) Jak dlouho pro redakci Reflexu pracujete?

SK: Jako staff od února 2009, čili něco přes rok, předtím jen externě.

Příloha č. 5: Rozhovor s Janem Bezuchou, fotoeditorem Lidových novin

1) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

JB: První poradu máme v 11.00, nejpozdější potom ve 14.00. Nemusím se jich nutně zúčastnit, ale musím přes den sledovat, co se kde děje.

2) Co všechno obnáší vaše práce a co už je v kompetenci jiných?

JB: Vybirám snímky ke článkům. Nefotografuji.

3) Odkud snímky vybíráte? Jaké jsou vaše zdroje?

JB: ČTK, AP, Reuters, AFP, Profimedia, Isifa, Getty, Mediafax, Shutterstock a další.

4) Podle čeho se v redakci rozhodujete, že vyberete takovou a takovou fotografii?

JB: Respektuji text v článku a rozhoduji se podle zaměření LN.

5) Ještě k této otázce.. Kdybyste mohl seřadit tyto možnosti podle toho, jakou u vás hrají roli při výběru snímku.. (1 - hlavní, 6 - prakticky vůbec)

- a) vlastní rozhodování 1
- b) zaměření média (seriózní, bulvár) 1
- c) tlak z vedení, názory jiných 5
- d) jedinečnost snímku (nikdo jiný ho nemá) 1
- e) výpovědní hodnota fotografie (je zajímavá svým obsahem) 1
- f) hodí se ke článku 1

JB: Fotografie je mix výše uvedeného a každý článek a fotografie je individuální problém k vyřešení.

6) Jaké fotografie převažují ve vašem médiu? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

JB: Záleží o čem hovoříme. LN mají několik separátů, přílohy a magazíny, takže je to rozdílné.

7) Kdo má definitivní slovo při výběru fotografií?

JB: Já. Konzultuji vše s editorem stránky, protože zná obsah dříve, než je článek napsán. Nelze při výběru snímku čekat, až budou všechny články napsány, neboť noviny musejí vznikat kontinuálně.

8) Konzultujete s někým výběr fotografií, nebo je to čistě vaše práce?

JB: S editorem stránky, titulku s vedoucím vydání.

9) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

JB: Vždy se musí najít nějaké řešení.

10) Kdo u vás píše popisky a zdroje fotografií?

JB: Editor stránky.

11) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

JB: Zřídka. Pokud ano, vždy to musí mít návaznost na obsah článku.

12) Upravují se u vás ještě snímky od fotografů? Nebo je to čistě jen na nich?

JB: Všechny fotografie upravuje skenerista.

13) Kolik má vaše redakce celkem fotoeditorů?

JB: Dva.

14) Co se týče vaší vlastní redakční databáze, jak je strukturovaná? Kolik se tam cca přidává fotografií z jednoho fotografování?

JB: Denně se tam přidává cca. 40 snímků, záleží na tématu a událostech. Vyhledávání tu funguje podle klíčových slov.

15) Spousta redakcí dnes ještě fotoeditora nemá. V čem myslíte, že je jeho největší přínos pro redakci? Myslíte si, že by se bez něj deníky dnes obešly?

JB: Fotoeditor by měl mít přehled o fotografiích globálně, kde co vyšlo, kde jsou nejlepší fotografie. Měl by být jakousi zpětnou vazbou do fotooddělení a ke skeneristovi.

16) Z hlediska etiky.. které fotografie už byste ve vašem médiu neuveřejnili a proč?

JB: Když by byla bezdůvodná krev a smrt na snímku. Na internetu je možné vidět vše, proto do novin by se měly dávat nadčasové a symbolické snímky. Vše se musí řešit individuálně v kontextu k události.

17) Jak dlouho funkci fotoeditora zastáváte?

JB: Dva roky.

Příloha č. 6: Rozhovor s Evou Tuškovou, redaktorkou Blesku

1) Jakou roli u vás v redakci hrají fotografie? Píšete více článků než kolik používáte fotografií, nebo je to naopak?

ET: Když je fotografie dobrá, většinou se na ní dá postavit i článek.. Protože jsme bulvární médium, fotografie zaujímají důležitou roli. Snímky a články jsou ale vyvážené.

2) Jak přesně máte v redakci rozdělenou práci s fotografiemi? Co spadá ještě do kompetence fotografů, co do redaktorů a o co už se starají produkční popřípadě fotoeditor?

ET: Do kompetence fotografů spadá to, že chodí na akce, fotografují a posílají snímky do systému. Fotografové a skeneristé pak snímky upravují. Redaktoři píší články a vybírají si k nim nejvhodnější fotografie. Produkční objednává snímky z agentur a rozděluje práci fotografům, na jakou akci kdo půjde.

3) Fotografie u vás upravují pouze fotografové, nebo i někdo jiný?

ET: Ještě skeneristé.

4) Jak probíhá váš klasický den v redakci? (Na kolikátou chodíte cca do práce, porady, s kým se co se týče fotografií na čem domlouváte, apod.)

ET: Do práce chodíme na 9.15, kdy je porada. Probíráme, co se dá další den do novin, do jakých témat se pustit, v jakých pokračovat. Od 10.00 máme pak hlavní poradu, na kterou chodí šéfredaktor a zástupci šéfredaktora, kteří projednávají s jednotlivými vedoucími oddělení, co se dá do čísla. Řeší se i titulní fotografie. V průběhu dne jsou ještě menší porady, kde se leccos může změnit. Fotografové na porady nechodí, produkční ano, ale redaktoři se s ní nedomlouvají. Domlouváme se s vedoucím oddělení, případně se zástupci šéfredaktora. Vedoucí oddělení (je jich celkem sedm - kraje, zahraničí, servis, politika, společnost, Praha a sport) po poradě řeknou, co půjde do novin. Vedoucí vydání čtou všechny články v celých novinách. Jsou celkem tři. Rozdělí, které materiály na které stránky poputují, a poté si je na příslušných stránkách přečte vedoucí vydání a korektoři. Po korektuře se to posílá ještě grafikům na zlom. Uzávěrky jsou pak podle krajů. Jde to zpátky ke korektorům. Kdo má ten den službu, má odpovědnost i za stránky. Musí si je přečíst a zkontrolovat (popisky, kredity, apod.). Poté se stránka vyjede na barvu, dá se šéfgrafikovi a předloží se zástupci šéfredaktora nebo šéfredaktorovi na schválení. Pokud nemá připomínky, stránka se může poslat do výroby.

5) Kdo u vás přiřazuje fotografie ke článkům?

ET: Redaktoři. V oddělení společnosti jich je šest, ve sportu až osm.

6) Odkud snímky vybíráte? Jaké jsou vaše zdroje?

ET: ČTK, ShowPix, Hermína, Isifa, Reuters, EPA.

7) Co se týče vaší vlastní redakční databáze, jak je strukturovaná? Kolik se tam cca přidává fotografií z jednoho focení?

ET: Automaticky se archivují ty, které vyjdou v novinách a ty které si sami vyžádáme k archivaci. Všechny ostatní fotografie se nearchivují.

8) Podle čeho se v redakci rozhodujete, že vyberete takovou a takovou fotografii ke článku?

ET: Fotografie nesmí být nudná a statická, ale akční. Záleží také na zlomu stránky. Grafik může při zlomu do výběru zasáhnout třeba proto, že se mu snímek nehodí formátem. Zodpovědnost za výběr nese redaktor.

9) Ještě k této otázce.. Kdybys mohla seřadit tyto možnosti podle toho, jakou u vás hrají roli při výběru fotografie (1 - hlavní, 6 - prakticky vůbec)

- a) vlastní rozhodování 4
- b) zaměření média (seriózní, bulvár) 6
- c) tlak z vedení, názory jiných lidí 5
- d) jedinečnost snímku (nikdo jiný ho nemá) 1
- e) výpovědní hodnota fotografie (je zajímavá svým obsahem) 2
- f) hodí se ke článku 3

10) Jaké fotografie ve vašem médiu převažují? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

ET: Reportážní, portrétní a paparazzi.

11) Kdo má definitivní slovo při výběru fotografií?

ET: Redaktor.

12) Konzultujete s někým výběr fotografií, nebo je to čistě jen na vás?

ET: S grafikem, vedoucím oddělení, šéfredaktorem.

13) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

ET: Objednáme jinou buď z agentury, nebo ji koupíme, ale to se stává minimálně.

14) Kdo u vás píše popisky a zdroje k fotografiím?

ET: Redaktoři.

15) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

ET: Běžně u nás funguje „Horká linka Blesku“. Pokud nám někdo pošle nějakou zajímavou fotografii, tak ji uveřejníme a motivujeme tím i další čtenáře. Platí se podle atraktivnosti snímku.

16) Myslíš, že když redaktor vybírá fotografie, je nutné, aby se o fotografii zajímal? Uměl rozeznat, která je dobrá a která nikoli, popřípadě, aby sám uměl fotografovat a upravovat snímky? Nebo stačí, když bude umět fotografie vyhledávat a bude se dobře domlouvat s lidmi v redakci?

ET: Měl by umět rozeznat, která fotografie je dobrá a která špatná a do jisté míry by měl umět pracovat i v grafickém programu (ořez, atd.). Fotografovat umět nemusí. Orientace v databázích a domlouvání v redakci je samozřejmostí.

17) Jak dlouho pro redakci Blesku děláš?

ET: Necelé dva roky.

Příloha č. 7: Rozhovor s Jiřím Benákem, bývalým fotoeditorem MF Dnes a současným fotoeditorem internetového zpravodajství iDnes.cz

1) Jak probíhal váš klasický den v redakci?

JB: Když jsem přišel ráno na desátou do práce, tak první, co jsem musel udělat, bylo kouknout do plánu ČTK, co mají ten den za plánované události, které by stály za to vyfotografovat. Poté jsem zavolal hlavnímu fotografovi a domluvil se s ním, co z toho má smysl fotografovat a co ne a co třeba případně můžeme vzít z agentury, abychom tam nemuseli posílat své fotografie. Mladá fronta má celkem 32 fotografů ve všech regionech. V Praze a Brně je jich nejvíc, pak jsou v každém regionu většinou dva. Pokrytí událostí redakčními fotografy je tedy velké. Když jsme vyřešili, co je třeba vyfotografovat, šli jsme s hlavním fotografem na první poradě. Porad je celkem dost a trochu to zdržuje. Hlavní poradě je zhruba v 11.15. Účastní se jí i šéfredaktor a vedoucí všech rubrik. Fotoeditor tam chodí jako zástupce fotografů a prezentuje, co se ten den děje. Zároveň si vyslechne, co mají i ti ostatní. Ne všechno jsme samozřejmě fotografovali my. Zahraničí, komentáře a ekonomika se nedělá. O čem se v těchto rubrikách bude psát, jsem se dozvěděl právě na poradě. Následně jsem k tomu sehnal snímky. Na hlavní poradě se hodnotí i noviny z minulého dne. Řekne se, co bylo špatně, a to včetně fotografií. Vzhledem k tomu, že fotoeditor má zodpovědnost za snímky, je to většinou na jeho bedrech, pokud je něco špatně. Noviny jako takové se začínají kreslit kolem třetí hodiny. To mají na starosti editoři. Já jsem se s nimi musel domluvit. Poté i s art directorem a samozřejmě s fotografy. Fotoeditor funguje v redakci jako takový střed všech názorů. Musí často diplomaticky vysvětlovat, proč dát tuhle fotografii a proč ne tu. Je to hodně o hádání. I když jsme měli a máme v redakci dobrý kolektiv a jsme kamarádi, když jde o práci, občas se lidé musejí pohádat.

2) Kdo měl rozhodující slovo, který snímek se vybere do novin?

JB: Je to tak, že fotoeditor připraví třeba dvě varianty a hlavní slovo má potom art director případně šéfredaktor, který sedí na stejném místě. Oni do toho mohou mluvit také, ale za snímky je nakonec stejně zodpovědný fotoeditor. Proto se také musí umět prosadit.

3) Kolik má redakce MF Dnes fotoeditorů?

JB: Na den jsou tam dva fotoeditoři. S kolegou jsme byli my dva většinou hlavní a měli jsme ještě k dispozici dva lidi. Hlavní je vždy ten, kdo má na starosti domácí rubriku, stranu 1 a sport. Ten, kdo dělá příslužbu, dělá ekonomiku, částečně kulturu a komentáře. To je asi všechno. Samozřejmě regiony jako je Praha atd., tak ty jsou schopné si fotografie najít samy. Když nevědí a mají několik variant, co by tam mohlo být, volají. Tím, jak je všechno v redakčním systému, tak jsem mohl vidět, co se děje třeba v brněnské redakci a co tam mají v průběhu dne. Viděl jsem jednotlivé layouty článků i to, kde budou fotografie.

4) Odkud se snímky vybíraly?

JB: Prioritou bylo, že když byl fotograf na místě, dávaly se samozřejmě jeho fotografie. Nevím, jestli je to prestiž, ale když už jsme tu fotografii měli, tak bylo lepší dát raději tu. Je to stejné jako s články. Když je na akci píšící redaktor, tak je lepší dát článek od něj než z ČTK. Ale samozřejmě, když na akci fotograf nebyl nebo když byla jiná fotografie z agentury výrazně lepší, tak jsme samozřejmě použili tu a vše ostatní šlo stranou. Přednost měla kvalitní fotografie. Je to tak i v iDnesu.

5) Z čeho jste nejčastěji čerpali?

JB: Měli jsme a máme archiv svých fotografií. Nevím, kolik je tam celkem snímků, ale každý den se v průměru vyfotografuje kolem 400 snímků v celé republice. S tím, že těch akcí, které se fotografují je mnohem méně. Z jedné akce se přidává třeba deset fotografií.

6) Databáze je společná i pro krajské redakce?

JB: Ano, ta je společná. Do archivu vidí po přihlášení všichni. Většinou tedy editoři a někteří pišící redaktoři. Orientace je tam stejná jako v jiných databázích. Zadá se klíčové slovo, dá se filtr třeba podle času nebo fotografa, který to snímá, a pak vyjede seznam fotografií, ze kterých se vybere.

7) Z čeho jste ještě čerpali a čerpáte kromě vlastní databáze?

JB: Když jsou aktuality, tak z aktuálních fotografií nebo z našeho archivu. Pak máme přístup k aktuálním fotografiím ČTK a AP, máme přístup k archivním fotografiím ČTK a AP a máme Profimedii, Isifu, Shutterstock a další klasické fotoagentury, které se specializují spíše na ilustrační snímky.

8) Podle čeho se rozhoduješ, jakou fotografií vybereš?

JB: Rovnou vylučuji podle článku, protože ten většinou nemám čas číst. Té práce je tolik, že to ani nejde. Dostanu obvykle od editora zprávu, píšeme o tomhle a o tomhle a já k tomu najdu snímek. Fotografie je vždy vybraná dříve než text. Určitě musím vědět, jak vypadá technicky. Když je rozmazaná, špatně naexponovaná – to se dá ještě případně upravit v grafickém programu, ale když je úplně mimo, tak nemá v novinách co dělat. V případě, že to nebude zastřelený Paroubek. V tomhle případě jde technická kvalita stranou a jde do popředí výpovědní hodnota snímku. Když mám potom deset fotografií vedle sebe, tak vybírám hlavně pocitově. Vidím denně asi tři tisíce fotografií, takže si to oko nějakým způsobem cvičím. Myslím, že kvalitní fotoeditor by měl být schopen poznat správnou fotografii. Ostatně když jsem v roce 2005 nastupoval do Mladé fronty, tak jsem procházel výběrovými koly a jedno z těch kol bylo, že jsem šel k fotografům, David Neff, který tehdy fotografoval portrét Kláry Issové, mi vysypal asi 350 jejích fotografií, kde bylo jen pět různých záběrů, takže sto snímků jeden jako druhý, a řekl mi, ať vyberu jeden, který bych dal ke článku. Asi čtvrt hodiny jsem tím listoval, a pak jsem ho vybral a on byl spokojený. Proto jsem tu práci také dostal.

9) Kdybys mohl seřadit tyto možnosti podle toho, jakou u vás hrají roli při výběru fotografií.. (1 - hlavní, 6 - prakticky vůbec)

- a) vlastní rozhodování 1
- b) zaměření média (seriózní, bulvár) 5
- c) tlak z vedení, názory jiných lidí 6
- d) jedinečnost snímku (nikdo jiný ho nemá) 2
- e) výpovědní hodnota fotografie (je zajímavá svým obsahem) 3
- f) hodí se ke článku 4

10) Jaké fotografie ve vašem médiu převažují? (portrétní, reportážní, dokumentární, ilustrační)

ET: Reportážní, portrétní a paparazzi.

11) Jak postupujete, když vám žádná fotografie nevyhovuje?

JB: Překreslí se buď layouty, nebo se dá fotografie k jinému článku.

12) Kdo u vás píše popisky a zdroje k fotografiím?

JB: Popisky dělá editor, zdroje pak fotoeditor.

13) Funguje u vás i možnost, že uveřejníte fotografie od občanů?

JB: Tohle dělají spíše internetová média. Když je snímek kvalitní a je dobrý, má to význam. Moc se to ale neděje.