

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s majitelem tiskové agentury Herminapress, Jiřím Hermanem (text)

Příloha č. 2: Rozhovor se zaměstnancem tiskové agentury Herminapress, Vladimírem Syslem (text)

Příloha č. 3: Rozhovor se zaměstnancem fotobanky Profimedia (text)

Příloha č. 4: Rozhovor s redaktorem ČTK (text)

Příloha č. 5: Rozhovor s redaktorkou média Super.cz (text)

Příloha č. 6: Rozhovor s fotoeditorkou časopisu Story (text)

Příloha č. 7: Rozhovor s redaktorem časopisu Story (text)

Příloha č. 8: Rozhovor s redaktorkou A deníku Blesk a serveru Blesk.cz (text)

Příloha č. 9: Rozhovor s redaktorkou B deníku Blesk a serveru Blesk.cz (text)

Příloha č. 10: Rozhovor s redaktorkou média iDnes.cz (text)

Příloha č. 11: Rozhovor s redaktorem média Expres.cz (text)

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s majitelem tiskové agentury Herminapress, Jiřím Hermanem (text)

Jak Herminapress vznikla?

Když jsem zakládal Herminu, tak jsem dělal zástupce šéfredaktora v Šípu, respektive dříve to byla Večerní Praha. Asi po dvou letech už jsem toho měl plné zuby. Měl jsem na starost haldu lidí a šéfové mi pořád ubírali peníze. Ne mě osobně, ale na výplaty a na cokoli dalšího. Uzavíraly se

kohoutky. Lidé dělali jen do výše svého platu. Mezitím jsem i fotil, to byla má hlavní deviza, ale umím i psát. Řekl jsem si, že si postavím svoji vlastní fotobanku. Moje a také Lucie Vítkové dítě je agentura ShowPix, tu jsme zakládali společně. Bylo nám jasné, že tenhle model musí fungovat, protože všude jinde po světě tyhle fotobanky fungují. I když jsme cítili, že dobře už bylo. ShowPix nám fungoval dobře, ale nedopadly nám mezilidské vztahy. Lucie se dala dohromady s ženou, která v té době pracovala v ČTK. Najednou jsem zjistil, že mám omezená přístupová práva a už byl problém. Byla to velká agentura, fotilo tam alespoň osm fotografů. Odešel jsem a rozpadla se i celá ta parta fotografů. V té době jsem také končil v to Šípu a rozhodl jsem se založit vlastní fotobanku. To bylo v roce 2006. Začal jsem fotit, lidé i redakce mě znali, a všichni se mi směli, že jsem blázen. Jak jsem vydělával peníze, tak se kupovala lepší technika, nabíral jsem další fotografie a synové dospěli, tak pro mě začali také pracovat.

Kolik má Herminapress zaměstnanců?

To jsou citlivé věci, já vám nemůžu říkat, jak Hermína funguje. Buď jste naivní nebo hloupá. Já vám přece nemůžu říkat svoji strategii, mé nebo naše nápady. Nemůžu vám říct, kolik máme dnes lidí nebo jaký je běh toho podniku. To si může dovolit Škodovka. Uvědomte si, že jsme na trhu tři, když pomínu Četku. Je tady ShowPix a je tady Profina. A teď si představte, že půjdete za ředitelem Profiny a budete se ho na tohle ptát. Já vám nemůžu odpovídat na tyhle věci, to vám odhaluji své ledví.

Je rozdíl mezi stylem práce pro Herminapress a pro ČTK?

Hlavní rozdíl mezi Hermínou a Četkou není ten, že Hermína je bulvární. Rozdíl je v tom, že oni jsou veřejnoprávní a my jsme soukromí. Oni když budou krachovat, jakože nekrachují, protože tam posledních šest let sedí dobří lidé, které osobně znám, tak když budou ve ztrátě, tak kdykoli můžou požádat státní rozpočet, respektive Parlament České republiky, aby je založil, pakliže to budou mít zdůvodněné.

Jaký je tedy rozdíl mezi fotografiemi Herminapress a ČTK? Pokud se jejich zaměstnanci potkají na stejné události?

Žádný. Četka musí ty fotky prodat stejně jako my. Určité procento těch fotek bude úplně stejné. Lišit se bude jen zlomek a to je zapříčiněné tím, že my zůstaneme na večírku a oni jdou domů. Četka vlastně stojí na tom samém místě, jako stojíme my. Nikde jinde stát nemůže ani nesmí. Fotky budou vyfocené na základě toho, jakou vizi má a jak zdatný je ten fotograf. Z pohledu hledišť tak nemůže mít Četka jiné fotky, než máme my.

Zajímá mě spíše etické hledisko. Když se stane na pódiu moderátorce nehoda s šaty, bude to ČTK fotit?

Nebude. My to možná vyfotíme, ale záleží na mě, jestli to pustíme. A to je vis major. V určité chvíli tyhle fotky třeba nepouštím. Když budeme mít Štaidla s Arturem, jak spolu sedí u vínka, tak to pustíme. To není nic proti ničemu. Ale vždycky je to otázka etiky. Co je etické? Když Četkař nafotí prezidenta, jak se motá a jak padá ze schodů, tak to je etické? To je ten samý problém. Bulvár jako takový neurčuje fakt, zda to je z naší strany nafocené bulvárně nebo ne. Je to otázka toho, kde to vyjde, jestli jsou ty noviny brané veřejností jako bulvární nebo jako seriózní. Když se novinář ze seriózních novin zeptá politika, kde vzal peníze na vilu, která stojí 150 milionů korun, když jeho roční plat je deset milionů a měl čtyři roky volební období, a vyjde to v těch seriózních novinách, tak je to veřejný zájem a lidi si řeknou, že ten novinář je skvěle investigativní. Když se na totéž zeptá redaktor z Blesku, tak ten redaktor hned bude bulvární hyena. Přitom je to jedno a totéž, takže je tam otázka, který čtenář a z kterého média to čte. Totéž, když je pan prezident relativně opilý, nebo ne, já u toho nebyl, ale když tohle vyjde v seriózních novinách a s určitým komentářem, tak si spousta lidí udělá názor.

Podívejte se na Facebookový profil Dušana Spáčila. V Czech Press Photo vyhrála fotka fotografa z Aktuálně.cz, který nafotil Ransdorfa, jak odchází ze sídla KSČ v růžové košili s velkým mokřým

flekem. Je na něm vidět, že není v nejlepším zdravotním stavu. Na Facebooku se kolem téhle fotky strhla velká diskuze, jestli to měla vyhrát a jestli je vůbec etické, aby tohle bylo focené. Jestli je ten fotograf taková hyena, že hledá úspěch v neštěstí druhého, a nebo jestli je to pouze svědectví doby. To znamená klasická fotografie bez ohledu na nějaké osobní zájmy fotografa. On nechtěl nikoho dehonestovat, jen vykonával svoji práci. Z těch lidí v diskuzi bylo alespoň padesát procent proti tomu, aby se ta fotka kdykoli zveřejnila. Odsoudili fotografa i médium, ve kterém to vyšlo. Druhá polovina lidí, spíše z oboru, tu fotku hájila jako výpověď doby. Když se teď fotí třeba migranti, tak mi jich může být líto, jsem samozřejmě člověk, ale jako fotograf dokumentuji dobu. Jsou tedy fotky z ČTK jiné než ty naše? To je vždycky úhel pohledu. Co se týká vypovídající hodnoty, tak to není to strojová záležitost. Nemůžeme hodnotit či fotograf to vyfotil, ale kdo se na ten výsledný produkt dívá a jaké emoce zrovna prožívá. Když se teenager bude dívat na tu fotku Ransdorfa, nedá si to tolik do souvislostí, a jinak se na to bude dívat člověk, který ho osobně znal. Porovnávat fotky ČTK a jiných fotobank je diskutabilní záležitost. Když ČTK vyfotí opilého Zemana, je to výpověď doby. Když to vyfotí bulvární fotograf, bude to dehonestující fotka, která neměla vůbec vzniknout. Vzpomeňte si na první manželku pana Paroubka, jak vypadala. Nic hezkého. Fotografové Mladé fronty ji nafotili v Paříži na letišti s dvěma igelitkami v rukou a se zdviženou sukni. Je to bulvár nebo výpověď doby? Za komunistů by to ani nevyšlo! A vraťme se ještě k Ivetě Bartošové, kdy bulvár do toho šel a Mladá fronta nakonec zjistila, že jim utíká čtenost, a začali o ní psát už úplně všichni.

Co byste tedy nepustil ven?

Takové fotky, na kterých je dospělý člověk v nějaké nezáviděníhodné situaci a stojí vedle něj dítě. My neděláme sledovačky, nečekáme ve křoví. Jen jsme na akci a čekáme, co se vyvrbí. Na ty akce jsme pozvaní a pokud se tam dotyčný něčeho dopustí, ať už nevědomky nebo naschvál, tak to vyfotíme. Je to o tom, jak se současná generace umělců chová, aby se dostala do médií. Není to tak dávno, kdy ještě herečky skrývaly, že šly na plastickou operaci. Dnes si k tomu vezmou hordu novinářů, aby se o nich psalo. V tenhle moment my čekáme na to, co nám doba přinese. Ročně vypustí na dvě stovky herců ze školy a je jasné, že tihle všichni se chtějí uživit. Když dneska mladá herečka v prvním filmu neukáže prsa, tak se o ní neví. My bulvár děláme, protože ho přináší doba, ale nevyhledáváme ho. Když pan Triska hrál na Pražském hradě Krále Leara a s Jirkou Langmajerem se svlékli do naha, tak my jsme to vyfotili, šlo to ven, a byl z toho poprask. Přitom nás tam oficiálně pustili a odehrálo se to na jevišti před diváky. Totéž mohl vidět kdokoli, kdo si zaplatil lístek. Produkci to hrozně vadilo, přitom se jim zvedl prodej lístků přímo astronomicky. Nepustili jsme třeba fotku, kdy si na oficiální akci jedna známá maminka sedla na bobek, bylo jí vidět pod sukni, a kolem ní byly její děti. Vždycky když fotíme děti, ptáme se, jestli jim na fotkách máme dát pásku přes oči nebo ne. Když jdeme fotit děti slavných, jak jdou do první třídy, vždycky je to se svolením rodičů. My nemůžeme stát někde za bukem.

Takže je pro vás důležité udržovat s osobnostmi dobré vztahy.

To bezesporu. My nejsme ten klasický bulvár. Vždycky jim říkám: co je na veřejnosti a jsem-li zván, na to mám právo, abych to vyfotil, ať se tam děje co se děje. Něco jiného je v soukromí nebo v zákulisí, v backstagi. Když v zákulisí přehlídky fotíme jednu modelku a druhá za ní o tom neví a má odhalená ňadra, potom je na místě se s ní domluvit.

Proto neděláte ani paparazzi fotografie.

To neděláme. Ale když už se k nám například dostane, že v patnáct hodin bude Madonna vycházet z konkrétního hotelu, a my máme zrovna čas, byli bychom hloupí, kdybychom se tam nešli také podívat.

Je pro vás ČTK konkurence?

Není. A je to oboustranné, já ty lidi znám. Nevím jestli jim vadí jiné tiskové agentury. Ale Četka nedělá to, co děláme my, a nikdy dělat nebude. A naopak. Oni musejí dělat politiku, sport,

ekonomiku. Na akcích na které chodíme my, vídáme jejich lidi sporadicky. Protože si to platím, dostaneme se také do jejich kalendáře, takže vidím, co pokryjí a co ne. Já ty lidi znám, protože občas spolupracujeme. Ode mně chce zákazník fotky Menšíka, já je nemám, a tak zavolám do ČTK, podepíšeme papír na licenci a já můžu tu fotku jednorázově použít.

Nenapadlo vás rozšířit servis po vzoru ČTK nebo Profimedia o zahraniční akce? Odebírat třeba jiné, zahraniční agentury?

Ne. Méně někdy znamená více. Hermína je tvůrčí skupina, která ty fotky vytváří a za každou tu fotku se také můžeme kdykoli postavit. Byli jsme u toho. Četka je na půl cesty a spoustu věcí dělat z podstaty věci musejí.

Hermína nabízí k fotkám také články. Jak velký význam ty články mají?

Je to přidaná hodnota k fotografii. Je ale jasné, že pokud budeme mít nějakou exkluzivní informaci, nemáme problém vydat samostatný článek a ten pouze doplnit fotografiemi z archivu.

Takže primárně jste fotobanka.

Ano. Ale s tím, že pro redakce, které od nás berou obrázky a videa, je vhodné, když k tomu dostanou i přidanou hodnotu. Oni za to neplatí nic. Co může redaktor, který na akci nebyl, ze samotných fotek vyvodit? Prakticky nic zásadního, kromě toho, co mají lidé na sobě a s kým přišli. My jim k tomu dodáme i příběh. Tohle ty redakce oceňují. Neplatí nic navíc, ale dostanou cenné informace hlavně v podobě přímých řečí, které mohou použít. Zvedá nám to prestiž.

Na trhu jste jediní.

No dělá to právě i ČTK. Jen mám pocit, že u nich se za články platí.

Točíte také videa. Jakou hodnotu pro vás mají?

Videa teď mají spíše doplňkovou funkci. My za to nic nechceme, ale kluky to baví točit. Tak když už na tom koncertu jsou a už se nedá nic víc nafotit, tak než aby fotili totéž pořád dokola, pořídí i video. To je také prostor na to, fotit fotky, které jsou zajímavější pro oko, umělečtější. Když nás pustí na tři písničky zahraničního interpreta do O2 areny, jde veškeré umění stranou a zajímá nás hlavně ta zpravodajská hodnota. Štěstí je, když nás pustí do zákulisí, takové fotky jsou lidmi oceňované nejvíce. Každého zajímá, co se děje za plentou. Je štěstí, že ty foťáky umí i natáčet, takže netaháme o přístroj navíc.

Je to spíše menšinová produkce, ta videa?

To nelze říct. My jsme to několikrát zkoušeli i v podobě hotových reportáží, hráli jsme si s tím, zkoušeli jsme to prodat. Proč se to víc nerozjelo je, že některé redakce na to nejsou technologicky připravené, a ty které jsou, tak mají na místě vlastní kameramany. Videa pro nás tedy nejsou zdrojem obživy.

Jak funguje funkce aplikace „vyhledávač“?

Brzy redakcím rozešlu seznam hesel, podle kterých je možné známé osobnosti hledat. Víím, že to má své mouchy a také stále pracujeme na jeho zlepšení. Už teď je tam ale možná vyhledávat více osobností najednou na stejné fotce. Také zvážíme vyhledávání podle názvu akce, třeba Český lev 2016.

Věnujete se také zastupování známých osobností. Jak konkrétně?

Osobnosti nám důvěřují a ačkoli mají své manažery, často si nás exkluzivně přizvou například ke zkouškám koncertu nebo divadla. Jsme tam sice jediní, ale fotky, texty a někdy celé reportáže se potom skrze naši agenturu dostanou k dalším redakcím.

Nazval byste to PR?

Ano, děláme PR.

Přikládáte někdy k fotografiím z událostí celé tiskové zprávy.

Ano. To není nic proti ničemu. Dám k té fotogalerii článek, který je napsaný bulvární mluvou, aby to redaktory zaujalo, ale když k té události dostanu i tiskovou zprávu, vložím ji vedle toho článku také. Místa je na serveru dost, tak proč těm lidem z PR oddělení nevyhovět.

Tisková agentura by měla být objektivní, nezaujatá, a pokud jde o reklamu, odběratele na to upozornit.

To sice ano, ale my jsme především firma, soukromá, ve které si já jakožto majitel mohu dělat, co uznám za vhodné.

Příloha č. 2: Rozhovor se zaměstnancem tiskové agentury Herminapress, Vladimírem Syslem (text)

Co je pro váš článek nejdůležitější?

Určitě přímá řeč osobností, které jsou na dané události obecně považované za nejdůležitější. Redaktorům právě přímá řeč nejvíce usnadní práci. Z těch potom vytvářím článek, většinou to do sebe logicky zapadá. Každý článek má nějaké nosné téma, zajímavé, bulvárního charakteru, které ho otvírá. Ty méně zajímavé, faktografické informace, ty se snažím dávat až na konec.

Odběratelé mají plné právo na to, článek převzít a naložit s ním dle vlastního uvážení. Dostal jste se kvůli tomu už s některou známou osobností do konfliktu?

S tím jsem se setkal už několikrát. Pořád ale platí, když píšeme články, vycházíme z přímých řečí osobností, které jsme si nabrali na té akci. Nic si necucáme z prstu, nelžeme. Od toho jsou jiná periodika. Tam jejich redaktori jenom sedí celý den v redakci, sledují zprávy na internetu a potom si něco vymyslí. Přitom se s těmi lidmi třeba ani nikdy osobně nesetkali a vůbec je neznají! Na večírky nechodí, protože nejsou zvaní. Začarovaný kruh! Proto se v těch redakcích zaměstnanci tak často mění, je jasné, že ta práce je ani nemůže těšit. Nás ale mají osobnosti rády, protože napíšeme to, co nám samy řeknou. Že to je napsané zábavnou formou, na to už si zvykli.

Všechny rozhovory si nahráváte?

Někdy si jen tak povídáme a přijde mi hloupé vytahovat diktafon, prostě máme pohodičku. Tak se jich jen zeptám: 'Můžu to napsat?' a oni mi řeknou: 'Jasně, napiš to. Napiš to, jak chceš.'. Dají mi volnou ruku, protože ví, že bych nenapsal nic, s čím by nesouhlasili. Znáám tu hranici. Dělán v tomhle oboru déle než třicet let a troufám si říct, že už je všechno dost dobře znám. Máme k sobě důvěru.

Probíhá nějaká editační kontrola?

Ne, na to není čas. Za všechno ručí redaktor.

Neprovádí se ani autorizace?

Ne. Ale není to proto, že bychom autorizovat nechtěli. My to těm osobnostem rádi umožníme, pokud o to opravdu stojí, jen jde o čas. Třeba taková Olga Menzelová, sama bývalá novinářka, ví dobře jak fungujeme – že to musí být nejpozději druhý den ráno v databance – a přesto si články chce autorizovat. Udělá si na to čas a ještě ten den, kdy spolu rozhovor uděláme, ho také zautorizuje. Nikdy nebyl problém a na všem se dá domluvit.

Jak moc jsou důležité faktografické údaje?

Ty nejsou tak důležité, pokud to není stěžejní informace článku. Běžně uvádíme místo konání a celý název akce. Já píšu také domicil, datum není nutné dopisovat. Nemáme problém v člancích uvádět ani celé názvy výrobků, produktů nebo sponzorů akcí. Stačí třeba formulka, že s Ivanou Jirešovou jsme si povídali v Hotelu Rajská zahrada během soustředění finalistů soutěže Muž roku.

Co by měl redaktor Herminapress ovládat?

Měl by mít povědomí o známých osobnostech a také na večírku komunikovat se svým fotografem, to je občas opravdu nutné. Víc očí víc vidí.

Příloha č. 3: Rozhovor se zaměstnancem fotobanky Profimedia (text)

Považujete ČTK za konkurenci?

V podstatě asi ne. Víceméně jen co se týká zpravodajství, ale co se týká těch ostatních, jako třeba paparazzi fotek, tak to ne.

ČTK ale také pokrývá kulturní akce.

To ano ale jsou hodně pomalí a ta doba chce, aby bylo všechno flexibilní. Takže pro nás konkurencí nejsou. Pro nás byla konkurence Isifa a tu jsme koupili, takže teď už nás neohrožuje nic.

A Herminapress?

Ta má převážně český obsah, ale do toho poslední tři roky také nějak šlapeme, a co se týká objemu tak určitě ne. Občas se s ní potkáme v nějakých lifestyleových časopisech. Teď zastupujeme některé bulvární a paparazzi fotografy, kteří nám fotí na zakázku večerní akce v Praze. My ty fotky ráno popíšeme a v sedm hodin už to jde ke klientům.

Takže sledovačky děláte stejně jako ShowPix.

Také, ano. Když někdo dorazí do republiky, tak na něj dáme fotografa a ten nám to nafotí. A nedá se mluvit o konkurenci, i když samozřejmě vždycky je ten objem na úkor něčeho. Ani ShowPix pro nás není velká konkurence, ale samozřejmě, že nějaké tlaky tam jsou. My jsme třeba usilovali o získání press dat českých filmů ze sedmdesátých let, ale nedomluvili jsme se.

V čem je Profimedia unikátní?

Asi co se týká objemu těch agentur, fotek a zeměření. Máme od ilustračních fotek a portrétů až po paparazzi. A také rychlost.

Vy máte také obsah ze zahraničí.

Přesně tak, tím jsme začínali, takže teď máme kolem 296 archivů, které celosvětově zastupujeme.

Jak to funguje?

Máme výhradní zastoupení na území České republiky co se týká poskytování licencí, takže nejdříve sepíšeme smlouvu, k tomu jsou skvělé veletrhy fotobank, kde se nasmlouvá spousta věcí. Je to třeba na rok nebo na delší dobu. Zpřístupní nám archiv a my jde zde zastupujeme, fotky nám dávají na přímo.

Máte nějaký zdroj, který odebíráte ve větším objemu?

Většinou jsou to paparazzi fotky.

Uveřejníte všechno, co nafotíte, i když je to kontroverzní?

Třeba když přešel Ivetu Bartošovou vlak, tak jsme tam měli svého fotografa, ale domluvili jsme se, že některé fotky dávat ven nechceme. Nějaká morální stopka tam být musí. Nic úplně dehonestujícího.

Kdo tyhle případy rozhoduje?

To se vždycky domluvíme, jestli poslat nebo neposlat. Jsme tam všichni relativně dlouho, takže je to spíše o vzájemné domluvě. A hlavně už vycítíme, co se dá poslat a co už ne.

Máte k fotkám texty?

Články jako takové ne, ale u některých jsou třeba desetiřádkové popisky, aby to bylo trochu zajímavější. Texty jsou k receptům a nebo k věcem do interiéru, k bydlení. Ale ty celebrity akce tady v Praze nám fotografové posílají hned v noci bez popisku a fotky popisujeme my.

Jaký je poměr vašich bulvárních a seriózních klientů?

Je to tak půl na půl. Víc se nám proměnil poměr web versus tisk, který byl před těmi deseti lety úplně jiný. Dnes je to tak 70:30.

Jak Profimedia v České republice vznikla?

Založil ji bývalý majitel Petr Novák jako projekt na škole, hledal mezeru na trhu. Nebyl u toho žádný zahraniční kapitál. Držel to asi deset let a pak nás prodal, takže teď je vlastníkem Igor Rataj. On je Slovák a sídlíme v Pardubicích. Jsme spokojeni, nic se pro nás nezměnilo. V Praze řešíme jen papírování, smlouvy.

Co je při vaší práci nejvíce obtížné?

Když celebrity jako Nicole Kidman nebo Toma Cruise žádáme o fotky na titulní stranu, tak musíme kontaktovat toho fotografa a potom PR managera, a o takových fotkách si oni rozhodují sami. Jsou lidé, kteří z devadesáti procent řeknou ne, jako třeba Sandra Bullock nebo Julia Roberts. Ty moc komunikovat nechtějí. Jde o to, k jakému je to článku a jestli mají nějaký nový film. Nechtějí vůbec schvalovat fotky starší než tři roky. Ale nové většinou nemají. Je to začarovaný kruh.

Snažíte si s Českými celebritami udržovat přátelské vztahy?

My s nimi do styku moc nepřijdeme, to je spíše na tom fotografovi. Ale nějaká etika tam asi je, nedáváme úplně všechno.

Takže žádným žalobám jste čelit nemuseli?

Stalo se to, ale spíše v rámci ilustračních fotek, u kterých musí být podepsaný souhlas s užitím. Zatím se nám nic zásadního nepříhodovalo a vše se vyřešilo.

Jaké má ČTK mezi ostatními agenturami postavení?

Myslím, že ČTK čerpá a žije hlavně z toho, že má ty staré archivy.

Příloha č. 4: Rozhovor s redaktorem ČTK (text)

Co je pro obsah vašeho článku důležité?

Člověk se musí řídit tou základní mantrou, která je rychlost a přesnost. My bychom měli mít do čtyřiceti minut po ukončení akce nějaký výstup. Akce typu tiskové konference. Ale když je soud nebo něco hodně důležitého, tak to musí jít ven okamžitě, to jsou ty tzv. headlines. Ty se posílají už v průběhu akce. Na to teprve později navazuje zpráva. Člověk musí umět vyhodnotit důležitost, rychle to poslat, a zároveň myslet na to, že z toho ještě bude článek. Zrovna včera jsme řešili, že někdo neposlal headline ze Sněmovny včas, protože se tam řešilo něco důležitého a on měl strach, že by to neslyšel. Neustále se stavím před dilema – buď budu rychlý nebo přesný. Tohle člověk musí vyhodnotit sám. Spíše to řešíme u toho politického nebo ekonomického stolu, u nás v kultuře to tak není, pokud se nejedná třeba o úmrtí. To má specifické náležitosti a já to nemám rád.

Proč?

Pro nás je nepříjemné v tom, že někdo podá zprávu o úmrtí. Buď se to dočteme na webu nebo nám přímo někdo zavolá. Jenže úmrtí my musíme mít ověřené přímo od zdroje. Na důležité zprávy musejí být dva zdroje. Tím pádem my voláme rodině a to je to úplně nejhorší.

Není to už trochu bulvární práce?

Není. Je to z důvodu naší ochrany, abychom nepodávali nesprávnou informaci. Vedl k tomu jeden z největších průšvihů ČTK, když kolega nechal o rok dříve zemřít spisovatele Foglara. Kolega takhle přišel do nemocnice a ptal se po něm. Sestra mu řekla: Toho už odvezli. Druhý den se mu šel s kyticí omluvit. Stane se. U některých lidí už máme připravené nekrology, aby to šlo ven rychle. Ale nejsme jediní, hudební vydavatelství se předzásobují deskami zpěváků, kteří mají podlomené zdraví, aby je mohli mít co nejrychleji na pultech. Nekrolog na Václava Havla se části našich klientů také omylem dostal dříve. To je druhý největší průšvih ČTK. Proto si na ta úmrtí dáváme velký pozor. Takže i když nám přijde od rodiny email s touto zprávou, musíme ji znovu kontaktovat a nechat si to potvrdit.

Obracejí se na vás pořád klienti jako na jedničku na trhu, co se týká rychlosti a důvěryhodnosti?

Ano a to je jedná z věcí, která se mi na ČTK moc líbí. Dělal jsem deset let v Mladé frontě a teď jsem desátým rokem tady. Zejména v regionech se lidé na ČTK obracejí s důvěrou. Jsme hlídání jednak svými nadřízenými, ale ještě nad sebou máme Radu. Jsme tak podivně v uvozovkách státní. Na jednu stranu si na sebe musíme vydělat sami, ale máme Radu. Hodně nás hlídala třeba v době krize na Ukrajině. Ne že by na kulturu někdy nepřišla stížnost, to spíše od hysterických umělců, jak už to tak bývá.

Podle čeho si vybíráte, na jakou událost půjdete a na jakou ne?

Ideální by bylo, aby tisková agentura pokrývala všechno. Podle mého názoru by měla být na každé tiskovce, i kdyby tam měla být sama. To se občas také stane. Ale všude jsou úsporná opatření a já když jsem nastupoval, byli jsme v kultuře čtyři a teď jsme dva. Pravda je, že práci nám hodně ulehčuje technika, hlavně rozvoj internetu. Občas se sejde v jeden den několik akcí. První volba je na tom redaktorovi, on pozná, jestli je důležité tam osobně jít. Máme systém důležitosti - ta zpráva má důležitost 5, 6, 7, 8, 9. Když je to na 5, tak je to velmi důležité a tak to i oznamujeme klientům. 5 znamená, že to děláme všemi médii, takže text, audio, video. 6 se zavazujeme, že tu zprávu vydáme. 7 je, že zprávu sledujeme a záleží na našem uvážení, jestli ji vydáme. 8 jenom oznamujeme, že se ta akce koná.

Řešíte, jestli jde o událost bulvárního rázu?

Řešíme a bohužel na tohle stále není žádné Četkařské pravidlo. Nikdo neurčí, co je a co není bulvár. My v podstatě musíme hlídat i bulvární témata. Svědčí o tom to, že když ráno přijdu do práce, na stole najdu balík novin, které musím přečíst, mezi nimi také ty bulvární. Ona se ta bulvárnost

vlastně posunula v celé společnosti. To co dnes vydáváme by ještě před dvaceti lety neprošlo. Bulvarizuje se všechno, tedy i ČTK. Naši klienti to chtějí. A mezi naše klienty patří Blesk. Musíme to pokrýt, ale pravda je, že ta zpráva přece jen musí mít nějaká Četkařská pravidla. Musejí být citované obě strany, žádné vulgarismy a pokud ano, musíme na to upozornit. Není to tak, že bychom všechno senzacechtivě vydali. Klient si tu naši zprávu koupí a zachází s ní jak chce. Na to má právo.

Nemáte z toho potom nepříjemnosti?

Takže se mi třeba stalo, že mi někdo zavolal a vynadal mi, co to je za zprávu v Blesku, když je pod tím podepsaná ČTK. Zjistil jsem, že si udělali jiný titulek, což je pro bulvár základ, ale na to má jako klient plné právo. Jako my upravujeme tiskové zprávy do mluvy ČTK, tak si bulvár upravuje naše zprávy. Lidé kteří tohle nechápu, nám potom volají a stěžují si. Myslím, že v ČTK je pořád nedořešený ten přístup k mainstreamu.

Vy to nemáte vyřešené rubrikově?

Máme rubriku, která se jmenuje Magazin. Tam řadíme společenské akce a to je právě rubrika, kterou od nás Blesk rád odebírá. Ať vydám v pátek cokoli magazinového, tak v sobotu to v Blesku je. Oni to také musejí něčím zaplnit. Ale bývá problém ten, že v kultuře se tak dobře nestanoví pravidla. Občas dojde ke konfliktu mezi redaktorem a editorem kvůli osobnímu vkusu. U nás je takový editorský systém. Editor může zprávu vrátit k přepracování nebo ji rovnou zakázat vydat. Když jdu na akci, tak už většinou od editora znám jeho názor. Já mu řeknu, že to je na důležitost číslo šest, a že tam půjdu, a on řekne, že to vůbec dělat nebudeme. Editor je zodpovědný za to, co pustí veřejnosti a proto má velké slovo. Je poslední kontrolou a nejde o měkké nebo tvrdé y.

Píšete někdy poplatněji nějakému klientovi? Aby se jim to více hodilo?

Není to tak, že bych napsal šťavnatější článek, aby si to vzal Blesk. Suchá Četkařská mluva musí být zachovaná. Výjimkou je ten Magazin, tam člověk může použít vzletnější sloh. Neděláme klasické rozhovory, všechno je to článkového typu, a mě by možná více vyhovovala ta forma rozhovoru. Dělá se to jednodušeji a je to nestrannější.

Když se v průběhu slavnostního večera stane něco hodně zásadního, třeba moderátorce vypadne v přímém přenosu ňadro, vyfotí to ČTK stejně jako Herminapress?

Vypadlé prso není pro ČTK zásadní. Ale mám pocit, že fotku vypadlého ňadra Janet Jackson máme. Byla to událost světového významu a dostali jsme to od zahraničních dodavatelů. To je také na uvážení.

Když byl prezident Zeman ve špatném fyzickém stavu u korunovačních klenotů, tak to ČTK zařadila?

Ano, ale nikdy bychom na tom nepostavili zprávu. Stejně jako bych nikdy nenapsal o Slavících: Skandál: Borhyové vypadlo prso. Někde vzadu to můžu jednou větou zmínit, ale pochybuji, že bychom to vydávali jako fotku. V tomhle nevycházíme bulváru vstříc. Občas se nám stane, že argumentujeme editorům, že bulvár by si to vzal. Editor řekne, že sice jsou naši klienti, ale nevycházíme jim vstříc tím stylem, že se chováme jako oni. Nemám nic proti bulváru, je to jiný typ novinářiny. Oni ať si nás využívají, oni na tom prsu tu zprávu postavit můžou, na to mají právo. Lidsky je v tomhle problém – když vím, že ten den má službu editor, který nesnáší pop, tak vím, že mi tu zprávu nemusí chtít vydat. Záleží na náladě a vkusu editora a to je problém, jenže v kultuře ta pravidla nejdou tak dobře stanovit.

Funguje u vás autocenzura?

Je to také otázka autocenzury. Vezměte si třeba záležitost Ortela na Slavících – v roce 2015 jsme tomu věnovali hodně a tento rok, 2016, mnohem méně, protože jsme souhlasili s tou myšlenkou, která se objevila – nepodporovat extremismus. Je to problém, problém té míry, prostoru, který tomu

věnujeme. A to se řeší hlavně v politice. Je to věc Rady, ta by měla najít rovnováhu.

Cítíte v Herminapress nebo v Profimedii konkurenci?

Ne. Nestalo se nám, že by klient řekl: Končím s vámi a jdu k Hermině. Před dvaceti lety se objevila ta ČTA, která si na tom, že budou konkurovat ČTK, založila reklamní kampaň. To se možná ČTK trochu lekla. Ohrožuje nás cena informací a internet, ale to dnes každého. Blesk sám třeba může být rychlejší než my, protože oni jsou on-line. Ale my jsme teď z některých akcí také začali dělat on-line zpravodajství, snažíme se to dohnat. Možná by měla běžet nějaká ČTK on-line, ale to by zase nesplňovala ty požadavky na přesnost a ověřené zdroje. Pro iDNES je jednoduché vydat zprávu a po nějaké době ji aktualizovat, dementovat, upravit. Když uděláme chybu my, je to problém, i když na to také upozorníme.

Bojíte se o budoucnost ČTK?

Dřív si od nás velcí klienti brali všechno, teď už to neplatí. A bojuje se o ceny, každý rok s nimi máme jednání o nových podmínkách. Naše výhoda je, že máme svůj dům, některá vydavatelství jsou v nájmu. Máme šest pater a z toho tři pronajímáme. Rumun co vlastnil Novu, dokázal svou soukromou agenturou položit tu státní, a na to konto vlastně vznikla ta ČTA. Každý stát musí mít agenturu, jsou provázané a spolupracují. Nemám o budoucnost ČTK strach. Bude se měnit, musí reagovat na vývoj.

Jak ČTK reaguje na čím dál větší provázanost žurnalistiky s PR, s reklamou?

My tam máme PROTEXT. Obrací se na nás spousta firem a PR agentur s žádostmi o uveřejnění. Chtějí mít vydanou zprávu tak, jak si ji naformulují oni. Ten kontext je přitom důležitý. Může mi přijít zpráva o tom, že nějaký Čech vyhrál soutěž v Anglii. Já když si to neověřím, tak se nedozvím, že ta soutěž nebyla vůbec prestižní a že vlastně vyhrál jen v rámci nějaké kategorie, kterých je třeba padesát, a ještě se dělil o první místo. Když klienti nechtějí, abychom jim do toho textu zasahovali, ověřovali a dávali do souvislosti, tak se to dá do PROTEXTU. Zprávu jim vydáme, ale za peníze.

Musí ta zpráva splňovat nějaké podmínky?

Nesmí obsahovat vulgarismy a porušovat zákony ČR. Tohle občas dělám, když jsem na akci a obrátí se na mě nějaký PR. Reknu mu, že tohle mi neprojde, ale ať zkusí PROTEXT. Není to nic proti ničemu.

Jaká služba ČTK je podle vás mezi novináři nejvíce populární?

Ukazuje se, že největší zájem mezi klienty je o přehled událostí, které budou. Proto bojujeme s „holubí letkou“. Zabránit se tomu dá tak, že klient k pozvánce připíše "prosím ne do Servisu".

Příloha č. 5: Rozhovor s redaktorkou média Super.cz (text)

1. Jak jste spokojená se servisem tiskové agentury Herminapress?

Jsou rychlí. Na Herminu platíme paušál a ne každou fotku, takže je to pro nás výhodnější. Tím pádem jsou první na řadě.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Fotky ano, texty občas, video jsme u nás, myslím, měli jednou.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Ty jsem využívala, dokud tam pracovala redaktorka, která byla schopná tam dát nějaké normální, použitelné přímé řeči a nesnažila se být vtipná. Agentura nemá být vtipná. Agentura má být konkrétní a rozebírat témata, o kterých se mluví a nejen popisovat nějakou akci. Jak to tam vypadá, to poznáme podle fotek.

4. Jste spokojená s popisky fotografií (osobností na nich)?

Ano.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Vybírám si Herminu, protože jsou nejlevnější a nejrychlejší. Z Profimedia bereme spíše zahraničí a z Showpixu sledovačky.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Ty fotky nejsou moc kvalitní, ti chlapi nejsou úplně nejlepší fotografové a je štěstí, když nejsou rozmazané. Po technické stránce je to horší. Nikdo si nedá tu práci, aby něco udělal s ostrostí, světlem nebo barvama.

7. Jak jste spokojená s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

V zásadě ano.

8. Jste spokojená s cenou vůči kvalitě?

O kvalitě jsem už mluvila. Ale máme paušál, takže je mi to jedno. A jsou rychlí.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

V zásadě ne.

Příloha č. 6: Rozhovor s fotoeditorkou časopisu Story (text)

1. Jak jste spokojená se servisem tiskové agentury Herminapress?

Spokojená jsem jen částečně, ale preferuji odběr fotografií z konkurenční Profimedia, kvůli výhodnějším cenovým podmínkám. S malými fotoagenturami si dohodneme cenu za kus, za fotku. S těmi velkými agenturami, jako je Profimedia nebo ČTK, se ale domlouváme na paušálu. S Profimedií tak máme domluvenou konkrétní částku, kterou u nich jako celé vydavatelství musíme za fotky utratit. Proto je pro mě výhodnější brát fotky z Profimedia a ne z Herminy. Odběr z těch menších agentur ale nezavrhuji. Jako fotoeditorka často hledám vhodné fotografie pro redaktory skrze všechny agentury, protože zkrátka hledám něco konkrétního. Často se potom stává, že tu konkrétní fotku má jenom jedna agentura, třeba ta Herminapress.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Tam jsou i texty a videa? K mé práci to není potřebné, ale co vím, tak redaktoři texty nevyužívají – vycházejí z vlastních, původních, zdrojů.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Tahle otázka je spíše na mého kolegu, redaktora.

4. Jste spokojená s popisky fotografií (osobností na nich)?

Když hledám něco v archivu, není to tak jednoduché. Teď když hledám třeba dvě osobnosti na jedné fotce, najde mi je to. Ale stejně je to tak, že pokud tam chci hledat klíčové slovo, které oni nemají v systému už předem navolené, a nenapišu ho přesně tak, jak ho tam mají uložené, je to problém. Už jde hledat jen klíčová slova, tak to předtím nebylo. Jako dobrou věc беру, že si všiml kritiky, a ke každé fotce už je dopsaný název akce a datum. Občas se stane, že je na fotce více osob, ale jméno je uvedené jen u některých z nich. Profimedia i ShowPix navíc umožňují vyhledávat také podle názvu akce a třídí fotky buď do složek nebo všechny fotky ze všech ročníků najednou. V tom má velké mezery ČTK, tam se vyhledávají konkrétní akce hodně špatně a nemá ty fotky ani rozříděné do složek.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia, ShowPix nebo ČTK?

To nevím.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

To nevím, vždycky má na trhu určitě výhodu větší firma, a to je Profimedia. Profimedia hlavně hřeší na tom, že se zrušila ISIFA a oni tak prakticky nemají konkurenci. Ale třeba ČTK nabízí také zahraniční paparazzi fotky. Stačí zadat Jennifer Lopez, oranžový overal. Tohle funguje skvěle.

7. Jak jste spokojená s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

Jak už jsem řekla, dobrý není ten vyhledávač. A také je matoucí, že hlavní fotografie složek konkrétních událostí na hlavní stránce se s každou aktualizací stránky mění. To je dost matoucí a také nám to ztěžuje práci.

8. Jste spokojená s cenou vůči kvalitě?

My jsme si s ním cenu dohodli, a je stejná, jako u ShowPixu. S tou kvalitou fotek Herminy to není tak špatné, není to o nic horší, než jinde.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Výše zmiňované vyhledávání.

Příloha č. 7: Rozhovor s redaktorem časopisu Story (text)

1. Jak jste spokojený se servisem tiskové agentury Herminapress?

To je otázka spíše na naši fotoeditorku.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

O existenci textů vím, využil jsem je ale asi jen dvakrát, a to pouze přímou řeč.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Použít se to dalo, jako záchrana.

4. Jste spokojený s popisky fotografií (osobností na nich)?

To je otázka spíše na naši fotoeditorku.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Je to rodinná firma, tak mají asi pevnější vztahy.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Je to hodně malá firma, například proti Profimedii.

7. Jak jste spokojený s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

To je otázka spíše na naši fotoeditorku, tak často tam nechodím.

8. Jste spokojený s cenou vůči kvalitě?

To není v mé kompetenci.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Za sebe - nemám.

Příloha č. 8: Rozhovor s redaktorkou A deníku Blesk a serveru Blesk.cz (text)

1. Jak jste spokojená se servisem tiskové agentury Herminapress?

Velice. Nejenže každý den mají fotografie ze spousty společenských akcí, ale zároveň jako jediná agentura některé k některým událostem mají i exkluzivní tiskové zprávy. Výběr fotografií je navíc vždy veliký.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Pouze fotografie a texty, protože videa se ani tak často v jejich nabídce nevyskytují.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Texty jsou velice dobře zpracované a většinou doplněné o rozhovory s některými celebritami.

4. Jste spokojená s popisky fotografií (osobností na nich)?

Většina z nich je popsána dobře a funguje i vyhledávač podle jména, což je velice pozitivní.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Jak už jsem zmínila, jejich velkým plus je to, že nabízejí nejen fotografie, ale i textové zprávy k jednotlivým akcím.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Snad jedinou nevýhodou je, že se zaměřuje pouze na Českou republiku a na rozdíl od ostatních zmiňovaných agentur nenabízí fotografie ze zahraničí.

7. Jak jste spokojená s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

Organizace stránek i její vyhledávač funguje velice dobře.

8. Jste spokojená s cenou vůči kvalitě?

Vzhledem k ostatním agenturám určitě ano.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Nikdy jsem se s žádnou takovou nesetkala.

Příloha č. 9: Rozhovor s redaktorkou B deníku Blesk a serveru Blesk.cz (text)

1. Jak jste spokojená se servisem tiskové agentury Herminapress?

Se servisem jsem byla vždy spokojená.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Video jsem nikdy nevyužila, ale fotografie ano a úryvky z textu občas. Někdy se info o samotné akci hodilo.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Ne.

4. Jste spokojená s popisky fotek (osobností na nich)?

Nikdy jsem si nevšimla, že by tam popisky se jmény byly.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

To netuším.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Netuším.

7. Jak jste spokojená s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

Ano.

8. Jste spokojená s cenou vůči kvalitě?

Asi ano.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Ne.

Příloha č. 10: Rozhovor s redaktorkou média iDnes.cz (text)

1. Jak jste spokojená se servisem tiskové agentury Herminapress?

Nabídka je celkem široká, ale za mě je oproti jiným fotobankám moc vysoká cena za jednu fotku (500 Kč).

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Využívám především fotografie. Text jen v případě, že jde o exkluzivitu. Videa téměř vůbec.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Texty se mi moc líbí, je tam vždy vše a někdy i víc než bych čekala. Většinou však na akci jdu též, takže téměř tento materiál nevyužiji.

4. Jste spokojená s popisky fotografií (osobností na nich)?

Určitě, popisky jsou mnohem přesnější a podrobnější než jinde.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Široký záběr akcí, exkluzivní materiál. Nabídka videí a především textů. Jde o obsáhlé články, nejen o perex. Rychlé umístění materiálu krátce po akci.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Někdy se mi nelíbí kvalita fotky - ostrost či záběr. To se však stává i v jiných fotobankách. Jinak asi ta cena za jednu fotku.

7. Jak jste spokojená s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

Určite se mi vyhledává konkrétní fotka mnohem lépe než jinde.

8. Jste spokojená s cenou vůči kvalitě?

50% ano 50% ne.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Za sebe nemám.

Příloha č. 11: Rozhovor s redaktorem média Expres.cz (text)

1. Jak jste spokojený se servisem tiskové agentury Herminapress?

S TAH jsem v podstatě spokojený. Jde o agenturu, která má v nabídce fotografie skoro ze všech společenských akcí, které se konají. Bývají tam snímky i z pohřbu slavních osobností a někdy i svatby. Jako bonus mívají u některých akcí i text. Obsahově nejde TAHu nic vytknout.

2. Využíváte jej kompletní, to znamená fotografie, texty i videa?

Ne. Z TAHu stahuju většinou jenom fotografie. Někdy se podívám na text, který bývá obsahově slabší, ale dají se využít alespoň přímé věty. Ty sice většinou nepřinesou nic nového, nic kontroverzního, ale v nouzi se opravdu hodí.

3. Jsou v textech vždy všechny informace, které potřebujete?

Je tam o jakou akci jde, kdo tam byl a nějaké přímé věty. Nejde o obsah, který by se dal vydat způsobem ctrl c ctrl v, ale přímé věty bývají plnohodnotné. Jak jsem již psal, nic kontroverzního, ale použít se to dá. Úroveň textů se liší podle redaktora, který je píše.

4. Jste spokojený s popisky fotografií (osobností na nich)?

Problém je s hledáním fotografií. U Hermíny se musí psát nejdříve příjmení a poté jméno, a to bez háček a bez čárek. Ne vždy jsou fotografie dohledatelné a ne všechny fotografie mají majitelé Hermíny označené a označují je zpětně. To je jejich velké mínus. V této branži jde totiž převážně o rychlost a když hodně pospíchám, jdu na Profimedia.

5. Jaké jsou podle vás výhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

ShowPix patří k nejméně využívaným fotobankám. Jejich fotobanka je velmi nepřehledná a špatně se tam hledá. Fotky nejsou ani tak kvalitní jako v ostatních fotobankách. Co se profiny a herminy týče, tak Hermáni mají výhodu, že mají u některých akcí text. Další výhodou je, že jsou ty akce rozdělené automaticky do složek, což profimedia má taky, ale hůř se k těm složkám dostává. Hermína má také výhodu, že má videa, ale otázkou je jak jsou využívána.

6. Jaké jsou podle vás nevýhody Herminapress oproti jiným agenturám na trhu, to znamená Profimedia nebo ShowPix?

Herminapress má vůči ShowPixu nevýhodu paparazzi snímků. Ze všech tuzemských fotobank se totiž jenom showpix na paparazzi snímky zaměřuje. Hermáni se někdy snaží, ale jelikož si nechtějí nikoho zneprátnit, dopadne to většinou katastrofou. Profimedia má výhodu hned několika spolupracujících tuzemských fotografů, kteří se mnohdy sejdou na stejné akci, takže mají větší výběr fotografií. Na Profině ale nejsou k dostání jenom fotografie tuzemských hvězd, ale i zahraničních. Ve svém portfoliu má Profimedia i fotografie sportovní, zpravodajské, politické. Prostě obsáhnou vše a mohou co se fotek týče plně konkurovat ve všech kategoriích. Profimedia má navíc velmi obsáhlý archiv starých fotografií. Bývají sice dražší, ale jsou unikátní.

7. Jak jste spokojený s organizací databanky? Je všechno přehledné a najdete lehce to, co hledáte?

Nejlépe se hledá v Profimedii. Nejhůře na ShowPixu. Hermína je zlatý střed.

8. Jste spokojený s cenou vůči kvalitě?

To nejde takto určit. Například na Profimedii je k dostání skoro totožná fotografie za 70 Kč a pak za 200 Kč. Záleží na tom, kdo tu fotografii fotil a na kolik si ji cení. Hermáni všechny snímky prodávají za 500 Kč a na ShowPixu jsou za 400 Kč. A to mluvím o velikostech pro web. Pro tisk bývají ceny dražší. Jenom Hermáni mají stále za 500 Kč. Ale většina redakcí si platí paušál, takže mohou stahovat neomezeně.

9. Máte s tiskovou agenturou Herminapress nějakou negativní zkušenost?

Na nic si nepamatuju. Leda tu, že někdy nejdou fotografie dohledat a musím stahovat z Profimedia.