

## Přílohy

### Příloha 1: Kódovací manuál

Proměnná	Kód	Hodnota
Titul	1	iDNES.cz
	2	Blesk.cz
Zaměření média	1	seriózní
	2	bulvární
Datum publikace článku	#	rok_měsíc_den
Datum pořízení fotografie	#	rok_měsíc_den
Hlavní fotografie	1	ano
	2	ne
Zdroj fotografie	0	neuvedeno
	1	agenturní
	2	redakční
	3	jiné (+ textové doplnění)
Žánr fotografie	1	oficiální / PR snímky
	2	zákulisní
	3	domácí / intimní
	4	reportážní
	5	koláž
	6	montáž
	7	ostatní
Téma fotografie	0	nelze určit
	1	volby
	2	politika, ekonomika, finance

	3	soukromí
	4	humor
Záběr	0	nelze určit
	1	celek
	2	polocelek
	3	detail
Pozice objektivu	0	nelze určit
	1	nadhled
	2	podhled
	3	přímý úhel
Barevnost	1	černobílá
	2	teplé barvy
	3	studené barvy
Stylizace	1	přirozený (reportážní)
	2	aranžovaný
	3	stylizovaný (ateliérový)
Počet osob	1	jedna
	2	dvě
	3	tři
	4	čtyři
	5	pět a více
Prostředí	0	nelze určit
	1	uvnitř
	2	venku
Celkové vyznění	1	neutrální

	2	pozitivní
	3	negativní
Zobrazená osoba	1	Hillary Clintonová
	2	Donald Trump
	3	oba
Oblečení	0	nelze určit
	1	formální
	2	neformální
	3	elegantně ležérní
Celkový vzhled	0	nelze určit
	1	upravený
	2	neupravený
	3	nedbale elegantní
Výraz tváře	0	nelze určit
	1	pozitivní
	2	negativní
	3	neutrální
	4	udivený
	5	zamyšlený
	6	agresivní
Interakce s diváky	0	nelze určit
	1	pohled přímo na příjemce
	2	zpředu
	3	z profilu
	4	zády

Rekvizity	1	ano (+ textové doplnění)
	2	ne
Reprezentační procesy	0	nelze určit
	1	narativní
	2	konceptuální
Gestikulace	0	nelze určit
	1	výrazná
	2	jemná / nevýrazná
Postoj	0	nelze určit
	1	vzpřímený
	2	sedící
	3	jiný (+ textové doplnění)
Ostatní aktéři	0	nelze určit
	1	žádný další aktér
	2	s oponentem
	3	s jinými politickými nebo veřejnými představiteli
	4	se sympatizanty
	5	s blízkými
	6	s celebritou
	7	se členy volebního týmu
	8	s médii
	9	jiný (+ textové doplnění)
Interakce mezi aktéry	0	nelze určit
	1	žádný další aktér

	2	žádná
	3	neformální
	4	formální
	5	harmonická
	6	konfliktní

## **Příloha 2: Rozhovor s redaktorem iDNES.cz**

Redakce: iDNES.cz

Respondent: anonymní

Pozice v období prezidentských voleb: redaktor v zahraničním oddělení

Datum uskutečnění rozhovoru: 20. 3. 2018

Rozhovor byl autorkou upraven a zkrácen na základě kritérií zmíněných v kapitole 4.1.3.

### **Současné fungování redakce**

#### **Jak dlouho a na jaké pozici v redakci pracujete?**

Pracuju tam šest a půl roku. Nastupoval jsem tam vyloženě jako nějaký elév v uvozovkách, dělal jsem nějaký jako večerní služby, kde jsem dělal zahraniční, domácí, regionální, vlastně úplně všechno. Tři roky zpátky jsem přestoupil vyloženě do zahraniční redakce iDNES na pozici jako redaktora plnohodnotného.

#### **Jak byste popsal svůj typický den?**

Tam je ještě jakoby důležitý říct, že my tam máme jakoby takový směny. Nějaká směna je od osmi, nějaká od jedenácti třiceti. Já mám většinou tu směnu od osmi, to znamená přijdu do práce, mám hodinu na to, abych prošel zahraniční weby, který my sledujeme, kterých je, já nevím, asi deset. Můžu jmenovat třeba New York Times, Guardian, Independent, Political, Reuters, AP... Asi tak nějak tadyty. Projdu si tadyty weby a z nich si vyberu témata, který si myslím, že by stálo za to nějakým způsobem u nás napsat. Když říkám napsat, znamená to zčásti přeložit, zčásti doplnit třeba nějakou reakcí experta českého na to daný téma, doplnit to třeba nějakou agenturní zprávou. K nějakým větším tématům, který si píšeme jakoby sami, ještě procházím ČTK. ČTK má nějaký svůj plán a z něj vytipuju nějakých třeba pět šest událostí, který se ten den budou dít a já si myslím, že jsou nějakým způsobem důležité. Takový nějaký denní plán dám dohromady, a ten kolem devátý hodiny konzultuju s šéfem zpráv, ten mi jakoby ta témata schválí nebo neschválí. Pak když je to schválený, tak já to rozešlu mezi všechny zahraniční redaktory, a pak vlastně tadytim způsobem na těch hlavních člancích děláme, jako překládáme, voláme těm expertům, sestavujeme nějakým způsobem ten článek a zároveň sledujeme ty agentury, Reuters a ČTK, a z nich pak píšeme ty aktuální věci, který se dějou v tu chvíli, který já nemůžu do toho plánu, protože o nich nevím. Tak vlastně tímhle způsobem

to funguje celou tu směnu, píšou se nějaký větší věci, do toho sleduju ty aktuální, ve spolupráci s nějakým editorem samozřejmě, a po osmi a půl hodinách to pak předávám jakoby další službě a ta to předává další službě. Takhle dokola. Já dělám občas i od těch jedenácti třiceti, jedinej rozdíl je v tom, že ta už nesestavuje ten plán.

### **Kdo vybírá fotografie do článků a doprovodných fotogalerií?**

Z devadesáti procent je vybírá ten redaktor, kterej ten článek píše. Jo, takže otázka je, jestli na to máme to správný oko nebo ne, ale vybíráme je my. Většinou z Reuters nebo z AP, to jsou jakoby dvě jakoby fotoagentury, který my využíváme. Pak ještě zčásti používáme jakoby fotobanku Profimedia, kde se ty fotky platí jednotlivě, kdežto v Reuters a AP máme nějakou paušál, jo, takže můžeme vzít třeba 100 fotek za den, něco takovýhleho. Někdy, když je to nějaký jakoby větší téma, který připravujeme dopředu, tak nám s těma fotkama pomáhá fotoeditor, což je člověk, kterej se stará o výběr fotek hlavně pro noviny, ale když ho požádáme, tak je vybere i nám na web.

### **Takže hlavní zodpovědnost za fotografie má redaktor?**

Za výběr těch fotek do toho článku určitě. Jak za samotný fotky, pak ještě u nás v systému to funguje tak, že je nejen vložíme, ale musíme je nějakým způsobem ořezávat, aby měly nějakých pět formátů, který se pak zobrazují na té hlavní stránce. Což je strašně důležitý v tom, že když člověk tu fotku blbě ořízne, tak pak se objeví na hlavní stránce iDNES Donald Trump od krku dolu a hlava chybí.

### **Stejným způsobem probíhá i výběr fotografií pro obsáhlejší galerie?**

To je úplně stejný způsob. Zase prostě, dejme tomu se demonstruje, redaktor se podívá do Reuters do fotočásti, vybere patnáct dvacet fotek, musí popisky k tomu udělat, klíčový slova, ořezat ty formáty... Ten způsob je úplně stejný.

### **Dochází někdy ke zpětné výměně fotografie za jinou?**

Určitě, jo. Nadřízenej si stěžoval, editorovi se nelíbila, fotoeditor... Ono to není tak jakoby, že by někdo přišel a řekl fotka je strašná, vyměňte ji, ale třeba neměla by tady bejt třeba nějaká lepší a někdo navrhne konkrétní fotku, která by se mu tam líbila, což třeba dělá právě ten fotoeditor. Jako dost se to stává třeba když tam ulítne po nějakým teroristickým útoku třeba fotka, kde je někde vzadu třeba někdo mrtvej nebo hodně zakrvácenej, tak to třeba jako ne. Jako ta kritika těch fotek je většinou u nějaký aktuální události a je třeba do pěti, deseti minut, se někdo ozve, že tohle by tam třeba jako úplně

být nemělo. Ono dost často to toho autora napadne samo od sebe, když se třeba děje něco dalšího, tak ten článek vzniká hodně ve spěchu, aby byl rychle na webu. Rychle se k tomu dá nějaká fotka a až pak třeba když si to člověk prochází, i ten autor, tak si uvědomí, že to není úplně ono.

### **Máte určená nějaká kritéria, podle kterých obecně fotografie vybíráte?**

Obecně se asi dá říct, že je to jako subjektivní, jakože vyberu si to, co jakože já si myslím, že nejlíp prodá článek. Když mluvíme o té hlavní fotce toho článku, jo, ta fotka, že jo, prodává. Když říkám prodává, tak aby si to ten člověk přečetl, když už sem se s tím psal, tak aby si to otevřel. Takže je to strašně subjektivní, ale nějaký kritéria tam jsou. Takže nevybereme na hlavní fotku mrtvoly, nevybereme na hlavní fotku nějaký jako krvavý zranění a takovýdle věci. Fotky můžeme dát do galerie, ale s tím, že v té galerii je varování na začátku galerie obsahuje drastické záběry. Pak nějaký ještě další kritéria... Asi jako, ale to je strašně subjektivní, asi jako nedávat, když je třeba článek o nějakým tématu jako, já nevím, prostě Trump se zase choval jako idiot, když to přeženu, tak nedávat tam ještě k tomu jakoby násilně fotku, na který vypadá jak idiot. Takže prostě, některý lidi to dělaj, jakože to bude vtipný nebo tak, asi by se to nemělo dělat úplně. Já to teda nedělám.

### **Kdo tvoří a edituje popisky?**

Můžeme se inspirovat agenturama, ale většinou si nějaký jako vymejšíme. Nemělo by to být nějaký takový třeba jenom Donald Trump, popisek by měl být třeba jako Donald Trump přednáší inaugurační řeč, něco takovýho, aby bylo jasně vidět, co se na té fotce děje, ideálně, což ten čtenář nemusí poznat na první dobrou. S tím, že my strašně lpíme na tom, aby u těchle zpravodajských fotek byl popisek a kromě toho i v závorce datum, kdy ta fotka byla pořízená, aby se odlišila ilustrace od aktuální fotky. Jako je pravda, že někdy se to nepovede, jo, ty data tam nejsou, nebo jsou špatně, ale zase je to to kvantum věcí, který člověk musí dělat. Musí psát článek, vybírat desítky fotek, občas je toho dost.

### **Považujete výběr fotografií v agenturách za dostatečný?**

U těch aktuálních věcí, jo, třeba volby, teroristický útoky, nějaký oslavy, počasí v Evropě, tak toho je v agenturách dost. Ale jako stává se, že třeba jsou nějaký kuriozity, anakonda v Indonésii sežrala celou vesnici, k tomu ty fotky v těch agenturách většinou nejsou a pak právě jdeme do té fotobanky Profimedia, kde tady tyhle věci většinou jsou nebo pak do



toho článku vkládáme fotky z Twitteru, jo, pomocí jakoby embedování tohoto samotného tweetu. Nebo do té fotobanky chodíme kvůli ilustračním fotkám, protože ty jako bysme nikdy neměli používat z agentur. Protože vezmete nějakou fotku aktuální události, napíšeme k tomu ilustrační foto a pak se nám zpětně ozve paní, která je na té fotce, a že nechce být jako ilustrační fotka u, nevím čeho, což se párkrát stalo teda. No, že dokonce... Dokonce i z té fotobanky Profimedia, kde jsme vzali nějakou fotku, která nebyla ilustrační. Byla, tam jsou zase tři sekce, ilustrace, aktuální věci a pak nějaký magazínový věci, a že my mezi těma aktuálníma fotkama, když jsme vzali prostě fotky z nějaký školy, kde byly nějaký děti, a použili jsme to jako ilustračku, prostě výuka někde a někde. A ta škola se ozvala, že jako nechce, aby jako jejich děti byly spojovaný s tadytím článkem. Že si takhle někdo konkrétní stěžuje, to je ze sta procent na domácím zpravodajství, to už se netýká jako zahraničí, to že někdo sám sebe někde uvidí a nechce tam bejt.

### **Jak řešíte autorská práva u fotek ze sociálních sítí?**

Práva řešit nemusíme, protože my je jako nevezmeme a nevložíme je k nám do systému, ale použijeme ten embed. A embedovat ty fotky, to se může. To normálně vzít můžu a právně v tom není žádný problém, což máme i jako... Tak nám to říkali, že prostě takhle to vzít můžeme. Nemůžeme ji vzít a použít tu fotku jako hlavní článkovou, to nejde. Pokud bysme chtěli, musíme kontaktovat toho člověka, kterej tu fotku nahrál, nebo ne ani nahrál, ale kdo je autorem té fotky, což zas často je rozdíl... A pokud nám dá svolení, tak my mu zaplatíme, pokud chce nějaký honorář malej, pokud nechce, tak to použijeme bez honoráře. Ale to se děje zas spíš na domácím, protože v tom zahraničí je to takový složitější, než ty lidi se ozvou, tak už je zase ta zpráva pryč, a my tu fotku už zase jakoby nepotřebujeme, ale u domácího občas jo. Třeba když je někdo na Twitteru u nějaký nehody, něco vyfotí, tak to se rozhodně ho snažíme kontaktovat a mít ty fotky ideálně jako první.

### **U každé fotografie uvádíte její zdroj, nestává se, že byste pouze rozkopírovali obecný popis. Proč tomu tak je?**

My musíme. Kdybysme to neuvědli, tak pak z toho můžeme mít i jako problém. Když se neuvěde zdroj, můžou dokonce i zahraniční agentury si na to můžou stěžovat, vyloženě oficiální cestou, použili jste naši fotku, není ozdrojovaná, udělejte s tím něco, nebo budete platit. U českých médií se na tom zas tak nelpí, jo, ale jako překvapilo mě, jak ty zahraniční agentury, od kterých ty fotky bereme, jak si to hlídaj. Že bych čekal jako malá

Česká republika, nikdo to nebude hlídat, ale oni na to mají asi nějaký algoritmy, nějaký software, kterej to asi nějak skenuje, který ty fotky jsou kde použity. Už se nám stalo, že si stěžovali, ale jako vyřešilo se to. Není to tak častý, takže se to vyřešilo, jako že jsme se prostě omluvili, doplnili jsme to tam, ten zdroj, a bez problémů.

### **Za jak důležitou osobně považujete fotografii u článku?**

Strašně, no určitě. Ta hlavní to je prostě samostatná kategorie, ta fakt musí bejt jako perfektní, podle mě musí člověk přemýšlet jakoby jak bude ta fotka vypadat, nejenom když si ten člověk otevře ten článek, protože najednou je ta fotka velká přes celou stránku, ale měl by přemýšlet, i jak bude vypadat, jak bude vypadat prostě na té homepage, jo, tam je ta fotka najednou malinká. To znamená, že ideální je mít na homepage obličej zblízka, protože jsou vidět. Protože když tam dáme takový ty menší fotky, když si otevřete iDNES, tak hlavní fotka je velká a pod tím jsou takový ty malinký. U tý velký je to v podstatě jedno, jo, tam se dá pracovat s více věcmi, u těch malejch jsou ale lepší obličej, protože ty jsou vidět. Když je tam třeba dav lidí, tak už tam je zmeř' ničeho. Takže ta hlavní fotka je hodně důležitá. Důležitěj je i ořez, kterej to může hodně zkazit pak. A pak třeba u nás, to už je ale strašnej detail, my máme, můžeme z článku udělat třeba z článku řekněme takový extra článek, že je jeden hlavní text a pod ním jsou naskládány takový malý, a ta šablona pak může překrejt tu fotku zčásti. A s tím se taky musí počítat, že když se tam dá tadyta speciální šablona, tak ta fotka pak musí vypadat trochu jinak, aby třeba obličej nebyl překrytej nějakým jakoby překryvem. Já bych Vám to ukázal, ale teď zrovna tam žádněj takovej text nemáme. Na druhou stranu pravidlo s obličejema někdy je dobrý porušit, když ten text, většinou jsou to nějaký zajímavosti, je postaveněj na tom, že je to jako podívejte se na něco fakt zajímavýho, něco jako to jste ještě neviděli nebo archeologové někdy objevili něco, tak je dobrý, když to jako z tý fotky není úplně poznat, nebo jenom trochu, aby ten člověk měl jakoby tendenci si to otevřít kvůli tomu. Občas to může vypadat i relativně blbě, jo, jako že třeba to je fotka z pouliční kamery, kde jsou jen siluety postav, kde něco dělaj, ale čtenáře to naláká otevřít. Takže v nějakých případech se to porušuje, ale jako obecně je to pravidlo spíš dávat ty fotky, aby na tý hlavní stránce, odkud na ně ten čtenář kliká, tak aby bylo jasně vidět, co tam je.

### **Myslíte, že fotografie může nějakým způsobem ovlivnit celkové vnímání kandidáta?**

Nad tím musím přemýšlet. Ovlivnilo jeho názor... Jako tadytim způsobem asi jo, no, ale to už pak jako je výběr fotky jako podle toho, co na ní je, ne spíš kdo na ní je, že jo. Takže

jako ano, když jako k nějakému textu, kterej může vyznívat třeba negativně pro Trumpa a já vyberu fotku Trumpa, kde se čistě náhodou škrábe na hlavě, tak to může mít nějaký jakoby negativní vliv. Ale spíš je to tak, že nám pak ty čtenáři napíší, že jsme idioti, jo. Ne jakoby že je to ovlivní, ale jako že nám spíš řeknou, že my jsme blbci. Jo, že podle mě to neovlivní názor toho člověka na obsah toho článku, ale spíš názor člověka, toho čtenáře, na toho autora nebo tu redakci. Tak si to myslím.

## **Americké prezidentské volby 2016**

### **Jak aktivně jste se zapojoval do pokrytí tématu amerických prezidentských voleb 2016 ve Vaší redakci?**

Já jsem tam dělal vlastně všechno, kromě stříhání videí jako jo, no. My jsme to měli jako takovej velkej speciál i s grafikou jako samostatnou stránku. Na tý velký grafice byly různý profily těch kandidátů ještě během primárek, různý vysvětlení toho, jak fungujou americký volby, a byla tam nějaká časová osa těch voleb a tady ty věci, to jste určitě viděla. Tohle dělali spíš oni, já se taky toho nějak účastnil, ale jako rozhodně míň než oni, takže třeba tak 10 % z toho sem mohl dělat já, nějaký články třeba do toho speciálu... Já jsem pak hlavně sledoval, hlavně jsem sledoval jakoby jak primárky, jakoby ten průběh, spíš ty zpravodajský věci, jo. Takže když bylo volební superúterý, tak jsem měl například službu přes noc kvůli tomu ještě s kolegou, z toho jsme měli online zpravodajství pomocí tý online reportáže. Pak ty samotný volby to jsme zase sledovali zase přes noc úplně stejným způsobem, jeden článek hlavní jako, kde bylo to nejdůležitější z těch voleb, a pak v tý online reportáži prostě nějaký detaily a průběh toho sčítání. No a mezitím jsem psal jak jako to úplně běžný zpravodajství, jako že průzkumy ukazují něco, nebo profily těch kandidátů, nebo prostě různý zajímavosti z těch voleb, dokonce i nějaký jako servisní text, jak ty volby fungujou, jsem psal, obrazem jsme dělali vždycky, jo... Rozhovory jsme k tomu taky měli s Milošem Gregorem myslím, což je, on se specializuje na kampaně volební a teď teda na fake news hodně, má teď knížku. No a pak ještě samostatně, na tom jsme nedělali my, ale na tom dělala videosekce, a ta zase připravovala prostě nějaký medailonky těch kandidátů a pak jakoby běžný zpravodajství Trump někde vystoupil, něco říká, Clintonová někde vystoupila a něco říká, nějaký sestřihy z těch předvolebních debat dělali... A to jsme ještě taky sledovali, ty předvolební debaty těch

dvou finálních kandidátů jsme taky vždycky sledovali v noci, abysme to měli na webu hned.

**Vyskytla se v souvislosti s fotografiemi v průběhu kampaně nějaká výraznější kontroverze nebo debata?**

Žádná taková kontroverze tam nebyla, my máme totiž tu výhodu na iDNES, že máme jakože spoustu dalších rubrik, jo, takže jenom čistě zpravodajskej web by třeba mohl mít problém, jakože tohle se už k nám třeba nehodí, a tak. My si řekneme, tohle se nehodí do zahraničního zpravodajství, ale máme rubriku Revue, máme ekonomickou rubriku, máme Technet, jo, na Technetu třeba pak vychází k volbám to, jak americké prezidentské volby ovlivňovalo Rusko, rozeberou to po technický stránce, pak takový jako věci, že Trump má problémy s Melanií, tak dáme zase na Revue... Takže není to, vlastně si nepamatuju, že bysme měli nějakej článek, u kterýho bysme si řekli, jako že tohle už je moc nějaký bulvární, to nedáme... Nedáme to do zahraničí, dáme to do rubriky, kam to podle nás patří.

**Uvědomujete si, že by byla ve Vaší redakci v přístupu ke kandidátům patrná nějaká nevyváženost?**

No nějaká nevyváženost, nevyváženost asi... To asi ne, ono je to tak jako s nějakou vyvážeností článků je to těžký v tom, že prostě když jako ten jeden kandidát je schopnej v uvozovkách nic neříkat zajímavýho, což byla Clintonová, a druhej je prostě extra zajímavěj, protože říká, jako ne že bych s nim třeba souhlasil, ale že říká prostě zajímavý věci z hlediska jako třeba čtenosti, tak prostě se může, bude se dělat vlastně víc článků o někom, kdo je jako zajímavěj. Asi to tak bylo. Čtenáři si vždycky stěžujou, ať už to člověk napíše jakkoli, ale asi... Jako dá se říct, že o tom Trumpovi se psalo víc, no. Protože prostě byl zajímavěj, byl nějakým způsobem kontroverzní, takže jako lidi to zajímalo, proto jsme to psali. A ono to pak může vypadat jako že, to nám vyčítali právě ty čtenáři, že jako na Trumpa píšeme prostě samý špatný články a na Clintonovou ne, ale ono prostě jsme na Trumpa napsali obecně víc článků ať už o nějakých jako jeho blbejch výrocih, nebo kontroverzních výrocih, tak i o jeho prostě třeba i zajímavých výrocih.

Takže to nebylo prostě, že bysme na něj vytáhli špínu a na Clintonovou bysme psali jenom pozitivní články, to jako určitě není, no...

**Pamatujete si, zda se Váš běžný pracovní postup během amerických prezidentských voleb v roce 2016 nějakým způsobem změnil? Mám na mysli například denní rytmus.**

Rytmus... Rytmus asi jako ne, no, bylo to volební superúterý a tam prostě člověk jako třeba neměl ranní směnu, místo té ranní směny přišel na tu noční, jo, že tam ten chod se v ten konkrétní den jako uzpůsobil tak, že prostě místo ranní jsem měl večerní. Stejně tak to pak bylo u těch debat, jo, u těch debat to třeba fungovalo tak, že ten redaktor, kterej to psal, tak dokonce ani nebyl v redakci, seděl doma, koukal na CNN a psal z toho článek, jo, že ani nemusel bejt v redakci. No a pak prostě byla ta volební noc, volební den u nás, a tam jsme prostě byli v redakci teda ve více lidech, tam byl editor, já, ještě jeden kolega, jeden se staral o online reportáž, druhej se staral o článek a dělal fotky, byl tam jeden videoeditor, kterej dělal videa, editora jsem říkal, že jo, normálního textovýho, a byl tam s náma právě ještě ten Miloš Gregor, kterej nám dával nějaký postřehy prostě co ho napadlo, co posbíral někde na sociálních sítích. Ale jako že by se prostě nějak pravidelně změnil ten chod prostě po nějakou dlouhou dobu, to ne, vždycky to bylo prostě konkrétní událost, tak se to prostě uzpůsobilo na ten konkrétní den a další den už se prostě jelo zase normálně.

**Měli jste nějakého redaktora přímo v USA?**

Měli. V Americe jsme měli Annu Barochovou a ještě spolupracujeme na některých věcech spolupracujeme s Mladou frontou se zahraniční rubrikou a ta tam měla Milana Vodičku, což je šéf zahraničí Mladý fronty. Jo a ty byli na místě už asi s týdenním předstihem a dávali nám prostě nějaký, psali samozřejmě nějaký reportáže a pak nám do té naší online reportáže dávali nějaký krátký postřehy, no že prostě po volbách jsme tady, čekáme, až vyjde Clintonová, ona nevychází a nevychází a pak se na to vykašlala, že jo a takovýhle jakoby, takovýhle věci. Takže jako pro tadyhlety lidi ta změna toho režimu tam byla, který jeli pryč. Jestli fotografovali, to u Milana Vodičky nevím, protože to jsou noviny, takže ty ani nemaj proč jakoby ty jeho fotky vyrábět, oni si prostě vezmou jednu fotku z agentury a maj to. No a ta Anička, ta fotila, ona je hodně, nebo teda byla, teď už nedělá v médiích, hodně byla přes sociální sítě, takže něco vyfotila a ne že by nám ty fotky posílala a my jsme je vkládali k nám, dala si je na Twitter a my jsme pak dobře právě v těch online reportážích mohli prodat koukejte, my máme na místě naší reportérku,

dává si to na sociální síť. S tím že pak jako náš ještě účet třeba na Twitteru pak ty její tweety retweetuje, aby bylo vidět prostě jako, že jsme na místě a nepíšeme to někde z baráku jenom.

### **Připadal Vám výběr fotografií v agenturách k tomuto tématu dostatečný?**

Jo, to rozhodně. Vzhledem k tomu, že to byla jako nejenom v tom roce, ale i rok třeba předtím během těch kampaní jako asi největší zahraniční zpráva, pak kromě těch aktuálních třeba teroristických útoků. Kontinuálně to byla největší jako zahraniční událost, těch fotek tam byla jako záplava, těžko se z toho i vybíralo. Fotek určitě dostatek, i videí a obecně jako informací, ty americký média to rozebíraly prostě horem spodem, strašně zajímavým způsobem některý.

### **Jak jste byl spokojený s obrazovým pokrytím amerických prezidentských voleb 2016 ve Vaší redakci?**

Myslím, že jsme to měli nejlepší, jak to v daných podmínkách šlo. Dělali jsme to ve třech čtyřech lidech, plus mínus.

### **Napadá Vás něco, co byste dnes udělal jinak?**

No... Asi ne, asi mi přijde, že ne. Ale zase, je to daný tím, prostě je to dávno, od té doby už jsem psal strašně moc článků a jako nevím, no. Možná třeba lepší grafika nebo líp ještě nějak ten speciál udělanej, byť podle mě to byl nejlepší grafickej speciál, jakej jsme měli. Ale tak stejně se na tom ještě jako dalo pracovat, podle mě.

### **Proměnila se od té doby nějakým způsobem práce s fotografiemi?**

Je větší tlak dávat ke každému článku fotogalerii. Ale je to prostě zase čistě o tom, kolik uděláme kliků, jo. Není to prostě, že... Ta hlavní motivace není, že chceme udělat čtenářům velkej servis fotkama, ale že chceme sbírat kliky. Což neříkám za sebe, ale taková je filosofie té firmy. Jako že dejme galerii, protože tam třeba člověk třikrát klikne navíc.

### **Jak probíhalo doplňování fotografií do velké tematické galerie, která byla přidávána od 19. října téměř do každého článku o volbách?**

Tohle zrovna měl na starosti, jak jsem říkal, že když jsou nějaký velký události, že nám s tím občas pomáhá ten fotoeditor. A zrovna tadyto on založil, tuhle fotogalerii, dal tam ze začátku, když to bylo myslím ještě u republikánskejch primárek, to bylo, myslím, do

toho padaly nějaký fotky. On obecně ze začátku vybral, nevím nějakých třeba, plácnu, nepamatuju si to přesně, jo, ale třeba 30 fotek z průběhu té kampaně, a my jsme pak do toho, do týhle galerie měli dávat ty nejlepší fotky, na který narazíme. A to byla taková jakoby obecná galerie, kterou jsme pak mohli dávat do těch článků, univerzálně jako do každého třeba článku o volbách. No, ale prostě měly tam být jenom ty nějakým způsobem důležité nebo nějakým způsobem vizuálně zajímavý, takže ne takový ty běžný fotky, jak jsou dvě hlavy a mluví na sebe, to by nemělo úplně smysl.

### **Tato galerie tedy byla doplňovaná postupně?**

Postupně se to mělo doplňovat. Otázka je, jestli se to doplňovalo prostě pravidelně nebo si jednou za týden někdo vzpomněl a pak tam doplnil ty fotky, jo... Blbý na tom bylo, že jsme prostě nemohli sledovat jenom americký volby, no, zpravodajství zahraničního zvlášť je opravdu hodně.

### **Konfrontace s výsledky analýzy**

**Výrazně častěji se na fotografiích objevoval Donald Trump, v číslech to bylo 48 % versus 33 % Clintonové, na hlavní fotografii to bylo podobné, tedy 47 % Trumpa versus 32 % Clintonové. Proč myslíte, že tomu tak bylo?**

To není zase tak hrozný, to bych čekal možná i víc. Že je Trump na hlavní fotografii víc je daný možná tím, že jo, že o něm jsme obecně asi psali víc, jak sem říkal, že jo. Myslím, že je to tím. Což jako myslím, že souhlasí s tím, co jsem už říkal, že prostě z nějakého důvodu, z nějakých těch konkrétních důvodů, o kterých jsem mluvil, jsme si víc vybírali toho Trumpa jako téma. S tím, že když, že jo, píšete články o něm, může ještě člověk spekulovat o tom, jestli tam musí být on na fotce. Asi nemusí, ale většinou je to dobrý, dávat tam prostě nějakou univerzální americkou vlajku asi nejde.

**Podle mých výsledků byla Hillary Clintonová prezentována pozitivněji než Donald Trump, podíl pozitivních příspěvků byl 57 % versus 44 %, negativních 26 % proti 11 %, počet neutrálních byl vyrovnaný. Proč tomu tak podle Vašeho názoru bylo?**

To mi nepřijde zas jako tak velký rozdíl. Myslíte, že jsme jako uráželi Trumpa? Mě by zajímalo, jako co znamená jako negativní vyznění fotky. Pro někoho, kdo nemá rád Trumpa, tak negativní vyznění fotky je už to, že vidí fotku s Trumpem, že jo. To mi přijde, že musí být dost subjektivní. Protože když je třeba postava zobrazená zády, tak tu fotku

nevybírám proto, že ho chci zobrazit negativně, ale proto, že třeba má nějakou atmosféru dobrou.

**Výrazný rozdíl je v podílu fotek, kde se Donald Trump vyskytoval se svými blízkými (16 %) proti Hillary Clintonové (6 %). Co myslíte, že to způsobilo?**

Ono je to těžký, protože Trump s sebou všude tahá Melanii, Ivanku, a další členy rodiny. Nebo dost často tahal, nevím, jak je to teď. A Clintonová s sebou manžela moc netahala, stejně jako svoji dceru s sebou moc netahala. Myslím, teda doufám, že se trefím, ale přijde mi, že fotek ze soukromí jsme používali minimum, jako ve zpravodajství. No a pak s rodinou, na nějakých oficiálních akcích nebo jako ve společnosti, tak tam si myslím, že je určitě víc Trump, že tam se prostě určitě víc objeví. Protože on prostě hodně tlačil třeba svoji manželku, kdežto Clintonová chytře netlačila svého manžela, protože má taky nějaký skandály trochu kolem sebe.

**Donald Trump byl častěji zobrazovaný o samotě, Hillary Clintonová oproti tomu byla nejčastěji zobrazována s oponentem. Napadá Vás, proč k takovému výběru fotografií docházelo?**

To je na nějakou freudovskou analýzu úplně. No jako, jak si to vysvětlit, to teda upřímně musím říct, že jakože nevím, no, proč jsme ukazovali častěji Trumpa samotného a Clintonovou s Trumpem...

**Moje analýza pokračovala i týden po skončení voleb. Po zveřejnění výsledku volby (tedy od 8. října 2016) se podíl negativních fotografií Hillary Clintonové zvýšil z 9 % na 35 %. Co myslíte, že k tomu vedlo?**

To je zajímavý. To byly fotky, to je podle mě taky důležitý říct, jestli to byly fotky pořízený předtím nebo to byly vysloveně aktuální fotky, který vznikly po těch volbách. To může být daný tím, jak ten člověk vystupuje, že jo, asi. Protože když Clintonová prohrála ty volby, tak pak na těch aktuálních fotkách podle mě je logický, že bude působit nějakým způsobem negativně než předtím. Ale možná si tím ale jen omlouvám můj špatný výběr fotek teda. To si ale myslím, že může být daný tím. Zase nevím, jestli vzrostl negativně Trump, nebo ne, ten je stejnej... Nevím, pokud bych si to u té Clintonové měl nějak omlouvat, tak tím, že pokud ty fotky vznikly po tom, po těch volbách, tak vzhledem k tomu, že prohrála, asi může na fotkách působit prostě negativně. Na druhou stranu, je prostě pravda, že když článek je prostě Clintonová prohrála, tak nedám tam fotku



Clintonový, jak se raduje, že jo, ale fotku Clintonový, kde se spíš mračí nebo něco takovýho, aby to zase nějakým způsobem souviselo s tím článkem.

**U některých fotografií z debat, které jste ke článkům vybírali, je patrný lehce nadřazený postoj Donalda Trumpa vůči Hillary Clintonové. Čím myslíte, že je to způsobeno?**

To je daný tím, že je vyšší, si myslím teda. Pak by se to muselo nějakým způsobem zkreslovat tím, kde ten fotograf stojí, aby to tak nevypadalo. Ale to je těžký. V agenturách byl opravdu velký výběr fotek, hodně jsme vybírali, ty fotky jsou pak hodně stejné, z jedné pozice ten fotograf vyfotí pět skoro totožných fotek, to pak nemá smysl brát, taky nemá smysl brát 10× hlavu Trumpa, 10× hlavu Clintonový. Prostě vezmeme ty fotky, který, nevím jak to říct, prostě vypráví nějaký jakoby příběh, jo. Že prostě tady je vidět jakoby něco, nějaká akce, aby to mělo asi jako nějaký vývoj. Jde o to, že ten redaktor dělá článek, primární je článek, fotky jakoby dělá jakoby až potom. Což vzhledem k Vaší práci je takový blbý, ale jako je to tak, no. V ideálním světě by to bylo tak, jako to má třeba Reuters nebo velký weby, že prostě mají fotoeditora a fotoeditor se stará o ty fotky a redaktoři se starají o text. Určitě by to zlepšilo jak ten výběr fotek, kterej očividně třeba není vyvážený, a zlepšilo by to i práci podle mě těch lidí, který píšou, protože nemusej 20 minut vybírat fotky, ale 20 minut pracovat na článku.

**Máte pocit, že v redakci byl patrný nějaký příklon k některému z kandidátů?**

Jako nevím, jestli můžu mluvit jako za kolegy, tak my tam jsme jako mladý lidi, tak nám jako asi republikán Trump úplně neimponoval. Ale zase na druhou stranu se musím přiznat, že ani jako Clintonová, která zase působila jako nějaká stará bába před smrtí, tak... Jako tak, takhle, Trump asi takhle obecně spíš nesympatickej, jo, ale ta Clintonová, prostě taky si myslím, říct to jako klišé, tak si taky nezískala naše sympatie jako úplně no. Ale jako to že tam má někdo nějaký názor na něco, jo, ještě neznamená, že se to pak promítne do toho zpravodajství, tak to jako určitě není. Úplně zas tak samozřejmý to není, minimálně se o to jako snažíme, jo, že nemusím souhlasit prostě s tím, co říká Trump, ale nebudu prostě v každém článku psát chudák Trump, prostě zase žvatlá nějaké hlouposti, to jako určitě ne.

**U Clintonové můžeme pozorovat výrazně vyšší podíl fotografií, na kterých má jasně pozitivní výraz (59 % versus 31 % Trumpa), oproti tomu u Donalda Trumpa je**

**kolem 16 % s negativním (Clintonová jen 5 %) a 13 % fotografií s agresivním výrazem (Clintonová jen 3 %). Jaký na to máte názor?**

Její úsměv teda bohužel vypadá tak, že mě chce zabít, takže nevím, jestli je to pozitivní. Ale pokud bereme úsměv jako pozitivní... Jako je pravda, že Trump se moc nesměje, co si tak jako vybavuju, skoro vůbec, na fotkách teda. Ono je to taky hodně tím, jakej ten člověk je, zrovna tadyto. Protože někdo se směje často, někdo se směje málo, někomu poradili, aby se smál, což je u tý Clintonový podle mě pravda. Ale tady u toho hodně hraje roli prostě to, jakej ten člověk je. Jo, protože jakej je, se potom otiskne do toho, jaký fotky s ním vzniknou, a na základě toho pak jako se vybírá. Nemyslím si, že bysme vybírali jako jo, tohle je pozitivní, tak to budeme spíš tlačit, ale zase souvisí to s tím, že můžeme vybrat tak, aby to souhlasilo s tím tématem, to je jak jsem říkal předtím. Když někdo něco vyhrál, tak asi tam nedám fotku, kde je vidět, že je strašně smutnej, jo, asi tam dám fotku, kde má větší radost, takže... Vždycky by to mělo nějak souznít s tím textem, ale zase nemělo by to bejt tak jako úplně dohnáný do extrému, jako že prostě, nějakej absurdní příklad bych uvedl, ale že prostě třeba Trump zavede clo na dovoz nějakých kovů nebo co to teď udělal a nedám k tomu prostě fotku, kde se maniakálně usmívá. Jo, tady tím způsobem. Obecně bych to prostě řekl tak, že jakože nedávat tam fotky, který vzbuzujou kontext, kterej jakoby v tom obsahu pak není. Jo, prostě když je ten článek pozitivní, tak když tam dám pozitivní fotku, tak je to OK, ale když zavede clo, tak tam nedávat fotku, kde se on jakoby vysmívá čtenářům, protože on to tak třeba nemyslí. Takže tak.

## **Celkové zhodnocení a budoucnost**

**Máte pocit, že zkušenost se zpracováním amerických prezidentských voleb nějak ovlivnila Vaše rozhodování v budoucnu? Rozhodoval byste se dnes v některých případech jinak?**

Ovlivnilo mě to do budoucna z toho hlediska, že když budou nějaký další velký volby, tak vím asi, jako co je dobrý dělat, vím, co není dobrý dělat. Ale pro to běžný zpravodajství, to denní, to jako nemá zas takovej vliv, je to i poznat v tom že, jako že jo, je to rok 2016, 2017, 2018, je to rok a něco, že spoustu věcí si už nepamatuju. Že v tom zpravodajství je těch textů tolik každý den, že pro ten běžnej chod prostě ty volby jako nepřinesou nic moc jako novýho. Ale zase když prostě pak budou nějaký velký volby, znovu v Americe, v Rusku třeba byly teď, že jo, volby teda, tak pak člověk má nějaký

jakoby v hlavě prostě nějaký schémata, jak by se to asi mělo dělat, co jak připravit. Že by měl být nějaký servisní text, text jak ty volby probíhají, jaký je tam volební systém, jaký jsou hlavní kandidáti, kdy se bude volit, kde se bude volit, takovýchle věci. Že je dobrý udělat profily těch hlavních kandidátů, když jsou ty volby hodně velké, tak že je dobrý mít online reportáž... Tak tady z tohoto hlediska jako jo, ale že by mi to pomohlo třeba při psaní článku o tom, že dítě spadlo do studny, to ne.

### **Příloha 3: Rozhovor s šéfredaktorem Blesk.cz**

Redakce: Blesk.cz

Respondent: Radek Lain

Pozice v období prezidentských voleb: šéfredaktor

Datum uskutečnění rozhovoru: 23. 3. 2018

Rozhovor byl autorkou upraven a zkrácen na základě kritérií zmíněných v kapitole 4.1.3.

#### **Současné fungování redakce**

##### **Jak dlouho a na jaké pozici v redakci pracujete?**

Jako šéfredaktor jsem vlastně od roku 2012 jsem byl v Aha!, od 2013 vlastně šéfredaktor společnejch redakcí Blesku a Aha!, protože my vlastně máme spojenou tu redakci pro oba dva tituly. Co se týká vlastně úplnýho začátku Blesku, jsem tu od roku 1994 nebo 1995, od poloviny devadesátých let, s tím že v roce 2005 jsem přišel do Aha!, pak se to celý vlastně jako sloučilo, takže jsem tu vlastně přes dvacet let.

##### **Jak byste popsal svůj typický den?**

Já přijdu do práce zhruba v osm ráno, už mám načtený nějaký věci, které se píšou vlastně na weby, který ty redaktoři dávaj na weby od těch pěti hodin ráno, ale i napříč webama nejen jakoby u nás, abych měl nějakou představu, co se kde jinde píše, co se píše na sociálních sítích, sem vlastně přijdu v osm ráno, už si vlastně jenom dočtu noviny, deníky, a v půl desátý máme poradu, kde vlastně s tím týmem diskutujeme o tom, co, o tý agendě toho nadcházejícího dne, a vlastně rozdělujeme ty články do Blesku do Aha! a zároveň do Blesku do printu a do Blesku na web, zhruba jakou podobu budou mít ty hlavní události vždycky během dne, ne jako o všech článcích. A pak vlastně už si vlastně jenom dohlížím během vlastně celého dne vlastně na tu agendu, jestli se to plní a jakým způsobem se to plní, jakým způsobem se plní vnitřek novin a pak na základě toho vytvářím se svejma kolegama titulní stránku nebo podobu titulní stránky. Ještě dokontrolováváme vlastně weby, jestli tam je něco novýho, co třeba v těch novinách chybí, je to vlastně propojená práce, skáčete web, print, web, print. A vlastně při první

uzávěrce, která je mezi sedmou a půl devátou vesměs to bývá, tak vlastně po té první závěrce já odcházím domů. A takhle to jde každý den.

### **Kdo vybírá fotografie do článků a doprovodných fotogalerií?**

Záleží jak v kterém oddělení, jsou redaktoři, který vlastně si píšou článek a už zároveň má v hlavě jakoby i vizuální podobu, co přesně za fotky tam u toho chtějí mít, protože na základě toho vlastně třeba vlastně i stavěj ty informace v tom článku. Pak jsou redaktoři, který vlastně píšou jenom vlastně text a nechávají fotky k tomu dovybírat fotoeditora nebo editora v tom oddělení nebo vedoucího toho oddělení, tam pak záleží vlastně na webu, kdo tam staví ty galerie, tak ten může mít rozhodující jakoby pravomoc, ti editoři, to stejný vlastně je i v novinách. Ale vlastně jakoby ta komplexní práce redaktora by měla bejt taková, že sepiše článek a už zároveň ví, co k tomu prostě se nejvíc hodí za fotky a tak, jo. Ale není to úplný jakoby dogma, že každý to tak musí dělat, ono samozřejmě je to trochu složitý, jen abyste měla představu, vlastně tady v té redakci vznikne tak 400 až 500 článků, jo, který se vlastně publikují na všechny ty platformy, který máme, na mobilní verze, na desktopový verze, do printu, do nedělníku, do magazínu, videoobsah a tak. Ale je to, kdybysme šli vlastně a dopočítávali každý článek, tak se prostě dostanem na těch 400, 450, jenom co vznikne tady v redakci. A ono to samozřejmě v jednom člověku, na ty redaktory je samozřejmě tlak i jakoby na množství článků, aby psali, a samozřejmě oni by to pak fyzicky nestihli vlastně vyrobit jakoby komplexně, s fotkami, titulkami, popiskami a tak, takže ta práce se pak jakoby různě dělí mezi ty další stupně kontrolní, přes který ten obsah jako ta prvotina jde, a pak každý k tomu má nějakou pravomoc, buďto doplňovat fotografie, ubírat, měnit, to jakoby vždycky záleží na té situaci.

### **Takže se nedá univerzálně říci, kdo by byl za výběr fotografie zodpovědný?**

Ne, není takovej člověk. Samozřejmě v momentu, kdy vznikne nějaká chyba, někoho popíšete špatně na té fotografii nebo zaměníte podobu nebo blbě tu fotku vyberete, tu finální vlastně zodpovědnost vlastně nesu já a nesou ji zástupci, kteří jsou zapsaní v tiráži, ale my samozřejmě, ono se pak dopátráte každého, asi ke každému člověku, kdo tam tu fotku dal nedal nebo něco přehlídl, ale vlastně je to rozesetý mezi takový obrovský

množství lidí, že kdyby to dělal jeden člověk, tak to vlastně fyzicky bude zvládat jeden den a další den už neprijde do práce, protože je toho, to není možný, v takovym množství.

### **Dochází někdy ke zpětné výměně fotografie za jinou?**

Jo, to se stává, samozřejmě může se vám ozvat člověk, kterej na tý fotografii je vyobrazenej a řekne, že nám nedal souhlas k publikaci tý fotografie, tam samozřejmě není to tak, že každej, kdo sem zavolá, tak na základě zavolání my okamžitě stahujeme ty fotky, tam se vlastně pak vlastně vyhodnocujou vlastně ta zpravodajská povinnost a zásah do soukromí, jaká je ta hranice, a ta je vlastně u každýho případu, to je vlastně jakoby jiný. Ale může se stát samozřejmě, že v tom množství zveřejníte fotku, na kterou nemáte autorský právo, protože vlastně když Vy se podíváte na ty fotogalerie, tak je tam 30, 40 fotek, a v tom se to může stát plně jednoduše i když stáhnete fotku někde ze sociální sítě a nedopátráte se původního autora, takže pak nám se vlastně ozve ten autor, tak se dodatečně snažíme dohodnout na honoráři, kterej mu vyplatíme. V momentu kdy honorář nechce, tak vlastně my ty fotky stahujeme. A takovejhle případů je spousta, samozřejmě máte tam nějakou zpětnou kontrolu, kdy potom vlastně hlavní editor zjistí nebo se mu nezdá třeba skladba těch fotografií u toho článku, tak vlastně pak úkoluje ty editory, který jsou vlastně v organizační struktuře pod ním, aby třeba vyměnili ty fotky a tak. Takže je to vlastně jakoby běžná praxe.

### **Galerie jsou někdy hodně obsáhlé a čítají i kolem sta fotografií. Proč k tomu přistupujete?**

Dělá se to, za prvý se to dělá kvůli návštěvnosti, na druhou stranu pro ty uživatele to je strašně atraktivní formát, galerie. Protože ta fotka je přenašeč nějaký informace a je to vlastně strašně jednoduchá cesta vlastně od nás jako novinářů k tomu uživateli nebo k tomu čtenáři, když potřebujeme něco říct, on nemusí číst prostě dlouhý odstavce textů a vlastně projíždí si fotky. To není něco, co bysme vymysleli teď někdy před rokem nebo před dvěma, Blesk vlastně na tomhle principu funguje, vlastně každej tabloid na tomhle principu funguje, hezký fotky, nebo spousta fotek, kratší texty, a vlastně na tom internetu i díky vlastně jakoby sociálním sítím se tohle povědomí akorát umocnilo. Protože samozřejmě my víme, že ten čtenář je vlastně každej den vystavenej obrovskému toku informací a tak a v momentu vlastně, kdy přestane číst a začne si jenom prohlížet, tak je v takovym jako relaxačním módu přepnutej a je to populární mezi těma lidma. Ale my nejsme v tomhleto, to není jakoby nějaký naše know-how přímo, že bysme si to tu

vymysleli, je to běžná praxe napříč trhem i celosvětovým trhem, protože když se podíváte na Daily Mail nebo na Sun nebo na Bild, tak vlastně oni ty galerie mají taky velký.

### **Kdo tvoří a edituje popisky?**

No, tam to je vlastně stejný jako u těch fotek, nějaký základní balík fotografií a popisků tam dá redaktor a pak to jde vlastně přes nějaký další stupně, editor jeden tam toho oddělení může přidat další fotky s dalšíma popiskama, pak vlastně hlavní editor může přidat další fotky, pak se do toho může chodit zpětně. Tam samozřejmě u těch popisků tam je vlastně věc, kde nás nejvíc v tomhleto tlačí vlastně bota, protože těch fotek je strašná spousta, my kolikrát vlastně nemáte ani vlastně informace ke každé fotce vlastně vypsát nějaký konkrétní popis s nějakým konkrétním příběhem, který se k té fotce vztahuje, takže tam se ty popisky kopírují. To znamená, Vy máte třeba 10 fotek teroristický útok ve Francii, jo, a Vy jedete, fotky se vám měňej, ale ty popisky Vám zůstávají vlastně jakoby furt stejný. Je to zaprvý kvůli časový náročnosti, protože vlastně redaktor odevzdá ten text a už jakoby píše nějaký další text, tudíž on nemá moc času vlastně s těma popiskama pracovat, a samozřejmě když máte galerii prostě se 70 fotkama, tak vlastně když si zkusíte napsat 70 popisků, tak u toho strávíte dvojnásobek času, než strávíte u psaní článku původního, takže tam my pořád hledáme cesty, jak to vylepšovat a jak to ještě pro ty uživatele vlastně ztraktivnit. Ale je to běh na dlouhou trať, není to něco, co dokážeme změnit ze dne na den.

### **Proč do popisku nepíšete datum pořízení fotografie?**

Tam to záleží, to není jakoby nic jakoby systémovýho, jo, že bysme udělali každou fotku, že byla pořízená tehdy a tehdy, protože vlastně pro nás vlastně základní úkol je vlastně vzít informaci, nebo informace navěšený za sebe, ať je to text nebo to jsou fotky, a co nejrychlejc, co se týká webu, ji v nějakým uceleným balíku je vlastně přidat, je přinést těm uživatelům nebo těm čtenářům. A vlastně my když se bavíme o nějakým časovým období, tak tam to vzniká tak, že my vypíšeme v textu, normálně v klasickym, v tom původním článku, co se tam stalo, kdy se to stalo, co tam kdo řekl, co se dělo potom, a pak se k tomu přidá pět nebo deset nebo patnáct aktuálních fotek, který jsou z té události nebo z toho dne, a zároveň na to se navěsej galerie z těch starších článků, který se třeba nějakým způsobem buď týkají tématu, který my tam popisujeme, nebo těch lidí, o kterých my píšeme. A tím se vlastně vytvoří ten balík třeba padesáti nebo čtyřiceti nebo šedesáti fotek, takže Vy když si tou galerií listujete, tak tam vidíte ty aktuální věci, co se děly, pak

vlastně si můžete připomenout, že čeho třeba ten člověk byl svědkem před tejdnem, před měsícem, rokem nebo před dvěma, případně si můžete připomenout události z minulosti, který se jakoby týkají toho tématu, o kterém ten článek je. To samozřejmě, protože ty fotografie se vlastně přetahují vlastně už i s těma původníma popiskama, nebo řetězej se vlastně ty fotky, v momentu, kdy vlastně u té popisky není napsaný 1948, Vítěznej únor, Klement Gottwald, tak vlastně ty editoři doopravdy v tom obrovskym množství těch fotek, se kterým pracují, tak oni to nejsou schopní vlastně to aktuálně dopsat, tam už se předpokládá s tím, že ty čtenáři nějaký základní obecný znalosti mají a že to dokážou prostě rozlišit, ty časový úseky, kdy ty fotky byly pořízeny. Ale samozřejmě to tak bejt nemusí, to zas nechci...

### **Za jak důležitou osobně považujete fotografii u článku?**

Za tu nejdůležitější skoro, nebo za tu nejdůležitější, vždycky vám záleží na titulku a na fotce. Protože vlastně ten čtenář se řídí podle úplně jednoduchý logiky, první se podívá na fotku, pak jde hned na titulek a pak čte popisky u fotek, teprve potom vlastně čte ten kompletní ten článek. Samozřejmě vy nějakou emoci vlastně způsobíte tím, jak máte postavený slova v titulku, ale mnohem větší emoci způsobí ta fotka. Samozřejmě v momentu, kdy si jedete po facebookový zdi a vlastně všude odevšad na vás kouká Miloš Zeman nebo Andrej Babiš, tak proti tomu zůstanete vlastně imunní a už to s váma nic nedělá. Ale v momentu, kdy vy přenášíte události v nějakym reálnym časem, tak vlastně já jako čtenář, kterej půjdu na jakékoli web se podívat, co tam píšou, tak první se podívám na to, o čem to je, a za druhý mě zajímá, jak to vypadá na tom místě konkrétně nebo co se tam děje, o čem to je, když se bavíme o reportážní fotografii. A vlastně tyhle dva pilíře, titulek a ta fotka, vlastně rozhoduje o tom, jestli na ten článek kliknete a začnete si ho číst nebo začnete scrollovat dál po tý stránce a budete si vybírat nějaké jiné. To znamená, že samozřejmě my s těma editorama, redaktorama vlastně pracujeme v tom smyslu, aby vlastně k těm svejm článkům vybírali ty nejmotivnější nebo ty nezajímavější nebo ty nejvíc vypovídající fotky o tom, o čem vlastně píšou, aby vybírali symbolický fotky. Například v momentu, kde je teroristický útok ve Francii a kamion vlastně projede tam po tý kolonádě, tak vy vlastně vidíte na všech serverech se pořád opakuje jedna a ta samá fotka, jak stojí rozstřílenej kamion někde, jo, a vy vlastně už víte, že je to vlastně symbol tý události, která se stala. To znamená, my když o tom teroristickým útoku pak píšeme dalších pět dní, tak vlastně my tam furt dáváme ten kamion, protože ty lidi to s tím mají už vlastně spojený, a vedle toho dáme další fotku



tváře teroristů z promenády v Nice nebo já nevim. A takhle vlastně podle tadytoho klíče se snažíme pracovat vlastně s jakymkoli článkem, ať se to týká fotbalu, hokeje, událostí v domácím oddělení nebo v politice, ale vesměs do kupy je to pořád stejný.

**Myslíte, že fotografie může nějakým způsobem ovlivnit celkové vnímání kandidáta?**

No samozřejmě, jo, když my budeme vlastně pořád opakovat mračícího se Andreje Babiše, tak to samozřejmě asi s tím čtenářem nějakým způsobem, vlastně si může na to udělat obraz na to, tak to samozřejmě je. Otázka potom je, jestli jakoby my jako jednotlivý médium na to máme vlastně tu sílu, protože já si myslím, že ty uživatelé toho internetu vlastně nefungují tak, že jdou na jeden web a tam si to vlastně jako přečtou a vlastně už nejdou nikam na další. Oni jdou, máte nějaký základní portfolio čtyř pěti webů, přes který si vlastně klikáte, srovnáváte si, jak kdo co o čem píše, co tam kdo má, to znamená tam by musela existovat vlastně dohoda, nějaká kartelová napříč trhem, že by si všichni řekli a teď budeme dávat prostě ošklivou fotku Andreje Babiše, jo. A vlastně byste musela byste zároveň, zároveň by to tak muselo fungovat i na sociálních sítích, ale vy vlastně tu pozornost vlastně těch uživatelů máte vlastně tak strašně rozprostřenou, že abysme si vlastně my tady řekli, tak teď budeme dávat ošklivé fotky Miloše Zemana a on prohraje volby, tak to vlastně jako vlastně v tom reálu tak vůbec nefunguje. Samozřejmě tam je v momentu, kdy píšete o hádání se Miloš Zeman s Bohuslavem Sobotkou, s premiérem, a ten Zeman vyhraje nějakou minibitvu, kterou oni spolu vedou, tak samozřejmě vy napíšete Zeman vyhrál bitvu a dáte tam usmívajícího se Zemana a zamračeného Sobotku. Protože kdybyste to udělal obráceně, tak by to nedávalo logiku, ale je to vlastně hra s těma emocema toho uživatele a zároveň to je nějaký vodítko, aby on se okamžitě dokázal vlastně zorientovat během jedné vteřiny o tom problému v tom momentu, kdy ho to začne zajímat, tak aby si vlastně kliknul na ten článek a celý si ho přečetl.

**Relativně často používáte jako hlavní fotografii různé koláže, kdo je vytváří a za jakým účelem je používáte?**

My vlastně jakoby na koláže na vlastně klasickou praktičnost my tady máme speciální infografiky, jo, který si, ale tak to má jako každá redakce, jo, který vlastně umějí pracovat s těma obrázkama, mají nějakou představu, jak budou stát, ale zároveň tvořej třeba i tabulky k fotbalovým ligám a k hokejovým. A vždycky na tom nápadu to vznikne buď nebo to vyplyne to z nějaký obecný diskuze mezi jednotlivěma vedoucíma nebo redaktory, když vlastně píšeme o nějakým závažným tématu a my víme, že o něm

musíme psát, ale zároveň si nejsme úplně jistý, že ty naše čtenáře to bude třeba tak strašně moc zajímat nebo už víme, že nemáme žádnou další informaci, kterou bysme oproti těm konkurenčním webům nebo televizím, který o tom vysílaly, takže nemáme vlastně další informace navíc, který bysme mohli přinést, tak se to vlastně snažíme zatraktivnit vlastně takovejehlema obrázkama. A vlastně ty myšlenky jdou vlastně ode všech, tam přijde jakékoli redaktor a řekne já mám nápad, pojďme tenhle článek doplnit takovouhle koláží, to by mohlo bejt, buď by to mohlo bejt vtipný nebo by to mohlo přitáhnout pozornost, a my si pak řeknem jo, to je fakt jako vtipný nebo jo, to je trapný a dělat to nebudeme a třeba se vymyslí něco jinýho. Ale není to tak, že bysme přímo měli nějakýho konkrétního člověka, kterej by se takhle zamyslel. Třeba v Reflexu to takhle maj, jo, v Reflexu tam maj vlastně infografika nebo kluka, kterej se zabývá vlastně kolážema, a taky to vychází z nějaký jakoby společný debaty, ale vlastně tím hlavním strůjcem od A do Z je ten grafik jako samotnej. My tady vlastně i tím jak my tý agendy máme vlastně, nebo každej ten redaktor toho má strašnou spoustu během toho dne, tak se většinou jedná o momentální nápad nebo o nějakou, když vás něco zaujme na sociálních sítích a řeknete si to by se dalo ještě udělat jinak, takže to je spíš spontánní věc, kterou tady děláme, ne programovou nebo nějakou systémovou, kterou bysme měli.

## **Americké prezidentské volby 2016**

**Na co nejvýraznějšího si z amerických prezidentských voleb v roce 2016 pamatujete?**

Já si hlavně pamatuju vlastně tu jednu zásadní událost, o který já si konkrétně myslim, že ty volby rozhodla, a to bylo vlastně to video tý zhroucený Hillary, který ten příběh asi znáte, ten český emigrant v Americe natočil, jak nastupuje do toho auta. A pak si hlavně pamatuju vlastně tu volební noc, kdy vlastně všichni sledovali ty výsledky.

**Jak to během volební noci vypadalo v redakci?**

My jsme měli normálně vlastně posílenou editorskou službu na webu a ty redaktoři vlastně sledovali kontinuálně zpravodajství Český televize, pak těch dalších světověch televizí, CNN a BBC, a zároveň sledovali sociální sítě, co se děje, a jak se ta atmosféra

vlastně vyvíjí v průběhu toho času, jak se vlastně přelejvaly ty výsledky z jedny strany na druhou, a vlastně vytvářeli nějaký jako online přenos.

### **Jak probíhalo celkové pokrytí amerických voleb?**

Pro nás to samozřejmě, jako americký volby, pro nás jsou bezesporu důležitá věc už jenom proto, že jsme si tady vlastně chtěli vyzkoušet, jak dokážeme držet krok se zavedeněma redakcema typu Aktuálně nebo iDNES a tak. Na druhou stranu vlastně pro ty naše čtenáře si myslím, že ta zajímavost tý informace o těch amerických volbách má jenom určitý časový trvání, oni pak vlastně už řešej úplně jiné problémy, proto my jsme vlastně to, co bylo výjimečný při těchletěch volbách, zaprvý to, že ty výsledky dopadly jinak oproti všem předpokladům a to, že, druhá věc, my jsme tam hledali celou dobu tu českou linku, u rodiny Donalda Trumpa. Protože víme, že vlastně ta jeho první exmanželka, tu ty naši čtenáři znají vlastně, protože jsme ten její příběh, a o ní jsme psali permanentně patnáct let dozadu, vlastně popsali jsme kompletně celý tady její zázemí, co mají tady v Čechách, jak ona se stala nejbohatší ve své době ženou světa nebo manželkou, která vysoudila vlastně největší peníze po rozvodu, a jejich děti, jo, vlastně všechny tyhle věci už jsme popsali xkrát v minulosti a víme, že ty čtenáři si tohle pamatují. A proto jsme se to snažili furt připomínat a vlastně ty příběhy, který jsme o Trumpovi psali, tak se vždycky odvíjely tady od toho. Protože my když budeme psát, jestli Trump postaví v Mexiku zeď proti mexickým imigrantům nebo jestli zavede clo na zboží z Číny, tak těm našim čtenářům to je vlastně jako ukradený, oni spíš vlastně hledaj jeho fungování v rámci nějaký rodiny, a vlastně v rámci vztahů v té rodině, proto to pro nás vlastně bylo, proto jsme tomu věnovali jakoby mnohem větší pozornost. Samozřejmě nám v tomhle případě strašně pomohl vlastně fyzický vzhled prezidenta, protože na první dobou je identifikovatelný, zapamatovatelný, o to jednodušší pak pro nás je vlastně vytvářet ten obsah, protože ty lidi pak už vlastně vědí, o čem píšem.

### **Tento přístup ale trochu vylučuje Clintonovou, je to tak?**

To trochu vylučuje Clintonovou. Tam samozřejmě v momentu, kdy by kandidoval její manžel, jo, tak pro nás to má nějaký, asi bysme to tam našli jakoby taky snadnějc, na druhou stranu my vlastně hledáme jako příběhový linky, jo, a vlastně v tomhle ten příběh je nečekaný vítězství. A teď už je jedno, jestli je to populist a nebo polopopulista nebo liberál, je to vlastně, že šel vlastně proti zdi a proti všem předpokladům, jak to vlastně může dopadnout, a ono to tak vlastně dopadlo. Jo, proto my to nepočítáme potom, jestli

jsme napsali pět článků pro Trumpa a stejně pět článků pro Clintonovou, my hledáme vlastně tu zajímavost. V momentu, kdy by zkolaboval Trump stejně jako Clintonová, tak bysme se věnovali zdravotnímu stavu Donalda Trumpa. A v momentu, kdy by Hillary Clintonová nabídla nebo tam byl potenciál, že my jí můžeme popsat ze všech stran, tak bysme to udělali taky.

**Vyskytla se v souvislosti s fotografiemi v průběhu kampaně nějaká výraznější kontroverze nebo debata?**

Tam je vlastně jediný, jedinou diskuzi, kterou jsme, za prvé byla diskuze hned vlastně druhý den (po volbách, pozn. aut.), jakou fotku použít, to se netýkalo webu, to se týkalo spíš printu, jakou fotku použít na titulní stránku novin, protože jich bylo bezpočet, ale žádná nebyla taková ta, na kterou bysme se podívali řekli jo, tuhle tam dáme. Vim že jsme pracovali s několika variantama a bylo to docela náročný, protože nám to tam pořád nesešlo. Ale co my jsme tady vedli za diskuze, a to byly fotky Melanie Trumpové, ty který nafotila pro ten Playboy nebo pro nějaký ten pánskej magazín, a vlastně jsme vedli, protože ona pak vlastně šla, nebo ty její právníci, šli po všech médiích, který ty fotky uveřejňovaly a vlastně v té negativní konotaci psali kolem toho ty články. A my jsme vlastně tady diskutovali na tom, jestli ty fotky použijeme taky anebo je používat nebudeme. Vim, že ze začátku asi nám někde nějaká protekla, ale v momentu, kdy vlastně ty její právníci to vlastně poslali do celého světa, že kdo ty fotky zveřejní s tím negativním vyzněním, tak že všechny vlastně budou žalovat a tak, my jsme od toho ustoupili.

**Měli jste nějakého redaktora přímo v USA?**

(doplněno o několik dní později v e-mailové komunikaci, pozn. aut.) Nikoho jsme tam neměli. Veškeré zpravodajství jsme pokrývali z agentur, fotobank a sociálních sítí.

**Z jakých zdrojů jste získávali fotografie?**

My jsme vlastně pracovali fotkama z ČTK, z Reuteru, z Profimedia, což je vlastně fotoagentura, která zastupuje vlastně desítky světových agentur, a pak jsme pracovali s fotkama ze sociálních sítí. Nebo že jsme embedovali tweety a facebookový statusy, víc jsme k tomu asi ani prostě nepotřebovali. A samozřejmě s našima archivníma fotkama,

třeba právě to, co se týká Ivany Trumpové a třeba její matky a celý tyhle zlínský větev, která tady je, takže to jsme vlastně všechno oprášili, co jsme měli v archivu.

### **Připadal Vám výběr fotografií v agenturách dostatečný?**

Jo, tak to je, ta americká volba je vždycky tak celosvětově sledovaná událost, že tam vlastně ty fotky, tam vám to funguje, že ty fotky vám tam padají už vlastně skoro v době pořízení, protože ty technologie jsou tak rozvinuté a vlastně žádná ta fotoagentura si nedovolí nějaký prostoje zbytečný, ale vezme vlastně všechno, co ty fotografové vyfotí, tak se vám to skoro online objevuje v tom systému a používáte to.

### **Jak jste byl spokojený s obrazovým pokrytím amerických prezidentských voleb 2016 ve Vaší redakci?**

To určitě, tak, víte co, pro mě je vlastně důležitý, že během těch několika dnů nebo tejdnu se vlastně z toho Trumpa stal vlastně tak obrovské fenomén, a ono je to vlastně jedno, kdyby to byl Trump, Obama nebo Clintonová nebo Reagan. Ale vlastně tam se během nějakého docela krátkého časového úseku vlastně v uvozovkách zrodila celebrita, protože já vlastně na něj vlastně na všechny ty lidi, ať se to týká prezidentského úřadu nebo té rodiny, klidně té širší rodiny, potřebuju koukat jako na lidi, který nebo jejichž příběh bude zajímat naše čtenáře a samozřejmě ten Trump i tím svým způsobem vystupování a tím, co říká, tak evidentně se do paměti čtenářů a těch uživatelů zapsal docela hluboko, teda. To si myslím, že nikdo nemůže zpochybnit, a protože nás do budoucna a v těch dalších tejdnech je důležitý, že můžeme hledat informace a věci o jeho manželce, o něm samotným, co dělá a tak, a vlastně můžeme pokračovat ve vyprávění toho příběhu dál. A že my víme, že když napíšeme článek o Melanii, tak ho asi všichni budou číst, a když napíšeme článek o jeho dceři Ivance, tak ho asi všichni budou číst, když napíšeme o Ivaně, Češce, tak ho všichni budou číst. Což bylo evidentní i že si to uvědomoval i Zeman, prezident, protože vlastně přišel se spekulací, že by ona mohla být nebo že by to bylo pěkný, kdyby byla velvyslankyní v České republice. Všichni věděli, že je to nereálný, na druhou stranu všichni si to chtěli přečíst, jestli by to vůbec bylo možný, aby se to stalo, i když ve finále to možný nebylo. Když píšeme o tchyni Trumpa, o matce Ivany, když píšeme o těch jejich synech, který vlastně, jeden z nich částečně umí česky, to je samozřejmě pro nás to je vlastně obrovská pomoc, že kamkoli tam, kam šáhnem, tak se vesměs nespletete a ty lidi to číst budou. Takže z tohoto pohledu ty americký volby bezesporu splnily, nebo možná i daleko překonaly to, s čím jsme je

vlastně začali dělat. Protože si myslím, že Hillary Clintonová pro ty naše čtenáře zase až tak jako zajímavá osoba asi není.

**Z Vašich předchozích odpovědí se zdá, že obecně větší prostor dostával Donald Trump. Máte pocit, že mu Vaše redakce dávala přednost a případně proč?**

Dávali jsme mu přednost proto, že to byla daleko víc signifikantní postava v celém tom procesu těch amerických voleb. Nebylo to kvůli tomu, jestli má názor A nebo názor B, protože jestli má Clintonová názor C nebo názor D, to je vesměs našim čtenářům, to je vlastně jedno. Ale vlastně hledali jsme v tom vlastně jakoby tu sílu té osobnosti a doopravdy tu, takovej ten vrcholek, od kterého bysme se mohli odrážet, a to ten Trump splnil na 110 %. Samozřejmě to je i tím, že Hillary Clintonovou všichni si pamatovali, když byla manželka Billa Clintona, že už má nějakou kariéru za sebou, že byla ministryní ve vládě Baracka Obamy, ale to je všechno jako politika. O Donaldu Trumpovi vlastně v tom úplně základním pohledu vědělo, že je strašně bohatý člověk, že se mu líbí hezký ženy, ale vlastně jinak se tady o něm moc nevědělo. A vědělo se samozřejmě, že měl Češku za manželku a že to byl člověk, kterému nikdo nedával vůbec žádný šance vyhrát. A vlastně ten obrovský progress, to rozhodování není moc složitý, protože to vidíte, když si srovnáte ty plusy a mínusy, kdo si přitáhne tu vaši pozornost.

### **Konfrontace s výsledky analýzy**

**Od 1. července až do 15. listopadu 2016 jste zveřejnili celkem 1810 fotografií s jedním nebo oběma kandidáty. Jak byste okomentoval množství fotografií, které se k americkým volbám na webu objevovalo?**

Tam vlastně jakoby to množství... Nám tam strašně během těch voleb fungovaly fotogalerie, velký, jo, kam jste přišla, měla jste tam 60 fotek buď z jednoho dne nebo z jedné události nebo z jedné hodiny, to je vlastně jakoby úplně jedno, ale vlastně pro ty lidi ten fenomén toho Trumpa jako takovýho byl vlastně jakoby pro ty lidi obrovský pouták, jako tahák, takže oni vlastně si prohlíželi, tím jak on byl jako nový obličej, tak s ním vesměs jako prohlíželi úplně všechno. Tam se vlastně z toho jeho obličej, jeho účesu, se vlastně stal vlastně symbol těch voleb, to jste asi zaznamenala i když jste procházela jiný servery nebo sociální sítě. To je jenom na vysvětlenou, proč vlastně

takový množství fotografií, jo, kdyby se nám tohle vešlo do novin, tak to vlastně dáváme i do novin.

**Výrazně častěji se na fotografiích objevoval Donald Trump, v číslech to bylo 54 % versus 30 % Clintonové, na hlavní fotografii dokonce 55 % u Trumpa versus 20 % u Clintonové. Proč myslíte, že tomu tak bylo?**

Víte co, tam je, Clintonová má, i když je to obrovskéj liberál, tak ona má jako strašně negativní karmu u těch lidí. A samozřejmě i těmi událostmi, který se děly v poslední dvou třech letech v Evropě, podíváte se na německej Bild v průběhu voleb, podíváte se do Polska, podíváte se na Slovensko, do Francie, tak všude vám tyhle výsledky vyjdou úplně všude, protože tu Clintonovou znaj, toho Trumpa, byl vlastně způsobenej obrovskéj chaos vlastně v tom, co se děje, protože vlastně vůbec nikdo ještě dva dny předtím (před volbami, pozn. aut.) netušil, kromě asi nich, protože oni už určitě museli mít nějaký upřesněný odhady, ale nikdo z těch obyčejnejch čtenářů nebo novinářů, který to sledujou s odstupem, tak nikdo nepředpokládal, že ten člověk se může stát americkým prezidentem. A stalo se to.

**Podle mých výsledků byla Hillary Clintonová prezentována pozitivněji než Donald Trump, podíl pozitivních příspěvků byl 36 % versus 31 %, negativních 23 % proti 28 %, počet neutrálních byl vyrovnaný. Proč tomu tak podle Vašeho názoru bylo?**

Tam je zase, víte co, pozitivní, negativní... Tam záleží jako co, na druhou stranu, víte co, já furt jakoby, Clintonová je ženská a není mým primárním cílem ji dehonestovat jako ženu. To znamená v momentu, kdy jdete po chodníku a zafouká vám vítr a zvedne vám sukni, tak je to asi nějaká jakoby událost, která se stala, a asi to zveřejníte. Když zafouká vítr a Trumpovi přepadnou vlasy z jedny strany na stranu, tak to asi taky zveřejníte. Ale nikdy není cílem za první uměle vytvářet nějakou jako atmosféru, že je někdo dobrej a někdo je zlej, a za druhý furt k tomu přistupujete, že je to prostě dáma, která je v nějaký funkci, má nějakou kariéru za sebou a doopravdy to dotáhla daleko. Ale půjdete si samozřejmě hrát jenom s tím mračí se, nemračí se, dám tam tu fotku... Když prostě je článek, kterej pro ni vyznívá špatně, tak samozřejmě tam nedám směřící se fotku, dám tam tu mračící, ale nikdy ji vlastně nezdehonestuju na první dobrou jen kvůli tomu, že to je Clintonová. To je zajímavý. Ono to vlastně jakoby odráží u Clintonový to jedu na vítězství a prohrála jsem, ono v tom asi není potřeba asi hledat nějaký jako složitý vysvětlení. Tam už je, podle mě jakoby zajímavý by bylo, ale ono se to podle mě jako

nedá, samozřejmě ten Trump vyhrál a on furt kolem sebe jak víří vodu, o Clintonový už se nepíše, ale co by se dělo, kdyby vyhrála Clintonová, jestli by se o ní psalo vlastně furt ve stejný frekvenci jako teď o Trumpovi.

**Počet fotografií zveřejněných před volbami a po volbách byl v podstatě stejný. Čím myslíte, že to je?**

To je jasný, tam vám pak ty události, protože vy prostě před těma volbama furt se jakoby dohadujete, jak to může skončit, jak to nemůže skončit, a pak vám vlastně ten výsledek vlastně rozehraje spoustu událostí, který se prostě stanou, a vy to jenom sbíráte jak houby do košíku a publikujete to, jo.

**Výrazný rozdíl je v podílu fotek, kde se Donald Trump vyskytoval se svými blízkými (21 %) proti Hillary Clintonové (3 %). Co myslíte, že to způsobilo?**

To je jasný, protože je to tam samozřejmě o tom vztahu. Tam když se podíváte vlastně na ty i videa třeba z té inaugurace, kde byla i Clintonová i Bill Clinton, nevím, jestli si to pamatujete, nebo jestli jste to zaznamenala, vlastně tam šly nějaký jakoby hezký holky tam scházely po nějakých schodech a teď ten Clinton úplně, a teď on už je to starej pán, pětasedmdesátiletý, on vlastně úplně mlsně jakoby na ně koukal a ještě tam jestli mrknul nebo udělal nějakou grimasu a Clintonová po něm šlehla nějakým pohledem. Jo, to podle mě znamená, je to tam podle mě furt od té aféry s tou Monikou Lewinskou jim to furt v tom svazku nefunguje a každé si jede trošičku po své vlastní linii. Nevím, jestli to funguje Trumpovi, na druhou stranu tohle by jim poradil každé marketingovej odborník, protože on má vedle sebe strašně hezkou ženskou, má strašně hezkou dceru, další děti, jo, tam se kolem toho dá vyprávět strašná spousta věcí a ty lidi se rádi dívaj na hezký věci, to tak je. Ale jako překvapující je, že je to tak obrovské rozdíl.

**Clintonová byla také častěji zobrazována se sympatizanty. Proč myslíte, že tomu tak bylo?**

Tohle je strašně jako zajímavý, tohle vlastně odráží celou atmosféru v té společnosti jako napříč. Protože za váma když přijdou, za mnou když přijde někdo třeba z výzkumný agentury a teď se začne mě ptát, jaký značky se mi líběj nebo jaký lidé se mi líběj, tak já v momentu, kdy z toho poznám ten tón, jakým se mě ptají, tak mě můžou dohnat do stavu, kdy jim přestanu odpovídat pravdu. Zeptaj se třeba čtete Blesk na webu a já řeknu, že ne, i když ho třeba čtu, jo. Nebo... Vlastně jim budu odpovídat tak, jak třeba oni chtějí, jak



chtějí ty odpovědi slyšet. Vlastně ten Trump těch sympatizantů vlastně na tu první dobrou tolik neměl, ale ty lidi byli rozhodnutí ho volit, ale nikdy to vlastně neříkali vlastně veřejně. Ale to se děje i tady, jo, s Okamurou, vy jste vlastně před volbama vlastně vůbec nepoznala reálný stav té strany, jen jste si to domejšlela podle sociálních sítí, ale žádná výzkumná agentura vlastně nepřinesla přesný odhad nebo plus mínus, co by ten Okamura vlastně mohl mít.

**Velice často jste používali koláž, kde byla Hillary Clintonová v klidu a vedle ní zobrazený křičící Donald Trump. Co si o tom myslíte?**

To je totiž přesně to, to jsou strašný emoce. To podle mě úplně vystihuje to, jak jsme o nich psali. Nikdo jinej vám prostě takový grimasy nesehraje.

**U Clintonové můžeme pozorovat vyšší podíl fotografií, na kterých má jasně pozitivní výraz (46 % versus 31 % Trumpa), před volbou dokonce 46 % versus 26 %. U Donalda Trumpa je zase kolem 23 % fotografií s negativním výrazem, u Clintonové jen 11 %. Jaký na to máte názor?**

Tam by ještě totiž stálo za to mít tyhle výsledky i z Ameriky jako takový. Protože ono už to teď asi nejde dohledat nebo by to stálo strašný peníze přes nějakou agenturu, ale... Tam to bylo vidět, prostě Clintonová jako liberál a Trump vlastně jako republikán, a vlastně ty Američani vzhlíželi k nějakému lídrovi, doopravdy, kterej by jim asi nějaký ty jistoty zaručil nebo kterýho by viděli minimálně, že bouchne prostě do stolu a dá nějaký jasný rozhodnutí. A ten Trump to tam jako sehrával minimálně v té předvolební kampani to sehrával jako velmi dobře, nebo byl na to připravený velmi dobře, a k tomu patří i podle mě ty negativní tváře, protože si nemyslím, že by to bylo spojený jako Trump je hulvát nebo Trump je debil a dáme k tomu hnusnou fotku.

**Máte pocit, že v redakci byl patrný nějaký příklon k některému z kandidátů?**

To je, víte co, nás je tady dvě stě lidí, a vesměs to je co člověk, to úplně jinej názor. Samozřejmě ta značka jde po nějaký cestě, ale není to tak, že jdeme přesně tady od bodu A do bodu B, ale tam prostě někudy, trochu vycházíme i jinejma směrama, jdeme furt kupředu, ale není to tak, že tady řekneme tak my budeme komunistický noviny a všechno, co komunisti vlastně navrhnou, tak my to budeme podporovat a to, co půjde vlastně proti tomu, tak to budeme hanit. Ty debaty tady jsou celkem otevřený. A jsou tady lidi, kterýj maj, když to vezmu třeba na příkladu prezidenta (českého prezidenta Zemana, pozn. aut.),

jsou tady lidi, redaktoři, který mu vesměs fanděj, jsou tu redaktoři, kterým je to úplně jedno, jsou tady redaktoři, který s nim nesouhlašej a jsou tady redaktoři, který ho nenáviděj. A vlastně tyhle názorový proudy se tady furt točej.

Podle mě třeba i kdybyste se podívala na český prezidentský volby a spočítala ty fotky, tak podle mě jsme dávali stejně fotek Drahoše jako Zemana, nebylo to, že bysme měli 90 % fotek Zeman a pak jako Drahoš. Myslím, že to je, že ten Blesk už takhle nefunguje. Myslím, že ta redakce udělala jako obrovskoj krok jako kupředu, protože to je právě to, my ty čtenáře u těch novin léta jsme měli stejný nebo se nám naopak ještě rozrůstali, ale ty noviny fungujou tak, že jdete do trafiky a koupíte si jedny noviny. Na internetu to chování je, že vy máte ty tři základní nebo čtyři základní zpravodajský servery, kterejma si překlikáváte, a ty informace sbíráte z víc zdrojů. A samozřejmě Blesk, ta naše motivace je, abychom byli mezi těma čtyřma nebo pěti webama u každýho vlastně toho uživatele, abychom byli v tý základní nabídce. A samozřejmě víme, že si nemůžeme dovolit bejt populistický, jako hrubě populistický, a vlastně to stavět na skandálech a takový to, co se dřív mohlo používat u těch novin, co byla známka těch novin. Samozřejmě ten předsudek vůči tý značce se v tom prostoru pořád pohybuje, ale vesměs když se stanete pravidelným čtenářem na tom webu, tak vlastně zjistíte, že ty věci jsou u nás kolikrát zpracovaný líp, než jsou na těch webech seriózních. Tam u tý politiky se doopravdy jako snažíme jet víc jako do hloubky a samozřejmě se snažíme těžit z toho, jaká ta situace na tom mediálním trhu je a že vy vlastně když jdete na každý médium, něco si tam přečtete, tak musíte hledat ještě jestli tam něco ještě je nebo není, což je naše obrovská výhoda, protože my když jsme začali měnit vzhled Blesk.cz a strategii, tak jsme začínali vlastně a neměli jsme co ztratit. Tak i proto jsme si řekli že pojd'me to zkusit vlastně dělat stejně nebo ještě třeba líp, protože od nás vlastně nikdo nic nečeká a pro každýho, kdo k nám přijde, to bude minimálně překvapení. A ono to samozřejmě jako funguje, protože my to na tý návštěvnosti vidíme, že ty lidi k nám choděj a že nabíráme nový uživatele a tak, samozřejmě nikdo vám to takhle neřekne nebo vy si to nenapíšete na Facebook, teď jsem začala číst Blesk nebo Blesk.cz a už ho budu číst navždycky. Ale přitom ho číst budete, protože ten obsah tam není vůbec blbej.

### **Jak se tedy obecně staví Blesk.cz k politice?**

Blesk v tom má obrovskou výhodu, my jsme nikdy nebyli stavění jako politický noviny a vlastně ta strategie byla vždycky bejt co nejvíc nablízku těm čtenářům našim a ono to

vlastně, když se to ta naše redakce naučila nebo už tím směrem vlastně jako šla, tak my můžeme teď už jenom získávat a nemáme moc co ztrácet, protože my ten prostor vlastně nějakým způsobem opanujeme, to znamená, že kdyby Lidovky nebo Hospodářský noviny začaly psát daňový poradny pro obyčejný lidi, jak se vyznat v zákonech, tak oni si tu pozornost už nepřitáhnou.

Ono to je vlastně o definici toho bulváru, co to vlastně jako je, jo, protože vy samozřejmě můžeme postavit si bulvár, kde budeme všechny sledovat, budeme psát vlastně o soukromí, o dětech, budeme dělat ty nejhorší věci, který si dokážete vlastně představit, že se dají v novinářině dělat, a můžete to vlastně mít jako bulvár. A pak můžete mít bulvár, kde budeme psát o normálních vlastně seriózních věcech nebo vlastně o věcech, který si myslíte, že jsou pro ty lidi důležitý k životu, akorát to budete psát prostě srozumitelně, aby tomu ta masa, kterou vy v uvozovkách vlastně obhospodařujete, nebo kterým vlastně ty informace na tý denní bázi přinášíte, tak vy vlastně potřebujete, aby ty lidi tomu rozuměli, o čem píšete, a vlastně tomu přizpůsobujete vlastně styl vyjadřování, dýlku vět, kompozici těch jednotlivých vět... A to je z toho mého pohledu, tohle je ten bulvár, aby ta ulice, pro kterou my píšeme, aby tomu rozuměla, co píšem. Jo, takže a takhle si můžete postavit vlastně jakékoli koncept a pak už jenom záleží, jestli tomu dáte červenobílý logo nebo modrobílý logo. A to je vlastně jako celej klíč. Protože když tomu dáte modrobílý logo, tak si nikdo nedovolí říct, že je to bulvár, protože ta kombinace bílá a červená, tak to řeknou hned. Ale ty média se v poslední době hrozně proměňují a s celou tou digitální revolucí se ty rozdily celkově stírají, na každém webu teď najdete seriózní věci i ty odlehčený věci a myslím, že za deset let už tohle nikdo řešit nebude.

## **Celkové zhodnocení a budoucnost**

**Máte pocit, že zkušenost se zpracováním amerických prezidentských voleb nějak ovlivnila Vaše rozhodování v budoucnu? Rozhodoval byste se dnes v některých případech jinak?**

Myslím si, že ne. Tak... Pro mě je vlastně to nejdůležitější pracovat jako s příběhem jako takovým, jo, a najít tam vlastně tu zajímavost, která ty čtenáře bude bavit, bude ty uživatele bavit a budou se k nám vlastně vracet. A mně je to vlastně v tom důsledku úplně jedno, jestli to je Trump nebo kdyby tady byl Reagan nebo Bush, jo. Nebo jestli by tam byl Zeman nebo Babiš, jo, já sleduju tu, nebo Kalousek, já sleduju tu příběhovou linku, co se vlastně jakoby odehrává v té společnosti, jak kdo na to reaguje, a sledujete ten

kontext, a to vlastně odvyprávíte. Za čtyři roky to prezidentství jeho skončí nebo neskončí a s tím skončí to vyprávění jeho příběhu nebo to budeme vyprávět dál, a když ho vyprávět nebudem, tak se vlastně objeví někdo jinej. Ale že by mě to, to si nemyslím. Možná kdybych to věděl, že on vyhraje, tak si myslím, že bysme o něm psali ještě před těma volbami mnohem víc. Protože tam ta zákonitost je vlastně úplně jednoduchá, o vítězi píšou všichni a o poraženym nikdo, tudíž to... Ale jinak ne, já myslím, že můžeme bejt spokojení.