

Vysoká škola kreativní komunikace



Katedra vizuální tvorby

Vizuální a literární umění

Fotografie a audiovize

# Obrazová manipulace simulakrem

Lukáš Kopecký, DiS

Vedoucí práce: PhDr. Michaela Vaculíková, Ph.D.

2020

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

## Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá fenoménem simulaker a hyperreality v pojetí manipulace obrazem ve fotografii, kinematografii a předmoderních uměních. Zkoumá fungování lidského chování v závislosti na vizuální projevy, které se dostávají k recipientům. Práce předkládá historické a současné příklady propagandy a manipulace.

Klíčová slova: Simulakrum, hyperrealita, manipulace, propaganda, fotografie, kinematografie

## Abstract

This thesis works with the phenomenon of simulacrum and hyperreality in terms of manipulation by picture in photography, cinematography or pre-modern arts. It examines the functioning of human behaviour according to visual expressions that are consumed by recipients. The thesis shows examples of history and today's propaganda and manipulation.

Key words: Simulacrum, hyperreality, manipulation, propaganda, photography, cinematography

## Obsah

Úvod	6
1. Teoretická část	7
1.1 Osobnosti vizuální teorie	7
1.1.2 Jean Baudrillard	7
1.1.3 Marshall McLuhan	7
1.1.4 Lev Kulešov	7
1.1.5 Susan Sontagová	8
1.1.6 David Bordwell a Kristin Thompsonová	8
1.2 Simulakrum	9
1.3 Hyperrealita	12
1.4 Médium	13
1.5 Symboly	16
1.6 Historický vývoj obrazových simulaker	18
1.6.1 Malířství	19
1.6.2 Fotografie	20
1.6.3 Kinematografie	25
1.6.3.1 Kamera	26
1.6.3.2 Střih	28
1.6.3.3 Zvuk	29
1.7 Vývoj filmové manipulace	30
1.7.1 Sovětský svaz	30
1.7.2 Nacistické Německo	31
1.7.3 21. století	33
1.7.3.1 Top Gun	33
1.7.3.2 Politické strany	33
1.8 Pozitivní filmová manipulace	35
1.9 Současná fotografická manipulace	36
Obrazová příloha	37
Seznam užitých zdrojů	42

## Úvod

Na úvod mé bakalářské práce bych rád popsal můj záměr a cíl čeho jsem se snažil v práci docílit. Snažil jsem se vypracovat v práci manuál a historický popis pro lepší pochopení, jak manipulace veřejného mínění skrze vizuální umění funguje díky funkci fenoménu simulakra a hyperreality. Mezi důležité aspekty patří pochopení historického vývoje simulakra a postupného nástupu hyperreality do všedního života. Potenciál obrazu je podle mého názoru neměřitelný, ale zajisté známý těm, jež ho hojně využívají ve svůj vlastní prospěch manipulovat veřejným míněním, jelikož vědí, že kde slova nachází svou hranici, přichází na řadu obraz jako hlavní nástroj manipulace a propagandy. V případě simulakra se nejedná pouze o obrazy nebo vizuální tvorbu, ale můžeme zde přičítat i literaturu, architekturu nebo hudbu.

Obraz má mocnou funkci klamat diváky a vést je po staletí do bodu, jež mu určí jeho autor. Ve své práci se chci ptát, kde by byl Vatikán bez kříže, kde by byly Spojené státy bez heroismu a kde by byli obyčejní lidé bez iluzí?

V době čtení mé práce bych rád připomněl čtenářům, aby se zamysleli nad všemi mylnými dojmy, kterým věří právě díky simulakru a dopadům hyperreality na jejich vnímání.

Manipulace může mít mnoho podob. Ta nejzákladnější je manipulace založená na lži nebo využívající zavádějící jazyk. Tento druh manipulace můžeme lehko rozporovat nebo poznat na základě doložení faktů nebo pravd. Avšak manipulování skrze simulakrum nebo prostor hyperreality je mnohem efektivnější díky tomu, že nemusíme uvádět fakta, ale využíváme pocity a podvědomí diváků a posouváme je tam, kam potřebujeme.

## **1. Teoretická část**

### **1.1 Osobnosti vizuální teorie**

Pro pochopení principů simulaker a funkce fenoménu hyperreality je důležité zmínit stěžejní osoby, jež popsaly zákonitosti médií a mediálního světa. Jelikož je simulakrum a hyperrealita součástí oborů fotografie a kinematografie, jsou pro ucelené pochopení důležití i teoretici filmových a fotografických věd i přes to, že se tématy simulaker a hyperreality nezaobírali.

#### **1.1.2 Jean Baudrillard**

Jean Baudrillard byl francouzský filosof, jež rozsáhle popsal teorii simulaker ve své knize *Simulacres et Simulation* publikované v roce 1985. Baudrillard se ve své knize věnuje rozvíjení fenoménu simulaker v mediálním prostoru a nástupu hyperreality za realitu. Dále popisuje dopady na celospolečenské myšlení díky funkcím simulaker a hyperreality v postmoderním světě konzumu.

#### **1.1.3 Marshall McLuhan**

Marshall McLuhan byl kanadský filosof a mediální teoretik. Ve svých publikacích definuje média na horká a chladná. Mezi jeho nejznámější knihy, které se studiu médií věnují patří *Medium is the message* publikovaná roku 1967.

#### **1.1.4 Lev Kulešov**

*Lev Kulešov byl ruský režisér a filmový teoretik. Výrazně se zasadil o rozvoj filmových technik a je vynálezcem tzv. "Kulešova efektu". I přestože moho filmových technik bylo využíváno jinými režiséry ještě před Kulešovem, je brán jako první, kdo je užíval na území Sovětského svazu. V Moskvě vystudoval malbu, historii, architekturu a*

sochařství. Studoval filmové techniky hollywoodských režisérů, například D.W. Griffitha a Macka Sennetta, a přenesl techniky montáže a křížového střihu do ruského filmu.<sup>1</sup> Kulešov je důležitou osobou pro studium médií a jejich funkcí na lidské vnímání, protože studoval filmové principy v raných počátcích filmu.

### 1.1.5 Susan Sontagová

Susan Sontagová byla americká teoretička fotografie, spisovatelka a publicistka. Vystudovala umění na College of the University of Chicago a posléze vystudovala filosofii, literaturu a teologii na Harvardské univerzitě a Saint Anne's College, Oxford.<sup>2</sup> Její vášeň patřila filmu (hlavně evropskému), fotografii a evropským spisovatelům a filosofům. Sontagová začala psát o fotografii v sérii esejů pro New York Review of Books. Byla vtažena problematikou a principy estetiky a interpretace obrazu. Čím dále studovala fotografii, tím více byla pochybovačná, jestli fotografie opravdu ukazuje to, co se zdá, že ukazuje; část pravdy, část reality. V duchu nesmírného sebevědomí publikovala knihu *O fotografii* (1977), která neobsahuje jedinou fotografii jako ukázkou nebo ilustraci.<sup>3</sup>

### 1.1.6 David Bordwell a Kristin Thompsonová

David Bordwell a Kristin Thompsonová jsou američtí filmoví teoretici a filmoví historici. David Bordwell napsal více jak patnáct publikací k filmovým vědám a Kristin Thompsonová studuje analýzu filmu, historii filmových stylů a kvalitu televize. *Bordwell s Thompsonovou se neustále ptají, co všechno film je, jaký je a proč je právě takový. Ačkoli interpretaci do svého modelu zahrnují, je podle nich důležité filmy primárně nikoliv vykládat, interpretovat, nýbrž především co nejpřesvědčivěji vysvětlit obecnou povahu fenoménu filmu. S mnohaletými pedagogickými zkušenostmi provádějí oba autoři čtenáře spolehlivě napříč všemi úrovněmi uvažování o filmu - od nejjednodušších příkladů z každodenního života přes jednoduché hříčky s abecedou a jednotlivé kategorie až k velmi*

---

<sup>1</sup> Dostupné z: [https://www.imdb.com/name/nm0474487/bio?ref\\_=nm\\_ov\\_bio\\_sm](https://www.imdb.com/name/nm0474487/bio?ref_=nm_ov_bio_sm)

<sup>2</sup> Dostupné z: <http://www.susansontag.com/SusanSontag/index.shtml>

<sup>3</sup> Dostupné z: <https://www.theguardian.com/news/2004/dec/29/guardianobituaries.booksobituaries>



*komplexnímu propojení všech úrovní vyprávění a stylu.*<sup>4</sup> Bordwell a Thompsonová stojí za publikací nejtěžejnější knihy pro studium filmových věd - Umění filmu (1979). Česká předmluva jejich posledního vydání uvádí: *Na knize je jasně rozpoznatelná erudovanost autorů a rozsah jejich práce například v oblastech teorie vyprávění, dějin stylu, raného filmu, sovětské montáže, francouzského impresionismu či japonské a honkongské kinematografie. Dalším ne tolik zjevným důvodem proč kniha nestárne, je zaměření autorů na základní a neměnné rysy lidského vnímání. Bordwell s Thompsnovou předpokládají, že lidské vnímání je ve svých základních rysech identické a neproměňuje se. A tyto základy lidského vnímání jim do jisté míry splývají s formálními možnostmi filmu. Komplexní filmové fenomény rozkládají na nejmenší jednotky, ať už se to týká filmových postupů nebo různých vyprávění. Tyto nejmenší elementy pak často získávají podobu vzorců, od nichž autoři očekávají, že odpovídají strukturám našeho vnímání.*<sup>5</sup>

## 1.2 Simulakrum

Simulakrum je fenomén nejvíce popsáný filosofem Jeanem Baudrillardem, který jej popisuje ve své knize Simulacra and Simulation (1981). Baudrillard otevírá svou knihu citací z knihy Kazatel: *Simulakrum nikdy neskrývá, co je pravda, pravda je to, co skrývá fakt, že žádná není. Simulakrum je pravdivé.*<sup>6</sup> Baudrillard se tím snaží nejspíš říct, že simulakrum vždy plní úkoly zadané jeho stvořiteli. Například ve své knize dále uvádí příklad spojený s filmem Apocalypse now (1979), od amerického režiséra Francise Coppola, kde přímo říká: *Coppola udělal pouze to, že otestoval sílu kinematografické intervence a otestoval dopad kinematografie, který měl za následek přechod k neměřitelné mašinerii speciálních efektů. V tomto smyslu je jeho filmu zajisté extencí války skrze další myšlenky a vrcholem této nepovedené války a jejího dějinného vyvrcholení.*<sup>7</sup> Můžeme tedy odvozovat, že i válka, jež měla pro Spojené státy nevalný dopad, tvrdý pád jedné vlády a

---

<sup>4</sup> BORDWELL, David, THOMPSNOVÁ, Kristin. Umění filmu, úvod do studia formy a stylu. NAMU. 2018 s. 11

<sup>5</sup> Ibid. s. 11-12

<sup>6</sup> BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and simulation. The university of Michigan. 1994. s. 1

<sup>7</sup> Ibid. s. 59

společenskou revoluci, se může jednoduše ocitnout v simulakru a její prvotní podstata ztratí svůj smysl.

Baudrillard ve své knize staví simulakra do tří řádů, které také stojí jako časové vymezení při vývoji simulaker v návaznosti na lidskou epochu a technologický pokrok:

- 1. Předmoderní řád:** obraz je jasně rozeznatelný jako iluze a podvrh. *V době předcházející renesanci byla existence simulaker dle Baudrillarda zanedbatelná, neboť cirkulace znaků byla velmi omezená. Často však napodobují přírodu a přirozenost, aby podnítily zdání, že jsou skutečně a závazně propojeny se světem.*<sup>8</sup>
- 2. Moderní řád:** kdy za pomoci industriální revoluce vzniká v důsledku obrovská produkce kopií a je již téměř nemožné rozlišit mezi originálem a kopií, mezi obrazem a reprezentací. *Logika ekvivalence pak ničí vztah mezi originálem a kopií. Příkladem jsou fotografie kopírované za pomoci negativů, plakáty.*<sup>9</sup>
- 3. Postmoderní řád:** je spojován s dobou, kdy je rozdíl mezi originálem a kopií smazán. Existuje pouze simulakrum, ve kterém nadprodukce znaků způsobila jejich odtržení od objektu reprezentace a svým zacyklením způsobila konec reality jako takové a místo ní nastupuje hyperrealita. *Simulakrum jsou simulace, založené na informacích, modelu, kybernetické hře - absolutní hyperreality mířené na kontrolu.*<sup>10</sup>

V tomto ohledu bych s Baudrillardem nesouhlasil v prvním řádu, kdy uvádí, že je obraz jasně rozeznatelným podvrhem reality, jelikož pokud přihlédneme na aspekt středověkého a novověkého umění v sakrálním užití, zjistíme, že v uměleckých dílech bylo vždy dbáno na to, aby si divák odnesl jasnou emoci, která byla přímo napojená na mocenské upevnění církve. Baudrillard má zajisté pravdu, když mluví o tom, že obrazy na kterých není vyobrazen reálný svět, nemůžeme brát za realitu jako takovou, ale můžeme sledovat u diváka stejné pocity jako u obrazů nebo filmů jež pocházejí z řádu třetího.

---

<sup>8</sup> Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/simulakrum/>

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Ibid.

Baudrillard uvádí příklad ohledně simulaker prvního řádu, když popisuje rozkol mezi ikonoklasty nebo-li mezi těmi, jež odporují zobrazování svatých a uctívání ikon a ikonoduli nebo-li těmi, jež naopak uctívají modly skrze obrazy a ikony. Mluví o rozdílu, že *ti jež ikonám odporují, jim navracejí jejich pravou hodnotu a ti, jež je zobrazují pouze viděli odraz v nich, kterým uctívali boha.*<sup>11</sup> Baudrillard se snaží problematiku aplikovat na příkladu zobrazování symbolů namísto boha samotného a na rozkládání boha jako celku. *Celá západní víra a dobrá víra se zapojily do této sázky na reprezentaci: že znamení by mohlo odkazovat na hloubku smyslu, to znamení by mohlo být zaměněno za význam a že něco by mohlo zaručit tuto výměnu - bůh samozřejmě. Ale co když samotného boha lze simulovat, to znamená, že ho lze redukovat na znamení, která tvoří víru? Celý systém je pak bez váhy, není to samo o sobě nic jiného než gigantické simulacrum - není to neskutečné, ale simulacrum, to znamená, že se nikdy nevyměnilo za skutečné, ale vyměnilo se za sebe, v nepřerušném obvodu bez reference.*<sup>12</sup>

Již mezi první historický příklad simulakra můžeme řadit Platónovo Podobenství o jeskyni. Pokud vycházíme z toho, že jsou v jeskyni drženi lidé a je jim ukazováno jen to, o čem někdo rozhodne, mluvíme tedy o vzniku simulakra díky manipulaci obsahu a formy jež je divákům předkládán. Lidé v Platónově podobenství vidí stíny objektů, jež jsou nošeny před ohněm a tím pádem je jim ukazována jen kopie a originál nikdy nepoznají. Stíny, jež jsou vrženy na stěnu před diváky, fungují jako symboly. Platón mluví dále v podobenství i o jedincích, jež se z jeskyně dostanou a snaží se dostat zpět vysvobodit ostatní nebo žít opět v jeskyni v nevědomí. Oslepení jedinců z jejich prvního uzření slunečního světla můžeme dnes přirovnat k momentu, kdy lidé nejsou spokojeni se svými cestami do zahraničí, jelikož se jejich představy zakládají jen na obrazu, který byl kopií uloženou v prostoru hyperreality. Pro cestovní kanceláře je zajisté důležité vytvářet co nejsilnější a nejpozitivnější simulakrum okolo destinací, které v reálném světě nemají co nabídnout, nebo nejsou fotogenické. Lidé se proto obvykle z cest vrací zklamaní a podvedení. Stejně tak jako někteří v Platónově podobenství. Na druhou stranu jsou případy, kdy se lidé vrací z destinací, jež mají ve společnosti zažitý status nebezpečné

---

<sup>11</sup> BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and simulation. The university of Michigan. 1994. s. 5

<sup>12</sup> Ibid. s. 5-6

země a ze země si nepřivezou žádnou újmu. Stejně jako u Platóna se tito lidé mohou potkat se silnou nevolí a nedůvěřivostí od lidí, kteří věří víc obrazu simulakra, který je jim prezentován. Fenomén Platónova Podobenství můžeme zajisté aplikovat také na herecké celebrity, které jsou vždy obklopeny kultem filmových hvězd, který lidem namlouvá jakýsi pocit božství. Filmové hvězdy doopravdy dělají stejně reálné věci jako my, ale díky simulakru máme utkvělou představu o těchto lidech jako o lidech, jež nejsou tak obyčejní jako my, někdy dokonce máme pocit, že nemají základ v reálném světě.

Baudrillard spatřuje jako perfektní model simulakra americký zábavní park Disneyland. Připomíná nám, že v tomto parku ožívají piráti, princezny nebo svět budoucnosti. *Co doopravdy podle Baudrillarda táhne davy do zábavního parku je: "sociální mikro-kosmos, náboženství a miniaturizované potěšení z reálné Ameriky, z jejího omezení a radosti."*<sup>13</sup> Dále popisuje efekt Disneylandu na příkladu, kdy zábavní park nabízí nespočet zábavních atrakcí za pomoci imaginace, jež leží v příjemnosti davů, naproti tomu stojí absolutní samota parkoviště. Baudrillard pro to užívá termín: *opravdový koncentrační tábor.*<sup>14</sup>

### 1.3 Hyperrealita

*Hyperrealita je termín sémiotiky a postmoderní filozofie, který označuje neschopnost rozlišit realitu od simulace reality. Popisuje stav, kdy se věci reálné i fiktivní sbíhají a vzájemně propojují tak, že je nemožné rozlišit jejich jednotlivé hranice a tedy ani není možné zjistit, co je skutečné a co je pouhý odraz reality.*<sup>15</sup>

*Hyperreálnost je v tomto smyslu skutečnost vyretušovaná do halucinatorní podoby se sebou samotnou, v níž dochází k implozi skutečnosti, tedy procesu vedoucímu ke zhroucení hranic mezi skutečností a jejími simulacemi.*<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and simulation. The university of Michigan. 1994. s. 12

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Dostupné z: [http://medkult.upmedia.cz/Keywords/hyperrealita/#\\_ftn1](http://medkult.upmedia.cz/Keywords/hyperrealita/#_ftn1)

<sup>16</sup> BARKER, Chris. Slovník kulturních studií. Portal. 2006. s. 177

*Kartografové určitého impéria vytvoří mapu tak detailní, že pokrývá všechny věci, které má reprezentovat. Když se impérium rozpadne, mapa zapadne a nezbude ani reprezentace, ani skutečnost – pouze hyperreálno.<sup>17</sup>*

Hyperrealita podle svých definic splňuje roli manipulací v audiovizí a vizuálních uměních. Je hlavním pilířem pro určování emocí diváků a vytváření iluzí kolem reality jako takové. Jelikož lidé potřebují ke svému životu iluze, tudíž jim je příjemné se nechávat unášet iluzí hyperreality. Hyperrealita díky své dokonalosti přitahuje pozornost jedinců v souboji s realitou, která je oproti hyperrealitě naplněna útrapami.

## 1.4 Médium

Teorii médií rozvádí Marshall McLuhan ve své knize *Medium is the message* (1967) jako extenzi lidských končetin. Popisuje fakt, že každé nové médium je novým prodloužením lidských smyslů nebo schopností. Například megafon můžeme chápat jako extenzi lidského hlasu, jelikož můžeme prodloužit dosah našeho hlasu. Dalekohled je tedy extenzí našich očí.

Každé nové médium vzniká za účelem prodlužování schopností našich končetin, které mají své limity. McLuhan ve své knize zohledňuje tento fakt a mluví o narušení prostoru a času díky vzniku nových médií. *V mechanických obdobích jsme dosáhli prostorové extenze svého těla. Po více než století elektrické technologie jsme dnes globálně rozšířili samotnou svoji centrální nervovou soustavu, čímž jsme zrušili prostor a čas.<sup>18</sup>* Vznik nových možností sdělování informací skrze média mělo za následek nové postupy při sdělování propagandistických materiálů v dobách moderních, později i postmoderních. Pro propagandu bylo nesmírně důležité začít využívat nové sdělovací prostředky, které měly možnost zasáhnout větší publikum. Vývoj pojmu “propaganda” vysvětluje Jowett O’Donnell ve své knize takto: *Tento pojem nebyl vždy vnímán čistě negativně, jak je tomu dnes. Dříve se jednalo o neutrální termín, který se týkal šíření nebo podporování určitých myšlenek. Pojmu propaganda bylo využito v názvu úřadu, jenž měl v 17. století šířit římsko-katolickou víru (Sacra Congregatio de Propaganda Fide). Následné striktní*

---

<sup>17</sup> BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra and Simulations*. University of Michigan Press. 1975. s. 166

<sup>18</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím, extenze člověka*. Odeon. 1991. s. 15

vymezení křesťanství proti protestantismu znamenalo vymizení neutrálního chápání propagandy.<sup>19</sup> Avšak dnes bychom propagandu popsali jako: *propaganda je forma komunikace, která se snaží ovlivnit myšlení či chování adresáta tak, aby vyhovovalo skrytým záměrům propagandisty. Za tímto účelem využívá propagandista různé přímé či nepřímé komunikační prostředky, jež přizpůsobuje svým záměrům.*<sup>20</sup> Propaganda výhradně pracuje se lží, polopravdou nebo zkreslováním faktů za účelem manipulace myšlení a chování konzumenta informací. Propaganda může mít mnoho podob v závislosti na určité dějinnou epochu lidstva. V době moderny využívala například tisk letáků, protože začínala masová výroba a v době postmoderní využívala hlavně televizní vysílání.

Kritici médií mnohokrát zohledňují fakt, že jsou média ihned po svém vynálezu využita ve prospěch propagandy nebo nekalé politické hry. Na toto téma uvedl McLuhan přesný příklad a přidal k němu svůj vlastní komentář: *Generál David Sarnhoff, prezident společnosti RCA, přijímal čestný doktorát na univerzitě Notre Dame se slovy: "Máme příliš silný sklon dělat z technologických nástrojů obětní beránky za hříchy těch, kteří je mají v rukou. Produkty moderní vědy nejsou samy o sobě dobré nebo špatné; jejich hodnotu určuje způsob, jakým ho použijeme."*<sup>21</sup> McLuhan do jisté míry tento výrok kritizuje a snaží se ho zrcadlit s jinými příklady, které více ilustrují naše kulturní prostředí když takto porovnává i střelné zbraně a dodává: *"Jako by byly střelné zbraně dobré, kdyby kulky zasáhly správné cíle."*<sup>22</sup> Z mého osobního pohledu by se dala tato kritika připustit jedině v případě, že nebudeme McLuhana kritizovat za to, že sám používá protiargumentaci, která je naplněna kulturním vnímáním našeho světa.

McLuhan definuje média na dva typy: horká a studená. *Existuje základní princip odlišující horká média jako rozhlas nebo film od chladných jako telefon nebo televize. Horké médium je extenzí jediného smyslu pomocí "vysoké deifinice". Vysoká definice je stav naplněnosti daty. Fotografie je vizuálně "vysokodefiniční". Karikatura je nízkodefiniční", prostě proto, že je v ní velmi málo vizuálních informací. Pro horká média je tedy charakteristická nízká participace, zatímco chladná média vedou posluchače k*

---

<sup>19</sup> JOWETT, Garth; Victoria O'DONNELL. Propaganda & persuasion, 5th ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2006. s. 2

<sup>20</sup> Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/propaganda/>

<sup>21</sup> MCLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím, extenze člověka. Odeon. 1991. s. 33

<sup>22</sup> Ibid.

*vysoké míře participace a doplnění. Je proto přirozené, že účinky, které má na uživatele horké médium, jako je rozhlas, se značně liší od účinků chladných médií, jako je telefon.*<sup>23</sup>

Horká a studená média by mohla být zajisté porovnávána také z pohledu jejich schopnosti manipulace s míněním diváka. Avšak by se mohlo zdát, že hraný film, jako horké médium, může mít mnohem větší šance se stát mnohem manipulativnějším předmětem, než-li například animovaný film. K tomu musíme brát v potaz, že studené médium, jakým je animovaný film, nám nechává prostor na zamyšlení a doplnění si vlastních myšlenek a doměnek. Takto podobně můžeme uvést příklady, již zmíněných karikatur, které jsou častým předmětem vizuální manipulace v politických bojích a kampaních.

McLuhan nemohl ve svém životě stihnout popsat funkci nových médií, kterými jsou například internet a sdělovací prostředky pro něj vytvořené. Avšak on sám by pravděpodobně také zařadil internet a sociální sítě jako novou extenzi lidských končetin. V tomto případě extenzi nervového systému našeho mozku. U internetu můžeme sledovat, že jde o síť informací, na kterou je napojen každý a může svobodně přidávat jakékoliv informace. Svět se srkze tuto nervovou síť přiblížil sám sobě a dokončil zbourání času a prostoru, jak o tom psal McLuhan ohledně vlivu moderních technologií na tehdejší společnost. V této nové extenci lidského vědomí vystávají nové hyperreálné předměty na světlo, které mohou být extencí nikoliv všech, jak je tomu například u samotného internetu, ale extencí těch, jež potřebují plnit nový druh propagandy nebo propagace marketingu. Tím jsou například tzv. “influenceri”. *Influencer někdy označovaný jako „vlivný uživatel“ je uživatel internetu, který dokáže s využitím obsahu, který vytváří, svých vazeb a velikosti svého publika ovlivnit chování dalších uživatelů na internetu. Takovíto uživatelé se často využívají v rámci marketingových kampaní – jsou totiž schopni přirozenou a důvěryhodnou cestou doručit komerční sdělení do své komunity.*<sup>24</sup> V dnešním pojetí využití nových médií ve prospěch propagandy je důležité tedy pracovat s influencersy, jelikož se jedná o živé osoby, které mohou svým dojmem tvořit hyperreálný pocit pravdy na své spotřebitele a budou vystupovat věrohodněji než televizní reklamy nebo některá studená média.

---

<sup>23</sup> MCLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím, extenze člověka. Odeon. 1991. s. 33

<sup>24</sup> Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/pruvodce/obchodni-znacka-brand/influencer-vlivny-uzivatel/>

## 1.5 Symboly

*Symbol, element komunikace zamýšlený k jednoduché prezentaci komplexní osoby, objektu, skupiny nebo ideologie. Symboly mohou být ztvárněny graficky jako například křesťanský kříž, reprezentativně jako lidské figury jako například Marianne, John Bull a Uncle Sam, kteří reprezentují Francii, Anglii a Spojené státy, příslušně; mohou být zastoupeny písmeny, například u chemického prvku draslíku písmenem K; nebo mohou být přiřazeni libovolně jako například u matematického symbolu pro nekonečno  $\infty$  nebo pro symbol americké měny dolaru \$.* <sup>25</sup>

Symboly jsou tedy zkratkou a zjednodušením komunikace mezi lidmi. Pro uspořádání lidské společnosti jsou symboly neodmyslitelným aspektem bytí. Lidé se přes symboly orientují ve městech nebo mapách v mezinárodním měřítku, jakým jsou například letiště nebo při práci se stroji a počítači. Lidé dnes symboly využívají hlavně z důvodu zjednodušení života a zrychlení komunikace, ale symboly sehrávají jednu z nejdůležitějších rolí v umění a politické agitaci.

Co se týče historie umění můžeme mluvit o symbolech, které jsou divákům do jisté míry jasné jako například symboly předmětů, na kterých byli ti, co jsou vyobrazováni umučeni či zavražděni (viz. obrazová příloha č. 1). Následně můžeme mluvit o symbolech, které jsou nám jasné podvědomě, mezi které bychom mohli uvést například boží světlo z nebes, které obvykle simuluje přítomnost boha (viz. obrazová příloha č. 2), nebo druh oblečení postav vyobrazených na obraze, podle kterého poznáme do jaké společenské vrstvy osoba patří (viz. obrazová příloha č. 3). A posledně symboly, jež jsou buď tajné, skryté nebo zakódované. Mezi takové symboly můžeme řadit vyobrazování různých alegorií, gest rukou nebo přírodních objektů, jež symbolizují něco jiného na obraze než v reálném světě (viz. obrazová příloha č. 4).

Simulakrum kolem symbolů sehrává důležitou roli ve světě nakupujících a jejich konzumní kultuře, když vnímají loga značek Coca Cola nebo Apple, a jiné, jako něco mnohem víc než produkty, které tyto značky prodávají. Globalizace společně s nástupem technologií, jež zahrnují audiovizuální obsah přenášený dnes již i do našich telefonů, dokázala vytvořit volný prostor pro to, aby se značky staly spíše symboly, které každý zná.

---

<sup>25</sup> Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/symbol>



Každý ví, co daný symbol představuje za odvětví průmyslu nebo obchodu, ale na druhou stranu si spíše vybaví společenskou identitu těchto společností. Aby mohly mít značky typu Coca cola nebo Apple vyšší postavení přímo v realitě, bylo pro ně nezbytně nutné prostoupit do prostoru hyperreality a za pomoci simulaker si podmanit konzumenty natolik, aby v realitě měly nezníčitelné postavení. Příkladem pro toto tvrzení může být fakt, že Coca Cola byla vždy součástí drtivé většiny amerických filmů a následně i hlavním sponzorem či spoluorganizátorem sportovních utkání. Dnes je již nepředstavitelné, že by bylo mistrovství světa ve fotbale bez účasti společnosti Coca Cola, která v minulosti měla neodmyslitelný význam při propagaci turnaje, kdy ona sama začala silně propagovat píseň *Waving flag* interpreta K'naan a společně s dalšími atributy vytvářela hyperreálné výjevy kolem turnaje jako například propagační videa, kde byli zobrazováni lidé všech barev, národností a vyznání, jak žijí v pospolitosti i bez ohledu na to, že se svět ani v roce 2010 nedostal do bodu celosvětového míru. Na druhou stranu se společnost Apple vydala oproti firmě Coca Cola jinou cestou. U společnosti Coca Cola bychom mohli mluvit o zlepšování společenské image a vytváření změn ve veřejném mínění. Apple měl za cíl hlavně navyšování zisků a zvyšování povědomí o vlastní společnosti, když zaimplementoval své produkty do seriálů a filmů americké produkce na počátku tisíciletí. I díky silnému vlivu fenoménu *word of mouth*, nebo-li *marketingu zaměřenému na vyvolání efektu ústního šíření „reklamy“ mezi samotnými zákazníky*,<sup>26</sup> se ze společnosti Apple stal významný hráč na trhu s elektronikou. Na druhou stranu díky implementaci svých produktů do audiovizu a postupnému vytváření prestiže svých produktů dosáhl Apple vlastního simulakra, kdy máme pocit, že každý správný hrdina filmu používá iPhone.

V roce 2000 se společnost British petroleum rozhodla, že začne masivní rebranding nebo-li přeměnu své vizuální identity v hodnotě 200 milionů dolarů směrem k novému názvu Beyond Petroleum. Společnost se snažila vymanit ze společenského mínění o společnosti, jež ji vnímalo jako ekologicky špatnou, směrem k čisté značce ochraňující prostředí.

---

<sup>26</sup> Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/word-of-mouth-marketing/>

British petroleum (dále jen BP) je bristvá nadnárodní energetická společnost specializující se na těžbu ropy a zemního plynu. Patří mezi sedm největších těžařských společností na světě.

BP dostala nové logo v podobě zelenožlutého květu, který má připomínat vzkvétající život a připomínat lidem, jak BP stále myslí na svět a přírodu kolem nás. Před změnou loga disponovala BP se zeleným štítem (viz. obrazová příloha č. 5). V tomto ohledu můžeme sledovat, jak jsou symboly pro lidské vnímání důležité. Štít je lidmi vnímán jako něco pevného a silného, na druhou stranu květ jako něco něžného. Všechny aspekty spojené s marketingovou propagací společnosti jsou již spojovány s tematikou čistoty, zelené barvy a budoucnosti, kdy svět nebude znečištěn. BP se těšila nárůstu důvěry ve společnosti, avšak mít dokonalé simulakrum a hyperreálný prostor kolem své společnosti nestačilo pro to, aby ji svět stále věřil. Důvěra masivně poklesla v souvislosti s havárií plošiny Deepwater Horizon v roce 2010 v Mexickém zálivu. V tomto případě se i manipulativní přístup společnosti roztříštil poté co lidé požadovali po společnosti odpovědnost.

## **1.6 Historický vývoj obrazových simulaker**

Pokud Jean Baudrillard spatřuje zábavní park Disneyland jako nejlepší příklad simulakra, můžeme se bavit o tom, že před nástupem nových médií a moderního způsobu života bylo simulakrum v historii podobné. Základem simulakra byla vždy architektura, stejně jako tomu je u Disneylandu, který disponuje svým ikonickým hradem. V gotice jí vévodil vertikálníismus, který kladl důraz na výšku staveb, jež měla představovat most do nebes (viz. obrazová příloha č. 6). V baroku se začaly objevovat malby, které klamaly diváky tím, že vytvářely iluzi pokračujících stěn až do nebes (viz. obrazová příloha č. 7). Tyto slohy dávaly důraz na náboženství, ale s příchodem klasicismu a příklonu k antice můžeme pozorovat, že se simulakrum začne obracet směrem k nacionalismu. Stavby nám náhle mají připomínat velikost národa nikoliv boha. Příkladem takových staveb je například vítězný oblouk v Paříži, který byl zbudován jako symbol francouzského vítězství. Stejným způsobem v základě pracuje i Disneyland nebo nákupní centrum. Dnes již nedáváme důraz na boha nebo národ ale na jedince. Společnost se skrze simulakrum snaží navodit sama sobě pocity štěstí a zrození snů, o kterých každý sní.

## 1.6.1 Malířství

Ještě před vznikem fotografie a kinematografie se simulakrum vyskytovalo také v propagandistických obrazových materiálech, mezi které v době předmoderní patřily zejména obrazy.

Jean Baudrillard mluví v prvním pilíři simulaker, kam se řadí předmoderní umění, že jde o jasný podvrh reality. Naproti tomu ale vznikaly obrazy, které plnily stejnou funkci jako dnešní třetí pilíř simulakra. Mezi takový obraz můžeme řadit obraz Jacques-Louise Davida, Maratova smrt (1793) (viz. obrazová příloha č. 8). *Propaganda jen zřídka dává vzniknout dílům vysoké umělecké hodnoty, ale toto je pozoruhodná výjimka. V tomto ostrém, přesto jímavém obraze truchlí David nad smrtí blízkého přítele a svého revolucionářského druha. Obět, Jean-Paul Marat, byl vedoucím představitelem Národního konventu - efemérního vládního orgánu ve Francii za vlády teroru, nejnásilnějších dnů Velké francouzské revoluce. Jeho extrémní názory mu nadělaly mnoho nepřátel, zvláště po pádu girondistů (jedné z umírněnějších frakcí). Dne 13. července 1793, se jedna z jejich stoupců, mladá žena jménem Charlotta Cordayová, vydala na audienci do Maratovy koupelny. Nebylo to nijak neobvyklé. Marat trpěl nevyléčitelnou chorobou kůže, která vyžadovala časté koupele, a tak vanu používal jako svého druhu kancelář. Během setkání však vytáhla Cordayová nůž a ubodala ho k smrti. Den po Maratově zavraždění byl David vyzván konventem, aby zařídil pohřební obřad a namaloval obraz na paměť mrtvého. Volba Davida pro tento úkol byla pochopitelná, dílem proto, že umělec Marata velmi dobře osobně znal a sdílel jeho ideály, a dílem proto, že jeho přísný neoklasicistní styl byl pro svou úctyhodnost pro zpracování takového tématu nanejvýš vhodný. David obnažil celou scénu až na dřevě. Odstranil ornamentální výzdobu Maratovy koupelny a nahradil ji ztemnělou prázdnotou. David zaměnil Maratovu neobvyklou vanu ve tvaru boty za tradičnější podobu a zaměřil pozornost diváka na ochablou, visící paži v popředí, jež záměrně vyvolávala asociace ke Kristovu tělu, když byl sňat z kříže.<sup>27</sup>*

Na příkladu tohoto obrazu a příběhu, jež kolem obrazu je, můžeme demonstrovat, jakým způsobem vládnoucí vrstvy smýšlely ohledně obrazové propagandy. Zde přímo

---

<sup>27</sup> Slavné obrazy, mistrovská díla v souvislostech. Dorling Kindersley Ltd, London, A Penguin Random House Company. 2018. s. 132

vidíme, že obraz byl vypočítaně objednan u umělce, který záměrně postavil oběť revoluce do pozice mučedníka.

Mezi další obrazy podobného ražení můžeme dále uvést: Svoboda vede lid na barikády, Eugen Delacroix (1830) ; Your Country Needs YOU, James Montgomery (1917); Popravy 3. května 1808, Francisco de Goya (1814) (viz. obrazové přílohy č. 9, 10, 11).

## 1.6.2 Fotografie

*Lidstvo dál zatvzele otálí uvnitř Platónovy jeskyně, libujíc si, dle pradávného zvyku, v pouhých odrazech skutečnosti. Avšak být vychováván fotografiemi není totéž jako projít školou starších, řemeslnějších obrazů. Především je kolem nás nesčetněkrát větší množství vyobrazení, která se domáhají naší pozornosti.*<sup>28</sup> Sontagová se ve své knize O fotografii opírá pravděpodobně náhodou o myšlenky Jeana Baudrillarda, který v tomto smyslu podobně uvažoval nad předmoderními médii. Chtíč a zvyklost lidí vnímat svět v obrazech dovedl lidstvo až k vynálezu fotografie, jež přinesl nové rozměry na poli manipulace.

Fotografie svým vynálezem ustavuje nový rozměr ve vnímání skutečnosti a stává se hlavním nositelem informací. Na samém začátku byla potřeba skutečnost zachytit z důvodu ulehčení práce kreslířů a prozaického vnímání světa. *Ve své knize fotografií Tužka přírody líčí Fox Talbot, že na myšlenku fotografie přišel v roce 1833 během cesty po Itálii, povinné pro potomky zámožných anglických rodin, právě když dělal skicu krajiny u jezera Como. Kreslení s camerou obscurou, vynálezem který promítal obraz, avšak nedovedl jej uchovat, ho přivedlo k přemítání o "jedinečné kráse přírodních obrazů, které čočka kamery vrhá na papír" a k úvaze "zda by bylo možno tyto obrazy přimět, aby se otiskly trvale."*<sup>29</sup>

Ovšem vynález fotografie se nikdy nestal pouhým technickým pomocníkem kreslířů, ale spíše novým výrazovým prostředkem za účelem rozšíření informací. *Jeden z prvních manipulovaných snímků můžeme nalézt hned v roce 1839, tedy v roce, kdy je oficiálně vyhlášen vynález fotografie. Tímto pravděpodobně nejstarším pokusem o fotografický podvod je autoportrét francouzského fotografa Hippolyte Bayarda z 18. října 1840,*

---

<sup>28</sup> SONTAGOVÁ, Susan. O fotografii. Anchor Books. 1990. s. 9

<sup>29</sup> Ibid. s. 82-83

nazvaný *Autoportrait en noyé*. Bayard na tomto snímku sám sebe naaranžoval a vyfotografoval jako utopeného na protest proti nedostatku oficiálního uznání svého podílu na vynálezu fotografie.<sup>30</sup> (viz. obrazová příloha č. 12). Na druhé straně se fotografie staly také usvědčujícími důkazy. Po malířství tu najednou stojí nové médium, které má za cíl odrazit skutečnost přesně a věrně. Sontagová ve své knize popisuje tuto skutečnost na příkladu událostí ve Francii, v 19. století, spojených s fotografií. *Fotografie podávají důkazy. Něco, o čem víme z doslechu a o čem pochybujeme, se zdá být potvrzeno, vidíme-li to na fotografii. V jedné variantě svého užití může být fotografický záznam usvědčujícím důkazem. Od svého využití při vražedném zátahu pařížské policie proti komunardům v červnu 1871 se fotografie staly pro moderní stát užitečným nástrojem dohledu a kontroly nad stále mobilnějším obyvatelstvem. Při jiném způsobu použití záznam ospravedlňuje. Fotografie platí za nesporný důkaz, že se daná věc vskutku stala.*<sup>31</sup> I když se fotografie může zdát jako svobodná na poli zobrazování skutečností, je stále svázána subjektivním pohledem fotografujícího. Sontagová ve své knize tuto skutečnost také zohledňuje když píše: *Zatímco malba nebo prozaické líčení nemůže nikdy být ničím víc než úzce selektivní interpretací, fotografie může být považována za úzce selektivní otisk... I tehdy, jsou-li fotografové zaujati především zrcadlením reality, jsou stále pronásledováni nevyslovenými požadavky vkusu a svědomí.*<sup>32</sup> Dále pokračuje ve své úvaze nad rozkolem malby a fotografie popisem, jakou hodnotu z hlediska skutečnosti má fotografie oproti malbě. *Fotografické obrazy jsou opravdu schopné zmocnit se skutečnosti, protože fotografie není jen pouhým zobrazením; není jen interpretací reality, ale je také jejím otiskem, tak jako šlépěj nebo posmrtná maska. Zatímco malba, i kdyby byla téměř fotograficky přesným přepisem skutečnosti, nebude nikdy víc než pouhou interpretací, fotografie je vždycky zachycením světelných vln přímo odražených předměty - hmotnou stopou po předmětu, kterou žádná malba být nemůže. Kdyby Holbein mladší žil tak dlouho, aby mohl namalovat Shakespeara, a kdyby byl prototyp fotoaparátu vynalezen tak brzy, aby ho mohl vyfotografovat, dala by většina Shakespearových obdivovatelů určitě přednost fotografii. Nejen proto, že by ukazovala jeho skutečnou podobu. I kdyby byla ona hypotetická*

---

<sup>30</sup> LÁB, Filip; LÁBOVÁ, Alena. Soumrak fotožurnalismu? Karolinum. 2009. s. 15

<sup>31</sup> SONTAGOVÁ, Susan. O fotografii. Anchor Books. 1990. s. 11

<sup>32</sup> Ibid. s. 12

fotografie vybledlá, sotva rozeznatelná, i kdyby byla jen stínem, pravděpodobně bychom jí stejně dali přednost před Holbeinovým mistrovským dílem. Mít fotografii Shakespeara by bylo jako mít hřebík z Kristova kříže.<sup>33</sup> Tato skutečnost je důležitá pro budoucí zamýšlení nad propagandistickými a manipulativními snímky, které využívají skutečnosti, že divák, jež se setkává s fotografií, okamžitě očekává její skutečnost, reálnost a pravdivost. *Fotografie nezpodobňují realitu - realisticky. Právě realita je posuzována a hodnocena na základě své věrnosti fotografiím. "Dle mého názoru," prohlásil v roce 1901, po patnácti letech amatérského fotografování, nejpřednější ideolog literárního realismu Émile Zola, "nemůžete tvrdit, že jste něco skutečně viděli, pokud jste to nevyfotografovali." Místo pouhého záznamu skutečnosti se fotografie staly normou toho, jak se nám věci jeví, čímž proměňují samotný význam reality, a tedy také realismu.*<sup>34</sup> Sontagová se v této části své knihy opírá o fakt, že lidé dali fotografii váhu tím, že jí začali brát jako zrcadlo reality a považují ji za odraz skutečnosti oproti malbě, která je subjektivním a nepřesným zobrazením skutečnosti. Fotografie o své možnosti zobrazit reálné nikdy neusilovala a tudíž se dá mluvit o lidském konstrukt, který jí dal takový význam. Dále pokračuje výkladem o interpretaci skutečnosti skrze obrazy, které jsou pro lidské vnímání důležité. *Skutečnost byla vždy interpretována prostřednictvím obrazů. Filosofové počínaje Platónem se pokoušeli uvolnit naši závislost na obrazech, připomínám nezobrazujících způsobů uchopení reality... V předmluvě k druhému vydání Podstaty křesťanství (1843) si Feuerbach povšiml, že "naše doba...dává přednost obrazům před skutečnými věcmi, kopiím před originály, zpodobněním před skutečností, jevům před bytím" - a zároveň si je toho vědoma. Tato Feuerbachova výčitka se ve dvacátém století stala široce přijímaným výkladem: společnost se stává "moderní", když jednou z jejích hlavních činností je vytváření obrazů, když obrazy, které mají obyčejnou moc určovat naše nároky na skutečnost a samy jsou žádanou náhražkou přímé zkušenosti, se stávají nepostradatelnými pro prosperující hospodářství, stabilitu státu i pro dosažení osobního štěstí.*<sup>35</sup>

Nakonec není důležitý žádný výklad fotografie, který pojednává o jejich začátcích, protože co je pro fotografii nejdůležitější, je její potenciál zneužití. Díky fundamentální

---

<sup>33</sup> SONTAGOVÁ, Susan. O fotografii. Anchor Books. 1990. s. 138

<sup>34</sup> Ibid. s. 38

<sup>35</sup> Ibid. s. 137

víře v pravost a základnímu principu vnímání fotografie se tato disciplína ihned stala jedním z hlavních pilířů manipulace. O tom svědčí příklady uvedené v knize Soumrak fotožurnalismu (2009). Tato kniha ilustruje, jak fotografie dopomohla k překrucování nebo dobarvování historie a ovlivňování veřejného mínění skrze obrazové materiály. Soumrak fotožurnalismu by si mohla od Sontagové vypůjčit předmluvu, jelikož se podobnému tématu věnovala také, když napsala: *Fotografie byly považovány za způsob sdělování informací lidem, kteří mají problémy se čtením. Daily News nesou stále název “newyorské obrazové noviny” jako výraz vstřícnosti vůči populistické identitě. Na opačném pólu stojí Le Monde, noviny určené pro vzdělané a dobře informované čtenáře jež fotografie neobsahují vůbec. Předpokládá se, že takovým čtenářům může fotografie pouze ilustrovat analýzu obsaženou v článku.*<sup>36</sup>

*Je obecně známo, že fotografové se pokoušeli manipulovat fotografie a zkreslovat realitu od dob samotného vynálezu fotografie. Přesto šlo o postupy technicky velmi náročné s nejistým výsledkem na konci. Možností zkreslování fotografované reality bylo vícero druhů, počínaje aranžováním samotné fotografované reality, předstíráním, že na fotografii je něco jiného, než bylo ve skutečnosti zachyceno, až k přímým zásahům do integrity fotografického obrazu formou retuší, fotomontáží, koláží nebo skládáním vícero fotografií v jednu.*<sup>37</sup> Pokud přihlédneme na fakt, že si fotografie ihned našla prostředky pro své zkreslení, nemůžeme pohlížet na fotografii jako na prostředek zachycování skutečností. U obrazové manipulace nejde ani tak o fakt, že můžeme využívat technik koláží a retuší, jako o fakt, že můžeme výsledný obraz manipulovat už v procesu zachycování jako tomu bylo například u fotografií přízraků a duchů. *Fotografie přízraků a duchů mnozí chápali správně jako fotografické podvody a vtipy, překvapivě mnoho bylo ale těch, kteří jim bezvýhradně věřili. Takové snímky byly používány jako důkazy existence paranormálních jevů, opíraly se o dobově platné přesvědčení, že “kamera nikdy nelže”.*<sup>38</sup> Samozřejmě u zobrazování paranormálních jevů dojde vždy ke skepsi ze strany těch, jež jsou zásadně nevěřící, avšak pokud dojde k zachycení realisticky aranžované scény, která

---

<sup>36</sup> SONTAGOVÁ, Susan. O fotografii. Anchor Books. 1990. s. 26

<sup>37</sup> LÁB, Filip; LÁBOVÁ, Alena. Soumrak fotožurnalismu? Karolinum. 2009. s. 14

<sup>38</sup> Ibid. s. 27

má za cíl šířit nějakou informaci i když mylnou, počet těch, jež ji na první pohled rozporují, je prokazatelně menší.

Manipulace fotografií nemusí vždy znamenat příchod něčeho nového nebo neskutečného. Soumrak fotožurnalismu se věnuje dvěma příkladům událostí, které pro svou interpretaci pozměnily fotografie tak, aby měly pro diváka větší dopad. I když se obě události staly, vyprávějícím nestačily všechny detaily na to, aby mohli divákům převyprávět svůj vysněný pohled na věc. *V červenci 2006 se na titulních stranách světových deníků i na internetu objevily upravené, počítačově manipulované fotografie ze startu střel dlouhého doletu Šaháb-3, které testoval Írán na vojenském cvičení v Perském zálivu. Oficiální snímek nabízela ve svém obrazovém servisu francouzská AFP, která jej získala od Sepah News, mediální sekce iránské revoluční gardy, a následně jej převzala a publikovala další světová média. Tento snímek zachycuje úspěšné odpálení čtyř raket. Současně ale iránský zpravodajský server Džamedžám zveřejnil neupravený originální záběr, na kterém je jasně vidět, že jedna ze čtyř testovaných raket nevzlétla. Podle ředitele Programu pro nešíření atomových zbraní při Mezinárodním institutu strategických studií v Londýně Marka Fitzpatricka "celým účelem těchto odpalů bylo demonstrovat schopnosti Íránu a fotografie ukazující, že jedna ze čtyř raket selhala, by neměla zamýšlený dopad, proto bylo třeba fotografii ve Photoshopu upravit."*<sup>39</sup> Fotografie s jednou nevystartovanou raketou může na poli politických bojů mocností podseknout nohy nejedné zemi, ale stále musíme brát v úvahu to, že i kdyby Írán fotografii uvěřejnil manipulovanou či nikoliv, událost se stala a nic nemění na tom, že se jaderný program islámské republiky jen tak v budoucnu nezastaví. V tomto případě můžeme pozorovat i fakt, že vyzrazení skutečnosti o tom, že se Írán bál světového posměchu ze svého neúspěchu, dovedlo originální fotografii k novému smyslu jejího bytí, a to ke smyslu zneuctění vojenské kapacity Íránu. Kdyby Írán byl fotografii publikoval nemanipulovanou, možná by z toho vyšel mnohem lépe. (viz. obrazová příloha č. 13)

*Na titulní straně deníků Los Angeles Times a Hartford Courant se 31. března 2003 objevila fotografie z Iráku, jejímž autorem byl zkušený redakční fotoreportér Brian Walski. Ukazovala dojemnou scénu ze zákulisí bojů - americký voják rozmáchlým gestem naznačuje davu Iráčanů, jak se mohou ukrýt před palbou, současně z pravé strany vchází*

---

<sup>39</sup> LÁB, Filip; LÁBOVÁ, Alena. Soumrak fotožurnalismu? Karolinum. 2009. s. 53-54



do záběru muž nesoucí v náručí miminko. Zpravodajsky silná scéna s perfektním kompozičním uspořádáním hlavních aktérů, navíc emocionálně velmi působivá, dostala v obou denících prostor celé titulní půlstrany. Záhy se ovšem ukázalo, že nejde o autentický záběr, ale o digitálně manipulovanou fotografii. Autor vybral ze dvou různých fotografií obrazové prvky, které se mu hodily, a spojil je do třetí, kompozičně bezchybné fotografie. Večer při prohlížení fotografií v počítači ale zjistil, že žádný ze záběrů nevyjadřuje přesně to, co se toho dne před objektivem jeho fotoaparátu odehrálo. Proto udělal něco, co podle svých slov předtím nikdy neudělal. Vzal z jedné fotografie bristkého vojáka gestem řídicího evakuaci Iráčanů a z druhé fotografie záběr muže nesoucího v náručí malé dítě, který následuje jeho pokyny. Z těchto fotografií potom v notebooku vytvořil fotomontáž. Fotografie byla kompozičně dokonalejší, dramatičtější a emocionálně silnější, ale byla nepravdivá.<sup>40</sup> Na tomto příkladu můžeme pozorovat, i podle slov autora fotografie, že fotografie, jež jsou užívány pro zpravodajské účely, jsou vždy promyšlené tak, aby měly na diváka co největší dopad. Dnes totiž žijeme v době, kdy stálé opakování masakrů válek ze Středního východu nikoho nezarazí a proto je důležité dávat důraz na citové zabarvení fotografií. Na tuto problematiku Sontagová ve své knize uvádí: *Šok z fotografovaných zvěrstev se při opakovaném prohlížení vytrácí, stejně jako se vytrácí úžas a omámení pociťované při prvním zhlédnutí pornografického filmu.*<sup>41</sup> (viz. obrazová příloha č. 14)

### 1.6.3 Kinematografie

Tam kde fotografie nachází své limity, nastupuje kinematografie. Kinematografie, jež vznikla z fotografie, zdělila většinu principů působících na lidské vnímání. Avšak na rozdíl od fotografie, kinematografie disponuje řadou dalších řemeslných prvků a principů, které si berou za cíl podchycovat naše vědomí a vést nás tam, kam potřebuje zhotovitel kinematografického díla. U této disciplíny nejde pouze o obraz, který nás může mást, ale také o zvuk nebo střih. Tyto dva aspekty jsou stěžejními pro tzv. audiovizi nebo-li zvukem opatřený pohyblivý obraz.

---

<sup>40</sup> LÁB, Filip; LÁBOVÁ, Alena. Soumrak fotožurnalismu? Karolinum. 2009. s. 110

<sup>41</sup> SONTAGOVÁ, Susan. O fotografii. Anchor Books. 1990. s. 25

Pokud se všechny principy audiovizuálního díla užívají správně nebo vypočítavě, můžou fungovat jako nástroje manipulace. Na první pohled se audiovizuální díla zdají být přirozená, avšak většina těch, jež s audiovizí pracují, si jsou vědomi potenciálu všech aspektů, kterými můžou pokrývat náhled na realismus. Ve své knize Bordwell s Thompsonovou popisují, proč se u filmů cítíme tak, jak se cítíme, když uvádějí: *“Jinými slovy, režisér řídí nejenom herce a štáb. Řídí také nás, směřuje naši pozornost, utváří naše reakce. Filmařova rozhodnutí v otázkách využívání různých postupů totiž ovlivňují, co vnímáme a jak na to reagujeme.”*<sup>42</sup>

Mezi nejzákladnější aspekty tvorby audiovize patří práce kamery nebo-li také záběrování či rámování, střih nebo-li montáž a zvuk, který se rozděluje na diegetický a nediegetický.

### 1.6.3.1 Kamera

Každý druh záběru užitý v audiovizi má svůj význam a dopad na lidské vnímání. Bordwell a Thompsonová ve své knize na téma rámování nebo-li záběrování uvádí, že *“Rám jakéhokoliv obrazu není pouhým neutrálním ohraničením. Určuje, z jaké pozice bude na materiál v obraze nazíráno. V kinematografii je rám důležitý, protože pro nás aktivně vymezuje obraz.”*<sup>43</sup> Záběry se rozdělují podle vzdálenosti zabíraného objektu od přístroje, jež daný objekt zaznamenává, a jeho velikosti v obraze. Ve velkém celku nebo-li nejširším záběru je postava malá a obklopená svým okolím. Naproti tomu ve velkém detailu - záběru, který leží na opačné straně škály záběrů, je na obraze vyobrazen detailní záběr na určitou část objektu - například oko u člověka.

Mezi výrazové prostředky patří také pohyby kamery. Každý pohyb disponuje svými vlastnostmi, které pomáhají tvůrcům podtrhávat emoce diváků.

O těchto principech se zmiňuje Bordwell s Thompsonovou: *“Rámování může významně ovlivnit obraz prostřednictvím: 1. velikosti a tvaru rámu, 2. způsobu, jakým rám určuje obrazový a mimo obrazový prostor, 3. způsobu, jakým rámování vymezuje obraz ve*

---

<sup>42</sup> BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and Simulations. University of Michigan Press. 1975. s. 398

<sup>43</sup> Ibid. s 242

vztahu k jeho velikosti, úhlu a výškové pozici, a 4. způsobu, jak se může rámování pohybovat ve vztahu k mizanscéně.”<sup>44</sup>

Záběr	informativní význam	expresivní účín	dramatický význam
Velký celek	základní orientace, charakterizace prostředí	věcnost, vnější popis, nezaujatost, monumentalita	expozice a závěr dramatické akce; uvolňuje
celek	spojuje informace “kde” s “kdo”, přenáší důraz z pozadí na herce	pestrost, živost, pohyblivost	vedení nové dramatické osoby, dále podobně jako velký celek
polocelek	člověk v centru, doprovodná informace při hovoru, psychologicky základní způsob, jak vnímáme lidi	komunikativní kontakt, vžití, přiblížení, soustředění, zvýraznění	vyprávění děje v souhrnu
polodetail	vyjímá část z celku, izolace herce od prostředí	intimita, introspektivnost, vtíravost, patos	vyprávění děje v podrobnostech
detail	vnucuje podrobnou informaci, typizuje	silně emocionální, sugestivní, intimní, slavnostní, statický	líčí vnitřní stavy, dramaticky umocňuje, hodnotí
velký detail	informativní naturalismus	silná emoce, napětí, hrůza, soucit; někdy šokuje	dramaticky umocňuje a dokresluje

Jízda	informativní význam	expresivní účín	dramatický význam
nájezd	přiblížení ohnisku děje, podrobné prohlédnutí, narážka na další vývoj děje; analyzování	zdůraznění, překvapení, šok, naléhavost; silně vzrušivý	rozvoj prostorových a dramatických vztahů v úzké časové souvislosti; vzrůst napětí
odjezd	zvýšení přehledu, převaha prostředí nad předmětem i akcí; syntetizování	ústup, uvolnění, stažení se, klid; úlek	uvolňuje prostor pro hereckou akci, přibírá do obrazu nové prvky a tím dramaturgizuje dění
vertikální jízda vzhůru	popis výšky v prostoru	důležitost, vzrušenost, monumentálnost; zájem	vzrůst napětí
vertikální jízda dolů	popis výšky v prostoru	sklíčenost, dojem sestupu, rozhodnutí, ukončení	zmírnění napětí
travelling (souběžná jízda s pohybujícím se objektem)	výčet, přehled	účastnost, zdůraznění, naléhavost	odkrývání vnitřních stavů, zdůraznění dramatického jednání
jízda s panoramováním	vysoká míra osvobození informace	uvolnění, přirozenost, suverenita, hladké přemístění	spojuje akce, nahrazuje střih
jízda po křivce (také natáčení z ruky)	vysoká míra osvobození informace	subjektivní účast (imaginární pocity různých pohybů těla)	možnost rychlého střídání temporytmu i dramatického napětí

45

46

<sup>44</sup> BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and Simulations. University of Michigan Press. 1975. s. 244

<sup>45</sup> KULKA, Jiří. Psychologie umění. Garda. 2008. s. 335

<sup>46</sup> Ibid. s. 333

Bordwell a Thompsonová ve své knize dále popisují fakt, že neexistuje jasný klíč na tvorbu audiovizu, že každý film má jiné potřeby, tudíž na něj nemusí všechny zákonitosti fungovat. *Někdy máme tendenci přisuzovat určitým úhlům, velikostem a dalším vlastnostem rámování absolutní významy. Je snadné říci, že při rámování z podhledu vypadá postava mocně a že rámování z nadhledu ukazuje postavu jako poníženou nebo poraženou. Slovní analogie jsou zvláště svůdné: nakloněné rámování jako by znamenalo, že "se světem je to nahnuté".*<sup>47</sup> Oba autoři rozvádí dále myšlenku tím, že je-li například ve filmu podhled, může se jednat o souhrn okolností, kdy je kamera v pozici podhledu v rámci děje nikoliv v rámci výrazového prvku. Připomínají také, že pokud by byl film takto univerzální a šablonovitý, nevzniklo by nikdy v rámci historie kinematografie tolik osobitých děl. Na toto téma ještě uvádějí: *Teprve kontext určuje, jakou funkci budou mít rámování, mizanscéna, fotografické vlastnosti záběru a další postupy.*<sup>48</sup>

### 1.6.3.2 Střih

*Střih můžeme chápat jako koordinaci jednoho záběru s tím následujícím.*<sup>49</sup> Na počátku historie kinematografie byl střih nebol-li montáž ve stejném stadiu jako gravitace před svým definováním. Dnes je pro nás střihová skladba přirozená, protože prošla svým vývojem a definicí.

S definicí funkce a dopadu na lidské vnímání, střihu či montáže přišel ruský teoretik a režisér Lev Kulešov. *Montáží budeme nazývat takové uspořádání částí filmu, které svým vzájemným vztahem vyjadřují určitou režisérskou myšlenku. Lev Kulešov vytvořil již v roce 1922 pojem, který je v celém filmovém světě znám jako Kulešovův Efekt. Vezme se montážní sekvence, to znamená určitá sestava natočených úseků. Jeden z těchto úseků se pozmění a celá sekvence dostává nový význam. Můžeme ukázat tvář člověka na podkladě různých záběrů. Podle toho, co se bude zároveň předvádět - oběd, žena, mrtvé dítě, krajina -,*

---

<sup>47</sup> BORDWELL, David, THOMPSONOVÁ, Kristin. Umění filmu, úvod do studia formy a stylu. NAMU. 2018. s.254

<sup>48</sup> Ibid. s 254

<sup>49</sup> Ibid. s 288

*budeme různým způsobem hodnotit význam lidské tváře snímané v detailním záběru.*<sup>50</sup> Na tomto efektu dnes stojí celý film a jakékoliv vizuální komunikační prostředky.

Díky Kulešovovu efektu můžeme lehko obejít nařčení ze lži, když se v díle zeptáme na otázku: “Kdo za to může” a v následujícím obraze ukážeme někoho na koho chceme hodit odpovědnost. I když každý podvědomě bude vědět, třebaže lžeme, nelžeme starým způsobem, kdybychom přímo říkali něco, co není pravda, ale pouze vytváříme pocity v divácích, které fungují díky těmto zákonitostem.

### 1.6.3.3 Zvuk

S příchodem zvuku do kinematografie nastala nesporně další obrovská revoluce. Jelikož je zvuk neviditelný a abstraktní, větví se do nejrůznějších podob a forem. Pro manipulaci v audiovizi je důležitý hlavně rozdíl mezi diegetickým a nediegetickým zvukem.

Bordwell s Thompsonovou definují diegezi jako: *svět filmového příběhu. Do diegeze patří i ty události, o nichž pouze předpokládáme, že se odehrály, i akce a místa, jež nejsou ukázány v obraze.*<sup>51</sup> Diegezi lze tedy chápat jako universum, ve kterém se postavy nacházejí. Definici diegetického a nediegetického zvuku autoři popisují takto:

**Diegetický zvuk:** *Jakýkoliv hlas, hudební pasáž nebo ruch, jejichž zdroj pochází ze světa filmového příběhu.*<sup>52</sup>

**Nediegetický zvuk:** *Zvuk, který je prezentován jako vycházející ze zdroje mimo svět filmového příběhu, například náladová hudba nebo komentář vypravěče.*<sup>53</sup>

U audiovizuální manipulace je stěžejnější zvuk nediegetický, tedy ten, jež nemá logický základ ve světě příběhu. Bordwell s Thompsonovou uvádí na téma vlivu

---

<sup>50</sup> ŠKLOVSKIJ, Viktor. Ejzenštejn. Praha, Odeon, 1983, s 114

<sup>51</sup> BORDWELL, David, THOMPSONOVÁ, Kristin. Umění filmu, úvod do studia formy a stylu. NAMU. 2018. s. 640

<sup>52</sup> Ibid. s. 646

<sup>53</sup> Ibid. s. 646

nediegetického zvuku na lidské vnímání příklad: *Se zvukem se často zachází jako s doprovodem k obrazům, ale musíme uznat, že dokáže aktivně usměřňovat i to, jak jim porozumíme. V jedné sekvenci Dopisu ze Sibíře (1957) poukazuje Chris Marker na schopnost zvuku změnit naše chápání obrazů. Třikrát ukazuje tentýž materiál - záběr na autobus, přijíždějící automobil na městské ulici a tři záběry na pracovníky dláždící ulici - ale pokaždé je materiál doprovázen jinou zvukovou stopou. Publikum bude interpretovat v závislosti na zvukové stopě tytéž obrazy různě.*<sup>54</sup> Tímto způsobem fungují politické reklamy, když potrhávají naše emoce tím, že užívají citově zabarvené melodie k navození pocitů dobra nebo zla. Stává se, že dva političtí rivalové užijí tentýž záběr s jinou melodií, jelikož se každý z nich snaží podnítit jiné emoce. Jde tedy o obdobný jev jako u Kulešovova efektu.

## 1.7 Vývoj filmové manipulace

### 1.7.1 Sovětský svaz

Filmové principy, jež dokáží hýbat s emocemi diváků, byly rychle uchopeny autoritářskými režimy pro propagandistické účely. *V Sovětském svazu byly vysílány vlaky do celé země, které spadaly do programu, kterému se říká v angličtině "Agitprop". Jde o spojení slov "agitace" a "propaganda". Vlaky jako takové se nazývají "Agit-Train", v ruštině "агитпоезд". Vlaky byly vysílány z důvodů rozšiřování propagandy a ovlivňování veřejného mínění.*<sup>55</sup> *Vlaky byly kromě obytné části pro své osazenstvo vybaveny knihovnou a knihkupectvím, tiskárnou, rozhlasem a projekční místností. A právě filmové představení pomohlo udělat z návštěvy vlaku záležitost, která lidem zůstala v paměti, protože většina rolníků předtím pohyblivé obrázky nikdy neviděla.*<sup>56</sup> Důležitost a významnost nového média, filmu, si uvědomoval i tehdejší sovětský vládce, Lenin, když prohlásil v roce 1922: *"Ze všech umění je pro nás nejdůležitější film."*<sup>57</sup> Film, ač tehdy němý, byl schopen

---

<sup>54</sup> BORDWELL, David, THOMPSONOVÁ, Kristin. Umění filmu, úvod do studia formy a stylu. NAMU. 2018. s. 347-348

<sup>55</sup> Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/agitprop>

<sup>56</sup> TAYLOR, Richard. Filmová propaganda. Academia. 2016. s. 56

<sup>57</sup> Ibid. s. 49

přenášet množství informací, které si běžná propagandistická média nemohla dovolit a ani nebyla schopna se dostat do podvědomí masám. K filmu se samozřejmě pojí i to, že film může být jednak zážitkem a také zdrojem příjmů. To dokládá i citát Trockého z roku 1923: *“To, že jsme doposud, tj. za těch téměř šest let, neovládli kinenatografii, ukazuje, jak jsme nepružní a nekulturní, neřkuli přímo zbednění. Tato zbraň, která si říká o využití, je nejlepším nástrojem propagandy (...) propagandy, která je přitažlivá, široce dostupná a která se každému vryje do paměti - a může být i zdrojem příjmů.”*<sup>58</sup>

### 1.7.2 Nacistické Německo

Richard Taylor ve své knize *Filmová propaganda* (2016) ilustruje rozdíl mezi přímou a nepřímou propagandou a důmyslným užíváním obrazové propagandy, když píše v kapitole o filmu *Triumf vůle* (1935): *“Film o sjezdu strany v Norimberku v roce 1934 není typickým nacistickým propagandistickým snímkem. Viděl jsem, že Goebbels dával přednost nepřímé propagandě obalené do formy hraných celovečerních filmů a pro přímou propagandu vyhradil formát týdeníků.”*<sup>59</sup> Důvod, proč Goebbels uznával nepřímou propagandu, dokládá film *Věčný žid* (1940), který funguje na principech nepřímé propagandy, které fungují a jsou využívány dodnes. Jde o takové filmové techniky, které dokáží manipulovat lidské vnímání a vytváří negativní simulakrum kolem subjektu, jež si tvůrce zvolí. Richard Taylor o tomto filmu a užití manipulace směrem k našemu myšlení píše: *“Věčný Žid Fritze Hipplera (1940) se řadí mezi nejjedovatější propagandistické filmy, které kdy byly natočeny. Přes morální výhrady, které může současný divák k filmu mít, nelze popřít, že je také jedním z nejúčinnějších. Zejména závěrečné vyvrcholení filmu je tak působivé, že může vyvolat antisemitské pocity i u Žida, a právě proto je jeho šíření tak přísně omezeno.”*<sup>60</sup>

Na druhé straně stojí představitelka přímé propagandy, nacistická dokumentaristka Leni Riefenstahlová, která natočila nejstěžejnější propagandistické dokumenty, přímo objednané Adolfem Hitlerem a ministrem propagandy - Josephem Goebbelsem.

---

<sup>58</sup> TAYLOR, Richard. *Filmová propaganda*. Academia. 2016. s. 59

<sup>59</sup> Ibid. s. 244

<sup>60</sup> Ibid. s. 262

V jejím nejznámějším filmu *Triumfu vůle* (1935) můžeme sledovat chtíč Riefenstahlové vytvořit co nejsilnější simulakrum kolem Adolfa Hitlera, které by z něj vytvořilo v očích diváků boha. K navozování simulaker užívá Riefenstahlová symbolů a principů filmové tvorby. Richard Taylor ve své knize popisuje začátek filmu a definuje jeho zákonitosti: *“Úvodní titulky - jdou po sobě čtyři - zařazují sjezd do historických souvislostí a vyvolávají v divácích pocit očekávání: “5. září 1934, 20 let po vypuknutí světové války, 16 let od začátku utrpení Němců, 19 měsíců od začátku německé svobody.”Scéna je tak připravena, napětí vytvořeno (stejným způsobem vytváří napětí i Ejzenštejn před Leninovým příjezdem na Finské nádraží v Deseti dnech, které otřásly světem) - Hitler ovšem sestupuje jako spasitel doslova z oblak. Titulek hlásá: “Adolf Hitler přiletěl do Norimberku, aby se setkal se zástupy svých věrných následovníků.” Poté vidíme dvě sekvence prostrížené do sebe: na jedné straně vůdcovo letadlo letí v oblacích a vrhá stín na město pod sebou, kde pochodují zástupy věrných, aby ho uvítali po přistání. (...) Tyto masové záběry vyvažují dvě krátké intimější epizody: v jedné dává holčička v matčině náruči Hitlerovi kytičku a ve druhé si kočka přestane olizovat tlapky, aby se podívala na jednoucí kolonu.”*<sup>61</sup> Důležitá pasáž tohoto obrazu je kočka, která si přestane olizovat tlapky, aby se podívala směrem k přijíždějícímu Adolfu Hitlerovi. Zde vidíme, jak Riefenstahlová vytváří iluzi v divácích, že jejich vůdce je nadčlověk a přikládá k tomu svůj vlastní důkaz, že i zvíře bez emocí se zarazí.

Důkaz o tom, že Riefenstahlová pracovala s principy, kterými pokřivovala realitu tak ,aby vytvářela dojmy velkého Německa, dokládá i výrok hlavního architekta Adolfa Hitlera Alberta Speera k dokumentu ze sjezdu strany v roce 1934, který Richard Taylor popisuje: *“Čistou dokumentárností snímku nenarušila Riefenstahlová pouze překládáním scén mimo chronologický sled, aby dosáhla většího dramatického účinku, podle paměti Alberta Speera dokonce sama znovu zinscenovala a natočila některé projevy. V tomto dokumentárním filmu není tak důležitý realismus, jako pocit z realismu.”*<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> TAYLOR, Richard. *Filmová propaganda*. Academia. 2016. s. 247

<sup>62</sup> *Ibid.* s. 231



### 1.7.3 21. století

#### 1.7.3.1 Top Gun

Ve 21. století v západním světě se s přímou, klasickou propagandou již nemáme jak setkat, ale s propagandou nepřímou se můžeme setkat jednoduše. O nepřímé propagandě můžeme mluvit v případě hollywoodských filmů, jež dávají důraz na aspekt heroismu Spojených států na úkor ostatních zemí.

Mezi nejznámější příklad nepřímé propagandy ve filmovém průmyslu v západním světě mimo válečný stav je film *Top Gun* (1986). Film se stal rekrutačním snímkem pro americké námořní letectvo. Podle serveru ČSFD.cz pojednává film o: *“Mladí vojenští piloti Pete “Maverick” Mitchell a jeho kolega Goose jsou vysláni na pětítýdenní kurz do kalifornského Miramaru do školy pro elitní vojenské piloty, které se říká Top Gun. Maverick je na to hrdý a hodlá se stát nejlepším bojovým pilotem ve vojenském námořnictvu.”*<sup>63</sup> Film svým celkovým zapojením americké armády a kultovního herce Toma Cruise cílil na podvědomí všech těch, jež by potenciálně stáli o účast v armádě. Film se nakonec s úspěchem opravdu setkal, když se počty nových uchazečů o pozici v americké armádě začaly rapidně zvyšovat. Časopis *Time* v odkazu na přicházející druhý díl na toto téma píše: *“Je jedno jestli to bylo nebo nebylo zamýšlené, poselství fungovalo: Zjevně tisíce Američanů “cítily potřebu”, protože vojenští náboráři, kteří se zaparkovali před kina, jež film promítala, začali hlásit prudký nárůst telefonátů ohledně programů námořního letectví. Počet neuniformovaného personálu ve všech oborech armády se zvýšil o 20 000, z čehož bylo 16 000 právě pro námořnictvo.”*<sup>64</sup>

#### 1.7.3.2 Politické strany

Politická videa, určená k propagaci dané strany nebo kandidáta jsou i dnes stále protkaná simulakry a manipulacemi za pomoci symbolů a výrazových prostředků fotografie a audiovize.

---

<sup>63</sup> Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/8288-top-gun/zajimavosti/?type=film>

<sup>64</sup> Dostupné z: <https://time.com/4322304/top-gun-30th-anniversary-military-history/>

V roce 2017, kdy probíhaly volby do poslanecké sněmovny, využívaly strany tyto manipulativní prostředky, kterými si braly za cíl podtrhávat danou situaci nebo dramatizovat fakt, na který upozorňovaly:

1. Blok proti islamizaci užívá nediegetickou hudbu, která navozuje pocit dramatické situace, k již tak absurdní a rasistické etudě, kterou spot provází.

2. Občanská demokratická strana pro podkres videa užívá nediegetickou hudbu pro nalazení jisté atmosféry. Důležitější než hudba, jsou střihy mezi polocelkovým záběrem na polodetailní záběr. Polodetailní záběr je ukázán vždy, když předseda strany Petr Fiala říká to, co je pro program strany důležité

3. Česká strana sociálně demokratická volí retrospektivní pseudodokument, při kterém nám navozuje pocity nostalgie za pomoci nediegetické sentimentální hudby, která následovně přechází do heroické podoby, když předseda Lubomír Zaorálek burcuje diváka. U tohoto spotu vidíme jasné důrazy na dělnickou třídu, která je pro tuto stranu stěžejní. Dělnická třída je zde do jisté míry vyobrazena jako zranitelná nebo skoro raněná.

Naproti malým volebním spotům v České republice stojí ty americké z dob voleb prezidenta USA. Spojené státy disponují mnohem delší tradicí demokratických voleb a kapitalismem, tudíž je i jejich přístup k tomuto tématu mnohem rozdílnější a květnatější. Obrazová manipulace je mnohem propracovanější a pompéznější, ale také do jisté míry repetitivní. V roce 2020 kdy se o funkci prezidenta budou chtít ucházet kandidáti Donald Trump a Joe Biden, se ve spotech obou kandidátů objevují ty samé prvky. Například vztyčení americké vlajky na ostrově Iwo Jima z druhé světové války, důraz na diverzitu příznivců daného kandidáta a citování nebo zobrazování známých postav americké historie.

Důraz na diverzitu etnik se u amerických kampaní mění celá století. V roce 2008, při zvolení Baracka Obamy, byl kladen důraz na afroamerickou komunitu, avšak dnes je kladen důraz na latinskoamerickou komunitu.

Americké volební spoty oproti těm českým dávají větší důraz na iluzi hyperreality, přičemž fungují stejně jako velkolepé reklamy. Ve spotech je mnohem větší důraz na emoce než na témata, která by měla být v rámci kampaně zmíněna.

## 1.8 Pozitivní filmová manipulace

Filmový průmysl je od své podstaty závislý na svém fundamentu manipulace. Filmy se vyrábí za pomoci kopií kulis, ve kterých figurují kopie postav, jež vyprávějí děj. Díky tomu máme pocit, že je film, stejně jako fotografie zrcadlením našeho světa. U sledování filmů divákům mizí povědomí o tom, že se jedná o iluzi a uměle vytvořené sekvence etud. Pokud v rámci historie kinematografie byli diváci vedeni tvůrci ke změně vlastního mínění ohledně různých etnik, tak dnes můžeme sledovat stejný trend ale pozitivním směrem.

Do začátku 21. století byl filmový průmysl, západního světa obklopen hlavně bílými, heterosexuálními, věřícími postavami (otázka víry v audiovizí je z hlediska sociálně-politického přesvědčení, výjimkou pro země tzv. bývalého východního bloku). Avšak s příchodem nového milénia se stalo normou, že mohly být filmy obsazené pouze afroamerickými herci, což vyvolává pocity normality - kolem Afroameričanů - v divácích. S rostoucím progresivismem ve společnosti a nástupem nové generace, která konzumuje audiovizuální obsah, se do filmů dostávají témata, která byla mnohem více tabuizovaná, než afroameričtí herci v hlavních rolích. Ve filmech nebo seriálech se postavy čím dál tím více přiznávají k neheterosexuálním orientacím nebo bezbožnosti. Tyto nové jevy se nejen setkávají s velkou mírou popularity, ale jsou do děl přidávány přirozeně. Mezi zásadní filmy s touto tematikou patří: *Euphoria*, HBO, 2019; *Élite*, Netflix, 2018; *Call me by your name*, 2017; *Moonlight*; 2016.

V poslední, deváté epizodě *Hvězdných válek* můžeme sledovat v jednom z posledních záběrů při oslavách polibek dvou žen, které jsou centrálně komponované vůči celému rámu obrazu. V tomto případě oproti výše uvedeným příkladům se jedná o záměrné vytváření simulakra kolem normalizace neheterosexuality v kinematografii. Ostatní díla fungují jako celek, na kterých buď tematika stojí nebo je doplňkov. V případě *Hvězdných válek* se jedná o prvek, který kdyby byl vyňat, neměnil by příběhovou linii.

Jakýkoliv ač pozitivní zásah do audiovizuálních děl za účelem pokřivení reality směrem k obrazu tvůrce je iluzorní a jedná se o tvorbu simulaker ve snaze nastavit hyperreálný svět, který funguje na základě pravidel tvůrce.

## 1.9 Současná fotografická manipulace

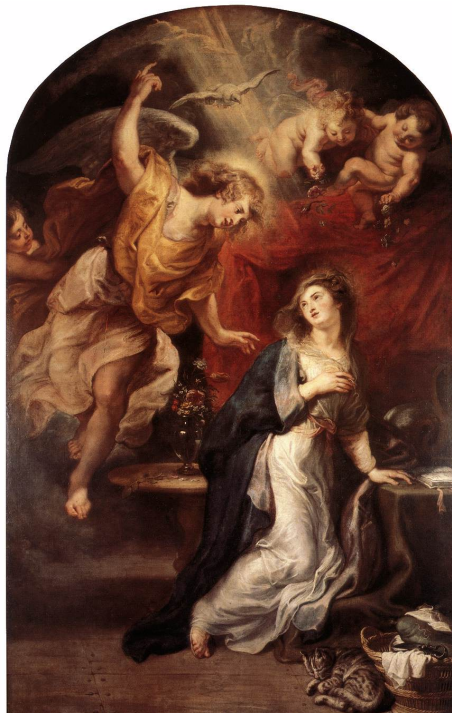
Pravdu můžeme brát jako fakt, který je lehký ověřitelný nebo vyvratitelný, v opačném případě se jedná o lež. Pokud se politici uchylují k ovlivňování veřejnosti, v některých případech sahají ke lžím nebo zavádějícím názorům či tezím. V obrazovém vyprávění nemusíme dbát na fakta, ale můžeme si fakt přibarvit po svém. Příkladem je fotografie z inaugurace prezidenta Spojených států Donalda Trumpa, který uváděl fotografie davů, jež přišly na jeho inauguraci. Na fotografiích je zřejmé, že jeho inaugurace byla poptávána jeho voliči, kteří se na něj přišli podívat. Avšak jeho opozice vyšla s pravdou ven když ukázala fotografie pořízené z větší vzdálenosti, kde bylo zřejmé, že na inauguraci nebylo tolik lidí, kolik se snažil Donald Trump ukázat. V tomto ohledu se dá konstatovat, že Donald Trump nelhal když ukazoval fotografie. Pouze si vybral takový úhel, ze kterého máme pocit, že na místě byly masy lidí. (viz. obrazová příloha č. 15)

Stejně tomu tak bylo na fotografii světových vůdců jež kráčí s prostým lidem pospolu proti terorismu. Fotografie si brala za cíl vzbudit v lidech pocit, že ti jež jsou postaveni nejvýše stojí společně s prostými lidmi. Avšak fotografie pořízená z výšky ukázala, že světový vůdci šli sice s lidmi v jedné ulici ale odděleně ochrankou a prázdným “pruhem” který obě skupiny dělil. (viz. obrazová příloha č. 16)

## Obrazová příloha



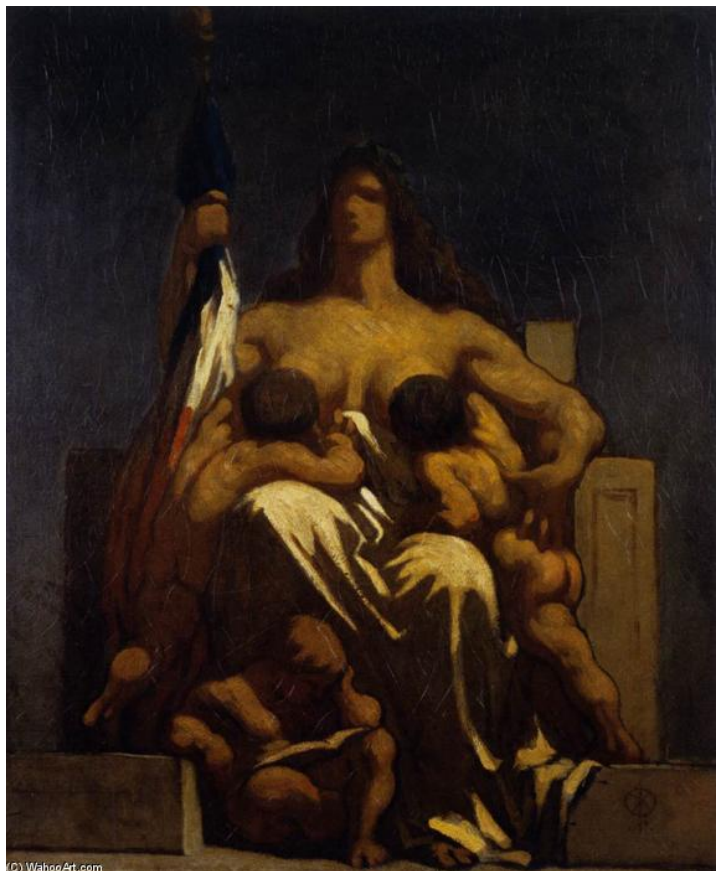
Obrazová příloha č. 1



Obrazová příloha č. 2



Obrazová příloha č. 3



Obrazová příloha č. 4





Obrazová příloha č. 5



Obrazová příloha č. 6



Obrazová příloha č. 7



Obrazová příloha č. 8





Obrazová příloha č. 9



Obrazová příloha č. 10



Obrazová příloha č. 11



Obrazová příloha č. 12



Obrazová příloha č. 13

**The Actual Photos**



**The Altered Photo**



Obrazová příloha č. 14





Obrazová příloha č. 15



Obrazová příloha č. 16

## Seznam užitých zdrojů

### Literatura

*Slavné obrazy, mistrovská díla v souvislostech.* Dorling Kindersley Ltd, 2018. ISBN 978-80-7617-785-7.

BAKER, Ch. *Slovník kulturních studií.* Portal, 2006. ISBN 80-7367-099-2.

McLUHAN, M. *Jak rozumět médiím, extenze člověka.* Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.

JOWETT, G., et al. *Propaganda and Persuasion Fifth Edition.* Sage, 2006. ISBN 978-1-4129-7782-1.

LÁB, F., et al. *Soumrak fotožurnalistiky?.* Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6.

KULKA, J. *Psychologie umění.* Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2329-7.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra and simulation.* Ann Arbor: University of Michigan Press. 1994

BORDWELL, D., et al. *Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu.* Nakladatelství Akademia múzických umění v Praze, 2018. ISBN 978-80-7331-217-6.

TAYLOR, R. *Filmová propaganda.* Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2534-0.

SONTAGOVÁ, S. *O fotografii.* Anchor books, 1990. ISBN 80-7185-471-9.

ŠKLOVSKIJ, V. B. *Ejzenštejn.* Odeon, 1983.

## Internetové zdroje

Lev Kuleshov - Biography - IMDb. IMDb: Ratings, Reviews, and Where to Watch the Best Movies & TV Shows [online]. Copyright © 1990 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: [https://www.imdb.com/name/nm0474487/bio?ref\\_=nm\\_ov\\_bio\\_sm](https://www.imdb.com/name/nm0474487/bio?ref_=nm_ov_bio_sm)

Susan Sontag. The Susan Sontag Foundation [online]. Copyright © 2010 Estate of Susan Sontag. All Rights Reserved. [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <http://www.susansontag.com/SusanSontag/index.shtml>

Susan Sontag obituary | US news | The Guardian. [online]. Copyright © [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/news/2004/dec/29/guardianobituaries.booksobituaries>

Simulakrum – MedKult. MedKult – média a kultura \* mediální kultura \* mediální a kulturní studia [online]. Copyright © 2020 MedKult. All rights reserved. [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/simulakrum/>

MedKult – média a kultura \* mediální kultura \* mediální a kulturní studia [online]. Dostupné z: [http://medkult.upmedia.cz/Keywords/hyperrealita/#\\_ftn1](http://medkult.upmedia.cz/Keywords/hyperrealita/#_ftn1)

Propaganda – MedKult. MedKult – média a kultura \* mediální kultura \* mediální a kulturní studia [online]. Copyright © 2020 MedKult. All rights reserved. [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/propaganda/>

Průvodce podnikáním: Kdo je influencer? - Obchodní značka (brand) - Podnikatel.cz. Podnikatel.cz - největší server pro podnikatele v ČR [online]. Copyright © 2007 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/pruvodce/obchodni-znacka-brand/influencer-vlivny-uzivatel/>

Symbol | Britannica. Encyclopedia Britannica | Britannica [online]. Copyright ©2020 Encyclop [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/symbol>

Word of Mouth marketing | MediaGuru. Homepage | MediaGuru [online]. Copyright © 2020 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/word-of-mouth-marketing/>

Agitprop | Soviet history | Britannica. Encyclopedia Britannica | Britannica [online]. Copyright ©2020 Encyclop [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/agitprop>

## **Zdroje obrazových příloh**

### *Obrazová příloha č. 1*

St. Peter Martyr – Dominican Friars Foundation. The Dominican Friars Foundation - Welcome [online]. Copyright © 2017 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://dominicanfriars.org/st-peter-martyr/>

### *Obrazová příloha č. 2*

Holy Spirit in Christian art - Wikipedia. [online]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Holy\\_Spirit\\_in\\_Christian\\_art](https://en.wikipedia.org/wiki/Holy_Spirit_in_Christian_art)

### *Obrazová příloha č. 3*

Portrait of Joseph Emanuel King of Portugal Painting | Amaral Miguel Antonio do Oil Paintings. Oil Paintings & Oil Painting Reproductions | Ocean's Bridge [online]. Copyright © [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.oceansbridge.com/shop/museums/hermitage/portrait-of-joseph-emanuel-king-of-portugal>

*Obrazová příloha č. 4*

[online]. Dostupné z: <https://en.wahooart.com/@/8Y38J7-Honoré-Daumier-The-Republic>

*Obrazová příloha č. 5*

BP | Case study | Landor. Landor | Brand consulting and design [online]. Copyright © 1996 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://landor.com/work/bp>

*Obrazová příloha č. 6*

The Gothic Vertical & the Modern Circular Buildings by Lyle J. Arnold, Jr.. Tradition In Action @ TraditionInAction.org [online]. Copyright © 2002 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: [https://www.traditioninaction.org/HotTopics/c009ht\\_VerticalCircular\\_Arnold.htm](https://www.traditioninaction.org/HotTopics/c009ht_VerticalCircular_Arnold.htm)

*Obrazová příloha č. 7*

Picture of the Day: Jaw-Dropping 3D Fresco by Andrea Pozzo «TwistedSifter. TwistedSifter [online]. Copyright © 2020 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://twistedgifter.com/2011/12/picture-of-the-day-jaw-dropping-3d-fresco-by-andrea-pozzo/>

*Obrazová příloha č. 8*

The Death of Marat - Wikipedia. [online]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Death\\_of\\_Marat](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Death_of_Marat)

*Obrazová příloha č. 9*

Svoboda vede lid na barikády – Wikipedie. [online]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Svoboda\\_vede\\_lid\\_na\\_barikády](https://cs.wikipedia.org/wiki/Svoboda_vede_lid_na_barikády)

*Obrazová příloha č. 10*

Uncle Sam - Wikipedia. [online]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Uncle\\_Sam](https://en.wikipedia.org/wiki/Uncle_Sam)

*Obrazová příloha č. 11*

The Third of May 1808 - Wikipedia. [online]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Third\\_of\\_May\\_1808](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Third_of_May_1808)

*Obrazová příloha č. 12*

Bayard se met en ... Seine | Mucri. Mucri | Musée critique de la Sorbonne [online]. Copyright ©SFP [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <http://mucri.univ-paris1.fr/bayard-se-met-en-seine/>

*Obrazová příloha č. 13*

Photo of Iran missile test doctored – The Denver Post. The Denver Post – Colorado breaking news, sports, business, weather, entertainment. [online]. Copyright © 2020 MediaNews Group, Inc. [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.denverpost.com/2008/07/10/photo-of-iran-missile-test-doctored/>

*Obrazová příloha č. 14*

[online]. Dostupné z: <http://www.alteredimagesbdc.org/walski>

*Obrazová příloha č. 15*

Photos of the Inauguration of President Donald J. Trump - The Atlantic. [online]. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/photo/2017/01/photos-of-the-inauguration-of-president-donald-j-trump/513995/>

I am the scholar caught in Trump inauguration crowd controversy | Times Higher Education (THE). Academic & University News | Times Higher Education (THE) [online]. Dostupné z: <https://www.timeshighereducation.com/blog/i-am-scholar-caught-trump-inauguration-crowd-controversy>

*Obrazová příloha č. 16*

Staatschefs aus der ganzen Welt führen Trauermarsch an - manager magazin. manager magazin - Wirtschaftsnachrichten [online]. Copyright © manager magazin 2020 [cit. 22.05.2020]. Dostupné z: <https://www.manager-magazin.de/politik/artikel/staatschefs-aus-der-ganzen-welt-fuehren-trauermarsch-an-a-1012419.html>

Trauermarsch Paris: Tagesschau-Chef wehrt sich gegen Vorwürfe. News & E-Mail bei t-online.de | Politik, Sport, Unterhaltung & Ratgeber [online]. Dostupné z: [https://www.t-online.de/nachrichten/ausland/id\\_72485822/trauermarsch-paris-tagesschau-chef-wehrt-sich-gegen-vorwuerfe.html](https://www.t-online.de/nachrichten/ausland/id_72485822/trauermarsch-paris-tagesschau-chef-wehrt-sich-gegen-vorwuerfe.html)