

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI**  
**FAKULTA FILOZOFICKÁ**  
**KATEDRA ŽURNALISTIKY**

**ŽÁNRY ŽURNALISTICKÉ FOTOGRAFIE**  
**A JEJICH VYUŽITÍ V TIŠTĚNÝCH PERIODICÍCH**  
(Genres of journalistic photography and their usage in printed periodicals)

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Lucie Schönová**

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Alexander Mencil

Olomouc 2012

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla veškerou použitou literaturu i jiné zdroje. Obsahuje celkem 75 019 znaků.

V Olomouci dne 5. 5. 2012

## **Abstrakt**

Tématem této bakalářské práce je žurnalistická fotografie a její kategorizace. Fotografie se od jiných sdělovacích systémů zásadně liší tím, že vznikla až v 19. století a je tudíž ještě stále ve vývoji. Teorie fotografie se mění současně s formováním fotografie samotné, proto ani jednotliví teoretici ve svých publikacích neshodnou na tom, jakým způsobem žurnalistickou fotografii kategorizovat. Cílem práce je popsat, jakými rozdílnými způsoby byla dodnes žurnalistická fotografie členěna, tvůrčí syntézou dostupných teorií vymezit její nejvyužívanější a poukázat na fakt, že dnes již podrobné žánrové dělení žurnalistické fotografie v podstatě neexistuje.

Klíčová slova:

fotografický obraz - žurnalistická fotografie - fotožurnalistické žánry

## **Abstract**

The theme of this work is journalistic photography and its categorization. The crucial difference between photography and the other communication systems is that photography was created in the 19th century and since that time it has been still under development. The theory of photography has been changing simultaneously with formalization of photography itself. That is why each theoretist has different opinion how to categorise a journalistic photography. The aim of this work is to describe ways in which journalistic photography has been categorised, find its most common categories and point out the fact that today, described genres of journalistic photography are actually no longer existing.

Key words:

photographical image - journalistic photography - photojournalistic genres

Tímto bych chtěla poděkovat panu Mgr. Alexandru Menclovi za poskytnutí rad, cenných informací a trpělivost s vedením mé bakalářské práce.

## Obsah

Abstrakt .....	3
Obsah.....	5
Úvod .....	7
1 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ.....	9
1.1 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ A JEHO VLASTNOSTI.....	9
1.2 SÉMIOTIKA OBRAZU .....	11
1.3 INTERPRETACE OBRAZU .....	12
1.3.1 Fotografie jako subjektivní odraz objektivní reality .....	13
1.4 FOTOGRAFIE JAKO ODRAZ SKUTEČNOSTI? .....	14
1.5 FUNKCE FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU .....	15
2 TVORBA FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU .....	17
2.1 TECHNICKÁ SLOŽKA OBRAZU .....	17
2.1.1 Analogová versus digitální fotografie.....	17
2.2 OBSAHOVÁ SLOŽKA OBRAZU .....	18
2.2.1 Obsah versus námět .....	18
2.3 KOMPOZIČNÍ SLOŽKA OBRAZU .....	20
2.3.1 Formát a výřez obrazu.....	20
2.3.2 Významná místa pozornosti.....	21
2.3.3 Spojení míst pozornosti.....	23
2.3.4 Perspektiva a prostorovost .....	24
2.3.5 Poloha optické osy .....	24
2.3.6 Barevné pojetí fotografického obrazu.....	25
3 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ V ŽURNALISTICE .....	26
3.1 FOTOGRAFIE JAKO SOUČÁST ŽURNALISTIKY.....	26
3.2 FUNKCE FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU V NOVINÁCH.....	27
3.3 PROBLEMATIKA KLASIFIKACE ŽURNALISTICKÉ FOTOGRAFIE .....	28
3.4 KATEGORIE ŽURNALISTICKÉ FOTOGRAFIE VYUŽÍVANÉ V DENÍCÍCH. 31	
3.4.1 Zpravodajská fotografie .....	31
3.4.2 Reportážní fotografie .....	32
3.4.3 Reportážní portrét.....	33

3.4.4 Účelový portrét .....	33
3.4.5 Fotoilustrace.....	34
4 PRAKTICKÁ ČÁST .....	35
4.1 METODIKA VÝZKUMU.....	35
4.2 VÝZKUM VZORKU OLOMOUCKÉHO DENÍKU.....	37
4.2.1 Vzorek za květen 2011 .....	37
4.2.2 Vzorek za červen 2011.....	38
4.2.3 Vzorek za červenec 2011 .....	38
4.2.4 Vzorek za srpen 2011.....	38
4.2.5 Vzorek za září 2011 .....	39
4.2.6 Vzorek za říjen 2011 .....	39
4.2.7 Vzorek za listopad 2011 .....	39
4.2.8 Vzorek za prosinec 2011 .....	40
4.2.9 Vzorek za leden 2012.....	40
4.2.10 Vzorek za únor 2012 .....	40
4.2.11 Vzorek za březen 2012.....	41
4.2.12 Vzorek za duben 2012.....	41
4.2.13 Výsledné procentuální zastoupení jednotlivých žánrů.....	42
4.3 VÝSLEDEK VÝZKUMU .....	42
5 ZÁVĚR.....	44
6 OBRAZOVÁ PŘÍLOHA.....	45
7 SEZNAM ZDROJŮ A CITOVANÉ LITERATURY .....	53
8 INTERNETOVÉ ZDROJE.....	55

## Úvod

Fotografii se věnuji třináct let a můj kladný vztah k ní mě přivedl až do redakce Olomouckého deníku, pro který třetím rokem fotím sportovní události. Při volbě tématu bakalářské práce jsem proto bez váhání volila fotografii, pro praktickou část této práce potom právě Olomoucký deník.

Díky praxi v deníku i studiu si nyní uvědomuji, jak scestná je snaha o striktní kategorizaci žurnalistické fotografie. Zprvé, každý odborník na tuto oblast žurnalistiky rozlišuje jiné žánry novinářské fotografie a ani za několik desítek let nedospěli ke konsenzu. Zadruhé, fotografie je velmi specifickou uměleckou tvorbou, jejíž zvláštnosti by se měly brát v potaz, nemá-li být pouhou náhražkou ostatních sdělovacích prostředků. Souhlasím proto s PhDr. Adélou Čiljakovou, která zastává názor, že nejefektivnější způsob, jakým dále vyvíjet žurnalistickou fotografii, nejsou abstraktní sáhodlouhé teoretické výklady či odtržité průzkumy, nýbrž výsledky ověřované spoluprací s lidmi, kteří se novinářské fotografii skutečně intenzivně věnují, a jejich každodenní praxí.

Kromě postupného zjištění faktu, že v žánrové kategorizaci žurnalistické fotografie neexistuje všeobecná shoda, jsem během práce pro Olomoucký deník byla konfrontována i se skutečným přístupem redaktorů k označení a členění fotografií. Nikdy jsem se v redakci nesetkala se zadáním nafotit fotofejeton či fotografickou črtu, byť by to bylo adresované komukoli jinému, kdo nefotografuje sport. Pochopitelně existuje shoda v pojmenování typů fotografie, kterým musí bezpodmínečně nutně rozumět každý fotograf – portrét, makro, krajina, panorama aj., aby si všichni žurnalisté ihned porozuměli. Jedině tak si mohou být jisti, že pokud redaktor po fotografovi vyžaduje určitý typ fotografie, nedostane od něj zcela nečekaný výsledek. Pociťuji tedy velký rozdíl v tom, jak se snaží odborníci členit žánry žurnalistické fotografie, a tím, jak se tato kategorizace ve skutečnosti uplatňuje, respektive neuplatňuje, v praxi.

První část této bakalářské práce je teoretická, druhá praktická. První dvě kapitoly teoretické části, která je rešerší dostupných materiálů o této problematice, jsou o fotografickém obraze ze širšího hlediska, nikoli pouze žurnalistické fotografii. V první kapitole teoretické části se věnuji fotografickému obrazu, jeho vlastnostem a obsahu, teorii odrazu a sémiotice obrazu. Druhá se zabývá tvorbou fotografického obrazu a třem základním složkám obrazu – technické, obsahové a kompoziční. Poslední kapitola

teoretické části je pak přímo o žurnalistické fotografii, její funkci v novinách a konečně také o problematice její kategorizace. V závěru této kapitoly tvůrčí syntézou dostupných teorií dospěji k vlastnímu rozdělení na pět různých kategorií žurnalistické fotografie. Přestože při tom navazuji na kategorizace dle známých autorů, na rozdíl od nich jich vyčleňuji co nejméně, avšak takových, které jsou schopny pojmout všechny využívané druhy fotografie. Tímto rozdělením jsem se snažím poukázat na fakt, že přehnaně podrobné žánrové členění žurnalistických fotografií je nejednotné a nejednoznačné, tudíž téměř zbytečné, ale také v každodenní praxi v podstatě nevyužívané.

V praktické části provádím kvantifikací sledovaných kategorií žurnalistické fotografie, jež popisuji ve třetí kapitole, ve vzorku Olomouckého deníku. Výsledkem je procentuální komparace četnosti výskytu fotografií náležících do těchto kategorií.

Závěrem celé bakalářské práce je sumarizace zjištěných faktů a úvaha nad nutností členění žurnalistických fotografií, potažmo fotografií obecně, na jednotlivé žánry.



# 1 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ

## 1.1 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ A JEHO VLASTNOSTI

Fotografie, fotografický snímek či fotografický obraz je specifickým nonverbálním sdělovacím prostředkem, jenž nese informace a je dokumentem věrně reprodukcujícím jevovou realitu.

Fritz Kempe o fotografii říká: „Fotografie je zásobníkem, obrazárnou naší paměti, je naším myšlenkovým aparátem. Potřebujeme obrazy jako zprostředkovatele, protože touha po vědění a zvědavost je neukojitelná.“<sup>1</sup> Je to obraz zachycující výjevy z reality, okamžiky ze života, avšak fotograf podává svědectví o osobách, situacích, čase či prostředí mnohem věrněji a přesněji, než to dokáže malíř nebo dokonce spisovatel. Ani sebelepší malíř neumí vykreslit realitu lépe než fotograf a ani tisíc slov nedokáže popsat výjev tak dokonale jako fotografický obraz. Ten je navíc z podstaty svého vzniku spojen s autentičností – člověk na vlastní oči vidí vysoce realistickou fotografii, proto snáze uvěří, že událost na ní zachycená se určitě musela stát. To je další důvod, protože je fotografický snímek zpravidla považován za mnohem důvěryhodnější než psaný text. Zpravidla si však především lidé, kteří sami fotografují nebo umí snímky editovat v počítači, uvědomují, že důvěryhodnosti fotografie je značně nabourána existencí fotomontáže a retuše. Zručný grafik dokáže manipulovat objekty na fotografii takovým způsobem, že v podstatě nelze pouhým pohledem poznat, že je na snímku něco pozměněno. Důvěryhodnost a autentičnost fotografie je tak silně otřesena, přesto však v povědomí většiny lidí zůstává fotografie nikoli klamem, ale zachycením reality.

Petr Tausk definuje fotografii jako moderní sdělovací systém, hovorové označení fotografického snímku, jen vzniká fotochemickou či jinou fixací optického obrazu vytvořeného objektivem.<sup>2</sup> Fotografie se v moderní době opravdu stala nezbytnou nositelkou informací, které dnes díky internetu mohou lidé rychlým způsobem přenášet po

---

1 LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 3

2 TAUSK, P. *Nestačí jen stisknout spoušť*. Práce, Praha 1978, str. 7

celém světě. Díky této neuvěřitelné rychlosti zpracování i přenosu mohou miliony lidí dostávat svědectví z událostí, které se právě teď dějí tisíce kilometrů daleko. Tím neztrácí na své aktuálnosti a je schopné konkurovat přímým televizním přenosům.

Zykmund považuje fotografii za specifický sdělovací prostředek a zdroj informací; fotografie může sloužit k postižení určitých jevů, jež chceme opticky poznat, ale může také zprostředkovat emocionální stanovisko fotografa ke skutečnosti.<sup>3</sup> Kromě toho fotografie může určitým způsobem nahrazovat nebo oživovat vzpomínky lidí, neboť lidská paměť má sklony být časem v menší či větší míře otupována.

Fotografický obraz má tedy několik specifických vlastností. Umožňuje divákovi vidět událost „na vlastní oči“ a stát se jejím svědkem. Další z charakteristik fotografie je její názornost. Na rozdíl od textu fotografie nepopisuje, nýbrž ukazuje, a to takovým způsobem, že nám v několika okamžicích zprostředkuje mnoho informací, zatímco kdybychom se stejné množství informací chtěli dozvědět z textu, potřebovali bychom k tomu obrovské množství slov, která navíc vyžadují spolupráci naší představivosti. I poté by takto vytvořená představa byla rozdílná od skutečnosti. Je to důsledek rozdílu mezi pojmově-logickým vnímáním (slova) a vnímáním smyslovým (fotografické obrazy). Když porovnáme fotografii se slovy, nalezneme i další pozitivní vlastnost fotografie – je mnohem lépe zapamatovatelná. Daleko snadněji se nám rozpomíná na obraz nějaké události či člověka, než slovní spojení, která tuto událost či člověka doprovázejí či charakterizují.

Nejen nad psaným či mluveným slovem má fotografický obraz výhodu. I ve srovnání s jinými vizuálními médii najdou jisté přednosti. Fotografie totiž zastavuje čas a „zmrazuje“ okamžiky, takže má čtenář neomezené množství času na její prohlédnutí, porozumění a zapamatování. Oproti tomu záběry na videozáznamu trvají třeba jen pár sekund a vzápětí jsou překryty dalšími a dalšími, takže je divák mnohdy ani nestačí zpracovat a všimnout si veškerých detailů.<sup>4</sup>

Jiří Macků shrnuje šest hlavních důvodů, proč se fotografie tak prosadila v žurnalistice. Je to její smyslovost a názornost, dokumentárnost, zvěčněná přítomnost, rychlá realizace, ztotožnění se zobrazeným jevem a domnělá okamžitost přijetí. Podle

---

3 ZYKMUND, V. *Umění, které mohou dělat všichni?* Orbis, Praha 1964, str. 22

4 srov. Kolektiv autorů pod vedením OSVALDOVÉ, B. *Zpravodajství v médiích*. Karolinum, Praha 2001, str. 88-89

psychologů tvoří vizuální vjemy celé dvě třetiny získávaných informací o okolním světě, proto se fotografie stala nástrojem naší životní zkušenosti a rozšířila a upevnila empirický vztah lidí ke skutečnosti.<sup>5</sup>

Nejzanícenější a nevystižnější popis podstaty a jedinečnosti fotografie podává Ludvík Baran: „Je tak rychlá, že stačí zachytit zlomek nelíčeného citového projevu, zlý záblesk očí, laskavé pousmání, zjihnutí, první vlnu radosti, je tak podrobná, že odkryje pravost emocí, vášní, pravost hlubokého citu, přesvědčení, odhodlání, pravosti bolesti i okouzlení – je autentická. Je neomylná a svědečtější než svědek sám, neboť nemá lidské vlastnosti zapomínání a fantazie, je oproštěna od tradic, minulosti a je oddělena od budoucnosti, nedovede předjímat.“<sup>6</sup> Přesně v této schopnosti fotografie zachytit i sebekratší okamžiky ze života je její největší a nenahraditelná síla.

## 1.2 SÉMIOTIKA OBRAZU

Sémiotika je věda, která se zabývá studiem znakových systémů. Za znak se dá považovat cokoli, co nese nějaký význam, např. slovo, číslo, tanec, řeč těla, vůně, pohyb, video a jiné – fotografie je také znakem nesoucím nejen informaci, ale i emoci. Zatímco sémiotika se zabývá všemi znakovými systémy, její součástí je i sémantika, jež studuje pouze jazykové systémy, tzn. Významy jednotlivých slov, morfémů a jiných znaků a jejich vztahem ke skutečnosti.

Průkopníky na poli sémiotiky byli švýcarský lingvista Ferdinand de Saussure a americký filozof Charles Peirce. Saussure zavedl dva termíny – *označující* (signifier) a *označované* (singified). *Označující* je podle něj znak, *označované* jsou informace nebo emoce, které tento znak nese. Rozdíl mezi těmito termíny je popsán například na americké vlajce; samotná vlajka je označující a spojení národů označované. V případě známé fotografie, na které je otisk boty první člověka na Měsíci, je opět označujícím fotografie, označovaným pak dobrodružství a odvaha člověka prozkoumat neznámé. Saussure také

---

5 ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 38-39

6 BARAN, L. *Fotografie jako dokument a tvorba*. Ústřední kulturní dům železničářů, Praha 1990, str. 6

zdůrazňoval, že vztah mezi znakem a jeho mimolingvistickou denotací je arbitrární, tedy že neexistuje žádný přirozený ani příčinný vztah mezi slovem a objektem, ke kterému odkazuje.

Peirce popsal znak jako vztah mezi objektem či ideou, jak je objekt reprezentován, a způsobem, kterým je objekt nebo idea komunikována. Ustanovil tři odlišné složky: *objekt*, *reprezentant* a *interpretant*. *Objektem* je to, co je označováno, tedy cokoli, na co člověk může myslet (skutečná věc nebo i pouhá představa této věci). *Reprezentant* je synonymem pro znak, tedy pro to, co Saussure nazývá jako *označující*. *Interpretant* je proces interpretace reprezentantu (znaku) a význam získaný touto interpretací.

Peirce rovněž popsal tři typy znaků, kterými lze reprezentovat skutečný objekt: *ikona*, *index* a *symbol*. *Ikonou* se myslí znak, jenž se podobá objektu, který zastupuje, například fotografie domu zastupuje skutečný dům. *Index* je znak, který nepřímo referuje k něčemu jinému, než pouze sám k sobě. Příklad indexu může být stín stromu, stopa v písku, otisky prstů nebo cigaretový kouř. Oproti těmto dvěma znakům, které přímo či nepřímo odkazují k určitému objektu reality, vztah mezi znakem a zastupovaným objektem může být zcela arbitrární, tedy nahodilý. Tento znak je pojmenován jako symbol a jeho vztah k objektu, na nějž poukazuje, je dán konvencí, tedy dohodou mezi lidmi. Příkladem symbolu může být vlajka, dopravní značka „zákaz vjezdu“ nebo biologické symboly pro samce a samici.<sup>7</sup>

### 1.3 INTERPRETACE OBRAZU

Člověk automaticky chápe obrazy jako přirozené znaky, což vede k podceňování recepce a interpretace obrazu. Zatímco má pocit, že text je potřeba pochopit, obrazy stačí pouze rozpoznat, jelikož jsou ikonické, tedy podobné tomu, co odrážejí. Při interpretaci je však potřeba rozlišovat *kódované ikonické sdělení*, které je symbolické a konotované (konotace je druhotná, expresivní složka významu), a *nekódované ikonické sdělení*, které je doslovné, denotované (denotace je základní pojmový význam). Obě tyto vrstvy obrazu

---

7 srov. ZAKIA, R. D. *Perception and Imaging*. Focal Press, USA 2002, str. 267

jsou recipientem přijímány dohromady, proto od sebe nejsou spontánně rozlišovány. „Pokud chce recipient skutečně porozumět (struktuře) obrazu jako celku, musí „odkrýt“ právě vzájemný vztah těchto dvou sdělení.“<sup>8</sup> Podle Bartha je tedy potřeba pokusit se oprostít od všech konotací, přestože to nikdy nepůjde stoprocentně, neboť není možné zcela odhlédnout od konotací, jež v obraze vidíme zároveň s konotacemi; tento čistě denotovaný obraz by pak byl ideálem.<sup>9</sup>

### 1.3.1 Fotografie jako subjektivní odraz objektivní reality

U jakékoli formy odrazu, byť sebevíc jednoduchého, jde vždy o subjektivní odraz objektivní reality. Je tomu tak z toho důvodu, že přestože to, co odrážíme, je objektivní a tedy nezávislé na našem vědomí, pak způsob, jakým odrážíme, je subjektivní. „Objektivnost tohoto odrazu je dána objektivností předmětu, který je odrážen, subjektivnost pak je dána fyziologicko-anatomickými zvláštnostmi vnímajícího subjektu, intenzitou jeho prožitku.“<sup>10</sup> Tyto zvláštnosti ale ani přes svou významnost nikdy nepotlačují objektivní prvek odrazu natolik, aby obraz zcela ztratil své objektivní rysy. Díky tomu, že každý člověk coby individualita prožil něco jiného než ostatní, subjektivnost odrazu je dána řadou složitých okolností, stejně jako další stupně poznávacího procesu.

Lze tedy zjednodušeně říci, že umělecké dílo je specifickými uměleckými prostředky realizovaný obrazný subjektivní odraz objektivní reality. Objektivní je realita, v níž umělec žije, materiály, s nimiž pracuje, i výsledek umělcova úsilí, jelikož existuje nezávisle na vnímání. Oproti tomu subjektivní je způsob, jakým umělec prostředky užije (charakteristický „rukopis“ umělce) i způsob, jakým je využíváno vyjadřovacích prostředků a to, jakými přijímatel dílo přijme.<sup>11</sup>

---

8 FORET, M. *O interpretaci vizuálního textu*. [online, cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z WWW: <[http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf\\_doc/foret.pdf](http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/foret.pdf)>

9 BARTHES, R. FORET, M. *Rétorika obrazu* [online, cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z WWW: <[http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CGMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.fhv.umb.sk%2F~sedik%2FVybrane\\_problemy\\_semiotiky%2F3\\_Barthes\\_R%25C3%25A9torika\\_obrazu.doc&ei=R12tT\\_GTDobFtAammaiUBA&usg=AFQjCNGNKHYLU40pZXqydspCv0zdqrlc8g&sig2=MMBk9Odv1W7c8UkDcXHJIw](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CGMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.fhv.umb.sk%2F~sedik%2FVybrane_problemy_semiotiky%2F3_Barthes_R%25C3%25A9torika_obrazu.doc&ei=R12tT_GTDobFtAammaiUBA&usg=AFQjCNGNKHYLU40pZXqydspCv0zdqrlc8g&sig2=MMBk9Odv1W7c8UkDcXHJIw)>

10 ZYKMUND, V. *Umění, které mohou dělat všichni?* Orbis, Praha 1964, str. 29

11 tamtéž

## 1.4 FOTOGRAFIE JAKO ODRAZ SKUTEČNOSTI?

Ve druhé polovině 20. století ještě odborníci neochvějně prohlašovali, že fotografie může a nemusí být uměleckým dílem, *vždy je však odrazem skutečnosti*. Může být objektivním a neosobním „odlitem“ skutečnosti, např. fotografie z vesmíru pořízena bez přímé účasti člověka, častěji je však aparát ovládán člověkem, který z reality okolo sebe vybírá, co chce zachytit.<sup>12</sup> Stále je však v podvědomí všech lidí zafixováno, že fotografický snímek je svědeckou výpovědí a její pravdivost z ní činí nejhodnovnější sdělovací prostředek ze všech. Pozorovatel si ale je automaticky neustále vědom, že vnímá pouze určitý výsek skutečnosti. „Ani při krajní míře perspektivního zkreslení, vznikajícího u snímků z bezprostřední blízkosti nebo u záběrů s mimořádně širokoúhlým objektivem, nepřestává být fotografie obrazem skutečnosti.“<sup>13</sup>

Susan Sontag v roce 2002 napsala: „Fotografie podávají důkazy. [...] V jedné variantě svého užití může být fotografický záznam usvědčujícím důkazem. [...] Fotografie platí za nesporný důkaz, že se daná věc vskutku stala.“<sup>14</sup> Přestože samotná fotomontáž (nebo také fotokoláž) je stará téměř jako fotografie samotná, dříve o pravdivosti fotografie nebylo pochybováno. Tato přesvědčení však nutně musejí být otřesena s postupným vývojem techniky a dnes již téměř neomezenými možnostmi retuše. Svět je plný falešných fotografií, dokonalých i nepovedených fotomontáží a uživatelé si nikdy nemůžou být jisti, zda koukají na opravdu původní, nebo na důmyslně zmanipulovanou fotografii, která zcela určitě není odrazem skutečnosti.

Hrozby plynoucí z možností manipulace s fotografií jsou si vědomi i Baatz a Gruber: „Fotografie stojí s příchodem 21. století před radikální změnou. Její veskrze potvrzená věrohodnost je ohrožena elektronikou. Neboť nyní můžeme každou fotografii nepoznatelně změnit a zfalšovat, ba dokonce viditelně a trvale vytvořit reálně vůbec neexistující světy. Ve skutečnosti však není tato vzniklý digitální obrázek snímkem obvyklé a osvědčené povahy, nýbrž výsledkem zcela jiného samostatného média.“<sup>15</sup>

Kromě retuší a fotomontáží je ale možný i poněkud jiný typ „nepravdivosti“ žurnalistické fotografie. Pravdivost není možné zredukovat pouze na shodu obrazu s

---

12 ZYKMUND, V. *Umění, které mohou dělat všichni?* Orbis, Praha 1964, str. 31-32

13 FEININGER, A. *Škola moderní fotografie*. Orbis, Praha 1971, str. 25

14 SONTAG, S. *O fotografii*. Barrister & Principal, Brno 2002, str. 11

15 BAATZ, W., GRUBER L. F. *Fotografie*. Computer Press, Praha 2004, str. 9

realitou – jde také o shodu významu a smyslu obrazu s objektivní podstatou reality. Je proto velmi důležité, jak autor skutečnosti zachytí, neboť může záměrně některé prvky potlačit či zdůraznit a navíc vybrat pouze některý úsek z reality. Může například zobrazit zřídka se vyskytující jev a prezentovat jej tak, aby to vypadalo, že jde o naprosto typickou skutečnost.<sup>16</sup> Právě z této neuvěřitelné schopnosti fotografie zachytit tak prchavý okamžik, jako je i pouhý záblesk v očích či mimické gesto trvajících zlomek vteřiny, těží bulvární tisk, jenž tohoto typu fotografie s oblibou využívá.

Riziko manipulace s fotografií si uvědomují i Alena a Filip Lábovi, kteří o tomto tématu napsali knihu *Soumrak fotožurnalismu*. Podle nich však ani známé a prokázané případy falšování fotografií nezpůsobily ztrátu důvěry veřejnosti k obrazům v médiích. „Fotografický obraz se liší od fotografované skutečnosti tím, že je pouze dvojrozměrným zobrazením trojrozměrného prostoru. Vnímáme ji většinou jako věrný obraz skutečnosti a bez dlouhého přemýšlení jí prostě věříme.“<sup>17</sup> Je tedy na etických a morálních hodnotách fotožurnalistů, zda zmanipulované fotografické obrazy postupně nepřeváží ty pravdivé.

## 1.5 FUNKCE FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU

Fotografie je obrazná řeč, která je na rozdíl od slova srozumitelná po celém světě. Fotograf proto za svůj snímek nese mnohem větší zodpovědnost, neboť jeho dílo má větší význam. Musí proto s rozumem zvažovat, zda vůbec dokáže vyslovit to, co chce, a zda vůbec má cenu to vyslovovat. Úkolem fotografie je především sdělení – záměrem fotografa je informovat, vzdělávat, bavit; téměř nikdo nefotí jen pro své vlastní potěšení, aniž by snímky komukoli ukázal. „Obraz je vyjadřovacím prostředkem fotografa, tak jako slova jsou vyjadřovacím prostředkem spisovatele.“<sup>18</sup>

Feininger uvádí šest hlavních funkcí fotografie. Je to především *informace*, která se uplatňuje ve formě dokumentární fotografie, v učebních pomůckách, příručkách či vědecké literatuře. Další funkcí je *účelová informace* využívaná v obchodní a reklamní fotografii.

---

16 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 88

17 LÁBOVÁ A., LÁB F. *Soumrak fotožurnalismu?* Karolinum, Praha 2009, str. 13

18 FEININGER, A. *Škola moderní fotografie*. Orbis, Praha 1971, str. 15

Snímky z vědeckého bádání a makrofotografie vznikají za účelem *objevu*, dalším úkolem fotografie může být také „pouhý“ *záznam*, jež vzniká coby reprodukce uměleckých děl, při určení totožnosti nebo při tvorbě mikrosnímků knih a jiných dokumentů. Kromě výše uvedených sem také patří dvě další funkce, kdy fotografie nemá tak silně informativní, ale spíše emotivní hodnotu. Patří sem *zábava*, kdy autor amatérsky snímá například své zážitky z cestování nebo baví čtenáře reportáží v časopisech. V neposlední řadě nespočet lidí fotí pouze pro vyjádření svého vidění světa, pocitů, myšlenek a postojů – v tomto případě má fotografie funkci vyjádření *výrazu osobnosti*.

S ohledem na téma této bakalářské práce není nezbytné rozvádět všechny tyto úkoly fotografie; funkci fotografického obrazu v žurnalistice se věnuje samostatná kapitola 3.1.



## **2 TVORBA FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU**

Fotografický obraz se skládá ze tří složek: obsahové, technické a kompoziční. Technická s kompoziční složkou dohromady tvoří celkovou formu snímku; technická složka obsahuje všechno, co se týče fotografického přístroje, zpracování a materiálu, zatímco do kompoziční složky zahrnujeme rozmístění hlavních i vedlejších prvků, prostorovost a geometričnost, stanovení výřezu, využití světla, způsoby zachycení pohybu, stanovení výřezu atd. Je potřeba si uvědomit, že pokud i třeba jen jediná z těchto složek nedosahuje maximální možné úrovně, snímek ztrácí na své kvalitě.<sup>19</sup>

Fotožurnalista musí výborně ovládat všechny tři složky. Zajímavý námět a bezchybná kompozice sami o sobě nezaručí vydařený výsledek, pokud má fotograf k dispozici špatnou techniku, a naopak, ani sebelépe technicky vybavený fotograf neobstojí, pokud není schopen „vidět“ fotograficky.

### **2.1 TECHNICKÁ SLOŽKA OBRAZU**

Fotografie vznikla v 19. století a dodnes prochází neuvěřitelně rychlým vývojem a změnami, a to jak teorie fotografie, tak především fotografická technika. V této práci se technickou částí nebudu zabývat téměř vůbec; zatímco dobrou fotografickou techniku si lze koupit, znalosti člověk získá pouze studiem a praxí. Proto se v této teoretické části své práce zaměřuji spíše na ostatní složky obrazu.

#### **2.1.1 Analogová versus digitální fotografie**

Digitální fotografie již v novinářské praxi zcela vytlačila analogovou. Důvod je zcela prostý – zatímco uměleckým či jiným fotografům vadila její relativně nízká kvalita, pro účely novinového tisku je kvalita digitální fotografie naprosto dostačující a především je

---

<sup>19</sup> HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 3

zcela převážena její nespornou výhodou – rychlostí zpracování.<sup>20</sup> Autor je tak schopen stáhnout snímky z paměťové karty fotoaparátu do počítače v podstatě okamžitě ještě na místě „činu“ a zaslat je do agentury ke zpracování. Aktuálnost digitální fotografie je tak oproti době zpracování analogové fotografie ohromující a proto je již dnes pro účely denního tisku využívána pouze tato technologie.

## 2.2 OBSAHOVÁ SLOŽKA OBRAZU

Obsah je základní kategorie teorie sdělování. Každé sdělení představuje uspořádanou soustavu rozlišitelných detailů. Při vnímání této soustavy vzniká ve vědomí diváka nejen vjem fyzikální existence této soustavy (př. Tuha na papíře), ale především vědomí obsahu této soustavy, tj. Vědomí něčeho, co v soustavě samé ve skutečnosti objektivně přítomno není a nedá se tedy zjistit fyzikálními metodami. (např. mluvenou řeč nejen slyšíme, ale také jí rozumíme).

Obsah se skládá se ze dvou složek: *významu* a *účinu*. Sdělení nese význam, pokud zastupuje vztahovou nebo předmětnou realitu (kresba hradu zastupuje hrad), tj. Má schopnost vyvolat vědomí této reality. Účin je schopnost sdělení vyvolávat emocionální stav.

U informativních sdělení (fotografií) se klade důraz především na stránku významovou, u emotivní sdělení je hlavní středem zájmu stránka účinná. Fotografie velmi dobře sděluje vnější vzezření reality a je v tomto směru nejvíce využívána.<sup>21</sup>

### 2.2.1 Obsah versus námět

Pojmy *obsah* a *námět* bývají velmi často zaměňovány, jejich přesné pochopení je ale podle Hinšta klíčem k uvědomělému fotografování a předpokladem pochopení fotografie jako umění.

---

20 LÁBOVÁ A., LÁB F. *Soumrak fotožurnalismu?* Karolinum, Praha 2009, str. 10

21 kol. autorů pod vedením TAUSKA, P. *Praktická fotografie*. STNL, Praha 1972, str. 193

*Obsah* lze definovat jako „emocionální a myšlenkovou podstatu snímku.“<sup>22</sup> Obsahem obrazového sdělení je jeho účín a význam, tedy to, co ve skutečnosti není viditelné a co vzniká pouze abstraktně v myšlenkách diváka. Díky rozdílnému vnímání různých diváků i samotného autora snímku není obsah jednoho snímku pro všechny stejný. Čím je obraz komplikovanější, tím větší je rozdíl mezi tím, co autor do snímku vložil a co divák ze snímku přijal; rozlišujeme tedy obsah přijatý a obsah vložený.

Aby byl obsah pro diváka vnímatelný, musí autor ve snímku zobrazit konkrétní osoby, krajiny, události apod., respektive vybírat určitý *námět*. Námět je tedy reálný model použitý autorem coby obrazový základ a je nepostradatelný pro realizaci obsahu.<sup>23</sup>

Volbou námětu začíná samotný proces focení. I přesto, že fotožurnalisté mají motiv často dán tím, co mají za úkol vyfotografovat, stále existují možnosti, jak motiv zachytit originálně. Podstatu rozdílnosti pojetí popisuje Petr Tausk: „Dostane-li větší počet lidí za úkol napsat o určité události výstižný popis, budou se jednotlivé výsledky značně lišit. To mohou konečně doložit mnohá slohová cvičení na stejné téma ve škole. Podobně je tomu i ve fotografii.“<sup>24</sup> Praxe potvrzuje, že přestože má deset fotožurnalistů vyfotografovat tentýž motiv, kromě výsledného rozdílu, jenž je dán použitou technikou (fotografickým přístrojem a objektivy), existují velké rozdíly také v okamžiku zachycení i kompozici.

Hlavní motiv, který je podnětem pro fotografování, je umístěn do zorného pole. Kromě hlavního motivu však může obraz obsahovat také vedlejší motivy, jež v něm mohou být obsaženy chtěně či nechtěně.<sup>25</sup> Je třeba dávat pozor na to, aby kompozice vedlejších motivů nezpůsobila zmatečnost obrazu, který by se tímto stal velmi těžko čitelným nebo zcela nečitelným.

---

22 HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 1

23 tamtéž, str. 2

24 TAUSK, P. *Nestačí jen stisknout spoušť*. Práce, Praha 1978, str. 56

25 BARAN A., BARAN L. *Obraz jako dialog s časem*. Národní Informační a Poradenské Středisko pro Kulturu, Praha 2007, str. 97

## 2.3 KOMPOZIČNÍ SLOŽKA OBRAZU

Kompozice je vnitřní organizace a struktura obrazu, jež je vytvářena pomocí prvků v něm obsažených, a volba okamžiku a úhlu pohledu, kdy je snímek nejpůsobivější. Hinšt ke kompozici dodává, že se jedná o organizaci *záměrnou*.<sup>26</sup> Podle Henri Cartiera-Bressona je kompozice simultánním spojením, organickým seřazením optických prvků. „Naše oko musí neustále měřit, hodnotit. Má se stát naším ustavičným zájmem, avšak když fotografujeme, musí být intuitivní, neboť jsme v zajetí prchavých okamžiků, kdy vztahy jsou v pohybu.“<sup>27</sup>

Hovoříme o *tvarové kompozici*, pokud v obraze sledujeme seřazení určitých linií. *Černobílá kompozice* využívá uspořádání ploch o odlišných tonálních hodnotách, na rozdíl od *barevné kompozice*, která staví na vzájemné skladbě jednotlivých barev snímku.

Pokud chce autor dosáhnout co nejlepší kompozice, musí mít jasno v tom, jaké pocity, nálady či myšlenky chce pozorovateli zprostředkovat. Podle toho pak v obraze některé prvky potlačuje, na jiné naopak klade důraz právě pomocí umístění prvků na ploše, hloubkou ostroty, využitím kontrastu, velikosti objektů, úhlu pohledu apod. Fotografie pořízená v souladu se základními kompozičními principy bývá snadno čitelná, na druhou stranu někdy je velice účinné tato pravidla naopak porušit. Čím lépe fotograf ovládá kompoziční pravidla, tím účinněji je může využít k diváku pochopení obsahu snímku.

### 2.3.1 Formát a výřez obrazu

Horizontální strana snímku se nazývá délka, strana k ní kolmá se nazývá šířka. Při stanovení formátu obrazu bere autor v potaz povahu zobrazované skutečnosti a to, zda je jeho záměrem zesílit její působivost. Zdůraznění dojmu rozlehlé krajiny lze dosáhnout poměrným prodloužením délky snímku (formát „na šířku“), naopak pro podpoření působivosti výškového motivu je vhodné poměrně prodloužit šířku (formát „na výšku“). Ze snímku pak lze v počítači udělat výřez z původního formátu. Výřez autor snímku dělá z mnoha důvodů, většinou jde o snahu zbavit se rušivých prvků v obraze nebo o záměrné

---

26 HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 3

27 CARTIER-BRESSON, H. *Fotografie*. KLHU, Praha 1958, str. 17

posunutí zobrazených předmětů do významných míst pozornosti.<sup>28</sup> Nevhodně zvolený formát či výřez mohou zcela zkazít působivost snímku. Pokud se autoru nepodaří zvolit ideální kompozici přímo při zmáčknutí spouště, může využít výhody digitálního zpracování a fotografii následně ořezat tak, aby vypadala co nejlépe.

### 2.3.2 Významná místa pozornosti

Nejjednodušší a nejstarší umístění objektu je ve středu obrazu, což způsobuje pocit vyváženosti a klidu. Již od renesance je sice považováno za zastaralé, statické a nemoderní – umístění objektu v centru obrazu se považuje za nedostatek autorovy invence, nicméně v některých případech je středová kompozice nejzajímavějším možným řešením.<sup>29</sup> Častěji než s touto středovou kompozicí se setkáváme s rozmístěním objektů do tzv. Významných míst pozornosti, což jsou body v obraze, kterých si lidské oko při sledování obrazu všimá nejvíce.

Způsob „čtení“ obrazu je podobný jako čtení textu, tedy zleva doprava a odshora dolů. Jelikož však nejde o text, dochází k zjednodušení „čtení“. Lidské oko zpravidla začíná koukat na obraz v levém horním rohu a po úhlopříčce směřuje do pravého dolního rohu. Odtud se zase rychle vrací do středu snímku, přičemž na této trase oko svou pozornost zdržuje nejdéle. Toto místo proto nazýváme *hlavním místem pozornosti*. Druhým bodem, kam se pozornost diváka soustřeďuje nejvíce, je místo mezi levým horním rohem a středem obrazu – jedná se o *vedlejší místo pozornosti*. Těchto dvou oblastí může autor využít tak, že do hlavního místa pozornosti umístí nejdůležitější motiv, do vedlejšího místa pozornosti pak doplňující motiv, jenž může hlavní motiv kupříkladu doplňovat nebo mu naopak být protikladem. Vycházejí z principu zlatého řezu, jenž představuje v umění ideální poměr mezi různými délkami a má hodnotu cca 1,618. Princip zlatého řezu je

---

28 srov. HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 12

29 BARAN A., BARAN L. *Obraz jako dialog s časem*. Národní Informační a Poradenské Středisko pro Kulturu, Praha 2007, str. 69

založen na rozdělení úsečky na dvě nestejně části takovým způsobem, aby poměr větší části k celku odpovídal poměru menší části ke větší.<sup>30</sup>

Bylo rovněž zjištěno, že ačkoli levá a pravá strana obrazu nemají nějaký konkrétní význam, je rozdíl v tom, zda-li je na obraze objekt vlevo, či vpravo. Kromě základní orientace lidského těla je podstatný již výše zmíněný zvyk číst zleva doprava. To způsobuje, že levou stranu člověk pokládá za začátek a pravou za konec. To, že učin obou stran není stejný, potvrzují i pokusy s vertikálním převrácením fotografií. Figura, která je k diváku zády a kouká se do dále, je obvykle přijatelnější, když je umístěna na levé straně obrazu a její pohled směřuje doprava. Když se postava otočí čelem k divákovi, najednou se zdá přijatelnější, je-li umístěna v pravé části obrazu a pohled jí směřuje doleva.

Stejně jako je rozdíl mezi pravou a levou stranou, existuje ještě mnohem výraznější rozdíl mezi horní a spodní částí obrazu – je však významově mnohem určitější. Nahoře je světlo, vzduch, prostor, dole tma, země, tíha. Proto působí zvláště, pokud je fotografie nahoře těžká a tmavá, zatímco dole je světlá a prázdná. Fotograf může tato pravidla respektovat, nebo naopak stavět obsah svého snímku na jejich převráceném užití.<sup>31</sup>

Významným prvkem pro vedení pohledu diváka je pohled zobrazovaného člověka, případně zvířete, jehož směr vede i směr divákova pohledu. Avšak nejen živé věci se dovedou „dívat“ - směr pohledu může mít například i dům s okny. V těchto významných místech pozornosti, do kterých míří směr pohledu zobrazených figur či předmětů, zpravidla zůstává více volného prostoru, jelikož lidské oko je zvyklé pokračovat pohledem v tom směru, ve kterém započalo.<sup>32</sup>

Kromě rozmístění zobrazovaných prvků do významných míst pozornosti lze jejich působivost zvýšit i jinými způsoby, především osvětlením. Čím je v obraze světlejší skvrna, tím intenzivněji působí na oko diváka. Naopak, při snaze některá místa potlačit je účinné podat je v tmavějších barevných tónech. Dalším způsobem je pravý opak této metody – umístění tmavého prvku do světlého prostředí.<sup>33</sup>

---

30 srov. HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 5

31 srov. ŠMOK, J. *Skladba fotografického obrazu*. SPN, Praha 1975, str. 85-86

32 tamtéž, str. 89

33 HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 6

### 2.3.3 Spojení míst pozornosti

Nejideálnější umístění hlavního a vedlejšího místa pozornosti je na úhlopříčce, jež spojuje levý horní a pravý dolní roh obrazu. Tato úhlopříčka je shodná s divákovou trasou pohledu, proto je účinek této diagonály silnější, než účinek diagonály druhé. Obě však mají tu jedinečnou vlastnost, že jsou nejdelšími úsečkami, které se dají vtěsnat do obrazu, proto v těchto směrech vedeme zobrazované věci, jejichž délku chceme zdůraznit.<sup>34</sup> Za věci v tomto případě považujeme i směr pohledu nebo pohybu. Ve spojení s úhlopříčkami tedy hovoříme o dynamice, vzruchu a pohybu. Kromě toho není diagonála rovnoběžná s žádnou stranou formátu obrazu, tudíž nevzbuzuje dojem rozdělení plochy obrazu a vzbuzuje větší dojem prostoru. Je však třeba dát pozor na to, co do diagonály umístíme; některé předměty nemají věcnou povahu, která by připouštěla dojem prostorovosti. Pokud na úhlopříčku fotograf umístí stojícího člověka, nezíská tak dynamičnost, ale pouze pocit, že se člověk kácí, jelikož věcná povaha rovně stojící osoby při klasickém záběru nepřipouští náklon. Proto bude u některých předmětů zobrazených v diagonále působit toto řešení nepřirozeně, ba dokonce groteskně.<sup>35</sup>

Kromě úseček se dá vést divákova pozornost i složitějšími čarami, například takzvanou „křivkou krásy“ neboli S-linií. Tato linie představuje tři různé směry, které ruší plošnost obrazu podobně, jako je tomu u diagonál, ale přesto oba tyto způsoby působí na diváka odlišně. Zatímco rovná linie naznačuje přímou a spěšnou, zvlněná představuje volnost, rozevlátost. Autor proto podle svého záměru volí typ linie.

V případě, že je záměrem zobrazení kupříkladu tří předmětů, nelze je uspořádat jinak než do přímé linie, nebo do trojúhelníku. Tento trojúhelník se může otáčet do různých poloh vůči rámu stejně jako linie, jež mohou být svíslé, vodorovné či šikmé.<sup>36</sup>

---

34 HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 7

35 srov. ŠMOK, J. *Skladba fotografického obrazu*. SPN, Praha 1975, str. 98

36 tamtéž, str. 99-101

### 2.3.4 Perspektiva a prostorovost

Perspektiva je prostorový vztah mezi jednotlivými částmi scenerie. Díky perspektivě se blízké objekty zdánlivě větší než ty, které jsou vzdálenější. Kromě toho se rovnoběžné linie (budova, koleje, cesta) směrem k horizontu opticky zužují. Bod, ve kterém se tyto linie pomyslně setkají, se nazývá úběžník, nicméně toto místo ve skutečnosti neexistuje – jedná se pouze o myšlený bod.

Ve fotografii nezávisí perspektivní účinek na ohniskové vzdálenosti, nýbrž na odstupu od zobrazovaných předmětů. Čím větší je vzdálenost fotoaparátu od objektu v popředí, tím mírněji je projevono zmenšení objektů v pozadí. Naopak, při volbě velmi malého odstupu od předmětu v popředí, poměrná velikost objektů v pozadí se prudce snižuje a vzniká tím podstatně „strmější“ perspektiva.<sup>37</sup>

Fotografie je sama o sobě dvojrozměrná. Aby na ní vznikl dojem prostoru, nesmí ji divák cítit jako plochu, ale skutečně jako obraz prostoru. Dojem prostorovosti lze vyvolat několika způsoby - rozmístěním objektů v obraze, fotografováním pod úhlem jiným než 90° (nejlépe 45°) nebo osvětlením (pokud možno tak, aby byl stín vrhán našikmo směrem k fotografovi).<sup>38</sup>

### 2.3.5 Poloha optické osy

Při řešení perspektivního podání snímku musí brát fotograf v potaz rovněž úhel záběru, respektive sklon fotoaparátu. Člověk je navyklý na pohled z výšky svých očí. Pokud fotograf umístí objektiv do této výše, snímek je významově neutrální, protože je zcela obvyklý.<sup>39</sup>

Pokud zvolí fotograf malý odstup od objektu, často naklání fotografický přístroj směrem vzhůru, což má za výsledek sbíhání svislých linií (např. u domů). Tento typ zobrazení se nazývá *podhled*. Výrazný pohled pomáhá dokreslit výšku objektů a působí poměrně dramaticky. Opakem pohledu je *nadhled*, kdy fotograf snímá z tzv. Ptačí

---

37 TAUSK, P. *Nestačí jen stisknout spoušť*. Práce, Praha 1978, str. 93

38 srov. HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, str. 9

39 ŠMOK, J. *Skladba fotografického obrazu*. SPN, Praha 1975, str. 87



perspektivy. Nadhled může být jak velmi mírný (např. ze spodních řad tribuny), výrazný (např. z osmého patra domu) až zcela kolmý (např. z letadla).<sup>40</sup>

### 2.3.6 Barevné pojetí fotografického obrazu

Fotografie může být barevná, nebo černobílá. Černobílou fotografií je ještě možno ručně kolorovat nebo částečně či zcela tónovat. Zatímco černobílá fotografie využívá především kontrastu, ploch, perspektivy, světla a stínu, linií a tvarů, barevná využívá účinku barev obsažených v obraze. Psychický účinek barev je tak silný, že vůbec první věc, kterou na takového fotografa recipient vnímá, je právě barva, a teprve potom začnou jeho pozornost poutat ostatní výrazové prvky.

Každá barva v pozorovateli podvědomě navozuje určité emoce a představy. Podle tohoto účinku se dělí na *studené* a *teplé*. Studené barvy jsou ty, které navozují pocit uklidnění a chladu – připomínají chlad ledu a vody, tedy modrozelená, azurová a modrá. Teplé barvy oproti nim vyvolávají pocit tepla, neklidu, radosti, dynamiky a aktivity. Jsou to takové barvy, které nám připomínají oheň, tedy červená, žlutá a oranžová. Vedle studených a teplých barev existují rovněž neutrální barvy, jež však také mají své psychické účinky. Černá, šedá či fialová vyvolávají smutek, zatímco zelená má uvolňující účinky, neboť ji má člověk spjatou s přírodou. Některé studie zjistily, že kombinací dvou nebo více barev se často dosáhne zcela jiného účinku, než mají tyto barvy osamocně. S teplými a studenými barvami souvisí také tzv. Barevná perspektiva, již může fotograf využít k posílení prostorového účinku fotografie. Teplé a syté barvy se v prostoru zdají být blíže, studené, tlumené a nenápadné naopak ubíhají do dálky.<sup>41</sup>

Podle Tomáška každá barva nejlépe vynikne v kontrastu s jinou barvou či barvami, jež ji obklopují nebo s ní sousedí. Lidský zrak má takové vlastnosti, že na černém pokladu se bílá barva zdá bělejší a pestré barvy sytější a světlejší, na bílém zase černá černější. Tento jev se nazývá princip barevného kontrastu.

---

40 srov. TAUSK, P. *Nestačí jen stisknout spoušť*. Práce, Praha 1978, str. 95

41 srov. TOMÁŠEK, Z. *Barevná fotografie pro každého*. Merkur, Praha 1976, str. 37

### 3 FOTOGRAFICKÝ OBRAZ V ŽURNALISTICE

#### 3.1 FOTOGRAFIE JAKO SOUČÁST ŽURNALISTIKY

V současné době se mluví o stále rostoucím vlivu vizuality. Noviny, které kdysi bývaly čistě verbální, byly postupně ilustrovány a dnes již obsahují nespočetné množství jak fotografií, tak jiných vizuálních prvků, a nabývají tak až „plakátové“ formy.<sup>42</sup>

Hned v úvodu je potřeba od sebe odlišit dva rozdílné pojmy: *žurnalistická fotografie* (nebo novinářská fotografie) a *fotografie v žurnalistice* (nebo fotografie jako součást žurnalistiky). Není možné je považovat za synonyma, neboť ne každá fotografie v žurnalistice je zároveň žurnalistickou fotografií. Za fotografii v žurnalistice je považován jakýkoli fotografický obrazový projev, jenž se objeví v periodickém tisku. Jsou to tedy nejen zpravodajské či reportážní fotografie, které jsou žurnalistickými fotografiemi, ale rovněž veškeré reklamní, umělecké fotografie nebo tzv. Komunikát, fotografie výtvoří jiných uměleckých činností, například soch či obrazů.<sup>43</sup>

Žurnalistická (novinářská) fotografie musí korespondovat s podstatou samotné žurnalistiky, která spočívá v její aktuálnosti a vztahu ke společnosti. Každá fotografie je sice specifickým způsobem odrazu reality, ale žurnalistická fotografie musí navíc odrážet společenskou a aktuální skutečnost. Můžeme tedy říci, že žurnalistická fotografie „pohotově zobrazuje aktuální společenské skutečnosti (s určitým záměrem a v určitých žánrových formách)“.<sup>44</sup> Tyto jevy zachycuje věcně a autenticky a přináší o nich osobní svědectví. Žurnalistická fotografie odpovídá na základní žurnalistické otázky kdo? Kde? A co? A zároveň nejen rozšiřuje čtenářovo poznání reality, ale také působí na jeho emoce. Novinářská fotografie nese novinářské informace: „Novinářskou informací nerozumíme jakékoli sdělení, ale zpravidla komplex nových, aktuálních dílčích faktů o většinou dosud

---

42 FORET, M. *O interpretaci vizuálního textu*. [online, cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z WWW: <[http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf\\_doc/foret.pdf](http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/foret.pdf)>

43 LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 13

44 tamtéž, str. 14

neznámých skutečnostech a okolnostech, které jsou ve svém souhrnu pro příjemce informace nebo pro celou společnost tak či onak důležité.“<sup>45</sup> Kromě výše zmíněných atributů je charakteristická tím, že musí nést informační obsah a je spojena s žurnalistickým textem, s nímž dohromady přináší čtenářům verbálně-vizuální sdělení. Je však třeba si uvědomit fakt, že u periodik, která vychází v milionových nákladech, existují značné možnosti propagandy skrze fotografii.<sup>46</sup>

### 3.2 FUNKCE FOTOGRAFICKÉHO OBRAZU V NOVINÁCH

Funkční působení fotografického obrazu v novinách se dá vyvodit z jeho vztahu k žurnalistickému textu. O *informační funkci* hovoříme, pokud má sám fotografický obraz nese většinu výpovědi, zatímco text pouze upřesňuje a doplňuje fakta, která fotografie není schopna vyjádřit, zejména souvislosti mezi zobrazovanými objekty. Informační funkci může fotografie naplňovat tak, v novinách vystupuje coby vizuální poutač, jenž může rozhodnout o tom, zda čtenář materiálu bude či nebude věnovat svou pozornost. Tento fakt vychází z psychologických výzkumů, které dokázaly, že recipient se nejdříve seznámí s vizuální podobou novin a až posléze se zabývá vybraným obsahem. Je to právě tato specifická informační funkce fotografie, která způsobuje, že je fotografie v novinách nenahraditelná.

Druhá funkce je *ilustrační*, zahrnující také výchovné a estetické aspekty. Hlavním zdrojem informací je zde novinářský text, tuto výpověď fotografie pouze doplňuje, zpřesňuje. Ilustrativní fotografie má v tisku dlouholetou tradici, kdy nahradila ilustrativní kresby a převzala jejich funkci. Fotografie s ilustrativní funkcí má dvoje rozdílné působení. Zprvé může vizuálně vysvětlovat text – příkladem je reportážní portrét u interview, který čtenáři poskytuje vizuální informace o člověku, jehož názory a myšlenky právě čte, a pomůže mu tak vytvořit si o něm komplexnější a přesnější představu. Zadruhé může vychovávat a vzdělávat, pakliže se jedná o obrazovou montáž, fotografií architektury či

---

45 ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 38-39

46 LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 14-15

zátiší, fotografický humor a podobně. Účelem těchto obrazů není podávat čtenáři informace o realitě, ale vytvářet esteticky působivé obrazy.

Je možné rovněž hovořit o *grafické funkci*, kde fotografie působí jako zvláštní grafický prvek, jenž má velký význam pro finální vyznění celé strany. V tomto případě má text opět submisivní postavení a větší důraz je kladen na fotografii.

Poslední důležitou funkcí fotografického obrazu v novinách je *funkce výchovná*. Fotografie je pro tyto účely nejvhodnějším řešením díky své názornosti, jednoznačnosti a srozumitelnosti. Výchovná fotografie bezprostředně ovlivňuje vědomí recipientů, jejich postoje a názory, jež si utvářejí. Hovoříme také o její osvětové výchově, pakliže popularizuje nové poznatky vědy a techniky. Výchovné aspekty mají rovněž fotografie, které na čtenáře působí esteticky. V žurnalistice se však esteticky kvalitní obrazy objevují spíše v časopisech než novinách, obzvláště pokud se jedná o černobílý tisk.<sup>47</sup>

### 3.3 PROBLEMATIKA KLASIFIKACE ŽURNALISTICKÉ FOTOGRAFIE

Alena Lábová v roce 1990 uvedla: „Žánrová klasifikace žurnalistické fotografie je jedním z nejméně teoreticky rozpracovaných problémů fotožurnalistiky.“<sup>48</sup> Přestože stále probíhaly pokusy o vypracování závazných kodifikací, nikdy se nepodařilo vytvořit obecně uznávanou kategorizaci. Je to z toho důvodu, že toto odvětví je nesmírně dynamické a velice rychle se mění, ale také proto, že obsahuje dva odlišné prvky komunikace – verbální a obrazový.

Někteří teoretici vycházejí z toho, že pro žurnalistickou fotografii je určujícím médiem tisk, a proto žánrovou strukturu fotožurnalistiky odvíjejí od žánrů psané žurnalistiky. Ludvík Baran též uznává tuto tezi, proto vyčlenil fotožurnalistické žánry jako fotoreportáž (politickou, kulturní, sportovní, společenskou, kritickou a vojenskou), fotografickou sérii, anketu, interview, kroniku, informaci, přehled, agitku, korespondenci a

---

47 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 15-18

48 tamtéž, str. 20

další. Kromě nich popsal také publicistické tvary: fotografický příběh (picture story), fotografickou sekvenci, fotofejeton, esej a fotografický román. Kromě těchto typů jsou všeobecně uznávány také fotografické tituly, fotografické plakáty a reklamy coby formy propagační či agitační fotografické tvorby, dále fotomontáž a fotografický humor (karikatura). Na druhou stranu i sám Baran následně vlastní kategorizaci zpochybňuje tvrzením, že vzhledem k vlastnímu uvědomění si obrovského množství variant, jimiž se může žurnalistická fotografie projevovat, nelze nezapochybovat o smyslu tohoto třídění. Kdybychom se příliš drželi přesného ohraničování jednotlivých žánrů, fotografie by nabyla na konstruované schématickosti, kde by forma potlačila fakta. Baran si velice dobře uvědomuje, že podrobná kategorizace je nesmírně složitá a prakticky od sebe nelze odlišit jednotlivé žánry; velmi podobné jsou si například fotografické interview a anketa, kdy jde v obou případech o reportážní účelový portrét. Proto se Baran snaží charakterizovat alespoň tři základní velké skupiny: reportážní a publicistickou fotografii, dokumentární a naučnou fotografii a obrazovou fotografii.<sup>49</sup>

Jiný autor, Ján Lofaj, vychází ze členění žurnalistiky na zpravodajství a publicistiku. Na základě toho rozeznává zpravodajskou a reportážní fotografii. Zpravodajskou dále dělí na různé žánry – fotozprávu, fotoreferát, věcnou ilustraci a ilustrovanou zprávu. Tvrdí, že fotožurnalistika se začíná odklánět od zpravodajské interpretace reality k reportážní, a dělí ji na tři žánry – reportáž, fejeton a črta. Kromě těchto žánrů, které úzce souvisejí s psanou žurnalistikou, specifikuje také reportážní portrét a titulní fotografii.

Zdeněk Hoření kromě fotoreportáže coby žánry žurnalistické fotografie uvádí také fotofejeton, fotopoznámku, glosu a úvodník.<sup>50</sup> Odlišným způsobem tuto problematiku řeší bulharští autoři, kteří definují tři různé žánry – fotoilustraci, fotoinformaci a fotopublicistiku.

Nicméně jakkoli propracované tyto typologie jsou, podle Lábové žádná z nich nerespektuje specifickou vizuální formu fotožurnalistiky a vychází z teorie psané žurnalistiky. Je ale potřeba brát v úvahu obrazovou rovinu a kompoziční rozdílnosti fotografických obrazů v žurnalistice.<sup>51</sup> Podobně i Adéla Čiljaková upozorňuje na specifika

---

49 srov. BARAN, L. *Teorie novinářské fotografie*. SPN, Praha 1967, str. 9-10

50 ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 27

51 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 22

fotografické tvorby: „Nemá-li fotografie vycházet jen z obecných zákonitostí umělecké tvorby, ... musí se teorie fotografie snažit především o to, aby podstatě a specifice fotografie byla poskytnuta možnost plnohodnotného uplatnění. Protože má-li se nějaká podstata nebo specifika projevit, musí se jí k tomu poskytnout možnost a podmínky.“<sup>52</sup>

Sama Lábová navzdory svému postoji k členění žurnalistických fotografií podle psané žurnalistiky dělí žánry fotožurnalistiky na zpravodajské a publicistické žánry. Podstatou zpravodajských žánrů je podle ní věrné svědectví o skutečnosti, kdy fotografie nezkrsluje realitu a vizuálněji popisuje. Zařazuje sem obrazovou zprávu, agenturní aktualitu, věcnou ilustraci, fotografickou glosu a fotografický referát. U publicistických žánrů nejde ani tak o mechanický záznam skutečnosti, ale autor se snaží najít širší souvislosti, interpretovat fakta, vyslovit svůj názor či myšlenku. Vázanost těchto fotografií na realitu je tedy volnější než u zpravodajských žánrů. Řadí sem fotoreportáž a fotofejeton. Kromě zpravodajských a publicistických žánrů si je Lábová vědoma také specifických fotografických útvarů, kam řadí reportážní portrét a titulní fotografii.<sup>53</sup>

Z výše uvedeného tedy vidíme, že ani odborníci na tuto problematiku se na kategorizaci žurnalistické fotografie neshodnou. Nicméně nejnovější tendence ukazují, že vzhledem k tomu, že se všechny tyto žánry začaly mísit, je snaha o jejich striktní rozlišování nejen objektivně prakticky nemožná, ale, jak tvrdí i sám Baran, navíc i zbytečná. Vzhledem k rychlosti vývoje fotografie se ani není čemu divit. Fotoreportéři se musí neustále snažit nalézt nové a nové způsoby, jakými svou práci uchopit a jak zaujmout publikum. Fotografie, které čtenáře uspokojily před desítkami let, jsou nyní okoukané a všední. Autoři se tedy pochopitelně snaží ukázat čtenářům méně tradiční pohledy, které se již ale mohou vymykat zavedeným konvencím.

---

52 ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 52

53 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 22-44

## 3.4 KATEGORIE ŽURNALISTICKÉ FOTOGRAFIE VYUŽÍVANÉ V DENÍCÍCH

Přestože z předchozí kapitoly je zřejmé, že na otázky kategorizace žurnalistické fotografie neexistuje jednoznačná odpověď, na některých větších skupinách fotografických žánrů se část odborníků shodne. Vycházím-li tedy z již citovaných zdrojů, žurnalistickou fotografii mohu rozdělit do pěti obsáhlejších kategorií – zpravodajská fotografie, reportážní fotografie, reportážní portrét, účelový portrét a fotoilustrace. Kromě těchto žánrů bych jako samostatnou kategorii žurnalistických fotografií vyčlenila také titulní fotografii, nicméně tato není využívána v denním tisku, proto není pro můj výzkum relevantní.

### 3.4.1 Zpravodajská fotografie

Podstatou zpravodajské fotografie je nezkreslené, věrné a bezprostřední obrazové svědectví, sdělování nových informací o aktuálním dění. Je v podstatě vizuální formou zprávy, se kterou má společnou snahu o zajímavém, živém, pohotovém a neotřelém informování veřejnosti o současných společenských jevech. Zpravodajská fotografie musí být konkrétní, názorná a snadno čitelná. Autor musí nalézt ideální rovnováhu mezi originalitou obrazu, množstvím zobrazených informací a srozumitelností pro recipienta – pokud se mu to nepodaří, dochází k poklesu účinnosti této fotografické zprávy, a to jak v případě přílišné originality, tak naopak nevynalézavosti s převahou banálních prvků ve snímku. Zobrazené prvky by měly působit komplexním dojmem, aby si čtenář fotografii zapamatoval a přijal ji.<sup>54</sup>

Další důležitou vlastností zpravodajské fotografie je její masová distribuce a to, že většinou vzniká na objednávku. Stejně jako zpráva zodpovídá na otázky kdo? co? jak?, nicméně neodpovídá na otázku proč? A není schopna událost časově zařadit. Z tohoto důvodu je její nepostradatelnou součástí přesný a stručný text, který by neměl opakovat

---

<sup>54</sup> ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 51-53

informace, které jsou již obsaženy v obraze, naopak vysvětluje a doplňuje informace, které nelze vyjádřit fotograficky. Tento popis je u zpravodajské fotografie zcela nezbytný, neboť vysvětluje, kdo, kdy, kde, za jakých okolností, z jaké příčiny či s jakým důsledkem je zachycen na obraze. Většinou je psán v přítomném čase, přestože zachycuje události, které se již staly.<sup>55</sup>

### 3.4.2 Reportážní fotografie

Fotoreportáž je základním publicistickým žánrem fotožurnalistiky. Je dynamickou výpovědí o aktuálním společenském jevu, události či výjevu ze života, podávající osobní svědectví fotoreportéra. Je souborem několika fotografií, jejichž součástí je rovněž krátký text vysvětlující vztahy a příčiny, které není obraz schopen osvětlit. Autorský subjekt je v tomto případě velmi důležitý - na rozdíl od zpravodajské fotografie, kde autor podává objektivní informace a pouze zaznamenává fakta, reportážní fotografie je osobním a emotivním výkladem autora, jenž podává o události svou výpověď, tedy přináší její hodnocení.<sup>56</sup> Fotografická reportáž odpovídá i klade otázky, ověřuje, informuje, dokumentuje, zdůrazňuje, varuje, chválí i žaluje. „Je svědomím světa, života a některá se proměňuje časem v dokument, který i výtvarně získává na hodnotě. Je nejsobitějším a nejpravějším fotografickým žánrem a ve svých špičkách největším fotografickým mistrovstvím.“<sup>57</sup>

Události, které fotoreportér zachycuje, mohou být nepředvídané (dopravní nehoda, povodeň), předvídané (sportovní událost, hudební festival) či autorem koncipované, naaranžované. Vždy však musí ctít původní fakta a zobrazovat je pravdivě, přestože zároveň k nim vyjadřuje svůj vlastní postoj.

Pro účely vlastního průzkumu Olomouckého deníku rozlišuji pojem fotoreportáž a reportážní fotografie. Zatímco fotoreportáží se rozumí soubor tématických fotografií,

---

55 KOLEKTIV AUTORŮ. *Zpravodajství v médiích*. Karolinum, Praha 2001, str. 94.

56 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 29-36

57 ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, str. 97



reportážní fotografie se objevuje v textu sama, odtržena od ostatních snímků z fotoreportáže.

### 3.4.3 Reportážní portrét

Portrétem se rozumí zobrazení lidské tváře, neboť právě v ní se odráží povaha člověka, případně člověka od pasu nahoru či celé postavy v typickém prostředí, které přesněji vystihuje portrétovaný objekt. Na rozdíl od tohoto portréту, který je plánován a vědomě připraven autorem i modelem, reportážní portrét je zachycen „za pochodu“ během libovolné události, vytržen z rychle ubíhajícího času. Získává tak dynamiku, životnost, jedinečnost a osobitost. Většinou je fotoreportérem zachycen skrytě, aby objekt nebyl ve své činnosti vyrušen, nebo portrétovaný člověk očekává, že fotografován bude, přesto se zcela soustředí na svou činnost (sportovní utkání, zpěvák na koncertě). Objekt reportážního portrétování se většinou nachází ve svém přirozeném prostředí, tudíž je více „sám sebou“. U obyčejného portréту je zachycena pouhá vnější povrchní podoba člověka, zatímco u reportážního portréту je důležité to, jakou má povahu a jaký je. Proto je portrét používán většinou pouze k identifikaci, zatímco reportážní portrét má své nenahraditelné místo v žurnalistice.

Reportážní portrét v sobě nese napětí, které by však nemělo být způsobeno záměrnou dramaturgií autorem či objektem, nýbrž vyplývá z dané situace. Nesmí být pouze popisný, kdy autor zachytí objekt pasivně, bez napětí a gest.<sup>58</sup> Uplatňuje se především na titulních stranách časopisů, ale rovněž jako součást rozhovorů či větších obsahových celků (fotoreportáž, fejeton aj.). Jeho součástí je text, kterou reportážní portrét autenticky dokumentuje či ilustruje.<sup>59</sup>

---

58 srov. BARAN, L. *Teorie novinářské fotografie*. SPN, Praha 1967, str. 22-23

59 srov. LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, str. 39-42

#### 3.4.4 Účelový portrét

Tuto kategorii jsem vyčlenila z důvodu jejího velice častého výskytu v denících. Jak bylo již popsáno výše, jedná se o zachycení vnější podoby člověka, bez pokusu o zachycení jeho charakteru či emocí. V žurnalistice se většinou jedná o portrét použitý k anketě, interview či při vyjádření názoru zobrazované osoby. Nevykazuje známky napětí, naopak má pouze popisnou funkci a působí pasivně, nezajímavě.

#### 3.4.5 Fotoilustrace

Ilustrační fotografie je druh obrazové zprávy, jež vystupuje coby vizuální doplněk textu, který má nadřazené postavení. Fotografie v tomto případě pouze ilustruje, tedy dokresluje, vysvětluje nebo konkretizuje text, a je chápána jako samostatný obrazový projev mající velmi volnou vazbu k textu. Vystupuje zde jako grafické znázornění osoby, předmětu, děje nebo situace, které pomáhá dotvořit jejich celkový obraz. Tato ilustrativní fotografie může být použita z archivu redakce, neboť na rozdíl od reportážních a zpravodajských fotografií není kladen důraz na její aktuálnost. Archiv ilustračních fotografií obsahuje snímky téměř ze všech míst a oborů lidské činnosti a pokrývá témata z oblasti cestování, služeb, životního stylu, dopravy, vědy a techniky, sportu, životního prostředí. Dá se využít i v reklamě.

## 4 PRAKTICKÁ ČÁST

Jak již bylo uvedeno v úvodu, v této praktické části dělám výzkum vzorku Olomouckého deníku, jenž jsem si zvolila z důvodu mého působení ve sportovní redakci. Tyto regionální noviny spadají pod vydavatelství Vltava-Labe-Press, a.s. A pokrývají oblast postihující kromě Olomouce také Litovel, Šternberk a Uničov. Kromě regionálních zpráv, kterým je v deníku věnováno nejvíce prostoru, přináší také celostátní i světové zpravodajství, reportáže ze sportovních utkání včetně jejich výsledků, zajímavosti, kulturní tipy, recepty, televizní program a další. Každý pátek je součástí novin také TV Magazín, v sobotu pak barevnou víkendovou přílohu. Tyto noviny, dříve vycházející pod titulem Olomoucký den, vycházejí šestkrát týdně, tedy každý den kromě neděle. Podle výzkumu Media Projektu z dubnu 2012 je Regionální deník nejčtenějšími seriózními novinami na střední a východní Moravě, následován Mladou Frontou Dnes.

Mým cílem je zjistit, který typ žurnalistické fotografie je v tomto deníku využíván nejčastěji. Ve výzkumu jsem při zařazování do jednotlivých kategorií nebrala v potaz reklamní a inzertní fotografie, grafické prvky (byť obsahující např. ořez fotografie), ořezy sloužící jako poutáky a fotografie obsažené v televizních programech.

### 4.1 METODIKA VÝZKUMU

Při výběru postupu celého výzkumu jsem si dala za úkol, aby výsledky, kterých se doberu na zkoumaném vzorku, byly co nejvíce podobné těm, k jakým bych se dostala na celé populaci. Za *vzorek* je považována skupina jednotek, které skutečně pozorujeme, a *populací* se myslí soubor jednotek (sdělení), o kterém předpokládáme, že jsou pro naše závěry platné. Podle Dismana se autor výzkumu má pokoušet o vytvoření co největšího vzorku, který mu dovolují časové, (příp.) finanční podmínky, a spoléhat na zdravý rozum a

zkušenosti.<sup>60</sup> Jako nejvhodnější možný způsob jsem zvolila kvantifikaci a následnou procentuální komparaci pěti sledovaných kategorií žurnalistické fotografie. Samozřejmě bylo potřeba dbát na to, aby v tomto případě byl vzorek jak dostatečně obsáhlý, tak co možná nejobektivnější, tedy aby se například nevztahoval pouze na jedno roční období nebo jen některé dny v týdnu. Z tohoto důvodu jsem za vzorek vybrala celý týden v každém měsíci jednoho roku. Jedná se vždy o první kompletní týden daného měsíce, tedy dvanáct měsíců po šesti vydáních deníku. Do vzorku jsem zahrnula i přílohy deníku, které v případě Olomouckého deníku vycházejí vždy v pondělí a ve čtvrtek.

Mým cílem bylo rozřadit veškeré žurnalistické fotografie do výše popsaných kategorií: zpravodajská fotografie, reportážní fotografie, reportážní portrét, účelový portrét a fotoilustrace.

Jako *zpravodajskou fotografii* jsem počítala skutečně věcnou, objektivní a vysoce informativní fotografii, jejíž velmi podstatnou součástí je popisek dovysvětlující otázky nezodpovězeny v obraze. Většinou se jednalo o krátké zpravodajství, například o tom, že letos darovalo krev již deset tisíc lidí, doplněno právě o fotografii desetitisícího dárcce během odběru krve. Velmi často se zpravodajská fotografie vyskytovala v tzv. Fotorámci, i s krátkým popisem. Rovněž fotografie ve sportovní rubrice, které neznázorňovaly žádnou akci ani emotivní převzetí ceny, ale například pouze seřazený tým pózující s medailemi, jsem řadila mezi tento typ fotografií.

Do skupiny *reportážních fotografií* jsem zařadila většinu fotografií ze sportovních událostí nebo z kulturních akcí; několikrát se také v deníku vyskytla celá fotoreportáž skládající se z několika reportážních fotografií, příp. Reportážního portrétu. Výjimkou nejsou ani tzv. fotostrany, kdy má velmi krátký text pouze doplňující úlohu.

Mezi *reportážní portréty* jsem řadila fotografie obyčejných lidí i celebrit z nejrůznějších událostí, ať už sportovního utkání, politického projevu, slavností, koncertů, portrét člověka při práci apod. Důležitým kritériem bylo zachycení emocí, charakteru, napětí, citů nebo gest.

*Účelový portrét* se od toho reportážního lišil několik aspekty. Většinou se jednalo o zcela obyčejnou, neoriginální a ne-tvůrčí fotografii, často také nepříliš velké kvality. Takovýto typ fotografie se v Olomouckém deníku vyskytuje několikrát do týdne

---

60 srov. DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum, Praha 2002, str. 93-103

především u anket typu "Na co se těším", nicméně lze je najít i u interview nebo v tabulce představující nějakého sportovce (např. nejlepšího fotbalistu soupeřova týmu).

O *fotoilustraci* se jednalo v případech, kdy fotografie pouze volnějším způsobem doplňovala text. Zpravidla se jednalo o snímek z fotoarchívu, tedy o neaktuální fotografii, která se pouze tématicky hodila k danému textu. Velmi velké zastoupení fotoilustrací měly novinové přílohy, což lze vidět v tabulkách ve dnech pondělí a čtvrtek, kdy tyto přílohy v Olomouckého deníku vycházejí.

## 4.2 VÝZKUM VZORKU OLOMOUCKÉHO DENÍKU

### 4.2.1 Vzorek za květen 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	7	7	6	10	8	12	50
Report. fot.	12	11	10	7	11	13	64
Report. portrét	6	4	3	3	5	2	23
Fotoilustrace	12	2	4	22	5	10	55
Portrét	6	11	6	12	10	4	49
Celkem	43	35	29	54	39	41	241

#### 4.2.2 Vzorek za červen 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	8	6	13	10	9	6	52
Report. fot.	20	12	6	7	13	14	72
Report. portrét	5	2	4	0	2	3	16
Fotoilustrace	13	7	8	27	6	10	71
Portrét	10	10	6	17	14	8	65
Celkem	56	37	37	61	44	41	276

#### 4.2.3 Vzorek za červenec 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	5	8	7	7	8	5	40
Report. fot.	29	7	17	10	25	11	99
Report. portrét	1	0	1	5	3	2	12
Fotoilustrace	11	2	8	12	10	11	54
Portrét	2	6	9	10	6	4	37
Celkem	48	23	42	44	52	33	242

#### 4.2.4 Vzorek za srpen 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	4	9	4	7	7	5	36
Report. fot.	22	10	13	12	18	13	88
Report. portrét	2	3	6	1	3	5	20
Fotoilustrace	17	6	7	13	4	6	53
Portrét	8	9	7	14	5	9	52
Celkem	53	37	37	47	37	38	249

#### 4.2.5 Vzorek za září 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	10	12	7	4	6	11	50
Report. fot.	21	20	14	16	12	15	98
Report. portrét	6	1	0	3	4	4	18
Fotoilustrace	13	4	7	17	8	10	59
Portrét	13	10	9	11	13	7	63
Celkem	63	47	37	51	43	47	288

#### 4.2.6 Vzorek za říjen 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	7	6	8	9	10	12	52
Report. fot.	18	14	16	14	13	11	86
Report. portrét	1	5	3	1	2	3	15
Fotoilustrace	14	10	9	11	6	12	62
Portrét	10	4	7	9	13	8	51
Celkem	50	39	43	44	44	46	266

#### 4.2.7 Vzorek za listopad 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	4	7	12	10	4	9	46
Report. fot.	18	14	15	17	10	13	87
Report. portrét	1	2	1	2	0	3	9
Fotoilustrace	9	5	6	13	7	8	48
Portrét	12	14	8	9	9	6	58
Celkem	44	42	42	51	30	39	248

#### 4.2.8 Vzorek za prosinec 2011

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	9	10	9	4	11	7	50
Report. fot.	10	13	14	9	11	14	71
Report. portrét	5	1	1	3	2	4	16
Fotoilustrace	19	3	7	24	8	13	74
Portrét	10	13	8	7	9	5	52
Celkem	53	40	39	47	41	43	263

#### 4.2.9 Vzorek za leden 2012

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	3	4	8	9	7	11	42
Report. fot.	8	9	10	6	12	10	55
Report. portrét	4	2	3	6	2	3	20
Fotoilustrace	11	10	9	9	12	14	65
Portrét	11	15	10	10	7	6	59
Celkem	37	40	40	40	40	44	241

#### 4.2.10 Vzorek za únor 2012

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	8	9	7	12	11	7	54
Report. fot.	22	13	10	16	17	13	91
Report. portrét	2	7	6	3	4	5	27
Fotoilustrace	10	10	11	7	8	5	51
Portrét	4	5	9	11	12	7	48
Celkem	46	44	43	49	52	37	271



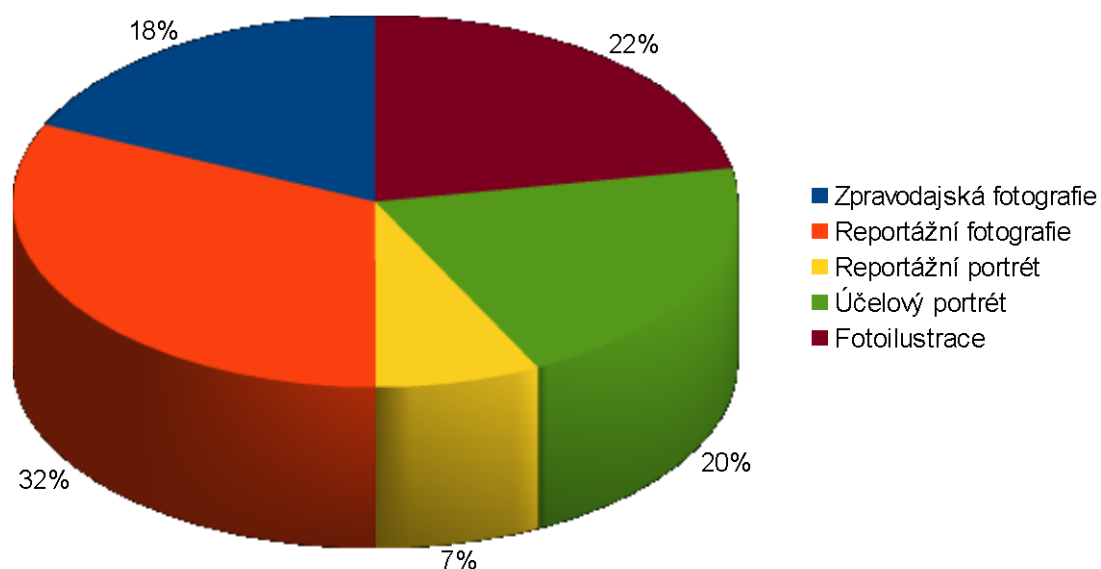
#### 4.2.11 Vzorek za březen 2012

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	4	10	5	4	10	13	46
Report. fot.	18	16	15	12	11	15	87
Report. portrét	3	3	10	1	7	5	29
Fotoilustrace	7	9	10	14	10	9	59
Portrét	13	7	8	9	6	11	54
Celkem	45	45	48	40	44	53	275

#### 4.2.12 Vzorek za duben 2012

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Celkem
Zprav. fot.	4	7	10	8	12	7	48
Report. fot.	22	15	13	19	11	13	93
Report. portrét	3	7	2	2	5	6	25
Fotoilustrace	5	5	6	10	7	5	38
Portrét	13	11	12	8	3	2	49
Celkem	47	45	43	47	38	33	253

#### 4.2.13 Výsledné procentuální zastoupení jednotlivých žánrů



Zpravodajská fotografie	566	18,00%
Reportážní fotografie	991	32,00%
Reportážní portrét	230	7,00%
Fotoilustrace	689	22,00%
Účelový portrét	637	20,00%
Celkem	3113	100,00%

### 4.3 VÝSLEDEK VÝZKUMU

Celkem bylo ve zkoumaném vzorku zveřejněno 3113 žurnalistických fotografií. Podle očekávání se zdaleka nejvíce využívaným žánrem stala reportážní fotografie (32%). Téměř shodné zastoupení pak má fotoilustrace (22%), zpravodajská fotografie (18%) a portrét (20%), naopak velice zřídka využíván je podle průzkumu reportážní portrét (7%).

Při zkoumání vzorku bylo nezdědka nesmírně obtížné odlišit od sebe jednotlivé žánry, neboť tak, jak jsem očekávala již před začátkem psaní této bakalářské práce, žánry žurnalistické fotografie se dnes často překrývají a mísí. O tom, kam nakonec fotografii zařadím, často rozhodovaly i malé nuance a okolí fotografie (jakým způsobem je fotografie doprovázena textem).

Svůj vliv na výsledek zkoumání mají přílohy, které vycházejí dvakrát do týdne a obsahují především ilustrační fotografie, jsou však nedílnou součástí novin, proto jsem je do průzkumu zahrнула.

## 5 ZÁVĚR

Žurnalistickou fotografií a problematikou její kategorizace se věnuje nespočet autorů, nicméně drtivá většina z nich je nejméně dvacet let stará. V době, kdy fotografie a média procházejí tak rychlými změnami, to znamená neuvěřitelně dlouhou dobu, během které se změnila jak technická vyspělost médií, tak obsah a způsob, jakým se média snaží zaujmout své čtenáře.

Je tedy vůbec potřeba novinářskou fotografii kategorizovat? Praxe ukázala, že žánry v dnešní době splývají nejen v psané žurnalistice, ale také ve vizuálních médiích. Při provádění průzkumu vzorku Olomouckého deníku jsem sama měla problém u některých fotografických obrazů striktně prohlásit, do jakého žánru spadají. Ani konzultace s kolegy z redakce, tedy vystudovanými žurnalisty, nepřinesla ovoce v podobě jasného rozdělení žánrů; žánry se sice učili na škole, nicméně je již dávno zapomněli, protože v praxi dle jejich slov nejsou vůbec potřeba. Fotografie v každodenním životě členů redaktoři podle toho, k čemu ji potřebují využít. Nikdo nezadá fotografovi za úkol vyfotografovat nebo poslat do agentury ke zpracování "fotografický referát", ale v redakčním slangu se po něm vyžaduje například "fotka na pouták".

Přestože jsem si samozřejmě vědoma toho, že takovéto "rozdělení" fotografií není v žádném případě korektní, přinejmenším tento jev poukazuje na fakt, že v této práci popisované žánrové členění je dnes zastaralé a "mrtvé"; praxe si žádá nové, aktuální studie a teorie. Domnívám se, že jedině autoři, kteří mají dlouholeté praktické zkušenosti s fotožurnalismem a skutečným životem fotoreportérů, mohou pomoci vytvořit teorie žurnalistické fotografie, jež budou uplatnitelné i v praxi.

V této bakalářské práci jsem se proto pokusila popsat jak vlastnosti, funkci a tvorbu fotografického obrazu s přihlédnutím na žurnalistickou tematiku, tak přímo žurnalistickou fotografii a rozdílné přístupy ke členění těchto fotografií. Výsledkem je popis pěti základních kategorií, do kterých spadají fotografie zveřejněné v Olomouckém deníku, a následná obsahová analýza sedmdesáti dvou vydání tohoto deníku. Práce slouží především k zamyšlení nad slábnoucí tendencí kategorizovat novinářskou fotografii a potřebou nové teorie žurnalistické fotografie.

## 6 OBRAZOVÁ PŘÍLOHA

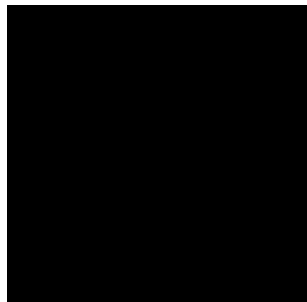
### I. Index

Stopa v písku jako indexální znak



### II. Symbol

Symbol pro Yin Yang a biologický symbol pro samce



### III. Reportážní fotografie využítá jako "Foto dne" v Olomouckém deníku



#### IV. Fotoreportáž

"Ze střechy pily šlehaly plameny"





**V. Reportážní fotografie**  
"Superhvězda Balkánu"





## VI. Zpravodajská fotografie

"Víkend patřil evropským řekám. I Labi"



"Kůň skočil mezi diváky"



## VII. Portrét

anketa "Na co se těším?"



rozhovor "Bilík: O Olomouci se mluvilo jako o kulturní tišině"



## VIII. Fotoilustrace

"Neznámý Francouz oslavil v Ostravě svůj první turnajový triumf"



"Výjimečný rok: komáři v Pomoraví nedotírají, zatím"



## IX. Reportážní portrét

"Pivarník novým koučem Sigmy? Domluveno nic není, tvrdí klub"



"Když vyjdu na jeviště, su zdravá, říká Šuláková"



## 7 SEZNAM ZDROJŮ A CITOVANÉ LITERATURY

- OSVALDOVÁ, HALADA A KOLEKTIV. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Libri, Praha 2010, 3. vyd. ISBN 978-80-7277-266-7
- BAATZ, W., GRUBER L. F. *Fotografie*. Computer Press, Praha 2004, 1. vyd. ISBN 80-251-0210-6
- BARAN, L. *Fotografie jako dokument a tvorba*. Ústřední kulturní dům železničářů, Praha 1990, 1. vyd.
- BARAN, L. *Teorie novinářské fotografie*. SPN, Praha 1967, 1. vyd.
- BARAN A., BARAN L. *Obraz jako dialog s časem*. Národní Informační a Poradenské Středisko pro Kulturu, Praha 2007, 1. vyd. ISBN 978-80-7068-205-0
- CARTIER-BRESSON, H. *Fotografie*. KLHU, Praha 1958, 1. vyd. ISBN 59-337-89
- CÍSAŘ, K., ed. *Co je to fotografie?* Herrmann & synové, Praha 2004. ISBN 80-239-5169-6
- ČILJAKOVÁ, A. *K aktuálním problémům fotožurnalistiky*. Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975, 1. vyd.
- DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum, Praha 2002, 4. vyd. ISBN 978-80-246-1966-8
- FEININGER, A. *Škola moderní fotografie*. Orbis, Praha 1971, 1. vyd.
- HINŠT, A. *Základy kompozice fotografie*. Ústřední dům lidové umělecké tvořivosti, Praha 1970, 1. vyd.
- Kolektiv autorů pod vedení OSVALDOVÉ, B. *Zpravodajství v médiích*. Karolinum, Praha 2001, 1. vyd. ISBN 80-246-0248-2
- Kolektiv autorů pod vedením TAUSKA, P. *Praktická fotografie*. STNL, Praha 1972, 1. vyd.
- LÁBOVÁ, A. *Základy fotožurnalistiky II: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. SPN, Praha 1990, 1. vyd.
- LÁBOVÁ A., LÁB F. *Soumrak fotožurnalistiky?* Karolinum, Praha 2009, 1. vyd. ISBN 978-80-246-1647-6
- SONTAG, S. *O fotografii*. Barrister & Principal, Brno 2002, 1. vyd. ISBN 80-7185-471-9

ŠMOK, J. *Skladba fotografického obrazu*. SPN, Praha 1975, 1. vyd.

TAUSK, P. *Nestačí jen stisknout spoušť*. Práce, Praha 1978, 1. vyd. ISBN 978-80-7272-276-1

TOMÁŠEK, Z. *Barevná fotografie pro každého*. Markur, Praha 1976, 4. vyd. ISBN 51-334-82

ZAKIA, R. D. *Perception and Imaging*. Focal Press, USA 2002, 4. vyd. ISBN 9780240809304

ZYKMUND, V. *Umění, které mohou dělat všichni?* Orbis, Praha 1964, 1. vyd. ISBN 978-80-247-3552-8

## 8 INTERNETOVÉ ZDROJE

FORET, M. *O interpretaci vizuálního textu*. [online, cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z WWW: <[http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf\\_doc/foret.pdf](http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/foret.pdf)>

BARTHES, R. *Rétorika obrazu* [online, cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z WWW: <[http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CGMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.fhv.umb.sk%2F~sedik%2FVybrane\\_problemy\\_semiotiky%2F3\\_Barthes\\_R%25C3%25A9torika\\_obrazu.doc&ei=R12tT\\_GTDobFtAammaiUBA&usg=AFQjCNGNKHYLU40pZXqydspCv0zdqrlc8g&sig2=MMBk9Odv1W7c8UkDcXHJIw](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CGMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.fhv.umb.sk%2F~sedik%2FVybrane_problemy_semiotiky%2F3_Barthes_R%25C3%25A9torika_obrazu.doc&ei=R12tT_GTDobFtAammaiUBA&usg=AFQjCNGNKHYLU40pZXqydspCv0zdqrlc8g&sig2=MMBk9Odv1W7c8UkDcXHJIw)>

VLTAVA LABE PRESS <<http://www.vlp.cz/>>

OLOMOUCKÝ DENÍK <<http://olomoucky.denik.cz/>>