

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ  
STUDIUM**

2011 – 2013

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Martina Frouz Vokounová**

**Fotožurnalismus a současná  
problematika reportážní fotografie**

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Michal Donné

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**MASTER COMBINED (PART TIME)  
STUDIES**

**2011 - 2013**

**DIPLOMA THESIS**

**Martina Frouz Vokounová**

**Photojournalism and Current  
Issues of Reporter Photography**

Prague 2013

The Master Thesis Work Supervisor: JUDr. Michal Donné

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 14. března 2013

*Martina Frouz Vokounová*

## **Poděkování**

Mé poděkování patří JUDr. Michalovi Donné, za jeho vstřícnost a pečlivou, věcnou a konstruktivní kritiku při vedení mé práce, což bylo pro mě neocenitelným přínosem. Další cenné zkušenosti jsem získala díky odborným konzultacím s MgA. Ing. Martinem Frouzem, Ph.D., kterému tímto také děkuji.

## **Anotace**

Diplomová práce Fotožurnalismus a současná problematika reportážní fotografie rozebírá fotografický obraz jako obrazovou zprávu z pohledu mediální a vizuální komunikace, a zkoumá funkci fotografického obrazu v rámci žurnalistiky. První část práce je zaměřena na objasnění vzniku fotografického obrazu, jeho schopnosti přenosu sdělení a možnosti interpretace. Další část je věnována zasazení fotografie do kontextu mediální komunikace a žurnalistiky, včetně historického vývoje, digitalizace a soudobé problematiky internetu a sociálních sítí jako žurnalistických nástrojů. Třetí část práce se věnuje porozumění cílů a funkcí, ve kterých fotografie a fotoreportáž naplňuje účel žurnalistiky, zpravodajství a publicistiky, včetně nastínění problematiky etických a právních aspektů reportážní fotografie. Závěrečná část práce zkoumá postoje veřejnosti i mediálních pracovníků a odborníků fotožurnalistů, které zaujímají k problematice ochrany osobnosti v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi a k problematice možného zániku profesionálních fotoreportérů v souvislosti se zánikem tištěných a rozvojem internetových médií.

## **Klíčové pojmy**

digitalizace, diplomové práce, dotazníková šetření, etické a právní aspekty, fotografie, fotožurnalistika, internet a sociální sítě, reportážní fotografie, rozhovory, zpravodajská licence, zpravodajství a publicistika, žurnalistika

## **Annotation**

The M.A. thesis entitled “Photojournalism and Current Issues of Reporter Photography” deals with a photographic image as a visual information from the point of view of media and visual communication and explores the function of a photographic image in the framework of journalism. The first part of the thesis is focused on the clarification of emergence of a photographic image, its ability to transmit a message, and possibilities of interpretation. The next part is dedicated to the setting of photography into the context of media communication and journalism, including the historical development, digitalisation, and contemporary issues of the internet and social networks as journalistic tools. The third part of the thesis is concerned with the understanding of the objectives and functions in which photography and photo reporting accomplish the aims of journalism, aims of hard news (neutral informing, news providing) and soft news reporting (subjective and opinionated, commenting), including the outline of the issues of ethical and legal aspects of reporter photography. The final part of the thesis explores the positions of the public as well as the media specialists and professional photojournalists on the issue of protection of personality rights in connection with published photographs and on the issue of potential extinction of photo reporters in connection with the disappearance of printed media and the expansion of internet media.

## **Key words**

digitalisation, ethical and legal aspects, hard news and soft news, internet and social networks, interviews, journalism, M.A. theses, photography, photojournalism, photoreport, reporting license, questionnaire surveys

# OBSAH

ÚVOD	9
1 O FOTOGRAFII	14
1.1 Do jaké míry fotografie zobrazuje skutečnost?	16
1.2 Fotografický obraz	19
1.2.1 Jak vzniká fotografie	20
1.2.2 Další ovlivňující faktory	29
1.3 Sdělování fotografickým obrazem	30
1.3.1 Složky obrazu: prvky jazyka vizuální komunikace	32
1.3.2 Informace a emoce ve fotografii	36
1.4 Interpretace fotografií	39
2 ČINITELE OVLIVŇUJÍCÍ VYUŽITÍ FOTOGRAFIE V ŽURNALISTICE	46
2.1 Žurnalistika	47
2.1.1 Zpravodajství a publicistika	53
2.1.2 Shrnutí	56
2.2 Některé momenty ve vývoji fotografie v žurnalistice	56
2.2.1 Počátky fotožurnalistiky: tisk, dokument, reportáž	59
2.2.2 Digitální fotografie	64
2.3 Internet: sociální a občanská žurnalistika	71
2.3.1 Shrnutí	85
3 FOTOŽURNALISMUS: OBRAZOVÁ ŽURNALISTIKA	87
3.1 Fotografie žurnalistická (novinářská)	89
3.1.1 Fotografie ve zpravodajství	91
3.1.2 Fotografie v publicistice	93

3.2	Reportážní fotografie	94
3.2.1	Lze fotoreportáž zařadit také do zpravodajské oblasti žurnalistiky?	98
3.2.2	Specifika fotoreportáže jako publicistického žánru	99
3.3	Etické aspekty reportážní fotografie	101
3.3.1	Manipulace	101
3.3.2	Etika reportážní fotografie	108
3.3.3	Etické kodexy v České republice	118
3.4	Právní aspekty reportážní fotografie	119
4	EXPLORAČNÍ STUDIE	127
4.1	Popis výzkumu	127
4.1.1	Hypotézy	128
4.1.2	Sběr dat	128
4.1.3	Charakteristika výzkumného vzorku respondentů dotazníku	130
4.2	Zpracování údajů	132
4.2.1	Rozhovory	132
4.2.2	Dotazník	135
4.3	Interpretace údajů	146
4.3.1	Rozhovory	146
4.3.2	Dotazník	148
4.4	Vyhodnocení hypotéz	151
	ZÁVĚR	154
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	161
	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	175
	SEZNAM PŘÍLOH	177



## ÚVOD

Fotografie, jako „sdělovací systém, založený na vizuální komunikaci“ (LÁBOVÁ, 1977, str. 4), za dobu své existence získala mnoho názvů. Počátky fotografie vzbuzovaly touhu nalézat adekvátní výrazy v českém jazyce. Mluvílo se o světlopisu či fotogramu. Pojmy jako snímek nebo záznam pocházejí z představy fotografie jako otisku reality, zatímco filozofické eseje hovoří o reprodukci reality a pravdivé halucinaci. S prosazováním technologií se objevují pojmenování jako je např. vizuální záznamové médium nebo technické obrazové médium. V žurnalistice se pro fotografii vžil také pojem obrazová zpráva.

„Fotografie je právem počítána mezi vynálezy, které změnily svět“, píše o využití fotografie Rudolf Skopec (1956, str. 5), jako jeden z mnoha autorů, kteří se tímto tématem od počátku existence fotografie zabývají. Dále uvádí, že fotografie „Prokázala lidstvu veliké služby, neboť se stala nástrojem kulturního pokroku“. Fotografie je fenomén, který nelze zařadit do kategorie vynálezů lidem pouze a bezvýhradně pomáhajících. Avšak znamenala pro lidstvo převrat v uchování paměťového záznamu zrakového vjemu. Fotografie spojuje „požadavek velké přesnosti s požadavkem malé pracnosti“ (ŠMOK, 1984, str. 31).

Jak si dále ukážeme, fotografie je schopna velmi bezprostředně a efektivně zprostředkovávat sdělení, a to jak informace, tak emoce. Po překonání prvotních technických nedostatků se ukázalo, že je schopna předávat publiku sdělení reportážního charakteru, sdělení dokumentující skutečnost. Její použití v žurnalistice bylo tedy ve své době logickým a přirozeným vyústěním. V žurnalistice zastává fotografie roli očitého svědka, který podává důkazy přesně podle lidového rčení „jeden obraz vydá za tisíce slov“. Jako produkt průmyslové revoluce je fotografie v současnosti tak běžným jevem, že je „považována za charakteristickou součást ‚vidění‘ moderní společnosti“ (LÁB, a další, 2009, str. 115). Ale co fotografie rozhodně není? Fotografie není *epistémé*,<sup>1</sup> není univerzální prostředek k poznání světa. Fotografie je, použijeme-li příměru Marshalla McLuhana (2011), jen extenzí našeho zraku a jejím prostřednictvím je

---

<sup>1</sup>Epistémé (řec. ἐπιστήμη) je starořecký výraz označující pravé poznání a vědění (HARTL, a další, 2010 str. 130). V klasické řecké filosofii je epistémé protikladem pojmu doxa (δόξα – mínění), pomíjivého světa, jehož poznání lze dosáhnout prostřednictvím smyslů (1995 str. 286).

poznání světa stejně pomíjivé jako doxa (viz poznámka 1). Z tohoto důvodu se práce zabývá mimo jiné pochopením funkce a obsahu fotografie žurnalistické a hlouběji potom reportážní. Oba tyto pojmy (reportáž a fotografie) jsou vnímány veřejností mnohoznačně a nesou v sobě rozpory a nejasnosti z hlediska objektivitu. O fotografii, která má schopnost tak přesvědčivě zrcadlit realitu, bylo napsáno nesčetně odborných esejí. Cílem filozofických studií byla snaha ozřejmit, jak fotografie nabývá svou záhadnou moc. Od počátku svého vzniku se stala předmětem vášnivé posedlosti, obdivu a bezmezné důvěry, ale i terčem nelítostné kritiky a pochybností o její pravdivosti. Susan Sontag<sup>2</sup> v knize *O fotografii* tuto situaci komentuje a píše, že „*Fotograf byl pokládán za bystrého, avšak nezasahujícího pozorovatele – písaře, nikoliv básníka. Jakmile však lidé zjistili, že neexistují dva stejné snímky jednoho předmětu, ustoupil předpoklad, že aparát podává neosobní objektivní obraz, názoru, že fotografie [...] jsou nejen záznamem, ale i hodnocením*“ (SONTAG, 2002, str. 83). Proto se nejdříve budeme snažit objasnit tuto rozporuplnost, která se váže k obecnému pojmání fotografie, tedy k její schopnosti reflexivity. Toto téma zároveň nastoluje otázku, jak vlastně fotografie vzniká a co se podílí na tom, že to co zobrazuje, působí tak skutečně. Ukážeme si tedy některé příklady použití fotografické techniky, které ovlivňují výsledný obraz, schopnost fotografického obrazu sdělovat informace a možnosti jeho interpretace.

V souvislosti s žurnalistikou se budeme zabývat těmi aspekty fotografie, které jsou důležité pro pochopení funkce fotografie v žurnalistice, jako média schopného sdělovat informace. Pro žurnalistiku je typické sdělování informací o realitě, ale jak si ukážeme dále, fotografie není za všech okolností nestranným zprostředkovatelem reality. Pro fotografii žurnalistickou je však rozeznání hranice mezi realitou a její iluzí zásadní. Východiska budeme hledat v teorii mediální komunikace a žurnalistiky, v jejich pohledu na informace, fakta a realitu, a jejich protikladu v podobě emocí, fikce a iluze. Protože žurnalistika není jen objektivní a nestranná, ale nabízí i subjektivní pohled a osobní postoje, budeme se zabývat pojmy zpravodajství a publicistika, abychom si ujasnili, jaké prvky je možné mediálně zveřejněnou fotografií přenášet. Ukážeme si také některé historické momenty ve vývoji fotožurnalistiky. Přestože fotografie byla vždy

---

<sup>2</sup> Susan Sontag – (1933-2004), uznávaná autorka řady esejistických knih zaměřených na vnímání fotografie a její úlohy v moderní společnosti (SONTAG, 2011).

považována za naprosto samozřejmou součást žurnalistiky, její úloha (jako pravdivého zobrazení reality) nebyla zpochybněna ani zneužitím k propagandě či převýchově. Ani otevřená prohlášení, jako můžeme nalézt v praktické studijní příručce z roku 1952 o fotografii pojaté „*socialisticky, jejímž hrdinou je pracující člověk a která slouží politické výchově mas*“ (DOLEŽAL, 1952, str. 1), ke zpochybnění role fotografie v žurnalistice nevedla.<sup>3</sup> Fotografie byla považována zároveň za prostředek výchovy a zároveň za pravdomluvné médium. Svou důvěru začala fotografie postupně ztrácet u široké veřejnosti až s nástupem digitalizace, kdy se manipulace s digitálním obrazem stala běžnou záležitostí.

V současnosti se digitalizace spolu s internetizací podílí na možnosti okamžitého přenosu dat a jejich prezentaci na mnoha místech současně, vytváří zdánlivě neomezený prostor a nevídané možnosti participace čtenářů na mediálním obsahu. Nekontrolovatelné množství obrazů, které přispěly k tomu, že je současná společnost obrazy zahlcena, přináší ztrátu kontroly také nad podobou publikovaných informací, a problematické je třídění a zařazování fotografií do patřičného kontextu (LÁBOVÁ, 2010, str. 61). Jedná se také o různé formy tzv. občanské žurnalistiky,<sup>4</sup> jejíž rozvoj umožnilo velké rozšíření informačních komunikačních technologií (ICT). „*Pokud jde o exkluzivní informaci, vedení novin neváhá zařadit na stránky čerstvého výtisku i amatérský materiál*“ (ZAPOTILOVÁ, 2011, str. 12). Také tento přístup k reportážní fotografii je mnohem více, než profesionální žurnalistika, ohrožen subjektivním vnímáním laika, a riziko, že novináři převzatá a následně publikovaná informace nebude vyhovovat požadavkům objektivitu, je zde značné. Budeme se tedy zabývat i otázkou, do jaké míry je společnost schopna na obsahu zpravodajství participovat.

V této práci je kladen důraz na současný trend komunikace prostřednictvím informačních komunikačních technologií, sociálních sítí a podobných služeb jako žurnalistického nástroje a komunikačního kanálu pro sdělování veřejnosti. Jejich podíl i u nás stále roste, přestože Česká republika ještě v roce 2007 výrazně zaostávala v počtu připojení domácností i v připojení uživatelů k internetu za průměrem Evropské

---

<sup>3</sup> Propagandistický účinek, schopný „*masového ovlivňování myšlení lidí*“ je ve své době vyzdvihován u žurnalistické fotografie také v učebních textech, viz např. Lábová (1977, str. 100) v knize *Dějiny československé žurnalistiky*.

<sup>4</sup> Občanský žurnalismus má mnoho forem a pro médium výhody, ale má i svá rizika a setkává se s kritikou odborné veřejnosti. V ČR začalo jako první tisknout příspěvky čtenářů vydavatelství Vltava-Labe Press (PROCHÁZKOVÁ, 2008).

unie (ČERMÁKOVÁ-VLČKOVÁ, a další, 2009 str. 28). Při rozboru cílů a funkcí fotografie se budeme věnovat zejména fotografii reportážní, tedy fotografii specifického žánru žurnalistiky, respektive fotožurnalistiky. „Zdálo by se, že s reportáží je to snadné,“ píšou autoři Osvaldová, Kopáč a Tejkalová (2010, str. 119) v ediční poznámce monografie *O reportáži, o reportérech*. Dále uvádějí, že „Je to žánr očitého svědectví: autor by měl být události přítomen, zapsat co viděl, a pořádit rozhovory s několika svědky. Pak by měl zvolit nositele děje (ať už kladného nebo záporného), zaznamenat autentické výpovědi – a věc je hotova. Ale... tak snadné to není. Očití svědkové se často (bez zlé vůle) mylí, jiní věc zkreslují. Nestačí prostě zaznamenat událost...“ I zde je ztráta objektivit reportáže příznačným prvkem, který je nutné brát při zkoumání žurnalistické fotografie na zřetel.

Reportážní fotografie může zprostředkovávat svému publiku pouhou informaci o proběhlé události, ale už jen vytržení jediného okamžiku z kontextu je problematické. Potom také reportážní fotografie není jen obraz. Je nutné ji místně a časově zařadit a v doprovodném textu vysvětlit souvislosti, motivy nebo příčiny, které však mohou, právě z výše uvedených důvodů více než často, obsahovat prvek subjektivity nejen fotografa. Po odevzdání snímků redakci zde hraje roli také prvek subjektivity editora, fotoeditora, grafika, a dalších profesí, které se podílejí na publikaci fotografie v žurnalistice.

Použití fotografie pro žurnalistické účely bylo považováno od počátku za tak samozřejmé, že do nedávna nebyla tato specializace ani součástí výuky na středních či vysokých školách. Fotografii se v České republice věnuje poměrně hodně středních i vysokých škol, ale výuka probíhá obvykle v oblasti umělecké či reklamní tvorby, případně jako tvorba dokumentární, která se od fotožurnalistiky odštěpila, a dnes je u nás považována za samostatnou fotografickou disciplínu.<sup>5</sup> Výuka žurnalistické fotografie jako samostatný studijní obor u nás dodnes neexistuje. Koná se pouze v rámci některých předmětů, například při studiu na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Tento stav se odráží

---

<sup>5</sup> Na dokumentární tvorbu se u nás specializuje Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze. Z charakteristiky oboru zveřejněné na internetových stránkách FAMU však vyplývá, že obor je zaměřen na filmovou tvorbu, ale jeho ambicemi není výchova žurnalisty, přičemž je v popisu studijního oboru zdůrazněno, že „Hranici dokumentárního nebo hraného filmu nepovažujeme za podstatnou, studium oboru dokumentární tvorba je cestou syntézy uměleckého přístupu...“ (FAMU, 2010b).

také na množství původní odborné české literatury, která se zabývá problematikou fotožurnalistiky, a jež pro zkoumání reportážní fotografie v domácích poměrech až na několik výjimek téměř neexistuje. Budeme tedy vycházet z pramenů několika oborů věnujících se zvláště fotografii jako vizuálnímu záznamovému médiu a zvláště žurnalistice. Z pohledu teorie fotografie, vizuálních studií, vizuální komunikace, mediální komunikace a z pohledu žurnalistiky potom budeme nahlížet na problematiku fotožurnalismu a podrobněji na problematiku reportážní fotografie.

Přestože je názorů na fotografii velké množství, soustředíme se především na ty, které mají k reportážní fotografii co říci a v dalším textu a vybraných příkladech se pokusíme hledat odpověď na otázku, nakolik reportážní fotografie postihuje realitu, zdali co nejpřesnější postižení reality (nezkreslené, deskriptivní) je vůbec možné. Vyjasníme si také, jak je to s fotografií v rámci žurnalistiky, tedy zejména co je fotožurnalismus a jakou pozici v rámci fotožurnalismu zaujímá reportážní fotografie. Co se týká práce samotných fotoreportérů, internetová žurnalistika přinesla kromě změn v jejich profesních rutinách také velkou konkurenci v podobě amatérských fotografů, jejichž snímky jsou na internetu snadno dostupné a levné. Budoucnost reportážní fotografie a etické i právní problémy, kterým čelí v současné době fotožurnalistika, jsou často diskutovanými tématy, jež se dotýkají i široké veřejnosti. Jak mezi fotografy, tak u samotné veřejnosti existují rozdíly ve vnímání, interpretaci a v postojích k této problematice, čemuž se budeme věnovat v závěrečné studii.

# 1 O FOTOGRAFII

*„Říká se, že analfabetem budoucnosti nebude ten, kdo neumí číst a psát, nýbrž ten, kdo nerozumí fotografii.“ Walter Benjamin, 1931, Malé dějiny fotografie.<sup>6</sup>*

---

Pojem fotografie (z řec. fós = světlo a grafem = kreslit, malovat, psát; doslova světlopis) je v soudobé odborné literatuře definován jako „*způsob zobrazování objektů působením světla na fotografickou citlivou vrstvu prostřednictvím fotografického přístroje*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 75). Tato jednoduchá definice dále uvádí čistě technický popis, vystihující proces vzniku fotografického obrazu, nikoliv však příčinu toho, proč je (zejména neodbornou) veřejností fotografický obraz často vnímán jako pouhý otisk reality. Proč je pro lidi tak těžké rozpoznat, zda to, co na fotografii vidí, je či není realita? A proč mohou jen stěží připustit, že když „to“ vidí na fotografii „na vlastní oči“, že „to“ může být ve skutečnosti jen iluze?

Fotografii byla a dodnes je často přisuzována bezvýhradná objektivita a autentičnost. Některé významné osobnosti ve svých úvahách fotografii definovaly slovy jako „*prostá reprodukce reality*“,<sup>7</sup> nebo „*popisně optická tvorba, jež využívá jen mechanického technického prostředku*“<sup>8</sup> (In: CÍSAŘ, 2004, str. 18). Nebo že, „*Fotografie jest cynická, bezohledná, surová – vlastně nemá vůbec nějakých vlastností, než jedinou, že jest totiž ‚fotogramem‘, to jest ‚kresbou světla‘. Jest takovou, jakou nutně býti musí. Obraz v přístroji vzniká tak, jako se mění voda v led, [...] člověku přináleží toliko zásluha volby fotografovaného předmětu.*“<sup>9</sup> (In: KUNĚŠ, a další, 2003, str. 7). Roland Barthes,<sup>10</sup> jeden z nejvýznamnějších teoretiků fotografie 20. století, dokonce přirovnává fotografii k acheiropietos, otisku pořízenému téměř nadpřirozenou silou, a ptá se: „*nedá se o ní říci totéž, co říkali Byzantinci o obraze Krista, otištěném v roušce Veroniky, totiž že nebyl udělán rukou člověka...?*“ (BARTHES, 1994, str. 74).

---

<sup>6</sup> Walter Bendix Schönflies Benjamin (1892 – 1940), významný německý – židovský filosof, literární a společenský kritik, překladatel, esejista, který také působil v rozhlasu. Citováno z knihy *O fotografii* (CÍSAŘ, 2004, str. 19).

<sup>7</sup> László Moholy-Nagy (1895 – 1946), maďarský malíř, fotograf a profesor školy Bauhaus, významný avantgardní fotograf v Evropě.

<sup>8</sup> Bertolt Brecht (1898 – 1956) – německý dramatik, divadelní teoretik a režisér.

<sup>9</sup> František Xaver Harlas (1865 – 1947), ředitel Muzea hl. města Prahy, výtvarný kritik, malíř, teoretik dějin umění

<sup>10</sup> Roland Gérard Barthes (1915 – 1980), francouzský literární teoretik, filozof, kritik, a sémiotik.

Fotografie byla až do počátku 20. stol. pro svou schopnost tak přesvědčivě zobrazovat realitu považována za zkázu malířství Jako hrozba byla, a často ještě stále je, s malířstvím neustále konfrontována a je obviňována, že „svou tyranii likviduje jiné obrazy: nikde již nejsou rytiny anebo figurativní (neabstraktní) malby“ (BARTHES, 1994). Již Charles Baudelaire<sup>11</sup> konstatuje ve své eseji *Salón roku 1859*, že „V dnešní smutné době se objevil nový vynález, který nemálo pomohl utvrdit sebevědomí hlouposti, [...] že umění může být jen věrnou reprodukcí přírody. Bude-li fotografii dovoleno, aby nahradila umění, [...] brzy je vystrnadí úplně nebo zkaží...“ (In: CÍSAŘ, 2004, str. 18). Proto se později výtvarné umění odklonilo od realismu a začalo zobrazovat pocity. Byli ale i tací, kteří osud výtvarného umění neviděli ve srovnání s fotografií tak černě. V roce 1855 vynález fotografie oslavoval ideový malíř Antonie Wiertz:<sup>12</sup> „Před několika lety se nám, ke slávě naší doby, narodil stroj, jenž jest dennodenně k údivu našeho myšlení a k úděsu našich očí [...] Nemyslete si, že daguerrotypie umění zabíjí. [...] až se rozvinou všechny její dovednosti a síly, pak ji ruka génia... [přinutí] pracovat společně!“ (In: CÍSAŘ, 2004, str. 19).

Zubal uvádí, že „z obrazu dělá umění právě to, co odlišuje obraz od skutečnosti“ (2004, str. 186). Ale fotografický obraz je charakteristický hlavně tím, že dokáže tak snadno zrcadlit skutečnost, a především z tohoto důvodu byl trnem v oku umění. Diskuse o tom, zda fotografie je či není umění, probíhají dodnes. Ale od 60. let 20. století, kdy je do umění přijímána jakákoli forma lidského projevu (a fotografie je považována za formu projevu), ztrácí tato diskuse smysl. Můžeme totiž porovnávat pouze úroveň nebo kvality těchto projevů podle různých parametrů, a případně diskutovat o tom, jakou nesou myšlenku. Vidíme, že fotografie, jako jedinečný způsob zobrazování, se stala příčinou mnoha sporů a vášnivých diskusí. Ačkoli fotografie, dle dodnes obecně rozšířeného názoru, zachycuje především objektivní informace a fakta, její existence je od samého počátku provázena silně subjektivními a rozporuplnými emocemi, je považována za vulgární a mechanickou. Fotografický obraz totiž není kontroverzní tím, jak vzniká, ale tím, jak nekompromisně lidem připadá svět zobrazený na fotografii prostřednictvím tohoto zobrazovacího způsobu – reálněji než lidmi očekávaná realita.

---

<sup>11</sup> Charles Pierre Baudelaire (1821 – 1867), francouzský básník a překladatel, první z řady tzv. prokletých básníků.

<sup>12</sup> Antoine Joseph Wiertz (1806 – 1865), belgický romantický malíř a sochař.

## 1.1 Do jaké míry fotografie zobrazuje skutečnost?

Předpoklad reálného, pravdivého zobrazení, je fotografickému obrazu dán způsobem jeho vzniku. Ale výslednou pravdivost ovlivňuje mnohem více kroků, než jen samotný mechanický zápis obrazu na záznamové médium. Proč jsou lidé realistickým zobrazením tak fascinováni? Na lidskou potřebu iluze realismu upozorňuje André Bazin<sup>13</sup> v roce 1945 ve své práci s názvem *Ontologie fotografického obrazu*, kde píše, že je to touha člověka „nahradit vnější svět jeho dvojníkem“, potřeba „vyjadřovat konkrétní a zároveň podstatně důležitý význam světa“, ale lépe a nazývá ji „posedlost po realismu.“ (In: CÍSAŘ, 2004, str. 22 a 24). Fotografie (jakkoli ve svých počátcích barevně nedokonalá) podle Bazina naprosto uspokojila chuť lidí po iluzi realismu a tím „osvobodila výtvarné umění od napodobovací posedlosti“. Avšak i on se domnívá, že fotografie vzniká jen „prostřednictvím mechanické reprodukce, z níž je člověk vyloučen“. Podle Bazina do fotografie vnáší její „zásadní objektivitu“ skupina čoček, jíž se „říká objektiv“, a která tak tvoří „fotografické oko nahrazující lidský zrak“. Vznik fotografie, jako obrazu vnějšího světa dále popisuje jako proces, při kterém se fotografie utváří „automaticky bez tvůrčího zásahu člověka, v duchu přísného determinismu.“ Podle něj jsou všechny druhy umění „založeny na přítomnosti člověka; jenom ve fotografii je nám dopřáno jeho nepřítomnosti.“ Vzápětí ale sám tvůrčí zásah člověka do fotografie připouští, když píše, že „Fotografova osobnost vstupuje do hry jen volbou, zaměřením, pedagogikou jevu;“ avšak zároveň se to hned snaží popřít prohlášením, že fotografova „osobnost, ať už jakkoli znatelná ve výsledném díle, se v něm nevyskytuje z téhož titulu jako osobnost malířova“ (In: CÍSAŘ, 2004, str. 23). Ani on však nevysvětluje, proč by se osobnost fotografa ve fotografii neměla vyskytovat z téhož titulu jako ve výtvarném díle osobnost malířova.

I kdybychom vyloučili z podílu na vytvoření fotografie objektiv, jako potenciálně zkreslující prvek, stále je tu přístroj, který ovládá člověk a právě jen člověk rozhodne, která ze skutečností bude na snímku zachycena, kdy, kde a odkud, tedy z jakého úhlu a vzdálenosti, a čemu nakonec bude divák muset věnovat svou pozornost a co naopak

---

<sup>13</sup> André Bazin (1918 – 1958) byl známý a vlivný francouzský filmový kritik a filmový teoretik. Podle Bazina tato „zcela duševní potřeba, sama o sobě neestetická ... hluboce porušila rovnováhu ve výtvarném umění“, které do vynálezu fotografie „podobným konfliktem zřejmě netrpělo“. (In: CÍSAŘ, 2004, str. 24).



vůbec neuvidí.<sup>14</sup> Poulin (2012, str. 173) uvádí, že fotografie jsou „*Nejméně abstraktivní, nejbližší pravdivému zobrazení reality..., protože dokážou jen replikovat obsah či vyznění reálně existujícího výjevu. Přesně duplikovat realitu ovšem nedokážou, k deformaci snímaného výjevu dochází už ve chvíli, kdy fotograf zmáčkne spoušť, a potom znovu, když vzniklý fotografický obraz vnímá a interpretuje divák*“. Některým konkrétním příkladům se budeme podrobněji věnovat především v části 1.2.1, a dále v průběhu celé práce.

Nyní se však věnujme té složce fotografie, která způsobuje až nekritický sklon považovat fotografické zobrazení za pravdivé. Trnková (2007, str. 105) uvádí, že fotografický obraz od ostatních druhů obrazové reprezentace odlišuje jeho „*sebegenerativnost*“, a tím se „*značně vymyká jak případné kontrole autora, tak i té naší, divácké*“. Vysvětlení tohoto jevu lze nalézt prostřednictvím sémiotiky a vědního oboru zvaného vizuální studia. Pokud se tedy ptáme po povaze fotografického obrazu, potom v současné odborné literatuře nalezneme odpověď, která se v oblasti vizuálních studií stala základem obecnějšího konsenzu a většiny pozdějších interpretací fotografických obrazů. Tato odpověď vychází z diskurzivního rámce postaveného na opozici reflexe vs. konstrukce. Teorie fotografie z pohledu vizuálních studií vychází z obou a přiklání se tím k interpretaci podle triadického výkladu znaků Charlese S. Pierce (TRNKOVÁ, 2007, stránky 93-110). Za účelem terminologického vymezení pojmů této práce (odhlédneme-li od Piercovy pochybnosti ve víru ve „skutečný svět“) můžeme konstatovat, že lidmi vnímaná realita, kterou pro potřeby komunikace zastupují znaky, je zde nazývána **referenčním objektem**. Jak uvádí Černý (1996, stránky 420-421) znaky se dále mimo jiné liší podle toho, jaký mají k realitě (referenčnímu objektu) vztah, a dělíme je na **indexy**, **ikony** a **symboly**. Index je s referentem fakticky spojený; Pierce zdůrazňuje, že index "strhává pozornost" na konkrétní objekt, který označuje. Indexovost ve znaku je tak vyjádřena shodou nějaké jeho části s referenčním objektem, ve znaku začíná a bezprostředně, přímo odkazuje na jednu konkrétní skutečnost.

---

<sup>14</sup> K této tématice se ve svých odborných statích vyjadřoval i zakladatel katedry fotografie na FAMU, profesor Ján Šmok: „*Červená v neutrálním poli může působit velmi dobře, ale bude-li „červenou“ tvořit zadek paviána, nemusí být výsledný efekt v daných souvislostech právě nejvhodnější. Výrazná barevná skvrna pochopitelně připoutá pozornost k nosiči: je potom otázka, zda je nosič pro snímek prvkem hlavním, anebo podpůrným. Je-li prvkem hlavním, stal se hlavním i barevně, jeho postavení se tedy nezměnilo. Je-li prvkem podpůrným, může z něho barevnost učinit prvek nápadnější, než je zamýšlený prvek hlavní: tím se však bývalý prvek podpůrný stal vlastně prvkem zmatečným, protože zavádí diváka jinam, než autor zamýšlel*“ (ŠMOK, 1984, str. 262).

Ikonicita se projevuje v podobnosti mezi znakem a referenčním objektem, zatím co symbol s referenčním objektem spojuje konvence. Je třeba brát v úvahu, že patrně neexistují čisté typy znaků, a že drtivá většina znaků používaných ke komunikaci má smíšený charakter.

Trnková (2007, str. 104) dále uvádí, že z hlediska znaků je každý obraz „*ikonou, znovuzpřítomňující určitou skutečnost na základě podobnosti – analogie.*“ Dále uvádí, že fotografický obraz je specifickým druhem obrazové reprezentace, protože má dvojí povahu – „**ikonicko-indexovou**“, čímž je dána zároveň dvojí vazba mezi znakem (obrazem) a referenčním objektem (realitou, která se stala předlohou obrazu). Je nepochybné, že oddělit (uvědoměle) obraz od jeho referentu je v případě fotografie obzvláště obtížné. Fotografický obraz, který svým vzhledem tak nápadně připomíná skutečný referenční objekt, se tak stává pro většinu diváků především indexem (příznakem, důkazem o faktickém vztahu k referenčnímu objektu). Je však zároveň ikonou, která svou podobnost s referenčním objektem otiskuje do fotografie pouze tak, jak to bylo umožněno fotografickým postupem zaznamenat v daném kontextu (v čase a místě, v tom, co umožňují technické parametry fotoaparátu a záznamového média, nebo schopnosti a dovednosti fotografa atd.). Proto je fotografie pouze reprodukcí či interpretací a nikoli přesným otiskem reality.

Pokud tento sémiotický model aplikujeme například na stopy zvěře ve sněhu, můžeme v tomto druhu zobrazení také rozeznat jak indexovost (otisk stopy zanechal jedno konkrétní zvíře svou vlastní končetinou, zobrazení je tímto zvířetem přímo zasaženo), tak také ikonicitu, kterou představuje samotný obraz stopy ve sněhu (podobnost stop, která je dána všem zástupcům téhož druhu zvěře).

Slovy Ernsta Hanse Gombricha (1985, str. 48) můžeme o fotografii říct, že přestože „*působí jako důkaz bez otázky...*“, pouze „*se podobá krajině, kterou znázorňuje.*“

## 1.2 Fotografický obraz

Fotografie, jako jedno z nejstarších technických obrazových médií, je součástí komunikace nazývané vizuální (LÁB, a další, 2009, str. 113). Fotografický obraz opticky velmi přesně proporčně převádí trojdimenzionální tvary na dvoudimenzionální linie v ploše. Každý, kdo někdy zkoušel malovat, se přesvědčil, jak těžké je realitu na papír věrně napodobit. Poulin (2012, str. 230-234) uvádí, že *„většina lidí snáze a intuitivněji reaguje na fotografie, protože je vnímají jako nejvěrnější ztvárnění jejich vlastní objektivní reality, na rozdíl od kresby, tradičně chápané jako umělcova... interpretace, jeho subjektivní realita“*. Fotografii klasifikuje jako zachycený, statický, reálně nebo virtuálně dvourozměrný obraz. Obraz podle něj *„představuje vyjadřovací protipól textového sdělení..., dokáže změnit význam slov, stejně jako slova dokážou změnit význam obrazu. ... čím realističtější, tím je obraz přímočařejší a přístupnější...“*

Elkins (2007, str. 241-245) rozebírá možnosti výzkumu, kterými se může zabývat rozbor fotografického obrazu a uvádí, že kromě tradičních témat jako je potenciál vyvolat politickou kritiku, lze zkoumat například *„hranice rozlišení přístroje, nadvýrobu obrazů, vžitou obrazotvorbu, premisy pravdivosti obrazů, hranice, co lze ještě považovat za obraz, nebo názory na vztah mezi obrazy a informacemi“*. Procesy, kterými prochází vznikající obraz, tj. jeho vytváření, rámování, předkládání a šíření obrazu směrem k veřejnosti, jež vedou k jeho přijetí, jsou podle Elkinse mechanismy (Barthes je nazývá operátory), kterými se *„zjevně přirozený, a tudíž ideologicky neprůhledný obraz zprůhledňuje“*, a *„kterými si obrazy vytvářejí diváky.“* Všechny kategorie možností, které výzkum fotografického obrazu nabízí, však v této práci nelze realizovat, a proto se soustředíme na to, jak fotografický obraz vzniká a jak lze fotografickým obrazem sdělovat informace.

Zubal' (2004 str. 177-184), který se zabývá hodnocením obsahu obrazu ve výtvarném umění, uvádí, že obsah obrazu může být jednoznačný, ale i mnohovrstevnatý, vícevýznamový, komplikovaný jev. *„Jednoduchou analýzou obrazu se snažíme ozřejmit hlavní myšlenku, sdělení, poselství obrazu, na základě jeho výtvarného zpracování. [...] Hodnocení obsahu a jeho výklad jsou nejsložitější a nejnáročnější stadia vnímání obrazu.“* Ke zkoumání obrazu dodává, že *„Mnohé obrazy nebudeme moci plně pochopit bez vysvětlení. Chybějí nám k tomu dostatečné zkušenosti, vzdělání či speciální poznatky.“* Na interpretaci fotografického obrazu se zaměříme v části 1.4.

## 1.2.1 Jak vzniká fotografie

Fotografování je dnes běžnou součástí našeho každodenního života. Již malé děti, pro které je fotoaparát součástí většiny mobilních komunikačních přístrojů, se učí, že fotografovat lze prakticky kdykoliv a kdekoliv. Fotografie jejich vlastní osoby je více méně nepřekvapuje a jejich vlastní pokusy o fotografování jsou v tomto ohledu velmi snadnou záležitostí. Je však fotografování opravdu tak snadné?

Veřejnost lze v zásadě rozdělit do dvou skupin podle jejich přístupu k tomu, jak snadné je fotografovat. První skupinu, která je pravděpodobně početnější, zastupuje názor současného fotografa Georgije Pinchasova,<sup>15</sup> který říká: „*Často se mě ptají: Musíme se fotografii učit? Myslím si, že teď již to není potřeba. Dříve bylo nutné mít pro tento druh umění doktorát z chemie. Nyní je aparatura dostupná i dětem.*“<sup>16</sup> (ФотоДело, 2008). Druhou skupinu asi nejlépe vystihuje názor profesora Jána Šmoka:<sup>17</sup> „*Fotografii nemůže dělat každý, ale jen ten, kdo se tomu v té či oné míře naučí.*“ (ŠMOK, 1984, str. 7).

Fotografování a fotografický obraz se může někomu jevit bezelstně, stejně jako dítěti kouzlo; to co vidí, tomu věří. Ale tak jako kouzelník ovládá triky, při kterých nechá „na oko“ zmizet králíka v klobouku, tak fotografické postupy umožní fotografovi někdy téměř přesně a jindy zas jen zdánlivě autenticky zobrazit realitu, aniž by k tomu musel dodatečně použít nějaké manipulační postupy (úpravy vzniklého fotografického obrazu). Existují postupy, které stanovují, jak se fotografují jednotlivé předlohy tak, aby to odpovídalo obecně uznávaným konvencím, např. fotografie ploché předlohy, architektury, skla, portrétu apod. I když považujeme například konvenčně vzniklou fotografii skleničky za přesný otisk reality, ve skutečnosti musel fotograf před pořízením takového snímku učinit mnoho kroků, které odstranily rušivé lesky a odrazy.

---

<sup>15</sup> Georgij Pinchasov (rusky: Георгий Пинхасов) (1952) ruský fotožurnalista, držitel mezinárodních ocenění a člen fotografické agentury Magnum Photos.

<sup>16</sup> Z ruského originálu: „*Меня часто спрашивают: нужно ли учиться фотографии? Думаю, сейчас — необязательно. Это раньше, чтобы заниматься данным видом искусства, необходимо было иметь кандидатскую по химии. А сейчас аппаратура доступна даже детям.*“ (ФотоДело, 2008).

<sup>17</sup> Prof. Ján Šmok (1921 - 1997), český fotograf, teoretik fotografie a vysokoškolský pedagog. Díky jeho vlivu vznikla na pražské FAMU samostatná katedra fotografie se studiem fotografie na úrovni vysoké školy. Do té doby byla fotografie považována za reprodukční techniku vhodnou pouze pro učební obor.

Nedodržení těchto konvenčních postupů proto může vést k tomu, že divák nepozná, o co se na fotografii přesně jedná, jeho interpretace je potom zavádějící, případně divák hodnotí vzniklý fotografický obraz jako nepovedený. Vznik fotografického obrazu ovlivňuje také například použitá technologie, rozhodování a schopnosti fotografa a další vlivy, které si rozebereme níže.

### **Vznik fotografického obrazu**

Vznik fotografického obrazu je výsledek několika procesů: technického, chemického (dnes převážně elektronického) a tvůrčího (kreativita fotografa). Fyzika vysvětluje, jak lze přeměnit vnější trojrozměrný svět v plošný obraz, chemie učí, jak tento obraz zachytit a uchovat (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 75). Z biologického hlediska jsou vizuální obrazy zrakové vjemy a vnímání zrakem je zase závislé na přítomnosti světelných paprsků. Světlo lze definovat jako „*elektromagnetické záření s vlnovou délkou, kterou dokáže vnímat lidské oko*“ (POULIN, 2012, str. 50). Objektiv fotoaparátu potom vede světlo odražené fotografovaným předmětem a díky různé intenzitě světla v různých místech fotografovaného předmětu tak vzniká obraz předmětu, který je promítnut na fotocitlivou vrstvu umístěnou v těle fotoaparátu (dále také záznamové médium). Promítnutý obraz způsobí ve fotocitlivé vrstvě reakci, která umožní prostřednictvím dalšího zpracování (chemického nebo elektronického) zviditelnění promítnutého obrazu a následně pozitivní snímek, fotografii (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 75). Některé druhy záznamových médií jsou vyrobeny z takových materiálů, které jsou schopné reagovat i na jiné druhy elektromagnetického záření, než je viditelné spektrum tj. světlo. Jsou to například infračervené, ultrafialové nebo známé rentgenové záření, které lidské oko není schopno samo zachytit, ale jejich stopu zanechanou ve speciálně citlivých materiálech můžeme takto vizualizovat jako obraz.

Předpoklady vzniku fotografického obrazu mohou být ovlivněny i technickými danostmi a konstrukcí fotoaparátu. Dnešní nejčastěji používané digitální přístroje vycházejí z tradiční konstrukce dřívějších filmových přístrojů, mění se však záznamové médium a parametry, a jejich přesnost nastavení, které lze u přístroje volit (expoziční čas, clona, citlivost média, teplota chromatičnosti). Dříve se parametry měnily pomocí filmů nebo filtrů apod. Tyto rozdíly jsou na první pohled patrné nejen při porovnání profesionálních a amatérských přístrojů. Existují důvody pro výběr objektivu, clonového čísla, délky expozice, citlivosti filmu nebo materiálu, na který je fotografie

zaznamenána a další parametry, jejichž zdánlivě drobnou změnou lze docílit obrovského rozdílu ve výsledném fotografickém obraze. Například konstrukce objektivu,<sup>18</sup> kromě toho, že může být vyroben v mnoha ohniskových vzdálenostech, může také vytvářet tzv. závoj (obecně platí, čím levnější objektiv, tím vyšší závoj), který při reprodukování černých čar na bílém podkladě způsobuje, že se čáry jeví jako slité a bez konturové ostrosti, málo detailní (ŠMOK, 1984, str. 140). Konstrukce fotoaparátů s výměnnými objektivy dále umožňuje použít například barevné, šedé, difusní a jiné filtry,<sup>19</sup> mezikroužek, předsádkovou čočku atd.

### **Příklady výsledků**

Často je dnes probírána, u odborné i laické veřejnosti, problematika manipulace fotografického obrazu, zvláště digitálního. Je však i mnoho jiných faktorů, kterými můžeme ovlivnit vyznění a působení konečného obrazu, aniž do něj jakkoli později zasáhneme. Možnosti hlavního ovlivnění vyznění záběru při snímání, které ovlivňuje fotograf, jsou:

- Technické nastavení parametrů přístroje jako je čas (délka) expozice, clona (clonové číslo a s ním související hloubka ostrosti), citlivost snímače a tím i množství projevujících se vad tedy především množství a charakteristika tzv. šumu, ale také množství a přesnost barevné škály (interpretace). Nastavením teploty chromatičnosti měníme nastavení barevné interpretace zaznamenávaného obrazu vzhledem k barvě světla převládajícího světelného zdroje, který scénu osvětluje. Roli může ale hrát i odraz od barevné plochy či jiné ovlivnění barevnosti světla.
- Volba příslušenství fotoaparátu jako je ohnisková vzdálenost objektivu (předsádky, mezikroužky), filtry, doplňkové světelné zdroje (stálé i zábleskové), odrazné deky a rozptylky apod.
- Volba polohy přístroje (fotografa) vůči snímanému objektu (scenérii), například zblízka, z dálky, přímý pohled, nadhled, podhled.

---

<sup>18</sup> Existují i speciální objektivy, které nemají osu objektivu vzhledem k ploše předlohy kolmou (tzv. šift). Naklonění osy mění např. parametry hloubky ostrosti a způsob, jakým lze fotografovaný předmět objektivem zaostřit (poznámka autora).

<sup>19</sup> Fotografické filtry - barevné, které zesvětlují nebo ztmavují a ovlivňují tak ve výsledném snímku ve stupních šedi tonalitu barevné předlohy (žlutý filtr zesvětluje červenou a zelenou vůči modré, červený filtr zesvětluje výrazně červenou vůči zelené a modré, zelený zesvětluje zelenou vůči červené a modré atp.) (ŠMOK, 1984, str. 140).

Samozřejmě tyto základní volby parametrů, příslušenství a dalších okolností probíhají v kombinacích a jsou dány vzděláním, osobními zkušenostmi, možnostmi, ale u profesionálního fotografa především záměrem. Velmi podstatným, ne-li nejpodstatnějším faktorem je samozřejmě i okamžik, kdy samotný snímek vznikne. Volíme si tím mnoho z předchozích parametrů, které je pak nutno dodržet pro technicky použitelný záběr a současně konstelaci vzájemné polohy objektů ve scénérii. Hovoří se pak o záznamu v tzv. rozhodujícím či zlomovém okamžiku a podobně.

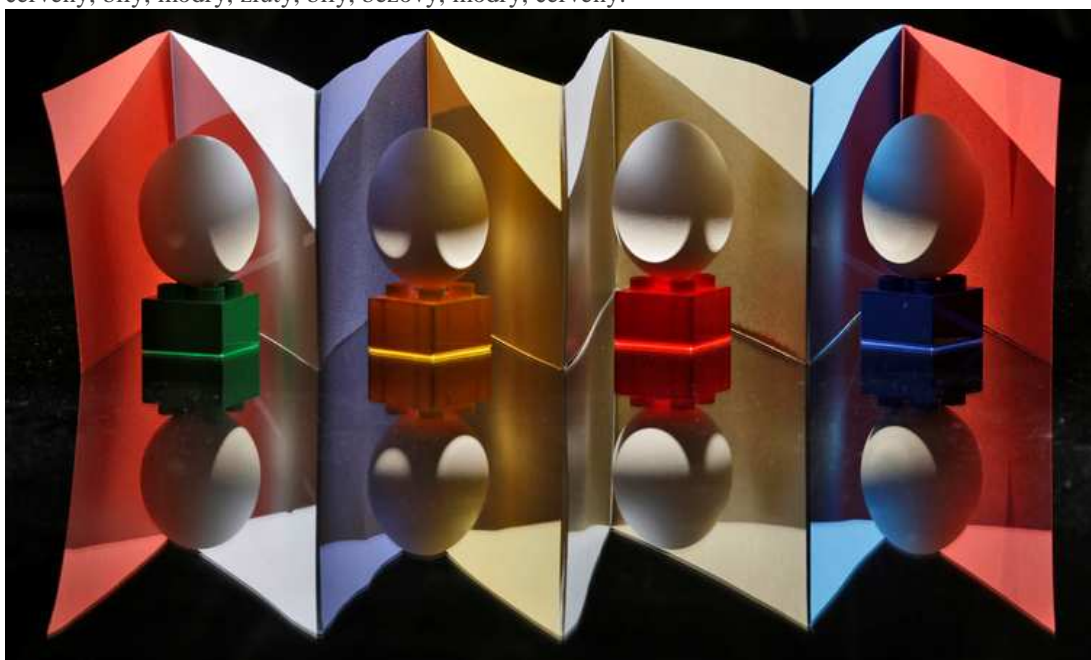
Velmi podstatná je i selekce a případně řazení záběrů za sebou do série. Jen tímto výběrem a případnými výřezy se dají v kolekci umocňovat jisté prvky, či vkládat i jiné souvislosti s původním námětem nesvázané. Otázkou je, nakolik zmíněné prvky autor užívá vědomě či intuitivně či dokonce náhodně, aniž si dané možnosti ovlivnění vyznění snímku uvědomuje. Abychom lépe pochopili, jak může být výsledný obraz ovlivněn, uvádíme některé příklady, jak lze podobu obrazu ovlivnit.

Kromě technických parametrů a daností přístroje ovlivňuje konečnou podobu vyznění záběru velmi silně i podoba snímaného objektu, jeho prostředí, ve kterém se nalézá, světlo apod. Rozdílné bude například fotografování malého předmětu, portrétu člověka, nebo fotografování krajiny. Vliv denního nebo umělého osvětlení, tvrdosti, směru světla a světelného poměru zaznamenáme jako rozdíly, které mění to, co vidíme. Obraz fotografované předlohy může vzbuzovat dojem, že má například jiný tvar, barvu, strukturu nebo objem, než je tomu ve skutečnosti.<sup>20</sup> Profesionální fotograf si musí být vědom toho, že například nevhodně zaměřené a málo rozptýlené světlo vnáší do tváře člověka stíny měnící vzhled obličeje, což při běžném kontaktu s člověkem většinou nevnímáme. Na výsledném fotografickém obraze potom tyto stíny mění tvar obličeje, zdůrazňují vrásky nebo je vytváří tam, kde ve skutečnosti nejsou. Poměrně problematické je potom při fotografování lidí v jejich přirozeném prostředí vystihnout například takový okamžik, aby fotografovaná osoba zaujímala pozici, která vystihuje danou situaci.

---

<sup>20</sup> Např. sklo je modelováno lesky a lomy, nikoli světlem a stíny. Sklo na bílém pozadí je modelováno tmavými místy, na černém pozadí lesky a na střední šedé tmou i leskem (ŠMOK, 1984, str. 157).

Obrázek 1 – Barevnost předmětu ovlivněná odrazem světla od barevného okolí. Barva papíru zleva: červený, bílý, modrý, žlutý, bílý, béžový, modrý, červený.



Zdroj: (FROUZ, 2012a)

Obrázek 1 ukazuje, jak vajíčko, které je ve skutečnosti bílé, změní svou barevnost jen odraženým světlem. Není to barva světelného zdroje, ale barva, která se odráží od barevného papíru. Papír je ozářen několika světelnými zdroji stejné teploty chromatičnosti. Na vajíčku jsou dále patrné stíny, které mění jeho tvar. Tento efekt je způsoben použitím většího množství světelných zdrojů a jejich nasměrováním z jiných pozic.

Další možností, jak ovlivnit výsledný obraz je fotografování objektu v pohybu. Obrázek 2 znázorňuje pohybovou neostrost, která vznikne při fotografování delším časem expozice. Čas nutný pro tzv. zastavení pohybu křídel ptáka zde nebyl dostatečný, výsledný obraz ptáka je tedy rozmazaný. Kamínky, na kterých pták stojí, jsou však stále ostré. Tohoto efektu lze využít, pokud chceme zdůraznit, že objekt se pohybuje. Naopak když chceme důraz na pohybující se objekt upozadit a zdůraznit to, co je na obraze ostré, zvolíme ještě větší čas, díky čemuž může objekt z fotografie zmizet.



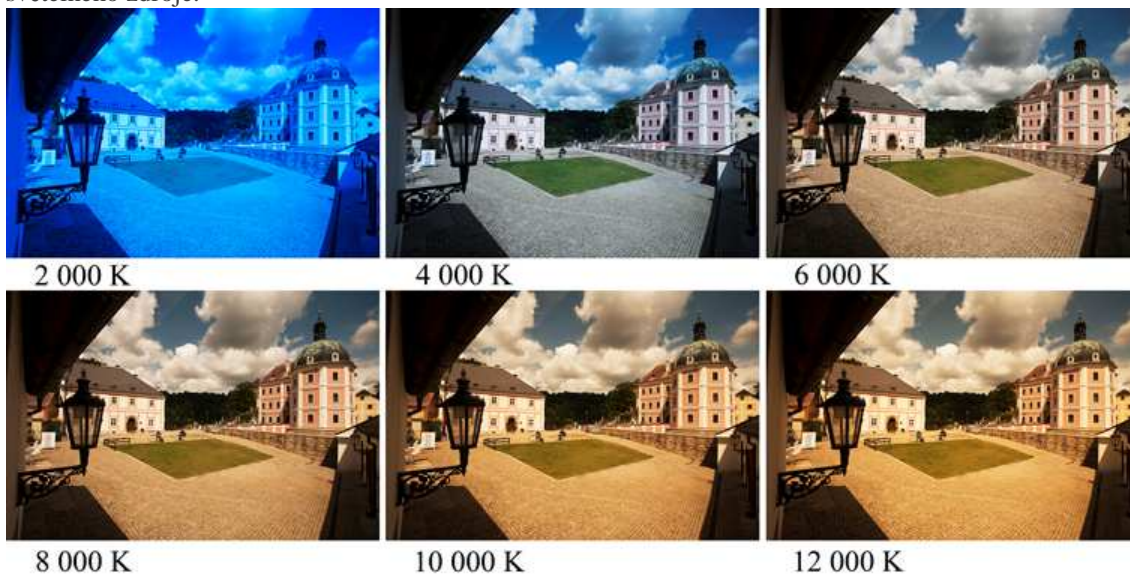
Obrázek 2 – Pohybová neostrost. Fotografie ptáka v klidu (vlevo) a v pohybu (vpravo) při identickém nastavení parametrů času, clony, citlivosti záznamového média atd.



Zdroj: (FROUZ, 2012a)

Změna nastavení teploty chromatičnosti záznamového média, jak je patrné z obrázku (Obrázek 3) je způsobem jak ovlivnit barevnost fotografického obrazu. Teplota chromatičnosti (nebo tepelného zdroje) je udávána ve stupních Kelvina.

Obrázek 3 – Teplota chromatičnosti. Změna výsledné barevnosti obrazu scény, která byla vyfotografována za denního světla, při použití záznamového média s rozdílným nastavením barevnosti světelného zdroje.



Zdroj: (FROUZ, 2012a)

Stupnice je teoretický matematický model, vyjadřující teplotu absolutně černého tělesa, které je rozžhaveno. Rozžhavení způsobuje vyzařování světla při současné změně jeho barevnosti. S tím, jak se těleso postupně žhaví, se mění jeho barva od červené, přes bílou až po modrou. Pokud nastavíme na záznamovém médiu teplotu chromatičnosti

2000 K, je záznamové médium připraveno k reprodukci scény, která je osvětlena oranžovým světlem (silnějším než plamen svíčky ale slabším, než žárovka) tak, aby bílé předměty na výsledném fotografickém obraze měly bílou barvu, jako bychom ji vnímali za denního světla. Pokud však toto nastavení použijeme v případě, že je scéna osvětlena denním světlem, bude výsledný obraz zbarven do modra. Nastavením teploty chromatičnosti kompenzujeme barevný posun při jiném než denním osvětlení, protože lidský zrak je této kompenzace schopen. Člověk si běžně neuvědomuje změnu barevnosti předmětů nebo lidské pleti v prostředí, ve kterém se pohybuje. Na fotografii je však tento posun vidět.

Obrázek 4 – Ohnisková vzdálenost objektivu. Změna výsledného obrazu při použití různých objektivů na stejnou scénu. Širokoúhlý objektiv (vlevo), základní objektiv (uprostřed), teleobjektiv (vpravo).



Zdroj: (FROUZ, 2012a)

Problematický je z hlediska fotografování požadavek na zachování proporcí a perspektivy snímaného objektu, což je patrné z obrázku (Obrázek 4). Na třech fotografiích lidské lebky vidíme, jak výrazné dojde deformaci při použití různých objektivů. Nejblíže charakteristickému vnímání skutečnosti lidským okem je třetí fotografie (vpravo), pořízená teleobjektivem. K deformaci dochází při snímání objektu z blízka (vzdálenost fotoaparátu od fotografovaného objektu), a zároveň při použití objektivu s menší ohniskovou vzdáleností (širokoúhlý objektiv).

Deformaci způsobenou objektivem si lze také ilustrovat pomocí srovnání kresby a fotografie téhož objektu na obrázku (Obrázek 5). V tomto případě se jedná o mědirytinu uznávaného renesančního grafika Aegida Sadelera z roku 1607, na které je vyobrazen interiér Vladislavského sálu na Pražském hradě. Sál se za vlády císaře Rudolfa II. používal jako tržnice a lze se domnívat, že Rudolf II. si Sadelra najmul na

dokumentaci pomocí grafiky, jako jediné tehdy dostupné metody. Císař si jeho práce „velmi vážil a shromáždil si dokonce jeho měděné desky“ (ZLATOHLÁVEK, 2011). Při rekonstrukci podlahy Vladislavského sálu v roce 2009, kdy se prováděl zároveň také archeologický výzkum, se fotograf Martin Frouz<sup>21</sup> pokusil o srovnávací snímek Sadelerovy mědirytiny. Z porovnání obou záznamů (grafiky a fotografie) je patrné, že takový pohled, jaký vyobrazil Sadeler nelze fotograficky ve stejné perspektivě vůbec pořídit. Samostatnou otázkou, která ale není předmětem této práce, zůstává přesnost zobrazení veškerých detailů sálu zmíněné Sadelerovy grafiky (FROUZ, 2012b).

Obrázek 5 – Porovnání grafiky a fotografie Vladislavského sálu na Pražském hradě. Mědirytina z roku 1607, Sadeler (vlevo), fotografie z dokumentace archeologického výzkumu (vpravo).



Zdroj: vlevo (ZLATOHLÁVEK, 2011), vpravo (FROUZ, 2012a).

Na závěr této části si ukážeme, jakým způsobem lze editací a ořezem fotografie ovlivnit interpretaci děje zaznamenaného původně jediným snímkem. Obrázek 6 ukazuje, jak je možné klást důraz na jednotlivé prvky obrazu, které by jinak, v kontextu celé fotografie, diváka nemusely nijak zaujmout. Pokud jsou prvky osamostatněny, je divák nucen jim věnovat pozornost a tím zapojit vlastní proces interpretace.

<sup>21</sup> MgA. Ing. Martin Frouz, PhD. (1970), působí jako fotograf, vědecký pracovník a pedagog Egyptologického ústavu Univerzity Karlovy v Praze, Archeologického ústavu Akademie věd ČR v Brně a na Univerzitě J.A. Purkyně v Ústí nad Labem.



Obrázek 6 – Ukázka ovlivnění interpretace děje výřezem obsahových prvků z původní fotografie, zachycující dění na Mercatu, jednom z největších tržišť v Africe, které leží západně od hlavního města Etiopie, Addis Abeby.



Zdroj: Martin Frouz

## 1.2.2 Další ovlivňující faktory

Je mnoho subjektů, které mohou ovlivnit vznik, obsah a následnou interpretaci fotografie. To platí tím více pro reportážní fotografii. Prvním subjektem, pevně svázaným se vznikem fotografie je samotný fotograf. Fotografie je z velké části také technická disciplína a konkrétní přístroj umožňuje korigovat konkrétní technické parametry. Fotograf může nastavit parametry fotografické techniky dovolující zdůraznit ty prvky obrazu, které jsou podle něj pro záběr podstatné, nepostradatelné apod. Pokud mu přístroj neumožní některé parametry nastavit tak, aby docílil požadovaného efektu, potom to musí vyřešit jinak, obejít tuto potřebu nastavení přístroje změnou podmínek (silnější zdroj světla, větší odstup od fotografovaného předmětu apod.). Dále je to znalost plánovaných složek fotografované události, která je důležitá z hlediska obecné informace o jejím průběhu a tím také významně napomáhá koordinaci při fotografování události. Fotografova pohotovost zaznamenat nahodilé situace, ty které nebyly původně v plánu fotografované akce, umožňuje zdůraznit její individuální zajímavost. Fotograf si musí včas uvědomit nástup takové situace a musí umět také odhadnout, co by se případně mohlo stát. Pokud toho není schopen, dostane se ke všemu, až když je „po všem“.

Fotograf musí své chování přizpůsobovat situaci. Kromě pohotovosti a předvídavosti musí být reportážní fotograf schopen posoudit, které výjevy odpovídají zamýšlené sociální struktuře, a které s ní nemají nic společného. Požadavky kladené na reportážní fotografii vyžadují, aby fotograf měl volnost pohybu v prostoru akce, ale některé události pohyb na akci vylučují. Existují potom pravidla, která určují, jak se fotograf může na akci pohybovat, ale pouze za předpokladu, že se bude chovat ohleduplně. Rušit totiž může už jen samotný zvuk uzávěrky. Proto také fotograf musí být schopen odhadnout, ve které situaci je vhodná zdrženlivost a kde je naopak nevyhnutelná jistá agresivita. Úspěch fotoreportéra také závisí na schopnosti navazovat s lidmi kontakt, na jeho znalosti daného prostředí, na schopnosti odhalit sociální smysl události a schopnosti ji zachytit na fotografii. Šmok to nazývá fotografickým vzhledem výjevu, který vyjadřuje jeho sociální smysl (ŠMOK, 1984, str. 175).

Subjektem, který se podílí na interpretaci fotografie a interpretaci sdělované informace je fotoeditor (nebo také obrazový editor). Práce fotoeditora je nesporně jednou z nejdůležitějších funkcí v téměř každém periodiku, a to jak v domácím, tak

v zahraničním. Fotoeditor působí jako takzvaný "gatekeeper"<sup>22</sup> - vedle ostatních redaktorů rozhoduje o vizuální interpretaci publikované informace. Mezi fotoeditory přirozeně existují rozdíly ve způsobu výběru fotografií, práci s nimi, řešení etických otázek atd. (ZAPOTILOVÁ, 2011). Fotoeditor řeší editaci fotografií, výběr konkrétní fotografie ze souboru pořízených fotografií, korekci a finální úpravu fotografie, její jas, barevnost, tonalitu, výřez apod.

Další okolnosti, které ovlivňují vznik fotografie, mohou být předvídatelnost akce, okolnosti ovlivňující možnosti vyfotografovat předlohu nebo akci (množství lidí, meteorologické podmínky, existence plánu akce, nahodilost nebo plánovitost situace), potřeby, pro které je snímek pořizován, nároky publika, očekávání, konvence (oděv a obuv fotografa vzhledem k situaci, která je součástí okolností ovlivňujících možnosti pořízení fotografického snímku, respektování řady dalších okolností). Nezanedbatelnou roli hrají také technické možnosti doby, ekonomická situace, politická situace, bezpečnostní situace apod. a to vše vždy v daném makro i mikrokontextu.

### 1.3 Sdělování fotografickým obrazem

„*Text, stejně jako obraz je médium*“ (PETŘÍČEK, 2009, str. 7). Co je tím myšleno? Text je médium, které přenáší jisté sdělení, a stejně tak obraz je nositelem sdělení. Žurnalistická fotografie je specifický druh obrazového sdělení, a proto se tato kapitola bude zabývat také charakteristikou fotografického sdělení z obrazové, vizuální stránky. Zde si ukážeme, jak je možné výrazové prvky uspořádat tak, že dávají divákovi smysl, význam. Mají tvar například figury, a potom se tato seskupení výrazových prvků stávají obsahovými prvky. „Obsah“<sup>23</sup> je důležitým aspektem mediálních produktů (sdělení), protože odráží „*vztah mezi mediální produkcí a realitou*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 286). Každý mediální produkt, včetně fotografie, je sestaven ze základních prvků, jimiž jsou informace, jednající postavy, téma,<sup>24</sup> tematická skladba a použité výrazové

---

<sup>22</sup> Pojem „gatekeeper“ označuje osobu, která rozhoduje o tom, která zpráva či informace bude puštěna pomyslnou branou dále ke svému publiku, nejčastěji se jedná o redaktora (McQUAIL, 1999, str. 241).

<sup>23</sup> Obsah mediálního produktu představují podle Jiráka a Köpplové prvky, jež tvoří každý mediální produkt, způsoby jejich výběru a uspořádání a pravidla pro vytvoření celku (JIRÁK, a další, 2009, str. 278).

<sup>24</sup> Téma – „*to, co je položeno do popředí, do centra pole uvažování a sdělování a co je zároveň podkladem pro zpracování v promluvě*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 302).

prostředky.<sup>25</sup> Tyto prvky se podílejí na konstituování významu a často jsou samy nositeli nějakého významového aspektu. (JIRÁK, a další, 2009, str. 302 a 303).

Vizualitou, tedy tím, co souvisí se zrakovým vnímáním, se zabývá několik univerzitních disciplín. U nás se této problematice věnoval Prof. Ján Šmok ve své rozsáhlé práci, která vyšla poprvé v ucelené formě roku 1969. Šmokova algeematika, neboli teorie o vizuálním sdělování, se stala významným mezníkem ve vývoji české vizuální tvorby. Šmokova teorie má mezi jinými teoretickými modely fotografie a estetických systémů významné postavení a vyučuje se na vysokých školách u nás i v zahraničí. Také Šmok dochází k závěrům, že fotografie patří do oblasti sdělování, a teorie fotografie je pouze speciální částí obecné teorie sdělování. Fotografie je potom, jako produkt mezilidské komunikace, sdělením (poselstvím), jehož jediným cílem je vyvolat v divákově vědomí obsah – tj. jednání obsahové<sup>26</sup> (ŠMOK, 1986, str. 4).

Kromě uměnovědních oborů je další univerzitní disciplínou, jež se zabývá fotografickým obrazem obor, který (ač vznikl relativně nedávno) reflektuje posun v kulturních zájmech. Řeč je o vizuálních studiích, humanitním oboru, který jak píše James Elkins (2007, str. 248) „*k pochopení chodu mimojazykových jevů využívá právě jazyk*“. Elkins, v knize *Vizuální studia: skeptický úvod* podotýká, že ambicemi oboru vizuální studia bylo „*stát se oblastí, v níž se vizuálně teoretizuje bez ohledu na jeho vztah k výtvarnému umění,*“<sup>27</sup> a jejíž strategií by bylo soustředit se na hlavní principy interpretací a metodologii vizuality, jejichž prostřednictvím bychom mohli interpretovat a pochopit účinky vizuálních objektů všeho druhu (ELKINS, 2007, str. 243). Níže si probereme některé kategorie a zákonitosti vizuálního sdělování.

---

<sup>25</sup> Použité výrazové prostředky – „*jsou jednak společné bez ohledu na médium, v němž se objevují, jednak mediálně specifické, dané technologickou a komunikační povahou daného média*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 303)

<sup>26</sup> Šmok (1986 str. 4) v algeematice rozlišuje dva základní druhy jednání a jeden smíšený: jednání věcné – jehož výsledkem je výrobek, jednání obsahové – jehož výsledkem je sdělení (poselství), a předvádění - přechod mezi jednáním věcným a obsahovým, které je jednání v podstatě věcné, ale v dané chvíli nesleduje svůj původní cíl, nýbrž je prováděno proto, aby bylo jinými pozorováno.

<sup>27</sup> Elkins (2007, str. 246–247) navrhuje zkoumat vizualitu z mnohem širšího pohledu než je pohled tradičních oborů jako jsou dějiny umění nebo výtvarné umění, opírat se o názory například Vica, Giordana Bruna nebo Sor Juana Inés de la Cruze, či zahrnout do osnov vizuálních studií další obory zkoumající obraz, např. kognitivní psychologii či neurologii, čímž by se jazyk vizuálních studií osamostatnil, a zvýšil náročnost vizuálních studií, oboru který by se neměl zabývat jen rozbořením televize, filmu a reklamy, jak tomu je podle něj v současnosti .

### 1.3.1 Složky obrazu: prvky jazyka vizuální komunikace

Obraz je z hlediska sdělovacího systému jazyka vizuální komunikace sestaven ze dvou složek – obsahové a výrazové. Každá složka má k dispozici škálu prvků, kterými je vyjádřena. Výrazové prvky tvoří obsahové. Obsahové prvky tvoří celé významy (nebo také sdělení), které lze z obrazu vyčíst. Výrazové prvky sestavují formu fotografického sdělení z jasu, barvy, tvaru, velikosti a uspořádání rozptylových plošek či kroužků (tj. stavba obrazu). Obsahové prvky skládají z figur a znaků (příp. symbolů) obsah fotografického sdělení (tj. skladba obrazu). Richard Poulin (2012, str. 7-9) v knize Jazyk grafického designu objasňuje skladební prvky, principy a zákonitosti jazyka vizuální komunikace, který přirovnává k plnohodnotnému jazyku s vlastní abecedou, slovní zásobou i syntaxí (strukturou vět). „*Když mluvíme či píšeme, intuitivně volíme slova a způsoby jejich spojení tak, abychom účinně sdělili, co máme na mysli. Téhož výsledku lze docílit i obrazovými prostředky...*“ Poulin však upozorňuje, že ani u obrazu, ani u textu „nelze význam slov nikdy pokládat za samozřejmý.“

#### **Rozptylový kroužek = základní výrazový prvek fotografie**

Každé jednotlivé sdělení představuje obsahově uspořádaný sdělovací systém. Forma, nebo vzhled vizuálního sdělení, je smyslově vnímatelnou stránkou sdělení, kterou Šmok nazývá „výraz“.<sup>28</sup> Každý „výraz“ se skládá z „výrazových prvků“ a základním výrazovým prvkem fotografického obrazu je **rozptylový kroužek (ploška)**, který popisuje Prof. Ján Šmok takto: „*Skutečnost se z optického hlediska skládá z bodů různého jasu. Tyto body jsou objektivem převedeny na rozptylové plošky, které jsou dále transformovány vhodným procesem na plošky barvivové, stříbrné apod. Výrazovým prvkem fotografického snímku je tedy transformovaný rozptylový kroužek vytvořený objektivem. Způsob transformace závisí na užití technice...*“ (ŠMOK, 1986, str. 5).

Také Poulin uvádí, že bod, který má u fotografie podobu kruhu, skvrnky nebo tečky, je „*Základní stavební jednotkou všech elementů a principů vizuální komunikace...*“ (POULIN, 2012 str. 13-16). Obecně však lze charakterizovat základní výrazový prvek u analogové fotografie jako zrno, které má (na rozdíl od základního výrazového prvku digitální fotografie, pixelu) nestejnou velikost v ploše obrazu. Různá velikost zrna analogové fotografie je důvodem, proč působí často autentičtěji, živěji než digitální.

---

<sup>28</sup> „*Při pozorování japonského textu pozorujeme výraz, nechápeme obsah*“ (ŠMOK, 1986, str. 5).



## Výrazové prvky

Jazyk vizuální komunikace rozlišuje základní výrazové prvky, jimiž lze ovlivnit obrazové sdělení a těmi jsou například plocha, světlo, barva, textura atd. Výrazové prvky samy o sobě netvoří význam sdělení, ale ovlivňují, jakým způsobem budou interpretovány obsahové prvky vizuálního sdělení, potažmo fotografie. Poulin (2012, str. 94) popisuje, jak se studenti na Washingtonské univerzitě Seattle v USA „učí lépe chápat základní elementy designu, ... pracovat s fotoaparátem a komponovat estetické a výmluvné fotografie, ... vytvářet originální, dynamické a působivé kompozice...“. To proto, že obsahové sdělení fotografie lze ovlivnit například ořezem snímků, kompozicí, vizuálním zdůrazněním některých tvarů, čímž dojde k vytvoření vztahů mezi figurami apod. Například charakter plochy<sup>29</sup> „má přímý vliv na obsah sdělení. Měkce zakřivené tvary budou zpravidla působit hřejivě a vlídně, kdežto tvrdé hrany a ostré úhly se mohou zdát chladné až agresivní.“ (POULIN, 2012, str. 32 a 34). Linie zase může „spojoval, uspořádávat, oddělovat, směřovat, skládat i rozhýbávat... (ostatní prvky kompozice) Dá se chápat pozitivně jako stopa i negativně jako mezera. [...] Dobře zvolená linie dokáže posílit názornost, účinek i obsah každého vizuálního sdělení.“ (POULIN, 2012, str. 21 a 22). Linie „evokují širokou paletu emocí. Přímký a úsečky působí technicky a chladně, křivky jsou nenucené a přívětivé. Tenká čára je křehká a tichá, tlustá vyzařuje sílu a autoritu. [...] Vizuální sdělení ovlivňuje také orientace a pozice čáry vůči okolí. Horizontála je klidná a vyrovnaná, vertikála vyzařuje energii, výšku a náročné cíle. Působí aktivněji a vyjadřuje důraznější sdělení než čáry vodorovné. Ještě naléhavěji, energičtěji a dynamičtěji oslovuje diváka diagonála. [...] Postupné ztenčování vytváří iluzi prostoru. ... (linie) umožňuje oku odlišit figuru od pozadí.“ (POULIN, 2012, str. 26).

Hlavním smyslem výrazových prvků ve vizuální komunikaci je přitáhnout pozornost diváka ke konkrétnímu obsahu vizuálního sdělení. Grafický design jako rychle se rozvíjející obor je schopen popsat, jakým způsobem je toho možné dosáhnout a tato pravidla platí také pro fotografii. Fotografie také může v divákovi vyvolávat iluzi pohybu, kdy divák má dojem, že předloha fotografie se v okamžiku stisknutí spouště fotoaparátu ve skutečnosti pohybovala.<sup>30</sup> Iluze pohybu se vyznačuje tím, že „se

<sup>29</sup> „Plocha je ohraničená dvojrozměrná oblast, část roviny, kterou definuje konkrétní obrys... Má délku, šířku, ale postrádá hloubku.“ (POULIN, 2012, str. 32).

<sup>30</sup> „Na obraze nebo na fotografii například pohybem nazýváme zpodobnění či iluzi pohybu.“ (POULIN,

*neodehrává na úrovni počitků na sítnici, ale na úrovni vjemů v mysli“ (HARTL, a další, 2010, str. 2015). Poulin (2012, str. 94-99) k tomu dodává, že „Hlavní funkcí pohybu ve vizuální komunikaci je vést oko diváka k hlavním elementům sdělení.“. Dojem pohybu „táhne“ naše oči po obraze „a nutí nás všimnout si konkrétní části nebo částí výjevu.“ Právě opakování a rytmus jsou vizuální postupy, které mohou kinetičnost také posilovat. „Jde o to vyvolat v oku diváka dojem, že se elementy určitým způsobem pohybují.“*

Ne vše však musí být explicitně znázorněno. Lidský mozek má schopnost samostatného doplnění obrazu. Poulin (2012, str. 151-154) uvádí, že „*schopnost dokončit neúplné, doplnit naznačený tvar do úplného celku*“ je „*jedním z principů vizuální komunikace a gestaltové psychologie [...] Princip doplnění ve vizuální komunikaci lze popsat jako druh optické iluze.*“

Konečné vlastnosti výrazových prvků ve fotografii ovlivníme buď před fotografováním (např. změnou polohy fotoaparátu nebo předlohy), nebo použitím příslušné technologie a techniky (změna objektivu, materiálu nosiče, použití filtrů apod.) (ŠMOK, 1986).

### **Obsahové prvky**

Na rozdíl od výrazu jako formy sdělení se vyhodnocení výrazu fotografického obrazu objevuje jako „obsah“ sdělení ve vědomí adresáta, a tento obsah má pro diváka nějaký **význam**<sup>31</sup> a vyvolává v něm nějaký **účin**.<sup>32</sup> Výrazové prvky, ze kterých je obraz složen, nemusí pro diváka mít vždy nějaký explicitní význam. U fotografie však zpravidla nedochází k tomu, že bychom význam alespoň částečně nepochopili, protože fotografie obvykle není abstrakce. Zejména žurnalistická fotografie je sdělení, které má obsahovat informace a fakta, a svým způsobem tak má reprezentovat realitu, tedy je nositelem významu. Sdělení, která nesou nějaký význam a zastupují určitým způsobem skutečnost, nazývá Šmok **sdělení zástupná**<sup>33</sup> (ŠMOK, 1986, str. 15). Tento aspekt je

---

2012, str. 93).

<sup>31</sup> Určitá skupina čar pro nás nese význam "strom", soustava artikulovaných hlásek nese význam "auto", apod. (ŠMOK, 1986, str. 15).

<sup>32</sup> Podle Šmoka vyvolá ve vědomí adresáta význam obrazu emocionální reakci, kterou Šmok nazývá účín (druhá složka psychických dějů při pozorování fotografického obrazu). Je to emocionální reakce, kterou v adresátovi vyvolává význam fotografického sdělení. Tu stránku nebo část výrazu, která účín způsobuje, označuje Šmok jako efekt (1984, str. 179).

<sup>33</sup> Existují ještě sdělení přímá, např. velká část hudebních skladeb nic nezastupuje, neznamená. Jsou to sdělení přímá, přímá proto, že na adresáta působí přímo, nikoliv prostřednictvím zobrazených resp. zastupovaných skutečností (ŠMOK, 1986, str. 15).

nutno brát na zřetel zejména při použití fotografie v žurnalistice, kde je fotografie zástupným sdělením nějakého poselství. Při reprodukci scény fotograf záměrně poukazuje na ty prvky scény, které vypovídají o nějakém stanovisku a to v závislosti na zobrazené scéně, na konstrukci fotoaparátu i na budoucím divákovi, stejně jako řečník sestavuje svůj projev v závislosti na tom, co chce říct, jaké má schopnosti a jaké bude jeho auditorium.

Jazyk vizuální komunikace tedy rozlišuje kromě výrazových prvků tzv. obsahové prvky, jimiž jsou figury, znaky a symboly. Obsahové prvky v obraze vznikají jako výsledek sestavení výrazových prvků (linie, čáry, plochy atd.). Výrazové prvky ovlivňují, jakým způsobem bude divák interpretovat obsah vizuálního sdělení. Obsahový prvek může vzniknout, pokud jsou některé výrazové prvky uspořádány tak, že jsou tvarem podobné skutečnosti, např. vytvoří tvar stromečku. Tato podobnost má význam figurativní, hovoříme o figuře. Znakový význam ve fotografii je význam vzniklý konvencí, je to význam, na kterém se lidé dohodli.

Významy mohou být primární (bezprostřední) nebo sekundární (symbolické, asociativní apod). *„Adresát může přijmout význam primární a nepochopit význam sekundární. Problematika sekundárních významů je složitá a u různých sdělovacích systémů rozdílná (jiná u řeči než u fotografie)“* (ŠMOK, 1986, str. 16). Aby obsahové prvky fotografie dávaly divákovi smysl a vyvolávaly primární a sekundární významy sdělení, jakož i případné emocionální účinky, komponuje fotograf záběr tak, aby figury byly účelně uspořádány v ploše fotografie (např. pravidlo zlatého řezu, pravidlo třetin apod.), pracuje s výřezem a úhlem záběru (podhled, nadhled apod.), umísťuje figury tak, aby byly jednotlivé figury rozlišitelné (barvou, světlem, strukturou apod.) (ŠMOK, 1986). Při kompozici se také musí zohlednit psychologické působení. Např. jsou-li objekty umístěny do těsné blízkosti, získávají vazbu a tím i smysl (POULIN, 2012, str. 152). Rozmístění figur tedy určuje vztahy mezi figurami, rozlišitelnost, jejich významovou jednoznačnost. Estetickým uspořádáním lze dosáhnout vyšší emotivnosti. U fotografie je zapotřebí zohlednit z hlediska role již dopředu funkci, jakou figury na fotografii mají (hlavní, vedlejší, nese význam apod.) a vyhybat se zahrnutí rušivých prvků, protože z principu způsobu vzniku fotografického obrazu není možné dodatečně žádné prvky odstranit (ŠMOK, 1986). V opačném případě se jedná o manipulaci s fotografickým obrazem. Zdůraznění rolí jednotlivých figur na fotografii je tak obtížné zejména

v reportážní fotografii, kdy například fotografové nemohou ovlivnit úhel záběru, protože mají na akci vyhrazený prostor a také osvětlení bývá velmi špatné. Potom velice záleží na práci s fotografickou technikou, jejíž nastavení umožní pořídit alespoň nějaké přijatelné záběry (např. clona a ohnisková vzdálenost objektivu, citlivost filmu nebo čipu, použití filtrů nebo dodatečná úprava expozice při exportu snímků).

Symboły představují nejvyšší úroveň abstrakce, zastupují myšlenky a jejich soubory. „*Abstraktní vizuální jazyk vzniká zjednodušením, vydestilováním formy a obsahu.*“ (POULIN, 2012, str. 172-174). Slovník symbolů a atributů v Encyklopedii obrazu uvádí, že „*Téměř každý předmět má pro určitou skupinu lidí symbolický význam. Zároveň jeden předmět může mít mnoho různých symbolických významů. Symbol v obraze musíme proto odhalovat v souvislosti s ostatními prvky obrazu.*“ (ZUBAĀ, 2004, str. 242). Symboły mívají často silný emocionální náboj, jako státní vlajka nebo logo, a jejich spojení s „označovaným“ je v lingvistice pevně stanovené (HARTL, a další, 2010, str. 563 a 694).

### 1.3.2 Informace a emoce ve fotografii

Následující rozbor se opírá o poznatky z teorie fotografie, tak jak je tato teorie dodnes chápána v běžně dostupné výuce fotografie, která se zaměřuje především na uměleckou tvorbu. Důsledné rozlišování mezi informací a emocí hraje v teorii fotografie velkou úlohu. Šmokova algematika – teorie vizuálního sdělování – staví na tom, že informativní oblast fotografie, pro kterou jsou typická sdělení zástupná, s efekty nepracuje, nebo jen okrajově. Efekty totiž zkreslují vnímání informace, kterou má informativní fotografie zprostředkovávat. Naopak v čistě emotivní fotografii je práce s efekty prvořadou podmínkou, neboť takto pojatá a fotograficky zpracovaná informace může být prvoplánově přímá, tj. sdělení nemusí zastupovat žádnou mimofotografickou skutečnost, ale může přímo něčím diváka oslovit (ŠMOK, 1986, str. 16). Proto se základním pilířem algematiky stalo rozlišování **informativní** a **emotivní** složky vizuálního sdělení, a na tento fakt je zejména u nás dodnes kladen důraz při výuce fotografie amatérské i na vysokých školách.

Šmok dále uvádí, že „*Při fotografování je nejprve nutné naprosto jasně vědět, zda cílem je fotografie informativní, anebo emotivní... [a] ... do jaké míry se má na daném snímku*

*uplatnit informativní a emotivní složka. Vedle snímků čistě informativních a čistě emotivních máme totiž i snímky smíšené“* (ŠMOK, 1984, str. 138 a 139). Tyto poznatky v rámci teorie sdělování hrají naprosto zásadní roli, protože autorovi sdělení umožňují záměrnou volbu takových výrazových prvků sdělení, které mají v celkovém důsledku jím požadovaný účinek. Pokud si však autor sdělení tyto možnosti neuvědomuje, potom může být účinek nahodilý a nepředvídatelný.

### **Informativní fotografie**

Informativní fotografie je věrné a technologicky dokonalé zobrazení předmětu, osoby či jiného objektu. Přenos prakticky důležitých informací je cílem takto vzniklého sdělování (ŠMOK, 1986, str. 8). U informativní fotografie vždy význam převažuje nad účinem nebo se účín neobjeví vůbec. Informativní fotografie neklade důraz na estetickou hodnotu snímku, ten klade fotografie výtvarná, tedy emotivní. Informativní fotografie nalézá uplatnění v novinářské, komerční nebo dokumentární fotografii.<sup>34</sup> Informativní fotografie by měla dle Šmoka (1984, str. 178) splňovat následující požadavky:

- informativní sdělení přináší použitelnou informaci,
- je určeno pro druhé, nikoli pro autora (autor je neprovádí pro své potěšení),
- důležitá je míra a povaha informace,
- emocionální účinek je možný, nikoli nutný; nikdy však nesmí způsobit snížení nebo ztrátu informativnosti,
- hodnota informativní fotografie prudce klesá s technickými nepřesnostmi snímku (nelze předstírat umělecký záměr, který má podtrhnout například melancholickou náladu).

*„Použitelnost informativní fotografie spočívá v tom, že dovede zastoupit některé stránky skutečnosti natolik, že snímek může posloužit místo skutečnosti (samozřejmě jen v přesně vymezeném významu, nikoli doslova). Informativní fotografie působí na principu shody snímku se skutečností: předpokládáme, že obsah snímku se shoduje věrně se*

---

<sup>34</sup>Fotožurnalisté vytvářejí snímky pro informativní doplnění zpráv nebo článků v tištěných nebo internetových médiích, hlavním cílem komerční fotografie je prodání produktu nebo služby a dokumentaristé zobrazují realitu jako časový dokument nebo upozornění na danou skutečnost.

*skutečností, že to, co vidíme na snímku, skutečně existovalo v okamžiku expozice. Hodnota a společenská použitelnost takových snímků spočívá ve společenském zařazení zobrazené skutečnosti“ (ŠMOK, 1984, str. 138).*

---

Z tohoto hlediska si však musíme pro praktické použití fotografie v žurnalistice uvědomit důležitý poznatek, a to že „*Ikonicita a denotativní věrnost mají větší schopnost vyvolávat emoce*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 311). Tedy fotografie může být čistě informativní a postrádat umělecký záměr, přesto však může vyvolávat silné emoce. Nejedná se tedy ani částečně o fotografii emotivní nebo o její kombinaci, emotivně informativní fotografii, ale o informativní fotografii se schopností vyvolat emoce, kde fotografie nepůsobí na emoce ve smyslu estetického cítění v důsledku kompozice obrazu, ale vyvolává emoce v divákovi, který se tak stal zprostředkovaně svědkem emočně působivého jevu nebo události. Takovým příkladem informativní fotografie vyvolávající negativní emoce může být policejní snímek dokumentující vraždu, a naopak pozitivní emoce může vyvolat fotosken květiny.

### **Emotivní fotografie**

Naproti tomu funkcí emotivní fotografie je podle Šmoka vyvolávat emocionální účín a čistě emotivní fotografie je středem pozornosti uměleckých oborů. Emotivní znamená dojmavý (HARTL, a další, 2010, str. 127) a emotivní fotografie má vyvolat v divákovi nějaký dojem. Tento dojem je vytvářen prostřednictvím kompozice fotografického obrazu, který při tom naopak nemusí zprostředkovávat vůbec žádnou skutečnou informaci o vnějším světě a realitě. „*Emotivní fotografie je zaměřena na vyvolání emocionální reakce diváka, přičemž může, ale nemusí poskytnout prakticky použitelnou informaci a zpravidla ji neposkytuje*“ (ŠMOK, 1984, str. 138). Emotivní fotografie využívá abstrakce. „*Abstraktním vyjádřením může být symbol, interpretace (vlastní výklad), představa, impresie (dojem)*“. „*Abstrakce nevychází z našeho světa. Je iluzí viditelné reality...*“ (POULIN, 2012, str. 170 a 169). I když by se mohlo zdát, že fotografie je nejbližší pravdivému zobrazení reality a tudíž je principiálně nejméně abstraktivní, existuje mnohem více fotografií, které nedokáží replikovat předlohu, ale dávají pouze dojem vyznění reálně existujícího výjevu. Znalosti práce s emotivní fotografií a znalosti pravidel estetiky jsou však cennými poznatky pro každého profesionálního fotožurnalistu, protože tyto znalosti mu umožňují cíleně pracovat

s těmito prostředky a potlačit je naopak tam, kde by jejich použití mohlo být zkreslující. Následující zjednodušený přehled fotografických žánrů představuje podle Šmoka (1984, str. 165) obecně uznávané dělení mezi informativní a emotivní fotografií:

sféra informativní:

- podobenka skupinka,
- portrét,
- informativní výjev (běžná reportáž),
- anatomický dokument,

sféra emotivní:

- skupinový portrét
- výtvarná a charakteristická studie hlavy
- emotivní výjev (tzv. umělecká reportáž)
- akt

#### 1.4 Interpretace fotografií

Praktická encyklopedie žurnalistiky uvádí, že „*fotografické zobrazení je autentické, názorné, obecně srozumitelné a umí zastavit jediný okamžik z probíhajícího dění*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Právě názornost a obecná srozumitelnost je to, co vede k tendenci se domnívat, že realitu je prostřednictvím fotografického obrazu snadné interpretovat. Autentické je to, co je původní, pravé nebo hodnověrné (HARTL, a další, 2010, str. 54). Autenticita je do fotografie vnášena prostřednictvím její indexovosti, která umožňuje vidět věci na fotografii tak, jak je vidíme často na vlastní oči. Fotografie potom umožňuje autentický prožitek, „*náhlé poznání vzniklé ze zhodnocení okolní skutečnosti*“ (HARTL, a další, 2010, str. 452). Máme potom tendenci se domnívat, že fotografií prezentovaná realita je ta jediná možná. Neuvědomujeme si, že je to pouhý jediný okamžik, který může být vytržený z kontextu. Autenticky vyhlížející fotografické zobrazení však nemusí být zobrazením autentické události. O autentické fotografii proto hovoříme tehdy, když její předlohou byla autentická událost. K interpretaci fotografií je možné přistupovat ze dvou hledisek. V prvním případě budeme brát v úvahu interpretaci pouhého obrazu, který fotografie nabízí. V druhém případě vezmeme v úvahu realitu, která byla pro fotografii předobrazem. Tuto realitu se fotografie snaží sdělit.

Interpretace pouhého fotografického obrazu přináší v žurnalistice obtíže v podobě předpokladu, že fotografie je odrazem nějaké skutečně proběhlé události, skutečně existujícího předmětu. Jinými slovy, že fotografie je fakticky spojená se svým referentem. Pouhý obraz však nedokáže sdělit souvislosti, příčiny ani následky, neumí sdělit čas ani upřesnit místo události, pokud nejsou na fotografii zachyceny nějaké konkrétní a zcela zjevné indicie. Zubal (2004, str. 162) v Encyklopedii obrazu uvádí, že *„Reakce člověka, který vidí obraz poprvé, bývá většinou zjednodušená – obraz se buď líbí, nebo nelíbí. Tato zvláštní forma sympatie nebo antipatie je obtížně zdůvodnitelná. Neuvědomujeme si, že v našem nitru probíhají procesy vnímání, které mají určitá stadia“*. Část procesu vnímání obrazu a jeho interpretace můžeme objasnit pomocí kognitivní psychologie, která rozlišuje tři stadia poznávacích procesů: kódování, uchovávání a vybavování. Poznávacími procesy *„člověk poznává okolní svět i sebe samého a mění svět“* (HARTL, a další, 2010, str. 444). Kódování, nebo také vstřípení, je přeměna fyzikálního podnětu, v tomto případě vizuálního, do paměťového kódu v mozku člověka (HARTL, a další, 2010, str. 252). Takto vzniklý kód je uchováván až do doby, kdy dojde k jeho vyvolání z paměti. Tuto fázi nazýváme vybavování, a má jedenu zásadní vlastnost: *„vybavené není přesnou kopií původního vjemu či zážitku“* (HARTL, a další, 2010, str. 668). Vybavená informace bývá pozměněna co do objemu i kvality vlivem zpracování, zobecněním (vynecháním méně podstatných podrobností), nebo také může být zkreslena současným vybavením jevů stejného druhu, změnou postojů nebo citového stavu. Pokud tedy neznáme popis fotografie, budeme při pohledu na ni pociťovat pocit libosti nebo nelibosti podle toho, jak se předchozí zkušenosti v našem životě zakódovaly a uchovaly v paměti, a nyní, při pohledu na fotografii se v našem podvědomí vybavily určité souvislosti.

Velkou roli v interpretaci obrazu hraje kompozice nebo použití ikonických a symbolických znaků. Lidé mají přirozenou tendenci automaticky vyhledávat kauzalitu, domýšlet si příčiny a úmysly, vytvářet souvislý a logický příběh z prvků, které se nacházejí blízko sebe, směřují k sobě nebo se sebe dotýkají apod. (KAHNEMAN, 2012, str. 83-87). To platí nejen pro vztahy figur v rámci jedné fotografie, ale také pro sérii fotografií uspořádaných vedle sebe. Tímto fenoménem se zabýval Daniel Kahneman, psycholog a nositel Nobelovy ceny za ekonomii v knize *Myšlení: rychlé a pomalé*. Podle Kahnemana (2012, str. 87) *„Dojmu intence (úmyslu)*



*a emoci nelze odolat; pouze lidé trpící autismem jej nezažívají.*“ Také Šmok (1986, str. 9) v této souvislosti hovoří o tzv. sdělovacím komplexu. Pokud uspořádáme obrazová sdělení tak, že bez jednoho by nedávalo smysl druhé, jsou na sobě závislá. Ve fotoreportáži tak vzniká fotografický příběh. Tento složitý útvar je v žurnalistické praxi velmi často využíván, a proto je potřeba být při výběru jednotlivých fotografií obezřetný. Výběrem lze docílit působivosti, ale také manipulace celkového vyznění fotografického souboru. Interpretace je potom zavádějící a divák se může domnívat, že fotografie, tak jak následují po sobě, spolu těsně souvisí, nebo jedna událost vyplývá z předchozí.

Při interpretaci fotografického obrazu je zásadní správná identifikace referenčního objektu. Pokud je určen nesprávně, bez znalosti pramenů, historických souvislostí a kontextu, potom hrozí reálné nebezpečí dezinterpretace. Záměnou referentů může dojít k takovým omylům, jaké uvádí Trnková (2007, str. 105) na příkladu výkladu fotografie podle uměleckohistorické tradice. Trnková podrobila analýze fotografii z archivu Moravské galerie v Brně. Z fotografie je patrné, že rovina ostrosti je zaměřena na rám obrazu a nikoli na zarámovaný, neostrý obraz muže hledícího z rámu směrem k fotoaparátu. Tato fotografie by se mohla v rámci dějin umění stát *„ikonou – pozoruhodným obrazem člověka v rámu“*. Jedná se však o fotografii reprodukcující rám obrazu, která vznikla někdy kolem roku 1860. Podle několika indicií pochází z dílny vídeňského ateliéru Andree Grola, který reprodukoval uměleckoprůmyslové předměty celé řady sbírek v bývalé rakouské monarchii. V tomto případě víme, že *„hlavní referent není muž v rámu, nýbrž rám sám“*. Ikonicitu, s jakou rozmazaný obraz neznámého muže v ostrém rámu působí, je tak s větší pravděpodobností efektem, který nevznikl záměrně (jako umělecké dílo), ale mimochodem, protože se jedná o dokumentaci uměleckohistorického předmětu – rámu. Trnková (2007, str. 106) k tomu dodává, že indexovost této fotografie *„se ale zcela nevytrácí, neboť současně zůstává jak fotografií rámu, tak i fotografií případného portrétu.“*

Říká se, že jeden obrázek vydá za tisíc slov. To ale platí pouze v případě, že známe jeho popis. *„Záběry z Marsu jsou fascinující zejména proto, že o nich víme, že pocházejí z Marsu. Nicméně totožné fotografie by bylo možné pořídít na libovolné poušti“* (LÁB, a další, 2009). Pro ilustraci nepostradatelnosti popisku se podívejme na fotografii (Obrázek 7), jejíž obsah by pravděpodobně divákovi neobeznámenému s kontextem

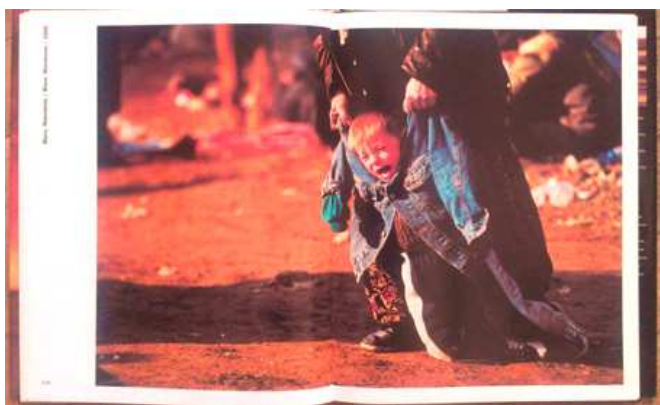
zcela unikal. Fotografie má zobrazovat otrocké okovy, jež však nejsou hlavním motivem, a kterých si na originálu všimneme až po přečtení popisku. Na zde uvedené reprodukci jsou okovy, které se nacházejí položené před prostřední číší, již jen stěží patrné. Fotografie má dokládat kontroverzní chování společnosti v době otrokářství v Americe. Ve skutečnosti patrně výstava působila autentičtěji, ale uvedená fotografie již tento pocit nedokáže zprostředkovat bez vysvětlujícího textu.



Obrázek 7 – reprodukce fotografie z knihy *Studia vizuální kultury*. Originální popisek: „Otrocké okovy vystavené vedle exkluzivního stříbrného čajového servisu. Součást projektu Dolování muzea, Fred Wilson 1992-1993, Marylandská historická společnost, Baltimore.“

Zdroj: (STURKEN, a další, 2009).

Také Benjamin říká, že fotografie se neobejde bez popisku. Popisek zahrne fotografii „do literarizování všech oblastí života, bez něhož by veškerá fotografická konstrukce nutně zůstala vězet u přibližnosti.“ (CÍSAŘ, 2004, str. 19). Co je tím myšleno a jak je to možné? Fotografický záznam může mít smysl pro autora i pro případného adresáta, avšak s tím rozdílem, že autor snímku má pro jeho interpretaci k dispozici soubor vlastních zkušeností, ale cizí adresát může bez vysvětlení, bez doprovodných informací, vidět jen to, co snímek zobrazuje (ŠMOK, 1984, str. 31). Interpretace potom podléhá jeho vlastním zkušenostem, znalostem, postojům a hodnotám atp. Tak se může stát, že autor fotografie, nebo člověk znalý problematiky, „vidí“ ve fotografii mnohem více, nebo vidí jiné souvislosti, než divák, který má k dispozici jen obraz, případně krátký vysvětlující text. Podívejme se na fotografii na obrázku (Obrázek 8). Pokud nedostaneme ani krátké vysvětlení, budeme si vše moci pouze domýšlet a pravděpodobně dojdeme ke špatnému závěru. V případě že bychom neznali doprovodný text, mohli bychom se domnívat, že se jedná o banální situaci z našeho běžného života: dítě se vzteká.



Obrázek 8 – Fotografie z obrazové publikace fotoreportáží Jana Šibíka Dábel v nás. Originální text: „Blace, Makedonie / 1999. Kosovské dítě bylo po dlouhém pochodu do bezpečí vysílené tak, že samo nemohlo vstát, a humanitární pracovník je zvedal jako ubohou, křičící loutku.“

Zdroj: (ŠIBÍK, 2001, str. 118 a 174)

Šmok k dodává, že samotná fotografie bez popisku nám dává informaci pouze o vzhledu, „ale každý vzhled se musí místně a časově zařadit, a to už fotografie nedokáže. Zato umí řeč, která je zase bezmocná při detailním popisu vzhledu.“ (ŠMOK, 1975, str. 113). V případě výše uvedené fotografie je nutné uvést kromě místa (Makedonie) a času (rok 1999) i motiv (únava z dlouhého pochodu). Dále by bylo vhodné uvést eventuálně i okolnosti (vylidňování obyvatel Kosova během poslední fáze války v bývalé Jugoslávii), které mnozí z mladší generace nemusejí znát. Ale není to nutné, protože výraz „humanitární pracovník“ napovídá, že se jedná o nějakou podobu krize. Mohlo by se však jednat také o přírodní katastrofu.

Pokud tedy budeme přistupovat k interpretaci fotografie jako k interpretaci skutečnosti, kterou se snaží zobrazit, potom si nemůžeme vystačit s pouhým obrazem, ale potřebujeme další upřesňující informace. Tedy ty informace, které jsou pro správnou interpretaci fotografie nezbytné. Tyto informace může mít k dispozici fotograf, ale ani samotný fotograf nemusí být správné interpretace schopen, a to například v případě, že fotografie zachycuje jemu neznámé kulturní a společenské konvence. Dokonce ani člověk, který je přímým účastníkem události nemusí být schopen podat relevantní vysvětlení. Člověk, se kterým novináři dělají rozhovor po nějaké katastrofě, může být zmatený nebo rozrušený. Psycholog Štěpán Vymětal popisuje událost, kdy „Při úderu tsunami v r. 2004 zahynuly stovky turistů z celého světa. [...] Většina lidí byla stále v těžkém psychickém šoku a řada z nich podávala zkreslené i nepravdivé informace. Jedna turistka například říkala, že na vlastní oči viděla asi dvacetičlennou skupinu mrtvých Čechů. Po odvysílání informace se zmocnily příbuzných pohřešovaných lidí bezmoc a zoufalství.“ (ŠINDELÁŘOVÁ, a další, 2006, str. 13).

Problematika interpretace fotografie se proto týká obzvláště fotografie žurnalistické. Při pořizování fotoreportáže nemá její autor často k dispozici vysvětlení ani pro sebe. Nelze jej tedy vložit do textu a tak se stává, že situace, která je na fotografii zachycena dává více otázek, než je možné zodpovědět. Příkladem může být následující obrázek 9.



Obrázek 9 – Fotografie z obrazové publikace *Ďábel v nás*, původní text: „Moskva, Rusko / 1996. Okolí Běloruského nádraží v Moskvě. Tady se v téhle době kšeftuje se vším. Jak říká cedule: Koupím zlato, stříbro, vyznamenání, ikony.“

Zdroj (ŠIBÍK, 2001, str. 81 a 172)

Fotografie zachycuje situaci, která upoutá pozornost postavou starší ženy s igelitovým pytlíkem na hlavě a druhou ženou ležící na zemi. Vysvětlující text se však o těchto ženách, ani o jiných postavách na fotografii nezmiňuje, a tak se lze jen domnívat, o co ve skutečnosti šlo. Po přečtení popisku a chvílce zamyšlení dojdeme pravděpodobně k závěru, že tento výjev nehraje v interpretaci zachycené situace žádnou roli, že si paní možná jen schovávala hlavu před deštěm, který však ze snímku není znatelný, a zbude jen neurčitý pocit, že fotografie není o tom, co prohlašuje popisek, nebo že jsme se zabývali něčím, co je nepodstatné, a nebyli jsme schopni sami to zásadní identifikovat.

Fotografie sama, jako pouhý obraz reprezentující realitu zachycené události, je schopna bez textového doprovodu vysvětlit jen minimum. Místní a časové zařazení fotografie bylo vždy problematické, zejména u analogové fotografie. V současnosti se situace poněkud zlepšila, a to v důsledku digitalizace. V momentě, kdy máme k dispozici zařízení, které je schopno požadované informace vyvolat, můžeme považovat digitalizaci za posun vpřed. Digitální fotografie totiž umožňuje zároveň s obrazovými informacemi zaznamenat, uchovat a dodatečně přečíst také informace, vztahující se k původu vzniku fotografického obrazu. Jedná se o soubor metadat, který může mimo jiné obsahovat právě informaci o čase a místě vzniku fotografie. Metadata digitální fotografie dále obvykle obsahují informace jako je typ a výrobce fotoaparátu, nebo

parametry nastavené na přístroji v okamžiku záznamu (čas expozice, clona, ohnisková vzdálenost objektivu, citlivost záznamového média apod.). Čas vzniku fotografie je ale závislý na tom, zda je fotoaparát synchronizován ať už manuálně, nebo automaticky. Stejně tak záznam o místě vzniku fotografie vyžaduje přístup funkcí fotoaparátu k těmto údajům například pomocí GPS. Oproti analogové fotografii, kterou můžeme alespoň hmatatelně držet v ruce, je nevýhodou digitalizace možnost vymazat metadata nebo je nějak pozměnit, anebo mohou být data digitální fotografie ztracena, pokud nebudeme schopni nějakým způsobem přečíst médium, na kterém jsou uchovávána.

## 2 ČINITELE OVLIVŇUJÍCÍ VYUŽITÍ FOTOGRAFIE V ŽURNALISTICE

Členka poroty fotožurnalistické soutěže Czech Press Photo Anna Zekrija, ředitelka ruské agentury Salt Images, uvedla v rozhovoru, že „žijeme v úžasné době. Je to doba změn a my [fotografové] jsme ti, kteří vytváří novou realitu“ (HOMOLA, 2012). Z úst fotožurnalisty zní slova o vytváření nové reality obzvláště závažně. Je nepochybné, že také fotožurnalismus se podílí na vytváření nové reality. Ale je to realita mediální, a proto je zodpovědnost, která na fotožurnalistovi leží, obrovská. Abychom pochopili důsledky, které může mít použití fotografie v žurnalistice a zejména potom při použití pro reportážní účely, je potřeba se zorientovat také v požadavcích a nárocích, které jsou kladeny na samotnou žurnalistiku, a zjistit jak těmto požadavkům může vyhovět fotografický obraz.

Není v možnostech této práce probrat celou problematiku do všech detailů, ale podíváme se alespoň na ty, které nám pomohou pochopit, kde se nacházejí hranice mezi zprostředkováním reality a fikce. Probereme tedy ty činitele z oblasti mediální teorie a žurnalistiky, které hrají principiální roli v chápání funkce žurnalistiky, jako zprostředkovatele reality. Abychom porozuměli tomu, v jakém postavení se fotografie dnes nalézá z pohledu žurnalistiky, vrátíme se ještě na okamžik zpět do historie. Zaměříme se na ty historické momenty, které nám přiblíží, jakým způsobem došlo k využití fotografie v žurnalistice, a jaké proměny dnes způsobuje digitalizace.

Digitalizace a internetizace jsou také dalším momentem, který mění současnou žurnalistiku, a kterým se budeme zabývat v této kapitole na závěr. Díky personalizaci internetu prostřednictvím sociálních sítí a online dostupnosti dochází k participaci čtenářů na mediálním obsahu. Celá žurnalistika se mění a z řad odborníků i profesionálních novinářů často zaznívají obavy o další budoucnost žurnalismu i fotožurnalistiky. Proto se podíváme, jakou podobu má online žurnalistika v prostředí internetu, jak a kteří čtenáři se na ní podílejí, a také jak se mění práce profesionálních žurnalistů a fotoreportérů.

## 2.1 Žurnalistika

Žurnalistika (franc. jour = den, journal = deník, z lat. diurnus = denní) je definována nejen jako novinářské povolání, ale i jako jeho produkt, který obsahuje „*informace o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 244). Žurnalistika, jako specializovaný obor, má svá pravidla a principy. Stejně jako texty publikované v rámci žurnalistických výstupů podléhají těmto principům, tak i fotografie by se měla těmito pravidly řídit, nebo bychom se alespoň měli pokusit se jim co nejvíce přiblížit.

### Informace a emoce

Současná společnost, postavena na obrazové kultuře, je nazývána postmoderní informační společností. Proto má i obraz v tomto kontextu podobu informace (LÁB, a další, 2009, str. 115). Informace, ale také emoce, které stojí u vzniku větší části fotografických obrazů a hrají velkou roli také při interpretaci fotografického obrazu, mají své nezastupitelné místo i v žurnalistice. Pojem **informace** má pro existenci žurnalistiky naprosto klíčový význam a je chápán jako „*synonymum pro stručné, nekomentované zprávy uvádějící základní fakta o události*“. Informace v žurnalistice „*Má sociální povahu a očekává se od ní, že bude aktuální a společensky závažná*“. (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 91). Avšak o informaci (nebo informacích) se dnes mluví tak často, že tento výraz ztrácí svůj přesný smysl. Co je na informaci pro potřeby žurnalistiky podstatné? Pokusme se nyní analyzovat pojem informace, a zachytit co o něm můžeme zjistit obecně i z hlediska jiných vědních disciplín.

Informace pochází z latinského slova *informatio* = představa, výklad, poučení, resp. *informare* = uvádět v tvar, dávat tvar nebo podobu, formovat, tvořit, ale také zobrazovat, představovat, vytvářet představu nebo pojem. V širším, obecném pojetí, je za informaci považována jakákoli výpověď či sdělení o věcech, jevech, stavech nebo dějích, jež umožňuje jejich poznání (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 91). Technicky jsou to údaje a data, jež lze zaznamenávat, třídit, porovnávat, organizovat nebo interpretovat tak, že v daném rámci mají svůj smysl a význam. Uvádí se také, že informace je údaj<sup>35</sup> (o reálném prostředí, o jeho stavu a procesech v něm probíhajících)

---

<sup>35</sup> Údaj, ukazatel, parametr apod., kterému člověk přisuzuje nějaký význam, tj. hodnotu. (CEJPEK, 2008, str. 41)

odstraňující míru neurčitosti (entropii) systému<sup>36</sup> (CEJPEK, 2008, str. 14). Množství informace je dáno rozdílem mezi stavem neurčitosti systému, kterou měl systém před a po přijetí informace. Ne každý údaj je však schopen snížit neurčitost systému. Údaje, jež právě nesnižují neurčitost systému, jsou pouhá data, jsou to potenciální informace (CEJPEK, 2008, str. 39). Výsledkem myšlení jako procesu snížení neurčitosti systému u člověka je potom poznatek, znalost (CEJPEK, 2008, str. 21 a 22). V kognitivních vědách je informace považována za záznam či odraz dílčí vlastnosti reálného i nereálného světa, umožňující člověku rozhodnutí mezi možnostmi (HARTL, a další, 2010, str. 221). Tiskový zákon z roku 1966 (zákon č. 81/1966 Sb., § 3, odst. 3) pojem informace definoval jako „zprávy, údaje, fakta a názory uveřejňované v periodickém tisku a v ostatních hromadných informačních prostředcích ve všech formách publicistiky“ (ČSSR, 1966), avšak tento byl zrušen a současná právní úprava (zákon č. 46/2000) tento pojem nevymezuje.

Z výše uvedeného pro žurnalistiku vyplývá, že informací se stává údaj, má-li pro člověka nějaký význam, je významný svou schopností odstranit míru neurčitosti (entropii) systému. Nejde o data nebo fakta, ale o jejich uplatnitelnost v komunikačním procesu. Smysl a význam hraje v komunikaci velmi důležitou, ne-li nejdůležitější úlohu. A jsou to lidé, kteří dávají informacím smysl, lidé „dělají“ žurnalistiku, lidé se žíví žurnalistikou jako svou profesí.

Žurnalistou je v odborné literatuře myšlena osoba povoláním novinář<sup>37</sup>, která se může věnovat jak zpravodajství, tak publicistice. Úkolem žurnalistů je proto získávat a předávat **společensky významné** informace. (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 130). V tomto systému jsou tedy žurnalisté zprostředkovatelé informací z mimomediální skutečnosti. Původní model definuje žurnalistu jako „pozorovatele a kodifikátora skutečnosti, kdy pravda a vědění reálně existují nezávisle na nás a žurnalista je může objevit a zachytit“. Pozdější model již vidí žurnalistu nikoli jako nestranného soudce, ale jako součást společnosti. Tuto skutečnost žurnalista svou prací spoluvytváří a nemůže se od ní oddělit (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 244). V tomto smyslu se musíme dívat také na profesi fotožurnalisty, jako fotografa, který se podílí na šíření

---

<sup>36</sup>Z hlediska systémové teorie můžeme i člověka chápat jako informačně komunikační systém, v němž má centrální postavení lidský mozek, který shromažďuje, zpracovává, uchovává a šíří informace přijímané z vnějšku i zevnitř vlastního systému (CEJPEK, 2008, str. 16).

<sup>37</sup>Žurnalista, nebo novinář podle české legislativy ke své činnosti nepotřebuje žádné osvědčení.



obrazových sdělení prostřednictvím médií. Také obsahem žurnalistické fotografie by měly být v zásadě nezkrácené, objektivní a neutrální obrazové informace, doplněné o stejně nestranné informace textové.

Jako protiklad nebo doplněk k pojmu informace se nabízí pojem emoce. Psychologický slovník uvádí, že **emoce** je v zásadě hodnotící, kladná či záporná reakce na podnět (HARTL, a další, 2010, str. 126). Při vzniku emoce dochází v těle člověka k fyzicky konstatovatelným změnám stavu, které vědomí člověka prožívá velmi subjektivně (ŠMOK, 1986, str. 7). Může se jednat např. o pocity lásky, strachu, nenávisti, soucitu nebo vzteku. Fenomenologie rozlišuje mnoho druhů emocí: city, afekty, nálady a vášně, emoce vyšší a nižší, emoce intelektuální, etické, estetické, emoce astenické a stenické aj. (HARTL, a další, 2010, str. 127). Emoce jsou předmětem zkoumání vizuálního zobrazování a obrazu obecně. Antonio Damasio se v knize *Hledání Spinozy: radost, strast a citový mozek* zabývá emocemi jako konstitutivní složkou různých typů a forem vizuálního umění, rozebírá různé způsoby zobrazování emocí, formy afektivního působení výtvarných děl na diváky, nebo role emocí v interpretaci (DAMASIO, 2004). Emoce mohou být buď námětem obrazu, nebo obraz může emoce u diváka vyvolávat. V případě, že jsou lidské emoce zobrazeny, je velmi pravděpodobné, že dojde u pozorovatele k přenosu emoce prostřednictvím aktivace obdobné neuronové sítě jako u pozorovaného jedince, tedy, že zobrazené emoce zároveň vyvolají emoce u diváka (velmi pravděpodobně stejné, nebo podobné). To je důsledek, který popisuje simulační teorie empatie (HARTL, a další, 2010, str. 593).

Zvláštní vztah mezi emocí a informací se snažil osvětlit např. ruský fyziolog P. V. Simonov, podle kterého emoce kompenzuje deficit informace (nadmíra informace vede ke kladným emocím a nedostatek informace zesiluje potřebu informovanosti) (ŠVANCARA, 1973). Příklad s hladem, který uvádí Nakonečný (2000, str. 225) však názorně ukazuje, že tato vazba zde neplatí vždy. Nemáme menší hlad, když víme, jak si jídlo opatřit. Ne jen informace, ale i emoce jsou podle Nakonečného (2000, str. 55) podmínkou efektivního rozhodování. Nerozhodují však o významnosti informace obecně, ale zpracovávají subjektivní význam a hodnotu přijaté informace pro konkrétního jednotlivce. „*Kognitivní procesy zpracovávají instrumentální význam informací, emocionální procesy jejich význam subjektivní*“ (NAKONEČNÝ, 2000 str. 55). Nejdůležitější pro pochopení významu emoce v žurnalistice je to, že právě

emoce jsou částečně zodpovědné za vyhodnocení přijaté informace. Lze však v žurnalistické fotografii oddělit informace od emocí? Jak působí zprostředkovaná směs informací a emocí bylo předmětem zájmu britského dokumentárního filmu z roku 2004 *Válka podle médií*. Oficiální text distributora tohoto dokumentu říká: „*Namíchej příběhy, emoce a informace! Diváci přestanou přemýšlet a začnou prožívat! Zrodil se "infotainment", zábavný informační obraz našeho světa. [...] Ale bylo naše zpravodajství objektivní?" uvažuje žurnalista DANNY SCHECHTER. "Vláda prezidenta Bushe využila útoku z 11. září... [...] Média byla zmobilizována, aby podporovala válku proti teroru. Ameriku zaplavila vlna patriotismu.*“ (WMD: Weapons of Mass Deception, 2004).

Také emocionální vliv fotografií je nepochybný. Často ani sebeobsáhlejší popis nebude tak účinný jako jeden pohled. Pro příklad lze uvést svatební fotografii amerického vojáka námořní pěchoty Tylera Ziegela, který ve válce s Irákem přišel o svou tvář (viz Příloha B). Snad ještě více, než kontrast mezi válkou zdevastovaným obličejem ženicha ve slavnostní vojenské uniformě a svatební róbou nevěsty, je na fotografii zářející smutek v jejich pohledu a prázdnota, s jakou oba hledí před sebe. Fotografie, za kterou autorka, Nina Bermanová, později dostala cenu v mezinárodní fotožurnalistické soutěži World Press Photo (2006), pomohla prostřednictvím médií vytvořit další symbol hrdinství armády Spojených států amerických.

### **Fakta a fikce**

Definice žurnalistiky uvádí, že kromě informací, je její součástí také sběr, třídění, zpracovávání a distribuování aktuálních **faktů** (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 244). Pojdme si tedy ujasnit, co pro žurnalistiku a mediální komunikaci znamená pojem **fakta**. Psychologie považuje fakt za událost nebo skutečnost, která je „*protikladem toho co je iluzorní, fiktivní nebo pravděpodobné*“ (HARTL, a další, 2010, str. 145). Za fikci je potom považována smyšlená výpověď, kterou můžeme v literatuře nalézt pod pojmem beletrie, ale je to i vyprávění a dílo bez faktického základu (HARTL, a další, 2010, str. 152). V monografii s názvem *Masová média* se její autoři, Jan Jiráček a Barbara Köpplová, zabývají otázkou kvalitativních nároků na mediální produkty,<sup>38</sup> které se liší

---

<sup>38</sup> Kromě kvalitativních nároků se rozlišují také tzv. normativní nároky na mediální produkty, což je klasifikace mediálních produktů podle jejich relevance, resp. důležitosti pro společnost a veřejný a politický život a podle jejich věrohodnosti a spolehlivosti, rozlišuje mediální produkty „seriózní“ a „bulvární“. V evropském pojetí se normativní požadavek serióznosti pojí především s médii veřejné

podle toho, jde-li o mediální produkty „faktické“ nebo „fiktivní“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 69, 293 a 310). Status **faktu** mají tzv. „faktické“ mediální produkty (ve smyslu „věcné“), které „*deklaratorně odkazují k mimomediální skutečnosti*“<sup>39</sup> (JIRÁK, a další, 2009, str. 293 a 298). Halada<sup>40</sup> k tomu dodává, že „*Fakt vypovídá o době a člověku, avšak sám o sobě existuje jako hraniční, nevymezený, subjektivně prožívaný i hodnocený*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 69). U „faktických“ mediálních produktů se z hlediska kvality zkoumá především **neutralita zpravodajství**, která je zakotvena do české legislativy jako požadavek **objektivity** a **vyváženosti**, neboť takovéto informace jsou „*nezbytné pro svobodné vytváření názorů*“ (§ 31, odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb.) (ČESKO, 2001, str. 5050). Status **fikce** potom mají takové mediální produkty, které „*jsou deklaratorně výsledkem autorského počínu*“<sup>41</sup> (JIRÁK, a další, 2009, str. 293), viz výše zmiňovaná beletrie. Tyto tzv. „fiktivní“ mediální produkty jsou „*založené na smyšlence*“<sup>42</sup> (JIRÁK, a další, 2009, str. 298).

Důsledné rozlišování mezi faktem a fikcí je obzvláště důležité zejména pro to, že v mediální komunikaci se tyto produkty mísí a ke „*Stírání hranic mezi faktičností a fiktivností*“<sup>43</sup> dochází u stále většího množství mediálních produktů (JIRÁK, a další, 2009, str. 293 a 297). To platí pro fotografii stejně jako pro fotoreportáž. Publikum předpokládá zejména u zpravodajství, publicistiky a dokumentu (tj. žurnalistických mediálních obsahů), že to co vidí, čte či slyší, má nějakou souvislost se světem, v němž žije, že tento druh mediálního produktu má povahu „faktu“ tj. záznamu skutečnosti (JIRÁK, a další, 2007, str. 293). Veřejnost automaticky předpokládá, že zpravodajství obsahuje informace a uplatňují se v něm fakta (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164). Přijímaná a ceněná **fakticita** takových mediálních produktů se potom sama o sobě stává předmětem manipulace<sup>44</sup> a mystifikace<sup>45</sup> (JIRÁK, a další, 2009, str. 294).

---

služby. (JIRÁK, a další, 2009, str. 257).

<sup>39</sup> Např. zpravodajství, komentáře, publicistika, dokumenty (JIRÁK, a další, 2009, str. 298)

<sup>40</sup> Doc. PhDr. Jan Halada, CSc. je vedoucím katedry Marketingové komunikace a public relations IKSŽ FSV UK. Mimo jiné působí např. ve vědecké radě LA, a také je místopředsedou Klubu autorů literatury faktu.

<sup>41</sup> Např. hrané filmy, seriály, televizní inscenace, povídky, romány na pokračování, fotoromány apod. (JIRÁK, a další, 2009, str. 293)

<sup>42</sup> Smyšlenka neboli fabule, je typická pro beletristickou literaturu.

<sup>43</sup> Jsou to „*pořady, jež umožňují lidem, aby vystupovali sami za sebe*“, založené „*na principu autenticity*“, označované jako „reality tv“ (odvozené od reality show tv), „docu – soap“ (dokument a soap opera) nebo „faction“ (kombinace faktu a fikce) (JIRÁK, a další, 2009, str. 297).

<sup>44</sup> Manipulace – ovlivnění obsahu „věcných“ mediálních produktů z venku. Působení na myšlení

## **Realita a iluze**

Žurnalistické výstupy ale nejsou jediné mediální produkty, které pracují s informacemi a fakty, a se kterými se v mediální komunikaci můžeme setkat. Jak faktické, tak fiktivní mediální produkty mohou využívat informací z reality a pojem **realita** je v mnoha směrech vnímán různě. Obecně je pokládána za realitu skutečnost. Protože však je lidské vnímání velmi subjektivní, nelze se často na tom, co je skutečné s jinými lidmi shodnout. V psychologii proto vznikl pojem absolutní realita, který zahrnuje „*celek toho, co skutečně existuje*“, a tento celek zároveň přesahuje „*svět jevů prožívaných a vykládaných člověkem*“ (HARTL, a další, 2010, str. 488). Za realitu je považováno „*to co existuje objektivně a ve skutečnosti; opakem je fikce*“ (HARTL, a další, 2010, str. 488).

Naproti tomu **iluze** je mylné vnímání, kognitivní zkreslení reality a dochází k němu v mysli pozorovatele (HARTL, a další, 2010, str. 215). Iluzí je také „*unáhlený závěr založený na nesprávně použitých poznacích z minulosti*“ (HARTL, a další, 2010, str. 215). Pokud tedy mediální produkt vyvolává převažující představu reality, vzniká **iluze skutečnosti** a „*Předpoklad této iluze se liší u faktických a fiktivních mediálních produktů*“ (JIRÁK, a další, 2009 str. 309). Za faktické mediální produkty jsou považovány i žurnalistické výstupy, které „*jsou disponovány k vyšší realističnosti již tím, že jsou definovány jako výpovědi o věcech skutečných (událostech, osobách, názorech)*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 309). U faktických mediálních produktů hrozí riziko zneužití realističnosti. Realističnost mediálního produktu je „*způsob, jak prezentovat obsah tak, aby vznikl dojem skutečnosti*“ a tvoří se tím, nakolik je publikum schopno rozpoznat a určit, zda jsou mu předkládána fakta nebo fikce (JIRÁK, a další, 2009, str. 309). Fotografie použitá pro účely žurnalistiky je žurnalistickým výstupem a mediálním produktem a na všechny mediální produkty lze podle Jiráka a Köpplové nahlížet jako na soubor mediálních reprezentací sociální skutečnosti v mediální komunikaci (JIRÁK, a další, 2009, str. 290).

## **Konstativ a performativ**

Z hlediska žurnalistických výstupů je také velmi významné, do jaké míry je to, co je publiku předkládáno jako faktické informace, považováno příjemcem za pouhé sdělení.

---

jednotlivců či skupin (JIRÁK, a další, 2009 str. 295).

<sup>45</sup>Mystifikace – úmyslné klamání něčím zdánlivě pravdivým, fakta jsou využívána k vytvoření fikce (JIRÁK, a další, 2009, str. 295).

I informace má moc vyvolávat emoce. Podle Austina<sup>46</sup> rozlišujeme dva druhy výpovědi a to konstativní výpověď a performativní výpověď (AUSTIN, 2000).

**Konstativ** je sdělení, které je prostou výpovědí (výpověď konstatuje či popisuje stav věcí). Vlastností konstativu může být buďto pravda nebo nepravda. Zatímco **performativ** je sdělení, které je ve skutečnosti jednáním, k němuž čin odkazuje, a toto jednání může být buďto zdařilé nebo nezdařilé. Výpovědi, které jsou konstativy mohou ale mít zároveň performativní povahu. To znamená, že libovolné sdělení může být „implicitním performativem“, protože „*tím že konstatuje, jedná*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 294).

Pokud tedy mluvíme v rámci fotožurnalistiky o fotografii a její schopnosti zobrazovat realitu, tedy sdělovat fakta, potom je pro nás zásadní, že zpravodajství „*bývá formulováno jako konstativ, resp. ‚konstativní výpověď‘, konstatuje, že se něco stalo, ale neříká, co tím ‚myslí‘, čeho chce dosáhnout tím, že to či ono zveřejňuje*“. Ve skutečnosti jsou ale zpravodajské obsahy „*maskované performativy: působí dojmem, že popisují události (konstatují), ale ve své podstatě ‚dělají‘ zpravodajství, tedy jsou činem, jednáním a mají sociální, politický i kulturní rozměr*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 294).

### 2.1.1 Zpravodajství a publicistika

Výše jsme se zmínili o pojmech **zpravodajství** a **publicistika**. Tyto dvě větve žurnalistiky, jsou zároveň jejími stěžejními pilíři (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 245). Jsou to dva rozdílné žurnalistické projevy, které se od sebe liší zásadním způsobem a je naprosto esenciální nutností tuto skutečnost sdělit současně se zveřejněním jejich výstupů. Neboť vztah mezi publicistikou a zpravodajstvím je takový, jako vztah mezi faktem a názorem na něj. Tato skutečnost je samozřejmě podmíněna zaručením svobody a nezávislosti médií a společnosti (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 13).

Fotografie jsou nedílnou součástí obou těchto větví, jak zpravodajství, tak žurnalistiky. Aby byly zachovány principy žurnalistiky, měly by tedy i fotografie podléhat stejným

---

<sup>46</sup>John Langshaw Austin (1911 – 1960), Angličan, významný představitel filozofie jazyka, zkoumá v knize *Jak udělat něco se slovy* význam řeči jako formy sdělení a sdělného aktu. Jeho výzkum se zabývá především tím, že v lidské řeči existují slova, jež neslouží k pouhému sdělení, neboť jejich prostřednictvím lze i "něco udělat" (AUSTIN, 2000).

pravidlům. Pokusme se nyní prozkoumat, v čem spočívají podstatné rozdíly v charakteristice mezi zpravodajstvím a publicistikou tak, jak to uvádí současná odborná literatura zabývající se žurnalistikou v České republice.

### **Zpravodajství: empiricko–induktivní potupy**

**Zpravodajství** (novinářská činnost i produkt této činnosti) „*stojí na informacích a faktech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, vybírá, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 241). Informace ve zpravodajství mají být „*rozmanité a společensky podstatné*“, tak aby odrážely „*myšlenkovou pluralitu společnosti*“ a sloužily „*veřejnosti k utváření vlastních názorů*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 241). Zpravodajství má sloužit k orientaci, ale nenahrazuje skutečnou realitu (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 19).

Charakteristickými znaky zpravodajství jsou přesnost, vyváženost, nepředpojatost, nestrannost, terminologická neutralita, aktuálnost, jasnost, srozumitelnost a poctivost při výběru, zpracování a prezentaci. Zpravodajství **nemá obsahovat názor** (novinářův či kohokoli jiného ‚kdo se podílí na vytváření zpravodajství) na informace a fakta, která zpravodajství přináší (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 241). V tom spočívá rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou. Úlohou zpravodajství je tlumočit informace a fakta, a nikoliv je hodnotit a proto zde platí jednoznačný zákaz zasahovat do skutečnosti, o které se referuje (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 12).

Základním kamenem zpravodajství je **zpráva**. V pojetí žurnalistiky je zpráva druhem žurnalistické **informace**, která **fakta** zaznamenává, sumarizuje a konstatuje (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 22). Zpráva obsahuje informace o události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane. Odpovídá na základní otázky **kdo, co, kdy, kde** a rozšířená zpráva také na otázky **jak a proč**. Zpráva zachovává věcnost, přesnost, úplnost, spolehlivost včasnost a především **citovou neutrálnost**. Má ustálenou formu novinářského útvaru, je koncipována většinou v er-formě a řadíme ji mezi žánry zpravodajské. (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 239).

Žurnalista, jehož prací je tvorba zpráv, se nazývá **zpravodaj**. Je to novinář, který získává informace v místě události a ze svého působení v určitém resortu (např. parlament), regionu či teritoriu a jeho úkolem je zásobovat zprávami redakci, ústředí apod. (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 240). Zprávy však v redakci nevytváří

pouze zpravodajové, ale na zpravodajství se podílejí také editoři. Pro všechny novináře ale platí při tvorbě zpravodajství následující pravidla. Protože zásadní vlastností zpravodajství je jeho věcnost, citová a výrazová neutrálnost, pro tvůrce zpravodajství to ve své podstatě znamená (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 134).

- Potlačování subjektivního faktoru jak explicitního (autor nepodává zprávu v první osobě), tak také implicitního (autor zprávy nevyjadřuje své hodnotící postoje, citové zaujetí).
- Otevřené poukázání na všechny subjektivní zdroje, které se mohly ve zprávě projevit a snaha o jejich vyváženost.
- Výrazová neutrálnost, vyloučení výrazové expresivity a estetizace zprávy (autor se vyhýbá při tvorbě zprávy volbě takových výrazových prvků, které k sobě vážou hodnotící postoj jako konotovaný význam, vyhýbá se metaforám, přirovnáním a dalším figurám).

*„Z prvků subjektivního zabarvení bývá ve zprávách někdy přítomno hodnocení. To je ve zpravodajství přijatelné tehdy, jestliže se blíží objektivnímu, obecně platnému, kulturně a mravně plně akceptovatelnému konstatování – např. v situacích, kdy lze předpokládat, že též hodnotící postoj sdílejí téměř všichni členové společenství. Je ovšem potřeba připomenout, že pouhý většinový konsensus jako kritérium nestačí – jeho obecné přijímání by znamenalo prosté utvrzování určité převládající ideologie. Proto je potřeba být i v takových případech velmi opatrný a pokud možno i takovému konsensuálnímu hodnocení se vyhnout.“* (Karel Šebesta – Jazyk zpráv (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 134).

### **Publicistika: přístup abstraktně deduktivní**

**Publicistika** (z lat. *publicus* = obecní, státní, veřený, úřední) je v pojetí žurnalistiky tvorba i část její produkce, která je zaměřená k veřejnosti, určená ke zveřejnění. V tomto smyslu je publicistická činnost „*spojená se stanoviskem, objasňující události, situaci nebo myšlenky*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164). Publicistika tedy, kromě toho, že vychází z faktů a zpravodajských informací, „*obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup, zahrnuje pojmy, soudy a postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164).

Publicistika obsahuje kromě **racionálních** prvků (některé vědecké metody, zpravodajská fakta a informace) také prvky **emotivní** (jazykové i kompoziční postupy, např. metafory, emocionálně obrazový přístup) (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164). Subjektivní stanovisko a osobité zpracování projevu v publicistice převládá nad faktičností (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 14). Mezi publicistické žánry se řadí například sloupek, fejeton, glosa, úvodník, články v podobě analýz, nebo reportáž a interview, ale „*také v elektronických médiích používaná reportáž a interview*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164).

**Publicista** je potom autor, který se zabývá publicistikou a „*na rozdíl od zpravodaje, který především přináší informace, se zabývá jejich analýzou a komentováním*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 164).

### 2.1.2 Shrnutí

Fotografie použitá v žurnalistice je komunikační nástroj, pro jehož použití by měly platit principiálně stejné zásady, jako pro použití jazykového projevu (psaného i mluveného) v žurnalistice. Z výše uvedeného vyplývá, že stejně jako je náplní žurnalistiky sběr informací a faktů o realitě, a forma interpretace těchto informací a faktů by měla probíhat zejména ve zpravodajství formou konstativu, tak také to samé by mělo platit pro fotografie, které jsou použity pro účely žurnalistiky. To je však pouze teoretický a ideální stav, od kterého se žurnalistická praxe často vzdaluje.

## 2.2 Některé momenty ve vývoji fotografie v žurnalistice

Vývoj fotografie je a vždy byl poháněn vývojem technologií. Nejdříve to byla zejména práce s chemií. Kolem roku 1990 již většina fotografů používá barevný film a na počátku 21. století fotožurnalisté používají téměř výhradně digitální fotoaparáty. Žurnalistika<sup>47</sup> (novinářství) je typ veřejné komunikace, která je spojována se svobodou projevu jako nezadatelným lidským právem (JIRÁK, a další, 2007, str. 78). Když během průmyslové revoluce došlo k prudkému rozvoji technologií, byly to právě ty technologie důležité pro rozvoj žurnalistiky. Technologie, které umožňují přenos velkého rozsahu informací na velké vzdálenosti, umožnily vznik informační

---

<sup>47</sup> Chápání samotného pojmu žurnalistika souvisí s historickým vývojem ustavování moderních společností a jejich politického života. Jirák a Köpplová uvádějí, že samo „*Novinářské povolání se jako samostatné zaměstnání ustavilo v průběhu 19. století*“ (2007, str. 79).



společnosti. V důsledku tohoto vývoje, zhruba od poloviny 19. století, dochází také k dělbě novinářské práce, specializaci,<sup>48</sup> protože nebylo v silách jednoho člověka zvládnout celý proces výroby novin. V tomto období byl také veřejně oznámen vynález fotografického procesu, který je považován za „První v praxi použitelný fotografický postup, počátek fotografické éry lidstva, zahájení, epochy reprodukce“ (SCHEUFLER, 1993, str. 14).

7. ledna roku **1839** vyšla stručná informace o tom, že Francouzská akademie věd patentovala vynález fotografického postupu zvaného **daguerrotypie** (SCHEUFLER, 1993, str. 12). Francouzská vláda patent zakoupila a půl roku na to, 19. srpna 1839 jej poskytla k **veřejnému užití** (tzv. public domain). „*Oučinkové tohoto vynálezu nedají se vyměřiti,*“ píše lékař Václav Staněk ještě v témže roce v prvním českém autorském článku o fotografii (ANDĚL, 2004, str. 3), přestože o reprodukci, jak o ní snil Niépce,<sup>49</sup> ještě zdaleka nešlo. Složitá a stále se vyvíjející technologie procesu zhotovení fotografie<sup>50</sup> a neexistující technologie reprodukce fotografie v tisku ještě nějaký čas neumožňovala ani její širší využití v žurnalistice.

Za vynálezce daguerrotypie je považován Louis-Jacques-Mandé Daguerre.<sup>51</sup> Ten na vynálezu pracoval společně s Niépcem, jehož ideou byla touha zafixovat obraz promítnutý kamerou obskurou a reprodukovat ho tiskem na papír. Jednou z ceněných a dlouho nepřekonaných kvalit daguerrotypie byl její velice detailní obraz. Slabostí z hlediska opakovatelného přenosu zachyceného obrazu byla skutečnost, že umožňovala zhotovit pouze stranově převrácené **unikáty**, tedy pouze jediný originál a žádnou další kopii (JOHNSON, a další, 2010, str. 36). Daguerrovův fotografický postup však ve své době nebyl ojedinělý.<sup>52</sup> Západní svět uctíval vědu, a fotografie je produktem vědeckého

---

<sup>48</sup> To je období, kdy podle Baumerta nastává období redakční žurnalistiky (BAUMERT, 1928).

<sup>49</sup> Joseph Nicéphore Niépce [Žosef Nisefore Niep] (1765-1833), armádní poručík, správce rodinného statku, vynalezl se svým bratrem lodní motor, jeho první heliografy (malby světlem) vznikly již v roce 1816 (KOETZLE, 2003a str. 11).

<sup>50</sup> Podrobný popis vývoje fotografie uvádí např. Pavel Scheufler (1993) v publikaci Historické fotografické techniky.

<sup>51</sup> Louis-Jacques-Mandé Daguerre [Lui-Žak Mandé Dager] (1787-1851), divadelní malíř a provozovatel diorámy. Když Niepce zemřel, Daguerre pracoval dále s jeho synem Isidorem (KOETZLE, 2003a, str. 21).

<sup>52</sup> Za jednu z prvních fotografií v dějinách lidstva, jejíž vznik je písemně doložen, je považován snímek, který zhotovil Joseph Nicéphore Niépce 17 let před oznámením vynálezu daguerrotypie, roku 1822, postupem zvaným heliografie. Šlo o kopii rytiny papeže Pia VII, která se však nedochovala. Technika heliografie ale nemohla být v praxi používána, protože přijatelný výsledek byl dosažen až po čtyřhodinové expozici na přímém slunci (SCHEUFLER, 1993, str. 11 a 12).

úsilí celé řady dalších lidí, produktem chemicko-optického experimentu, který sledoval právě možnost reprodukovatelnosti. O rok později, roku 1840 v Anglii, oznámil William Henry Fox Talbot<sup>53</sup> vynález svého vlastního fotografického postupu nazvaného **kalotypie**, jehož principem byl průsvitný papírový negativ, který umožňoval zhotovit více **kopií** z originálního negativu (JOHNSON, a další, 2010, str. 36). Ale zatímco Talbot svůj vynález přísně chránil, daguerotypie se celosvětově rozšířila a stala se vůdčí fotografickou metodou až přibližně do roku 1859 a to díky téměř okamžitému zveřejnění technických návodů k jejímu pořizování (SCHEUFLER, 1993, str. 16 a JOHNSON, a další, 2010, str. 36 - 40).

Existovaly tedy také další fotografické postupy, které měly větší či menší úspěch a posloužily jako odrazový můstek pro vývoj jiných systémů. Tento vývoj byl velmi rychlý, odehrával se během několika desetiletí. Po oznámení vynálezu fotografie Daguerrem spěchali další vynálezci prezentovat veřejnosti své vlastní fotografické postupy ve snaze být alespoň v něčem jiný a první. Talbot tak vydal pomocí své kalotypie v roce 1844 první ilustrovanou knihu (MRÁZKOVÁ, 1986, str. 17). Hippolyte Bayard,<sup>54</sup> který vynalezl svůj vlastní fotografický postup, zorganizoval první veřejnou výstavu fotografií na světě. Za autora termínu „fotografie“ je považován anglický královský astronom a vědec Sir John Herschel, který své výzkumy na poli fotografie poskytl Talbotovi, a nový zobrazovací způsob takto pojmenoval v roce 1839 na zasedání Královské společnosti (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 76).

Široké použití fotografie v žurnalistice však vyžaduje takovou technologii, která umožní fotografovi „zastavit pohyb“ na snímku tak, aby vznikl dobře viditelný a ostrý obraz, tj. v krátkém časovém intervalu, při špatných světelných podmínkách a nejlépe nepozorovaně, a bez hlubokých technických znalostí a dovedností. Ale z počátku byl čas nutný pro expozici příliš dlouhý a neumožňoval vyfotografovat člověka v pohybu.<sup>55</sup> Dále jsou nutné technologie, které umožní masovou reprodukci fotografie v tisku a později také její přenos na dálku. K tomu, aby mohly být fotografie využívány

---

<sup>53</sup> W. H. Fox Talbot (1800-1877), Angličan, soukromý badatel, zámožný archeolog a matematik (JOHNSON, a další, 2010).

<sup>54</sup> Hippolyte Bayard (1801-1887), finanční úředník v Paříži, vynálezce vlastního fotografického postupu, zakládající člen Sociétés héliographique (KOETZLE, 2003a, str. 31).

<sup>55</sup> První fotografie potřebovaly k expozici světlem 20 i 30 minut. V roce 1841 vynalezli bratři Nattererovi vysoce citlivý povrch, který však umožňoval i při nejlepších světelných podmínkách exponovat podobu několika vteřin (BAATZ, 2004, str. 24).

v žurnalistice tak, jak to známe dnes, muselo být učiněno mnoho technických objevů, které se i dnes stále vyvíjejí a zdokonalují.

I když po roce 1958 tzv. mokrý proces kompletně nahradil daguerrotypii a díky vyšší citlivosti (i přes nutnost temné komory) mohlo být fotografování přesunuto mimo ateliér, práce s mokkými deskami byla pro potřeby žurnalistiky stále ještě příliš náročná.<sup>56</sup> Chemikálie k výrobě fotografií byly vysoce toxické a nebezpečné. Fotografie byla proto veřejností nejprve využívána především v ateliéru, jako technika pokračující v tradici malířské portrétní miniatury. Funkce *„fotografie jako média se širokým tematickým spektrem a velkým společenským dopadem“* byla plně rozvinuta s nástupem tzv. vizitek v roce 1859 (SCHEUFLER, 1993, str. 23).

### 2.2.1 Počátky fotožurnalistiky: tisk, dokument, reportáž

Fotografie byly v tisku využívány bezprostředně po svém vynálezu, například 14. května 1842 uveřejnil britský časopis *The Illustrated London News* záběry z místa atentátu na královnu Viktorii (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Ale z počátku své existence, kdy neexistovala technika, která by uměla fotografický snímek otisknout v novinách, byly fotografie pouhými předlohami pro obrazové zpravodajství. Šlo tedy o nepřímou reprodukci pomocí dřevorytu,<sup>57</sup> *„a tak vždy záleželo na přesnosti rytců-překreslovačů, jak věrohodně dokázali napodobit originální záběr“* (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Novinové články s fotografiemi (nikoli dřevorytinami) byly poprvé zveřejněny v letech 1880–1897 (BIRGUS, a další, 2005). Fotografie, jako přímá reprodukce snímku, se objevuje v tisku po vynálezu autotypického štočku a v denících se prosazuje velmi pomalu, z počátku spíše ve formě týdenních fotografických příloh (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80).

Historie skutečné novinářské fotografie začíná pokusy o fotografickou reportáž a fotografický dokument. Například v roce 1842 fotografové Carl Ferdinand Stelzner a Hermann Biow zhotovili sérii daguerrotypií, kterými se pokusili zdokumentovat

---

<sup>56</sup> V roce 1851 byl vyvinut tzv. Archerův mokrý kolodiový proces, který používal průhledný skleněný negativ a následnou reprodukci fotografie na papír, a jehož výhodou oproti Talbotově kalotypii byla zvýšená obrysová ostrost, větší bohatství detailů, rozsáhlejší stupnice polotónů a větší citlivost (SCHEUFLER, 1993, str. 19 a 20).

<sup>57</sup> Snímky se nejčastěji reprodukovaly v podobě xylografií - grafická technika tónového dřevorytu. Fotografie byly přerývány do špalíčků zimostrázového dřeva a takto otištěný obraz se v tiskovinách pro zvýšení věrohodnosti doplňoval informací, že ilustrace byla zhotovena podle daguerrotypie nebo fotografie (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80).

průběh a následky velkého požáru v Hamburku. Tyto fotografie jsou považovány za první známé a na dlouhou dobu také ojedinělé „spot news photo“<sup>58</sup> (COLLINS, 2009). Událostí, která by fotografům stála za to, aby kvůli ní opustili vybavené zázemí ateliéru a čelili nevýhodám, které přinášelo fotografování v terénu, byla válka. Za prvního válečného fotografa (nikoliv prvním, kdo fotografoval válku) je považován Roger Fenton, člen anglické Královské fotografické společnosti, který se stal známý tím, že byl v roce 1855 za oficiální podpory ze strany koruny a ministerstva války vyslán zdokumentovat průběh Krymské války (JOHNSON, a další, 2010, str. 251). Fenton se musel potýkat s mimořádně těžkými technickými komplikacemi, kterým před ním neúspěšně čelily dvě posádky armádních důstojníků (JOHNSON, a další, 2010, str. 251). Uvádí se, že fotografie byly zhotoveny na objednávku vlády, s cílem potlačit vliv protiválečného zpravodajství The Times, a podpořit tak souhlas veřejnosti s intervencí britské armády. Fentnovy fotografie nezachycovaly žádné následky nekonečných bojů, žádné lazarety a umírající vojáky. Fenton vytvářel fotografie „statečných generálů a vojáků, ukazoval kamarádství v táboře během podávání jídla i únavných hlídek. [...] Jeho zpráva o této válce je nekrvavá“ (JOHNSON, a další, 2010, str. 252). Z pramenů vyplývá, že Fenton měl v úmyslu ovlivnit veřejné mínění, a jeho kolekce z Krymské války se tak stala prvním případem žurnalistické praxe, ve kterém byla fotografie použita v národní propagandě (JOHNSON, a další, 2010, str. 254). V Americe vyvolal pozdvižení veřejnosti fotografiemi z občanské války Mathew B. Brady (1822-1896), který se fotografické řemeslo učil u Samuela F. B. Morseho.<sup>59</sup> Bradyho napadlo „fotografovat válku jako kompletní kroniku od začátku do konce“<sup>60</sup> (COLLINS, 2009). V roce 1861 v New Yorku potom uspořádal pro americkou veřejnost šokující výstavu, která odhalovala krveprolití během občanské války v letech 1861–65 a je tak považován za otce fotožurnalistiky. Jeho „zdrucující fotografie následků bitvy zřejmě navždy změnilo obraz války u obyčejných civilistů“<sup>61</sup> (COLLINS, 2009).

---

<sup>58</sup> Spot news – obrazové zprávy o nepředvídatelných událostech (LÁBOVÁ, 2010, str. 57).

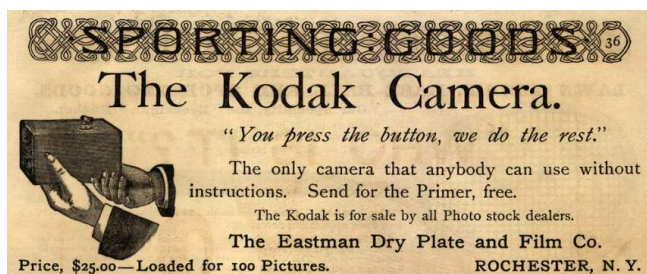
<sup>59</sup> Samuel F. B. Morse (1791-1872), americký malíř, vynálezce telegrafu a Morseovy abecedy, setkal se s Daguerrem v roce 1839 a fotografií byl uchvácen (KOETZLE, 2003a, str. 21).

<sup>60</sup> Díky své známosti s Abrahamem Lincolnem, od kterého Brady získal povolení „Pass Brady“ (první novinářský průkaz umožňující přístup k bojišti), a díky své vlastní investici (na svou dobu neuvěřitelné částce sto tisíc dolarů, které si vydělal provozováním extrémně úspěšného portrétního studia) mohl sám financovat 20 týmů fotografů, aby pokryl všechna hlavní místa bitvy, čímž se ale nakonec finančně vyčerpal a zemřel chudý (COLLINS, 2009).

<sup>61</sup> Překlad z originálu: „haunting photos of battle aftermath perhaps forever changed the picture of war“

Jak už bylo řečeno výše, válečné konflikty byly také to první, co se fotoreportéři snažili na fotografiích zachytit.<sup>62</sup> Byl to způsob zdokumentování těchto významných událostí, protože fotografii byla přisuzována absolutní objektivnost a pravdomluvnost. Termín dokumentární fotografie v tu dobu nebyl ještě znám, ale jeho principy, časový sběr fotografií zobrazujících něčím znepokojivou realitu, který chce tímto způsobem upozornit na danou skutečnost, se na konci 19. století zcela přirozeně ujal. Typickým rysem dokumentárnosti měla být v té době *„nezaujatost, snaha potlačit osobní angažovanost a přesvědčení na minimum... Tvůrčí subjekt zasahoval pouze při rozhodování o výběru úseku skutečnosti, který má být zaznamenán“* (LÁBOVÁ, 1977, str. 13). Tomuto pojetí odpovídá právě výše zmiňovaný M. Brady. Za průkopníka dokumentární fotografie je považován policejní reportér Jacob August Riis, který (ačkoli původně fotografovat neuměl) vyvinul fotografování s bleskem, aby fotografiemi nelidských životních podmínek newyorských slumů vyburcoval veřejné mínění (MRÁZKOVÁ, 1986). Z tehdejšího principu dokumentární fotografie se vyvinulo fotožurnalistické pojetí zpravodajské, reportážní a dokumentární fotografie, i když jejich koncepce je v současnosti poněkud odlišná (LÁBOVÁ, 1977, str. 7).

S rozšířením příručních fotoaparátů, umožňujících fotografovat bez stativu se na přelomu 19. a 20. století rozvinula technika fotografické momentky (BIRGUS, a další, 2005). Symbolickým mezníkem této obrovské změny ve vnímání možností fotografie lidmi, kteří do té doby neovládali složitý proces výroby fotografie, se tak stal slogan firmy Kodak *„You press the button, we do the rest“* (Obrázek 10, *„Vy zmáčknete tlačítko, my uděláme to ostatní“*), která tím v roce 1888 zahájila marketingovou kampaň na prodej těchto příručních a z tehdejšího pohledu snadno obsluhovatelných fotoaparátů.



Obrázek 10 – Kodak Camera – první fotoaparát pro laiky, stál 25 dolarů, byl velký 3a1/4 x 3a1/4 x 6a1/2 palců, vážil 1 libru a 10 uncí (oz) s náplní na 100 obrázků.

Zdroj: (KODAK, 1889)

*for ordinary civilians“* (COLLINS, 2009).

<sup>62</sup> Ale rozvíjely se také další žánry, například fotografické interview. V roce 1886 pořídil slavný fotograf Nadar (vlatním jménem Gaspard-Felix Tournachon) sérii snímků, jimiž zobrazil svého otce v hovoru se stoletým chemikem Michelelem Eugénem Chevreulem (KOETZLE, 2003a, str. 75).

V Praze byl v roce 1889 založen Český klub fotografů amatérů. U nás se právě většinou z členů tohoto klubu stávali první fotoreportéři, kteří pracovali v některé z redakcí v trvalém pracovním poměru (LÁBOVÁ, 1977, str. 102). Fotografie se mohla brzy stát běžnou součástí tisku, což bylo vnímáno jako nebyvalá proměna v možnostech žurnalistiky. Tři roky před promítáním prvních filmů, v roce 1892, napsal o fotografii český vynikající matematik J. F. Studnička: „*Abych o fotografii, zejména momentně pracující, blíže se zmínil, není zapotřebí; stalať se již nyní i půvabnou hračkou i čarovným nástrojem polygrafickým a poskytne člověku dvacátého století zajisté netušených výhod... [...] nebudou se bitvy vypisovat, nýbrž fotografovat a příslušné fotogramy na metry prodávat.*“ (Skopec, 1956, str. 6). O fotografii ve spojení s žurnalistikou se v té době obyčejně neuvažovalo v tom smyslu, že by mohla sdělované informace nějakým způsobem deformovat.

Počátek moderní fotožurnalistiky se pojí s německým vynálezem Leica (Obrázek 11) z roku 1925, prvním komerčně prodávaným fotoaparátem na 35 mm film, který využíval



Obrázek 11 – Ur-Leica, prototyp fotoaparátu z roku 1914.

Zdroj: (LEICA, 2006)

přebytku filmového materiálu. Na trh bylo vyprodukováno tisíc přístrojů během prvního roku. Tyto fotoaparáty umožňovaly fotografování lidí relativně nenápadně, bez objemného a těžkopádného fotografického zařízení, ale na úkor kvality snímku. Současně v Německu začínají vycházet časopisy, které jsou více obrazové, než psané. Rozdíl spočíval v tom, že fotografie nebyly ojedinelé a izolované tak, jak tomu bylo doposud, ale staly se dominantním prvkem časopisu, tvořily celé fotopříběhy doplněné pouze krátkým popisem.

Tím se změnil celý přístup k fotožurnalismu. Redaktoři a fotografové museli spolupracovat na výrobě příběhů, které vypráví nejen slovem, ale i obrazem, fotografové přinášeli velké množství kontaktních archů s náhledy fotografií, z těch se

následně vybíraly ty, které byly nejlépe schopné vyprávět zamýšlený příběh<sup>63</sup> (COLLINS, 2009). Tato kombinace publicistiky a fotografií, dnes známá jako fotoreportáž, zabírala většinu prostoru časopisu, text se omezil na minimum. Asi nejnámějším časopisem, který uspěl s touto koncepcí fotografie, byl časopis LIFE. U nás se první generace fotoreportérů snažila postihnout zákonitosti nového stylu fotografické tvorby, které bylo nutné hledat a čerpat z vlastních zkušeností, ale tento rozvoj byl zastaven, a na dlouhou dobu také přerušen okupací Československa (LÁBOVÁ, 1977, str. 102).

Fotografie se ve 20. století stala nástrojem a zbraní totalitních režimů. Tisk a moc novinářské fotografie začaly být zneužívány k propagandě. Svobodný projev i umění byly potlačovány, mnozí fotografové byli nuceni uprchnout (LÁBOVÁ, 1977, str. 100 a 101). V Americe se ve 30. letech začala formovat sociálně dokumentární fotografie zaměřená na venkovskou chudobu, která však také byla potlačována vládními záměry a po druhé světové válce byla snaha dochované fotografie zničit, aby nemohly být použity pro komunistickou propagandu. Fotografie Dorothey Langeové z roku 1936, *Matka bez domova*, je považován za milník v dějinách fotografie (MISELBECK, a další, 2002, str. 7). Sociálně dokumentární fotografie zahájila tradici fotožurnalistů, jakým byl například Robert Capa, jehož snímek padajícího bojovníka španělské občanské války zasaženého kulkou patří mezi nejnámější v dějinách novinářské fotografie.

Ve Francii dovedl k dokonalosti tzv. autorskou fotografii, jejíž pracovní postup je označován za žurnalisticko-fotografický, Henri Cartier-Bresson, který prokázal, „že to není objektiv, který vidí něco zajímavého, nýbrž oko fotografovo, jež subjektivně zaznamenává a zachytí ten či onen moment“ (MISELBECK, a další, 2002, str. 9). Jeho styl autorské fotografie, která si určuje vlastní cíle, náměty i zásady, spočíval v zachycování „rozhodujících okamžiků“. Řídily se jím celé generace fotografů a dodnes je tento styl v praxi fotoreportérů, i přes kritické názory, uznáván a respektován (LÁBOVÁ, 2010, str. 56). V roce 1947 založili Robert Capa a Henri Cartier-Bresson společně s dalšími reportážními fotografy mezinárodní zpravodajskou

---

<sup>63</sup> Tento nový trend byl v Evropě potlačen vzestupem moci Hitlera v roce 1933 a vedl k pronásledování většiny editorů, kteří byli nuceni uprchnout, ale plně se rozvinul až po druhé světové válce (COLLINS, 2009).

agenturu Magnum Photos, která tehdy měla sdružovat volně pracující autorské fotoreportéry a hájit jejich zájmy, a která (s obrovských fotoarchivem) funguje dodnes. Byla to příznivá doba pro rozvoj reportážní fotografie, která byla, vedle filmu a obrazových časopisů, hlavním zdrojem informací o světě (LÁBOVÁ, 2010, str. 60).

Vývoj československé žurnalistiky byl v budovatelských padesátých letech a konsolidačních sedmdesátých letech, poznamenán neoprávněným přikrašlováním skutečnosti a snahou „vytvářet zdání, že společenská realita je lepší než ve skutečnosti je“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 89). Lábová (1977, str. 104-106) uvádí, že nízkou úroveň naší poválečné žurnalistické fotografie poněkud pozvedl až počátek 60. let 20. století, který poskytl „prostor pro autorskou výpověď o společnosti a člověku v ní.“ Do té doby byl „vrcholem“ tvorby prostý, popisný záznam reality. V 70. letech byly omezené možnosti polygrafického průmyslu dalším faktorem, který způsoboval, že míra totožnosti fotografie v tisku s původní předlohou, se pohybovala na stupni přibližné podobnosti. Už v té době byla podle Lábové (1977, str. 106) otázka vzdělávání fotoreportérů nevyhovující, zaměřená jen na výchovu fotografů výtvarníků, a tím negativně ovlivňující celkovou úroveň žurnalistické fotografie u nás.

## 2.2.2 Digitální fotografie

Doposud nejrozsáhlejší transformaci fotografie od jejího vzniku způsobila patrně digitalizace. Kromě technologie fotografického procesu, hraje v digitalizaci zásadní roli zpochybnění role fotografie jako takové. Toto zpochybnění se nejvíce dotýká právě novinářské fotografie, ačkoliv právě ona z digitalizace také nejvíce těží. Pokusíme se zde objasnit, jak k tomu došlo, a v čem zpochybnění role fotografie spočívá. Láb a další (2009, str. 113-114) uvádí, že první komerčně prodávaný digitální fotoaparát vyvinula firma Sony již v roce 1981.<sup>64</sup> Byl ale spíše technickou kuriozitou a nebyl zdaleka schopen nahradit klasický analogový. Když však začíná být ve druhé polovině 90. let 20. století internet a osobní počítače dostupné široké veřejnosti, dochází k rozšíření digitální fotografie. To bylo sice nezbytné pro využití všech výhod digitální fotografie, ale současně k tomu vyvstávají problémy s množícími se případy manipulace fotografie. Právě novinářská fotografie tak přestala mít stoprocentní důvěru, a tím došlo k ohrožení fotožurnalismu. Manipulaci digitální fotografie se budeme věnovat blíže v části 3.3.1.

<sup>64</sup> Pod označením MAVICA (MAGnetic Video CAmera), měl 290kpix a výstup se zobrazoval na televizi nebo tiskl na speciální tiskárně (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 77).



Současně s vytvářením internetových zpravodajských portálů začalo být problematické jejich financování, protože provozování internetové verze přinášelo zvýšené náklady, které byly nad rámec běžné redakce. Současně se hledaly cesty, jak snížit náklady, protože financovat tištěnou verzi a navíc internetovou, která unese (a hlavně vyžaduje) obrovské množství obrazového materiálu, je velmi nákladné. V Americe vznikala i nezávislá internetová média, avšak za cenu poměrně vysokých investic,<sup>65</sup> které se nevracely často ani za předpokladu výborného obsahu a deníky proto krachovaly. Čermák (2009, str. 31) uvádí, že v České republice je většina internetových firem poměrně zdravých,<sup>66</sup> protože se musely spoléhat na vlastní reálné příjmy.<sup>67</sup> Postupem času však dochází k zeštíhlování redakcí, čemuž se nevyhnou ani fotoreportéři. Tím, jak se veřejnost i samotní fotoreportéři staví k možnému zániku profese fotoreportéra, se budeme zabývat mimo jiné i v explorační studii (viz kapitola 4).

Přes to byly a stále jsou do internetu vkládány značné naděje nejen žurnalisty, ale i celou veřejností, protože internet je prostředek těžko ovladatelný a snadno dostupný (ČERMÁK, 2009, str. 33). „*Staré úsloví, že svoboda tisku patří každému, kdo vlastní tiskařské stroje, se v polovině devadesátých let změnilo na rčení: svoboda patří každému, kdo vlastní modem.*“ (ČERMÁK, 2009, str. 32). Po roce 2000 proto přišla skutečná proměna mediálního světa, kdy se rozvíjí participace a personalizace na internetu, tzv. občanská žurnalistika. Více o občanské žurnalistice a vlivu internetu na žurnalistiku si řekneme v části 2.3.

Fotožurnalistická praxe je nejvíce ovlivněna posledními dvěma desetiletími, která s rozvojem zpravodajských portálů přinesla také obrovské technologické změny tištěných médií. Lábová a další (2011) nazývá přechod z analogové na digitální éru „digitální revolucí“, která znamenala „*komplexní změnu, jejíž význam je obvykle srovnáván se samotným vynálezem fotografie*“. Nástupem informačních technologií

---

<sup>65</sup>Přesun mediálních firem na web s sebou přinesl problém s financováním internetových médií. I když se od počátku uvažovalo o prodeji reklamy, nebyl v té době trh dost velký. Ani dnes není prodej internetové reklamy hlavním zdrojem příjmů. Na zavedení předplatného si troufala jen velká média jako např. Wall Street Journal a potom v dost omezené míře weby nabízející finanční informace a pornografii. Některé servery musely dokonce již zavedené předplatné opustit. (ČERMÁK, 2009, str. 26).

<sup>66</sup>Média u nás většinou financovala v devadesátých letech své internetové projekty z vlastních zdrojů, a to pro to, aby nepromeškala příležitost získat podíl na trhu. (ČERMÁK, 2009, str. 21 a 31).

<sup>67</sup>Americký model vedl k vytvoření „internetové bubliny“, jež splaskla v roce 2001 krachem přeinvestovaného internetového trhu. (ČERMÁK, 2009, str. 31).

byla urychlena také digitalizace analogových fotografických archivů tištěných deníků. Digitální fotoaparáty ve spojení s novou informační komunikační technologií přinesly změnu „v profesních rutinách fotoreportérů: rychlejší proces fotografování, možnost okamžité kontroly snímků, snadná editace, postprodukce, nové způsoby přenosu snímků“ (LÁBOVÁ, a další, 2011, str. 95). V porovnání digitální fotografie a analogové fotografie, která byla omezovaná v produkci množstvím exponovaného materiálu, se dnešní způsob fotografování dá přirovnat spíše ke „snímání videa – pořídí se co největší množství snímků a selekce probíhá ex post“ (LÁB, a další, 2009, str. 114).

Digitální fotografie ale neznamenala automaticky i zkvalitnění fotografie a fotožurnalismu. Ross F. Collins<sup>68</sup> v roce 2009 napsal:

*„Pokud srovnáte fotografie publikované dnes s těmi (publikovanými) před 25 lety, často naleznete méně upřímných fotografií, méně spontaneity, méně stěžejních/významných fotografií, které zachycují lidi při práci nebo při nějaké činnosti venku. Ve skutečnosti jsou si fotografované osoby stále více a více vědomy přítomnosti fotoaparátu, podobně, jako tomu bylo před tím, než nastoupila 60tá léta, tedy období hledání naturalismu ve fotožurnalismu“<sup>69</sup> (COLLINS, 2009).*

Fotoreportáž, která se v denním tisku objevuje již spíše jen jako samotná fotografie místo celých souborů, sice dostala díky internetovým deníkům a časopisům více prostoru, ale tento prostor je více méně neomezený, což opět klade zvýšené nároky na dodávání obrazového materiálu. Podle fotografa Karla Cudlína (2010, str. 63) je fotoreportáž, tak jak ji známe z 60. let 20. století, když byla součástí obrazových týdeníků, jakým byl náš Mladý svět nebo americký Time či Life, dnes na ústupu. Dříve byly reportáže tvořeny i dvaceti fotografiemi, zatímco dnes jsou maximálně tři a ve větším množství se objevují jen na výstavách a v monografiích. Cudlín to vysvětluje ztrátou zájmu o soustředěný pohled z důvodu zrychlení doby, zaplavení obrazy všeho druhu. Virtuální prostor internetu, který zdánlivě nabízí svobodu, paradoxně způsobuje,

---

<sup>68</sup> M.A. Ross Francis Collins Ph.D. (1954) – vystudoval historii žurnalismu na Universitě v Cambridge, v současnosti působí na pozici Professor of Communication na North Dakota State University.

<sup>69</sup> „You will often find, if you compare published photography today to that to 25 years ago, many fewer candid photos, less spontaneity, fewer feature photos of people grabbed at work or doing something outside. In fact, more and more, the subject is aware of the camera, just as they were before the 1960s, the beginning of the age of the quest for naturalism in photojournalism.“ (COLLINS, 2009)

že jsou fotoreportéři nuceni dodávat redakcím daleko více materiálu, ze kterého obrazový redaktor vybere jen to podstatné (CUDLÍN, 2010, str. 64). Antonín Kratochvíl, fotograf oceněný v soutěži World Press Photo k tomu dodává, že dnešní fotožurnalismus „*v podobě okamžitého záběru a přenosu, neukazuje život. Nemá ani čas mu porozumět, ani nemá místo, kde by ho mohl ukázat v jeho složitosti. Obrázky, které vidíme v našich (tištěných) novinách, zobrazují zamrzlé okamžiky vytržené z kontextu, a vložené ve fázi výroby médií jsou pak prodávány jako pravda*“<sup>70</sup> (KRATOCHVÍL, a další, 2001).

Po roce 2010 přichází na trh nová profitechika, která má nevídané parametry,<sup>71</sup> ale současně roste produkce levných přístrojů, které může vlastnit každý. Každý redaktor může fotit a dosahovat alespoň takové technické úrovně, kterou dříve umožňovaly jen drahé profesionální fotoaparáty. Není tedy potřeba tolik fotografů, ruší se fotooddělení a hodně fotek se přebírá z fotobank a archivů a opět klesá úroveň fotožurnalismu. Ne však v oblasti technické kvality, ale v otázkách etiky, která je u fotografie komplikována její zdánlivou interpretační jednoznačností, a současně nedostatečně popsanou kodifikací její řeči. Žurnalista oceněný Pulitzerovou cenou B. D. Colen (2013), instruktor dokumentární fotografie a fotožurnalismu na univerzitě Harvard, k problematice etiky fotožurnalismu dodává: „*Nikdy nemůžeme být objektivní, ... ale musíme být spravedliví.*“<sup>72</sup> Redaktoři totiž jsou z technického hlediska schopni vytvořit použitelný záznam, který takzvaně pro daný účel stačí, ale málo kdy jsou si vědomi teorie objektivity ve vztahu k pořizování fotografií. Na profesionální fotografie jsou zároveň kladeny vyšší nároky při hodnocení působivosti fotografie. Mnohdy je redakčními grafiky požadován až reklamní efekt studiových fotografií. Dochází i k tomu, že lidé mají zkreslené představy o možnostech fotografického záznamu. Jsou ovlivněni animacemi z dokumentárních pořadů typu BBC, a ani nechápou kde je hranice toho, co ještě lze vyfotit.

---

<sup>70</sup> Překlad z originálu: „*Photojournalism—in its instant shot and transmission—doesn't show “life.” It neither has the time to understand it nor the space to display its complexity. The pictures we see in our newspapers show frozen instants taken out of context and put on a stage of the media's making, then sold as truth.*“ (KRATOCHVÍL, a další, 2001).

<sup>71</sup> Například citlivost záznamového média 100 tisíc a více ISO umožňuje fotograficky zaznamenat i takové detaily, které jsou lidskému oku již téměř neviditelné, zkreslené apod.

<sup>72</sup> Překlad originálu: “We can never be objective, for all that we have been, and all that we are, is with us every moment of our lives, shaping all of our attitudes and our vision. What we can be however, what we must be, is fair. And that idea of fairness boils down to one word – honesty, the one thing that we owe our subjects.” (COLEN, 2013)

Současný stav české novinářské fotografie komentuje Petr Josek, český fotograf, který již 13 let pracuje pro agenturu Reuters: *“Úroveň je taková, jaká je úroveň českých médií. Obecně fotografové v redakcích nedostávají příliš prostoru se autorsky vyvíjet, fotografie je v médiích upozaděná. Rovněž chybí kvalitní výuka fotožurnalismu, jelikož většina českých fotografických škol vyučuje spíše výtvarnou fotografii”* (PISACKOVA, 2012). Jak už bylo řečeno v úvodu, samostatný obor fotožurnalismu na našich vysokých školách orientujících se primárně na výuku fotografie neexistuje. Profese fotoeditora u nás dokonce vznikla až v průběhu 90. let 20. století, a ani dnes není standardní součástí každé redakce (LÁBOVÁ, 1990, str. 78). V úvodu zmiňovaná FAMU nabízí studijní obor fotografie, který však je zaměřen umělecky, tedy *„na poznání a osvojení si vědomostí v oboru jak v rovině teoretické, tak praktické, a získání vědomostí z ostatních společenských disciplín, především v oblasti umělecké“* (FAMU, 2010a). Ani studijní obor dokumentární tvorby na FAMU není pro výuku fotožurnalistiky primárně vhodný, protože jak již bylo řečeno v úvodu, je to obor zaměřující se na filmovou tvorbu a v popisu oboru dokumentární tvorba se uvádí, že *„Hranici dokumentárního nebo hraného filmu nepovažujeme za podstatnou“* (FAMU, 2010b).

Avšak právě rozeznání hranice mezi dokumentem (tedy zprostředkováním ničím nezakreslené reality) a hranou tvorbou (tedy fikcí, nebo iluzí reality) je klíčovou kompetencí žurnalisty. Jako součást výuky, kde ale jejím *„cílem není produkce studentů – profesionálních fotografů“* (LÁBOVÁ, a další, 2007, str. 143) jsou dostupné kurzy fotožurnalistiky na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, kde je vyučují PhDr. Alena Lábová, Ph.D. a Doc. Filip Láb, PhD. Podobné kurzy, které nabízejí seznámení s problematikou fotografie v prostředí žurnalistiky, u nás nabízí pro své posluchače katedra žurnalistiky Univerzity Palackého v Olomouci, a také katedra mediálních studií a žurnalistiky Masarykovy univerzity Brno. Odborníky nežurnalisty, avšak se znalostmi z oblasti komunikace a nových médií, se schopnostmi kritické reflexe současné mediální kultury se zvláštním zřetelem k informační gramotnosti připravuje ve svém učebním programu také Ústav informačních studií a knihovnictví Univerzity Karlovy (LÁBOVÁ, a další, 2007, str. 145).

Tento stav potvrdil také Aleš Kuneš,<sup>73</sup> český fotograf, pedagog, publicista a kurátor: „*Je to skutečně tak i se jmenovanými. Samosebou je to i otázka opravdu tvrdého prostředí v uzounkém prostoru zemičky, kde se udržet ve stavu uživení se tímto řemeslem není žádná sranda. Navíc pro tablety a internet vůbec jsou fotografové čím dál víc tlačeni ke krátkým videoklipům.*“ (KUNEŠ, 2013). I ve světě se neustále uvažuje o tom, jaká forma fotožurnalismu bude nejlepší. Podmínkou úspěchu je zapojení publika, a podle představitelů univerzity Harvard se stále více situace přiklání k multimediální prezentaci a k výrobě něčeho, co připomíná spíše krátké video (LUDTKE, 2012). Tento styl je označován jako tzv. „flipbook“. Jde o multimediální prezentaci, která předvádí celé sekvence fotografických záběrů jako vizuální animovaný příběh simulující pohyb, který ukazuje širší souvislosti.<sup>74</sup> Velkou nevýhodou takové multimediální tvorby ovšem stále zůstává potřeba zařízení, které zhlédnutí obsahu umožní. Také ze studie Aleny Lábové (2009, str. 306), která se věnovala změnám v práci českých fotožurnalistů v souvislosti s nástupem digitalizace vyplývá, že podle názoru některých oslovených fotografů, fotožurnalista „*Jako samostatná profese prakticky zanikne, nahradí ji kameramani, případně fotící novináři*“ (Hradílek).“

V současnosti se stále více prosazuje také u profesionálních fotožurnalistů fotografování přístroji, které k tomu nejsou primárně určeny, kde záznam obrazu je pouze doplňkovou funkcí. Jsou to zejména mobilní telefony, tzv. iPhony, které mají vyšší rozlišení, než bylo donedávna požadavkem některých prestižních obrazových časopisů.<sup>75</sup> Miniaturizace umožňuje to, co fotograf zažíval v době fotoaparátů značky Leica, kdy nastoupily menší kinofilmové přístroje i za cenu nižší citlivosti filmu. Fotograf nevyvolává pozornost, je nenápadný, protože s „mobilem“ dnes fotí každý, je to ukázka využití technologie. V roce 2011 udělila porota Czech Press Photo vůbec poprvé v historii cenu snímkům pořízeným mobilním telefonem, čímž de facto uznala, že fotografie pořízené mobilním telefonem (přinejmenším iPhonem) splňují požadovaná technická kritéria, kladená na žurnalistickou fotografii. V rozhovoru s hlavním vítězem

---

<sup>73</sup> Aleš Kuneš (1954), vystudoval FAMU, katedru umělecké fotografie u prof. Jána Šmoka. V současnosti působí jako pedagog na Institut tvůrčí fotografie Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě, člen PHP a Asociace novinářů. (KUNEŠ, 2005)

<sup>74</sup> Příkladem může být digitální animace ve stylu flipbook od fotografa Ed Kashi, který takto prezentoval irácký Kurdistan. Ukázku je možno zhlédnout na internetových stránkách: <http://mediastorm.com/publication/iraqi-kurdistan>.

<sup>75</sup> Například interní doporučení časopisu National Geographic Magazine z roku 2005 uvádí požadavky na technickou kvalitu fotografií a za nejnižší rozlišení je považováno 6 megapixelů (pozn. autora).

Czech Press Photo za rok 2010 Martinem Bandžákem, který byl oceněn i v letech 2011 a 2012, a to právě za své reportáže pořízené telefonem iPhone, hovořil fotograf týdeníku Reflex Tomáš Tesař (2011a) o tom, že „*iPhone, zejména s aplikací Hipstamatic, použila ve své práci už řada profesionálních fotografů i slavní světoví fotožurnalisté.*“ Jedním z nich je například Michael Christopher Brown, který pro časopis Time fotografoval válku v Libyi. Bandžák k tomu dodává, že „*iPhone používají ale třeba i Balasz Gardi a Ron Haviv. Nedávno jsem mluvil s Johnem Vinkem z agentury Magnum a ten třeba tvrdí, že je to jen otázka času, kdy nás bude telefonem fotit spousta.*“ Bandžák se nedomnívá, že by fotografování mobilním telefonem byl nějaký nový žánr, který by bylo nutné vyčlenit jako zvláštní kategorii. Spíše se jedná o styl. „*Nutí vás to jít ještě blíž k objektu a hledat a všímat si jiných věcí kolem vás. Dovoluje vám to fotografovat skoro pořád. Přece jen, s telefonem v ruce vás lidé kolem nepovažují přímo za fotografa. Když mě nedávno honili tajní policisté při fotografování v jižním Súdánu, myslím, že mi velmi pomohlo, že jsem fotil právě „jen“ iPhonem a fotografie nakonec nemusel smazat.*“ (TESAŘ, 2011a).

Mobilní telefon iPhone používá k občasnému fotografování od prosince 2011 například i český fotoreportér Jan Šibík<sup>76</sup> (TESAŘ, 2011b). Při hledání dalších informací o tomto fenoménu dojdeme k překvapivým zjištěním. Na iPhone lze pořídit mnoho externích zařízení, která umožňují například pohodlnější držení a používání klasické spouště, nebo výměnné objektivy ať už širokoúhlé nebo teleobjektivy. Z publikací věnujících se tomuto tématu existuje pravděpodobně jediná kniha na našem trhu, která se fotografování mobilním telefonem zabývá. Jmenuje se *Fotíme mobilem*, a vyšla již v roce 2005. Jejím autorem je Oleg Homola, který působí jako porotce fotožurnalistické soutěže Czech Press Photo.

Digitalizace ukončila další etapu ve vývoji fotografie. Zpráva z 19. ledna 2012 se zmiňuje o tom, že společnost, která existuje už 131 let „*Slavný výrobce filmů Kodak prohrál svůj boj s nástupem digitální fotografie. Ve čtvrtek ráno požádal o ochranu proti věřitelům, což de facto znamená bankrot...*“ (Novinky.cz, 2012). Ačkoli tato firma byla první, která vyrobila prototyp digitálního fotoaparátu a to již v roce 1975 (PHOTOVIDEOi, 2005, str. 9), tuto rychlou, z pohledu vývoje lze říci, až překotnou

---

<sup>76</sup> Jan Šibík (1963), český fotoreportér, v současnosti vedoucí fotooddělení časopisu Reflex. Fotografuje zejména místa válečných konfliktů a živelných katastrof, organizuje humanitární akce (ŠIBÍK, 2001).

změnu z analogové na digitální technologii nezvládla. V současnosti se firma Kodak snaží prosadit nabídkou nástrojů, jejichž pomocí lze využít právě možnosti fotografování mobilními telefony.

### 2.3 Internet: sociální a občanská žurnalistika

Jak uvádí Láb a Lábová (2009, str. 121) internet otevřel nové, rychlejší a dostupnější distribuční kanály. Díky propracovanému personalizovanému uživatelskému prostředí internetu, které již plánovaně počítá s participací čtenářů na obsahu, je tento prostor kromě profesionálů náhle také přístupný fotografiím široké veřejnosti, která tak ohrožuje pevnou pozici redakčních fotografů. Fotobanky se plnily tisíci nových fotografií a fotografií pro internetové použití bylo k dispozici takové množství, že to způsobilo pokles jejich ceny, ale zároveň to znamená, že se profesionální fotografové touto prací těžko uживí. Čtenáři participující na obsahu novin a časopisů jsou ochotni dodávat fotografie zdarma nebo velice levně, čemuž profesionální fotografové nemohou konkurovat. Lábová (2010, str. 61) je nazývá „civilní fotožurnalisté“. Jsou to lidé, kteří vyfotografují, či zaznamenají mobilním telefonem událost, u které se náhodou vyskytli, *„a svými amatérskými záběry mizerné technické kvality pilně zásobují redakce“*. Zároveň obrovské množství snímků, které nikdo netřídí, vytváří *„vizuální smršť, která denně zahrnuje diváka stovkami záběrů“* (LÁBOVÁ, 2010, str. 61). V současnosti celou českou mediální scénu silně negativně ovlivňuje nedostatek financí. Zeštíhlování tradičních redakcí tištěných médií je dennodenním jevem a dotýká se i velmi kvalitních profesionálních žurnalistů a fotožurnalistů. Také podle Neffa *„tištěná média zřejmě zaniknou v konkurenci s internetem, kde záleží víc na rychlosti umístění fotky na web než na její kvalitě“* (LÁBOVÁ, 2009, str. 306).

Na tomto stavu se odrážejí v podstatě protichůdné tendence. Ukažme si tedy jeden z možných scénářů vývoje:

Na jednu stranu zde máme převis informační nabídky. Informací a fotografií je prostřednictvím internetu téměř neomezené množství, jsou dostupné kdykoliv a bezplatně. Tento trend vede k poklesu poptávky po tištěných médiích, přestává o ně být zájem, redakce těchto médií přicházejí o zdroje financování. V rámci úspor se propouští zaměstnanci, a nakupují se jen agenturní informace a fotografie v rámci

měsíčních paušálů. Aby se ušetřilo, nekupuje se nic navíc. Mediální obsah je tak de facto redukován gatekeepingem agentury. Tím zároveň klesá pravděpodobnost, že veřejnost bude informována o něčem jiném, co by pro ni mohlo být potenciálně důležité. Na vytváření alternativních žurnalistických obsahů není dostatek financí. Návštěvnost a čtenost elektronických médií je sice stále oblíbenější, ale problémem zůstává jejich financování. Distribuce placeného obsahu k čtenářům není problém, ale není o něj doposud více méně zájem, protože informací je jinde na internetu stále nadbytek. Internet vůbec působí obecně dojmem, že informace, které zprostředkovává, by měly být zdarma. Ani inzerenti nejsou ochotni za reklamu na internetu platit a prodává se levně. Výnosy z prodeje reklamy na internetu proto nejsou tak velké, aby uživily redakci, která by potom mohla poskytovat něco víc, než jen agenturní zpravodajství. Není to tedy jen otázka zániku mnoha pracovních pozic, ale také otázka omezování informační nabídky. Přestože je společnost zahlcená informacemi, nedostanou se k ní ty, které by stály za povšimnutí. Ty, které by poukazovaly na stav společnosti, na ty aspekty, které mohou mít negativní dopad na fungování společnosti. Aby se tento trend nestal standardem, musí mít společnost zájem situaci změnit. Je však otázkou, zda právě taková budoucnost, která zdánlivě demokraticky nabízí nepřeborné množství informací, ale omezuje ty informace, které mají rozhodující vliv na fungování společnosti, není součástí záměru vlastníků mediálních institucí a dalších skupin usilujících o moc ve společnosti.

Jak je to tedy se schopností společnosti šířit informace jinak než prostřednictvím mediálních institucí? Jak bylo řečeno výše, ve většině zemí se může za novináře označit každý. Novinářské povolání není v řadě zemí chráněno, protože právo na svobodu slova, jako jedno ze základních lidských práv, vychází z koncepce, která „*deklaruje, že každý má právo svobodně vyjadřovat a šířit své názory slovem, písmem a obrazem, a že novinářská práce a její výsledky jsou naplněním tohoto práva*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 79).

Současná západní společnost, pod vlivem internetu a masového šíření informací, hovoří velmi často o tzv. svobodě projevu. Co tedy lze z právního hlediska považovat za „projev“? To do jisté míry vymezuje ústava a mezinárodní smlouvy, které poskytují základní vodítka. V evropském pojetí se hovoří například „*o názorech, informacích a myšlenkách, stejně jako o jejich ‚obousměrné‘ garanci, tedy o právu ‚zastávat‘ a*



*„rozšiřovat“, tak o právu „přijímat““, nebo také o „právu svobodně rozšiřovat své názory slovem, písmem a obrazem“ (BARTOŇ, 2010, str. 40).<sup>77</sup>*

Svobodně tedy rozšiřujeme své názory slovem, písmem a obrazem. Šíříme informace a to zejména v současné době prostřednictvím internetu, který k tomu poskytuje ideální podmínky. Jakou hodnotu má dnes informace v prostředí internetu? Výzkumné centrum Pew se v rámci projektu Excellence in Journalism zabývalo on-line žurnalistikou a jedním z cílů bylo porozumění participaci konzumentů zpráv. V prezentaci *Online News and Information: Portable, Participatory and Personalized* shrnuje Kristen Purcell (2010) výsledky výzkumu z roku 2010:

- Dříve byly informace vzácné, drahé, institucionalizované a designované pro konzumaci. Dnes jsou informace hojné, levné, personalizované a designované pro participaci.
- Hranice mezi pojmem „zpráva“ a „informace“ se rozostřuje.
- Informace je "free", "na dosah ruky", je k dispozici když ji chci a z různých zdrojů.
- Objem informací roste: 70% dospělých říká, že jsou zahlceni objemem zpráv informací, které jsou dnes dostupné.

Jiráček a Köpplová (2009, str. 81), v souvislosti s rozvojem síťových médií (sociální sítě typu twitter, facebook) a možnostmi přímé komunikace („chytré“ mobilní telefony s připojením na internet), upozorňují, že někteří autoři *„otevřeně hovoří o tom, že žurnalistika je na konci svého historického vývoje“*. Při tom vyjmenovávají podstatné rysy tohoto vývoje:

- Existence komunikačních sítí.
- Technologické změny jsou impulzem k rozšíření možností novinářského projevu a forem žurnalistiky.
- Možnosti zpravodajství se rozšiřují na všechny uživatele sítí.
- Politická a společenská role žurnalistiky při formování živé veřejné sféry je nezastupitelná a její důležitost akcentuje.
- Poslání žurnalistiky je popíráno podmaněním novinářské produkce

---

<sup>77</sup> „Absolutní pojetí svobody slova však nelze nikdy uplatňovat zcela do důsledků...“ (BARTOŇ, 2010, str. 38).

marketingovými postupy (manipulace médií a potažmo žurnalistikou politickými a ekonomickými elitami, zájmovými skupinami, státním aparátem apod.).

- Žurnalistika je fakticky zbavována svého postavení a svého smyslu.

Někteří současní fotografové se také obávají, že tyto charakteristiky ve spojitosti s možnostmi personalizované komunikace a přenosu informací všeho druhu, včetně participace na obsahu internetových masových médií, vážně ohrožují kvalitu publikovaných fotografií a také existenci mnoha profesionálních fotoreportérů. Dále se zaměříme na to, zda participace čtenářů na obsahu produkovaném mediálními institucemi může ohrozit kvalitu zpravodajství a publicistiky (zda je to skutečně konec žurnalistiky), na případné důsledky pro budoucnost fotožurnalistiky.

### **Participace a personalizace**

Když internetový vyhledávač GOOGLE koupil v roce 2003 fungující službu Blogger, byla tím odstartována zásadní změna mediálního světa, která se vyznačuje personalizací a participací (ČERMÁK, 2009, str. 34). Personalizace umožňuje uživatelům internetu průběžně v reálném čase přizpůsobovat webový obsah jejich zájmům a vkusu nastavením osobního profilu zabudovaným počítačovým algoritmem, který automaticky vyhodnocuje obsah podle vysledovaných preferencí uživatele. Participace zároveň uživatelům umožňuje podílet se na vytváření obsahu a to z počátku právě publikováním textů a později i fotografií na blogu. V roce 2009 měla své blogy i česká média jako je např. Respekt, iDnes.cz nebo Deník.cz, a dle názoru odborníků využívala příspěvky z blogů v oboustranné symbióze (ČERMÁK, 2009, str. 36).

Blogy jsou přirovnávány k osobním deníčkům a politickým pamfletům, ale blogovací systémy jsou pro veřejnost lákavý koncept, který lidem umožňuje bez technických znalostí jednoduše a rychle vyjádřit svůj názor. Díky tomu mohou diskutovat o významných událostech, které někdy bývají právě na blogu zveřejněny ještě dříve, než na zpravodajských serverech (ČERMÁK, 2009, str. 36). Pro médium je blog zpětnou vazbou k ověření informací, názorů i zdrojem námětů nebo originálního a často zajímavého obsahu získaného bezplatně a bezpracně (ČERMÁK, 2009, str. 37 a 38). I když blogy nenaplnily očekávání ani svých největších propagátorů, protože se většinou podobají bulvární žurnalistice, jsou standardní součástí dnešní koncepce komplexního

mediálního prostředí, které publikuje nejen text, ale i fotografie, videozáznamy, hudební nahrávky apod. Jsou vytvářeny komunity v podobě sociálních sítí, které jsou zase pro média potenciálním publikem a jejich tvorba je označována termínem „*user created content*“ (ČERMÁK, 2009, str. 40).<sup>78</sup>

### Informační gramotnost

S nebyvalým rozšířením informačních komunikačních technologií (ICT) od počátku 21. století, které umožňují bezprostřední šíření informací všeho druhu, včetně obrazových (viz výzkum PEW výše o využívání mobilních telefonů k fotografování a sdílení fotografií na internetu), vzrostla také potřeba vzdělávání veřejnosti v této oblasti, tedy v oblasti tzv. „informační gramotnosti“. Informační gramotnost zahrnuje schopnosti a dovednosti jako jsou například schopnost identifikace hledaných informací, jejich získávání, využívání, zhodnocení, zpracování, dále také zprostředkování informací druhým lidem prostřednictvím různých technologií a taktéž posouzení morálních a právních aspektů, které se ke všem těmto činnostem pojí.<sup>79</sup> Všechny jmenované schopnosti a dovednosti souhrnně nazývané informační gramotnost jsou zároveň nezbytnou součástí kvalitní žurnalistiky a při tak masivní možnosti zveřejňovat svá vlastní díla prostřednictvím ICT je otázkou, nakolik je veřejnost schopna se na vytváření žurnalistických obsahů podílet. Odborná komise pro informační vzdělávání a informační gramotnost na vysokých školách v české republice uvádí hypotézu, podle níž je informačně gramotný ten student, který „*dosahuje alespoň 70 procentních bodů ve všech složkách IG*“ (LANDOVÁ, 2010).

Tabulka 1, GEPARD - Oblasti sledování dovedností a schopností práce s informacemi

Informační oblast:	Odpovídá na otázku:
Vyhledávání	Potřebuji v této situaci informace? Umím si informace najít?
Hodnocení	Posoudím jak hodnotné, resp. důvěryhodné informace jsem našel?
Zpracování	Umím pracovat s informacemi v různém formátu?
Interpretace	Porozumím nalezeným informacím?
Komunikace, sdílení	Umím informace sdílet různými prostředky – e-mail, chat, sociální sítě, paměťová média...?
Prezentace	Budu informace prezentovat efektivně a srozumitelně?
Bezpečnost	Vyhnu se rizikům a ohrožení sebe sama nebo ostatních?
Etika práce	Vím, jaká právní či morální pravidla souvisí s prací s informacemi?

Zdroj: (Scio, 2011)

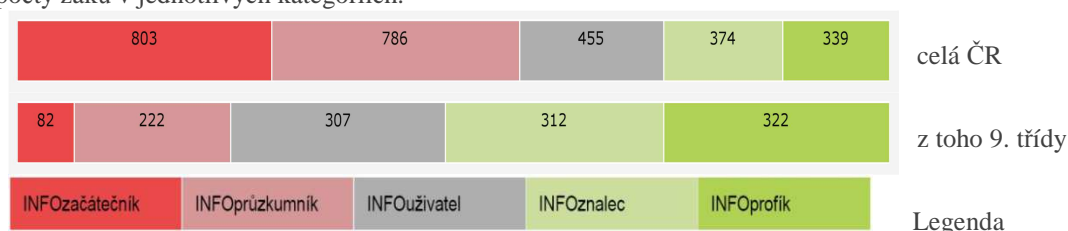
<sup>78</sup> Aby byla zajištěna kultivovanost a vkusnost příspěvků, jeví se jako nejefektivnější omezit přístup povinnou registrací s požadavkem vystoupení blogera z anonymity. S tímto požadavkem přišel například blog.iDNES.cz, který od listopadu 2012 neumožňuje diskutovat pod přezdívkami.

<sup>79</sup> Odborná komise pro informační vzdělávání a informační gramotnost na vysokých školách uvádí několik definic pojmu informační gramotnost.

Protože projekty hodnotící úroveň informační gramotnosti se nezaměřují primárně na obraz a potažmo fotografie, budeme vycházet z výsledků obecného pojmání informační gramotnosti jakým je například projekt Gepar - Evaluace informační gramotnosti GEPARD. GEPARD je projekt plošného testování žáků 5. a 9. tříd základních škol nebo odpovídajících ročníků víceletých gymnázií, a je zaměřený na oblast práce s informacemi za použití informačních komunikačních technologií (Scio, 2011). V testech jsou sledovány dovednosti a schopnosti (s náročností přiměřenou věkové kategorii) pracovat s informacemi v následujících oblastech, (viz Tabulka 1):

Výsledky testování během pilotáže ve dnech 15.10.2012 - 31.10.2012, které se v rámci celé ČR účastnilo 2757 žáků ukazují, že téměř 30 % zúčastněných s většinou informací, které mohou nalézt prostřednictvím ICT, pracovat neumí (viz Tabulka 2). Musíme však vzít v úvahu, že tato skupina zahrnuje žáky jak 9. tak 5. tříd základních škol.

Tabulka 2 – Výsledky testu informační gramotnosti projektu GEPARD v rámci celé ČR. Čísla označují počty žáků v jednotlivých kategoriích.



Zdroj: (Scio, 2011)

Při porovnání výsledků lze pozorovat, že se zvyšujícím se věkem se nízká kompetence práce s informacemi výrazně zlepšuje. Žáci 9. tříd, kterých se v projektu v rámci celé ČR zúčastnilo 1245, již dosahují lepších výsledků v informační gramotnosti, s 50 % podílem těch, kteří mají o informačních zdrojích dobrý a slušný přehled. Stále je zde však skupina 7 % žáků, s velmi špatnou informační gramotností (viz Tabulka 2).

Tento stav potvrzují i výsledky průzkumu v rámci kampaně Evropský týden IT dovedností. Probíhal ve dnech 1. 3. 2012 – 30. 4. 2012, a zúčastnilo se ho celkem 30120 osob, kde průměrný věk testovaných byl 18,8 let.<sup>80</sup> Testování se zaměřilo mimo jiné na

<sup>80</sup> Evropský týden IT dovedností 2012/ e-Skills Week 2012 – na podporu IT dovedností. Test řešilo 30120 osob, z toho 59,2 % žáků středních škol, 22,1 % žáků základních škol, zbylých 18,7 % řešitelů byli vysokoškoláci a dospělí. Nejvíce zastoupené věkové skupiny: 15 až 16 let (9786 testovaných) a 17 až 18 let (9779 testovaných) (eSKILLS, 2012).

hodnocení znalostí a schopností v ICT gramotnosti, bezpečnosti a etice práce s informacemi, při čemž průměrná úspěšnost v testu byla 49,7 % zodpovězených otázek (eSKILLS, 2012). Z provedeného průzkumu dále vyplývá, že nejčastěji využívají internet žáci a studenti pro sociální sítě (66,4%) a galerie obrázků (25,5 %), dále pak pro diskusní fóra (17%), a „*Nejvíce času tráví úpravou blogových nebo wiki příspěvků (78,3% respondentů uvedlo, že touto činností tráví 10 – 20 hodin týdně)*“ (eSKILLS, 2012).

Za dobrou zprávu v této souvislosti můžeme považovat informaci, že zúčastnění „*nejlépe zvládli otázky týkající se bezpečnosti a etiky online (nejúspěšnější byla otázka týkající se pravidel zveřejňování informací na internetu)*“ (eSKILLS, 2012).

Otázka úrovně informační gramotnosti ve společnosti je při tak rozsáhlých možnostech participace na mediálním obsahu, kdy konzumenti spoluurčují obsah mediálního produktu, v dnešní době aktuální. Avšak nesmíme zapomínat, že je to trend, který se zatím stále vyvíjí. Je potřeba zjistit, jaký je skutečný podíl čtenářů na mediálním obsahu v internetu a jakým způsobem lidé informace konzumují, tedy zda mohou být tradiční média vytlačena z pozice hlavního dodavatele informací veřejnosti. Nepříliš velká úroveň informační gramotnosti společně s téměř neomezenými možnostmi participace (tzv. občanská žurnalistika) nemusí nutně znamenat zároveň přímou úměru s masivním nárůstem nekvalitní žurnalistiky, jak by se na první pohled mohlo zdát. Rozhodující zde bude, pro jak velké procento obyvatelstva je participace na žurnalistických obsazích přitažlivá, a kdo je typickým participátorem.

### **News participátor**

Jak už bylo řečeno, získávání, zpracování a předávání informací dalším osobám je typickou náplní žurnalistiky. Informační komunikační technologie (ICT) však umožňují velmi snadné předávání psaných i obrazových informací také široké veřejnosti, která se tak podílí na vytváření zpravodajských obsahů. To jsou potom tzv. „news participátoři“. Jak dostupnost ICT mění způsob, jakým se spotřebitelé a producenti zpravodajství na internetu chovají, bylo předmětem výzkumu projektu Internet Pew Research centra, jehož výsledky byly představeny na konferenci SoCon11 (citizen journalism konference 2011). Ředitel projektu Lee Raine (2011) ve výzkumné zprávě Pew uvádí, že v internetové síti existuje velký sociální tlak na individualismus, což způsobuje na

pracovištitích a v dalších sociálních strukturách vzestup meritokracie (vlády skupiny nejschopnějších odborníků).<sup>81</sup> Z výzkumu provedeného v roce 2010 dále vyplývá, že během normálního, typického dne 59 % dospělých získává zprávy on-line, plus k tomu alespoň z jednoho off-line zdroje. Ze všech uživatelů internetu<sup>82</sup> byli sami tvůrci obsahů dvě třetiny dospělých a 80 % dětí. Majitelé mobilních telefonů je ze 76 % používají také k fotografování a přibližně 50 % uživatelů internetu sdílí (kromě jiných obsahů) také fotografie (RAINE, 2011).

Závěrečná zpráva amerického výzkumného centra Pew Research Center z roku 2010 také ukazuje, že „37 % uživatelů internetu se podílelo na vytvoření novinové zprávy, komentovalo ji, nebo ji šířilo prostřednictvím příspěvků na sociálních sítích jako je Facebook nebo Twitter“<sup>83</sup> (PURCELL, a další, 2010, str. 2). Takový uživatel je nazýván „news participátor“. Výzkum uvádí, že „News participátoři jsou informační všežravci a technofilové,“<sup>84</sup> preferují média umožňující sociální kontakt a 26 % z nich jsou bloggeři. (PURCELL, a další, 2010, str. 45). Zatímco z výzkumu Pew z roku 2006 vyplývá, že 8 % všech uživatelů internetu v USA mělo svůj blog a 39 % blogy četlo (LENHART, a další, 2006, str. 2), ze zprávy z roku 2010 můžeme vyvodit, že necelých 10 % všech uživatelů internetu v USA v roce 2010 bylo zároveň aktivním news participátorem i bloggerem. Typický online news participátor byl tehdy 36 letý vysokoškolák, běloch, politicky uprostřed (ani vlevo, ani vpravo) a nezávislý, zaměstnán na plný úvazek a jeho roční příjem byl 50 tisíc amerických dolarů (v přepočtu cca 950 tisíc Kč) nebo více<sup>85</sup> (PURCELL, a další, 2010, str. 45).

---

<sup>81</sup> Internet dále způsobuje například růst osobní nezávislosti a vlastního zastupování, zvyšování osobní odpovědnosti za řízení vlastního života (např. penzijní a zdravotní pojištění), mobilitu a rozšíření spotřebitelských možností, převyšuje vliv nezávislých v politice, a velké množství věřících změnilo svou náboženskou příslušnost. (RAINE, 2011).

<sup>82</sup> 79 % všech dospělých (nad 18 let) a 93 % dětí (12 – 17 let)

<sup>83</sup> Překlad z originálu: „Participatory: 37% of internet users have contributed to the creation of news, commented about it, or disseminated it via postings on social media sites like Facebook or Twitter“ (PURCELL, a další, 2010 str. 2)

<sup>84</sup> Překlad z originálu: „News participators are information omnivores and technophiles. They stand out from the pack in the same way as those who have set up their cell phones to be “on alert.” In fact, among news participators, 19% have news alerts sent to their cell phones. News participators are fond of social media: 76% of news participators use social networking sites; 34% of news participators use Twitter, and 26% of news participators are bloggers. The average participator uses 4-6 media platforms on a typical day; seeks out nine or more news topics online; and surfs 3-5 different kinds of news websites on a typical day.“ (PURCELL, a další, 2010, str. 45).

<sup>85</sup> Parafraze z originálu: „The typical online news participator is white, 36 years-old, politically moderate and Independent, employed full-time with a college degree and an annual income of \$50,000 or more“ (PURCELL, a další, 2010, str. 45).

Typickým zpravodajským portálem, který využívá činnosti bloggerů je internetový portál Huffington Post (označovaný často za bůlvární), který v roce 2011 čelil mnohamilionové žalobě kvůli kompenzacím za příspěvky tisíců blogerů. Ačkoli se blogeři cítili poškozeni, žaloba byla zamítnuta a soud rozhodl, že blogeři Huffington Postu nabídli své služby zdarma, nikdy se nepředpokládalo, že by byli placeni, a jejich odměnou tedy bylo zveřejnění jejich díla (STEMPEL, 2012). Jakkoli by se mohlo zdát, že tento model internetové žurnalistiky je čtenářsky úspěšný a může mít velký vliv na vnímání zpravodajství veřejností, z výzkumu PEW vyplývá, že pouhých 9 % Američanů nad 18 let<sup>86</sup> získává informace ze zdroje jako je právě zmiňovaný Huffington Post (Survey Research Associates International Princeton, 2010).

### **Co je to Citizen Journalism?**

Výraz Citizen Journalism je anglickým označením pro občanskou žurnalistiku (OŽ), tedy modelem participace čtenářů na obsahu žurnalistických sděleních. S oběma výrazy se můžeme setkat v posledních několika letech při sledování diskusí odborníků i laiků. Obě dvě skupiny si však náplň OŽ představují poněkud odlišně.

Jaká je laická představa? To lze ilustrovat na příkladu iniciativy, která deklaruje, že vznikla na podporu občanské žurnalistiky na internetových stránkách Odhaleni.info. Tento web je zdarma provozován prostřednictvím celosvětově rozšířeného internetového blogovacího systému WordPress, o kterém se jinde na internetu můžeme dočíst, že má být financován charitativní organizací WordPress Foundation a jedním ze zakládajících vývojářů WordPress je Matt Mullenweg<sup>87</sup>. Web Odhaleni.info ale žádné informace o provozovateli, či nějakých podmínkách publikování neuvádí a stát se „novinářem“ může podle jeho autorů každý. K registraci zde komukoli stačí uvést jen libovolně zvolené uživatelské jméno a emailovou adresu. „*Heslo vám bude automaticky zasláno emailem.*“ (Odhaleni.info, 2013). Práce novináře OŽ je potom interpretována takto: „*Nadáváte na novináře? Ukažte všem, jak má vypadat dobrý, čtivý, pravdivý a vyvážený článek. Zapojte se a začněte publikovat jako autor na webu... [...] možnost*

---

<sup>86</sup> Výpočet proveden na základě vyhodnocení odpovědí z průzkumu PEW na otázku: „*On a typical day, do you get news and information from a website that offers a mix of news and commentary, such as the Drudge Report or Huffington Post?*“ Ano odpovědělo 17% dotázaných, kteří jsou zároveň uživateli internetu (75 %) a zároveň získávají zpravodajství online (71 %) (Survey Research Associates International Princeton, 2010).

<sup>87</sup> Časopis Forbes uvádí: „*Matt Mullenweg, the founding developer of WordPress... [...] WordPress makes it incredibly simple to create and publish content... It is open-source software... Forbes used WordPress as part of a much larger content management system...*“ (DVORKIN, 2012).

*realizovat se... [...] prostor pro Vaše názory, postřehy, pro Vaši tvorbu. [...] můžete publikovat Vaše poznatky a informace, které jste se Vy dozvěděli ale veřejnost o nich zatím neví a nebo jí jsou předkládány v zkrácené podobě.“ (Odhaleni.info, 2013).*

Tento příklad pojetí občanské žurnalistiky ale postrádá ten prvek, který zvyšuje pravděpodobnost širšího zásahu publika, tak jak je to typické pro klasická média. Tím nedostatkem je neexistence napojení na mediální společnost, která by příspěvkům bloggerů propůjčovala status oficiálnosti a věrohodnosti a v konečném důsledku se ani nejedná o skutečnou participaci. Podobná aktivita však nemusí být úplně zbytečná, jak uvidíme dále.

Javůrek (2006 str. 147) uvádí, že ideou webů, které se přímo zaměřily na amatérské zpravodajství, je teze amerického novináře Dana Gillmora „Čtenáři vědí víc než já.“ Vychází z toho, že „*Sebelepší žurnalista disponuje jen omezeným časem*“ a znalostmi (JAVŮREK, 2006, str. 148). To znamená, že pokud se jedná o informování o nějaké události, mohou čtenáři dodat více informací v krátkém čase, a pokud se jedná o informování ohledně nějaké problematiky, může být čtenář užitečný se svými znalostmi, jako odborník na danou problematiku. Javůrek (2006, str. 148) dodává, že amaterizace žurnalistiky není nový jev, ale díky ICT je možné s amatéry pracovat systematictěji.

Tématu občanské žurnalistiky se také věnuje Procházková (2008), jejíž závěry byly publikovány v příručce, která vznikla jako výstup vzdělávacího programu zaměřeného na práci s participujícími čtenáři v regionálních a lokálních médiích.<sup>88</sup> Procházková v rámci semináře s názvem Citizen Journalism uvádí pozitivní i negativní vlivy participace veřejnosti na obsahu médií. Občanská žurnalistika je zde zvažována jako součást existujících profesionálních tištěných i elektronických mediálních společností. Cílem interakce s čtenáři je oslovení stávajících čtenářů i nových cílových skupin a dosažení jejich větší identifikace s konkrétním médiem, což přináší ekonomické výhody pro vydavatele, přísun nových témat a výhody zpětné vazby.

---

<sup>88</sup>Lokální média nově, vzdělávací program pořádaný občanským sdružením Hermes v rámci projektu Rušný přístav. Program byl určený cílové skupině zaměstnavatelů v mediální oblasti a příbuzných oborech. Probíhal formou e-learningu a pracovních workshopů, materiály jsou stále k dispozici za stránkách <http://rusnypristav.cz/media.html>.



Procházková však zdůrazňuje častou kritiku odborné veřejnosti a uvádí tyto problematické oblasti (PROCHÁZKOVÁ, 2008):

- Věrohodnost a relevantnost informací je ohrožena - nevyřešená anonymita přispěvatelů (blogy, diskuse apod.), problematická kontrola obsahu příspěvků.
- Právní a etické aspekty - přispěvatelé často nemají novinářské vzdělání, ani právní minimum znalostí o ochraně osobnosti či autorských právech a povědomí o etice žurnalistické profese.
- Překročení hranice mezi žurnalistikou a PR, vyřizování účtů.
- Finanční otázka:
  - levně získané informace od čtenářů-reportérů, při současné snaze zachránit snížování nákladu, vedou vydavatele k propouštění profesionálních novinářů z redakčních týmů,
  - vidina vydělání peněz hrozí tím, že:
    - čtenáři reportéři pracují jako soukromí paparazzi a často mohou mít nerealizovatelné nároky na redakci,
    - v situacích ohrožení života přispěvatelé svou pozornost věnují např. pořízení fotografií místo poskytnutí první pomoci zraněným, nebo svou přítomností brání práci záchranářů.

Jak tedy posoudit přínos participace čtenářů a občanské žurnalistiky? Javůrek (2006, str. 149) uvádí tři příklady, kde byla participace čtenářů v rámci občanské žurnalistiky pro společnost přínosná. Prvním příkladem je vliv tzv. weblogů v rámci kauzy amerického senátora Trenta Lotta, který v roce 2002 řekl, že by bylo lepší, kdyby prezidentské volby v roce 1948 vyhrál Storm Thurmond, jež ve své době prosazoval rasovou segregaci. Lottův výrok zaznamenala některé média, ale toto téma by bylo brzo zapomenuto, nebýt právě aktivity weblogů. Ta jej udržela při životě, což přimělo tradiční média, aby se k němu vrátila. Rozruch, který byl tradičními médii následně vyvolán, vedl Lotta až k rezignaci na post vůdce senátní většiny. Druhý příklad je podobný, ale jedná se o přímé převzetí případu tradičními médii od bloggerské komunity. Ta odhalila zfalšování dokumentu, který měl být hlavním argumentem kritiky v reportáži televizní stanice CBS o působení G. W. Bushe u Národní gardy v sedmdesátých letech. Třetí ukázkou je převzetí informací nebo fotografií od nenovinářského zdroje, který je přítomen v místě neštěstí, jako jsou přírodní katastrofy

a teroristické útoky. Například podle Toma Glocera z agentury Reuters nebyl žádný jejich žurnalista ani externista (celkem 3300 lidí) přímým svědkem zásahu tsunami v Indickém oceánu v roce 2004 (JAVŮREK, 2006, str. 149).

Princip systému občanské žurnalistiky ale není ve světě tak docela neznámý. Podle Henry Loosera, mediálního experta Masarykovy univerzity, který poskytl rozhovor Českému rozhlasu, existují tzv. komunitní média, která Looser nazývá „třetím pilířem“ žurnalistiky vedle veřejnoprávních a komerčních médií. *„Média veřejné služby jsou „řízena“ vládou a komerční média velkými korporacemi. Naopak komunitní média jsou řízena zezdola – a to aktivními občany a dobrovolníky...“* (MELICHAR, 2012). Zejména Francie, Dánsko, Jihoafrická republika a Austrálie mají velmi vyvinutý sektor komunitních médií, ale aby tato média mohla prosperovat, *„je samozřejmě zapotřebí skupiny aktivistů, kteří se tohoto semínka ujmu a něco z něj vypěstují. Prvním krokem je získat uznání veřejnosti pro tato média, aby se o nich vědělo, aby lidi chápali, o co jde, a rozuměli jejich účelu...“* Dále potřebuje tento mediální model *„podporu. To znamená, že vláda nebo Rada pro rozhlasové a TV vysílání musí vytvořit podmínky pro jejich rozvoj, regulaci, formování a financování,“* vysvětluje Looser (MELICHAR, 2012). Internetová žurnalistika se stále potýká s nedostatkem financí, který je důsledkem málo rozvinutého modelu financování. Zatím nepřiliš známým ekonomickým modelem práce profesionálních žurnalistů je také přímá finanční podpora ze strany čtenářů, kteří se „složí“ určitou částkou na řešení dohodnuté kauzy. V roce 2007 byl v tomto duchu spuštěn NewAssignment.net jako pilotní projekt agentury Reuters, jako spolupráce čtenářů s profesionálními žurnalisty (JAVŮREK, 2006, str. 153).

### **Sociální on-line žurnalistika**

Z výzkumu znaků on-line žurnalistiky, které provádělo Výzkumné centrum Pew v rámci projektu Excellence in Journalism, a jehož výsledky prezentovala Purcell (2010), se pro žurnalistiku zdá být nejvýznamnější zpráva, podle které *„Internet nenahradil ani nevytlačil tradiční média, ale zásadně mění způsob, jakým lidé informace konzumují a jak s nimi pracují.“*<sup>89</sup> Toto tvrzení naznačuje, že budoucnost mediálních institucí tu je, i když nebudou fungovat tak, jak to bylo obvyklé u tištěných

---

<sup>89</sup> Překlad z originálu: *„The internet has not replaced/ displaced traditional media, but it is fundamentally changing the way people consume and interact with information“* (PURCELL, 2010).

periodik. Jaké změny přináší do práce žurnalisty rozmach informačních komunikačních technologií (ICT)? Novinář Patrick Zandl (2011), bývalý šéfredaktor<sup>90</sup> portálu Lupa.cz sděluje své zkušenosti s internetovou žurnalistikou na svém osobním blogu: „*Blogy nenaučily novináře pracovat o mnoho rychleji. Jen je donutily práci urychlit rozložením na prvočinitele. Místo klasického postupu ,informace se dají na hromadu a pak se uvidí, jak hromada vypadá‘, se informace sbírají jedna za druhou a jedna po druhé se také publikují, nikoliv v jednom článku, ale v mnoha notickách po sobě.*“ Tento postup má však kromě výhod také určitá omezení. Jak Zandl dále uvádí, „*Místo komplexní zprávy máte zprávu průběžnou a sami si ji musíte poskládat. ... postup ,jedna po druhé‘ neumožňuje příliš informaci zasadit do kontextu, protože když to uděláte, tak je kontext zpravidla špatně, zatímco samotná izolovaná informace by mohla obstát s tím, že ji doplní další a další informace. Pro čtenáře veskrze nevýhodný postup. Co mu to ale dává, je pocit, že je u zrodu, že má prst na tepu doby, že do toho svítí. Nesvítí, jen má ten dojem.*“ Zandl dále upřesňuje, že tento postup prezentace informací se mu jeví vhodný u takových oblastí, ve kterých má čtenář „*určitou orientaci*“ a umí „*si kontext vyvozovat sám.*“ Na vysvětlenou takového průběžného postupu doplňuje: „*Pro mě není zajímavý například v oblasti důchodové reformy, kde moje orientace je mnohem omezenější. Kde bych to měl radši v klidu, v pohodě na podnosu, klidně o pár dní později*“ (ZANDL, 2011).

Jak dokládá zpráva výzkumného týmu sociologie a psychologie *Češky a Češi v kyberprostoru* z roku 2008 (str. 26), sociální komunikaci, tedy přenos informací prostřednictvím mezilidských vztahů, považuje většina společnosti za tu nejdůležitější. Prostřednictvím mezilidských vztahů se uskutečňuje přenos důležitých informací. V roce 2008 (podle výše zmiňované zprávy) ještě velká část Čechů nepovažovala internet za důležitý zdroj informací. To se však s nástupem sociálních sítí mění. Některá média již dnes běžně využívají ke své práci informací ze sociálních sítí a to včetně fotografií, které jim sami čtenáři nabízejí. Je to způsob participace čtenářů, využití informací od samotných uživatelů sociálních sítí, kteří sledují s novináři společný cíl: sdělují novinářům informace, které shánějí, a participují tak na vzniku novinové

---

<sup>90</sup> Patrick Zandl (1974, Mnichov, Německo) je český novinář a autor několika tištěných publikací. Do června 2012 pracoval jako šéfredaktor internetového časopisu Lupa.cz. Jako hlavní projektový manager se do roku 2003 podílel na rozvoji portálu Mobil.cz, internetovém a mobilním projektu v rámci zpravodajského portálu iDNES.cz, kde podpořil rozvoj občanské žurnalistiky tím, že vyvinul platformu pro publikování fotografií a textu přes MMS.

zprávy. Například zpravodajství z Evropského parlamentu využilo kontaktu s veřejností na svém facebookovém profilu, aby nasbíralo informace o problematických etiketách na potravinách. Některé příspěvky byly v článku citovány a fotografie, které pořídili sami uživatelé facebooku byly v článku zveřejněny. Tak se mohli čtenáři dozvědět například o tom, že „*Sharon si koupila kuře s uvedením na etiketě, že se jedná o „reformované kuře“, ačkoli si není jistá, jaký druh reformace chudák pták podstoupil*“<sup>91</sup> (European Parliament, 2011).

Dalším příkladem využití nástrojů sociální žurnalistiky<sup>92</sup> je spolupráce, která se blíží postupům, jež používají investigativní novináři. Uživatel sociální sítě se tak na okamžik zapojuje to procesu tvorby novinového zpravodajství. Příkladem takového využití je příběh ostřelovače z bytového komplexu Versailles, který tam zastřelil jiného muže a zabarikádoval se ve svém bytě o patro výš<sup>93</sup> (BUTTRY, 2011). Informace o této události byly zveřejněny v místním deníku The Trentonian v USA, včetně fotografií na titulní straně poskytnuté ženou, která akci policistů vyfotografovala skrz okno ve svém bytě (The Trentonian, 2011). Žena bydlela v místě události a na výzvu z internetové verze deníku (trentonian.com) kontaktovala editora Joe Kulkinu prostřednictvím e-mailu. Právě s pomocí sociálních nástrojů Kulkin zjistil i další informace, které v té době nikdo jiný neměl; identifikoval střelce i jeho oběť ve chvíli, kdy celá oblast byla uzavřena, protože se policie teprve snažila neznámého střelce zneškodnit (BUTTRY, 2011).

Asi nejprogresivnějším trendem pro žurnalistickou praxi v poslední době, se zdá být tzv. micro-blog Twitter, který se ukazuje jako efektivní žurnalistický nástroj, přestože novináři ještě nevyužívají jeho technický a propojovací potenciál naplno.<sup>94</sup> Z výsledků studie provedené Institutem výzkumu masové komunikace a médií (Institute of Mass Communication and Media Research) na Univerzitě v Curychu vyplývá, že službu Twitter „micro- blogging“ využívají zejména kvalitní média (ne tolik bulvární), a tato služba je pro novináře především dalším důležitým zpravodajským kanálem pro šíření jejich článků (LÁB, 2012).

---

<sup>91</sup> Z originálu: „*Sharon bought chicken only to read on the label that it was a "reformed chicken", although she isn't sure what kind of reformation the poor bird had gone through...*“ (European Parliament, 2011).

<sup>92</sup> Sociální nástroje pro žurnalistiku jako jsou např. Twitter, Facebook, blogy, Google+ apod.

<sup>93</sup> Podrobnosti případu líčí Steve Buttry (2011), žurnalista a asistent instruktora na univerzitě ve Washingtonu D.C.

<sup>94</sup> K tomu, aby byla stimulována následující diskuse, je zapotřebí aby tweety obsahovaly hash tagy (něco jako klíčová slova), které pomáhají spojit tweety se stejným námětem.

### 2.3.1 Shrnutí

Žurnalistika není jen zpravodajství, které interpretuje, ale také publicistika, která analyzuje a komentuje, a proto také vzdělaný žurnalista musí tyto dvě polohy dokázat identifikovat a oddělit. Nebývalé rozšíření ICT od počátku 21. století, umožňující bezprostřední šíření informací, však umožnilo vznik tzv. news participátorů, kteří jako konzumenti spoluurčují obsah mediálního produktu. Tím vzrostla také potřeba vzdělávání veřejnosti v oblasti tzv. „informační gramotnosti“. Výsledky průzkumů ukazují, že jen zhruba 50 % uživatelů informačních a komunikačních technologií disponuje dovednostmi a schopnostmi pracovat s informacemi (např. vyhledat, vyhodnotit, zpracovat, interpretovat, prezentovat či dodržovat právní a etické zásady práce s informacemi). Z provedených zjištění však lze konstatovat, že participace čtenářů na žurnalistickém obsahu profesionálních mediálních společností využitím personalizace blogů a sociálních sítí je v současnosti především marketingovou strategií, jejímž cílem je zejména zvyšování čtenosti, nikoliv způsobem jak nahradit placené profesionální žurnalisty. Dramatické zeštíhlování redakcí, ke kterému dochází v posledních letech, je zapříčiněné spíše neustálým poklesem nákladu tištěných médií. To je však také příčinou obrovské nejistoty novinářů a fotoreportérů. Ti se nacházejí v etapě zániku tištěných periodik a vzniku on-line periodik, která ještě nenalezla optimální cestu k zajištění své existence. Občanská žurnalistika je pravděpodobně pro žurnalismus nejvíce přínosná jako prvek poskytující tradičním médiím informace, aniž by byla schopna tradiční média nahradit nebo vytlačit. Jedná se o vyvolání zájmu tradičních médií poukázáním na konkrétní problémy nebo kauzy ve společnosti, udržení tématu v sociálních sítích dokud se jej tradiční média neujmou, a poskytnutí informací u nečekaných událostí typu přírodní katastrofa nebo teroristický útok. Existence profesionálních fotoreportérů není ohrožena v tom smyslu, že by přestali existovat kvůli nárůstu news-participátorů prostřednictvím občanské žurnalistiky, protože aktivita většiny je převážně nahodilá. Častější participaci se věnují převážně tzv. „*informační všežravci a technofilové*“, kteří jsou vysokoškolsky vzdělaní a mají vysoké příjmy. Přestože prokazatelně existuje mnoho případů, kdy byla publikována fotografie čtenáře, která by mohla být považována za novinářskou, jsou to zejména fotografie pořízené jako tzv. spot-news. Tedy událost, na kterou se fotograf nemohl předem připravit. Ani profesionální fotograf by tyto fotografie nezískal, pokud by nebyl při vzniku této

události. Ale redakce novin a časopisů by se neměly spoléhat na to, že jim takové fotografie budou vždy ze strany čtenářů poskytnuty. Dalším nezanedbatelným činitelem je fakt, že nejen nepředvídatelné události jsou hodny obrazového zaznamenání. Mnohem více fotografií v současnosti vzniká právě z těch událostí, o kterých dopředu víme. Proto je existence profesionálních fotografů i nadále žádoucí. Otázkou však je, jakým způsobem budou profesionální fotoreportéři financováni a jak budou pracovat. Je nepochybné, že budou-li chtít i nadále provozovat své povolání fotožurnalistů, nemohou se spoléhat na to, že přerod z tištěných na internetová média proběhne hladce. Budou muset přizpůsobit svou činnost současnému trendu směřujícímu k zániku tištěných médií, k zvyšování oblíbenosti multimediální tvorby, sebeprezentaci a oslovování potenciálního publika pomocí sociálních sítí. Podmínky vytvářející prostor pro vznik komunitních médií, která by se mohla stát pro profesionální fotožurnalisty prosperující alternativou vedle veřejnoprávních a komerčních médií, by měly být podporovány v rámci společenské zodpovědnosti, a to podle některých odborníků především na vládní úrovni. Předně však musí společnost o práci profesionálních fotožurnalistů vědět, musí o ni stát, musí si být vědoma významnosti profesionálního zpracování fotožurnalistické informace. Specifika fotožurnalistiky a reportážní fotografie si probereme v následující kapitole.

### 3 FOTOŽURNALISMUS: OBRAZOVÁ ŽURNALISTIKA

*„The single image still holds some defining power in our society.“  
(COLLINS, 2009)*

---

Tato kapitola se bude hlouběji zabývat problematikou fotožurnalismu, zejména fotožurnalistickými žánry s důrazem na reportážní fotografii. Využijeme při tom již výše popsané poznatky z předchozích kapitol. Nejdříve je však nutné zdůraznit, že ne každá fotografie, která se objeví v rámci žurnalistických obsahů, je žurnalistická. Za žurnalistickou fotografii nelze považovat propagační a reklamní fotografii, ani naučnou či popularizační fotografii, a často vidíme i subjektivní dokument nebo uměleckou fotografii, které rovněž nejsou součástí fotožurnalistiky (LÁBOVÁ, 1990, str. 13). Reportážní fotografie, nebo také fotoreportáž, je specifický fotožurnalistický žánr, který je nutné přesně specifikovat, abychom jej dokázali rozeznat od ostatních fotografických žánrů. Ty sice také mohou vycházet ze stejných principů, ale jejich využití v žurnalistice je jiné. Proto se budeme věnovat zvláště fotožurnalismu obecně a zvláště potom reportážní fotografii. Jak si dále ukážeme, rozdílný je především způsob použití reportážní fotografie ve zpravodajství a v publicistice. Na závěr této kapitoly se budeme zabývat etickými a právními aspekty reportážní fotografie.

Díky fotožurnalismu pronikla fotografie do každodenního života člověka, a podílí se velkou měrou na našem poznání nebo našich představách o světě (LÁBOVÁ, 1977, str. 3). **Fotožurnalismus** je u nás v odborné literatuře definován jako „*obrazové novinářství, specializovaná forma žurnalismu, ve které autor pracuje s fotografickým obrazem místo se slovy*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 82). Obsahovou náplň fotožurnalismu jako specifické žurnalistické disciplíny charakterizuje *Praktická encyklopedie žurnalistiky* takto (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 82):

1. Základem fotožurnalismu je obrazový příběh, který zpracovává novinářsky hodnotné náměty.
2. Příběh může být vyprávěn v jediném snímku, pořízeném v rozhodujícím okamžiku, častěji jde o sérii fotografií, které pokrývají zkoumané téma z rozmanitých úhlů pohledu v různé hloubce a šíři.

3. Vždy se jedná o ucelenou fotografickou výpověď, v jejímž rámci jsou jednotlivé fotografie vybírány tak, že ztrácejí své původní významy a svou vazbou na předcházející a následující záběry získávají významy nové.
4. Spoluautory příběhu jsou obrazový redaktor a grafik, kteří ve spolupráci s fotografem vybírají a sestavují fotografie do smysluplného celku a připravují jejich působivou grafickou prezentaci.
5. Součástí příběhu je i text. Může být omezen na pouhé titulky, v jiných případech slouží obrazy k ilustraci textu, nebo obraz i text mohou být samostatné eseje, které se vzájemně posilují.
6. Některé příběhy vytváří sám fotožurnalista, na jiných spolupracuje s píšícím redaktorem.

Uvedený přehled je zjednodušený a přináší problematickou aplikaci do žurnalistické praxe ve třetím bodě, který připouští, že jsou „*jednotlivé fotografie vybírány tak, že ztrácejí své původní významy a svou vazbou na předcházející a následující záběry získávají významy nové*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 82). Nově získané významy by v žurnalistice nikdy neměly být zavádějící a manipulativní. I fotografie by měla respektovat principy žurnalistiky, ale bohužel tomu tak často není. Kromě neopomenutelné možnosti změnit význam sdělované informace přeuspořádáním sledu událostí nebo zdůrazněním některých momentů a detailů, si fotografie i v žurnalistickém podání s sebou stále vleče břemeno zápasu s výtvarným uměním, které ji poznamenává od jejího vynálezu. Zatímco výtvarné umění jako malířství se již dávno vymanilo z potřeby reprodukovat realitu, fotografie, se svou schopností tak věrně realitu zobrazit, se často snaží naopak o umělecky výtvarné podání bez ohledu na účel jejího použití, což se může stát kontraproduktivní.

Problematika fotožurnalismu je velmi složitá, ale výuce této problematiky není v České republice doposud věnována taková pozornost, jako se jí dostává v zahraničí. Například ve Spojených státech amerických existuje přes třicet vysokých škol, které vyučují fotožurnalistiku jako samostatný obor. Většina škol u nás, které se fotografií zabývají, je uměleckých, a fotografii pojmají především jako výtvarnou disciplínu. Všímají si zejména uměleckých kvalit, ačkoli se fotografie od svého vynálezu používala hlavně jako velmi efektivní komunikační nástroj. Ambivalence, s jakou se výuka fotografie dodnes neustále potýká ve snaze dosáhnout zobrazení jakési „estetické reality“,



je obzvláště nápadná v podání tištěných deníků. Fotografové, kteří jsou zde zaměstnáváni, a kteří fotografii u nás vystudovali, ji studovali právě na uměleckých školách. Ve většině případů, když už je výuka fotografie zaměřena na žurnalistické účely, je dnes nabízena na vysokých školách společensko-vědního zaměření, a je prezentována jako teoreticky orientovaný program (LÁBOVÁ, a další, 2007, str. 145) (kurz pro píšící redaktory), který nabízí seznámení se základními možnostmi fotografického média s těžištěm v jeho zpravodajské funkci. Těžko si lze představit, do jaké míry lze tedy věřit prohlášení, že *„Úspěšný absolvent kurzu by potom měl být schopen nejen využívat kreativního potenciálu fotografie v každodenní redakční praxi, ale i kriticky reflektovat obrazová mediální sdělení“* (SYMON, 2010). Obsahová náplň kurzů často usiluje o to vypořádat se s etickými otázkami fotografického zobrazování a zaštiťuje se filozofickými pojednáními, namísto logického rozboru důvodů, které jsou příčinou emocionálního působení fotografie. Žádná česká střední ani vysoká škola však nenabízí výuku fotožurnalismu jako hlavní předmět studia, takže nemáme ani vlastní profesionální přípravu fotožurnalistů. Jak již bylo řečeno v úvodu, to se odráží i na zoufalém nedostatku původní české odborné literatury věnující se fotožurnalismu či reportážní fotografii.

### 3.1 Fotografie žurnalistická (novinářská)

Praktická encyklopedie žurnalistiky uvádí, že **žurnalistická fotografie** je *„vizuální formou sdělená novinářská informace“*, a je *„účinným vyjadřovacím prostředkem novin a časopisů, často přesnějším a důvěryhodnějším než psané slovo“* (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Tedy, že na čtenáře a diváky fotografie, jako obrazový způsob komunikace, působí tak, že mají až nekritickou tendenci takto sdělované informaci důvěřovat. Také odborníci z oblasti žurnalistiky jsou toho názoru, že *„Dobrou žurnalistickou fotografií nevnímá čtenář jako reprodukci skutečnosti, ale jako skutečnost samu; žurnalistická fotografie mu umožňuje být ‚při tom‘, stát se bezprostředním svědkem zajímavé či dramatické události“* (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Otázkou ovšem zůstává, zda je to zásluha fotografa nebo je to povahou samotné události. Nebo tento efekt způsobuje dokonce pouze skutečnost, že fotografie je zveřejněna v médiích. Z předchozí kapitoly víme, že pokud mediální produkt vyvolává převažující představu reality (a tato schopnost je u fotografie díky její

indexovosti nepoměrně vyšší než u textu), vzniká iluze skutečnosti a předpoklad této iluze je u faktických mediálních produktů (tj. žurnalistických)<sup>95</sup> mnohonásobně vyšší než u fiktivních (JIRÁK, a další, 2009, str. 309).

### **Fotožurnalistické žánry**

„Žurnalistická fotografie zahrnuje fotografickou aktualitu, fotoreportáž, sportovní fotografii, portrét, feature fotografii“ (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 80). Tento výčet však není úplný a přesný a je nutné se tímto problémem zabývat hlouběji. V současnosti se odborná literatura až na výjimky nepokouší dělit používané fotografické žánry podle toho, zda se jedná o použití ve zpravodajství nebo v publicistice. Czech Press Photo, česká obdoba prestižní fotožurnalistické soutěže World Press Photo, rozeznává osm kategorií novinářské fotografie, z čehož šest jich vyjadřuje obsahovou náplň (např. sport, příroda, umění atd.). První dvě kategorie však lze označit jako obecné, a jsou to (CPP, 2009):

- AKTUALITA – jednotlivé fotografie a série fotografií událostí, které fotograf nemohl předvídat a tudíž se na ně ani připravit,
- REPORTÁŽ – jednotlivé fotografie a série fotografií událostí, které fotograf mohl předvídat, a tudíž se mohl na ně připravit.

Angloamerická teorie fotožurnalistiky stejným principem rozděluje novinářskou fotografii a termín fotoreportáž nepoužívá (do angličtiny se termín fotoreportáž překládá jako Photo Story, nebo Photoreport). Toto dělení charakterizuje míru autentičnosti fotografie, která je výsledkem způsobu práce fotoreportéra (LÁBOVÁ, 2010, str. 57). Jeho práce má odlišný charakter, pokud se o akci dozví plánovaně a může se na ni připravit, a podle toho jsou také dvě kategorie:

- Spot news – obrazové zprávy o nepředvídatelných událostech,
- General news – obrazové zprávy o očekávaných událostech.

Fotožurnalismus je formou žurnalistiky. Je tedy nutné, abychom respektovali její pravidla také při pořizování, editování a publikování obrazové informace. Při použití

---

<sup>95</sup> Jak bylo již řečeno výše, publikum předpokládá zejména u zpravodajství, publicistiky a dokumentu, že to co vidí, čte či slyší, má nějakou souvislost se světem, v němž žije, že tento druh mediálního produktu má povahu „faktu“ tj. záznamu skutečnosti (JIRÁK, a další, 2007, str. 293).

fotografií v žurnalistice bychom měli respektovat, že žurnalistika rozlišuje dvě skupiny žánrů podle toho, jaký mají vztah k faktům (OSVALDOVÁ, a další, 2007, str. 69):

- Informační žánry – žánry založené na faktech,
- Publicistické žánry – žánry z faktů vycházející.

Jediným příkladem členění žánrů fotožurnalistiky na zpravodajské a publicistické je systém, který uvádí Lábová v učebnici fotožurnalistiky vydané v roce 1990. Zde se uvádí, že systém „vychází z poznatků dosavadního vývoje fotožurnalsitiky... Současně se snaží preferovat obsahovou a formální stránku, brát na zřetel i funkčnost jednotlivých žánrů a míru autorského vkladu“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 22). Toto dělení si probereme dále.

### 3.1.1 Fotografie ve zpravodajství

Jaké funkce a cíle má fotografie ve zpravodajství? V naší současné odborné literatuře se uvádí, že **zpravodajská fotografie** (jako obrazová reprezentace reality v médiích) *„je základem vizuálního zpravodajství, je to vizuální formou sdělená informace, jejím posláním je informovat, podat zprávu. Její působivost je založena na obsahu, odpovídá na klasické zpravodajské otázky Kdo? Co? Jak? Výjimečně může odpovědět na otázku Kde? Neumí odpovědět na otázku Proč? A ani časově událost nezařadí. Proto je nedílnou součástí fotografické zprávy text“* (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 90). Požadavkem zpravodajské fotografie je **čitelnost** a **srozumitelnost** (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 94).

Tzv. spot news a general news jsou považovány za základní druh zpravodajské fotografie, ale ve zpravodajství se také využívají agenturní fotografie a zpravodajské ilustrace (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 91-93). Lábová (1990, str. 23) člení zpravodajské žánry na:

- obrazovou zprávu,
- agenturní aktualitu,
- věcnou ilustraci,
- fotografickou glosu,
- fotografický referát.

První tři uvedené žánry jsou víceméně v souladu s posláním zpravodajství. Problematická je z hlediska míry autorského vkladu fotografická glosa a fotografický referát. Zatímco fotografický referát by se dal s určitými výhradami nazvat zpravodajskou fotoreportáží, fotografická glosa vykazuje silné publicistické znaky, jako je nadsázka, ironie či satira. Podle Lábové (1990, str. 27) „*může být i provokující, polemická apod.*“

Nezbytnou součástí zpravodajské fotografie je **text** ve formě popisku, který „*identifikuje zobrazené osoby a jejich vztahy, vysvětluje příčiny a důsledky zachycených událostí, upozorňuje na to, co je možno při prohlížení snímku přehlédnout. Srozumitelně informuje o tom, kdo je na snímku, kdy, kde a s kým, za jakých okolností, případně proč. [...] Má říkat všechno to, co čtenář nevidí, ale co by měl vědět...*“ „*Spojení fotografie s textem do jisté míry kompenzuje vyjadřovací nedostatky obou systémů.*“ (OSVALDOVÁ, a další, 2011, str. 93).

Pokud aplikujeme na fotožurnalismus požadavky žurnalistiky, které jsou kladeny na zpravodajskou produkci (viz kapitola 2.1), bude to zejména výběr a interpretace obrazových sdělení takovým způsobem, aby splňovaly požadavek **neutrality**. Fotografie by měly sloužit k orientaci aniž by se pokoušely nahrazovat skutečnou realitu, měly by být přesné, vyvážené, nepředpojaté, nestranné. V pojetí žurnalistiky je zpráva druhem žurnalistické informace, která fakta zaznamenává, sumarizuje a konstatuje (avšak nikoliv názor, nebo subjektivní dojem fotografa), a stejně tak by tyto požadavky měla splňovat fotografie jako obrazová zpráva, pokud chce být skutečně zprávou, plnohodnotnou součástí zpravodajství. Fotografie, ale ani popisek k fotografii, proto nemají obsahovat názor ani fotografa ani redaktora či editora, požadavkem má být **věcnost, citová a výrazová neutrálnost**. Lábová (1990, str. 30) dodává, že „*v obrazové zprávě o události je osobnost autora nežádoucí.*“ Fotografie by ideálně podle požadavků na tvůrce zpravodajství, které jsme zmiňovali ve druhé kapitole:

- měla nabízet pohled na událost z obvyklých pozic,
- neměla být pro jednu ze zúčastněných stran lichotivá nebo naopak ponižující,
- neměla zobrazovat jen ty prvky, které vyjadřují něčí subjektivní dojmy,
- měla zobrazovat všechny prvky podílející se na vytvoření obrazové události neutrálně, tedy bez výrazové expresivity a estetizace.

### 3.1.2 Fotografie v publicistice

Lábová (1990, str. 28) uvádí, že publicistickými žánry fotožurnalistiky jsou „fotografické celky s výraznou autorskou interpretací skutečnosti.“ Typické je vyjadřování pomocí fotografických sérií (sekvence, cykly, příběhy), jejichž potřebou je „vyjádřit se v širším myšlenkovém, dějovém, časoprostorovém kontextu,“ čímž se stávají „svěbytným a samostatným nositelem sdělení“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 28). Za typický publicistický žánr lze z hlediska fotožurnalistiky považovat fotoreportáž, které se budeme věnovat samostatně v následující podkapitole.



Obrázek 12 – Původní text: „Kfar Darom, Palestina / 2000. Zabitý palestinský chlapec měl dvanáct let a jmenoval se Eyah Shaath. Na prsou má vidět místo, kde ho zasáhla izraelská kulka za to, že házel na vojáky kamení.“

Zdroj: (ŠIBÍK, 2001, str. 52 a 170)



Obrázek 13 – Původní text: „Necarim, Palestina / 2000. Palestiňští výrostci útočí na Izraelce kamením. Rodiče je k tomu sami vybízejí, a když vojákům selžou nervy a vystřelí ostrými, může mít Palestina dalšího z padlých dětských hrdinů.“

Zdroj: (ŠIBÍK, 2001, str. 70 a 171)

Intenzitu publicistických sdělení umocňují apely na emoce a instinkty, které lze vyjádřit i obrazově, a právě v reportážní fotografii se nejvíce objevují, ať už jsou to symbolické vztahy mezi figurami, nebo symboly jako vlastní obrazová sdělení zakomponovaná do fotografie. Přesvědčivost obrazového sdělení umocňuje i doprovodný text, který může

obsahovat citově zabarvené slovo, nebo ustálené slovní spojení. Srovnajme například doprovodný text dvou fotografií (Obrázek 12 a Obrázek 13), které byly pořízeny v oblasti Palestinsko – Izraelského konfliktu.

Pokusme se nyní o kritickou reflexi obou doprovodných textů, jejichž naléhavost umocňuje fotografický obraz. V případě prvního obrázku můžeme z popisku cítit sympatie s palestinskou stranou, kde tragickou smrt chlapce podporuje informace o jeho věku (je to dítě), jménu (personifikace) a polohy smrtelného zranění (zesiluje přítomnost aspektu smrti) včetně toho, co bylo motivem pro jeho zabití (musel zemřít „za to, že házel na vojáky kamení“). Užití slovního spojení „za to“ vyvolává dojem neadekvátní pomsty, která byla vykonána na ubohém dítěti. Popisek druhé fotografie naopak vyvolává pocit sounáležitosti s izraelskou stranou (vojáci jsou napadáni a brání se) a pohoršení nad rodiči palestinských chlapců, kteří vědomě využívají svých dětí k dosažení vlastních zájmů za cenu jejich smrti, a v případě, že skutečně zemřou, pak jejich smrti ještě zneužijí k palestinské propagandě. Nelze konstatovat, že doprovodný popis je objektivní a neutrální, tak jak by to bylo požadavkem zpravodajské fotografie. Schopnost empatického vcítění se do pocitů druhých a tendence přiklonit se na stranu té skupiny, které je ublíženo, může způsobit tendenční výběr slov a zdůrazňování určitých detailů. Není důvod se domnívat, že by to byl záměr autora. V této formě je to však nepochybně publicistický útvar se všemi jeho nedostatky i přednostmi.

V publicistice se samozřejmě využívají i další fotografické žánry. Mohou to být fotografické portréty, fotofejeton, fotografie původně pořízené pro účely zpravodajství, nebo i aranžované ilustrační fotografie. Konkrétní výběr je ovlivněn potřebou obrazově vyjádřit téma, ke kterému se daný novinový útvar vyjadřuje. Pokud není k dispozici fotografie zachycující nějakou autentickou událost, potom bývá nahrazována ilustrační fotografií. Těmito žánry se však dále v práci zabývat nebudeme, a dále se soustředíme pouze na fotoreportáž.

### **3.2 Reportážní fotografie**

Už jsme se zmínili, že současné pojetí fotožurnalistiky se nepokouší o dělení fotografických žánrů podle toho, zda jsou použity ve zpravodajství nebo v publicistice. Termín reportážní fotografie je proto užíván i samotnými novináři velmi volně a bez

nějakých ambicích o přesné vymezení. „V novinářské praxi bývá jako reportáž mylně označována každá fotografie, která přináší vizuální zprávu o nějaké události“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 30). Při bližším pohledu je však zřejmé, že se nejedná o zpravodajskou disciplínu, protože vykazuje právě mnoho publicistických znaků. Také psaná reportáž je považována za publicistický útvar „jehož základem je živé vylíčení skutečné časově nebo místně vzdálené události na základě autora osobního svědectví“ (VERNER, 2007, str. 41). Problematika fotoreportáže bývá komplikována klamným dojmem, že u fotografie je požadavek minimálně dvojího ověření zdroje splněn, protože za první zdroj je považován fotograf a druhým zdrojem by měl být fotoaparát, který zachycuje svědectví prostřednictvím fotografického snímku. Jakým způsobem dochází ke vzniku fotografie, jsme se blíže věnovali v první kapitole.

Lábová (2010, str. 56) chápe žánr fotografické reportáže jako „fotografickou výpověď o aktuální události nebo významném společenském jevu, prezentovanou jako osobní svědectví fotoreportéra.“ Toto vymezení se opírá o definici fotografické reportáže z oborové encyklopedie Praktické fotografie z roku 1973, a které je v České republice uváděno dodnes jako učebnicový příklad. Definice o fotoreportáži uvádí, že se jedná o „časové, dokumentárně výtvarné obrazové sdělení o jakémkoli tématu několika fotografiemi, které jsou doprovázeny informačním textem, nebo textem vykládajícím děj“ (LÁBOVÁ, 2010, str. 56). Formální a obsahovou podobu tohoto vizuálního sdělení definoval svým stylem fotografování „rozhodujících okamžiků“ také světově uznávaný fotograf Henri Cartier-Bresson, čímž ovlivnil celou generaci fotožurnalistů druhé poloviny minulého století. Lábová zdůrazňuje, že fotoreportáž je autorská výpověď, kdy „fotoreportér prezentuje své vidění události, svá hodnotící stanoviska a názory. To se projevuje jak ve výběru faktů a způsobu jejich prezentace, tak v použité formě obrazového zpracování“ (LÁBOVÁ, 2010, str. 56).

Fotoreportáž, jako žurnalistická disciplína, bývá podle fotografa Karla Cudlína směřována s dokumentární fotografií (CUDLÍN, 2010, str. 63). Reportáž měla s dokumentární fotografií od počátku společné mnohé. Především se však jednalo o to, že to byly vždy série fotografií, které pokrývaly zkoumané téma z rozmanitých úhlů pohledu v různé hloubce a šíři. Ale dokumentaristika se od žurnalistiky oddělila, a je charakteristická tím, že se snaží o postižení souvislostí života v rámci delšího časového období. Fotoreportáž (především v tisku) dnes zachycuje jediný okamžik, jedinou

situaci, jednou fotografií. Jejím cílem je podat zprávu o aktuální události, která je limitována časem a místem, a „*vždy jde o nemanipulované snímání skutečnosti*“ (CUDLÍN, 2010, str. 63). Nynější pojetí reportážní fotografie má podle Cudlína (2010, str. 65) u současné fotoreportéřské špičky (např. Jan Šibík, Antonín Kratochvíl) často velmi blízko také k umělecké fotografii.

Odlišný přístup k pojmu reportážní fotografie lze nalézt u prof. Šmoka, který je představitelem teorie výtvarné, umělecké fotografie, zaměřující se na vlastní tvorbu. Fotoreportáž chápe jako zaznamenání výjevu. Člověk, jeho vzhled a jeho jednání patří mezi hlavní náměty jak informativní, tak i emotivní fotografie. Podle Šmokovy teorie sleduje informativní účel především vzhled člověka k identifikačním účelům. Vyjadřování emocí (citových prožitků) ve výrazu tváře však překračuje rámec pouhého vzhledu člověka. Psychologický slovník uvádí, že emoce jsou vrozené, „*jsou provázené fyziologickými změnami, motorickými projevy*“ a pokud osoba prožívá nějaké emoce, obvykle je vyjadřuje např. mimikou či gestikulací (HARTL, a další, 2010, str. 126-127). Zároveň pohled do tváře fotografované osoby, a potom zejména do očí, je považován za nejdůležitější, a je nejvíce schopen vyvolávat v divákovi emoce. Fotografie obličejte tedy může zachycovat emocionální stav fotografované osoby a tak zároveň vyvolávat emoce v divákovi. Jinými slovy emocionální nebo emoční výraz tváře působí na diváka emotivně. Tak je možné, aby fotografie vzbuzovala emoce, aniž by fotograf uplatnil nějaké další postupy, kterými by fotografii dodal obrazové estetické kvality.

„*Obecně při fotografování osob přihlížíme k míře zobrazení vzhledu a jednání. Vzhled trvá, ať jednáme nebo nejednáme. [...] Pokud přistoupí jednání, přesouváme se do oblasti, která je označována jako reportáž...*“ (ŠMOK, 1984, str. 165). Šmok dále uvádí, že reportážní fotografie zachycuje výjev, tj. nějakou událost, děj v pohybu. Pohybem rozumí změnu polohy v prostoru, což je příznačné pro všechno živé. Pohyb je základem také lidské existence, kde je tvořen nejen pohybem celého těla, ale také mimikou, gestikulací atd. Fotografie je ale záznam statický, proto jde ve fotografii o výjev, tj. záznam jevu v pohybu, nikoli o pohyb samotný (ŠMOK, 1984, str. 213-220). Jak už bylo řečeno, Šmok rozlišuje fotoreportáž informativní a emotivní.



### **Informativní fotoreportáž**

V informativní fotoreportáži má být výjev zaznamenáním vzhledu a průběhu nějaké akce. Akcí se pro potřeby fotografování rozumí jedna uzavřená událost (např. schůze, sportovní utkání, pouliční rvačka, oslava narozenin, svatba, ale i např. určitá část pracovního procesu jako je stavba stožáru, operace slepého střeva, měsíční uzávěrka apod.) (ŠMOK, 1984, str. 170). Průběh takové události potom může být plánovaný, ale také nahodilý.

*„Akce se od nehybného předmětu výrazně liší ještě tím, že se její jednotliví účastníci dostávají do vzájemných vztahů. Akce potom vykazuje nejen doslova fyzikální pohyb, ale i sociální konfiguraci a je také určitou sociální strukturou.“ (ŠMOK, 1984, str. 171).*

---

Informativní reportáž bývá většinou záznamem aranžované události v rámci určité konvence (ŠMOK, 1984, str. 178). Má se vyhýbat emocionálně aktivním prvkům a prvkům bez informativní kvality pro dané téma reportáže. Pro ilustraci se můžeme inspirovat příkladem prof. Šmoka, uvedeným v knize *Začněte fotografovat* (ŠMOK, 1984, str. 172) Pokud má být tedy tématem informativní reportáže například tisková konference, nebude sociální struktura této události odpovídat snímek zutých nohou tiskového mluvčího, který si takto ulevuje od bolesti, v domnění, že je zepředu stolu kryt přehozem přes stůl. Takový snímek ale lze použít třeba jako ilustraci pro knihu „o schůzích a lidech“. Žádoucí u informativní fotografie je vyjádření souvislostí mezi osobami účastnicími se akce a jejím prostředím spojením osob s jejich okolím (ŠMOK, 1984, str. 173). Při informativním přístupu k reportážní fotografii není vhodné porušovat přijatou společenskou konvenci a její překročení se obvykle považuje za nevhodné. Šmok tedy zdůrazňuje, že z tohoto hlediska „je nutné o určité události informovat skoro vždy v souladu s existující konvencí“ (ŠMOK, 1984, str. 176). Pro potřeby v oblasti informativní fotografie mají výjevy zachycené fotoreportáží tvořit použitelnou zprávu. Jedná se tedy o reportáž informativní, a smyslem informativní reportáže je přinášet poznatky. Je však otázkou, zda zadavatelé požadují vůbec takovéto až neutrální zachycení reality, a zda výběr momentů reportážní fotografie a výběr záběru, jeho neobvyklost či zachycení prchavosti okamžiku, nevypovídá nakonec více o skutečnosti.

### **Emotivní fotoreportáž**

Mezi reportážní fotografie z oblasti emotivní řadí Šmok především snímky výjevů, u kterých dominuje emocionální atraktivnost a řadí je do skupiny nazvané „emotivní zobrazení akce“. Tyto výjevy mohou mít naopak mimokonvenční povahu (ŠMOK, 1984, str. 177). Charakteristickým rysem všech emotivních výjevů je přítomnost nějakého vyjádření, které výjevu dává určitý smysl (pocit, emoce), a podmínkou je také skutečnost, že tento smysl chápe i divák, tedy „*prostřednictvím viděného pochopí myšlené*“ (ŠMOK, 1984, str. 216 a 220). Emotivní výjev něco vyjadřuje, pokud jím lze smysl zamýšlený autorem sdělit a pokud výjev pouze nedokumentuje vzhled. Emotivní výjev potom může zachycovat pohyb nebo vztahy, nebo pokud opustí věcnou stránku výjevu, může jít o esteticky výtvarnou stylizaci. Smyslem emotivní reportáže je dát divákovi kromě nového poznatku, také emocionální zážitek (ŠMOK, 1984, str. 220).

### **3.2.1 Lze fotoreportáž zařadit také do zpravodajské oblasti žurnalistiky?**

Pro potřeby žurnalistiky bychom mohli nazvat „zpravodajskou reportáží“ informativní fotoreportáž tak, jak ji chápe Šmok, a také fotografický referát, který zmiňuje Lábová, a který bývá často zaměňován za fotoreportáž. Tento útvar má fungovat jako zpráva o společensky významné události, a stejně jako fotoreportáž bývá „*složen z několika snímků, které poskytují komplexnější pohled na zobrazovanou událost*“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 27). Na rozdíl od fotoreportáže, kterou Lábová řadí mezi žánry publicistické, „*existují zásadní rozdíly mezi oběma žánry, zejména ve způsobu zpracování faktu, v autorském pojetí, v použitých výrazových prostředcích, ale i v celkové skladbě*“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 28). Šmok také zmiňuje smíšené, informativně emotivní fotoreportáže, které se v žurnalistice společensky výrazně uplatňují. Za tímto účelem se používají prostředky, které v dané informativní souvislosti mohou vyvolat zájem diváka a to především tak, že na něho zapůsobí emocionálně (ŠMOK, 1984, str. 180). Šmolem zmiňovaná informativní a smíšená, informativně emotivní fotoreportáž, by mohla být rovněž označena jako „zpravodajská fotoreportáž“. Také psané texty mohou stát na pomezí zpravodajství a publicistiky. Pokud bychom hledali adekvátní odpověď, zde by se nabízel zpravodajský článek, který je na rozdíl od zprávy rozšířen o odpovědi na

otázky „Proč?“ a „Jak?“ (VERNER, 2007, str. 25). Zpravodajská fotoreportáž by neměla ve zpravodajství překračovat společenské konvence. Emocionální působení fotografie, které by mohlo být vloženo jako hodnota navíc, nad zprostředkovanou informací, by nemělo být nikdy sdělením, které vyjadřuje názor fotografa na zaznamenanou událost. V případě zpravodajské fotografie, tam kde to není urážlivé, by mohla tato nadhodnota spočívat v esteticky výtvarné stylizaci, a měla by pocházet zejména z profesionálního uplatnění teorie skladby obrazu, pravidel kompozice apod., tak aby nedošlo k posunu interpretace zobrazené události.

### 3.2.2 Specifika fotoreportáže jako publicistického žánru

Fotoreportáž je považována za základní a zároveň nejlépe teoreticky popsany žánr fotožurnalistiky (LÁBOVÁ, 1990, str. 29).

*„... základem fotografické reportáže je informace o aktuálním společenském jevu, faktu nebo skutečnosti, prezentovaná jako osobní svědectví fotoreportéra formou obrazové výpovědi. Tvoří ji série fotografií, tlumočící rozvíjející se děj a zachycující zobrazenou skutečnost v širších souvislostech. Jako výpověď o skutečnosti je silně poznamenána autorským subjektem, zejména subjektivitou svědectví o skutečnosti i jejího zhodnocení. Autor vyslovuje své hodnotící stanovisko, názor, nejen v textové části fotoreportáže, ale i ve způsobu prezentace faktů (nejde o čistý fakt, ale o fakt transformovaný autorovým prožitkem), v použité formě obrazového zpracování i ve výběru jednotlivých faktů a zhodnocení jejich významu.“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 30).*

Lábová (1990) upozorňuje na dva omyly, které se vztahují na reportážní fotografii. Za prvé je to mylné označování jakékoli fotografie, která přináší vizuální zprávu, za reportážní fotografii. Za druhé je to přehlížení podílu autorského subjektu, při čemž ve fotoreportáži má osobnost autora zásadní význam, vzniklé fotografie jsou jeho osobním svědectvím. *„I při snaze o maximální míru objektivitu zobrazení se do analýzy a hodnocení faktů promítne fotoreportérovo subjektivní vidění a pojetí skutečnosti, protože konkrétní fakta autor vždy reprodukuje přes jedinečnost vlastního prožitku. ... autor skutečnost nekopíruje, ale objevuje“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 30 a 31).*

V reportážní fotografii má své místo i tzv. „emotivní náboj“ jako emocionální prvek působení na diváka (LÁBOVÁ, 1990, str. 33). Toho se dosahuje jednak formálním řešením záběru (kompozicí apod.), jednak zachycením emocionálního výrazu osob, které jsou zobrazeny na fotografii. Emocionalitu může způsobit také celkové myšlenkové zaměření fotoreportáže nebo jen řazení snímků, ale nejčastěji využívaným prvkem, který je nositelem emocionálního náboje je emocionalita samotné události, drama, které se odehrává před objektivem fotoaparátu fotografa, jenž je této události svědkem.

Obrazová řeč fotoreportáže, která má rozhodující podíl na „*přesné interpretaci autorova poznání zobrazované skutečnosti*“, nebyla v teorii fotožurnalistiky zatím přesně kodifikována, a proto se v praxi pracuje zejména s poznatky filmové řeči (LÁBOVÁ, 1990, str. 34). Základními vyjadřovacími prostředky jsou světlo, úhel a rozsah (velikost) záběru, výběr rozhodujícího okamžiku, kompozice záběru (určuje např. vztahy mezi figurami), nastavení parametrů fotoaparátu (např. k vyjádření pohybu), deformace prostorových dimenzí pomocí vybraného objektivu atd. Na obrazové řeči se podílí způsob obrazového ztvárnění (osobitý styl fotoreportéra), i výběr a seřazení jednotlivých fotografií, které určují vlastní smysl fotoreportážní výpovědi (LÁBOVÁ, 1990, str. 34).

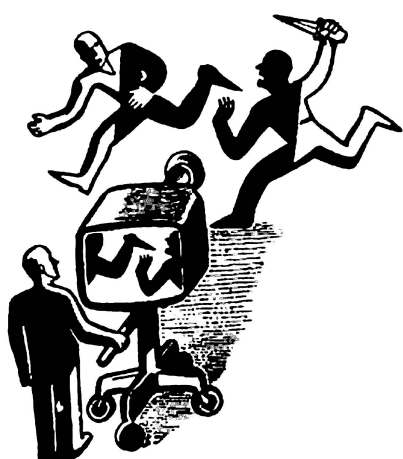
Tak jako u ostatních fotožurnalistických žánrů, tak i u fotoreportáže musí být její nedílnou součástí text, jehož „*nezbytnost vyplývá z omezenosti vyjadřovacích schopností obrazu*“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 36). Zůstat bez textového doprovodu si může dovolit pouze umělecká fotografie, která nechává svůj interpretační smysl na divákovi. V žurnalistice je absence vysvětlivky neodůvodnitelná a stejně jako ostatní text by měla podléhat pravidlům zvoleného žurnalistického žánru.

### 3.3 Etické aspekty reportážní fotografie

„...fotografie, pro niž se zážitek stal kořistí fotoaparátu...“ Walter Benjamin, 1931, *Malé dějiny fotografie*<sup>96</sup>

#### 3.3.1 Manipulace

Hippolyte Bayard, autor vlastního fotografického procesu známého jako přímý pozitivní tisk, je známý také jako autor první zmanipulované fotografie v dějinách (LÁBOVÁ, a další, 2009, str. 16). Na fotografii zinscenoval svou údajnou sebevraždu.<sup>97</sup> Od té doby fotografie prošla obrovským vývojem, avšak téma manipulace je stále aktuální. V souvislosti s manipulací ve vztahu k fotografii je veřejnosti patrně nejvíce známá praktika manipulace s obrazem. Avšak manipulativní techniky<sup>98</sup> velice často žádnou



Obrázek 14 – Ilustrace pod názvem *It's Media* představuje interpretaci reality prostřednictvím médií. Obrázek koluje po internetu bez uvedení autora v mnoha variantách jako výsledek lidové tvořivosti. Původně byl pravděpodobně naskenován z tištěného deníku.

úpravu obrazu ani nepotřebují, neboť manipulovat lze i výběrem snímků a jejich umístěním na stránce, nebo výběrem některého detailu při zaznamenávání scény. Tento výběr ilustruje trefně, i když s velkou nadsázkou, kresba na obrázku (Obrázek 14).

Zdroj: (ISCHAM, 2012)

Velkou roli hraje také množství obrazového materiálu, které je události nebo některým

<sup>96</sup> Citováno z knihy *O fotografii* (CÍSAŘ, 2004).

<sup>97</sup> Bayardův fingovaný dopis na rozloučenou z 18. října 1840, psaný perem a inkoustem na zadní straně fotografie, odpovídá na všechny otázky, které fotografie sama vyvolává (KOETZLE, 2003a, stránky 28-29): „*Toto tělo patří H. Bayardovi, vynálezci procesu, který právě vidíte. [...] To mu přineslo spoustu slávy, ale nedostal ani halíř. [...] Tak se ten nešťastník utopil. [...] Byl v mármici několik dní, ... Dámy a pánové, měli byste raději poodstoupit, aby nebyl raněn váš čich, jelikož – jak můžete vidět – tvář i ruce džentlmena již začínají zahnívat.*“

<sup>98</sup> Některé formy manipulace popisují Jiráček a Köplová (2007). Za formu manipulace lze považovat například pseudoudálost, zinscenuvanou aktivitu, která přiláká nebo odláká pozornost médií, nebo provokace, kdy je zveřejněna informace, která vyprovokuje sled dějů, a ten se následně stává předmětem zpravodajství a publicistiky (JIRÁK, a další, 2009, str. 295). Dalším příkladem může být skandalizace, kdy je něčí jednání (skutečné, nebo domnělé) vykládáno jako jednání skandální. Skandalizace je prostředkem pro zvýšení zájmu čtenářů bulvárních listů, ale také nástrojem politického boje (JIRÁK, a další, 2007, str. 85).

jejím detailům věnováno. Dnešní fotografická reportáž je na stránkách tištěných deníků často zastoupena pouze jediným snímkem, který není schopen zprostředkovat zprávu o delším časovém úseku, sdělení je nepřesné. Význam fotografie však musíme posuzovat vždy v kontextu. Samotný fotografický obraz bývá nejednoznačný a nabízí se k ideologickému zneužití. Podívejme se například na výběr fotografie (viz Obrázek 15), který zcela mění situaci, pokud ji použijeme v jiném kontextu.

Obrázek 15 – Záměrný výběr jedné fotografie ze série. Původní popisek: „Podívejte se na obrázek vlevo. To je ale zlý pes, co? A představte si, že tuhle krvelačnou bestii majitel pouští bez košíku na volno v parku v centru Prahy. A že žije v rodině s malým dítětem. To musí být přímo poukázka na katastrofu. A nyní se podívejte na obrázky vpravo. To je šest fotek, nafocených rychlým sériovým snímáním mého fotoaparátu, když si moje fenka Esta Kanýčo zrovna zívnuła. Vybral jsem si z nich tu nejzajímavější a velmi mírně ji upravil: ořízнул, drobet doostřil, srovnal barvy a kontrast. Žádné velké dokreslování v Photoshopu, jenom běžné operace, které se s fotkami obvykle dělají, než se publikují.“ (VALÁŠEK, 2013).



Zdroj: (VALÁŠEK, 2013)

Je paradoxem, že současná společnost považovaná za kulturu vizuální je obrazy přesycena, což se může stát dalším způsobem manipulace. Elkins (2007, str. 245) uvádí, že obrazy, které se v médiích mnohokrát opakují, ztrácejí svůj původní obsah a význam, pro který byly vytvořeny. Přestáváme jim postupně přikládat důležitost. Jako příklad uvádí postřehy z knihy Nichoalse Mirzoeffa<sup>99</sup> *Watching Babylon: The War in Iraq and Global Visual Culture*. Mirzoeff ve své knize rozebírá praktiky médií a armády Spojených států amerických, a mluví o válečných výjevech šířených armádou a médii. Média tyto výjevy ve formě fotografií od armády přejímají, protože je to pro ně snazší

<sup>99</sup> Nichoals Mirzoeff působí na Univerzitě v New Yorku jako profesor médií, kultury a komunikace.

cesta, než vysílat do válkou zasažených oblastí vlastní fotoreportéry, a často ani do těchto oblastí nemají novináři povolen přístup. Média tak ztrácí kontrolu nad tím, které události budou obrazově vyjádřeny a armáda je současně zahlcuje záběry svých vlastních vojáků a vlastních ztrát, a pomíjí dokumentaci následků útoků na irácké cíle. Armáda rozhoduje o tom, jaké fotografie novinářům poskytne, a tím dosahuje jednak nastolování tématu (tzv. agendasettingu), a jednak nastává efekt, jenž způsobuje, že se média takto spolupodílejí na vytváření klamavého obsahu těchto obrazů. Obsah těchto fotografií vytváří v divácích klamný dojem o tom, co je důležité a podstatné. Elkins (2007, str. 241) dodává, že klamavé prvky obrazu jsou odhalovány potencionálním zákazníkům jako nějaké znázornění jejich vlastní touhy, protože publikum tyto obrazy očekává. Zároveň však podle něj tyto výjevy zobrazující válku „*Obsahují určitý druh banality* (protože je jich tak mnoho), *že je již dávno nelze hodnotit pro jejich věrnost*“. Stávají se neprůhledné a postupně je „*bereme jako znaky politické vůle*“ (ELKINS, 2007, str. 248).

V této souvislosti bychom měli také zdůraznit, že jak upozorňuje Trnková (2007, str. 106), fotografie je systém, který usnadňuje vymezit, co a jak má být zapamatováno a připomínáno, a co má být naopak zapomenuto. V případě fotografií poskytovaných armádou tak mizí z očí veřejnosti zobrazení následků způsobených vojákům a obyvatelstvu nepřítele, v tomto případě Iráku, a naopak je zdůrazňována bolest, kterou trpí pozůstalí padlých na straně USA, přestože (aniž bychom tím chtěli snižovat hodnotu takových fotografií) ztrát na straně USA bylo nepoměrně méně. V žurnalistice lze takto snadno manipulovat veřejným míněním, aniž by bylo nutné změnit cokoli v samotném fotografickém obraze. Takto, pod vlivem afektů a emocí výrazně podpořená selektivní percepce, znemožňuje publiku objektivní vnímání a hodnocení reality. „*Média vzhledem ke své společenské povaze a ke skutečnosti, že jsou důležitým zdrojem opravdu masově sdílených prožitků, jež na první pohled těsně souvisejí se skutečností (např. zpravodajství, přímé přenosy, autentická svědectví zvláštních zpravodajů), nabízejí jednu z nejmocnějších reprezentací skutečnosti a moci, popř. mnohosti přístupů a zájmů.*“ (JIRÁK, a další, 2009, str. 290). Obrazové vyjádření hrdinství a ztrát na straně Spojených států amerických bylo natolik působivé, že zastínilo případnou informaci, která by mohla vzbudit veřejnou nespokojenost se zásahem v Iráku.

### **Manipulace v digitální fotografii**

O manipulaci v digitální fotografii jsme se zmiňovali ve druhé kapitole. Z dnešního pohledu je manipulace fotografického obrazu velmi snadnou záležitostí. Nebylo tomu tak ale vždy. Internet, který je dnes zdrojem nepřehledného množství všelijak upravených fotografií, byl zpočátku v žurnalistice chápán jen jako místo, kam se pouze „překlápějí“ tištěné verze deníků. Novináři internetu nedůvěřovali, neuměli s ním pracovat, neexistovaly zde ani etické kodexy konvenční redakce (ČERMÁK, 2009, str. 23). Digitalizace fotografií však brzy umožnila manipulaci s obsahem i formou, takže někteří teoretikové mluvili dokonce o smrti fotožurnalismu (LÁB, a další, 2009, str. 61).

V souvislosti s těmito kauzami se v zahraničí objevují etické kodexy upravující fotožurnalistickou praxi již v roce 1991.<sup>100</sup> U nás je situace v tomto ohledu stále špatná. Na neexistenci pravidel, která by upravovala práci s fotografickým obrazem a byla součástí etického kodexu žurnalistů některé z českých redakcí, upozorňuje ještě v roce 2009 Lábová (str. 307). Téma manipulace s digitálním fotografickým obrazem je v současnosti velmi diskutované. Pokročilé digitální vizuální technologie dávají prostřednictvím internetu nový rozměr lidskému vidění, ale nejde jen o nové technologie a média, ale „o celkový posun ve vnímání obrazu a reality“ (LÁB, a další, 2009, str. 122). Není pochyb o tom, že s příchodem počítačových technologií a zejména jejich rozšířením, zlevněním a dostupností téměř každému se manipulace fotografie stala snadnou a jednoduše proveditelnou. Do té doby, ačkoli byla možná, nebyla představa manipulace fotografie ještě dostatečně všeobecně rozšířená a notoricky známá.

Dnes se můžeme u některých odborníků setkat s tvrzením, že doposud vnímané pojetí fotografie se s nástupem digitalizace mění (např. LÁB, a další, 2009). Nejedná se však o moment vynálezu digitalizace, ale dobu, kdy se možnosti digitální fotografie ve společnosti masově rozšířily a staly dostupné téměř každému. V čem spočívá ta změna? Právě ve snadné a masově rozšířené dostupnosti technologií, umožňujících nejen pořizování digitálních fotografií, ale i programů na jejich úpravu. Na jednu stranu tato výhoda umožňuje fotografovat téměř každému a znamená tak návrat k amatérské

---

<sup>100</sup> Praktiky digitální manipulace shrnuje v roce 1991 např. Etický kodex NPPA (National Press Photographers Association), Národní tisková asociace fotografů v USA (NPPA, 2012).



fotografii jako k zálibě, která byla ve druhé polovině 20. století velmi oblíbená. Na druhou stranu je tady přítomná hrozba, že bude tato masová dostupnost nekontrolovatelně zneužívána při manipulaci fotografií, čímž trpí zejména důvěryhodnost fotografie v žurnalistice.

Otázkou také je, co za fotografii můžeme považovat a co fotografií již není. Filip a Alena Lábovi (2009, str. 120) v článku *Obraz v digitálním věku* píšou, že „*velmi realisticky vyhlížející fotografie může vzniknout bez existence zobrazovaných předmětů ve vnější realitě*“. Jako příklad fotograficky vyhlížejících obrazů, které postrádají závislost na přítomnosti referentu svého zobrazení, lze uvést některá vyobrazení (záměrně neužíváme slova fotografie) z katalogů firmy IKEA. O této skutečnosti informoval americký server Wall Street Journal 26. 8. 2012. V článku se píše, že švédský nábytkářský gigant IKEA přestává fotit reálný nábytek a jeho katalogy budou vytvářet počítačové grafici ze stále větší části. Firma se tak prý snaží ušetřit na nákladech za výrobu reálných modelů bytů a jejich zařízení. (IHNEP.cz, a další, 2012). Obrázky interiérů jsou skutečně k nerozeznání od fotografií a to včetně zobrazení lidí. Ale jedná se zde stále o fotografii? Nezaměňujme fotografii s počítačově generovaným obrazem, neboli CGI (z angl. Computer-generated imagery). Novým problémem ve vnímání fotografie je tedy rozpoznatelnost fotografie od CGI. Jedná se o počítačovou grafiku, či obraz, která využívá fotografického jazyka, ale jeho skladba je iluzivní a daná schopnostmi autora, podobně jako u malby obrazu (NITČE, 2008). Pro tvorbu těchto obrazů dnes běžně existují počítačové programy, které pomocí navržených algoritmů napodobují vzhled přírodního terénu k nerozeznání od fotografie.

### **Způsoby manipulace**

Lábová (2006, str. 131-136) uvádí nejčastější příklady dnešních způsobů manipulace reportážních fotografií, jako součást analýzy fotografické pravdy v obrazovém zpravodajství z izraelsko-libanonského konfliktu, a vymezuje je do čtyř druhů:

- Chybné nebo nepřesné popisky
- Digitální manipulace obsahu zpravodajských fotografií
- Inscenování propagandistických fotografií aktéry události
- Režie nebo aranžování samotným fotografem – tzv. nahrávka

Kombinováním fotografií může také dojít k podsouvání významů, které ani sám fotograf nezamýšlel, ale *„Nejčastější formou (manipulace) je úprava textu, který posunuje nebo zcela převrací původní smysl fotografie“* (LÁBOVÁ, 1990, str. 94). O potřebě doprovodit reportážní fotografii textem jsme se již zmiňovali v předchozích kapitolách.

Digitální manipulace fotografického obrazu je pravděpodobně nejčastější způsob úpravy veškeré fotografie současnosti. Proto je v žurnalistické fotografii zejména v zahraničí toto téma velice ostře sledováno a sebemenší zjištění náznaku manipulace s žurnalistickou fotografií je odbornou veřejností nekompromisně odsuzováno. Lábová a Láb (2009) popisují mnoho případů, kdy mělo poměrně drobné vyretušování, nebo úprava kontrastu či barevnosti žurnalistické fotografie v tisku, i pro uznávaného fotografa nepříjemné důsledky v podobě ztráty důvěry, odstranění fotografií a následně rozvázání pracovního poměru. U nás pravidla pro práci s fotografií v redakcích zatím chybí. *„Etický kodex upravující práci s fotografickým obrazem v rámci novinářské práce považují praktici této profese v podstatě za obtěžující zbytečnost“* (LÁBOVÁ, a další, 2009, str. 150). V české mediální sféře je podle Lábové a Lába (2009, str. 150) *„citlivost vůči zásahům do obrazových materiálů mnohem nižší, a obecně takové zásahy nejsou považovány za něco principiálně negativního a předem vyloučeného.“* V žádném případě se však nikdy nejednalo o takové manipulativní zásahy, jakých byla světová veřejnost svědkem například v průběhu izraelsko-libanonského konfliktu.

Dnes již učebnicovým příkladem manipulace v digitální fotografii můžeme označit „práci“ libanonského fotografa jménem Adnan Hajj, který dodával fotografie z Blízkého východu jako tzv. „stringer“ (v té době již 10 let) agentuře Reuters (LÁBOVÁ, 2006, str. 130). Hajj na fotografii bombardovaného Bejrútu pro zvýšení efektu tzv. „naklonoval“ a ztmavil kouř stoupající ze zasažených domů, a to tak neodborně, že se některé budovy na fotografii objevovaly vícekrát, takže stopy po zásahu byly patrné na první pohled (Obrázek 16). Tuto fotografii následně otiskla i světová média.

Obrázek 16 – Fotograf Adnan Hajj předal agentuře Reuters zmanipulovanou fotografii (vlevo), místo originálního snímku (vpravo).



Zdroj: (The Washington Post, 2010)

Další manipulační techniku, inscenování fotografií (které tak mají ovlivnit mediální obraz dané události), popisuje Lábová (2006, str. 132-134) na příkladu Hizballáhu v izraelsko-libanonském konfliktu. Hizballáh obvykle svá zařízení, kterým byly odpalovány desítky raket na Izrael, ukrýval v civilních domech. Izraelská letadla potom pozice Hizballáhu bombardovala, avšak až po výzvě civilního obyvatelstva k odchodu z těchto oblastí.

Když byla 30. července 2006 vybombardována jedna budova ve vesnici Kana, natočila v této oblasti německá televizní stanice NDR videonahrávku pro svůj dokumentární pořad „Zapp,“ která ukazovala, jak libanonský záchranář nechá pro kamery vytáhnout mrtvé tělo chlapce ze sanitky a sám si oblékne záchranářskou vestu a helmu, aby umožnil vzniknout lepší záběr. Dva záchranáři, kteří dostali v průběhu konfliktu od bloggerů přezdívku „Zelená helma“ a „Bílé tričko“ jsou považováni za hlavní propagandisty Hizballáhu, kteří se nejvíce podíleli na režii celé akce. *„Oba triumfálně vystavovali mrtvá tělíčka dětí vstříc objektivům fotoaparátů, s hlubokou bolestí v obličejích, ...“* zatím co mimo kamery záchranáři *„neukazují žádné emoce, spíš nezúčastněné a lehce znuděné tváře“* (LÁBOVÁ, 2006, str. 133).

Problematický se zdá být také fakt, jak upozorňuje Lábová (2006, str. 138), že útok na Kanu proběhl o půlnoci, ale záchranářské práce začaly až za denního světla, tedy po osmi hodinách od útoku, kdy již nemohlo být koho zachraňovat. Dále bylo poukázáno na to, že některá mrtvá těla nevypadala, že by byla vytažena ze sutin zbořené budovy, tedy že *„některá jevila známky rigor mortis, jiná ne“* (LÁBOVÁ, 2006, str. 133).

Analýzou velkého množství významných amerických a britských weblogů, které celou situaci obrazového materiálu podrobně zkoumaly, dospěla Lábová (2006, str. 136) k závěru, že fotografové byli využíváni libanonskou stranou při vytváření mediálního obrazu válečného konfliktu.

Poslední kategorií, o které se Lábová (2006, stránky 134-135) v analýze zmiňuje, je tzv. nahrávka. Jde o zásahy fotoreportéra do zachycované skutečnosti, které bývají prováděny nejčastěji z důvodu vylepšování fotografovaného prostředí. Toto upravování by podle Lábová (1990, str. 48) „nemělo mít v reportážní fotografii místo.“ Je to forma fotografického podvodu, a je hůře prokazatelná. Ve výše uvedeném konfliktu se jednalo o snímky figuríny ve svatebních šatech uprostřed sutin vybombardovaných domů, fotografie hořícího Koránu pohozeného v sutinách tak, že neměl od čeho vzplanout a hořel ještě dlouho po bombardování, nebo nepoškozené, čisté dětské hračky, fotogenicky umístěné uprostřed trosk. Snímky potom mohou působit jako „*příliš dokonalé na to, aby byly pravdivé*“ (LÁBOVÁ, 2006, str. 134).

### 3.3.2 Etika reportážní fotografie

*„Nejdůležitější součástí ... práce... je neustálá, každodenní přítomnost úcty novináře k těm, jejichž osudy zobrazuje.“ Jaromír Štětina, bývalý válečný zpravodaj<sup>101</sup>*

Práce fotožurnalisty není v žádném případě nijak snadná. Fotograf se ocitá často v ohrožení, ať už se jedná o jeho vybavení nebo holý život. K tomu musí být schopen dostat všem etickým zásadám žurnalistiky, které jsou obrazovým zpracováním ještě daleko komplikovanější. Úcta novinářů (k těm, jejichž osudy zobrazují) vychází z jejich morálních hodnot. Tyto morální hodnoty by však každý člověk měl získat, ať už výchovou nebo studiem, ještě před tím, než svou činností do osudů jiných lidí zasáhne. Potom by měl být schopen logické argumentace proč některé jevy zobrazovat a zveřejňovat, a jiné nikoliv. Následující příklad naznačuje, že se nejedná jen o možnosti manipulace s obrazem ve smyslu změny významu nebo symboliky zobrazované události. Etické aspekty se dotýkají i samotné podstaty zobrazování reality ve chvíli, kdy je součástí této reality i další fotožurnalista.

---

<sup>101</sup> Jaromír Štětina - senátor, spisovatel, dokumentarista, bývalý válečný zpravodaj z konfliktů v Evropě, Asii a Africe, spoluzakladatel humanitární společnosti Člověk v tísni, dříve šéfredaktor Lidových novin. (ŠINDELÁŘOVÁ, a další, 2006 str. 55).

## Haiti 2010

19. ledna 2010, týden po katastrofickém zemětřesení na Haiti,<sup>102</sup> byla policií, která se pokoušela udržet kontrolu nad rabujícím davem zničeného hlavního města Port-au-Prince, zastřelena dvěma ranami do hlavy 15 letá Fabienne. Dívka, s několika zarámovanými obrazy v rukou, byla policií označena za tzv. „looter“ (rabující) (CARROLL, 2010b). Na prvních zveřejněných fotografiích (Obrázek 17 a Obrázek 18) leží mrtvá Fabienne na obrazech, které měly být důvodem k jejímu zastřelení. Kritik, spisovatel a uznávaný komentátor fotografické tvorby Pete Brook (CU Photography, 2013) si však povšiml nesrovnalostí, které tyto fotografie vykazují. Jako první jej zaujaly neshody na dvou snímcích, kde bylo tělo Fabienne ve výrazně odlišných pozicích. Brook (2010) uvádí: „*The day after seeing Garcia Rawlin's photograph for Reuters, I found a virtually identical image by Jan Grarup, except Fabienne's body was positioned differently.*“ Celé to vypadalo, jako by bylo s tělem Fabienne manipulováno za účelem dosažení efektnějšího záběru.



Obrázek 17 – Od fotografa Carlos Garcia Rawlins/Reuters. Původní popis: „15-year-old Fabienne Cherisma lies dead after being shot in the head in Port-au-Prince.“

Zdroj: (CARROLL, 2010b).



Obrázek 18 – Od fotografa Jan Grarup. Původní popis: „Port au Prince, Haiti - Tuesday 19. In the central part of the capital, looting is getting worse. desperate people roob all the stores and warehouses they can get close to. Police try maintain law and order but can not control the increasing crows. 15 year old Fabienne lies dead on the roof of a building, shoot in the head by Police while looting a warehouse. she stole some frames with pictures of flowers.“

Zdroj: (Redux, 2010b).

<sup>102</sup> Stovky lidí bez jídla a pomoci plenily již třetí den po zemětřesení (12. 1. 2010) tržnici ve zdevastovaném hlavním městě Port-au-Prince. Od 17. ledna začala haitská policie na rabující střílet (Aktuálně.cz, 2010).

Brook (2010) vysvětluje, že se tímto případem zabýval, protože „*to nebyla násilná nestabilita betonu fyzického prostředí, ale násilná omylnost lidského rozhodnutí,*“ která způsobila smrt té dívky.<sup>103</sup> Ačkoli zde nesouhlasila poloha dívčina těla, někteří fotoreportéři za fotografie zastřelené Fabienne získali ocenění v různých prestižních fotožurnalistických soutěžích po celém světě. Na to však reagoval další fotoreportér, a nabídl odlišný pohled na událost zveřejněním fotografie (Obrázek 19), která ukazuje hromadné fotografování těla mrtvé Fabienne. Toto zveřejnění také rozpoutalo diskusi například ve švédském deníku Resume.se (STRÖM, 2011).



Obrázek 19 – Od fotografa Nathan Weber. Originální popisek: „*As it turns out one of those photographers, Paul Hansen, a staff photographer with the Swedish daily Dagens Nyheter, has won newspaper photographer of the year in the 67th annual Picture of the Year International competition at the Missouri School of Journalism. I feel it is important to share with viewers a glimpse of the situation that surrounded Fabienne’s tragic misfortune.*“

Zdroj (WEBER, 2011).

Postupem času Brook osobně kontaktoval některé fotografy, kteří byli události přítomni a děj zachytili. Zjistil, že události bylo celkem přítomno nejméně patnáct fotoreportérů, z čehož někteří byli dokonce svědkem střelby. My zde uvádíme pouze 6 fotografií pro ilustraci (Obrázek 20 až Obrázek 25).

<sup>103</sup> Parafráze originálu: „...*unlike 230,000 of her compatriots, it wasn’t the violent instability of concrete in the physical environment that killed Fabienne, it was the violent fallibility of human decision making that killed her; a bullet, from a gun, in a hand.*“ (BROOK, 2010)





Obrázek 20 – Od fotografa Paul Hansen, který získal první cenu ve švédské fotožurnalistické soutěži v kategorii the International News Image. Originální popis: „I:A PRIS ÅRETS NYHETSBIKD UTLAND. Paul Hansen, Dagens Nyheter. Juryns motivering: Hela historien om jordbävningen i Haiti i en bild. Jordskavets ödeläggelse och den grymma överlevnadskampen som följer på en så stor katastrof.“

Zdroj: (Årets Bild, 2011).



Obrázek 21 – Od fotografa James Oatway z deníku Sunday Times, který získal ocenění v prestižní fotožurnalistické soutěži Sony Profoto Awards (PPSA, 2010) v kategorii News Image of the Year. Originální popis: „Fabienne Cherisma (15). She was shot by a policeman during the violent aftermath of the catastrophic earthquake that struck Haiti in 2010. Port-Au-Prince.“

Zdroj: (OATWAY, 2010a).



Obrázek 22 – Od fotografa Alon Skuy. Originální popis: „After being shot in the head by police, the body of 15-year-old Fabienne Cherisma lies on the roof of a fallen building in downtown Port-au-Prince following earthquake in Haiti, 2010, by Alon Skuy.“

Zdroj: (BROOK, 2010)



Obrázek 23 – Od fotografa Lucas Oleniuk, z Toronto Star, který získal cenu ve fotožurnalistické soutěži National Newspaper Awards v kategorii News Feature Photography. Originální popis: „The lifeless body of fifteen-year-old Fabienne Cherisma lies on the roof of a fallen building in downtown Port-au-Prince while looters file down the street on January 19, 2010. The young girl was carrying three ornamental mirrors when she was hit by a random shot from Haitian police as she walked with looters on the street.“

Zdroj: (NNA, 2007 -2013)



Obrázek 24 – Od fotografa Michael Mullady. Originální popis: „*Fabienne Geichmar, 15, was fatally wounded by a stay bullet while looting with hundreds on Rue Marthley Seiee in Downtown Port au Prince on 1/19/2010.*“

Zdroj: (Redux, 2010a).



Obrázek 25 – Od fotografa Edward Linsmier. Originální popis: „*Fabienne Cherisema, 15, lies fatally shot on the sloped roof of a store in downtown Port au Prince, Haiti that was damaged during the January 12, 2010 earthquake.*“

Zdroj: (Redux, 2010c).

Brook se zabýval otázkou, proč leží tělo Fabienne na některých fotografiích v odlišné pozici? Dále ho zajímalo, proč při tak velkém množství fotografií není na žádné fotografii jiný fotograf zachycen?

*„If a situation is chaotic and journalists are part of that chaos, what does it matter if photographers or journalists are in the scene? As a small step, this mutual refusal to depict fellow professionals in the field, can be understood as the first step toward a manipulated in front of a distant audience. The erasure of fellow media from a scene is a paradox. Journalists are required to record events as they are, but if a photographer depicts them as if he or she is working in isolation – as if from a unique one-off viewpoint – then what is delivered is not an objective, neutral description but a construction.“ (BROOK, 2010).*

Aniž by chtěl zpochybňovat nebo kritizovat fotografy, kteří své práci obětovali čas, myšlenky a emoce, Brook se zamýšlí nad tím, proč fotožurnalista není v médiích nikdy zobrazen jako část reality.



*„I usually only see images that implicate media/photographers when the story becomes about them, when they get injured or kidnapped. Photojournalists are either the directors of a scene or the embattled hero of a scene; they are never bit-part players.“ (BROOK, 2010).*

---

Co se týká smrti samotné Fabienne, od střelby podle mnoha rozhovorů, které Brook (2010) s fotografy realizoval, uběhlo asi 20 minut, než tělo dívky našli její příbuzní. Během té doby policie smrt dívky nijak neřešila, zatímco kolem jejího těla procházeli lidé přenášející bez zájmu další a další vyrabované předměty. Někteří kolemjdoucí podle výpovědí fotografů s tělem dívky několikrát manipulovali, pravděpodobně kvůli identifikaci. Jeden člověk však mrtvé dívce údajně sebral peníze, které ještě stále držela v ruce (viz Obrázek 26). To by mohlo vysvětlovat odlišné pozice jejího těla na různých fotografiích. Dle provedených rozhovorů se fotožurnalisté snažili vyhnout záběru svých kolegů, ale celkově se chovali i ve vypjaté atmosféře eticky.



Obrázek 26 – Od fotografa James Oatway. Originální popis z rozhovoru s Jamesem Oatwayem: „Man takes the money from Fabienne's lifeless hand.“ (BROOK, 2010).

Zdroj: (OATWAY, 2010b)



Obrázek 27 – Od fotografa Fredric Sautereau. Byl nominován na cenu Visa d'Or News v Perpignaně za jeho pokrytí události ze zemětřesení na Haiti 2010, které obsahuje i několik fotografií zachycujících smrt Fabienne (BROOK, 2010).

Zdroj: (SAUTEREAU, 2010).

Existuje ještě mnoho fotografií, které ukazují, jak je tělo Fabienne odnášeno jejím otcem nebo jak její rodina truchlí (Obrázek 27). Nenalezneme však fotografie, které by ukazovaly, jak s tělem dívky někdo manipuluje před příchodem otce a její rodiny.

Další etický rozměr ukazuje, jaký dopad má, nebo v tomto případě spíše nemá, žurnalistická fotografie. Dle deníku Guardian neproběhlo žádné policejní vyšetřování a smrt Fabienne není registrovaná. Oficiálně je to, jako by dívka nikdy ani neexistovala, protože nemocnice, ve které bylo zaznamenáno její narození, byla zničena při zemětřesení (CARROLL, 2010a). Jak uvedli někteří fotografové v rozhovorech, rodina Fabienne se bojí o případu mluvit, a tělo Fabienne raději odvezli a pohřbili, aby nemohlo být předáno policii. I po pohřbu se obraceli výhradně na zahraniční média (BROOK, 2010).

I přes to, že události bylo podle Brooka (2010) svědkem přinejmenším patnáct novinářů a mnoho jich získalo za snímky mrtvé Fabienne prestižní fotožurnalistické ceny, nestojí zřejmě žádné světové mediální agentury tato událost vůbec za to ji registrovat. Kromě stránek samotných fotografií, fotožurnalistických soutěží, deníku Guardian.co.uk a několika blogů, nenajdeme žádnou zmínku na světových internetových zpravodajských serverech. Fotografie zastřelené Fabienne se alespoň staly inspirací pro výtvarné dílo grafika uváděného pod pseudonymem Pureevilbunny z Londýnské galerie Pure Evil (Obrázek 28).



Obrázek 28 - Fotografie zastřelené Fabienne se stala námětem pro moderní grafiku.

Zdroj: (PURE EVIL, 2010)

### **Hranice dobrého vkusu**

Jak uvádí Alena Lábová (LÁBOVÁ, 1990, str. 89), „*Etická hodnota fotografií úzce souvisí s etickou hodnotou zobrazovaných jevů.*“ Neplatí však přímá úměra, že zobrazování pozitivních jevů je automaticky eticky hodnotné, a zobrazování negativních jevů je amorální. Hlavním kritériem umožňujícím etickou hodnotu fotografií posuzovat

je **přítomnost úmyslu a lidské odpovědnosti** za vznik jevů, které jsou fotograficky zachycovány. Jevy mohou probíhat bez lidského zavinění nebo s jeho přímým zaviněním (například přírodní katastrofa nebo válka) a mohou ukazovat pozitivní nebo negativní životní hodnoty (humanismus a statečnost nebo utrpení a smrt) (LÁBOVÁ, 1990, stránky 89-92). Popišme si nyní kombinace výše uvedených možností, které mohou fotografie ukazovat na příkladech, jak jsou prezentovány v odborné literatuře.

- **Jev probíhá bez přímého lidského zavinění a ukazuje pozitivní životní hodnoty.** Příkladem může být fotografie od fotografky Dorothy Langeové z roku 1936 s názvem *Migrant Mother* (Kočující matka). Denise Bethel u této fotografie upozorňuje na „úctu ženy tváří v tvář bídě“ (KOETZLE, 2003b, str. 30). Tyto „reportážní fotografie jsou eticky hodnotné svým proklamativním humanismem, tendencí... zdůrazňovat to, co činí člověka člověkem“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 90).
- **Jev probíhá bez přímého lidského zavinění a ukazuje negativní životní hodnoty.** Lábová upozorňuje na velké množství záběrů ze zemětřesení v Arménii, které „jsou spíše fotografickým exhibicionismem těžším bez morálních zábran z utrpení postižených“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 92). Je třeba brát v úvahu, že reportážní fotografie jako produkt žurnalistiky, stejně jako další mediální produkty, jsou v pojetí sociální konstrukce reality „*reprezentacemi nikoli „přirozeného“ daného světa, ale světa konstruovaného v konkrétní historické situaci*“, na které se samy mediální produkty podílejí (JIRÁK, a další, 2009, str. 291). Například zveřejněním drastických záběrů z místa neštěstí „*dochází k přenosu traumatu na diváka, jednak je ve hře úcta k zemřelé oběti a k pozůstalým*“ (ŠINDELÁŘOVÁ, a další, 2006, str. 37).
- **Jev probíhá jako důsledek přímého lidského zavinění a ukazuje pozitivní životní hodnoty.** Příkladem je práce fotografů jako je Alfred Eisenstaedt nebo William Eugene Smith, jejichž „*fotografie (jsou) hluboce humánní, odsuzující jednoznačně válku*“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 91).
- **Jev probíhá jako důsledek přímého lidského zavinění a ukazuje negativní životní hodnoty.** Tento stav ilustruje snímek Henri Cartier-Bressona z roku 1945, kde „*v jednom táboře pro ‚displaced persons‘ rozpozná oběť nacistů informátorku gestapa*“ (KOETZLE, 2003b, str. 48). Fotografie ženy (oběti)

napřažené k úderu druhé ženy (trýznitelky), zachycuje „rozhodující vteřinu odhalení, identifikace, onen moment, ve kterém minulost, současnost a budoucnost, hořepná vzpomínka, bolestné rozpoznání a z toho vyplývající zuřivé jednání dospějí k překrytí“ (KOETZLE, 2003b, str. 54).

Výše uvedené příklady se týkají odpovědnosti za vznik fotografovaného jevu v tom smyslu, že tyto události a jevy byly (nebo nebyly) někým zaviněny, a fotograf přišel a zachytil je. Ale dalším morálním aspektem, který se podílí na etické hodnotě fotografií, je motivace, přímá účast a osobní podíl samotného fotografa na vzniku a průběhu fotografovaného jevu. Učebnicovým příkladem fotografií, které vyvolaly řadu polemik o překročení hranic novinářské morálky, jsou fotografie J. Rosse Baughmanna, který nafotografoval vyhlazovací akci elitní armádní jednotky Americké nacistické strany, jejíž byl v té době řádným členem (LÁBOVÁ, 1990, str. 92). Bouřlivá diskuse nastala po té, co Baughmann za tyto fotografie získal prestižní Pulitzerovu cenu. Při posuzování válečných fotografií můžeme podle Lábové (1990, str. 91) „konstatovat, že válečná fotografie je eticky hodnotná v případě, že vede k odsouzení války nebo varování proti ní. V tom případě bude na místě i jindy sotva akceptovatelný naturalismus.“ Způsob jakým fotografie pořizoval J. Rosse Baumann však lze považovat za velmi kontroverzní a připomínající spíše způsob, jakým si fotografie týraných iráckých válečných zajatců z bagdádské věznice Abu-Graib „na památku“ (jak komentuje Lábová (2006, str. 130)) pořizovali sami, svými turistickými fotoaparáty, příslušníci americké armády.

### **Hranice slušnosti**

Kde jsou hranice slušnosti? Fotografování chudoby, závislých, mentálně či fyzicky postižených lidí, ale také fotografování válečných konfliktů, zraněných osob při nehodách, přírodních a jiných katastrofách, stručně řečeno fotografování utrpení, zármutku nebo ponížení, může fotografované osoby ještě více zranit a podle slov kanadského fotografa Davida duChemina<sup>104</sup> (2010, str. 113) tak přispět k dalšímu „pošlapávání jejich už tak potrhané důstojnosti“. DuChemin o sobě říká: „Nejsem novinář, takže fotím z jiných pohnutek...“ a za neetické považuje fotografování „využívající neštěstí jiných“, nebo využívající „neschopnosti odtrhnout oči od zkázy

---

<sup>104</sup> David duChemin, fotografuje v rámci humanitárních projektů po celém světě, působí především v neziskových organizacích (např. World Vision).

a znetvořen<sup>í</sup>. Takové fotografie mu připadají „vykořisťovatelské a bezcitné“ a dodává, že „Fotografie pořízené odporným a neosobním způsobem jsou odporné a neosobní...“ (DUCHEMIN, 2010, str. 114).

Zajímavý je jeho pohled na problematiku fotografování osob. Z hlediska zisku v reportážní fotografii je totiž vztah fotograf a fotografovaný vztahem, kdy fotograf obvykle dostane snímek, ale fotografovaná osoba nic. V horším případě může být fotografovaná osoba zveřejněním fotografie v médiích ještě dále poškozena.

*„Redaktor z televize mě vytáhl z kostela, kde probíhala mše, že si se mnou chce natočit rozhovor. Pak mě nechal venku čekat, protože ještě mluvil s nějakým politikem. Pak ke mně přišel a řekl: ‚Tak tohle si představuji, že řeknete...‘ V půlce věty mi do toho vždycky skočil. Nakonec řekl: ‚Dobrý, to беру!‘ a odešel. Ani nepoděkoval.“*  
(Dvaatřicetiletý muž, který přežil havárii autobusu u Nažidel, jeho přítelkyně a dalších 18 lidí při havárii zahynulo) (ŠINDELÁŘOVÁ, a další, 2006, str. 10).

DuChemin (2010, str. 113) dále říká: „Když vám člověk věnuje kousek svého času, to nejmenší co můžete udělat, je dát mu kousek svého. Zeptejte se jich na jméno nebo jim řekněte své. Poděkujte. Potřeste jim rukou. Ukažte jim výsledný snímek na displeji fotoaparátu. Usmějte se. Ne že jen uděláte fotku a jdete dál.“ Z tohoto pohledu lze říct, že neetické je fotografování osob, které nebere ohled na vyváženost hodnot. Například tzv. paparazzi fotografie jsou pořízeny záměrně pro finanční obohacení na úkor fotografovaného, kterému tím ale vzniká ztráta důstojnosti. Tyto fotografie označuje Lábová (1990, str. 93) za „fotografické senzace ze soukromého života,“ a ptá se: „Kde je hranice mezi správným zájmem o člověka a invazí do soukromého života?“

Dalším rozměrem, který ovlivňuje vnímání etiky fotožurnalismu a jejích hranic slušnosti, je rozhodnutí zveřejnit fotografii. „V éře počítačů a kvůli stále rostoucí armádě fotografujících amatérů – a tedy rapidně se zvyšujícímu počtu očitých svědků světodějných událostí – získává pojem kontroverze ještě nový rozměr. A ten, kdo o otištění ‚skandální‘ fotografie rozhoduje, stojí před dalším rizikem“ (ŠEVELA, a další, 2012). Je to tedy i otázka uplatnění fotografie. Rozhodnutí zveřejnit fotografii

začíná nejprve u fotografa, který musí být schopen sám posoudit, „*zda eticky sporný záběr zničí nebo se bude snažit uplatnit jej na veřejnosti*“ (LÁBOVÁ, 1990, str. 94). Dalšími lidmi rozhodujícími o zveřejnění fotografie, jsou obrazový redaktor, hlavní editor, šéfredaktor, grafik a další osoby, které se podílejí na výrobě žurnalistických obsahů.

### 3.3.3 Etické kodexy v České republice

Etickým kodexům v rámci české mediální krajiny se věnují Lábová a Láb (2009, str. 146), kteří konstatují, že „*jakákoliv pravidla vymezující proces fotografování, výběr fotografií nebo jejich zpracování, aspekty profese fotografa či obrazového editora v těchto [českých] kodexech skoro vždy chybí*.“ Syndikát novinářů, který je prezentován jako zastřešující profesní žurnalistická organizace v České republice, podle Lábové a Lába (2009, str. 146) začal v roce 2008 pracovat na inovaci etického kodexu, ale dodnes ji nezveřejnil. Při tom pokud by pravidla ohledně fotografie byla daná, mohlo by to dát fotožurnalistům a dalším zodpovědným osobám v rámci procesu výroby mediálních obsahů podnět k zamyšlení se nad rutinními úkony a klíč k řešení mnohých otázek, které dennodenně řeší.

Jako ideální řešení pro práci s fotografií vidí Lábová a Láb (2009, str. 151) kodex České tiskové kanceláře (ČTK). Agentura ČTK je veřejnoprávní instituce, a je tedy také vhodným příkladem, který je možno následovat. Bohužel uvedený kodex není veřejně přístupný ani na internetových stránkách ČTK. Na přímou žádost zaslala šéfredaktorka zpravodajství ČTK výňatek z dokumentu *Kodex ČTK, Agentura a její zpravodajství (hlavní zásady pro tvorbu zpravodajství ČTK)* s uvedením, že „*Nejde o veřejnou publikaci. Jde o interní dokument, který je součástí hlavních zásad pro tvorbu zpravodajství ČTK, jimiž se musí řídit každý redaktor*.“ (MARKOVÁ, 2012). Bohužel však tato verze neobsahovala část *Kodex pro práci s fotografií v ČTK*, jejíž přepis uvádí Lábová a Láb ve své publikaci (2009, str. 150). V tuto chvíli se lze pouze domnívat, zda podoba té části kodexu ČTK, která upravuje práci s fotografií existuje nebo již neexistuje, nebo o ní ani pracovníci ČTK nevědí. Podle slov šéfredaktorky Markové (2012) publikace kodexu ČTK „*nyní existuje v elektronické formě (podoba Wikipedie) v interní podnikové síti a je pravidelně aktualizována*.“ Pro komplexnost problematiky etických kodexů připojujeme *Kodex pro práci s fotografií v ČTK*, který uvádí Lábová

a Láb ve své publikaci z roku 2009 k přílohám této práce (viz Příloha A). Za dobrou zprávu, jak vyplývá ze studie Aleny Lábové o tom, *Jak digitální technologie změnila práci českých fotožurnalistů*, můžeme považovat tvrzení, že *"Česká novinářská fotografie nemá od nástupu digitálních technologií žádnou zpravodajskou fotografii, která by kvůli prokázané digitální manipulaci mohla být považována za podvod"* (LÁBOVÁ, 2009, str. 307). Ze závěrů této studie lze vyvodit ty redakční úpravy obrazu ve zpravodajské fotografii, které jsou považovány za obecně přístupné. Jsou to takové techniky, které v předdigitální době fotograf běžně prováděl v temné komoře, tj. vyvážení barev, srovnání jasu a kontrastu, výřez a doostření. Za nepřípustné jsou považovány úpravy prostorového uspořádání předmětů, odstranění nebo přidání obrazových prvků včetně změny jejich velikosti, spojení několika obrazových prvků, nebo změna barev (LÁBOVÁ, 2009, str. 307).

Z hlediska etiky práce fotoreportéra se jeví velmi užitečnou příručka *Novináři a neštěstí* autorky Báry Šindelářové z Dart Center for Journalists and Trauma, kterou vydalo psychologické pracoviště Ministerstva vnitra České republiky. Jako vodítko pro uplatnění etických zásad při práci fotožurnalisty lze použít následující rady (ŠINDELÁŘOVÁ, a další, 2006, stránky 14, 38 a 51):

1. *„Pamatujte si, že vaše reportáže budou mít dopad na čtenáře a diváky. [...] Nepřispívejte k šíření strachu, paniky...“*
2. *„Vyvarujte se morbidních detailů o smrti oběti.“*
3. *„Za žádnou cenu nerušte nikoho v truchlení. Neznamená to, že byste neměli fotit emoce na veřejnosti. Každopádně ale nenarušujte soukromí, nefotografujte na soukromých pohřbech.“*
4. *„Dejte prostor reakcím a názorům lidí, hlavně pak těm povzbudivým. Prezентуйте způsoby, jakými lidé pomáhají a jakými mohou pomáhat.“*

### **3.4 Právní aspekty reportážní fotografie**

Český právní řád nerozlišuje fotografické žánry a neuznává běžně známé způsoby rozlišení, které sleduje především účel, za kterým byla fotografie pořízena. Zde neexistuje pojem reportážní fotografie, stejně jako zpravodajská nebo žurnalistická. Každá fotografie však má svého autora a mnoho fotografií zobrazuje jiné osoby.

Vztah k autorovi a zobrazeným osobám u nás řeší dva odlišné zákony. Ve vztahu k autorovi je to tzv. autorský zákon,<sup>105</sup> kde je fotografie v § 2, v 1 a 2 odstavci považována za předmět autorského práva.<sup>106</sup> Vztah k osobám, které mohou být prostřednictvím fotografie zobrazeny, řeší občanský zákoník,<sup>107</sup> který v § 11<sup>108</sup> zmiňuje problematiku ochrany osobnosti fyzických osob.<sup>109</sup>

### **Autorský zákon**

Vraťme se ale k pojmu fotografie. Co se týká ochrany autorství u fotografie, je důležité si uvědomit, že „zákon nechrání myšlenku, nýbrž její tvůrčí zpracování“ (ČERMÁKOVÁ-VLČKOVÁ, a další, 2009, str. 67). Na rozdíl od vědeckého nebo uměleckého přístupu k fotografii, hovoří autorský zákon o fotografii, jako o předmětu autorského práva, pouze v pojmech „**dílo fotografické**“ (§ 2 odst. 1), a „**fotografie**“, (§ 2 odst. 2), při čemž oba dva pojmy mohou být také tzv. „**dílo vyjádřené postupem podobným fotografii**“. Rozdíl mezi jakoukoli fotografií a fotografií chráněnou autorským zákonem spočívá v tom, zda se na jejím vzniku podílela autorova tvořivost, a také v tom, zda fotografie je či není opakovatelným výsledkem (CHALOUPKOVÁ, a další, 2012, str. 6).

Prvním druhem fotografií chráněným autorským zákonem, tedy „dílem fotografickým“, jsou tzv. „jedinečné výtvořky“, které jsou neopakovatelným výsledkem tvůrčí činnosti autora. Jsou jedinečné, protože jsou neopakovatelným výsledkem, a zároveň se na nich podílela tvůrčí činnost autora. Telc (2007, str. 42) uvádí, že „V praxi v této souvislosti hovoříme o umělecké fotografii.“

---

<sup>105</sup> Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (C. H. Beck, 2009).

<sup>106</sup> Hlava I: Právo autorské, Díl 1: Předmět práva autorského, § 2 Autorské dílo, odst. 1 „*Předmětem práva autorského je dílo literární a jiné dílo umělecké a dílo vědecké, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora a je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě včetně podoby elektronické, trvale nebo dočasně, bez ohledu na jeho rozsah, účel nebo význam (dále jen "dílo"). Dílem je zejména... dílo fotografické a dílo vyjádřené postupem podobným fotografii...*“, a odst. 2 „[...] Fotografie a dílo vyjádřené postupem podobným fotografii, které jsou původní ve smyslu věty první, jsou chráněny jako dílo fotografické.“ (C. H. Beck, 2009).

<sup>107</sup> Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (ANAG, 2012). Od 1. ledna 2014 nabývá účinnosti nová právní úprava občanského zákoníku (Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník) (ČESKO, 2012).

<sup>108</sup> Část první, Obecná ustanovení, Hlava druhá: Účastníci občanskoprávních vztahů, Oddíl první: Fyzické osoby, Ochrana osobnosti, § 11 „*Fyzická osoba má právo na ochranu své osobnosti, zejména života a zdraví, občanské cti a lidské důstojnosti, jakož i soukromí, svého jména a projevu osobní povahy.*“ (ANAG, 2012).

<sup>109</sup> V novém občanském zákoníku, platném od 1. ledna 2014, je problematika ochrany osobnosti zakotvena v části HLAVA II: OSOBY, Oddíl 6: Osobnost člověka. (ČESKO, 2012).



Druhým druhem fotografií podle autorského zákona, tedy jen „fotografií“, jsou tzv. „původní výtvořky“, které jsou také výsledkem tvůrčí činnosti autora, ale nejsou neopakovatelné, tedy nejsou jedinečné. Telc (2007, str. 42) zde uvádí jako příklad *„školní fotografii celé třídy nastoupené před školou na konci školního roku nebo fotografii vytvořenou při akademickém obřadu imatrikulace nebo promování...“* a dodává, že *„Takovéto fotografie ve skutečnosti však dílem fotografickým v autorskoprávním smyslu nejsou, protože nesplňují legální pojmový znak jedinečnosti výtvořky.“* Z pohledu žurnalistiky si dokážeme dobře představit, že na takovém obřadu by stejně, jako na každé jiné připravené akci typu tisková konference, mohla novinářská fotografie jistě vzniknout. Chápeme, že by byly všechny hodně podobné, protože dav fotografů namačkaných ve vyhrazeném sektoru nemá mnoho prostoru pro kreativitu. Byla by to pravděpodobně fotografie zpravodajská, ale mohla by být i čistě reportážní. Pokud by taková fotografie nebyla chráněna autorským zákonem, jak by potom její autor, především profesionální fotograf působící často jako osoba samostatně výdělečně činná, chránil a uplatňoval svá majetková práva, když na její pořízení musel vynaložit nemálo prostředků, aby si nakoupil fotografické vybavení?

K tomu Chaloupková (2012, str. 7) uvádí, že i takové fotografie, které vzniknou *„jako výsledek vlastní duševní činnosti různých autorů nezávisle na sobě“* je třeba považovat za autorské dílo, a jako příklad uvádí *„fotoportrét na průkaz totožnosti zhotovený fotografem, či běžné fotografování památek turisty.“* Telc (2007, str. 36) však uvádí, že z hlediska ochrany autorským právem *„se pro uvedené výtvořky ochrana stává slabší, neboť teoreticky mohou existovat dva či více totožných (nebo téměř totožných) výtvořků...“*

Aplikace autorského zákona na tento druh fotografií přináší problémy, jako v případě soudního sporu fotografa Jiřího Jírů s firmou, která vyrábí saxofony (JÍRU, 2008). Fotograf Jírů je autorem fotografie z roku 1994, na níž je zobrazen Bill Clinton hrající na saxofon v pražském Jazz Clubu Reduta. Fotografie vznikla u příležitosti návštěvy Clintona v Praze, který se zde setkal s českým prezidentem Václavem Havlem, a při té příležitosti zahrál na zmíněný saxofon. Firma získala fotografii údajně od mluvčího prezidenta Špačka. Po té ji vystavila na svých webových stránkách, aniž by uvedla jméno autora, či mu zaplatila za komerční užití fotografie honorář. U soudu se snažila firma prokázat, že fotografie není chráněna autorským zákonem právě pro to, že není

jedinečným výsledkem fotografový tvůrčí činnosti, protože takovou může udělat každý. Fotograf Jíru však uvádí, že soudní spor vyhrál, ale jeho výsledek musel potvrdit i Nejvyšší soud (JÍRU, 2008).

Z praxe známe ještě třetí druh fotografií, které však nejsou chráněny autorským zákonem, protože nejsou ani výsledkem tvůrčí činnosti autora, ani nejsou jedinečné. Jsou to tzv. „prosté (holé) fotografické záznamy“ neboli „nevýtvoř“, které jsou řazeny mezi nehmotné statky (TELC, a další, 2007, str. 42). Mohou to být snímky z bezpečnostní kamery nebo běžné fotokopie.

Autorský zákon hovoří v paragrafu 34 o úřední a zpravodajské licenci, jež je výjimkou, která omezuje autorské právo. Telc (2007, str. 339) a jiní uvádějí, že se jedná o tzv. bezesmluvní a bezúplatnou zákonnou licenci, protože k takovému užití *„není potřeba získat svolení autora a zaplatit za ně autorskou odměnu.“* Co tedy tato zákonná licence říká? Tato zákonná licence v bodě b) říká, že *„Do práva autorského nezasahuje ten, kdo užije dílo ve spojitosti se zpravodajstvím týkajícím se aktuálních událostí, a to v rozsahu odpovídajícím informačnímu účelu.“* (C. H. Beck, 2009). Užitím díla autorský zákon (§ 12, odst. 4 a 5) rozumí rozmnožování, rozšiřování, pronájem, půjčování či vystavování originálu nebo rozmnoženiny, a také sdělování díla veřejnosti. Avšak užitím díla není použití díla, například přečtení knihy, zhlédnutí filmu či prohlížení fotografií (TELC, a další, 2007). Toho, *„kdo užije dílo ve spojitosti se zpravodajstvím týkajícím se aktuálních událostí“*, nazýváme například vydavatelem zpravodajství, aniž bychom řešili, zda to smí být pouze vydavatel nějaké mediální společnosti, nebo se může jednat i o pouhého blogera (ani zákon to zde nerozlišuje, říká pouze „ten“). Může se jednat například o vydavatele denního tisku, ale i jeho internetové verze. Pokud tedy fotografii vydavatel zpravodajství užije ve spojitosti se zpravodajstvím, potom ji ve své podstatě například otiskne v novinách, a tím ji rozmnoží, rozšíří a sdělí veřejnosti. Autorský zákon v paragrafu 34 na ochranu autora díla stanovuje, že *„je vždy nutno uvést jméno autora, nejde-li o dílo anonymní, nebo jméno osoby, pod jejímž jménem se dílo uvádí na veřejnost, a dále název díla a pramen, ledaže je to v případech podle písmen b) a d) nemožné“* (C. H. Beck, 2009). Až potud se autorský zákon vyslovuje dost jasně. Zmatení však nastává, pokud máme rozhodnout o tom, jakou fotografii tedy lze takto užít.

Komentované znění k autorskému zákonu z roku 2012 autorů Chaloupkové a Holého prostému laikovi mnoho nenapoví. Chaloupková (2012, str. 65) v tomto komentáři uvádí k § 34 písm. b), že „*Bezúplatná zákonná licence zahrnuje užití díla při zpravodajství o aktuální události, bez ohledu na formu zpravodajství a sdělovací prostředek. V úvahu tedy přichází televizní, rozhlasové, tiskové a internetové zpravodajství fotografií, filmem, i agenturní zpravodajství. Při tom je třeba dílo užít v mezích informativního účelu zpravodajství o aktuální události, podmínkou využití díla při tom není předchozí zveřejnění díla. Užití díla v rámci zpravodajství tedy musí mít časovou a tematickou souvislost s událostí, o které zpravodajství informuje.*“

Smíme snad v informačním rozsahu použít jakoukoliv fotografii, která je ve „*spojitosti se zpravodajstvím týkajícím se aktuálních událostí*“ aniž bychom se zeptali autora a zaplatili mu honorář? V současné době zveřejněním díla (fotografie) na internetu dává autor tohoto díla (fotograf) v podstatě komukoli možnost, aby dílo užil. V dnešní době, kdy se fotografie nacházejí volně přístupné na internetu, a jsou kdykoli snadno dostupné, je tato otázka, tedy neexistence smluvního vztahu mezi fotografem a uživatelem, také častým námětem veřejných diskusí. Polský fotograf Tomasz Gudzowaty, člen mezinárodní poroty Czech Press Photo, k tomu dodává: „*Každý dnes mluví o tom, jak pirátství škodí... Bohužel ale u fotografů, pokud jde o jejich práva, je toto vědomí veřejnosti malé*“ (HOMOLA, 2012). Autor fotografie veřejně dostupné na internetu zřejmě nemůže zabránit užití svého díla, ale nevzdává se tím automaticky nároku na odměnu. Jedná se snad o to, že pro účely zpravodajství můžeme použít jakoukoli fotografii, kterou nalezneme na internetu, a která se týká aktuálních událostí tak, že nějakým (jakýmkoliv) způsobem zobrazuje událost, o které chceme informovat veřejnost? Jak rozumět u fotografie slovnímu spojení „*užije dílo ve spojitosti se zpravodajstvím*“? Máme tomu tedy rozumět tak, že má mít spojitost se zpravodajstvím obsah dané fotografie? Musí se obsah fotografie události týkat přímo, nebo může i nepřímo? Anebo to má být tak, že jen konkrétní fotografie může být předmětem zpravodajství? Fotografie se může stát předmětem zpravodajství tak, že informujeme např. o jejím vzniku, o jejím vystavení či prodeji? V tomto posledním smyslu, že fotografie se stane předmětem zpravodajství, když bude toto zpravodajství pojednávat například o aktuální vernisáži, se vyslovuje i komentář k autorskému zákonu z roku 2007 od autorů Telce a Tůmy. Podle tohoto výkladu je podstatou tohoto ustanovení

pojem „zpravodajství“, který má ovšem „mimoprávní povahu a jenž je autorským zákonem (i svou povahou) vázán na různé aktuální události“ (TELC, a další, 2007, str. 372). Toto pojetí tedy připouští užití díla, v našem případě reportážní fotografie, při určité aktuální události, kterou může být například vystavení díla, a potom užití tohoto díla může být skutečně například prostřednictvím fotografie nebo televizního zpravodajského šotu z výstavy. Při tom se může jednat i o dílo doposud nezveřejněné (TELC, a další, 2007, str. 373). V žurnalistické praxi tu tedy budeme mít legálně získanou (vlastní nebo koupenou) fotografii, jejímž obsahem bude zobrazení jiné fotografie vystavené při vernisáži. V popisku uvedeme, že se jedná o vernisáž toho a toho autora, dále v textu uvedeme název vystavené fotografie, a do zdroje uvedeme jméno fotografa, který reportážní fotografii z výstavy pořídil. Tímto způsobem tedy lze cizí fotografii při zpravodajství užít.

Zpravodajská licence uvedená v autorském zákoně však umožňuje bezúplatné a bezesmluvní užití díla ještě v jednom případě. Jedná se o písm. c)<sup>110</sup> § 34 autorského zákona, tzv. „převzetí zpravodajského díla“ (TELC, a další, 2007, str. 373). Telc dále uvádí, že převzetí zpravodajství je považováno za klasickou zpravodajskou licenci, která však má charakter kogentní právní normy, tedy takové, která nepřipouští odchylku od povolených výjimek užití, protože jde o zásah do absolutního autorského práva. Těmito výjimkami jsou zpravodajská díla pojednávající „o aktuálních věcech politických, hospodářských nebo náboženských“ (C. H. Beck, 2009). Takové převzetí má ale několik podmínek (TELC, a další, 2007, stránky 373-374):

- jedná se o zpravodajské dílo hromadných sdělovacích prostředků,
- restriktivní výčet povoleného obsahu, tj. věci politické, hospodářské nebo náboženské,
- přiměřená (odůvodněná) míra,
- aktuálnost,
- nedotčení díla (zachování jeho integrity),

---

<sup>110</sup> „Do práva autorského nezasahuje ten, kdo užije v odpovídající míře dílo v periodickém tisku, televizním či rozhlasovém vysílání nebo jiném hromadném sdělovacím prostředku zpřístupňujícím zpravodajství o aktuálních věcech politických, hospodářských nebo náboženských, uveřejněné již v jiném hromadném sdělovacím prostředku nebo jeho překlad; takto převzaté dílo a jeho překlad lze i jinak užít; převzetí ani jiné následné užití podle tohoto ustanovení však není přípustné, je-li zapovězeno“ (C. H. Beck, 2009).

- užití díla způsobem nesnižujícím jeho hodnotu,
- fakt, že tento způsob užití díla nebyl zapovězen vydavatelem.

Zapovězení převzetí nebo jiného následného užití se v žurnalistické praxi často uplatňuje tak, že se formulace o zápovědi uvede v tiráži novin nebo jiného periodika, nebo také v současnosti bývá uvedena v dolní části webové stránky internetového zpravodajství. Tímto způsobem tedy lze převzít do vlastního zpravodajství nejen texty, ale i fotografie a další výtvarná díla z jiného zpravodajství, avšak jak uvádí Chaloupková (2012, str. 65), „*oprávněnost přebírání těchto dalších děl bude třeba posuzovat kritériem odůvodněné míry.*“

Avšak ještě je zde jedna věc v autorském zákoně, která by se mohla jevit jako možnost k převzetí fotografie do vlastního zpravodajství nebo možnost k jejímu užití bez uvedení autora či vyplacení odměny. Jedná se o uvedení v § 2 odst. 6, který hovoří o tom, že dílem podle autorského zákona není denní zpráva. Denní zprávy jsou z hlediska autorského zákona volné a kdokoli je smí užit. Tento odstavec však hovoří o denní zprávě ve smyslu informace jako myšlenky či nápadu (CHALOUPKOVÁ, a další, 2012 str. 9). Pokud by se jednalo o fotografii, která je výsledkem tvůrčí činnosti autora, potom se jedná o tvůrčí zpracování této myšlenky. Jinými slovy, takovou fotografii nelze užit pod záminkou, že jde o denní zprávu.

### **Občanský zákoník**

Doposud jsme se zde věnovali autorství fotografií. V jaké pozici se ale nacházejí osoby, které jsou zachyceny na mediálně zveřejněných fotografiích? Jak už bylo řečeno výše, ochranou osobnosti fyzických osob se zabývá občanský zákoník. Dále potom § 12 odst. 3 říká, že „*Podobizny, obrazové snímky a obrazové a zvukové záznamy se mohou bez svolení fyzické osoby pořídit nebo použít přiměřeným způsobem též pro vědecké a umělecké účely a pro tiskové, filmové, rozhlasové a televizní zpravodajství. Ani takové použití však nesmí být v rozporu s oprávněnými zájmy fyzické osoby.*“<sup>111</sup> To znamená, že fotografie, které jsou v médiích zveřejněny, v určitých případech mohou zobrazovat fyzické osoby, aniž by tyto osoby daly předem ke zveřejnění svolení. Komentář

<sup>111</sup> Nová právní úprava občanského zákoníku, platná od 1. ledna 2014 upravuje problematiku zobrazování fyzických osob pro potřeby zpravodajství v § 89 „*Podobizna nebo zvukový či obrazový záznam se mohou bez svolení člověka také pořídit nebo použít přiměřeným způsobem též k vědeckému nebo uměleckému účelu a pro tiskové, rozhlasové, televizní nebo obdobné zpravodajství.*“ (ČESKO, 2012).

občanského zákoníku z roku 2009 o tomto ustanovení hovoří jako o tzv. „bezúplatné zákonné licenci“, která obsahuje „licenci vědeckou a uměleckou“ a „licenci zpravodajskou (reportážní)“ (ŠVESTKA, a další, 2009, str. 176). Bezúplatná zákonná licence zpravodajská (reportážní) spočívá v předpokladu existence veřejného zájmu na zpravodajství hromadných sdělovacích prostředků, při čemž *„fotografická reportáž je kryta § 12 odst. 3 jen tehdy, dochází-li k jejímu šíření pouze ve zpravodajství tiskovém, filmovém a televizním; platná úprava § 12 odst. 3 nedopadá na internetové zpravodajství, ač by to současné praktické potřeby vyžadovaly“* (ŠVESTKA, a další, 2009, str. 181). Internetové zpravodajství bude kryté od 1. ledna 2014 novou právní úpravou občanského zákoníku. Obě licence, tedy „vědecká a umělecká“ a „zpravodajská (reportážní)“, musejí sledovat daný účel (vědecký, umělecký, zpravodajský), tj. nesmějí sledovat „*účel obchodní-reklamní*“ (ŠVESTKA, a další, 2009, str. 181). Takové fotografie také nesmí být v rozporu s oprávněnými zájmy zobrazených osob (tj. ochrana jejich života a zdraví, občanské cti a lidské důstojnosti, soukromí, jejich jména a projevu osobní povahy). Švestka a další (2009, str. 181) uvádí, že *„pro případy zpravodajských (reportážních) licencí [to lze vyjádřit] tak, že tam, kde se jedná o střet dvou rovnocenných zájmů, v daném případě svobody projevu a práva na informace a jejich šíření na straně jedné, a cti, důstojnosti, dobrého jména pověsti i soukromí fyzické osoby na straně druhé, je vždy třeba, aby hodnocení těchto dvou práv bylo vždy podle všech okolností jednotlivého případu vyvážené (proporcionální), tj. aby jedno z nich nebylo neopodstatněně upřednostněno před druhým. Lze to vyjádřit i tak, aby v těchto kolizních případech, ve kterých zájem jednotlivé fyzické osoby musí ustoupit jinému zájmu, byla s ohledem na možnost zneužití jiného zájmu vždy zaručena i základní (elementární) ochrana důstojnosti dotčené fyzické osoby jako základní hodnoty soukromého práva a práva demokratického právního státu vůbec.“*

V běžné mediální praxi se v případě agenturních fotografií také můžeme setkat s pojmem zpravodajská licence. Nejedná se však o zpravodajskou licenci ve smyslu autorského zákona, ale právě ve smyslu zákona občanského, což může být pro veřejnost matoucí. Dle požadavků různých agentur se jedná o takový druh fotografií, které musejí z pohledu fotografa splňovat různá kritéria, a z pohledu uživatele je nutno při nákupu těchto fotografií počítat s tím, že tyto fotografie nelze použít pro účely „obchodní-reklamní“.

## 4 EXPLORAČNÍ STUDIE

Z předchozí teoretické části je zřejmé, že příchod nových technologií do oblasti médií i fotografie, přináší mnoho nových možností, ale i nutnost řešit doposud neznámé problémy. Snad nejzásadnější změnou je vznik internetu, virtuálního prostoru nejčastěji popisovaného jako světová síť. Internet umožňuje oslovit mnoho konzumentů současně, ale totéž umožňuje téměř nekonečně velkému množství konkurentů. Kromě elektronické verze klasických tištěných novin vznikají i zcela nové komunikační formáty. Z pohledu získávání a předávání informací jsou asi nejvýznamnější vyhledávače a sociální sítě. Nejen fotožurnalistika se nachází ve fázi tápání při hledání funkčních modelů financování a výkonu své profese. Praktická část této práce se proto věnuje postojům vybraných fotoreportérů a dalších odborníků k budoucnosti profese fotoreportéra, a dále postojům veřejnosti k problematice fotožurnalismu v kontextu internetu a sociálních sítí. Mohou to být jak konzumenti a příjemci sdělení, tak také ti, kteří se podílejí na vzniku a zveřejnění mediálních informací, tedy mediální pracovníci.

Na základě rozboru publikovaných rozhovorů a výpovědí z dotazníku sestavíme obraz, který nám ukáže, jakým způsobem vnímá tuto problematiku jak odborná, tak i laická veřejnost. Současně budeme konfrontovat předpokládané hypotézy s výsledky tohoto zkoumání.

### 4.1 Popis výzkumu

První výzkumnou metodou bude analýza rozhovorů s odborníky na problematiku reportážní fotografie, kteří se zamýšleli nad současnou podobou žurnalistiky ovlivněnou internetem a ekonomickou krizí, a pokusili se odhadnout možný vývoj profese fotoreportéra. Dnešní podoba fotografie a žurnalistiky přinesla fotoreportérům kromě změn v profesních rutinách také velkou konkurenci v podobě amatérských fotografů, kteří svými fotografiemi plní celý internet. Na část veřejnosti působí prostor na internetu podle některých odborníků dojemem, že vše by mělo být dostupné zdarma, že se na něj nevztahují autorská práva, tedy že „*obsah webu (je) všelidovým vlastnictvím, tedy i fotografie*“ (HOMOLA, 2012). Rozhovory, na téma *Zlikviduje internet profesionální fotoreportéry?* se členy mezinárodní odborné poroty fotožurnalistické soutěže Czech Press Photo (CPP) za rok 2012, jejichž analýzou se zde budeme zabývat,

byly publikovány na stránkách pořadatele této soutěže. Pro tuto práci jsme je použili s laskavým svolením autora. Druhou výzkumnou metodou je dotazování pomocí uzavřených otázek, jejichž cílem bude zjistit, jak se veřejnost staví k šíření informací a fotografií prostřednictvím sociálních sítí, jak veřejnost vnímá medializaci (zveřejnění v médiích) soukromých fotografií, které byly původně umístěny na internetu v rámci soc. sítí, na blogu apod., nebo jak se staví k pořizování (a zveřejňování v médiích) fotografií fyzických osob bez jejich souhlasu, tj. jak lidé chápou obsah tzv. „zpravodajské licence“ ve smyslu občanského zákoníku.

#### **4.1.1 Hypotézy**

Zajímá nás, jakým způsobem veřejnost chápe etické a právní rozměry medializace fotografií, zejména budeme zjišťovat postoje ke zveřejňování soukromých fotografií na sociálních sítích, jak se veřejnost staví k problematice publikování těchto soukromých fotografií v médiích, nebo publikování fotografií bez souhlasu zobrazených osob. Hypoteticky předpokládáme, že:

1. „Lidé nevnímají dostatečně potřebu ochrany soukromí v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi.“
2. „Stírá se hranice mezi publikací v hromadných sdělovacích prostředcích (zejména jejich internetových podobách) a publikací na sociálních sítích.“

Dále se ze závěrů analýzy rozhovorů a dotazníkového šetření (i v kontextu celé předchozí práce) se pokusíme nalézt odpovědi, které by nám mohly pomoci pochopit důsledky současného trendu přechodu z tištěné na internetovou podobu žurnalistiky, které má tato změna na profesionální fotožurnalistiku. Hypoteticky předpokládáme, že:

3. „Lidé se domnívají, že profese fotoreportéra kvůli internetu zanikne.“

#### **4.1.2 Sběr dat**

Pro první část výzkumu jsme použili, jak již bylo řečeno, publikované rozhovory s mezinárodní porotou Czech Press Photo (viz Příloha C), jejichž užití pro tento účel povolil autor rozhovorů Oleg Homola (2013). Tuto skupinu tvořilo 12 odborníků, kteří se problematice fotožurnalismu dlouhodobě systematicky věnují. Jedná se převážně o fotoreportéry nebo obrazové redaktory, nebo pracovníky agentur, pedagogy apod. Z výpovědí, které se týkaly mnohdy i jiných témat, byly vybrány pouze ty aspekty,



kteře vypovídaly o zkoumaných problémech. Všichni odborníci na žurnalistickou fotografii se měli podle původního zaměření rozhovorů zamyslet nad otázkami, zda podle nich zkrachují tištěná média, z čeho pak budou placeni webovÍ fotoreportéři a zda nedojde k tomu, že profesionální fotoreportéři nakonec svoji profesi opustí. My se budeme u jednotlivých odpovědí soustředit na dvě otázky:

- a) Zaniknou tištěná média? Ano nebo ne? Proč?
- b) Přežijí profesionální fotoreportéři? Ano nebo ne? Proč?

Výzkumným nástrojem druhé části je elektronická dotazníková baterie. Dotazník byl anonymní a dotazování dobrovolné, ale naší snahou bylo oslovit kromě široké veřejnosti také co možná největší počet mediálních pracovníků. Pro omezené možnosti této práce jsme se rozhodli použít internetovou verzi dotazníku. Dotazník lze snadno rozšířit a oslovit tak větší počet respondentů, než by bylo možné osobním šetřením. Uvědomujeme si plně, že tento způsob má mnohé nedostatky. Velmi záleží na tom, jaký vzorek populace na dotazník odpoví a toho volně šiřitelnou on-line verzí nelze dosáhnout. Nelze ani ověřovat, zda respondenti odpovídali na otázky sociologického charakteru pravdivě. Budeme tedy toto dotazníkové šetření brát pouze jako orientační, jehož výsledky by bylo nutné ověřit profesionálními postupy například některé z dostupných agentur zaměřujících se na výzkum veřejného mínění.

Kromě sociologických typů otázek, které měly směřovat ke zjištění charakteristiky výzkumného vzorku, bylo respondentům předloženo dvanáct dotazů v následujícím pořadí:

1. Považujete internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání společensky závažných informací?
2. Považujete fotografie zveřejněné na internetu (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za schopné konkurence tradičního zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?
3. Prohlížíte si rád/a na internetu fotografie, které vytvořili a publikují je sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod.?
4. Považujete fotografie zveřejněné na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod. za inspiraci pro vlastní tvorbu?
5. Zajímají Vás v médiích publikované fotografie od lidí, kteří nejsou profesionální

novináři - fotoreportéři, ale stali se účastníky nějaké události?

6. Myslíte si, že internet přispěje k zániku mnoha profesionálních fotoreportérů?
7. Mají novináři právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?
8. Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste Vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod.? (VADILO = souhlasím, NEVADILO = nesouhlasím)
9. Kdo je podle Vás oprávněn POŘIZOVAT na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu? (ne publikovat, pouze pořizovat, vyfotit si třeba Vás) (Kdokoli. Novinář. Nikdo. Osoba se zvláštním povolením. Vlastní odpověď.)
10. Uveďte prosím svůj názor, zda je podle Vás možné (v mezích zákona a etických kodexů) v médiích PUBLIKOVAT fotografie osob BEZ jejich SOUHLASU v následujících případech?
  - a. Kdykoliv, pokud jde o publikaci v novinách (tisk, TV apod.).
  - b. Když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství.
  - c. Když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události.
  - d. Když jde o portrét osoby figurující v události.
11. Považujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. v zásadě za věrohodné? (nemáte důvod nedůvěřovat)
12. Vadil by Vám zánik tištěné formy zpravodajských deníků? (vadil = souhlasím; nevadil = nesouhlasím)

#### **4.1.3 Charakteristika výzkumného vzorku respondentů dotazníku**

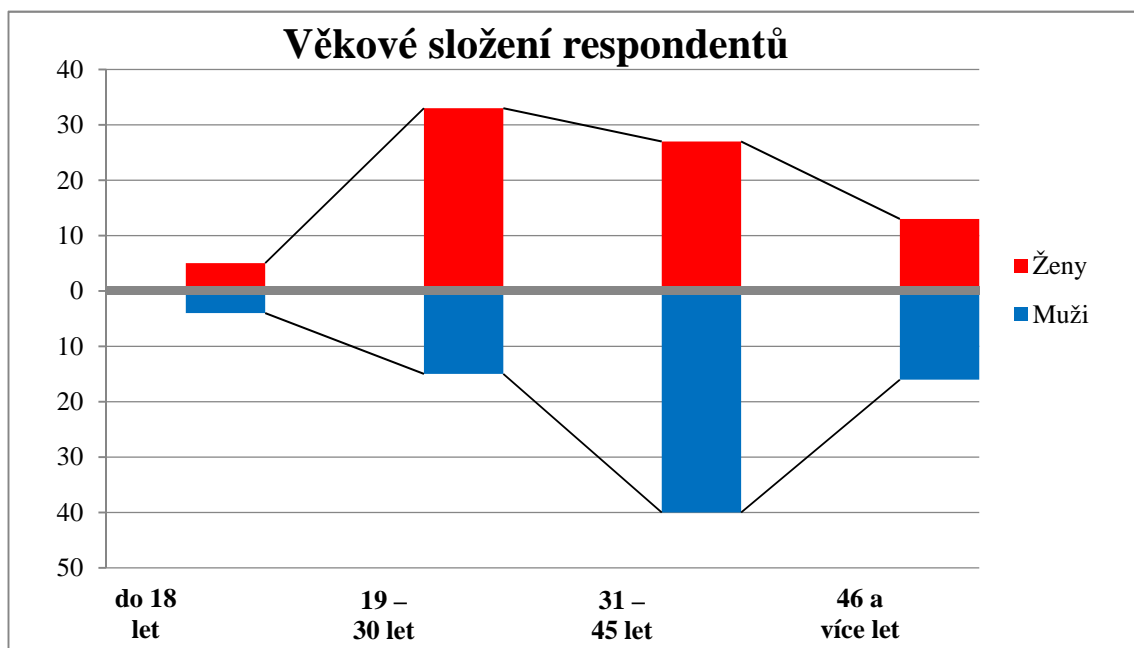
Dotazníkového šetření se zúčastnilo 153 anonymních respondentů, kteří byli rozděleni podle věku do kategorií uvedených v následující tabulce (viz Tabulka 3). Podrobné výsledky celého dotazníkového šetření naleznete v příloze (viz Příloha D).

Tabulka 3 – Charakteristika výzkumného vzorku respondentů dotazníku

Věk	do 18 let:		19 – 30 let:		31 – 45 let:		46 a více let:	
	9		48		67		29	
Pohlaví	Muži	Ženy	Muži	Ženy	Muži	Ženy	Muži	Ženy
	4	5	15	33	40	27	16	13
Z toho není osobně uživatelem některé internetové sociální sítě, blogu apod.								
	-	-	5	3	10	5	5	7
Dosažené vzdělání								
základní	3	5	-	2	-	-	1	-
SŠ bez maturity	-	-	1	-	2	1	-	-
SŠ s maturitou	1	-	7	12	7	7	3	1
VŠ 1. stupně	-	-	6	10	6	7	-	2
VŠ 2. a vyššího stupně	-	-	1	9	25	12	12	10

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 1 – Složení výzkumného vzorku podle věku



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

77 % všech respondentů odpovědělo, že jsou uživateli některé ze sociálních sítí.

### Mediální pracovníci

23 respondentů (tj. 15 %) uvedlo, že pracují v oboru žurnalistika, z toho:

- 18 je vysokoškolsky vzdělaných (84 % mediálních pracovníků),
- 8 má vzdělání v oboru žurnalistika (34 % mediálních pracovníků),
- 4 nejsou uživateli některé internetové sociální sítě, blogu apod.,

- uživatelem některé internetové sociální sítě, blogu apod. je 78 % mediálních pracovníků.

## 4.2 Zpracování údajů

### 4.2.1 Rozhovory

#### **Piotr Wójcik, polský fotograf a pedagog:**

- a) Tištěná média: nezodpovězeno
- b) Profesionální fotoreportéři: někteří přežijí
  - pokud mají zkušenosti z volného trhu a rozumí jeho vývoji.
  - Fotograf musí být tvrdohlavý.
  - Nebude „*publikovat v tisku, ale bude pracovat na individuálních projektech, které se budou financovat z kulturních grantů*“.
  - Fotografové musí změnit způsob myšlení a hledat nové cesty prostřednictvím dnešních technologií.

#### **Petr Josek, fotograf Reuters, Česká republika, předseda poroty CPP 2012:**

- a) Tištěná média: nezaniknou
  - protože se „*vždycky najde dost lidí, kteří si budou chtít k ranní kávě přečíst noviny vytištěné na papíře*.“
- b) Profesionální fotoreportéři: o práci nepřijdou
  - díky internetu se zvyšuje poptávka po fotografiích.
  - Stále bude potřeba dělat nové fotky.
  - Předplatné internetových médií je trend budoucnosti.

#### **Tamas Szigeti, fotograf, president Association of Hungarian Press Photographers, Maďarsko:**

- a) Tištěná média: zatím nezmizí
  - díky uvědomění vydavatelů a preference čtenářů, kteří čtou raději z papíru než z obrazovky.
- b) Profesionální fotoreportéři: nezodpovězeno

**Anna Zekrija, ředitelka ruské agentury Salt Images:**

- a) Tištěná média: úplně nezaniknou
  - z toho důvodu, že *„Původním cílem fotky byla vždycky zvětšenina, tedy i tisk.“*
- b) Profesionální fotoreportéři: nezodpovězeno jednoznačně
  - Je to otázka trhu, který se teprve vytváří. Je to *„na fotografech, editorech, kurátorech, jak se dohodnou a rozhodnou.“*
  - Budoucnost je v zavedení předplatného na on-line média.

**Andrej Reiser, fotograf Bilderberg, Česká republika:**

- a) Tištěná média: úplně nezkrachují
  - ale *„budou mít čím dál menší význam a bude v nich víc a víc reklamy.“*
- b) Profesionální fotoreportéři: nepřežijí
  - *„Jejich smrtí budou praktiky redakcí, které už neposílají fotografie něco konkrétního vyfotit, ale fotky si stáhnou od velkých agentur - i když je zaplatí.“*
  - *„...velké agentury mají v zásobách tolik snímků, že až na výjimky nakupovat od fotografů ani nepotřebují...“*
  - Profesionální fotografové už nebudou mít skoro žádnou práci.
  - Amatéři nemohou převálcovat profesionální fotografie, protože neumí fotit.

**Daria Bonera, obrazová redaktorka National Geographic Traveler, Itálie:**

- a) Tištěná média: úplně nezaniknou
  - *„Budou jakousi fajnovostí... byt' zůstane omezený okruh časopisů.“*
- b) Profesionální fotoreportéři: nezodpovězeno jednoznačně
  - *„...nová generace jde rovnou na internet. A na internet se přesunou i reklamy, ze kterých budou webová média financována.“*
  - *„V budoucnosti se bude za většinu internetových médií platit, třeba méně, než dnes za tištěná. Ale rozpočty na on-line média budou.“*
  - Fotografové se budou muset *„zaměřit na unikátní snímky, budou muset dělat i videa.“* Profesionálové se musí vymezit *„od milionů amatérských dodavatelů snímků na weby.“*

**Amir El Lithy, ředitel Gezira Art Center Galleries, Egypt:**

- a) Tištěná média: v budoucnosti nezaniknou
  - „protože se zvyšuje vzdělanost veřejnosti a pro lidi jsou taková média důležitá.“
  - „Vlády a bohaté společnosti, jejich majitelé, jsou zodpovědní za to, aby tištěná média existovala i nadále... díky jejich finanční podpoře.“
- b) Profesionální fotoreportéři: nezodpovězeno jednoznačně
  - Zodpovědnost za podporu fotožurnalismu má vláda, společnosti, lidé, vzdělání i majitelé webů.

**Daniela Mrázková, ředitelka Czech Press Photo:**

- a) Tištěná média: s největší pravděpodobností nezkrachují
  - „stejně jako nezkrachovalo malířství s nástupem fotografie a fotografie s nástupem filmu, videa a televize...“
  - „noviny na papíře budou čímsi exkluzivním...“
- b) Profesionální fotoreportéři: bez podpory nepřežijí
  - bude to záležet na legislativě, stejně jako zabránění porušování autorských práv.
  - „Zpravodajství budou fotit amatéři, kteří mají satisfakci jen z toho, že jsou jejich snímky šířeny veřejně a tudíž necítí potřebu být za svou práci placeni, zvláště mají-li svoje vlastní, jiné povolání.“

**Celina Dunlop, obrazová redaktorka The Economist, Velká Británie:**

- a) Tištěná média: nezmizí
  - budou si hledat rovnováhu s internetem.
- b) Profesionální fotoreportéři: neopustí svoji profesi
  - protože nemají kam jít.
  - Vydavatelé budou muset najít nové způsoby, jak zajistit peníze.

**Marian Pauer, pedagog, publicista, kurátor, Slovensko:**

- a) Tištěná média: v blízké budoucnosti ještě úplně nezaniknou.
- b) Profesionální fotoreportéři: všichni svoji profesi neopustí

- Weboví fotoreportéři budou pravděpodobně placeni z reklamních příjmů a placených přístupů na web.
- „*Každý dobrý profesionál má už dnes svoji webovou stránku.*“

**Tomasz Gudzowaty, fotograf, Polsko:**

- a) Tištěná média: nezmizí úplně.
- b) Profesionální fotoreportéři: někteří přežijí
  - Mnozí fotografové budou muset opustit svoji profesi nebo ji alespoň změnit na jiný způsob – například dělat videa a podobně.
  - Sám se přiklání k “uměleckému dokumentu”, jeho fotografie „*jsou víc k vidění v galeriích a uměleckých časopisech než v novinách*“.
  - K záchraně profese je potřeba vzdělávat veřejnost a vysvětlovat, jak je fotografie cenná. „*...vzdělávat co nejširší publikum ve fotografii a její vizuální řeči – jak a proč některé fotografické obrazy fungují lépe než jiné.*“

**Goran Tomašević, fotograf Reuters, Srbsko:**

- a) Tištěná média: postupně vymizí.
  - „*což není tak špatné, protože zachráníme stromy, ze kterých se dělá papír.*“
- b) Profesionální fotoreportéři: nezodpovězeno jednoznačně
  - Určitě se pro web najde způsob jak ochránit autorství u fotografií profesionálních fotografů.
  - Fotografie si budou lidé stahovat po přihlášení k účtu agentury, „*a když si stáhnou fotku, automaticky se jim odečtou peníze z konta.*“

## 4.2.2 Dotazník

### Otázka č. 1

Internetové sociální sítě, blogy apod. spíše považuje za nástroj k získání společensky závažných informací 58 % všech respondentů (viz Příloha E, Graf 10). Z respondentů, kteří pracují v oboru žurnalistika, považuje internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání společensky závažných informací 69 %.

### **Otázka č. 2**

Fotografie zveřejněné na internetu (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) považujete 50 % všech respondentů za schopné konkurence tradičnímu zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.) (viz Příloha E, Graf 11). 65 % mediálních pracovníků se přiklání spíše k tomu, že fotografie zveřejněné na internetu (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) nejsou schopné konkurence tradičního zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.), ale 26 % je za schopné konkurence jednoznačně považuje.

### **Otázka č. 3 a 4**

Fotografie na internetu, které vytvořili a publikují je sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod., si 61 % všech respondentů prohlíží rádo (viz Příloha E, Graf 12). Tento pohled se výrazně neliší ani u skupiny samotných mediálních pracovníků. 33 % všech respondentů také považuje tyto fotografie za inspirativní pro vlastní tvorbu (viz Příloha E, Graf 13). Ani v tomto se skupina mediálních pracovníků od ostatních neliší.

### **Otázka č. 5**

Fotografie pořízené lidmi, kteří nejsou profesionální novináři - fotoreportéři, ale stali se účastníky nějaké události, a které byly publikovány v médiích, zajímají 71 % všech respondentů (viz Příloha E, Graf 14). U mediálních pracovníků je toto procento mírně nižší: 65 %.

### **Otázka č. 6**

72 % všech respondentů spíše nesouhlasí s tvrzením, že internet přispěje k zániku mnoha profesionálních fotoreportérů (viz Příloha E, Graf 15). Zde je ve skupině mediálních pracovníků 48 % těch, kteří rozhodně nesouhlasí, a i s těmi, kdo se k tomuto názoru spíše přiklání je tato skupina 65 %, tedy o 7 % méně respondentů ze skupiny mediálních pracovníků oproti ostatní veřejnosti. Necelých 9 % mediálních pracovníků se přiklání k tomu, že internet jejich zánik určitě způsobí.

### **Otázka č. 7**

68 % všech respondentů se uvedlo, že novináři nemají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné (viz Příloha E, Graf 16). 69 % mediálních pracovníků nesouhlasí a spíše nesouhlasí s tím, že by novináři měli právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné, ale 26 % z nich naopak souhlasí (2 resp.) a spíše souhlasí (4 resp.).



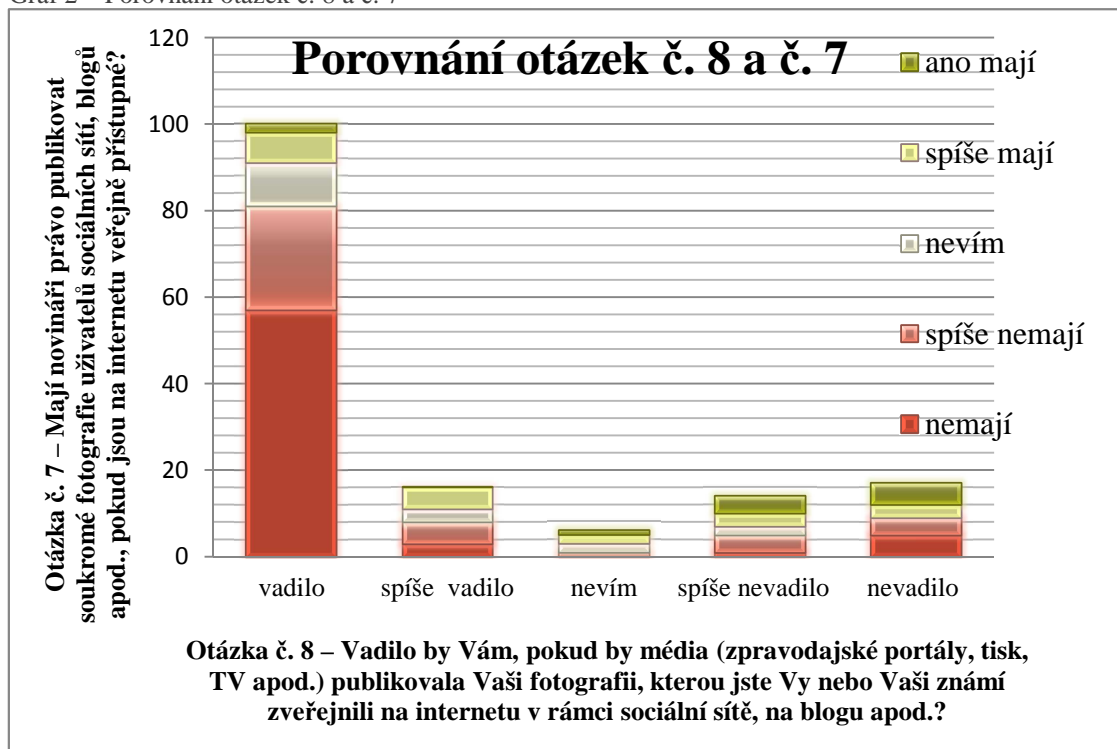
### Otázka č. 8

76 % všech respondentů by vadilo a 20 % by nevadilo, kdyby média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala jejich vlastní fotografii, kterou oni, nebo jejich známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod. (viz Příloha E, Graf 17). 65 % mediálních pracovníků by vadilo, kdyby média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala jejich fotografii, kterou oni sami nebo jejich známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod., zatímco 30 % by to nevadilo.

Zajímavé výsledky nabízí porovnání odpovědí jednotlivých segmentů z otázek č. 7 a č. 8 (viz Příloha E Tabulka 6).

Pokud srovnáme výsledky otázky č. 8 s výsledky otázky č. 7 (viz Graf 2 níže) vidíme, že většina respondentů, kterým by vadilo, kdyby média publikovala jejich fotografii, zároveň uvedla, že novináři nemají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, pokud jsou na internetu veřejně dostupné. Ostatní odpovědi v otázce č. 8 jsou nesrovnatelně menšinové, ale uvnitř každé z nich existují velké rozdíly v názoru na to, zda novináři mají či nemají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, pokud jsou na internetu veřejně přístupné.

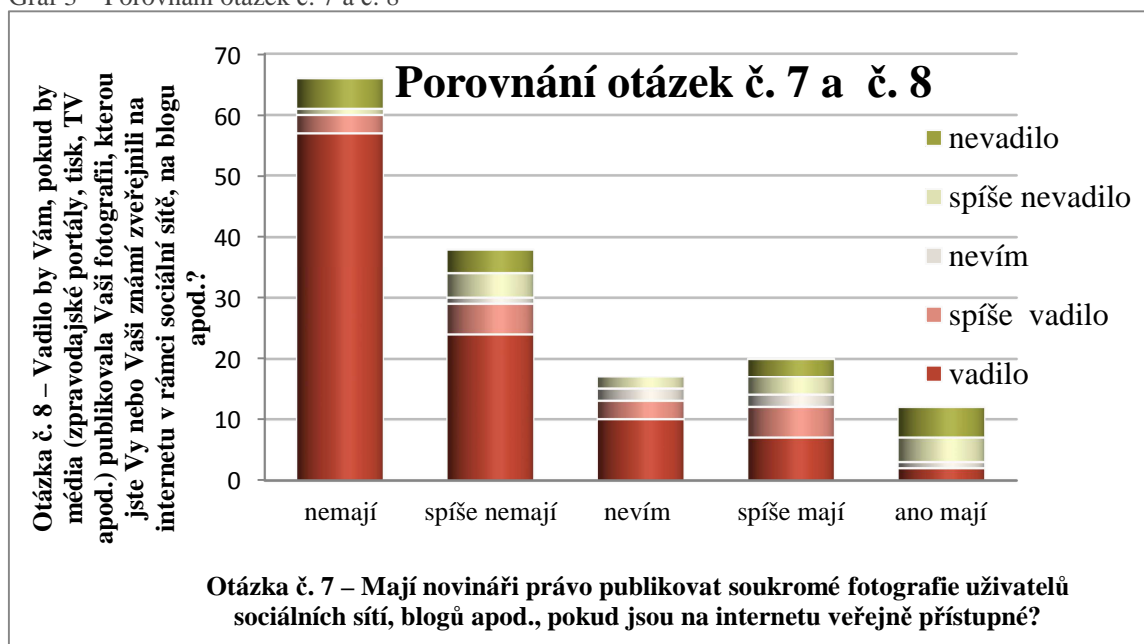
Graf 2 – Porovnání otázek č. 8 a č. 7



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Naopak pokud porovnáme otázku č. 7 s otázkou č. 8 (v obráceném pořadí, viz Graf 3) vidíme, že názory celého výzkumného vzorku jsou vyrovnanější, i když z velké části převažuje názor, že novináři nemají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné. V segmentu respondentů, který se vyslovil pro jednoznačné ne (novináři nemají právo) převažuje i jednoznačný názor, že by jim vadilo, pokud by média publikovala jejich soukromou fotografii. V ostatních segmentech respondentů, kteří odpovídali na otázku č. 8 (právo novinářů publikovat soukromé fotografie) přibývá procento těch respondentů, kterým by nevadilo, pokud by novináři publikovali jejich soukromou fotografii. Největší podíl těch, kterým by nevadila publikace jejich soukromé fotografie zpřístupněné veřejně na internetu v rámci sociální sítě, je ve skupině respondentů, kteří uvedli, že novináři mají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné.

Graf 3 – Porovnání otázek č. 7 a č. 8



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 9

60 % všech respondentů uvedlo, že kdokoli je oprávněn pořizovat na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu, 23 % uvedlo, že nikdo (viz Příloha E, Graf 18). Pokud byla uvedena vlastní odpověď, převažoval názor, že pořizovat lze v souladu se zákonem nebo se souhlasem dotyčné osoby. Objevil se však i názor, že pořizovat může

fotografie jen „zpravodajský důstojník BIS“, nebo bez souhlasu osoby jen pro úřední nebo zpravodajské účely. Z mediálních pracovníků uvedlo 73 %, že je oprávněn pořizovat na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu kdokoliv, ale jeden respondent, který uvedl, že pracuje jako fotograf, zároveň uvedl, že pořizovat na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu není oprávněn nikdo.

#### **Otázka č. 10**

Na otázky, zda je možné (v mezích zákona a etických kodexů) v médiích publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu odpovídali všichni respondenti velmi různě (viz Příloha E, Graf 19). Pokud mělo jít o publikaci v novinách (tisk, TV apod.), otázka č. 10 a), uvedlo 32 % všech respondentů, že to rozhodně není možné kdykoliv, 20 % spíše není možné kdykoliv, 18 % nevědělo, 19 % uvedlo, že to spíše je možné kdykoliv, a 11 % uvedlo, že publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu je určitě možné kdykoli, pokud jde o publikaci v novinách (tisk, TV apod.). Celkově se však odpovědi větší poloviny všech respondentů přikláněly z větší poloviny spíše k názoru, že publikovat fotografie bez souhlasu zobrazených osob v tomto případě nelze.

Pokud mělo jít o publikaci fotografie, která je ze stejné události, jako je zpravodajství, otázka č. 10 b), rozhodně souhlasilo 27 % všech respondentů, 35 % spíše souhlasilo, 14 % nevědělo, 15 % spíše nesouhlasilo, a 9 % všech respondentů rozhodně nesouhlasilo s publikací fotografie osoby bez jejího souhlasu, pokud by mělo jít o fotografii, která je ze stejné události, jako je samo zpravodajství. V tomto případě byly odpovědi větší poloviny všech respondentů spíše pro publikaci fotografie bez souhlasu zobrazené osoby.

U publikace fotografie, která by měla být použita jako ilustrace k nějaké jiné události, otázka č. 10 c), bylo 29 % všech respondentů rozhodně proti použití fotografie bez souhlasu zobrazené osoby, 20 % spíše proti, 17 % nevědělo, 24 % bylo spíše pro, a 10 % všech respondentů uvedlo, že publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu v případě, že by byla tato fotografie použita jako ilustrace k nějaké jiné události, je rozhodně možné. U této otázky se ale téměř polovina všech respondentů přikláněla k názoru, že to možné není.

Posledním příkladem byla publikace portréту osoby figurující v události, která je předmětem zpravodajství, otázka č. 10 d). Zde bylo 13 % všech respondentů proti

publikaci bez souhlasu zobrazené osoby, 15 % spíše proti, 17 % nevědělo, 29 % bylo spíše pro publikaci, a 26 % všech respondentů uvedlo, že publikovat portrét osoby figurující v události je rozhodně možné bez souhlasu této osoby. Celkově se tak u této otázky větší polovina všech respondentů přiklání k názoru, že publikovat fotografie osoby bez jejího souhlasu je v tomto případě možné.

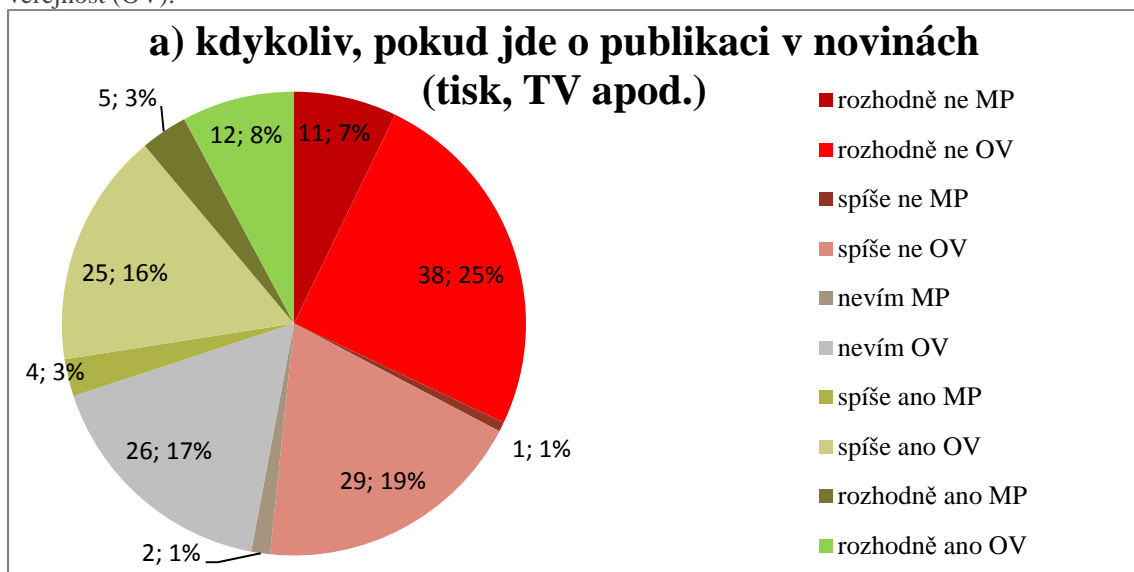
Následující Tabulka 4 a grafy (viz Graf 4) ukazují, jaké jsou rozdíly mezi skupinou mediálních pracovníků (MV) a zbytkem ostatních respondentů zastupujících veřejnost (OV) ve všech částech otázky č. 10. Odpovědi v obou skupinách jsou poněkud rozdílné, u skupiny mediálních pracovníků jsou odpovědi ve všech případech více polarizované s menším procentem nerozhodnutých respondentů.

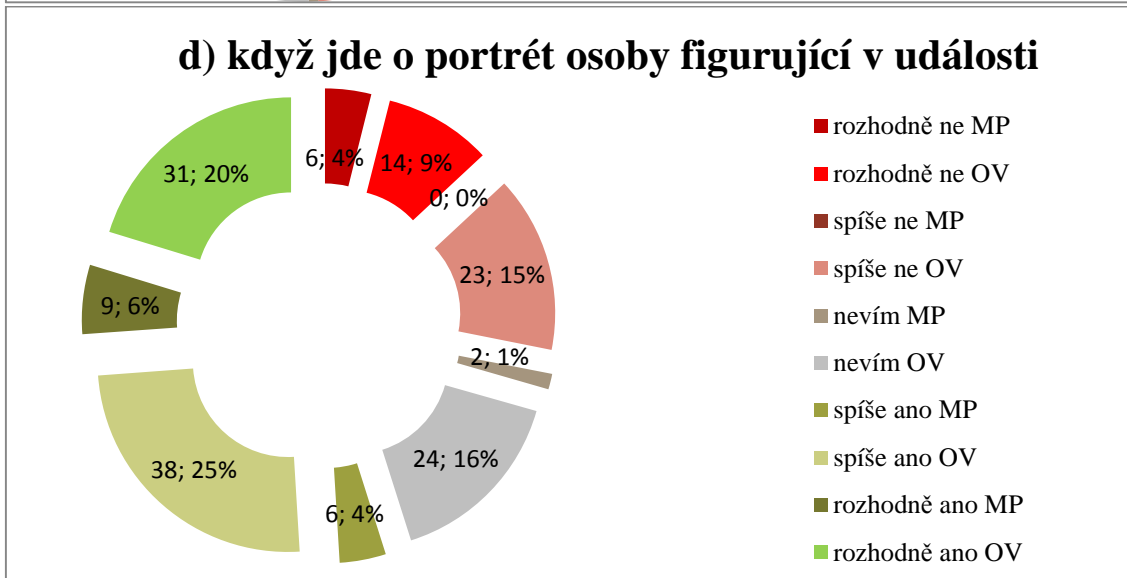
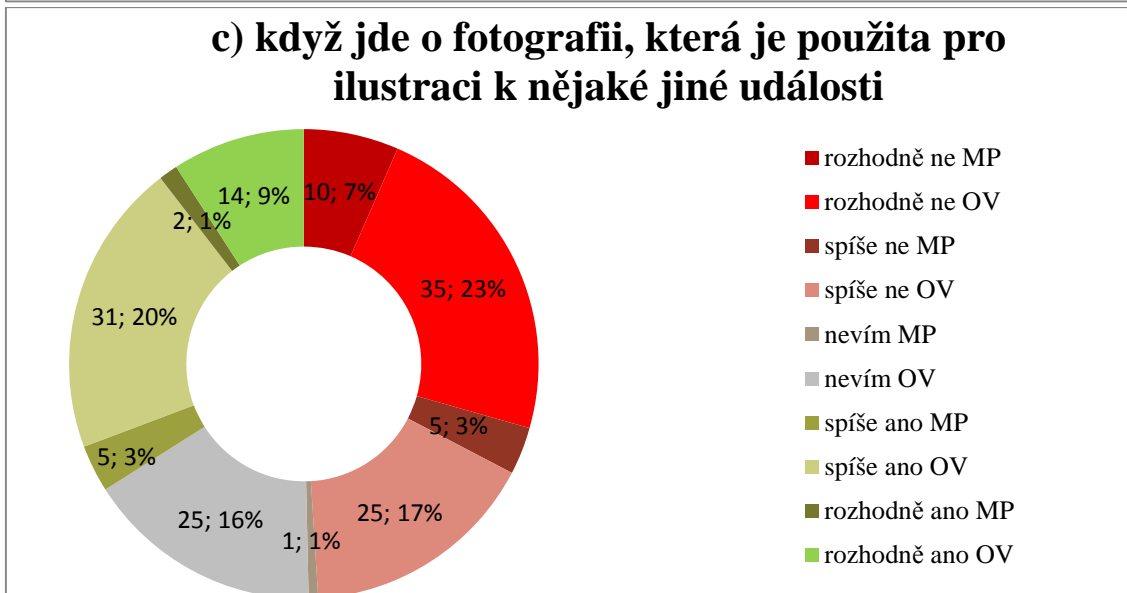
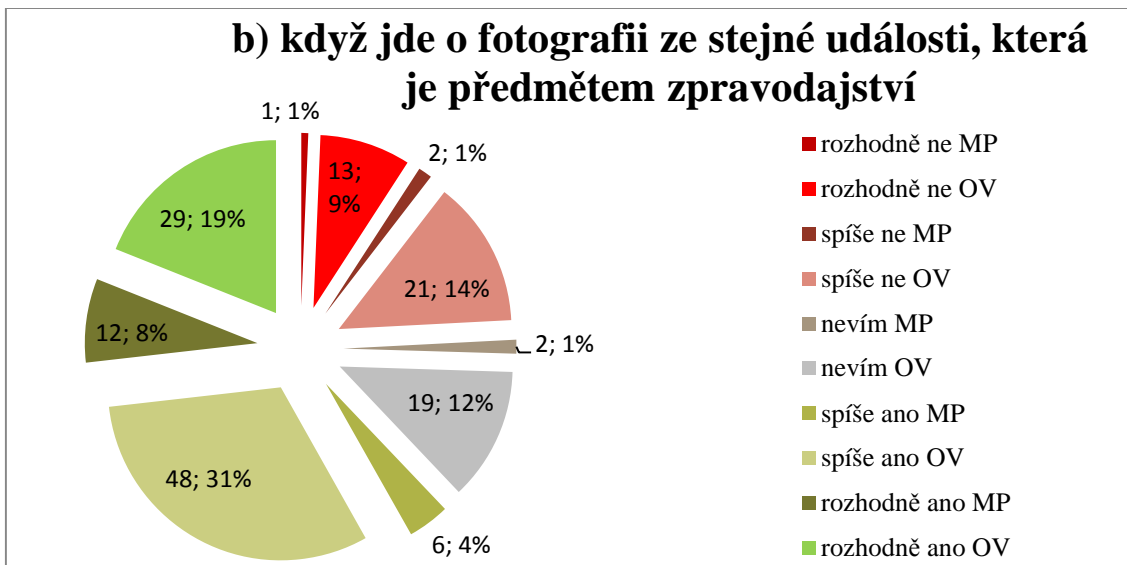
Tabulka 4 – Otázka č. 10. Uveďte prosím svůj názor, zda je podle Vás možné (v mezích zákona a etických kodexů) v médiích PUBLIKOVAT fotografie osob BEZ jejich SOUHLASU v následujících případech:

	rozhodně ne		spíše ne		nevím		spíše ano		rozhodně ano	
	MP	OV	MP	OV	MP	OV	MP	OV	MP	OV
a) kdykoliv, pokud jde o publikaci v novinách (tisk, TV apod.)?	11	38	1	29	2	26	4	25	5	12
b) když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství?	1	13	2	21	2	19	6	48	12	29
c) když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události?	10	35	5	25	1	25	5	31	2	14
d) když jde o portrét osoby figurující v události?	6	14	0	23	2	24	6	38	9	31

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 4 – Otázka č. 10 a) b) c) d), segmentace výzkumného vzorku na mediální pracovníky (MV) a ostatní veřejnost (OV).

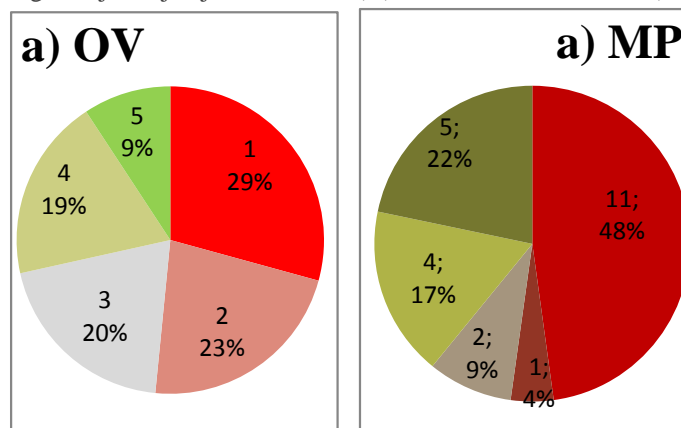




Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 5 ukazuje, že pokud jde o publikaci v novinách, ve skupině mediálních pracovníků převládá názor, že není možné kdykoliv v médiích publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu. Musíme si uvědomit, že v tomto výzkumném vzorku jsou mediální pracovníci zastoupeni 15%. V tom se skupina mediálních pracovníků od segmentu ostatní veřejnosti

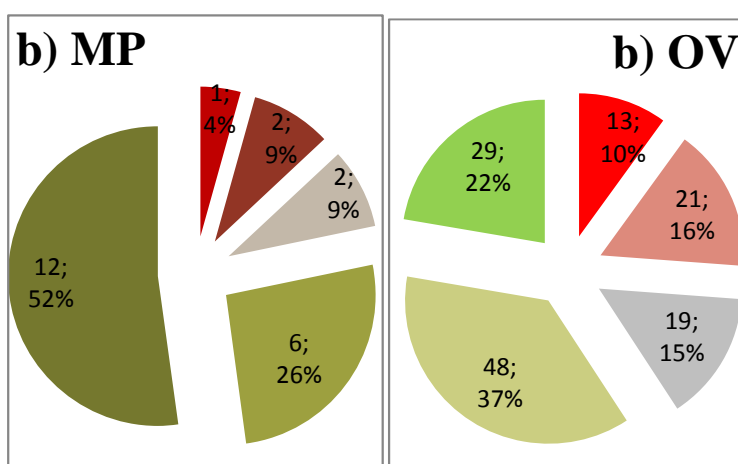
Graf 5 – otázka č. 10 a) kdykoliv, pokud jde o publikaci v novinách (tisk, TV apod.). Rozdělení segmentů MV a OV, legenda je stejná jako u Graf 4 a) (červená NE, zelená ANO).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

odlišuje. Zde u mediálních pracovníků převládá názor, že publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu není možné kdykoliv (48 % a 4 %). V případě ostatní veřejnosti také převládá názor, že publikovat v médiích (v tisku, TV apod.) fotografie osob bez jejich souhlasu není možné kdykoliv (29 % a 23 %). Ale je zde i velký počet těch, kteří na tuto otázku názor nemají (20 %).

Graf 6 – otázka č. 10 b) když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství. Rozdělení segmentů MV a OV, legenda je stejná jako u Graf 4 b) (červená NE, zelená ANO).



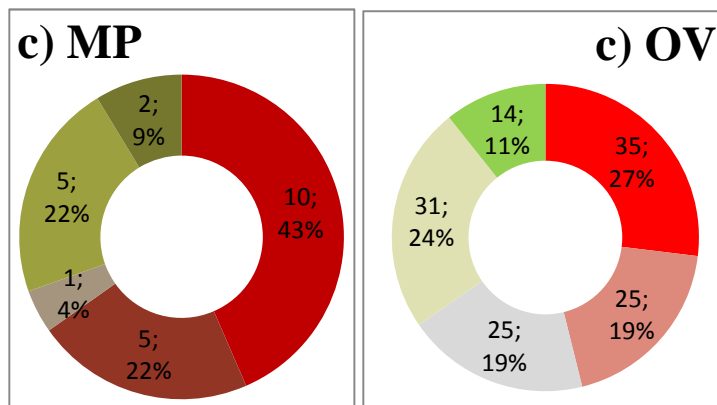
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

bez jejich souhlasu je možné (rozhodně ano 52 % a spíše ano 26 %), zatímco skupina ostatní veřejnosti uváděla odpověď rozhodně ano pouze ve 22 % případů a spíše ano ve

Na otázku č. 10 b) odpovídala skupina ostatní veřejnosti převážně podobně jako skupina mediálních pracovníků, ale je zde patrný rozdíl (viz Graf 6). V případě, když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství, uváděla skupina mediálních pracovníků většinou, že publikovat fotografie osob

37 % případů. Opět je zde větší podíl těch, kteří nejsou rozhodnuti, a oproti skupině mediálních pracovníků je zde také větší procento těch, kteří odpovídali na tuto otázku „rozhodně ne“ (10 %) a „spíše ne“ (16 %).

Graf 7 – otázka č. 10 c) když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události. Rozdělení segmentů MV a OV, legenda je stejná jako u Graf 4 c) (červená NE, zelená ANO).



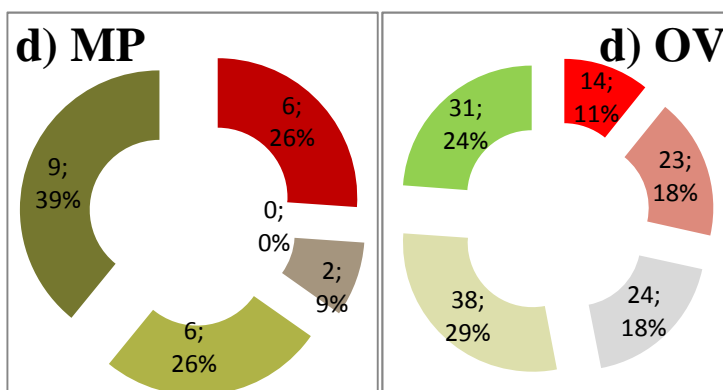
Otázka č. 10 c), která se ptá na situaci, kdy je fotografie použita pro ilustraci k nějaké jiné události, odpovídala skupina mediálních pracovníků více ve prospěch názoru, že není možné publikovat takovou fotografii bez souhlasu osoby, která je na ní zobrazená (43 % rozhodně ne a 22 % spíše ne).

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Ve skupině ostatní veřejnosti se proti publikaci vyslovila téměř polovina respondentů (27 % rozhodně ne a 19 % spíše ne), ale opět je zde poměrně velká skupina nerozhodnutých respondentů (19 %). Uvnitř obou skupin však panují poměrně velké rozdíly, a zejména ve skupině ostatní veřejnosti není názor na publikaci fotografie použité pro ilustraci jednoznačný.

Poslední část otázky č. 10, d), se ptá na publikaci fotografie bez souhlasu zobrazené osoby v případě, když jde o portrét osoby figurující v události (viz Graf 8). Opět bylo ve skupině mediálních pracovníků celkově zastoupeno větší procento těch, kteří se vyslovili pro publikaci takovýchto

Graf 8 – otázka č. 10 d) když jde o portrét osoby figurující v události. Rozdělení segmentů MV a OV, legenda je stejná jako u Graf 4 d) (červená NE, zelená ANO).

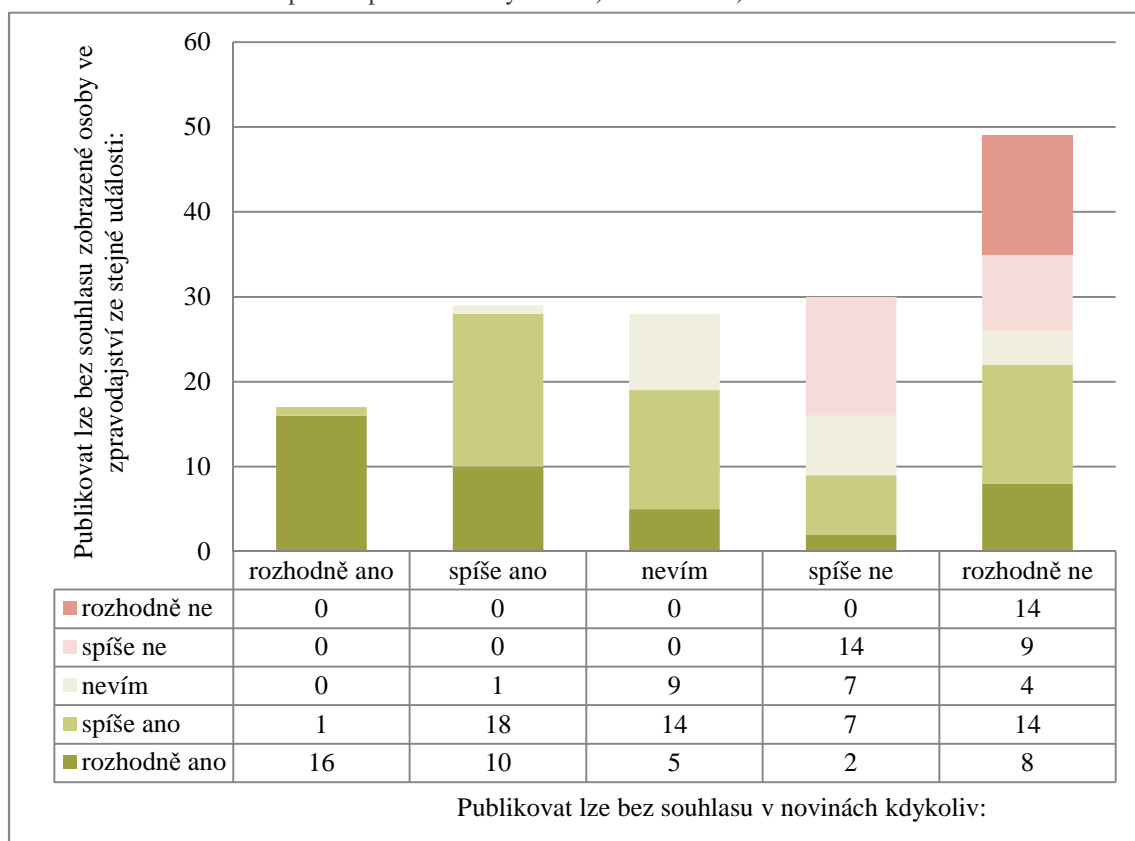


Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

fotografií (39 % rozhodně ano a 26 % spíše ano). Čtvrtina této skupiny (26 %) byla však zcela proti. Ve skupině ostatní veřejnosti převládají podobné názory, ale je zde opět větší procento nerozhodnutých, stejně jako těch, kteří se spíše přiklánějí na jednu či druhou stranu.

Zajímavý pohled nabízí poměření odpovědí na otázku č. 10 a) a b) v následující tabulce (viz Tabulka 5). Zde se ukazuje, že ti respondenti, kteří odpověděli na otázku č. 10 a) záporně, tedy tak, že publikovat fotografie osob bez jejich souhlasu není možné v novinách kdykoliv, a jichž bylo celkem 52 %, se také v otázce č. 10 b) vyslovili záporně, tedy tak, že není možné publikovat fotografii osoby zobrazené na této fotografii v případě, že jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství. Ostatní respondenti odpověděli kladně na obě otázky, pouze ve skupině těch, kteří nevěděli v otázce č. 10 a) byl i větší počet těch co nevěděli v otázce č. 10 b).

Tabulka 5 - Poměr zastoupení odpovědí otázky č. 10 a) vůči č. 10 b)



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)



Podobná situace nastane i v případě porovnání otázky č. 10 a) vůči otázce č. 10 c) (viz Příloha E, Tabulka 7), i vůči otázce č. 10 d) (viz Příloha E Tabulka 8). Pouze s tím rozdílem, že v případě otázky č. 10 c) je i několik záporných odpovědí zastoupeno ve skupinách, které odpověděly na otázku č. 10 a) kladně. Vždy však je většina záporných odpovědí obsažena procentuálně více ve skupinách, které odpověděly záporně na otázku č. 10 a), a to v případě otázky č. 10 c) 79 % záporných odpovědí, a v případě otázky č. 10 d) 44 % záporných odpovědí.

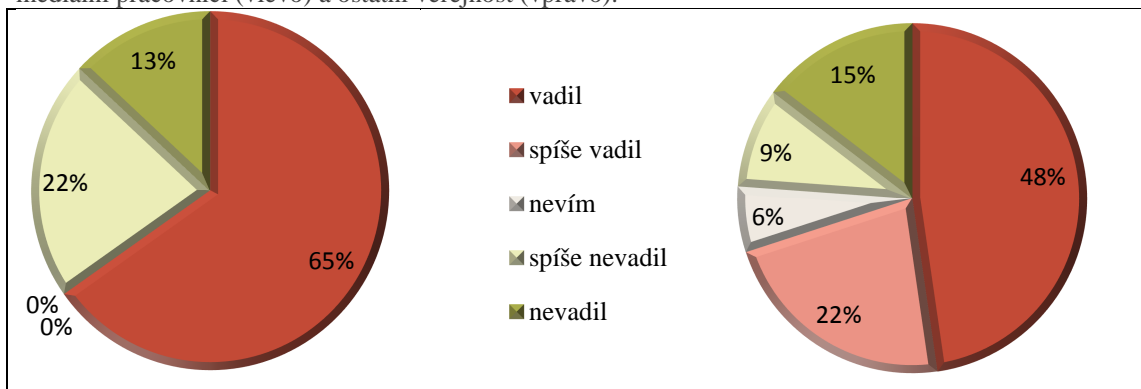
#### **Otázka č. 11**

Nikdo z respondentů neuvedl, že by informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. rozhodně považoval v zásadě za věrohodné (viz Příloha E, Graf 20). Ale 19 % všech respondentů těmto informacím spíše důvěřuje a považuje je spíše za věrohodné, 15 % neví, 48 % spíše nedůvěřuje, a 18 % všech respondentů uvedlo, že informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. rozhodně nepovažuje za věrohodné, tedy určitě mají důvod těmto informacím nedůvěřovat. 65 % mediálních pracovníků nepovažujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. za věrohodné (dva z toho rozhodně, ostatní spíše ne). 26 % mediálních pracovníků však informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. spíše považuje v zásadě za věrohodné.

#### **Otázka č. 12**

V otázce, zda by respondentům vadil zánik tištěné formy zpravodajských deníků, je procentuální zastoupení všech respondentů u jednotlivých odpovědí zkreslené, protože zde existují velké rozdíly mezi skupinou mediálních pracovníků a ostatní veřejností (viz Příloha E, Graf 21). Jak ukazuje následující graf (viz Graf 9), ve skupině mediálních pracovníků zcela chybí v této otázce odpovědi „spíše vadil“, a „nevím“. 65 % mediálních pracovníků by zánik tištěné formy zpravodajských deníků jednoznačně vadil, ale 22 % by spíše nevadil a 13 % by nevadil. Zatímco u ostatní veřejnosti se skupina respondentů, která se přiklání k tomu, že by jim zánik tištěné formy zpravodajských deníků vadil, dělí na ty, kterým by spíše vadil (22 %) a vadil (48 %), a je zde ještě 6 % skupina respondentů, kteří nevědí.

Graf 9 – Otázka č. 12. Vadil by Vám zánik tištěné formy zpravodajských deníků? Porovnání skupin mediální pracovníci (vlevo) a ostatní veřejnost (vpravo).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

## 4.3 Interpretace údajů

### 4.3.1 Rozhovory

#### **Zánik tištěných médií: tisk nezanikne**

10 z 12 odborníků se v rozhovorech přiklání k názoru, že v budoucnosti tištěná média nezaniknou, přinejmenším ne úplně. Pravděpodobně se stanou něčím exkluzivním. Důvodem by měla být touha lidí si přečíst noviny raději z papíru než z obrazovky, zvyšující se vzdělanost, uvědomění vlády a vydavatelů, kteří chápou důležitost tisku, ale i pouhé přesvědčení, že tištěná média nezaniknou stejně, jako nezaniklo „malířství s nástupem fotografie a fotografie s nástupem filmu, videa a televize“ (Mrázková). Tištěná média tedy podle odborníků nakonec naleznou „rovnováhu s internetem“ (Dunlop). Jednou ale zazněl názor, že tisk postupně vymizí, „což není tak špatné, protože zachráníme stromy, ze kterých se dělá papír.“ (Tomaševič).

#### **Zánik profesionálních fotoreportérů: budoucnost profese fotoreportéra tu je**

5 odborníků se vyslovilo pro názor, že profesionální fotoreportéři přežijí, i když zřejmě ne všichni. 4 další odborníci se nevyslovili jednoznačně, ale z jejich argumentace lze vyvodit, že je šance, aby profese fotoreportéra i nadále existovala. Z vyslovených názorů všech vyplývá, že proto, aby fotoreportéři i nadále mohli vykonávat svoje povolání, budou muset nastat tyto změny:

- Změny v práci fotoreportérů:
  - Fotoreportéři se musejí prosadit, nesmějí spoléhat jen na svou redakci, ale musí si shánět práci i na volném trhu, tím získají zkušenosti a dokážou se adaptovat.
  - Fotoreportéři se musejí prezentovat, dát o sobě vědět, vystavovat, mít své internetové stránky, vymezit se vůči amatérům, přizpůsobovat se dnešním technologiím. Pravděpodobně budou muset i změnit styl a věnovat se více videu nebo multimedialní produkci.
  - Možností je pracovat na uměleckých, vědeckých apod. projektech, využívat k financování kulturních grantů, publikovat také v časopisech než jen v novinách.
- Změny na trhu:
  - Není pravděpodobné, že by se v současnosti snižovala poptávka po fotografiích. Nic nenaznačuje tomu, že by nebylo potřeba dělat nové fotografie. Amatéri nemohou plně pokrýt poptávku kvalitní produkcí.
- Změny financování internetových médií:
  - Pravděpodobným trendem je zavedení předplatného na online média, pro budoucnost placených přístupů se jednoznačně vyslovilo pět odborníků z dvanácti.
  - Financování by mohlo přispět i přesunutí reklamy na webová média.
- Změny ve společnosti:
  - Pravděpodobně by mělo dojít k legislativním změnám, které podpoří vznik projektů umožňujících práci profesionálům v oboru žurnalistika, tedy i fotoreportérům.
  - Záležet bude na informovanosti veřejnosti a podpoře vzdělání, „...vzdělávat co nejširší publikum ve fotografii a její vizuální řeči – jak a proč některé fotografické obrazy fungují lépe než jiné.“ (Gudzowaty).

### 4.3.2 Dotazník

Z dotazníkového šetření vyplývá, že přestože veřejnost ani mediální pracovníci nepovažují informace zveřejněné na sociálních sítích za věrohodné, více než polovina veřejnosti a téměř tři čtvrtiny mediálních pracovníků považuje komunikaci prostřednictvím sociálních sítí za nástroj k získání společensky závažných informací. Je zde vidět opatrnost, s jakou je třeba k neverifikovaným informacím na internetu přistupovat, zároveň se ale ukazuje, že komunikace skrz sociální sítě začíná být pro většinu společnosti důležitá a přínosná. Zdá se, že fotografiím zveřejňovaným prostřednictvím sociálních sítí přikládá větší důležitost veřejnost než mediální pracovníci, ačkoli si oba segmenty tyto fotografie prohlížejí více méně stejně rádi. Jak veřejnost, tak i mediální pracovníky zajímají také fotografie zveřejněné v tradičních médiích, které byly pořízené náhodnými účastníky událostí, neprofesionálními fotografi, i když skupinu mediálních pracovníků zajímají tyto fotografie poněkud méně.

V otázce zániku profesionálních fotoreportérů je názor mediálních pracovníků poněkud skeptičtější oproti veřejnosti, což je dáno zřejmě také osobní zaangażovaností a osobní zkušeností s nepříznivým stavem současné problematiky financování médií. Ani tak se však téměř tři čtvrtiny veřejnosti nedomnívá, že by internet přispěl k zániku profesionálních fotoreportérů. To, že si veřejnost nemyslí, že by profesionální fotoreportéři měli zaniknout, by mohlo naznačovat, že dokážou rozpoznat profesionální kvalitu a chápou důležitost této produkce, nebo považují existenci profesionálních fotoreportérů za natolik samozřejmou, že nevidí důvod k zániku této profese. Poněkud odlišné chápání této problematiky u zainteresovaných mediálních pracovníků pramení zřejmě z jejich přímého kontaktu s touto problematikou, kdy se musejí s jejími důsledky osobně potýkat.

V otázkách ochrany soukromí a použití soukromých fotografií se téměř 70 % veřejnosti i mediálních pracovníků přiklání k názoru, že novináři nemají právo publikovat tyto fotografie, i když jsou na internetu volně přístupné. Tomu odpovídá i složení respondentů podle jejich názoru na to, zda by jim vadilo, kdyby média publikovala jejich soukromé fotografie. Třem čtvrtinám veřejnosti by taková publikace vadila. Zároveň větší část tohoto segmentu (přes 80 %) považuje za neoprávněné, aby novináři publikovali v médiích jejich fotografii zveřejněnou na internetu v rámci sociálních sítích. Je tu však malé, i když ne zcela zanedbatelné procento těch, kteří se domnívají,

že novináři právo publikovat soukromé fotografie mají (8 %) a zároveň tři čtvrtiny z nich uvádějí, že by jim samotným taková publikace jejich soukromé fotografie v médiích nevadila. To je přesně obrácená tendence, než tomu je u většiny, a to jak u běžné veřejnosti, tak u části mediálních pracovníků. Pravděpodobné vysvětlení této tendence můžeme nalézt ve zlidovělém Sokratově rčení „*Nečiň jiným, co by tě zlobilo, kdyby učinili tobě.*“ Tedy, že ta část veřejnosti, která se domnívá, že novináři mají právo na zveřejnění fotografie nalezené na internetu, sama takto fotografie používá a na oplátku počítá s tím, že by i jejich fotografie mohla být takto použita.

V otázce oprávnění pořizovat fotografie fyzických osob na veřejnosti je více než polovina veřejnosti přesvědčená, že pořizovat fotografie fyzických osob na veřejnosti může kdokoliv. Avšak téměř čtvrtina veřejnosti je na své soukromí až přehnaně opatrná, když se domnívá, že fyzické osoby na veřejnosti nesmí fotografovat nikdo. Další část veřejnosti by oprávnění k fotografování fyzických osob na veřejnosti očekávala jen u některých osob, jako např. se zvláštním povolením, u novinářů nebo dokonce pouze u tajných agentů. Jak jsme se zmiňovali ve třetí kapitole, k zásahu do všeobecného osobnostního práva může dojít jen se svolením fyzické osoby, což zaručuje občanský zákoník, kde je ochrana osobnosti zakotvena. Ten však umožňuje ve zcela přesně daných případech výjimečně do těchto práv zasáhnout tam, kde to vyžaduje zvláštní veřejný zájem. V případě fotografie se jedná obvykle o tzv. „vědeckou a uměleckou“, a také „zpravodajskou (reportážní)“ licenci.

Tyto licence umožňují učinit výjimku, při které není souhlas fyzické osoby pro pořízení takových fotografií nutný. V praxi bychom asi těžko fotografovi prokazovali, že nefotografuje za účelem vědeckým, uměleckým nebo reportážním. Problém by zřejmě nastal až v případě publikace takové fotografie, pokud by se tato publikace nekryla s jednou z uvedených licencí. Taková publikace by měla být odůvodněna naléhavou sociální potřebou a zároveň by měla být přiměřená sledovanému legitimnímu cíli (KNAP, a další, 2004 str. 104). Tím se dostáváme k otázkám, které se zaměřují na problematiku publikování fotografií zobrazujících fyzické osoby bez jejich souhlasu. Zde nás zajímalo, zda veřejnost chápe, že ne každou fotografii lze bez souhlasu zobrazené osoby volně v médiích použít.

Musíme připustit, že výsledky se nedají brát kategoricky, protože ani otázky nemusely být jednoznačně pochopeny. Přes to však z výzkumu vyplývá, že pokud byly tyto otázky kladeny profesionálům v oboru, tedy mediálním pracovníkům, měli oproti ostatní veřejnosti na tuto problematiku jednoznačnější názor. To zřejmě vychází především z toho, že se v této oblasti pohybují a musejí se s jejími výzvami sami v praxi vyrovnávat, nehledě na to, že mnozí jsou studovaní žurnalisté s dlouholetou praxí. V každém případě náš výzkum naznačuje, že na problematiku publikace fotografií bez souhlasu zobrazených fyzických osob existují velké názorové rozdíly jak mezi mediálními pracovníky, tak u široké veřejnosti. Pokud jde o publikaci v novinách (tisku, TV apod.) téměř polovina veřejnosti i mediálních pracovníků zřejmě chápe, že není možné fotografie zobrazující fyzické osoby publikovat v médiích bez jejich souhlasu kdykoliv, avšak druhá polovina u obou skupin se takové publikaci nebrání. To by mohlo naznačovat, že si nejsou příliš vědomi svých práv na ochranu osobnosti.

Pokud bylo v otázce zmíněno zpravodajství, jako důvod publikace fotografie zobrazující fyzickou osobu bez jejího souhlasu, byla již větší polovina veřejnosti i mediálních pracovníků spíše pro publikaci. To lze vysvětlit patrně určitým povědomím veřejnosti o tzv. „zpravodajské (reportážní) licenci“, což způsobuje, že se veřejnost takové publikaci nebrání. Přes to zde nalezneme i kategorický nesouhlas s takovou publikací. V otázce publikace fotografie zobrazující fyzickou osobu pro použití jako ilustrace k jiné události byla opět téměř polovina veřejnosti proti publikaci bez souhlasu zobrazené osoby.

V posledním případě, kdy měl být předmětem publikace portrét fyzické osoby figurující v události, se většina veřejnosti publikaci bez souhlasu této osoby nebránila. Porovnání výsledků otázek zabývajících se publikováním fotografií fyzických osob bez jejich souhlasu bylo zjištěno, že ta skupina respondentů, která odpovídala záporně v případě prvního dotazu, směřujícího ke zjištění obecného povědomí o možnostech publikace fotografií v médiích, také zatupovala největší podílem záporných odpovědí na další otázky tohoto tématu. Jinými slovy, že pokud odpovídá na další otázky zabývajících se stejnou problematikou ta část veřejnosti, která je proti publikaci fotografií zobrazujících fyzické osoby bez jejich souhlasu v médiích, existuje větší pravděpodobnost, že s publikací nebude souhlasit.

Na druhou stranu však výsledky ukazují i obrácenou tendenci téměř poloviny veřejnosti, která není proti nebo nemá názor na publikaci fotografie v hromadných sdělovacích prostředcích bez souhlasu zobrazené osoby. Zde se ukazuje, že v žádném z námi uvedených případů tato část veřejnosti pravděpodobně nevidí riziko, a neuvědomuje si plně svá práva na ochranu osobnosti.

Posledním tématem, kterým se dotazníkové šetření zabývalo, byl názor veřejnosti na možnost zániku tištěné formy zpravodajských deníků. Zde se opět ukázala výrazná zaangažovanost mediálních pracovníků, kterých se zánik tisku obecně osobně dotýká, neboť je pro ně prostředkem obživy i profesní realizací vlastních kompetencí nabytých ať už praxí nebo vzděláním. Celé dvě třetiny mediálních pracovníků by byly zánikem tištěných periodik velmi zasaženy, což vyplývá z jejich rozhodného záporného postoje k takové možnosti. Zajímavé ovšem je, že celé jedné třetině mediálních pracovníků by zánik tisku nevadil, což je mnohem větší procento než u ostatní veřejnosti. To vyplývá pravděpodobně z toho, že tito lidé, jako mediální pracovníci, již zřejmě pro internetové formy hromadných sdělovacích prostředků pracují, tato média potom pro ně budou i důležitějším zdrojem informací než je tisk, budou pro ně patrně i hlavním zdrojem příjmů a prostředkem vlastního profesního uplatnění. Co se týká ostatní veřejnosti, téměř třem čtvrtinám by zánik tisku vadil, ale procento těch, kterým by vadil rozhodně, dosahuje sotva poloviny. Pokud by tedy tisk neměl zaniknout, musela by se o to zasadit také část veřejnosti. Avšak pouze ta část veřejnosti, která má osobní zájem na tom, aby tisk nezankl, by mohla v této věci uspět při snaze prosadit některá rozhodnutí, která by zániku tisku mohla zabránit.

#### **4.4 Vyhodnocení hypotéz**

**Hypotéza č. 1: „Lidé nevnímají dostatečně potřebu ochrany soukromí v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi.“**

Z provedeného výzkumu vyplývá, že v rámci našeho výzkumného vzorku poměrně velká část veřejnosti (téměř polovina) spatřuje značné riziko v publikaci fotografií bez souhlasu zobrazené fyzické osoby v hromadných sdělovacích prostředcích a takové použití fotografií odmítá. Avšak druhá polovina veřejnosti naopak nevidí riziko zásahu do osobnostních práv v publikaci fotografií bez souhlasu zobrazené fyzické osoby, a neuvědomuje si plně svá práva na ochranu osobnosti. 21 % veřejnosti se domnívá, že

novináři mají právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, pokud jsou na internetu veřejně přístupné a 20 % veřejnosti by ani nevědělo, kdyby hromadné sdělovací prostředky zveřejnily jejich fotografii, kterou umístili na internetu v rámci sociální sítě. Také téměř tři čtvrtiny veřejnosti zajímají fotografie zveřejněné v hromadných sdělovacích prostředcích vytvořené náhodnými účastníky událostí, přestože takové fotografie zcela nepochybně z větší části zachycují i fyzické osoby, které k takové publikaci souhlas nedali. Nelze jednoznačně konstatovat, že lidé nevnímají dostatečně potřebu ochrany soukromí v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi, ale ukazuje se, že značná část společnosti nepocituje riziko zásahu do všeobecného osobnostního práva v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi.

**Hypotéza č. 2: „Stírá se hranice mezi publikací v hromadných sdělovacích prostředcích (zejména jejich internetových podobách) a publikací na sociálních sítích.“**

Hypotézu, že se stírá hranice mezi publikací v hromadných sdělovacích prostředcích (zejména jejich internetových podobách) a publikací na sociálních sítích, podporuje výsledek z dotazníkového šetření. Ten ukazuje, že více než polovina všech respondentů a téměř tři čtvrtiny mediálních pracovníků považují internetové sociální sítě za nástroj k získání společensky závažných informací. Totiž média, jako hromadné sdělovací prostředky, jsou primárně určena k přenosu společensky závažných informací, ale jsou také určena k zábavě. Sociální sítě, jako nový způsob komunikace a rozvíjení mezilidských vztahů jsou primárně určeny k zábavě, ale stává se z nich také významný nástroj k přenosu společensky závažných informací. Dalším podpůrným argumentem je názor poloviny respondentů, kteří považují fotografie zveřejněné na sociálních sítích za schopné konkurence tradičnímu zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.), tedy schopné konkurovat hromadným sdělovacím prostředkům. Zde můžeme konstatovat, že platnost hypotézy se ve výzkumném vzorku potvrdila.

**Hypotéza č. 3: „Lidé se domnívají, že profese fotoreportéra kvůli internetu zanikne.“**

Ze závěrů provedeného šetření vyplývá, že lidé se nedomnívají, že by profese fotoreportéra měla zaniknout. Tato hypotéza byla vyvrácena. Téměř tři čtvrtiny veřejnosti podle provedeného šetření si nemyslí, že internet přispěje k zániku profesionálních fotoreportérů. Ani z rozhovorů s odborníky nelze konstatovat, že by



profese fotoreportéra měla zaniknout v důsledku přechodu z tištěné na internetovou podobu žurnalistiky. Výsledky analýzy rozhovorů naznačují, že profesionální fotoreportéři mohou i nadále působit jako fotožurnalisté, avšak budou muset modifikovat své pracovní postupy, prosazovat se, zviditelňovat, nevyhýbat se moderním nástrojům komunikace, aktivně hledat nové možnosti uplatnění a přizpůsobit se požadavkům současného trendu multimediální tvorby. Se vznikem internetových sociálních sítí se také značná část sociální komunikace přesunula na internetové sociální sítě, a proto zde mohou i fotožurnalisté nalézat kontakty, informace a směry, kterým by měli více zaměřit svoji pozornost.

## ZÁVĚR

Cílem práce bylo objasnit funkce fotografického obrazu a jeho schopnosti reflexivity v rámci žurnalistiky. Rozpoznat, jaké vlivy se podílejí na vzniku fotografického obrazu, na jeho schopnosti přenosu sdělení. Také nás zajímalo, jak vnímá současná veřejnost etické a právní aspekty, které přináší použití fotografie v žurnalistice, a jakou budoucnost má fotožurnalismus v konkurenci s dnešním trendem internetizace. V první části této práce jsme se detailně zabývali studiem odborné literatury a dalších zdrojů, které by nám pomohly objasnit specifika žurnalistické, potažmo reportážní fotografie z různých pohledů, i když původní české literatury zabývající se problematikou fotožurnalismu je u nás nedostatek. Zabývali jsme se také prostředím, ve kterém se žurnalistická fotografie nacházela, a prostředím, které budoucnost současného fotožurnalismu nejvíce ovlivňuje, tj. prostředím internetu.

Zjistili jsme, že vynález fotografie způsobil revoluci ve výtvarném umění, jehož doménou až do té doby bylo co nejvěrnější zobrazování reality. Fotografie, která mnohými za umění nebyla považována, se stala přímým konkurentem zejména některých oblastí malířství. Najednou se stalo mnoho výtvarníků nepotřebných, protože zobrazit realitu zvládl jakýkoli člověk, který se naučil ovládat fotoaparát, a nemusel být ani zručným ani talentovaným umělcem. Začalo se však ukazovat, že naprostá většina diváků nestojí o přesné zobrazení přítomné skutečnosti. Otrocké zaznamenání vizuální reality, bez předchozí úpravy fotografované předlohy (aranžování, stylizace) bylo příčinou zjištění, že podoba předlohy není stejná za všech podmínek. Projevilo se, že lidská mysl vnímá své okolí jinak, než jej zaznamenává fotografie. Zrak pomíjí rušivé detaily předlohy a uchovává si jen její idealizovanou představu. Diváci požadovali taková zobrazení, která odpovídala této představě, a očekávali, že ji na fotografii spatří také. Někteří schopní portrétní fotografové těmto požadavkům uměli vyhovět, a proto byli velmi žádaní. Díky tomu dokázali získat velké množství finančních prostředků, které potom investovali do vlastních projektů. Když vývoj fotografie umožnil opustit s fotografickým přístrojem zázemí ateliéru a fotografovat v terénu, stalo se velkou výzvou pro tyto fotografy právě zdokumentování závažných společenských událostí. A to byla šance pro žurnalistickou fotografii. Těmi nejzávažnějšími a mediálně ostře sledovanými událostmi byly války. Široká veřejnost konce 19. století poprvé

(prostřednictvím výstav) spatřila hrůzy války tak, jak je fotografové zaznamenali přímo na bojišti, a byla šokována. Válečné fotografie otřásly morálním smýšlením široké veřejnosti; do té doby znala pouze idealizované výjevy bitev z obrazů. Polemika o podstatě poslání fotografie se tak stala ústředním motivem úvah odborníků výtvarného umění, uměleckých, filozofických a dalších univerzitních oborů. Jedni poukazovali na důležitost a poslání fotografie, jiní začali pochybovat o její pravdivosti. Zatímco odborníci diskutovali, fotografie se po technické stránce vyvíjela dál, a přinášela mnoho nových možností. Brzy umožňovala vyfotografovat například pohyb ve zlomku sekundy, nebo zviditelnit pro člověka neviditelné spektrum záření. Fotografie se stala běžnou součástí každodenního osobního a rodinného života, a prostřednictvím žurnalistiky také veřejného a politického. Kromě možností však přinášela také mnoho nových otázek.

V současnosti se studiem a využitím fotografie zabývají technické, uměnovědní, humanistické a další univerzitní disciplíny. Fotografie se stala středem zájmu i oborů studujících vizualitu a komunikaci. Bylo zjištěno, že i na fotografii lze aplikovat stejné metody, jako na jiné komunikační systémy. Tedy že toto vizuální zobrazení je jazykový systém zprostředkávající informace a podléhající stejným zákonitostem jako jiné jazyky. Protože fotografie umí sdělovat informace, musíme si uvědomit, že i jazyk fotografie má svá omezení, možnosti a pravidla, kterým je zapotřebí se učit. Některé zákonitosti, které ovlivňují sdělování fotografickým obrazem, jsme si ukázali v první kapitole. Fotografie, zejména při použití v žurnalistice, je forma sdělení, jehož efektivita je zcela nepochybně velká. U fotografie podobně jako u jiných sdělení, však často nezáleží na sdělení samotném (obsahu), ale na jeho podání a kontextu. Účinek fotografické řeči jako sdělného aktu je potom v tomto kontextu často špatně vyhodnocen, a zejména v eticky sporných případech bývá přeceňován nebo naopak podceňován. Etický konflikt tedy nespočívá pouze v samotné fotografii, ale také ve způsobu jejího užití. Tak jako v lidské řeči existují slova, jež neslouží k pouhému sdělení, tak i prostřednictvím fotografického sdělení lze ve svém důsledku i "něco udělat".

Každá fotografie použitá pro žurnalistické účely může být společností přijímána jako prosté zobrazení faktů, a proto se dnes také výuka fotografie stala neoddelitelnou součástí osnov žurnalistiky. I když jsou na většině vysokých škol, které se zabývají

mediálními studii a žurnalistikou fotografii věnovány některé samostatné předměty, není u nás žádné vysokoškolské studium věnováno fotožurnalismu samostatně, jako studijní obor se zaměřením na problematiku mediálního účinku fotografií, jehož absolventem by byl profesionální fotoreportér. Doposud se obor fotografie vyučuje samostatně pouze ve výtvarně zaměřených školách, kde je kladen důraz zejména na uměleckou či reklamní tvorbu. Avšak informace sdělované veřejnosti faktickými mediálními produkty mohou být fotografickým postupem nebo následnou desinterpretací natolik pozměněny, že o skutečnosti nemusí vypovídat vůbec. Profesionální fotožurnalista si proto musí být vědom toho, jakým způsobem fotografickým zobrazením sdělí informaci, která bude přítomné realitě odpovídat, a naopak, jak dosáhne toho, že informace sdělovaná fotografií vypovídá o jiných skutečnostech (než byly ty, které byly předlohou fotografie), a zprostředkovává tak iluzi nebo jiné, subjektivní dojmy. Zejména profesionální fotoreportér musí důsledně rozlišovat mezi fotografií, která zprostředkovává informace určené pro zpravodajství, a fotografií, která evokuje pocity a subjektivní dojmy fotografa-novináře, které do zpravodajství nepatří. Zvýšenou pozornost potom musí věnovat fotografiím v publicistice, která subjektivitu pohledu připouští. Neslučitelná s žurnalistikou je ale fikce, která se za realitu vydává. Zvláště na internetu budeme dlouho hledat zprávu, která by nebyla doprovázená obrazovým materiálem, nejčastěji právě fotografií. Tyto fotografie jsou často pouze ilustračního charakteru. To vede k úplné deformaci vnímání fotografie, jako mediálního sdělení, což poškozuje přijímání fotografie jako samostatného informačního média. Všichni, kdo se v žurnalistice na medializaci fotografií podílí, by při zadávání, zhotovování a vybírání fotografií měli brát v úvahu účel jejího pořízení. Tím účelem může být sdělení informace, ale také to může být ilustrace nebo jen pouhá dekorace. Obzvláště dnes, kdy dekorativní hledisko hraje (v době masivního odklonu čtenářů od klasického tisku) při tvorbě mediálních obsahů velkou roli, kdy do práce žurnalistů, fotografů a editorů zasahují profese jako je grafik, art director a designér, ale také marketingový specialista, má znalost fotografické řeči a schopnost interpretace fotografického obrazu zcela zásadní význam jako součást kompetence každého mediálního pracovníka.

Velkým problémem pro žurnalistiku se dnes zdá být ve vývoji fotografie vznik fotorealistického obrazu bez použití fotografického postupu. Filip a Alena Lábovi

v článku *Obraz v digitálním věku* píšou, že „*velmi realisticky vyhlížející fotografie může vzniknout bez existence zobrazovaných předmětů ve vnější realitě*“ (2009 str. 120). Avšak obraz, který takto vzniká, bychom nikdy neměli již z principu věci nazývat fotografií, ale počítačovou grafikou, vizualizací, nebo jakkoli jinak, třebaže je výsledný obraz tzv. „fotorealistický“. Současná odborná literatura pro takto vytvořený obraz používá název CGI (počítačově generovaný obraz). Pokud někdo takový obraz fotografií nazývá, dopouští se tak omylu a pokud ji za fotografii vydává, dopouští se tak dle našeho názoru podvodu. Vydávání CGI za fotografii je v žurnalistice nepřijatelné, stejně jako manipulace s fotografickým obrazem. Novým problémem ve vnímání fotografie je tedy jejich rozpoznatelnost od CGI. Avšak za nejzávažnější fakt, který poškozuje a zpochybňuje důvěryhodnost fotografie jako žurnalistického nástroje a prostředku mediální komunikace lze zřejmě považovat to, že v současnosti často prakticky nelze dodatečně manipulativní zásah do digitální fotografie ve většině (ne zcela zjevných případů) jednoznačně prokázat. Často však existují nepřímé důkazy, které na manipulaci fotografie poukazují, a stávají se tak prostředkem vyvolávajícím nové otázky a následně diskusi v odborných kruzích i ve společnosti.

Prostředí, ve kterém se žurnalistická fotografie pohybuje dnes, jsme se pokusili analyzovat ve druhé kapitole. Od počátku 21. století došlo v rámci internetového prostředí k obrovskému vývoji sociálních sítí, které se pro velkou část společnosti stávají běžným komunikačním kanálem podporujícím mezilidské vztahy. Tyto sociální sítě se stávají také běžnou součástí mediální komunikace, a z dřívějších čtenářů vznikají tzv. „news participátoři“. Někteří odborníci se domnívají, že internetová občanská žurnalistika může vytlačit, potlačit nebo změnit tradiční média, a s ní i existenci profesionálních fotožurnalistů. Jak se stírají rozdíly mezi tím, co je považováno za mediální komunikaci a co už je komunikace soukromá, dochází k posunu vnímání osobního a veřejného prostoru. Konzumenti spoluurčují obsah mediálního produktu, aniž by rozlišovali hranici mezi zpravodajstvím a publicistikou. Ani profesionálové v této oblasti často nemají jednotný názor, o to méně to můžeme očekávat od veřejnosti. U fotografie jsou tyto hranice navíc zkreslené odlišným způsobem zakódování sdělované informace, než je tomu u tištěného slova. Uvedené výzkumy však naznačují, že tradiční média patrně nebudou ze své role hlavního šířitele společensky závažných zpráv vytlačena, ale změní se jejich podoba. Transformace tradičních médií do on-line

podoby proběhne tam, kde je politická situace demokraticky zaměřená a relativně stabilní. Nová média v podobě občanské žurnalistiky na sociálních sítích hrají významnou roli tam, kde dochází k vyhocení politických poměrů, k ozbrojeným konfliktům, a v podobných společensky a politicky dramatických situacích. Zatím se zdá, že určitou budoucnost má pro existenci tradičních médií placený přístup k té části žurnalistických obsahů, které jsou vydávány on-line, protože prodej reklamy na internetu doposud v tomto ohledu není dostatečnou kompenzací finančních výdajů. Nyní je ale stav stále ve fázi hledání. Existenci profesionální žurnalistiky a fotožurnalistiky by mohl podpořit vznik tzv. třetího pilíře žurnalistiky, kterým jsou komunitní média. Jejich vznik je ale závislý na povědomí veřejnosti o tomto mediálním modelu, tedy na vzdělávání veřejnosti a na podpoře ze strany státu.

V poslední části práce jsme se snažili nahlédnout do postojů, které zaujímá veřejnost i odborníci pohybující se v prostředí médií, k ochraně soukromí v souvislosti se zveřejněnými fotografiemi v hromadných sdělovacích prostředcích i na sociálních sítích. Problematiku jsme nahlíželi z pohledu ochrany osobnosti podle občanského práva. Snažili jsme se také zjistit, zda veřejnost spatřuje nějaký rozdíl, mezi těmito komunikačními prostředky. Nelze zcela jednoznačně konstatovat, že se nám podařilo do této problematiky úplně proniknout, avšak dílčí výsledky by mohly ukazovat na jistou sníženou citlivost velké části společnosti vůči ochraně soukromí. Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že zhruba polovina výzkumného vzorku nespatořovala problém v publikaci fotografií zobrazujících fyzické osoby bez jejich souhlasu v hromadných sdělovacích prostředcích, a to ani v případě, že byla taková fotografie použita jako ilustrační. Avšak druhá polovina respondentů projevovала až přehnanou opatrnost a část z nich nepřipouštěla publikaci fotografií zobrazujících fyzické osoby bez jejich souhlasu ani v případě reportáží. Komplikací je zde to, že veřejnost není v problematice fotožurnalistiky orientována, a její znalost se často omezuje pouze na některé kauzy a aféry. Otázky tedy nemusely být všemi respondenty jednoznačně pochopeny, přestože jsme se snažili o maximální možnost porozumění. Nicméně můžeme konstatovat, že se nám podařilo prokázat hypotézu, že se stírá hranice mezi publikací v hromadných sdělovacích prostředcích (zejména jejich internetových podobách) a publikací na sociálních sítích, protože více než polovina všech respondentů a téměř tři čtvrtiny skupiny mediálních pracovníků považují internetové sociální sítě za

nástroj k získání společensky závažných informací. Ačkoliv sociální sítě byly primárně určeny k zábavě, jsou dnes standardní součástí mezilidské komunikace a stává se z nich také důležitý informační kanál. Mohlo by se zdát, že mají také potenciál nějak ohrozit existenci mediálních institucí. Sociální sítě však nejsou s největší pravděpodobností takový kanál, který by mohl vytlačit nebo nahradit tradiční média, ale spíš jim dává možnost proniknout ke konzumentům novou cestou. Z výzkumu znaků on-line žurnalistiky, které provádělo výzkumné centrum Pew v rámci projektu Excellence in Journalism vyplývá, že internet „zásadně mění způsob, jakým lidé informace konzumují a jak s nimi pracují.“<sup>112</sup> Tento fakt nás přiměl také k tomu, abychom se zabývali obecně rozšířenou obavou, že profese fotoreportéra kvůli internetu zanikne. Pokud by k tomu totiž došlo, byla by vážně ohrožena i důvěryhodnost samotného fotožurnalistiky a profesionálního přístupu k reportážní fotografii, jako hlavnímu prostředku vizuální komunikace žurnalistiky. Analýzou rozhovorů s odborníky a výsledků dotazníku jsme však zjistili, že pro námi zkoumaný vzorek populace platí, že téměř tři čtvrtiny veřejnosti se nedomnívá, že by internet přispěl k zániku profese fotoreportéra a to ani přes to, že objektivně dochází k poklesu zájmu o tištěná média, mediální společnosti snižují rozpočty na jejich produkci a investice do provozu internetových médií jsou omezené, takže dochází k propouštění zaměstnanců redakcí a tedy i fotoreportérů. Z analýzy rozhovorů s odborníky v oboru fotožurnalistika můžeme poukázat na ty aspekty, které budoucnost fotoreportérů mohou ovlivnit. Předpokladem k tomu, aby profesionální fotoreportéři existovali i nadále, je jejich aktivní přístup k hledání nových možností uplatnění. Pokud se společenská komunikace přesouvá z tisku na internet, potom i fotoreportéři musí tyto komunikační kanály využívat. Aby se odlišili od amatérů, musí se zviditelňovat a poukazovat na důležitost svého poslání a to opět těmi komunikačními kanály, které jsou progresivní, což znamená sledovat nové technologie jak komunikační, tak fotografické a nevyhýbat se jejich používání. Současným trendem bude patrně i potřeba věnovat se více videozáznamu nebo multimediální produkci. Podle názorů odborníků tu stále poptávka po fotografiích je a amatéři ji nemohou pokrýt kvalitní produkcí. I když dnes ve fotožurnalistice často záleží více na rychlosti než na kvalitě, jsou místa, kam se žádný amatér nedostane, protože potřebuje akreditaci, a tu mohou získat jen novináři. Důvodem není snaha zabránit volnému šíření informací do

---

<sup>112</sup> Překlad z originálu: „The internet has not replaced/ displaced traditional media, but it is fundamentally changing the way people consume and interact with information” (PURCELL, 2010).

společnosti, ale ochrana společnosti před nekvalifikovanou produkcí, která ubližuje jak pověsti reportážní fotografie, tak celé žurnalistice. Pokud tedy má mít fotožurnalismus a potažmo reportážní fotografie i nadále u veřejnosti status pravdivé obrazové zprávy, je nutné na tuto skutečnost upozorňovat, a vzdělávat jak odbornou, tak i laickou veřejnost. Problematika fotožurnalismu i reportážní fotografie je veřejností vnímána zkresleně, a často je zúžena pouze na okruh otázek okolo digitální manipulace s fotografickým obrazem. Avšak je důležité zdůraznit, že reportážní fotografové, ale i ostatní mediální pracovníci musí řešit při zveřejňování fotografií široký okruh etických a s nimi spojených právních otázek. Problematiku fotožurnalismu nelze zjednodušovat pouze na manipulaci obrazu a měli bychom se snažit, aby veřejnost byla se všemi souvisejícími aspekty co nejvíce obeznámena. Toho lze docílit například vyvoláním celospolečenské diskuse, kterou by měla otevřít sama média, a současně by tato diskuse měla vstoupit i do oblasti školství jako přirozená součást mediální výchovy.



## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů:

**ANAG. 2012.** *Občanský zákoník, zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), zákon o mezinárodním právu soukromém.* Praha : ANAG, 2012. ISBN 978-80-7263-734-8.

**ANDĚL, Jaroslav. 2004.** *Česká fotografie 1840 - 1950, Příběh moderního média.* Praha : KANT, 2004. ISBN 80 - 86217- 66- 3.

**AUSTIN, John Langshaw. 2000.** *Jak udělat něco slovy.* [překl.] z angl. orig. přel. pod vedením Jiřího Pechara Alena Bakešová ... a kol. *Základní filosofické texty.* Praha : Filosofia, 2000. str. 172. ISBN 80-7007-133-8.

**BARTHES, Roland. 1994.** *Světlá komora - vysvětlivka k fotografii.* [překl.] Miroslav jr. Petříček. *Filosofie do kapsy.* Bratislava : Archa, 1994. str. 107. Z francouzského originálu *La Chambre claire. Note sur la photographie.* Paris: Seuil, 1980. ISBN 80-7115-081-9.

**BARTOŇ, Michal. 2010.** *Svoboda projevu: principy, garance, meze.* Praha : Leges, 2010. str. 384. ISBN 978-80-87212-42-4.

**BIRGUS, Vladimír a MLČOCH, Jan. 2005.** *Česká fotografie 20. století.* Praha : u(p)m, Kant, 2005. ISBN 80-86217-89-2.

**C. H. Beck. 2009.** *Úplné znění autorského zákona č. 121/2000 Sb. a souvisejících předpisů podle právního stavu k 15. červnu 2009.* Texty zákonů. Praha : Beck, 2009. str. 235 s. ISBN 978-80-7400-203-8.

**CEJPEK, Jiří. 2008.** *Informace, komunikace a myšlení.* Praha : Karolinum, 2008. str. 234. ISBN 978-80-246-1037-5.

**CÍSAŘ, Karel (ed.). 2004.** *Co je to fotografie?* [překl.] Miroslav Petříček, a další. Vyd. 1. Praha : Herrmann & synové, 2004. str. 365. Z anglických, francouzských a německých originálů. ISBN 80-239-5169-6.

**CUDLÍN, Karel. 2010.** *Co je fotoreportáž.* [autor knihy] Barbora OSVALDOVÁ, Radim KOPÁČ a Alice TEJKALOVÁ. *O reportáži, o reportérech.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2010.

**ČERMÁK, Miloš. 2009.** *Nová média. Úvod a stručná historie.* [autor knihy] Barbora (ed.) OSVALDOVÁ a Alice (ed.) TEJKALOVÁ. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky.* Praha : Karolinum, 2009. str. 7-41.

**ČERMÁKOVÁ-VLČKOVÁ, Adéla a SMEJKAL, Vladimír. 2009.** *Autorská díla v hromadných sdělovacích prostředcích.* Praha : Linde Praha, 2009. str. 146 s. ISBN 978-80-7201-744-7.

**ČERNÝ, Jiří. 1996.** *Dějiny lingvistiky.* Olomouc : Votobia, 1996. str. 516. ISBN 80-85885-96-4.

**DAMASIO, Antonio R. 2004.** *Hledání Spinozy: radost, strast a citový mozek.* [překl.] Translated by František Koukolík. Praha : Dybbuk, 2004. str. 350 s. 1. vyd.. ISBN 80-903001-9-7.

**DOLEŽAL, František. 1952.** *Thema v nové fotografii.* Praha : Osvěta, 1952. str. 139.

**DUCHEMIN, David. 2010.** *V hledáčku fotografa: Jak na fotografii s příběhem.* Brno : Computer Press, 2010. ISBN: 978-80-251-2696-7.

**ELKINS, James. 2007.** Sbohem, vizuální kulturo. [autor knihy] Marta (ed.) FILIPOVÁ a Matthew (ed.) RAMPLEY. [překl.] Marta FILIPOVÁ. *Možnosti vizuálních studií. Obrazy - texty - interpretace.* Brno : Společnost pro odbornou literaturu - Barrister & Principal; Masarykova univerzita, Filozofická fakulta - Seminář dějin umění, 2007. s. 241 - 254.

**FILIPOVÁ, Marta a RAMPLEY, Matthew. 2000.** *Možnosti vizuálních studií. Obrazy - texty - interpretace.* Brno : Společnost pro odbornou literaturu a Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2000. ISBN 978-80-87029-26-8 .

**GOMBRICH, Ernst Hans. 1985.** *Umění a iluze. Studie o psychologii obrazvého znázorňování.* [překl.] Miroslava Tůmová. Praha : Odeon, 1985. str. 534 s. z anglického originálu Art and Illusion, vydaného nakladatelstvím Phaidon Press v Oxfordu v roce 1977.

**HARTL, Pavel a HARTLOVÁ, Helena. 2010.** *Velký psychologický slovník.* Praha : Portál, 2010. Vyd.4., v Portálu 1., 800 s. . ISBN 978-80-7367-686-5.

**CHALOUPKOVÁ, Helena a HOLÝ, Petr. 2012.** *Autorský zákon. Komentář.* Praha : C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-432-2.

**1995.** *Ilustrovaná encyklopedie, A-I.* Český Těšín : Enycyklopedický dům, 1995. ISBN 80-901647-4-9.

**JAVŮREK, Adam. 2006.** *Občanská žurnalistika a podmínky pro její rozvoj. Postavení médií v české společnosti a v Evropské unii.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 2006.

**JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009.** *Masová média*. Vyd. 1. Praha : Portál, 2009. str. 413. ISBN 978-80-7367-466-3.

—, 2007. *Média a společnost, stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vyd. 2. Praha : Portál, 2007. str. 207. ISBN 978-80-7367-287-4.

**JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009.** *Média dvacet let poté*. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5.

**JOHNSON, William S., RICE, Mark a WILLIAMS, Carla. 2010.** *Dějiny fotografie*. Praha : TASCHEN/sloart, 2010. str. 766. ISBN 978-80-7391-426-4.

**KAHNEMAN, Daniel. 2012.** *Myšlení. Rychlé a pomalé*. Brno : Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

**KNAP, Karel, a další. 2004.** *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Praha : Linde, 2004. 4. podstatně přepracované a doplněné vydání. ISBN 80-7201-484-6.

**KOETZLE, Hans-Michael. 2003a.** *Slavné fotografie. Historie skrytá za obrazy 1827-1926*. [překl.] Dagmar STEIDLOVÁ. Praha : Taschen, Sloart, 2003a. ISBN 3-8228-2576-X.

—, 2003b. *Slavné fotografie. Historie skrytá za obrazy II (1928-1991)*. Praha : TASCHEN/Sloart, 2003b. ISBN 3-8228-2578-6.

**Kolektiv autorů. 2006.** *Postavení médií v české společnosti a v evropské unii*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 2006. ISBN 80-86732-98-3.

**KUNEŠ, A. a POSPĚCH, T. 2003.** *Čítanka z teorie fotografie, výběr z teoretických textů k dějinám fotografie*. Institut tvůrčí fotografie. Opava : Slezská univerzita v Opavě, 2003. str. 71. ISBN 80-7248-183-5.

**LÁB, Filip a LÁBOVÁ, Alena. 2009.** *Obraz v digitálním věku*. [autor knihy] Barbora (Ed.) OSVALDOVÁ a Alice (Ed.) TEJKALOVÁ. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha : Karolinum, 2009. str. 113 - 124.

**LÁB, Filip a TUREK, Pavel. 2009.** *Fotografie po fotografii*. Praha : Karolinum, 2009. str. 132 s. ISBN 978-80-246-1617-9.

**LÁBOVÁ, Alena a LÁB, Filip. 2007.** *Digitalizace fotografie jako oblast novinářského vzdělávání*. [autor knihy] Jan JIRÁK, Radim WOLÁK a (ed.). *Mediální gramotnost, nový rozměr vzdělávání*. Praha : Radioservis, 2007.

—, 2011. *Postavení a pojetí fotožurnalistiky v českém novinářském vzdělávání. Komunikace, média, společnost*. Praha : Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2011. roč. 1, č. 1, s. 95-

102., vychází 2x ročně. ISSN 1804-4190.

—, **2009.** *Soumrak fotožurnalismu?* Praha : Karolinum, 2009. str. 156. ISBN: 978-80-246-1647-6, EAN: 9788024616476.

**LÁBOVÁ, Alena. 1977.** *Dějiny československé žurnalistiky.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta žurnalistiky, 1977. 1031-9927.

—, **2006.** *Fotografická pravda v obrazovém zpravodajství z izraelsko-libanonského konfliktu. Postavení médií v české společnosti a v Evropské unii.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 2006.

—, **2010.** *Fotoreportáž. [autor knihy] Barbora OSVALDOVÁ, Radim KOPÁČ a Alice TEJKALOVÁ. O reportáži, o reportérech.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2010.

—, **2009.** *Jak digitální technologie změnila práci českých fotožurnalistů / Rethinking Photojournalism. [autor knihy] Jan JIRÁK a Barbara Kopplová. Média dvacet let po té.* Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5.

—, **1990.** *Základy fotožurnalistiky II. Úvod do teorie žurnalistické fotografie.* Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 1990. ISBN 80-7066-119-4.

**McLUHAN, Marshall. 2011.** *Jak rozumět médiím, extenze člověka. [překl.] [z anglického originálu] přeložil Miloš Calda. Strategie. 2., rev. vyd. (v Mladé frontě 1.).* Praha : Mladá fronta, 2011. str. 399. ISBN 978-80-204-2409-9.

**McQUAIL, Denis. 1999.** *Úvod do teorie masové komunikace. [překl.] z angl. orig. přel. Jan Jiráček a Marcel Kabát.* Praha : Portál, 1999. str. 448 s. Vyd. 1. ISBN 80-7178-200-9.

**MISELBECK, Reinhold a BIEGER-THIELEMAN, Marianne. 2002.** *Fotografie 20. století.* Praha : Taschen/Slovart, 2002. ISBN 3-8228-1757-0.

**MRÁZKOVÁ, Daniela. 1986.** *Příběh fotografie.* Praha : Mladá fronta, 1986. Standardní číslo: 09/18 23-033-85.

**NAKONEČNÝ, Milan. 2000.** *Lidské emoce.* Praha : Academia, 2000. str. 335. Vyd. 1. ISBN 80-200-0763-6.

**OSVALDOVÁ, Barbora (ed.). 2009.** *Žurnalistika v informační společnosti. Digitalizace a internetizace žurnalistiky.* Praha : Karolinum, 2009. str. 196 str. . ISBN 9788024616841.

**OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. 2007.** *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace.* Praha : Libri, 2007. str. 263. Třetí, rozšířené vydání.. ISBN 978-80-

7277-266-7.

**OSVALDOVÁ, Barbora a kol. 2011.** *Zpravodajství v médiích*. Praha : Karolinum, 2011. str. 144. ISBN 978-80-246-1899-9.

**OSVALDOVÁ, Barbora, KOPÁČ, Radim a TEJKALOVÁ, Alice. 2010.** *O reportáži, o reportérech*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2010. str. 132. ISBN 978-80-246-1781-7.

**PETŘÍČEK, Miroslav. 2009.** *Myšlení obrazem*. Praha : Herrmann & synové, 2009. ISBN 978-80-87054-18-5.

**POULIN, Richard. 2012.** *Jazyk grafického designu*. [překl.] Patricie Růžičková. Praha : Slovart, 2012. str. 288. ISBN 978-80-7391-552-0.

**PROCHÁZKOVÁ, Bára. 2008.** *Občanská žurnalistika*. [autor knihy] Michal ZELENKA. *Lokální média nově: praktický průvodce*. Praha : Hermés, 2008, stránky 65-70. Tato publikace je součástí projektu Rušný přístav - informační a vzdělávací program pro středoškolská média a agentury o.s. Hermés. ISBN: 978-80-903852-3-8.

**SCHEUFLER, Pavel. 1993.** *Historické fotografické techniky*. Praha : IPOS ARTAMA, 1993. ISBN 80 - 075 - X.

**Skopec, Rudolf. 1956.** *Fotografie v našich službách*. [editor] Stanislav Vobořil. Universita vojáka. Praha : Naše vojsko, 1956. Sv. svazek 61. VA - 13106.

**SONTAG, Susan. 2002.** *O fotografii*. [překl.] z angl. orig. přel. Pavel Vančát. Vyd. 1. V Praze a Litomyšli, v Brně : Paseka; Barrister & Principal, 2002. str. 184. On Fotografpy 1990. ISBN 80-7185-471-9.

—. **2011.** *Ve znamení Saturna*. [překl.] z anglického originálu přeložil Martin Pokorný. V Praze a Litomyšli : Paseka, 2011. Vyd. 1. ISBN978-80-7432-119-.

**STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. 2009.** *Studia vizuální kultury*. [překl.] Lucie Vidmar a Milan Kreuzieger. Praha : Portál, 2009. str. s. 472. z anglického originálu *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*; Oxford University Press 2009. ISBN 978-80-7367-556-1.

**ŠEVELA, Vladimír a FRAJTOVÁ, Marie. 2012.** *Fotografie, které způsobily poprask*. *Týden*. 29. říjen 2012, 44, stránky 26-38. ISSN 1210-9940.

**ŠIBÍK, Jan. 2001.** *Ďábel v nás*. Praha : Plejáda, 2001. *Koncepce a výběr fotografií: Daniela Mrázková*. ISBN 80-86431-18-5.

**ŠINDELÁŘOVÁ, Bára a VYMĚTAL, Štěpán. 2006.** *Novináři a neštěstí.* Praha : THEMIS, Ministerstvo vnitra ČR, 2006. str. 57. Pro oddělení psychologie a sociologie odboru personálního MV ČR. ISBN 80-7312-039-9.

**ŠMOK, Ján. 1986.** *Skladba fotografického obrazu.* PRAHA : Státní pedagogické nakladatelství, 1986. str. 173. Akademie múzických umění v Praze, Fakulta filmová a televizní.

— **1975.** *Za tajomstvom fotografie.* Martin : Osveta, 1975.

— **1984.** *Začněte fotografovat.* Praha : Nakladatelství technické literatury, 1984. str. 264. Vydání druhé.

**ŠVANCARA, Josef. 1973.** *Emoce, city a motivace.* Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1973.

**ŠVESTKA, Jiří, a další. 2009.** *Občanský zákoník I. Komentář.* Praha : C. H. Beck, 2009. str. 1394 s. 2. vydání. ISBN 978-80-7400-108-6.

**TELC, Ivo a TůMA, Pavel. 2007.** *Autorský zákon. Komentář.* Praha : C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-608-4.

**TRNKOVÁ, Petra. 2007.** Fotografie po dějinách umělecké fotografie. [autor knihy] Marta FILIPOVÁ a Matthew RAMPLEY. *Možnosti vizuálních studií. Obrazy - texty - interpretace.* Brno : Společnost pro odbornou literaturu a Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2007. s. 93-110.

**VERNER, Pavel. 2007.** *Zpravodajství a publicistika.* Praha : Univerzita Jana Amose Komenského, 2007. ISBN 978-80-86723-37-2.

**ZUBÁL, Ivan. 2004.** *Encyklopedie obrazu (Jak rozumět obrazu).* Bratislava : Slovart, 2004. ISBN 80-7209-423-8.

#### **Seznam použitých zahraničních zdrojů:**

**BAUMERT, Dieter Paul. 1928.** *Die Entstehung des deutschen Journalismus : eine sozialgeschichtliche Studie.* München, Leipzig : Humblot, 1928. Databáze Národní knihovny ČR.

**PHOTOVIDEOi. 2005.** KODAK celebrates the 30th anniversary of the digital camera. *PHOTOVIDEOi.* Singapore : SPH Magazines, 2005. listopad, str. 68. ISSN 1793-2394.

### Seznam použitých internetových zdrojů:

**Aktuálně.cz. 2010.** Na Haiti přijede Bill Clinton. Rabování vrcholí. *Aktuálně.cz*. [Online] Centrum Holdings, 17. 01. 2010. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/amerika/clanek.phtml?id=658173>. ISSN 1213-0702.

**Årets Bild. 2011.** Årets Nyhetsbild Utland. *Årets Bild 2011*. [Online] Årets Bild 2011, 2011. [Citace: 17. 02. 2013.] Stránky pořadatele fotožurnalistické soutěže. Dostupné z: <http://aretsbild2011.se/?p=493> nebo také [http://aretsbild2011.se/?page\\_id=121](http://aretsbild2011.se/?page_id=121).

**BROOK, Pete. 2010.** Photographing Fabienne: Conclusions. *Prison Photography: The Image / Incarceration / Representation / Media / Social Justice / Responsible Photography*. [Online] Pete Brook, 8. April 2010. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://prisonphotography.org/2010/04/08/photographing-fabienne-conclusions/>.

**BUTTRY, Steve. 2011.** Trentonian uses Google+ and other tools to cover apartment shooting. *The Butry Diary: Steve Buttry, Digital Transformation Editor, Digital First Media*. [Online] Steve Buttry, 15. July 2011. [Citace: 22. listopad 2012.] Dostupné z: <http://stevebuttry.wordpress.com/2011/07/15/trentonian-coverage-of-apartment-shooting/>.

**CARROLL, Rory. 2010a.** Haiti earthquake: He had not picked her up since she was a toddler. Last week he carried her home. *The Guardian*. [Online] Guardian News and Media Limited, 26. January 2010a. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/world/2010/jan/26/haiti-earthquake-shooting-girl-story>. ISSN 0261-3077.

—. **2010b.** Haiti looting horror: Girl shot dead by police for taking paintings. *The Guardian*. [Online] Guardian News and Media Limited 2013, 20. January 2010b. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/world/2010/jan/20/haiti-earthquake-teenager-shot-police>. ISSN 0261-3077.

**COLLINS, Ross Francis . 2009.** A Brief History of Photography and Photojournalism. *North Dakota State Univrsity*. [Online] 12. 11. 2009. [Citace: 14. 11. 2012.] Dostupné z: <http://www.ndsu.edu/pubweb/~rcollins/242photojournalism/historyofphotography.html>.

**CPP. 2009.** O nás. *CZECH PRESS PHOTO*. [Online] CZECH PRESS PHOTO, 2009. [Citace: 08. 03 2013.] Dostupné z: <http://czechpressphoto.cz/cz/o-nas>.

**CU Photography. 2013.** Pete Brook Photography Talk. *Photography at Coventry University*. [Online] School of Art & Design at Coventry University, 2013. [Citace: 16. 02. 2013.] Dostupné z: <http://cuphotography.org/2011/02/03/pete-brook-photography-talk/>.

**DVORKIN, Lewis. 2012.** It's all about the author: The focus of WordPress's Matt Mullenweg.

*Forbes Magazine*. [Online] Forbes Media LLC, 2012. [Citace: 17. 11. 2012.] publikováno 11/22/2010. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/lewisdvorkin/2010/11/22/its-all-about-the-author-the-focus-of-wordpress-matt-mullenweg/>. ISSN: 0015-6914.

**European Parliament. 2011.** "May contain nuts" - a Facebook story on food labels and other animals. *European Parliament / News*. [Online] European Parliament, 13. 07. 2011. [Citace: 21. 11. 2012.] Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/content/20110701STO23127/html/May-contain-nuts-a-Facebook-story-on-food-labels-and-other-animals>. ISSN: 0250-5754.

**FAMU. 2010a.** Fotografie (8204R017). *AMU = DAMU + FAMU + HAMU*. [Online] Akademie múzických umění v Praze, 2010a. [Citace: 06. 03. 2013.] Dostupné z: <http://studijniplany.amu.cz/cs/obor8204R017.html>.

—. **2010b.** Katedra dokumentární tvorby. *AMU = DAMU + FAMU + HAMU*. [Online] AMU v Praze, 2010b. [Citace: 06. 03. 2013.] Dostupné z: <http://studijniplany.amu.cz/cs/obor8204R004.html>.

**HOMOLA, Oleg. 2012.** Zlikviduje internet profesionální fotoreportéry? - Rozhovor s porotou CPP 2012. *Czech Press Photo*. [Online] Czech Press Photo, 13. 11 2012. [Citace: 22. 12 2012.] Dostupné z: <http://czechpressphoto.cz/cz/novinky/zlikviduje-internet-profesionalni-fotoreportery-rozhovor-s-porotou-cpp-2012-142>.

**IHNED.cz, fas a Wall Street Journal. 2012.** IKEA šetří. Katalogy nábytku nefotí, vytvářejí je počítačové grafici. *IHNED.cz*. [Online] Economia, a.s., 2012. [Citace: 13. 09. 2012.] Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-57161030-ikea-setri-katalogy-nabytku-nefoti-vytvareji-je-pocitacovi-grafici>. ISSN 1213 - 7693.

**ISCHAM. 2012.** sinematografi. *uludağ sözlük*. [Online] uludağ sözlük © 2005 - 2013, 11. 04. 2012. [Citace: 27. 02. 2013.] Dostupné z: [http://galeri3.uludagsozluk.com/141/sinematografi\\_249184.jpg](http://galeri3.uludagsozluk.com/141/sinematografi_249184.jpg).

**JÍRU, Jiří. 2008.** K autorským právům po česku. *fotomonitor.info*. [Online] fotomonitor.info, únor 2008. [Citace: 1. 03. 2013.] Dostupné z: <http://fotomonitor.info/www/data/08/08001.asp>. ISSN 1803-1005.

**KODAK. 1889.** The Kodak Camera. *Duke University Libraries: Digital Collections*. [Online] Duke University Libraries, 1889. [Citace: 21. 12. 2012.] Dostupné z: [http://library.duke.edu/digitalcollections/ea\\_K0538/](http://library.duke.edu/digitalcollections/ea_K0538/).

**KRATOCHVÍL, Antonín a PERSSON, Michael. 2001.** Photojournalism and Documentary



Photography. *Nieman Reports*. [Online] Nieman Foundation for Journalism at Harvard, 2001. [Citace: 04. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101591>.

**KUNEŠ, Aleš. 2005.** AUTOR. *Aleš Kuneš*. [Online] Aleš Kuneš, 2005. [Citace: 05. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.aleskunes.com/autor.html>.

**LÁB, Filip. 2012.** Twitter: žurnalistika ve 140 znacích. *EJO: European Journalism Observatory*. [Online] Evropská žurnalistická observatoř, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova v Praze, 19. Říjen 2012. [Citace: 30. 01. 2013.] Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/1371/nova-media-a-web-2-0/twitter-zurnalistika-ve-140-znacich#more-1371>.

**LANDOVÁ, Hana. 2010.** Dokumenty projektu. Hypotézy vlivu na IG studentů. *IVIG: Odborná komise pro informační vzdělávání a informační gramotnost na vysokých školách*. [Online] Česká zemědělská univerzita v Praze, 16. 11. 2010. [Citace: 28. 01. 2013.] Dostupné z: <http://www.ivig.cz/hypotezy.html>.

**LEICA. 2006.** Milestones in the Leica product history. *LEICA*. [Online] Leica Camera AG, 2006. [Citace: 22. 12. 2012.] Dostupné z: [http://en.leica-camera.com/culture/history/leica\\_products/](http://en.leica-camera.com/culture/history/leica_products/).

**LUDTKE, Melissa. 2012.** Visual Journalism: Introduction. *Nieman Reports*. [Online] The Nieman Foundation for Journalism at Harvard, 2012. [Citace: 05. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102073/Introduction.aspx>.

**MELICHAR, Martin. 2012.** Porod komunitních médií v Česku. *Český rozhlas: radio.vawe*. [Online] Český rozhlas, 3. října 2012. [Citace: 20. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/radiowave/rentgen/zprava/1118700>.

**NNA. 2007 - 2013.** 2010 Cartooning and Photography Winners. *National Newspaper Awards*. [Online] National Newspaper Awards, 2007 - 2013. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.nna-ccj.ca/2010-cartooning-and-photography-winners/?lang=en>.

**Novinky.cz. 2012.** Kodak zbankrotoval, prohrál boj s digitálem. *Novinky.cz*. [Online] Borgis, a.s., 2012. [Citace: 12. 09. 2012.] Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/amerika/256634-kodak-zbankrotoval-prohral-boj-s-digitalem.html>.

**NPPA. 2012.** Ethics. *NPPA: THE VOICE OF VISUAL JOURNALISTS*. [Online] NATIONAL PRESS PHOTOGRAPHERS ASSOCIATION, 2012. [Citace: 14. 02. 2013.] Dostupné z: <https://nppa.org/ethics>.

**OATWAY, James. 2010a.** Haiti Earthquake Aftermath. *JAMES OATWAY*. [Online] James Oatway, 2010a. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.jamesoatway.com/#/haiti-earthquake-aftermath/?view=2>.

—. **2010b.** Photographing Fabienne: Part Ten – Interview with James Oatway. *Prison Photography: The Image / Incarceration / Representation / Media / Social Justice / Responsible Photography*. [Online] Pete Brook, 19. March 2010b. [Citace: 11. 03. 2013.] Dostupné z: <http://prisonphotography.files.wordpress.com/2010/03/fabienne0006b.jpg>.

**Odhaleni.info. 2013.** Občasnká žurnalistika. *Odhaleni.info: web pro občanskou žurnalistiku*. [Online] 2013. [Citace: 12. 03 2013.] Dostupné z: <http://odhaleni.info/>.

**PISACKOVA, Katerina. 2012.** Czech Press Photo letos opět rozvířilo debatu o novinářské fotografii. *EJO: European Journalism Observatory*. [Online] Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova v Praze, 22. 11. 2012. [Citace: 22. 12. 2012.] Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/1431/uncategorized/czech-press-photo-letos-opet-rozvirilo-debatu-o-novinarske-fotografii#more-1431>.

**PPSA. 2010.** Pro Foto Awards. *Professional photographers of Southern Africa*. [Online] PPSA, 8. April 2010. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://pppsa.weebly.com/pro-foto-awards.html>.

**PURE EVIL. 2010.** Fabienne Cherisma. *flickr.com*. [Online] Yahoo!, 24. January 2010. [Citace: 05. 03 2013.] Dostupné z: <http://www.flickr.com/photos/pureevilbunny/4301291178/>.

**Redux. 2010a.** Image number: 14090430. *REDUX STOCK*. [Online] Redux, 2010a. [Citace: 17. 02 2013.] Dostupné z: <http://redux.wg.picturemaxx.com/id/14090430>.

—. **2010b.** Image number: 00000201966613. *REDUX STOCK*. [Online] Redux, 2010b. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://archive.reduxpictures.com/series/preview.php?UURL=43e8b7952461f3f80595a6850eb2fd&IMGID=00000201966613>.

—. **2010c.** Image number: 14307011. *REDUX STOCK*. [Online] Redux, 2010c. [Citace: 17. 02. 1013.] Dostupné z: <http://archive.reduxpictures.com/series/preview.php?UURL=c47576fb12d050591849e51ecc1df4f0&IMGID=14307011>.

**SAUTEREAU, Frédéric. 2010.** Haiti. January 2010. *Frédéric Sautereau*. [Online] Frédéric Sautereau, 2010. [Citace: 17. 02. 1013.] Dostupné z: [http://www.fredericsautereau.com/reportage\\_1\\_85\\_2\\_0\\_Haiti.-January-2010](http://www.fredericsautereau.com/reportage_1_85_2_0_Haiti.-January-2010).

**Scio. 2011.** O projektu. *Informační Gramotnost s Gepardem*. [Online] Scio, 2011. [Citace: 18. listopad 2012.] Dostupné z: <http://gepard.scio.cz/Home/Concept>.

**STEMPEL, Jonathan. 2012.** Unpaid bloggers' lawsuit versus Huffington Post tossed. *REUTERS*. [Online] Thomson Reuters, 30. 03. 2012. [Citace: 22. 01. 2013.] Dostupné z: <http://www.reuters.com/article/2012/03/30/us-aol-huffingtonpost-bloggers-idUSBRE82T17L20120330>.

**STRÖM, Christian. 2011.** "Årets bild" en massfotografering. *Resumé: ökar mest i svensk affärspress*. [Online] Resumé, 24. 03. 2011. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.resume.se/nyheter/media/2011/03/24/arets-bild-en-massfotograf/>. ISSN: 0036-1887.

**SYMON, Jan. 2010.** ZÁKLADY DIGITÁLNÍ FOTOGRAFIE. *MEDIAlní kurzy.cz*. [Online] Katedra mediálních studií a žurnalistiky, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita, 2010. [Citace: 24. 01. 2013.] Dostupné z: <http://www.medialnikurzy.cz/zaklady-digitalni-fotografie/>.

**TESAŘ, Tomáš. 2011a.** Porota Czech Press Photo poprvé v historii udělila cenu snímkům pořízeným mobilním telefonem. *REFLEX*. [Online] Ringier Axel Springer CZ a.s., 12. 10. 2011a. [Citace: 07. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/43645/porota-czech-press-photo-poprve-v-historii-udelila-cenu-snimkum-porizenym-mobilnim-telefonem.html>. ISSN 1213-8991.

—. **2011b.** Video: Jan Šibík + iPhone 4S + RED POPA. *iPhonefoto*. [Online] iPhonefoto.CZ, 12. 10. 2011b. [Citace: 07. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.iphonefoto.cz/2011/12/10/video-fotograf-jan-sibik-iphone-4s-a-grip-red-popa/>.

**The Trentonian. 2011.** Real-time reporting of Thursday's shooting and day-long standoff in Ewing (RESIDENT PHOTOS). *The Trentonian*. [Online] The Trentonian, 14. 07 2011. [Citace: 22. 11. 2012.] Posted: 07/14/11 12:01 am; Updated: 03/08/12 07:38 pm. Dostupné z: [http://www.trentonian.com/article/20110714/NEWS/307149983/0/SEARCH/real-time-reporting-of-thursday-s-shooting-and-day-long-standoff-in-ewing-\(resident-photos\)#full\\_story](http://www.trentonian.com/article/20110714/NEWS/307149983/0/SEARCH/real-time-reporting-of-thursday-s-shooting-and-day-long-standoff-in-ewing-(resident-photos)#full_story). ISSN: 1064-3567.

**The Washington Post. 2010.** Photoshop gone wrong: Famous examples of doctored images. *The Washington Post*. [Online] The Washington Post, 2010. [Citace: 05. 03. 2013.] Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/gallery/2010/09/22/GA2010092202105.html>. ISSN 0190-8286.

**VALÁŠEK, Michal Altair. 2013.** Fotky na profilu Timeline. *facebook.com*. [Online] Michal Altair Valášek, 06. 03. 2013. [Citace: 11. 03. 2013.] Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4365379576251&set=a.1144681300807.2022558.1340748240&type=1&theater>.

**WEBER, Nathan. 2011.** Haiti & Paul Hansen. *NBW Photo: content collection*. [Online]

Nathan Weber, 26. March 2011. [Citace: 17. 02. 2013.] Dostupné z: <http://nbwphoto.com/blog/2011/03/26/haiti-paul-hansen/>.

**WMD: Weapons of Mass Deception. 2004.** Válka podle médií. Česká televize. [Online] Česká televize, 2004. [Citace: 15. 03. 2013.] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1183443260-valka-podle-medii/20538252934/>.

**World Press Photo. 2006.** 2006, Nina Berman, 1st prize, Portraits. *World Press Photo*. [Online] World Press Photo, 2006. [Citace: 25. 01. 2013.] Dostupné z: <http://www.archive.worldpressphoto.org/search/layout/result/indeling/detailwpp/form/wpp/q/photographer/Nina%20Berman/q/ishoofdafbeelding/true>.

**ZANDL, Patrick. 2011.** Jeden z mnoha příkladů, kdy blogy mění novinářinu (a zrovna ten negativní): průběžné, versus komplexní informování. *marigold.cz - Osobní blog Patricka Zandla*. [Online] ARIGA s.r.o., 24. 10. 2011. [Citace: 19. 11. 2012.] Dostupné z: <http://buzzmag.cz/jeden-z-mnoha-prikladu-kdy-blogy-meni-novinarinu-a-zrovna-ten-negativni-prubezne-versus-komplexni-informovani-24-10-2011>.

**ZLATOHLÁVEK, Martin. 2011.** Aegidius Sadeler (Antverpy kolem 1570 – Praha 1629). *ÚDKU KTF: Přehled renesančního umění*. [Online] Ústavu dějin křesťanského umění, Katolická teologická fakulta University Karlovy v Praze, 2011. [Citace: 03. 02. 2013.] Dostupné z: <http://dia.ktf.cuni.cz/synopsis/51-sadeler-aegidius>.

**ФотоДело. 2008.** Георгий Пинхасов: Страсть познания важнее, чем талант. *ФотоДело*. [Online] ФотоДело, 21. Ноябрь 2008. [Citace: 22. 07. 2012.] Dostupné z: <http://www.fotodelo.ru/news.php?do=block&joli=art&sim=GDhM33122457doYvUa2133&du=40>.

#### **Seznam ostatních zdrojů:**

**COLEN, B.D. 2013.** PRELIMINARY Syllabus: Documentary Photography and Photo Journalism. *HARVARD EXTENSION SCHOOL*. [Online] 2013. [Citace: 05. 02. 2013.] Dostupné z: <http://www.extension.harvard.edu/courses/22790>.

**ČESKO. 2000.** Zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Sbírka ákonů České republiky 2000*. Částka 36, s. 1658-1685, 2000. ISSN 1211-1244.

**ČESKO. 2012.** Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. *Sbírka ákonů České republiky 2012*. Částka 33, s. 1026-1368, 2012. ISSN 1211-1244.

**ČESKO. 2001.** Zákon č. 231/2001 Sb. ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. *Sbírka zákonů České republiky 2001*. Částka 87, s. 5038-5064, 2001. ISSN 1211-1244.

**ČSSR. 1966.** Zákon 81/1966 Sb. o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích. *Sbírka zákonů Československé socialistické republiky*. Částka 36, s. 433-438, 1966. Účinnost od 1. 1. 1967, zrušeno dnem 14. 3. 2000.

**eSKILLS. 2012.** Výsledky testu IT Fitness. *eSKILLS week*. [Online] 2012. [Citace: 18. 11. 2012.] Dostupné z: [http://www.itfitness.cz/files/19\\_priloha\\_IT\\_FITNESS\\_VUSTUPY\\_2012.pdf](http://www.itfitness.cz/files/19_priloha_IT_FITNESS_VUSTUPY_2012.pdf).

**FROUZ, Martin. 2012a.** *Dokumentace a popularizace, fotografie ve službách vědy*. Disertační práce. Praha : Akademie múzických umění v Praze, Filmová a televizní fakulta, 2012a. Vedoucí práce: Libor Jůn.

—. **2012b.** *Učebnice fotodokumentace a popularizace vědy*. Ústí nad Labem : Univerzita J. E. Purkyně, Filozofická fakulta, Ústav dokumentace památek, 2012b. Doposud nevydaný rukopis, v tisku.

**HOMOLA, Oleg. 2013.** *Re: žádost*. [Online] Message to: Martina FROUZ VOKOUNOVÁ, 8. ledna 2013. [Citace: 15. 03. 2013.] Osobní korespondence.

**KUNEŠ, Aleš. 2013.** *Zprávy: Aleš Kuneš*. [Online] Message to: Martina FROUZ VOKOUNOVÁ, 04. únor 2013. [Citace: 12. 03. 2013.] Osobní korespondence.

**LENHART, Amanda a FOX, Susannah. 2006.** Bloggers, A portrait of the internet's new storytellers. *Pew Internet: a project of the PewResearchCenter*. [Online] 19. July 2006. [Citace: 21. 11. 2012.] Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf.pdf>.

**MARKOVÁ, Radka. 2012.** *Re: etický kodex*. [Online] Message to: Martina FROUZ VOKOUNOVÁ, 26. 07. 2012. [Citace: 12. 03. 2013.] Osobní emailová korespondence.

**NITČE, Leo. 2008.** *Digitální CGI optikou nových médií*. Diplomová práce. Brno : Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita Brno, 2008. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek.

**PURCELL, Kristen. 2010.** Online News and information: Portable, Participatory and Personalized. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*. [Online] 2010. [Citace: 29. 12. 2012.] Dostupné z: <http://pewinternet.org/~media/Files/Presentations/2010/Aug/KPurcell%20Philly-Com%20PDF%20Slides.pdf>.

**PURCELL, Kristen, a další. 2010.** Understanding the participatory news consumer - How

internet and cell phone users have turned news into a social experience. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*. [Online] 1. March 2010. [Citace: 29. 12. 2012.] Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/Understanding%20the%20Participatory%20News%20Consumer.pdf>.

**RAINE, Lee. 2011.** How social can news get? *Pew Research Center's Internet & American Life Project*. [Online] 2011. [Citace: 17. 11. 2012.] Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/Presentations/2011/Feb/SoCon11--journalism.aspx> Lee Rainie.

**Survey Research Associates International Princeton. 2010.** Online News Survey, Data for December 28, 2009 – January 19, 2010. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*. [Online] 20. 01 2010. [Citace: 17. 11. 2012.] Dostupné z: [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Questionnaire/2010/Online\\_News\\_Topline.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Questionnaire/2010/Online_News_Topline.pdf).

**výzkumný tým UK FSV. 2008.** *Češky a Češi v kyberprostoru: Zpráva výzkumného týmu sociologie a psychologie*. [PDF dokument] Praha : UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE, FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD, Institut sociologických studií, 2008. [Citace: 23. 02. 2013.] Dostupné také z: [http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.mvcr.cz%2Fsoubor%2Fcyber-vyzkum-fsv-zprava-pdf.aspx&ei=s\\_1AUaSRNofltQaxqoHADQ&usg=AFQjCNGony0CwxlRxmP-0Rbe0c6o6twN7w&sig2=r4zJWjvBfLXnQT9RWBV](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.mvcr.cz%2Fsoubor%2Fcyber-vyzkum-fsv-zprava-pdf.aspx&ei=s_1AUaSRNofltQaxqoHADQ&usg=AFQjCNGony0CwxlRxmP-0Rbe0c6o6twN7w&sig2=r4zJWjvBfLXnQT9RWBV).

**ZAPOTILOVÁ, Mariana. 2011.** *Srovnání práce obrazových editorů ve vybraných českých a amerických periodikách*. Bakalářská práce. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2011. str. 79. Vedoucí práce: Filip Láb.

## SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

### Seznam obrázků:

Obrázek 1 – Barevnost předmětu ovlivněná odrazem světla. ....	24
Obrázek 2 – Pohybová neostrost. ....	25
Obrázek 3 – Teplota chromatičnosti. ....	25
Obrázek 4 – Ohnisková vzdálenost objektivu. ....	26
Obrázek 5 – Porovnání grafiky a fotografie. ....	27
Obrázek 6 – Ukázka ovlivnění interpretace děje výřezem. ....	28
Obrázek 7 – reprodukce fotografie z knihy <i>Studia vizuální kultury</i> . ....	42
Obrázek 8 – Fotografie z obrazové publikace fotoreportáže Jana Šibíka <i>Ďábel v nás</i> . ....	43
Obrázek 9 – Fotografie z obrazové publikace <i>Ďábel v nás</i> . ....	44
Obrázek 10 – Kodak Camera – první fotoaparát pro laiky. ....	61
Obrázek 11 – Ur-Leica, prototyp fotoaparátu z roku 1914. ....	62
Obrázek 12 – Fotografie z obrazové publikace <i>Ďábel v nás</i> . ....	93
Obrázek 13 – Fotografie z obrazové publikace <i>Ďábel v nás</i> . ....	93
Obrázek 14 – Ilustrace pod názvem <i>It`s Media</i> . ....	101
Obrázek 15 – Záměrný výběr jedné fotografie ze série. ....	102
Obrázek 16 – Fotografie Adnan Hajj. ....	107
Obrázek 17 – Od fotografa Carlos Garcia. ....	109
Obrázek 18 – Od fotografa Jan Grarup. ....	109
Obrázek 19 – Od fotografa Nathan Weber. ....	110
Obrázek 20 – Od fotografa Paul Hansen. ....	111
Obrázek 21 – Od fotografa James Oatway. ....	111
Obrázek 22 – Od fotografa Alon Skuy. ....	111
Obrázek 23 – Od fotografa Lucas Oleniuk. ....	111
Obrázek 24 – Od fotografa Michael Mullady. ....	112
Obrázek 25 – Od fotografa Edward Linsmier. ....	112
Obrázek 26 – Od fotografa James Oatway. ....	113
Obrázek 27 – Od fotografa Fredric Sautereau. ....	113
Obrázek 28 – Fotografie zastřelené Fabienne se stala námětem pro moderní grafiku. ....	114

### Seznam tabulek:

Tabulka 1 – GEPARD - Oblasti sledování dovedností a schopností práce s informacemi. ....	75
Tabulka 2 – Výsledky testu informační gramotnosti projektu GEPARD. ....	76
Tabulka 3 – Charakteristika výzkumného vzorku respondentů dotazníku. ....	131

Tabulka 4 – Otázka č. 10.....	140
Tabulka 5 – Poměr zastoupení odpovědí otázky č. 10 a) vůči č. 10 b).....	144
Tabulka 6 – Porovnání výsledků otázky č. 7 a 8.....	XXI
Tabulka 7 – Poměr zastoupení záporných odpovědí na otázku č. 10 c) v č. 10 a).....	XXIV
Tabulka 8 – Poměr zastoupení záporných odpovědí na otázku č. 10 d) v č. 10 a). ....	XXIV

### **Seznam grafů:**

Graf 1 – Složení výzkumného vzorku podle věku .....	131
Graf 2 – Porovnání otázek č. 8 a č. 7 .....	137
Graf 3 – Porovnání otázek č. 7 a č. 8 .....	138
Graf 4 – Otázka č. 10 a) b) c) d), segmentace výzkumného vzorku na mediální pracovníky (MV) a ostatní veřejnost (OV). ....	140
Graf 5 – otázka č. 10 a) .....	142
Graf 6 – otázka č. 10 b).....	142
Graf 7 – otázka č. 10 c).....	143
Graf 8 – otázka č. 10 d) .....	143
Graf 9 – Otázka č. 12. ....	146
Graf 10 – Otázka č. 1. ....	XIX
Graf 11 – Otázka č. 2. ....	XIX
Graf 12 – Otázka č. 3. ....	XIX
Graf 13 – Otázka č. 4. ....	XX
Graf 14 – Otázka č. 5. ....	XX
Graf 15 – Otázka č. 6. ....	XX
Graf 16 – Otázka č. 7. ....	XXI
Graf 17 – Otázka č. 8. ....	XXI
Graf 18 – Otázka č. 9. ....	XXII
Graf 19 – Otázka č. 10. ....	XXIII
Graf 20 – Otázka č. 11.. ....	XXV
Graf 21 – Otázka č. 12. ....	XXV
Graf 22 – Jste Vy osobně uživatelem některé internetové sociální sítě, blogu apod.?.....	XXV
Graf 23 – Pracujete v oboru žurnalistika?.....	XXVI
Graf 24 – Pokud ano, jste:.....	XXVI
Graf 25 – Máte vzdělání v oboru žurnalistika?.....	XXVI
Graf 26 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání: .....	XXVII
Graf 27 – Jste: .....	XXVII
Graf 28 – Jaký je Váš věk? .....	XXVII



## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Kodex pro práci s fotografií v ČTK.....	I
Příloha B – Fotografie s názvem Marine Wedding.....	I
Příloha C – Rozhovor: Zlikviduje internet profesionální fotoreportéry?.....	II
Příloha D – Podrobný přehled výsledků dotazníkového šetření .....	XIII
Příloha E – Otázky průzkumu s vyhodnocením pro celý výzkumný vzorek .....	XIX

## PŘÍLOHY

### Příloha A – Kodex pro práci s fotografií v ČTK. Zdroj: (LÁBOVÁ, a další, 2009 stránky 150-151)

- V agentuře je vydaná fotografie dílem kolektivním, tedy nejen fotoreportéra, ale i obrazového redaktora, odpovědnost za správnost vydání je tedy na obou.
- Fotožurnalisté, reportéři a i obrazoví redaktori, mají brát při zpravodajství o neštěstích, haváriích a teroristických útocích ohledy na city obětí a jejich rodinných příslušníků tak, aby psychický dopad ohleduplným a citlivým přístupem alespoň minimalizovali.
- Fotožurnalisté musí pečlivě zvažovat pořizování a zejména vydávání drastických, násilných, odpuzujících a pornografických fotografií. V každém takovém případě je třeba si položit následující otázky:
  - Je snímek nezbytný pro lepší pochopení zpravodajské události?
  - Převažuje společenský dopad snímku negativní aspekty jeho zveřejnění?
  - Není vydání snímku motivováno pouhou senzacechtivostí a je poselství snímku natolik silné, že vyvažuje dopad snímku na zobrazené osoby či jejich rodinné příslušníky?
  - Fotožurnalisté musí respektovat přání lidí, kteří si nepřejí být fotografováni. Výjimky jsou možné jen v případech, kdy potřeba informovanosti zjevně překračuje nárok na soukromí.
  - Fotoreportér se v místě konání události chová tak, aby nenarušoval či neovlivňoval její průběh.
  - Obrazový redaktor respektuje autorství snímku uvedením jména fotoreportéra. Toto neplatí jen v případě, že by zveřejnění jména mohlo autora vystavovat nějakému nebezpečí.
  - Fotožurnalisté si musí být vědomi, že věrohodnost a důvěryhodnost zpravodajské fotografie je její největší hodnota. Měnit obsah jakýmkoliv způsobem (ať elektronicky či laboratorním zpracováním) je nepřípustné.
  - Pravidla etiky nemohou postihnout všechny okolnosti, ke kterým může dojít při tvorbě fotoservisu. Je nutné ve všech případech se řídit zdravým rozumem a v případě pochyb či nejasností konzultovat vydání fotografie se svým nadřízeným.



### Příloha B – Fotografie s názvem Marine Wedding

Za fotografii s názvem obdržela fotografka Nina Berman v roce 2006 první cenu v kategorii portrét. Originální popis: „US Marine Ty Ziegel poses with Renee Kline before their wedding. Ziegel was severely wounded in a suicide bomb attack during his second tour of duty in Iraq. He was blinded in one eye, had a shattered skull, and most of his skin was burned off. The couple were engaged following Ziegel's first deployment in Iraq. After Ziegel was injured, Kline lived with him for over a year while he recovered at a hospital in Texas.“ (World Press Photo, 2006)

**Příloha C – Zlikviduje internet profesionální fotoreportéry? Rozhovor s porotou CPP 2012 ze dne 13. 11. 2012, Text a foto Oleg Homola (HOMOLA, 2012).**

*Největší mediální mocností je dnes internet, který bere vítr z plachet tištěným médiím. O vlivu internetu na fotoreportérskou praxi jsem už kdysi s porotci hovořil. Ovšem to nebyla ekonomická krize, vydavatelské domy nepropouštěly... Ochrana autorských práv nebyla palčivou otázkou doby... Dnes probíhají demonstrace proti snahám mezinárodních organizací chránit autorství (smlouva ACTA). Většinová veřejnost chce, aby byl obsah webu všelidovým vlastnictvím, tedy i fotografie. Ale... internetová média se pomalu (ale jistě) zpoplatňují. To tu také před pár lety nebylo. Jenže jde to skutečně pomalu. Problém financování provozu webových stránek – a tedy i fotoreportérů – zůstává. Utáhne to reklama?*

*Témata k zamyšlení: 1. Zkrachují v budoucnosti tištěná média? Z čeho pak budou placeni weboví fotoreportéři? 2. Neopustí fotoreportéři svoji profesi?*

*Fotografie - i ty profesionální - si většinová veřejnost stahuje z webů a nechce za ně platit. Volné stahování fotek sice lidi duchovně obohacuje, ale zároveň to finančně poškozuje fotografy. Pokud fotoreportéři nebudou chtít dělat zadarmo či téměř zadarmo, pro weby budou fotit jen amatéři a kvalita upadne. Jaká je podle vás cesta z tohoto zapeklitého problému?*

---



*Piotr Wójcik, fotograf a pedagog,  
Polsko*

---

*Teď prožíváme moment změny, papírová média jsou v krizi. Vydavatelé nemají peníze. Editoři publikují levné fotografie často od mladých nezkušených fotografů. Pro mnoho fotožurnalistů, kteří pracovali pro tisk většinu svého života, je to osudový moment. Několik mých kolegů fotografů se už neuživilo. Museli změnit profesi. Bylo to jejich osobní drama. Internet je jeden velký pytel fotografií. Všichni si myslí, že tento pytel je jejich vlastnictvím. My profesionální fotografové to zatím nedokážeme změnit. Jestliže má fotograf zkušenosti z volného trhu a rozumí jeho vývoji, přežije, ale musí být tvrdohlavý. Nebude publikovat v tisku, ale bude pracovat na individuálních projektech, které se budou financovat z kulturních grantů. Tohle ale není pro každého. Vidíme cenné fotografie v galeriích, na webu, ve fotografických projektech, na webech fotografií. Svět se mění, technologie jsou jiné a fotografové musí změnit způsob myšlení a hledat nové cesty, jak pokračovat v uskutečňování svých fotografických snů.*



*Petr Josek, fotograf Reuters, Česká republika, předseda poroty CPP 2012*

---

*Nemyslím, že tištěná média zaniknou, protože se vždycky najde dost lidí, kteří si budou chtít k ranní kávě přečíst noviny vytištěné na papíře. Ani fotografové o práci nepřijdou, protože díky internetu se zvyšuje i poptávka po fotografiích. Stále bude potřeba dělat nové fotky. Problém je*

*jinde, fotografové jsou málo placeni a je jich čím dál tím víc. A je pravda, že je na trhu i hodně amatérů... ale já nejsem ten pravý, kdo by měl dělat finanční úvahy. Stahování cizích fotek a jejich další užívání je nelegální a to je už téma pro právníky. Navíc začíná fungovat to, že internetová média jsou zpoplatněná, v Americe, na Slovensku... Předplatné je nízké, ale je. Jde o obecný trend do budoucnosti. A jestli amatérské fotografie vytlačí profesionální? To je otázka konzumentů - některým jsou fotky jedno, a tak se o ně nebudou zajímat, někteří mají rádi hezké fotografie, a tak je budou vyhledávat. Už dnes je řada webových stránek s vybranými kvalitními a výjimečnými snímky.*

---



*Tamas Szigeti, fotograf, president Association of Hungarian Press Photographers, Maďarsko*

---

*Myslím, že v blízké budoucnosti tištěná média nezmizí. Doufám, že vydavatelé si uvědomují důležitost tištěných médií a udrží si je. A doufám, že i u čtenářů jsou tištěná média stále oblíbená a budou si je kupovat. Kvalita sledování médií na obrazovce není srovnatelná s tím, když v rukou držíte papírové noviny a čtete si je. Fotografové pracující pro tištěná média tedy snad přežijí. Ale není úplně jasné, jak budou placeni weboví fotografové... protože za snímky na internetu se platí málo. Opravdu nevím proč tomu tak je. Focení pro internet požaduje od fotografa tytéž schopnosti, jako když snímky dáváte do tisku. Rozdíl je jen v rozlišení, což je ale kosmetická záležitost nastavení exportu obrázku z počítače. Obrazová kvalita je stejná. Není logické, aby se fotky z internetu stahovaly zdarma, tak jako není logické brát si zboží ze supermarketu zadarmo, nebo neplatit vstupenky na koncert... Myslím, že člověk by měl platit za všechno, co není jeho a chce*

to užívat. Když je něco publikováno, tak to neznamená, že je to pro každého zadarmo. Je to otázka vzdělání, aby lidi cítili ten problém. V Madarsku se teď soudil fotograf Ondráž Szébeny se společností, která stáhla a užívala jeho fotky bez svolení, a soud vyhrál. To je možná ta správná cesta, jak ukázat světu, že práce fotografa není zadarmo.

---



Anna Zekrija, ředitelka Saltimages Agency, Rusko

---

Myslím, že tištěná média se v budoucnosti úplně neztratí. Původním cílem fotky byla vždycky zvětšenina, tedy i tisk. Jak to bude s financemi pro fotografy, kteří dělají pro weby, je složitá otázka, na kterou momentálně nikdo nezná odpověď. Je to otázka trhu, který ovšem zatím pořádně neexistuje. Teprve se vytváří. Je to na fotografech, editorech, kurátorech, jak se dohodnou a rozhodnou. Když jsme před dvěma lety navrhovali, aby se platilo za přístup na on-line média, nikdo nevěřil tomu, že by do toho byli lidé ochotni investovat peníze... a vida, je to tady. Například Sunday Times má on-line verzi zpoplatněnou... a má čtenáře. Před dvěma lety jsme dělaly s kolegyní Marií rozhovor s fotožurnalistou a multimedialistou Timem Hetheringtonem, který zahynul v Libyi v roce 2011. Zeptala jsem se ho, jestli je budoucnost novinářiny a fotoreportériny mrtvou záležitostí. Řekl, že si musíme přestat stěžovat, protože žijeme v úžasné době. Je to doba změn a my jsme ti, kteří vytváří novou realitu. Musíme najít nové cesty.

---



*Andrej Reiser, fotograf Bilderberg,  
Česká republika*

---

*Tištěná média nezkrachují, ale budou mít čím dál menší význam a bude v nich víc a víc reklamy. A tak to bude trocha textu o ničem a osmdesát procent reklamy. Pokud veřejnost stahuje fotky z internetu, tak to ještě neznamená smrt profesionálních fotografů. Jejich smrtí budou praktiky redakcí, které už neposílají fotografie něco konkrétního vyfotit, ale fotky si stáhnou od velkých agentur - i když je zaplatí. A velké agentury mají v zásobách tolik snímků, že až na výjimky nakupovat od fotografů ani nepotřebují... Profesionální fotografové už nebudou mít skoro žádnou práci. Amatéři nemohou převálcovat profesionální fotografie, protože neumí fotit.*

---



*Daria Bonera, obrazová redaktorka  
National Geographic Traveler, Itálie*

---

*Internet je velice mocné médium, na které jsme nebyli připraveni. Naše generace měla luxus papírových médií, ale nová generace jde rovnou na internet. A na internet se přesunou i reklamy, ze kterých budou webová média financována. Momentálně prožíváme dobu změn, máme dvojí situaci, tištěná média, která mají peníze, a internet, kde jich je nedostatek. V budoucnosti se bude za většinu internetových médií platit, třeba méně, než dnes za tištěná. Ale rozpočty na on-line média budou. Budoucnost ukáže, jak to ustojí tištěná média. Myslím ale, že úplně nezaniknou. Budou jakousi fajnosití... byť zůstane omezený okruh časopisů. Fotografové ale budou*

*muset pracovat mnohem více, budou se muset zaměřit na unikátní snímky, budou muset dělat i videa. Když odevzdají fotku pro webová média, budou mít možnost sledovat její uplatnění, budou ji mít pod kontrolou. Fotografie budou mít copyright a každá agentura, které je distribuuje, bude muset hlídat jeho dodržování. Je pravda, že každý dnes umí dělat fotografie. Pro profesionály je to ovšem výzva, aby ukázali, v čem jsou lepší a vymezili se od milionů amatérských dodavatelů snímků na weby.”*

---



*Amir El Lithy, ředitel, Gezira Art Center Galleries, Egypt*

---

*Tištěná média v budoucnosti nezaniknou, protože se zvyšuje vzdělanost veřejnosti a pro lidi jsou taková média důležitá. Tištěná média - a fotografové - potřebují podporu od vlád a velkých společností, aby mohli dále žít. Vlády a bohaté společnosti, jejich majitelé, jsou zodpovědni za to, aby tištěná média existovala i nadále... díky jejich finanční podpoře. Co se týče webového fotožurnalistiky - společnost musí podporovat fotografy, protože je to těžká práce, všechno nafotit a distribuovat na weby. A i majitelé webů se musí postarat o to, aby byly peníze na výplaty fotografů. Všichni máme zodpovědnost za podporu fotografů, vláda, společnosti, lidé, vzdělání. Je to mezinárodní problém, nejen Evropy, Afriky, Ameriky... Teď u nás byla revoluce, stejně jako v řadě zemí středního východu, a fotografové i novináři informovali celý svět o tom co se děje... společnost je proto povinná se jim za tuto práci odměnit.*

---





*Daniela Mrázková, ředitelka Czech Press Photo*

---

*Podle současného stavu bleskového postupu internetových médií bych řekla, že tištěná média zkrachují. Ale ona s největší pravděpodobností nezkrachují, stejně jako nezkrachovalo malířství s nástupem fotografie a fotografie s nástupem filmu, videa a televize... Stane se ale asi to, že noviny na papíře budou čímsi exkluzívním, souvisejícím s exkluzívnějším životním stylem – s časem na pohodu ranního čaje s oblíbenými novinami nebo večerní sklenku vína či koňaku s hudbou a novinami... A z čeho budou placeni weboví fotoreportéři? To záleží asi na legislativě. Protože v momentě, kdy nebudou placeni, zmizí profesionální fotografové. Mediální trh ovládnou amatéři. A to je špatně. Každou profesi přece musí dělat profesionál. A cesta z tohoto problému? Je to v podstatě začarovaný kruh: Zpravodajství budou fotit amatéři, kteří mají satisfakci jen z toho, že jsou jejich snímky šířeny veřejně a tudíž necítí potřebu být za svou práci placeni, zvláště mají-li svoje vlastní, jiné povolání. A to většinou mají. Profesionálům pak nezbude nic jiného, než svou profesi pověsit na hřebík. Bude tedy opravdu na legislativě, jak si s tímto problémem poradí – jaké postaví mantinely. Stejně tak bude na legislativě, aby bránila volnému stahování fotek, porušování autorských práv. Asi budou muset být nějací copyrightoví hlídači, jako to funguje mezinárodně u knižních publikací. Asi budou muset vzniknout mezinárodní agentury, které by dohlížely na to, aby se nekradlo.*

---



*Celina Dunlop, obrazová redaktorka  
The Economist, Velká Británie*

---

*Tištěná média nezmizí, budou si hledat rovnováhu s internetem. A fotografové neopustí svoji profesi, protože nemají kam jít. Vydavatelé ovšem budou muset najít nové způsoby, jak zajistit peníze. Čím víc fotek budou nefotografové dávat na web, tím více se budou učit i o copyrightu a budou se ho snažit chránit. Budou chránit svá práva a zároveň tak pochopí, že i ostatní mají stejná práva. Tato převýchova ovšem bude trvat nejméně generaci.*

---



*Marian Pauer, pedagog, publicista,  
kurátor, Slovensko*

---

*Už dnes přežívají tištěná média jen díky příjmům z reklamy. Budou to mít čím dál těžší, protože internet je silný konkurent. Domnívám se ale, že v blízké budoucnosti ještě úplně nezaniknou. Weboví fotoreportéři budou asi také placeni z reklamních příjmů. Jestli opustí svoji profesi? Být fotoreportérem je adrenalin. Kolik jich dnes riskuje svoje životy ve válkách... Jen pro to, aby o tom přinesli svědectví. Takže jsem přesvědčený, že všichni svoji profesi neopustí. Veřejnost zkouší, co si může dovolit. V duchu hesla – co je vaše, to je také moje. A co je moje, do toho vám nic není... Každý problém se však dá řešit. Na některé webové stránky, kde jsou kvalitní fotografie, se musíte zaregistrovat, a pokud si chcete něco stáhnout, musíte zaplatit. Jsou i jiné způsoby ochrany –*

*například vodoznaky. Určitě přibudou další způsoby. Nemyslím si, že pro web budou fotografovat jen amatéři. Každý dobrý profesionál má už dnes svoji webovou stránku. Takže, kdo bude chtít kvalitní snímky, bude mít možnosti, jak je legálně získat. Digitální fotografie přinesla masové rozšíření fotografie. Jenže - kdo má fotoaparát ještě není fotograf. Protože mít fotoaparát neznamena umět fotografovat. Tak jako stahování fotografií veřejnost duchovně obohacuje, tak budou postupně stoupat i její nároky na kvalitu snímků. Jen čas spravedlivě posoudí, kdo je amatér, a kdo patří mezi profesionály.*

---



*Tomasz Gudzowaty, fotograf, Polsko*

---

*Většina lidí odhaduje, že tištěná média během deseti dvaceti let zmizí. Nemohu tento trend ignorovat, ale nejsem si jistý, že to tak v budoucnosti bude vypadat. Jasně, že to bude jiné, ale nikdo zatím neví, jaká ta změna bude. Okamžitá přístupnost a reakce, často spojená s tím, že čtenáře to nic nestojí, bude favorizovat on-line media. Problém je, že musejí soupeřit v extrémně konkurenčním prostředí... A to znamená méně a méně peněz na kvalitní obsah.*

*Faktem je, že profesionální fotografové teď soupeří nejen mezi sebou, ale zároveň se stále se zvyšujícím proudem volných snímků z internetu. Mnozí fotografové budou muset opustit svoji profesi nebo ji alespoň změnit na jiný způsob – například dělat videa a podobně. Já osobně jsem svázán s tradiční fotografií, ale nejsem si jist, zda si pořád ještě mohu říkat tradiční fotožurnalista. Už nějakou dobu se přikláním k “uměleckému dokumentu” se všemi následky, které to přináší... Jako například to, že moje fotografie jsou víc k vidění v galeriích a*

*uměleckých časopisech než v novinách. To je potěšující, ale už to není čistý fotožurnalismus. Každý dnes mluví o tom, jak pirátství škodí hudebnímu a filmovému průmyslu. I když stanovisko neuznávající copyright je veřejně známé, lidé jsou si alespoň vědomi problému. Bohužel ale u fotografů, pokud jde o jejich práva, je toto vědomí veřejnosti malé. Možná je to proto, že médium fotografie je často bráno jako pouhé zrcadlo reality a realita nikomu nepatří. Tento naivní argument ignoruje cenu fotografova intelektuálního a uměleckého náhledu do reality. Kvalita? Rozeznání a ocenění kvality potřebuje koncentraci a oddanost, a hlavně znalost a zkušenost, které přijdou se vzděláním. Měli bychom tedy vzdělávat co nejširší publikum ve fotografii a její vizuální řeči – jak a proč některé fotografické obrazy fungují lépe než jiné. A navíc si osobně myslím, že toto je hlavní role fotografických soutěží jako je třeba Czech Press Photo. Ty inspirují a vzdělávají nejen profesionální novináře, ale i veřejnost. Vypovídají o tom, jak je fotografie cenná. Samozřejmě to nestačí na to, abychom zachránili naši profesi, ale je to aspoň krůček dál.*



*Goran Tomašević, fotograf Reuters, Srbsko*

---

*Tištěná média postupně vymizí, což není tak špatné, protože zachráníme stromy, ze kterých se dělá papír. Osobně mám rád papírové noviny a knihy, ale vývoj nelze zastavit a v internetových médiích je budoucnost. Způsob ochrany profesionálních fotografií se musí najít, protože jinak zůstanou jen amatérské fotografie a profesionální fotografové budou muset s focením přestat. Ochrana bude elektronická, jako jsou třeba chráněny kreditní karty. Určitě se najde způsob, přece není možné, aby*

*kdokoli zmáčknul tlačítko na počítači a přivlastnil si něčí fotku! To však není úkol pro nás, fotografy, ale pro programátory a inženýry, kteří spolu s webovými společnostmi budou muset vymyslet ochranu proti volnému stahování autorských dat. Protože až zmizí tištěná média, fotky budou zejména na webu. A také se budou více perzekuovat lidé, kteří nelegálně stahují. V Reuters to máme s archivem tak, že klienti se přihlásí heslem, a když si stáhnou fotku, automaticky se jim odečtou peníze z konta.*

---

## Příloha D – Podrobný přehled výsledků dotazníkového šetření

ID respondenta	Jste: Jaký je Váš věk?	Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	Máte v oboru žurnalistiky nějakou práci?	Jste Vy osobně uživatelem některých internetových sociálních sítí, blogů apod.?	Pracujete v oboru žurnalistiky?	Pokud ano, jste:	Považujete internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání společenských závažných informací?	Považujete fotografie (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za zdroj konkurence tradičního zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?	Považujete fotografie (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za zdroj konkurence sociálních sítí, blogů apod.?	Prohlížíte si rád/a na internetu fotografie, které vytvořili a publikují sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod.?	Považujete fotografie zveřejněné na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod. za inspiraci pro vlastní tvorbu?	Zajímají Vás v médiích publikované fotografie od lidí, kteří nejsou u profesionálních novinářů fotoreportéři, ale stali se úkásníky nějaké události?	Myslíte si, že internet profesijních profesionálních fotoreportérů?
1	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ano	Ano	(foto)Editor	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
2	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Fotograf	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
3	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	ne	Ano	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše nesoouhlasím
4	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše nesoouhlasím	nesouhlasím
5	Žena	31 až 45 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
6	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
7	Muž	31 až 45 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
8	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
9	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ano	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
10	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
11	Žena	31 až 45 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
12	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
13	Žena	Do 18 let	Základní	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
14	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
15	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
16	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Pracuji na jiné pozici	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
17	Muž	46 a více let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	(foto)Editor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
18	Muž	46 a více let	Vysokoškolské s maturitou	ne	Ano	(foto)Editor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
19	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	(foto)Editor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
20	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	(foto)Editor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
21	Muž	19 až 30 let	Středoškolské bez maturity	ne	Ano	Redaktor	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	spíše nesoouhlasím	nesouhlasím
22	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ano	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
23	Žena	Do 18 let	Základní	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
24	Žena	19 až 30 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
25	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
26	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
27	Muž	46 a více let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
28	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
29	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
30	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
31	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
32	Žena	31 až 45 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
33	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
34	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
35	Muž	19 až 30 let	Středoškolské s maturitou	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
36	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ano	Ano	Fotograf	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
37	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Fotograf	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
38	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Fotograf	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
39	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ano	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
40	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ano	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
41	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
42	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
43	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
44	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
45	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
46	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
47	Žena	31 až 45 let	Středoškolské bez maturity	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
48	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
49	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
50	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., DiS)	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
51	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	Ano	Redaktor	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím

ID respondenta	Jste: Jaký je váš věk?	Máte v oboru žurnalistiku? Jaké je Vaše největší dosažené vzdělání?	Máte v oboru žurnalistiku? Jaké je Vaše největší dosažené vzdělání?	Jste Vy osobně užíváte některé sociální sítě, blogy apod.?	Pracujete v oboru žurnalistiky? Pracujete v oboru žurnalistiky? Pracujete v oboru žurnalistiky?	Považujete internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání tradičního zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?	Považujete fotografie (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za zdroj konkurence souběžných médií (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?	Prohlašuje si rád/a na internetu fotografie, které vyvoří a publikují je sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod.?	Považujete fotografie zveřejněné na internetu (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za zdroj konkurence souběžných médií (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?	Zajímají Vás v médiích publikované fotografie od lidí, kteří nejsou profesionální novináři - fotorepórtéři, ale stali se účastníky nějaké události?	Myslíte si, že internet přispěje k zániku mnoha profesionálních fotorepórtérů?	
52	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	Otázka č. 1	Otázka č. 2	Otázka č. 3	Otázka č. 4	Otázka č. 5	Otázka č. 6
53	Žena	46 a více let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
54	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
55	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
56	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
57	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
58	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
59	Muž	19 až 30 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
60	Muž	19 až 30 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
61	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
62	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	nesouhlasím
63	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ne	Ne	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
64	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ne	Ne	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím
65	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
66	Žena	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ano	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
67	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
68	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
69	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ne	Ne	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
70	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Ds)	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
71	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ne	Ne	ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
72	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ne	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
73	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Ds)	ne	ne	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
74	Muž	46 a více let	Základní	ne	ano	Ne	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím
75	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Ds)	ne	ano	Ano	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
76	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ano	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
77	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Ds)	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
78	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
79	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
80	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ne	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
81	Muž	Do 18 let	Základní	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
82	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ano	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
83	Žena	Do 18 let	Základní	ne	ano	Ne	ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
84	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
85	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ne	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
86	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
87	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím
88	Muž	19 až 30 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
89	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
90	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Ds)	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
91	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
92	Žena	Do 18 let	Základní	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
93	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
94	Muž	19 až 30 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
95	Žena	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
96	Muž	31 až 45 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
97	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
98	Žena	19 až 30 let	Sředoškolské s maturitou	ne	ano	Ne	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím	nesouhlasím
99	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
100	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím
101	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ano	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím
102	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně	ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím

ID respondenta	Jméno	Jaký je Váš věk?	Vzdělání:	Jaké je Vaše nevyšší dosažené vzdělání:	Máte v oboru sociální sítě, blogu či žurnalistiku?	Pracujete v oboru sociální sítě, blogu či žurnalistiky?	Iste Vy osobně užíváte některé sociální sítě, blogy apod.?	Považujete internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání profesionálně závazných informací?	Považujete fotografie na blogu apod. za zdroj konkurence tradičního zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?	Prohlížíte si rád/a na internetu fotografie, které vyvortili a publikují je sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod.?	Považujete fotografie zveřejněné na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod. za inspiraci pro vlastní tvorbu?	Zajímají Vás v médiích publikované fotografie od lidí, kteří nejsou profesionální novináři - fotoreportéři, ale stále se účastní nějakých událostí?	Myslíte si, že internet přispěje k zániku mnoha profesionálních fotoreportérů?
103	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ano	ne	Otázka č. 1	Otázka č. 2	Otázka č. 3	Otázka č. 4	Otázka č. 5	Otázka č. 6
104	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	souhlasím	spíše neso
105	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ano	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nevím	spíše neso
106	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ano	ne	Ne	spíše neso	spíše neso	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše neso	nevím
107	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	nevím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	nesouhlasím
108	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše neso
109	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše sou
110	Muž	31 až 45 let	Stredoškolské bez maturity		ne	ano	Ne	spíše souhlasím	spíše souhlasím	spíše souhlasím	souhlasím	souhlasím	nesou
111	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše sou	spíše sou	nesou
112	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ano	Ne	spíše neso	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
113	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	souhlasím	nevím
114	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ano	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše neso	sou	spíše sou
115	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ano	Ne	spíše sou	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	nesou
116	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše neso	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
117	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše sou	sou	spíše sou
118	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	souhlasím	souhlasím	souhlasím	spíše sou	sou	spíše sou
119	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše neso	nesou	nesou	spíše sou	nesou
120	Muž	Do 18 let	Základní		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	sou	nesou	spíše sou	nevím
121	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ne	Ne	nesou	sou	nesou	spíše sou	sou	spíše sou
122	Muž	31 až 45 let	Stredoškolské bez maturity		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	nesou
123	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	nevím	spíše sou	spíše sou	sou	nevím
124	Muž	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	sou	nesou	spíše sou	spíše sou	sou	nesou
125	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ne	Ne	sou	sou	nesou	nesou	spíše sou	spíše neso
126	Žena	31 až 45 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ne	Ne	spíše sou	spíše sou	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
127	Muž	Do 18 let	Základní		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	sou	spíše sou	sou	spíše sou
128	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
129	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ne	Ano	spíše neso	nesou	nesou	nesou	spíše sou	nesou
130	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ne	Ne	spíše sou	spíše neso	nesou	nesou	spíše sou	spíše sou
131	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše neso	sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
132	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše neso	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
133	Žena	19 až 30 let	Základní		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
134	Muž	46 a více let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	nesou	nesou	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
135	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ne	Ne	spíše neso	nesou	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
136	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ne	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
137	Žena	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ne	Ne	nevím	sou	spíše sou	nesou	spíše sou	spíše sou
138	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše neso	spíše sou	spíše sou	spíše sou	sou	nesou
139	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 1. stupně (Bc., Dis)		ne	ne	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
140	Muž	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	spíše sou	sou	sou	spíše sou
141	Žena	46 a více let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	sou	sou	sou	nevím
142	Muž	Do 18 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	spíše sou	sou	spíše sou	spíše sou
143	Muž	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ne	Ne	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
144	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ne	Ne	sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
145	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše sou	sou	sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
146	Muž	31 až 45 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
147	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	nesou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
148	Žena	19 až 30 let	Vysokoškolské 2. a vyššího stupně		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
149	Muž	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	sou	sou	spíše sou	spíše sou
150	Žena	19 až 30 let	Základní		ne	ano	Ne	spíše sou	nevím	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
151	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
152	Žena	19 až 30 let	Stredoškolské s maturitou		ne	ano	Ne	spíše neso	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou
153	Žena	Do 18 let	Základní		ne	ano	Ne	spíše sou	spíše sou	sou	spíše sou	spíše sou	spíše sou



ID respondenta	Mají novináři právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?	Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portál, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod.? (VADILO = souhlasím, NEVADILO = nesouhlasím)	Kdo je podle Vás oprávněn fotografie osob bez jejich pořízování, vyfotit si třeba Vás)	Když jde o fotografii ze stejné události, která je použita pro ilustraci k nějaké předmětí zpravodajství jiné události	Když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události	Když jde o portrét osoby figurující v události	Považujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu zpravodajských apod. v zásadě za vhodné? (nemáte důvod nedůvěřovat)	Vadil by Vám zámik tiskové formy deníků? (vadil = souhlasím; nevadil = nesouhlasím)
Jste:	Otázka č. 7	Otázka č. 8	Otázka č. 9	Otázka č. 10 a)	Otázka č. 10 b)	Otázka č. 10 c)	Otázka č. 11	Otázka č. 12
1	Žena	nesouhlasím	Kdokoli	-2	1	-2	1	spíše nesouhlasím
2	Muž	spíše souhlasím	Kdokoli	-2	1	-2	1	spíše nesouhlasím
3	Muž	nevím	Kdokoli	-1	-1	-1	-1	spíše nesouhlasím
4	Muž	spíše souhlasím	Novinář	2	2	-1	-2	spíše nesouhlasím
5	Žena	nevím	Kdokoli	2	1	1	1	spíše nesouhlasím
6	Žena	spíše nesouhlasím	nevím	-1	-1	-1	1	nevím
7	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	1	1	-1	1	spíše souhlasím
8	Muž	spíše souhlasím	Kdokoli	1	2	-2	1	spíše souhlasím
9	Muž	nesouhlasím	pořízovat kdokoli, publikovat jen	-2	2	-2	2	spíše souhlasím
10	Žena	nevím	Kdokoli	0	0	0	0	spíše souhlasím
11	Žena	nesouhlasím	Kdokoli	2	2	2	2	spíše nesouhlasím
12	Žena	nevím	Osoba se zvláštním povolením	0	-2	-2	0	nevím
13	Žena	nevím	Kdokoli	0	1	1	1	spíše souhlasím
14	Muž	spíše souhlasím	Kdokoli	1	2	2	2	spíše souhlasím
15	Žena	souhlasím	Kdokoli	-2	1	1	2	nevím
16	Muž	spíše souhlasím	Kdokoli	2	2	2	0	spíše nesouhlasím
17	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	-2	2	-2	-2	spíše nesouhlasím
18	Muž	spíše nesouhlasím	Kdokoli	1	2	-2	0	spíše nesouhlasím
19	Žena	nesouhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	spíše souhlasím
20	Žena	souhlasím	Kdokoli	1	1	1	-1	spíše nesouhlasím
21	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	0	1	0	0	souhlasím
22	Žena	spíše nesouhlasím	Kdokoli	-1	0	-1	2	nevím
23	Žena	nevím	Novinář	-2	-1	-1	2	spíše nesouhlasím
24	Žena	spíše nesouhlasím	Kdokoli	1	2	2	2	spíše souhlasím
25	Muž	nesouhlasím	Osoba se zvláštním povolením	0	0	0	0	spíše nesouhlasím
26	Žena	spíše souhlasím	Novinář	0	0	0	0	souhlasím
27	Muž	spíše nesouhlasím	Kdokoli	0	0	0	0	spíše nesouhlasím
28	Žena	nesouhlasím	Kdokoli	2	2	2	2	spíše nesouhlasím
29	Muž	nesouhlasím	Nikdo, pokud zákon nestanoví jinak	-1	1	1	-1	spíše nesouhlasím
30	Žena	nesouhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	1	souhlasím
31	Žena	souhlasím	to nevím	-1	-1	-1	1	souhlasím
32	Žena	nevím	Kdokoli	-2	2	-2	-2	spíše souhlasím
33	Žena	spíše souhlasím	Kdokoli	2	2	2	0	spíše souhlasím
34	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	0	1	0	0	spíše nesouhlasím
35	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	-1	0	0	0	spíše nesouhlasím
36	Muž	spíše nesouhlasím	Kdokoli	-2	2	-2	-2	spíše nesouhlasím
37	Muž	nesouhlasím	Kdokoli, v nejlepší případě s dov	0	1	-2	-2	spíše nesouhlasím
38	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	0	2	2	1	souhlasím
39	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	2	2	-2	-2	souhlasím
40	Žena	nesouhlasím	Osoba se zvláštním povolením	-1	1	-1	1	souhlasím
41	Žena	nevím	Nikdo	-1	1	1	-1	souhlasím
42	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	-1	2	1	1	souhlasím
43	Muž	souhlasím	Kdokoli	2	2	-2	2	souhlasím
44	Žena	nesouhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	souhlasím
45	Žena	nesouhlasím	Osoba se zvláštním povolením	-1	0	1	0	souhlasím
46	Žena	spíše souhlasím	Kdokoli	-1	-1	0	1	souhlasím
47	Žena	nesouhlasím	Nikdo	-2	2	0	1	spíše souhlasím
48	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	-2	2	-2	1	spíše souhlasím
49	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	-2	-1	-1	-1	spíše nesouhlasím
50	Muž	nesouhlasím	Kdokoli	0	0	0	0	spíše nesouhlasím
51	Muž	spíše souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	1	nevím

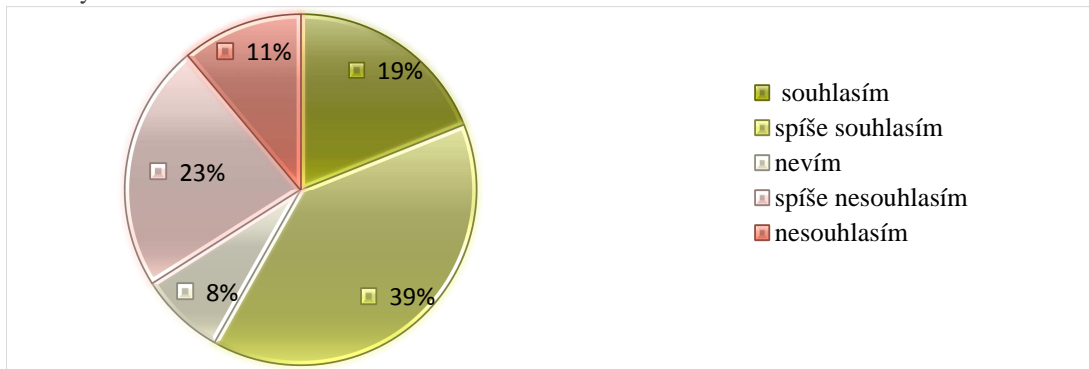
ID respondenta	Mají novinářní právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?	Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste Vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod.? (VADILO = souhlasím, NEVADILO = nesouhlasím)	Kdo je podle Vás oprávněn PORIZOVAT na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu? (ne publikovat, pouze pořizovat, vyfotit si třeba Vás)	Když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství	Když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události	Když jde o portrét osoby figurující v události	Považujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. v zásadě za věrohodné? (nemáte důvod nedůvěřovat)	Vadil by Vám zámik tiskové formy zpravodajských deníků? (Vadil = souhlasím; nevadil = nesouhlasím)
Jste:	Otázka č. 7	Otázka č. 8	Otázka č. 9	Otázka č. 10 a)	Otázka č. 10 b)	Otázka č. 10 c)	Otázka č. 11	Otázka č. 12
52 Muž	souhlasím	spíše nesouhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	spíše nesouhlasím
53 Žena	spíše nesouhlasím	spíše nesouhlasím	Novinář	1	2	1	1	souhlasím
54 Žena	nevím	spíše souhlasím	Novinář	2	2	2	2	2. spíše nesouhlasím
55 Muž	spíše nesouhlasím	nesouhlasím	Kdokoli	1	2	2	2	souhlasím
56 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	2. spíše nesouhlasím
57 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-1	0	1	1	nesouhlasím
58 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	spíše nesouhlasím
59 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	2	2	2	2	spíše nesouhlasím
60 Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	0	-1	0	nesouhlasím
61 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	1	0	1	spíše souhlasím
62 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	2	2	2	2	spíše souhlasím
63 Žena	nesouhlasím	souhlasím	Osoba se zvláštním povolením	-2	0	-1	2	nesouhlasím
64 Muž	nesouhlasím	nesouhlasím	Nikdo	2	2	2	2	souhlasím
65 Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	1	1	1	souhlasím
66 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	souhlasím
67 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	souhlasím
68 Muž	spíše nesouhlasím	nesouhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	souhlasím
69 Muž	nevím	spíše nesouhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	souhlasím
70 Žena	spíše souhlasím	souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	-2	souhlasím
71 Žena	spíše souhlasím	souhlasím	Kdokoli, kdo se dané osoby dotáží	-1	1	-1	-2	souhlasím
72 Žena	spíše souhlasím	nevím	Kdokoli	0	2	1	1	nesouhlasím
73 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	2	0	2	souhlasím
74 Muž	nesouhlasím	nesouhlasím	Nikdo	-2	-1	-1	-2	spíše nesouhlasím
75 Muž	souhlasím	nesouhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	souhlasím
76 Žena	spíše nesouhlasím	spíše nesouhlasím	Kdokoli	2	2	2	2	spíše souhlasím
77 Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	2	-2	2	souhlasím
78 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	2	1	2	spíše souhlasím
79 Muž	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	nesouhlasím
80 Muž	souhlasím	nevím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	spíše souhlasím
81 Muž	nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	-1	1	-1	1	nevím
82 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-1	-2	-2	souhlasím
83 Žena	nevím	souhlasím	Kdokoli	0	0	1	1	spíše souhlasím
84 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	nevím
85 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	0	0	0	nevím
86 Žena	nevím	spíše nesouhlasím	Kdokoli	0	1	0	1	souhlasím
87 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	0	0	0	souhlasím
88 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	0	-1	-2	nesouhlasím
89 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-1	0	-1	1	spíše souhlasím
90 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	1	-2	-1	souhlasím
91 Žena	souhlasím	spíše nesouhlasím	asi kdo koliv, pokud nebudu proti	1	1	2	-1	spíše souhlasím
92 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	1	0	1	0	spíše souhlasím
93 Žena	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	1	-2	1	spíše nesouhlasím
94 Muž	nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	0	0	0	0	spíše nesouhlasím
95 Žena	nevím	souhlasím	Kdokoli	-2	-2	-2	-2	souhlasím
96 Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	2	2	1	2	spíše nesouhlasím
97 Muž	nevím	souhlasím	Kdokoli	1	2	2	2	souhlasím
98 Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-2	-2	-2	souhlasím
99 Žena	nesouhlasím	nesouhlasím	Nikdo	-2	1	-2	1	spíše nesouhlasím
100 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	souhlasím
101 Muž	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Kdokoli	1	1	1	1	spíše nesouhlasím
102 Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Kdokoli	-2	2	-2	2	spíše souhlasím

ID respondenta	Jste:	Mají novináři právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů a podob., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?	Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste Vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociální sítě, na blogu apod.? (VADILO = souhlasím, NEVADILO = nesouhlasím)	Kdo je podle Vás oprávněn PORIZOVAT na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu? (ne publikovat, pouze pořizovat, vyfotit si třeba Vás)	Když jde o fotografii ze stejné události, která je předmětem zpravodajství	Když jde o fotografii, která je použita pro ilustraci k nějaké jiné události	Když jde o portrét osoby figurující v události	Považujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. v zásadě za věrohodné? (nemáte důvod nedůvěřovat)	Vadil by Vám zámik tiskové formy zpravodajských deníků? (vadil = souhlasím; nevadil = nesouhlasím)			
Uvedte prosím svůj názor, zda je podle Vás možné (v mezích zákona a etických kodexů) v médiích PUBLIKOVAT fotografie osob BEZ jejich SOUHLASU v následujících případech: (u každého příkladu uveďte, zda si myslíte, že je to možné: rozhodně ano (++), spíše ano (+), nevím (0), spíše ne (-), rozhodně ne (---))												
Otázka č. 8												
Otázka č. 9												
Otázka č. 10 a)												
Otázka č. 10 b)												
Otázka č. 10 c)												
Otázka č. 10 d)												
Otázka č. 11												
Otázka č. 12												
103	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	0	1	1	0	spíše nesouhlasím	0	spíše souhlasím	souhlasím
104	Žena	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Každoli	1	2	2	0	spíše souhlasím	0	spíše souhlasím	spíše souhlasím
105	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	-1	0	spíše nesouhlasím	0	spíše nesouhlasím
106	Muž	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	-1	0	1	nesouhlasím	nesouhlasím
107	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-2	-2	-2	0	0	spíše nesouhlasím	nevím
108	Žena	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Každoli	0	2	2	1	1	1	spíše souhlasím	souhlasím
109	Žena	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Osoba se zvláštním povolením	1	1	0	0	1	1	spíše souhlasím	spíše nesouhlasím
110	Muž	nesouhlasím	nesouhlasím	Každoli	-2	-2	-2	-2	1	1	spíše souhlasím	nesouhlasím
111	Muž	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Každoli	1	1	1	1	1	2	spíše nesouhlasím	nesouhlasím
112	Žena	nevím	spíše souhlasím	Novinář	1	1	0	0	0	0	spíše souhlasím	souhlasím
113	Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Každoli	2	2	2	2	0	0	spíše nesouhlasím	souhlasím
114	Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	-2	-2	-1	-1	nesouhlasím	souhlasím
115	Žena	spíše souhlasím	spíše souhlasím	ten komu to já výslovně povolím	-1	-1	-1	-1	-1	-1	nesouhlasím	nevím
116	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Osoba se zvláštním povolením	0	2	2	2	2	2	spíše souhlasím	nesouhlasím
117	Žena	souhlasím	spíše nesouhlasím	Každoli	1	1	1	1	1	1	spíše souhlasím	souhlasím
118	Žena	souhlasím	souhlasím	Každoli	0	2	2	2	0	0	nesouhlasím	nesouhlasím
119	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	-2	-2	1	1	spíše souhlasím	nesouhlasím
120	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Zpravodajský důstojník BIS	-2	-2	-2	-2	2	2	spíše souhlasím	spíše souhlasím
121	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	-2	-2	1	1	nesouhlasím	souhlasím
122	Muž	nevím	spíše souhlasím	Osoba se zvláštním povolením	0	1	0	0	2	2	nevím	souhlasím
123	Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Každoli	2	2	2	2	1	1	1	spíše souhlasím
124	Muž	souhlasím	nesouhlasím	Podobizny fyzické osoby lze, výjim	-2	-2	-2	-2	-2	-2	nevím	spíše souhlasím
125	Muž	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Novinář	-2	-2	-2	-2	-2	-2	nesouhlasím	nesouhlasím
126	Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Novinář	2	2	2	2	1	1	nevím	spíše souhlasím
127	Muž	nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	0	0	1	1	-1	-1	2	spíše souhlasím
128	Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	1	1	1	1	spíše souhlasím	nesouhlasím
129	Žena	nesouhlasím	souhlasím	zářeží na oknoinstech porřízení fot	-1	-1	0	0	2	2	spíše souhlasím	souhlasím
130	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-1	-1	0	0	2	2	spíše souhlasím	souhlasím
131	Žena	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	1	1	1	1	0	0	1	spíše souhlasím
132	Žena	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Každoli, pokud pak na fotce nejše	0	1	1	1	0	0	1	spíše souhlasím
133	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	0	0	0	0	1	1	0	spíše souhlasím
134	Muž	spíše souhlasím	spíše nesouhlasím	Každoli	-2	-2	-1	-1	-2	-2	-1	spíše souhlasím
135	Muž	spíše souhlasím	souhlasím	Každoli	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-2	spíše souhlasím
136	Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	souhlasím
137	Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-1	-1	-1	-1	1	1	spíše souhlasím	souhlasím
138	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-2	-1	-1	1	1	spíše souhlasím	spíše souhlasím
139	Žena	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	-1	-1	-1	-1	1	1	spíše souhlasím	souhlasím
140	Muž	spíše nesouhlasím	souhlasím	kdo je nezneužije	1	2	0	0	2	2	spíše souhlasím	spíše souhlasím
141	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	0	1	2	2	2	2	spíše souhlasím	nesouhlasím
142	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-2	-1	-1	-1	-1	spíše souhlasím	spíše souhlasím
143	Muž	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	0	1	1	1	2	2	spíše souhlasím	souhlasím
144	Žena	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	0	1	1	1	2	2	spíše souhlasím	souhlasím
145	Žena	spíše nesouhlasím	souhlasím	Novinář	1	1	1	1	1	1	1	souhlasím
146	Muž	nevím	spíše souhlasím	Každoli	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	spíše souhlasím
147	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-2	-2	-2	-2	-2	-2	spíše souhlasím	nevím
148	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-1	-1	-1	-1	1	1	1	souhlasím
149	Muž	spíše souhlasím	spíše souhlasím	Každoli	1	2	0	0	2	2	spíše souhlasím	nesouhlasím
150	Žena	nesouhlasím	spíše souhlasím	Nikdo	-2	-2	0	0	1	1	spíše souhlasím	nesouhlasím
151	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	0	0	0	0	spíše souhlasím	spíše souhlasím
152	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Nikdo	-1	-1	1	1	-1	-1	1	spíše souhlasím
153	Žena	nesouhlasím	souhlasím	Každoli	-2	-2	-1	-1	-1	-1	-1	spíše souhlasím

## Příloha E – Otázky průzkumu s vyhodnocením pro celý výzkumný vzorek

### Otázka č. 1

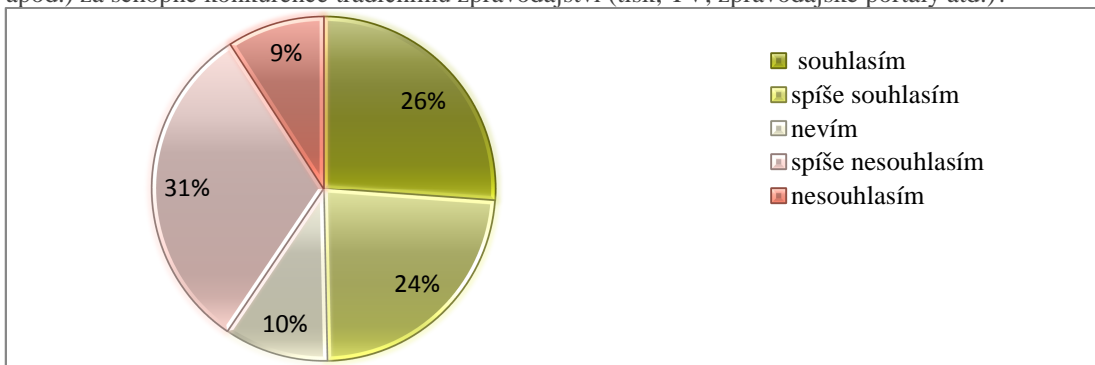
Graf 10 – Otázka č. 1. Považujete internetové sociální sítě, blogy apod. za nástroj k získání společensky závažných informací?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 2

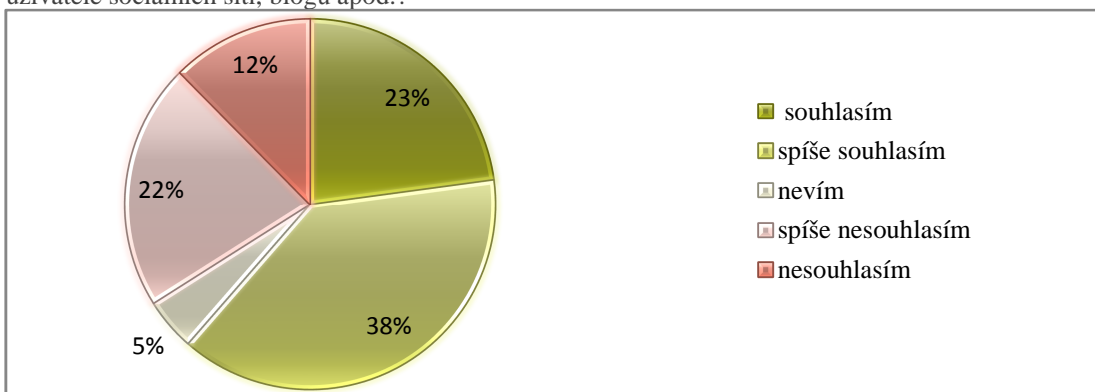
Graf 11 – Otázka č. 2. Považujete fotografie zveřejněné na internetu (v rámci sociálních sítí, na blogu apod.) za schopné konkurence tradičnímu zpravodajství (tisk, TV, zpravodajské portály atd.)?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 3

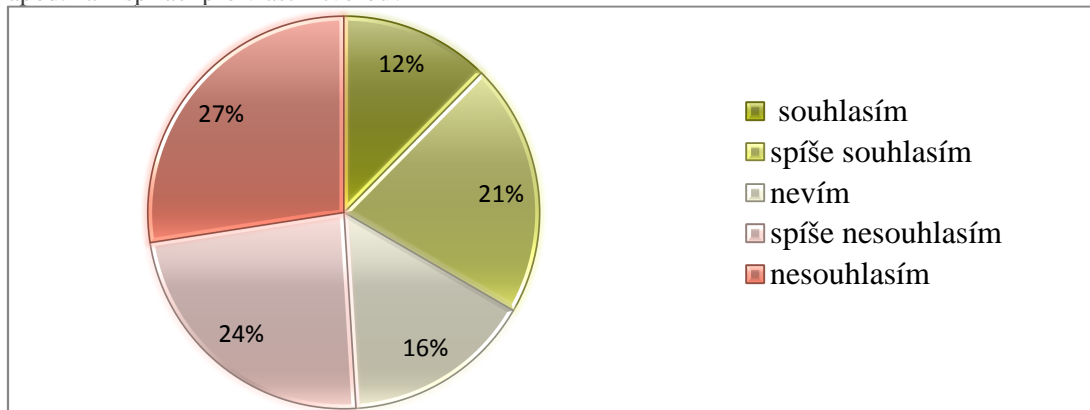
Graf 12 – Otázka č. 3. Prohlížíte si rád/a na internetu fotografie, které vytvořili a publikují je sami uživatelé sociálních sítí, blogů apod.?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

#### Otázka č. 4

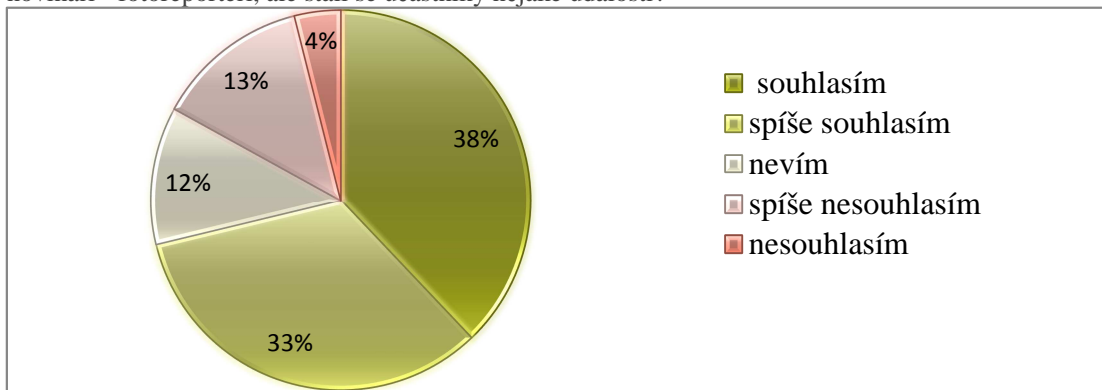
Graf 13 – Otázka č. 4. Považujete fotografie zveřejněné na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod. za inspiraci pro vlastní tvorbu?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

#### Otázka č. 5

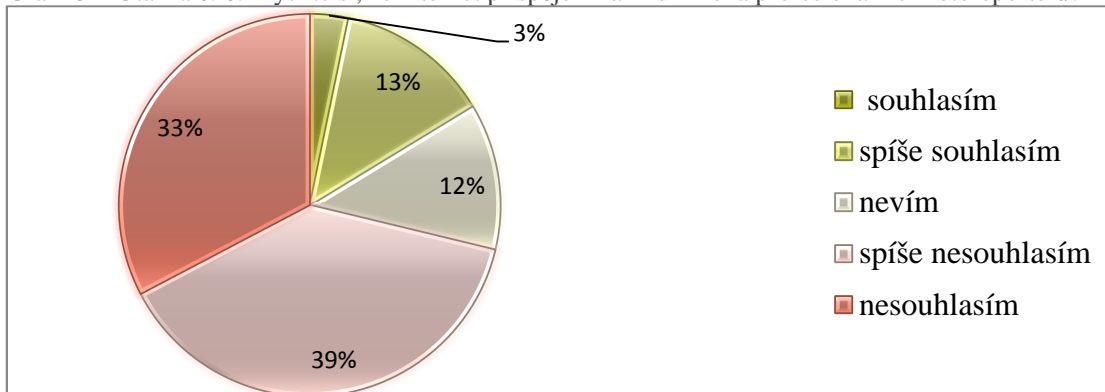
Graf 14 – Otázka č. 5. Zajímají Vás v médiích publikované fotografie od lidí, kteří nejsou profesionální novináři - fotoreportéři, ale stali se účastníky nějaké události?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

#### Otázka č. 6

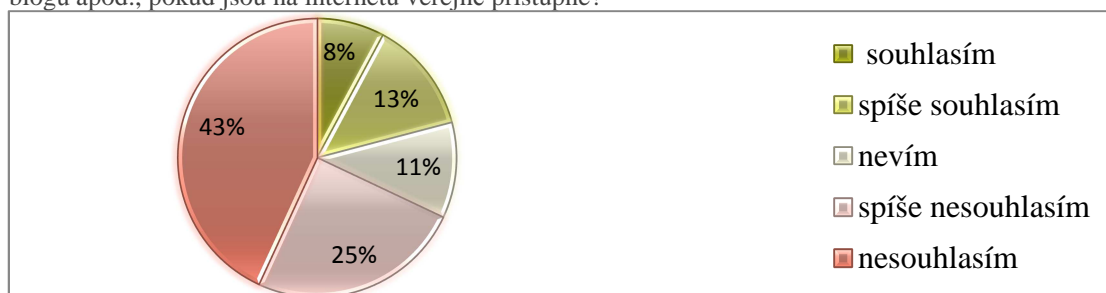
Graf 15 – Otázka č. 6. Myslíte si, že internet přispěje k zániku mnoha profesionálních fotoreportérů?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 7

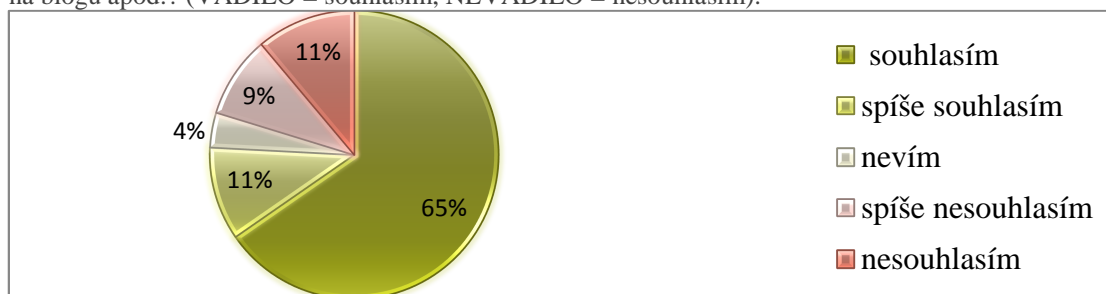
Graf 16 – Otázka č. 7. Mají novináři právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 8

Graf 17 – Otázka č. 8. Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste Vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod.? (VADILO = souhlasím, NEVADILO = nesouhlasím).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

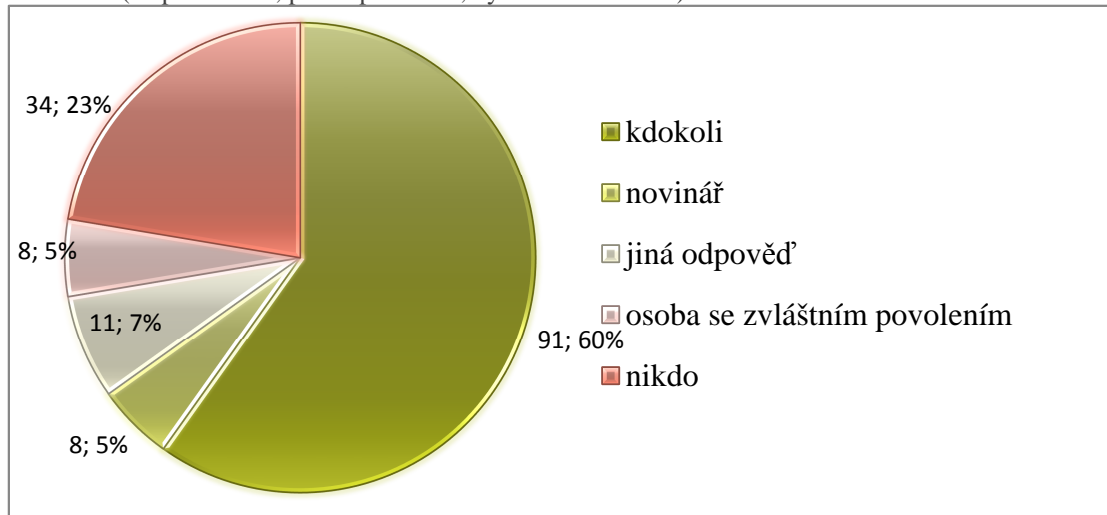
Tabulka 6 – Porovnání výsledků otázky č. 7 a 8.

		Otázka č. 7 – Mají novináři právo publikovat soukromé fotografie uživatelů sociálních sítí, blogů apod., pokud jsou na internetu veřejně přístupné?						
		nemají	spíše nemají	nevím	spíše mají	ano mají		
Otázka č. 8 – Vadilo by Vám, pokud by média (zpravodajské portály, tisk, TV apod.) publikovala Vaši fotografii, kterou jste Vy nebo Vaši známí zveřejnili na internetu v rámci sociálních sítí, na blogu apod.?	CELKEM	66	38	17	20	12		
	100	vadilo	57	24	10	7	2	vadilo
	16	spíše vadilo	3	5	3	5	0	spíše vadilo
	6	nevím	0	1	2	2	1	nevím
	14	spíše nevadilo	1	4	2	3	4	spíše nevadilo
	17	nevadilo	5	4	0	3	5	nevadilo
		nemají	spíše nemají	nevím	spíše mají	ano mají		

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

## Otázka č. 9

Graf 18 – Otázka č. 9. Kdo je podle Vás oprávněn POŘIZOVAT na veřejnosti fotografie osob bez jejich souhlasu? (ne publikovat, pouze pořizovat, vyfotit si třeba Vás)



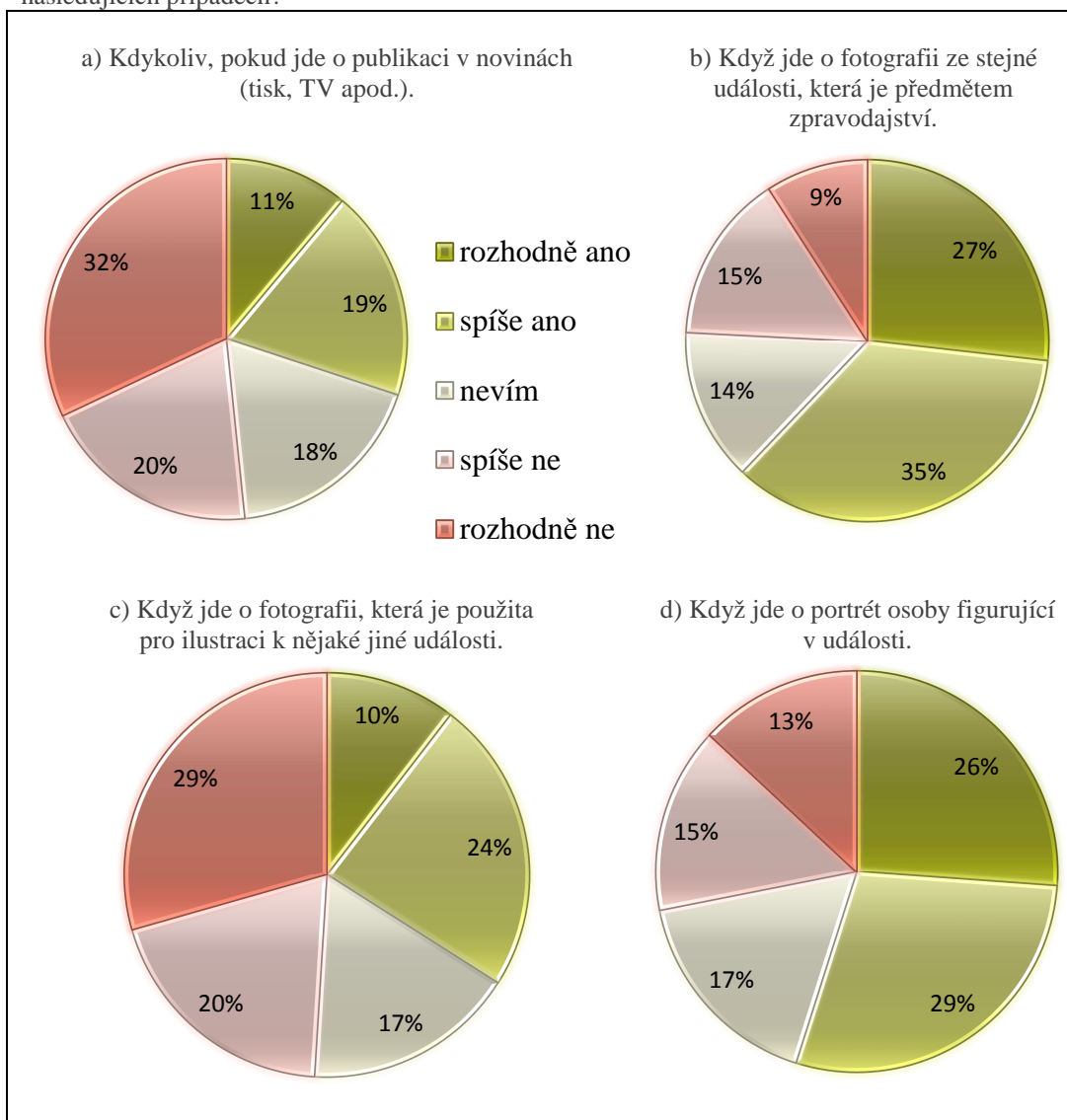
Jiná odpověď:

- nevím
- pořizovat kdokoliv, publikovat jen v souladu se zákonem
- policie
- Nikdo, pokud zákon nestanoví jinak.
- to nevím
- Kdokoli, v nejlepším případě s dovolením.
- kdokoli, kdo se dané osoby dotáže a dostane souhlas
- asi kdokoliv, pokud nebudu proti
- ten komu to já výslovně povolím
- Zpravodajský důstojník BIS
- Podobizny fyzické osoby lze, výjma případů úředních a korektní novinářiny, pořizovat pouze se souhlasem fyzické osoby. Toto upravuje občanský zákoník, ergo, lex specialis derogat generali, obecná pravidla pro zpracování informací pro vlastní potřebu ne.
- záleží na okolnostech pořízení fotografie
- Kdokoli, pokud pak na fotce nejsem poznat.
- kdo je nezneužije

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

## Otázka č. 10

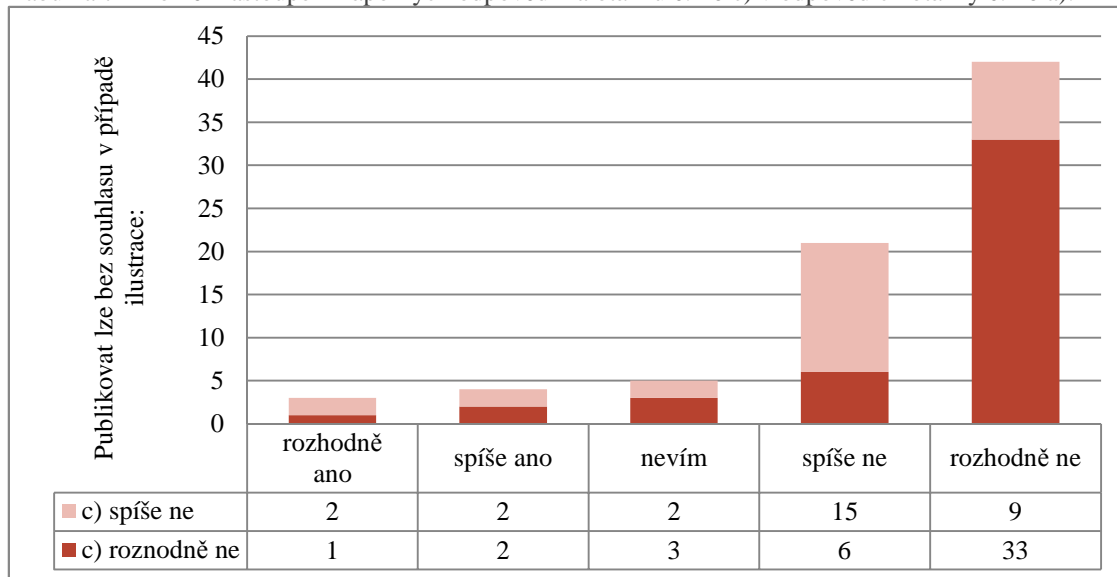
Graf 19 – Otázka č. 10. Uveďte prosím svůj názor, zda je podle Vás možné (v mezích zákona a etických kodexů) v médiích PUBLIKOVAT fotografie osob BEZ jejich SOUHLASU v následujících případech?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

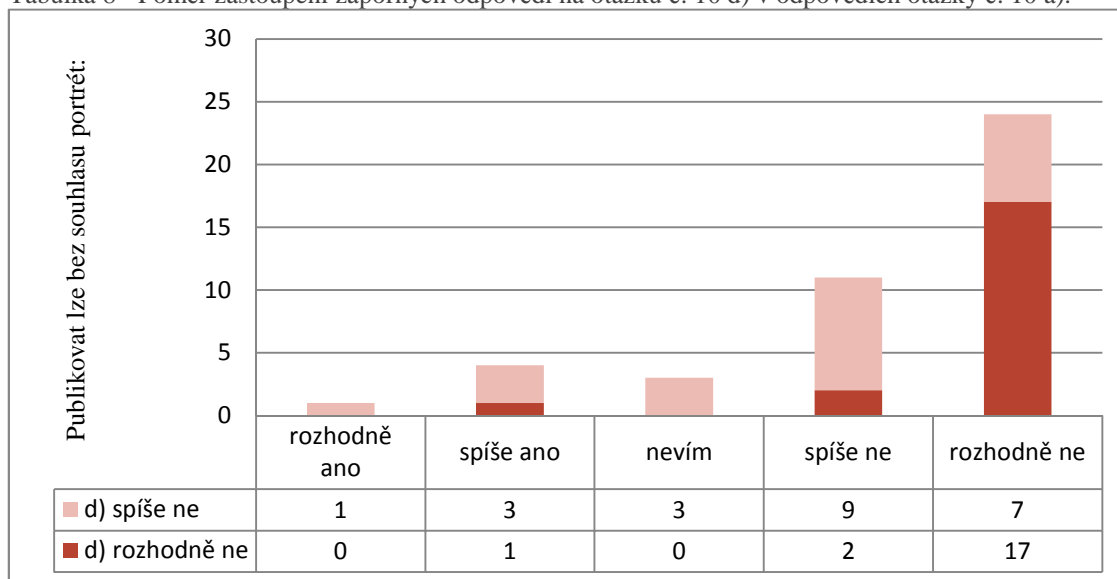


Tabulka 7 – Poměr zastoupení záporných odpovědí na otázku č. 10 c) v odpovědích otázky č. 10 a).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

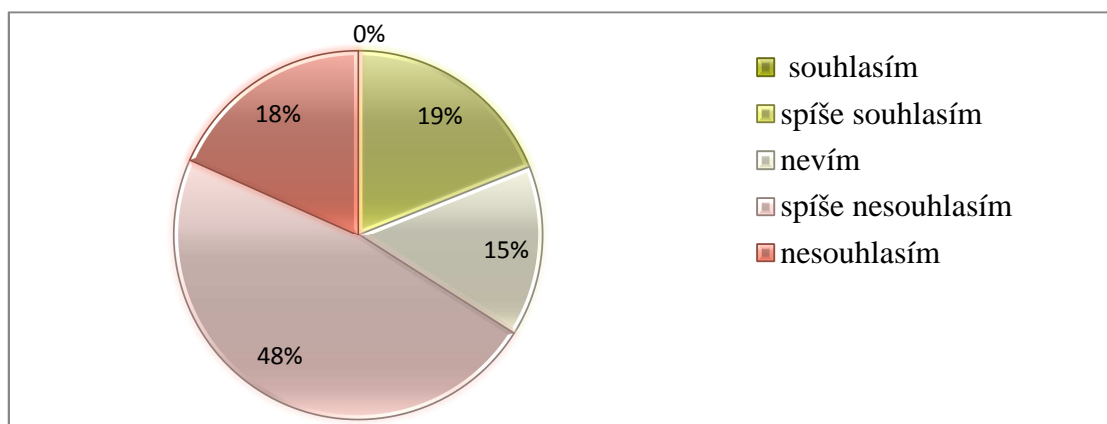
Tabulka 8 - Poměr zastoupení záporných odpovědí na otázku č. 10 d) v odpovědích otázky č. 10 a).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 11

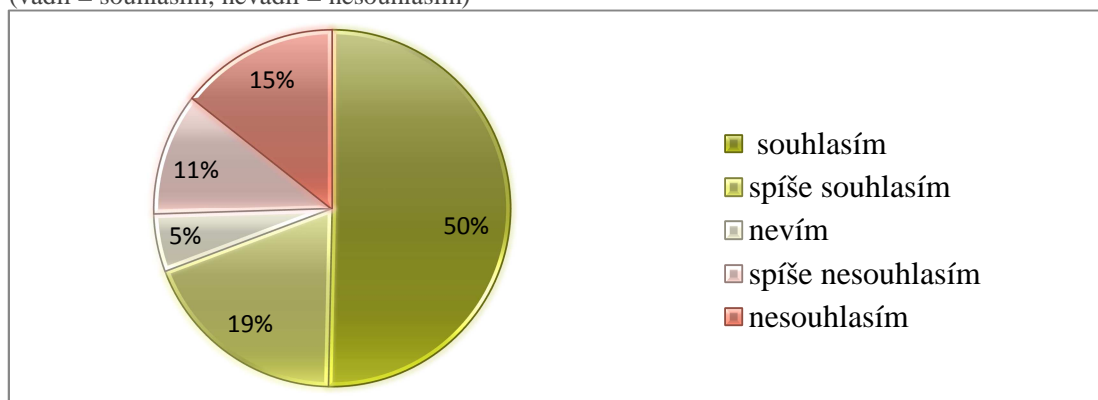
Graf 20 – Otázka č. 11. Považujete informace zveřejněné na sociálních sítích, blogu apod. v zásadě za věrohodné? (nemáte důvod nedůvěřovat).



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

### Otázka č. 12

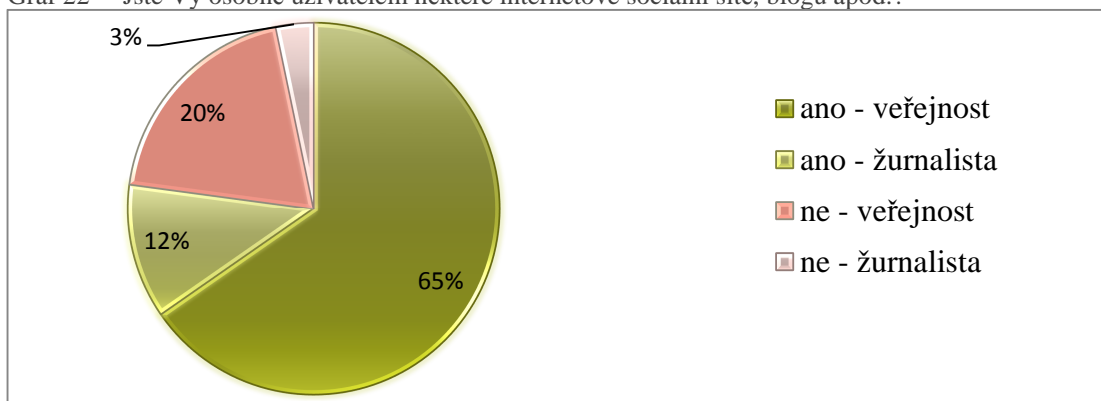
Graf 21 – Otázka č. 12. Vadil by Vám zánik tištěné formy zpravodajských deníků? (vadil = souhlasím; nevadil = nesouhlasím)



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

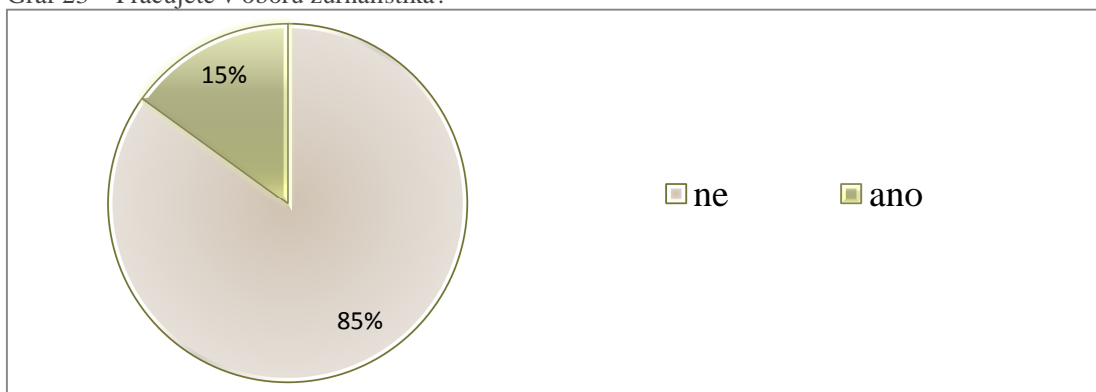
### Sociologické kategorie

Graf 22 – Jste Vy osobně uživatelem některé internetové sociální sítě, blogu apod.?



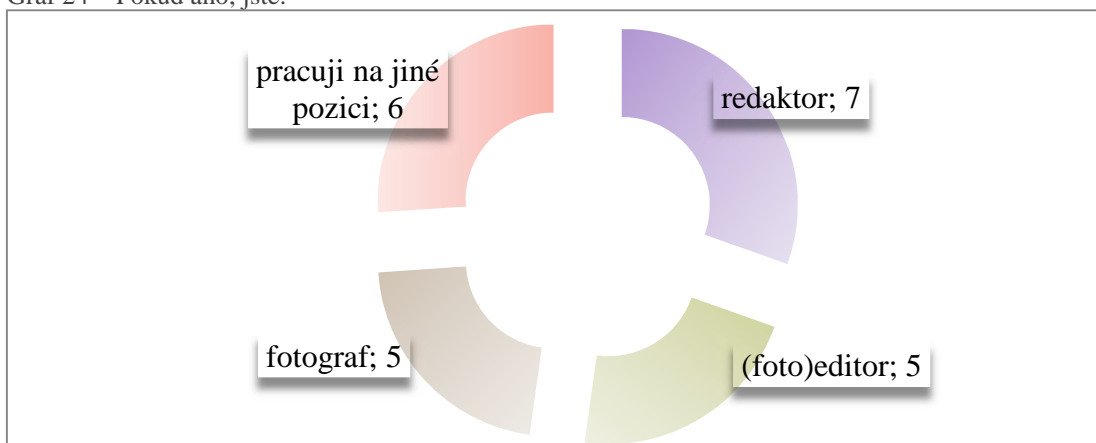
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 23 – Pracujete v oboru žurnalistika?



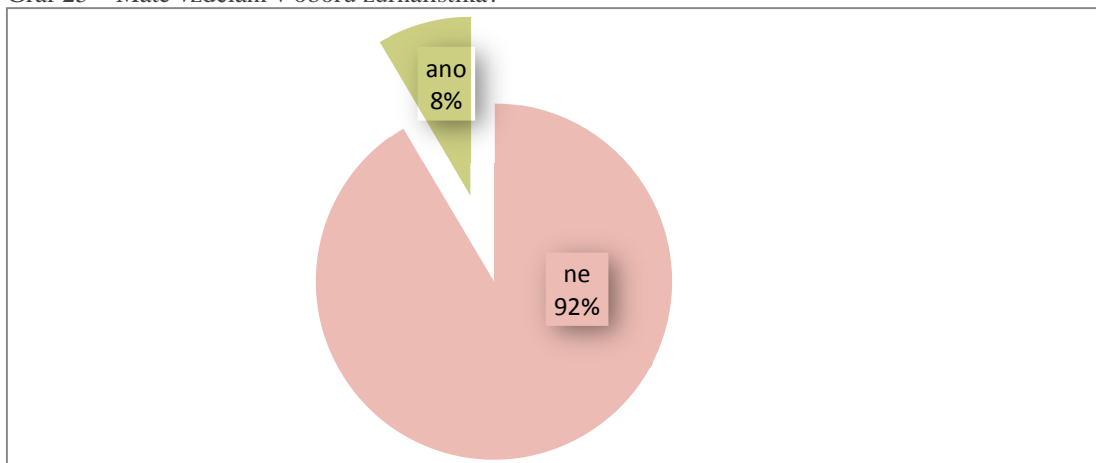
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 24 – Pokud ano, jste:



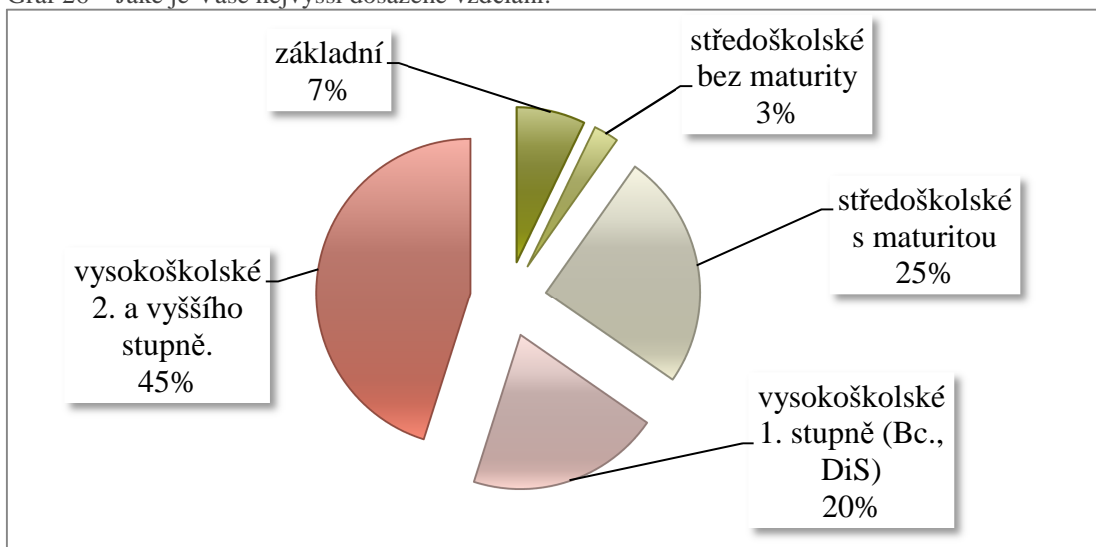
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 25 – Máte vzdělání v oboru žurnalistika?



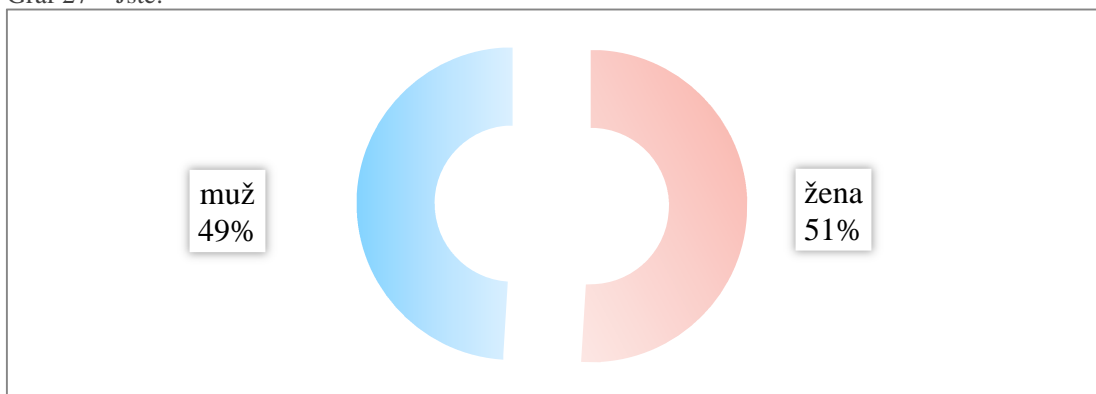
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 26 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:



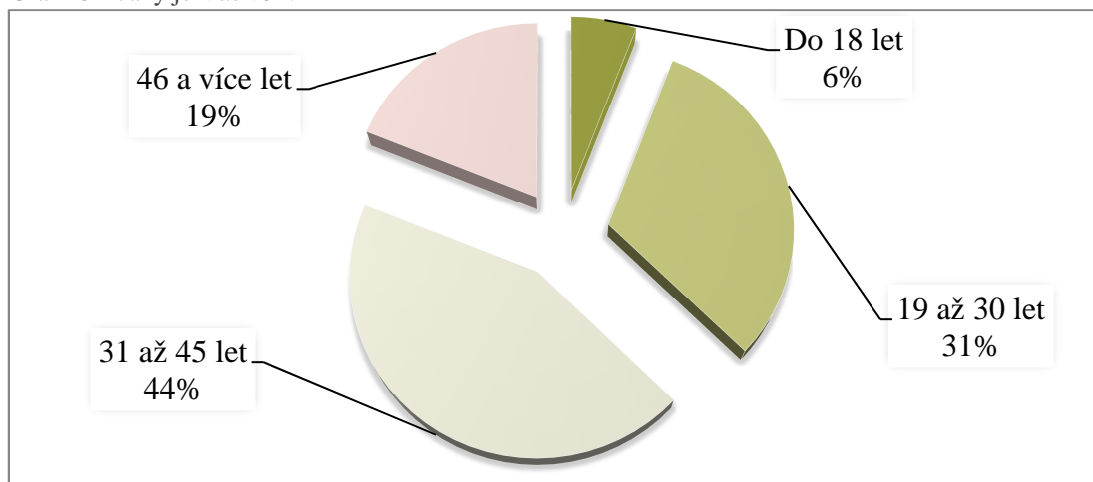
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 27 – Jste:



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf 28 – Jaký je Váš věk?



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

Jméno autora: Martina Frouz Vokounová

Obor: 7202T026 - Sociální a mediální komunikace (Mgr. SMK)

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Fotožurnalismus a současná problematika reportážní fotografie

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 152

Celkový počet stran příloh: 27

Počet titulů české literatury a pramenů: 72

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 2

Počet internetových zdrojů: 53

Počet ostatních zdrojů: 19

Vedoucí práce: JUDr. Michal Donné