

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2016-2018

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Ondřej Kusák

**Vývoj fotografie jako nového média a typologie využití od
vzniku do současnosti**

Praha 2018

Vedoucí diplomové práce: Prof. MgA Jiří Svoboda

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2016-2018

DIPLOMA THESIS

Ondřej Kusák

**Development of photography as a new medium and
typology of usage from the origin to the present**

Prague 2018

Diploma Thesis Work Supervisor: Prof. MgA Jiří Svoboda

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Ondřej Kusák

Poděkování

Děkuji panu Prof. MgA Jiřímu Svobodovi, vedoucímu mé práce, za velkou ochotu, trpělivost a cenné rady při zpracování tohoto textu.

Anotace

Diplomová práce na téma „ Vývoj fotografie jako nového média a typologie využití od vzniku do současnosti“ se zabývá v teoretické části vývojem a historií fotografie, popisuje fotografii v žurnalistice a v reklamě a v neposlední řadě se věnuje významným osobnostem fotografie, které měly velký vliv na rozvoj fotografie a fotografování v Čechách. Praktická část diplomové práce se zabývá tím, zda studenti středních škol vnímají fotografii jako informativní médium, uplatňující se především v žurnalistice a reklamě či fotografii chápou rovněž jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění. A rozlišují, zda se jedná o fotografii, která slouží jako informativní médium či se jedná o fotografii umělecky zaměřenou.

Klíčová slova

dokument, fotografie, historie fotografie, produktová fotografie, reklama, reportáž, žurnalistika

Annotation

The diploma thesis "Development of photography as a new medium and typology of usage from the origin to the present" deals with the development and history of photography in the theoretical part, describes photographs in the field of journalism and advertising and, last but not least, focuses on important personalities of photography, development of photography and photography in Bohemia. The practical part of the diploma thesis deals with the fact that the students of secondary schools perceive photography as an information medium, which applies especially in the field of journalism and advertising or as a work of art in free artistic creation. They distinguish whether it is a photo that serves as an information medium or an artistically-focused photograph.

Keywords

advertising, documentary, history of photography, journalism, photography, product photography, reportage

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 HISTORIE A VÝVOJ FOTOGRAFIE.....	11
1.1 HISTORIE DIGITÁLNÍHO ZÁZNAMU.....	15
1.1.1 DIGITÁLNÍ ZÁZNAM OBRAZU A JEHO TECHNICKÉ VLASTNOSTI.....	16
2 FOTOGRAFIE V ŽURNALISTICE.....	18
2.1 DIGITALIZACE.....	18
2.2 FOTOGRAFIE NESOUCÍ ŽURNALISTICKÉ INFORMACE.....	19
2.3 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ FUNKCE.....	20
2.4 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ KATEGORIZACE.....	21
2.4.1 Dokumentární fotografie.....	22
2.4.2 Reportážní fotografie.....	23
2.4.3 Reportážní fotografie versus dokumentární fotografie.....	24
2.5 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ ŽÁNROVÁ KATEGORIZACE ..	25
2.6 MANIPULACE V OBLASTI ŽURNALISTIKY A VOLNÉ FOTOGRAFIE..	28
3 FOTOGRAFIE V REKLAMĚ.....	31
3.1 VÝVOJ REKLAMNÍ FOTOGRAFIE.....	31
3.2 OBLASTI UŽITÍ REKLAMNÍ FOTOGRAFIE.....	36
3.2.1 Produktová fotografie a její použití na internetu.....	37
3.2.2 Propagační fotografie a její použití v tisku.....	38
4 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI FOTOGRAFICKÉHO UMĚNÍ.....	42
4.1 FRANTIŠEK DRTIKOL.....	43
4.2 JAROMÍR FUNKE.....	47
4.2.1 TVORBA JAROMÍRA FUNKEHO.....	49
4.3 JAROSLAV RÖSSLER.....	52
PRAKTICKÁ ČÁST.....	58
5 POHLED, VZTAH A POSTOJ STŘEDŠKOLSKÝCH STUDENTŮ K FOTOGRAFII A FOTOGRAFOVÁNÍ.....	58
5.1 VÝZKUMNÝ CÍL.....	58
5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY.....	58
5.3 VÝZKUMNÝ VZOREK A VÝZKUMNÁ METODIKA.....	59

5.4	VÝSLEDKY VÝZKUMU	60
5.5	INTERPRETACE A DISKUZE	79
	ZÁVĚR	81
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	82
	SEZNAM GRAFŮ	86
	SEZNAM PŘÍLOH.....	88

ÚVOD

Fotografii můžeme označit za jeden z významných prostředků masové komunikace a její vliv ve vizuální kultuře neustále a rychle roste. Počet fotografických snímků na internetu i v tisku se stále zvyšuje, poptávka po fotografických snímcích stoupá a veřejnost je vyžaduje čím dál tím více. Důležité je ale říci, že fotografie můžeme rozlišovat jak podle způsobu tvorby samotné fotografie, tak i podle využití a cíle daného fotografického snímku. Můžeme tedy mít fotografii, která slouží jako informativní médium uplatňující se především v žurnalistice a reklamě, ale i třeba fotografii, která zastává roli umělecké tvorby v rámci volného výtvarného umění, kterou můžeme vidět například v nějaké galerii či na jiném místě.

Téma, jemuž se věnuje autor ve své diplomové práci, je v široké společnosti velmi známé. S fotografií a fotografováním se setkáváme v každodenním životě, ať už v novinách, reklamě, televizi, na internetu či na výstavě nebo na jiném místě.

V dnešní době je fotografie nepostradatelnou součástí umění nových médií, především díky procesu digitalizace. Díky neustále se vyvíjející technice se stávají nové technologie součástí každého z nás. Dnes již umělec většinou nepracuje pouze s jednotlivými médii, ale pohybuje se v prostoru s mnoha možnostmi. Technický pokrok fotografii přiblížil širší veřejnosti. Po celém světě vzniká řada publikací, které se zabývají tématem fotografie. Například kniha *Digitální fotografie 1 – 4* od Scotta Kelbyho, který patří mezi nejznámější autory píšící o digitální fotografii a Photoshopu či Bryan Peterson a jeho knihy s velmi propracovanými radami a postupy pro amatérské či poloprofesionální fotografy, kterými jsou například – *Naučte se fotografovat dobře*, *Expozice – problémy a řešení*, *Naučte se exponovat kreativně*. Dostupnost fotografie má i stinnou stránku. Každým dnem vzniká ohromné množství fotografií po celém světě, avšak zdaleka ne většina je použitelná, účelná či líbivá. Díky tomu se kladou na fotografa větší nároky z hlediska vynalézavosti a úsilí, ale také na pozornost diváka a jeho interpretaci obsahu, která je jím požadována.

Cílem diplomové práce je seznámit se v teoretické části s vývojem a historií fotografie, seznámit se a popsat fotografii v žurnalistice a v reklamě. Další a poslední kapitola v

teoretické části se věnuje významným osobnostem fotografie, které měly velký vliv na rozvoj fotografie a fotografování v Čechách.

Praktická část diplomové práce se zabývá tím, zda studenti středních škol vnímají fotografii jako informativní médium, uplatňující se především v žurnalistice a reklamě či fotografii také chápou rovněž jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění. A rozlišují, zda se jedná o fotografii, která slouží jako informativní médium či se jedná o fotografii umělecky zaměřenou. V praktické části práce bude provedena analýza dotazníku. Dotazník je typologicky koncipován jako soubor uzavřených otázek a to alternativních. Na základě zpracovaných poznatků, získaných při vyhodnocování dotazníku, se autor pokusí vyvrátit nebo potvrdit stanovené hypotézy.

Před provedením výzkumné sondy si autor zvolil otázky: Vnímají středoškolští studenti fotografii jako informativní médium, které se uplatňuje především v reklamě a žurnalistice? Vnímají středoškolští studenti fotografii jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění? Rozlišuje většina středoškolských studentů fotografii používanou jako informativní médium, která se používá především v reklamě a v žurnalistice a fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění? Setkávají se studenti středních škol více s fotografií, která je umělecky zaměřená nebo s fotografií informativního charakteru? Je si vědoma většina středoškolských studentů, kde je především uplatňována fotografie informativního typu? Má většina středoškolských studentů kladný vztah k fotografování a k fotografii?

Na základě výzkumných otázek pak autor zformuloval hypotézy:

1. Více než 90% respondentů rozlišuje fotografie na fotografii, která slouží jako informativní médium a na fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění.
2. Většina studentů středních škol má kladný vztah k fotografii a k fotografování.
3. Více než 80% respondentů se setkává nejvíce s fotografií informativního charakteru.
4. Většina respondentů si je vědoma, kde je převážně uplatňována fotografie informativního typu.

TEORETICKÁ ČÁST

1 HISTORIE A VÝVOJ FOTOGRAFIE

Je zřejmé, že kdyby nebylo vynálezu fotografie, nemohlo by nikdy dojít ani k její verzi, dnes už dobře známé a zcela nenahraditelné, digitální platformy. Digitální snímky jsou považované za nové médium, které je též definováno jako samostatné.

(Baatz, 2004, s. 19)

V období života známého a velmi uznávaného filozofa Aristotela, přesněji 384 let před Kristem, bylo řečeno, že srpek slunce při zatmění promítal přes štěrbinu v platanovém listu na zem. Aristoteles byl velice blízko k samotnému objevu termínu, jež nese název *camera obscura*. Přesněji se jednalo o prostor, jenž byl temný a doprovázen otvorem malých rozměrů, přes který na plochu, která byla protilehlá, dopadal světelný paprsek vykreslující převrácenou podobu předmětu, jenž byl umístěn těsně před samotným otvorem. S tímto principem jsme se mohli později setkat až u učence arabského původu Hassana ibn Hassana. (Tausk, 1987, s. 8 -9)

V době renesance *camera obscura* opět vzbudila zájem řady učenců, kteří zdokonalili zobrazení a to tím, že přidali optické čočky – 1550 – Girolam Cardan. O sto let později 1620 zhotovil Jan Kepler přenosnou verzi, která byla používána malíři jako pomůcka, která sloužila pro přesnější reprodukci. (Tausk, 1987, s. 9)

Základní princip fotografie byl znám už po dobu několik staletí, ale až v roce 1822 francouzský vynálezce Joseph Nicéphore Niépce jako první dokázal, že obraz, který dopadal přes zmíněnou *cameru obscuru* dokázal zaznamenat na desku. Jednalo se o postříbřenou desku a o petrolejový roztok asfaltu, později sloučeniny stříbra. Ta uměla požadovaný a zachycený objekt, později obraz, zachovat. K zachování obrazu nestačila pouze jen samotná deska, ale ještě k tomu patřil rituál, který prodloužil podstatně obrazu jeho životnost. Joseph Nicéphore Niépce k prodloužení životnosti používal vždy vrstvu, která byla vytvořená z asfaltu. Ten po době expozice, která někdy trvala i osm hodin, na místech, kde bylo největšího světla, změnil podobu do tuhé hmoty. Na místech, kde přetrvávala tma, tak speciální asfalt zůstal v tekuté podobě. Tato podoba

asfaltu byla jednoduše odstranitelná olejem z levandule a terpentýnem. J. N. Niépce označil tento proces za *heliografii*. (Tausk, 1987, s. 10 – 14)

Trvale uchovatelný obraz však vynalezl až Luis Jacques Mandé Daguerre. Vystavil stříbro nejprve jódovým parám, následně snímek exponoval a nakonec na něj nechal působit rtuťové výpary. Tím získal viditelný a nestálý obraz. Ten pak ustálil ponořením desky do solné lázně. V roce 1839 Daguerre oznámil, že objevil proces využívající postříbřenou měděnou desku, nazval jej daguerrotypie. (Tausk, 1987, s. 14 - 16)

William Henry Fox Talbot, vědec britského původu, se stejně jako L. J. M. Daguerre i ve stejné době snažil o zaznamenání obrazu pomocí camery obscury. W. H. F. Talbot ohlásil v témže roce jako L. J. M. Daguerre svůj vynález za takzvanou kalotypii. Odlišnosti těchto dvou vynálezů by se daly popsat tak, že se W. H. F. Talbot snažil zachytit obraz na voskovém papíře, který sloužil jako negativ. Ten poté musel být převeden na pozitiv. V tomto okamžiku se setkáváme s fotografickým procesem, který je označován jako negativ – pozitiv a též byl zapsán do historie fotografie.

(Tausk, 1987, s. 16 – 17)

Za další důležitý vynález fotografie patří i koloidové desky, jež sloužily ke zkvalitnění obrazu a to díky ostrosti. Postupem času zcela nahradily jak kalotypii, tak i daguerrotypii. Koloidové desky, označované též jako desky, které byly vytvořeny ze skla, nepatřila mezi moc praktická a zcela užitečná média. Proto se hledaly materiály, které by byly lepším podkladem, na které se nanášela světlucitlivá vrstva v želatině. (Flusser, 2013, s. 34)

Po vynálezu svitkového filmu nebylo pole zcela uzavřené. Barva byla tím předmětem, který chyběl při iluzivním zobrazení. James Clerk Maxwell 17. května 1861 v Londýně stanovil fyzikální základ k teorii, která se týkala barevné fotografie. Na plátno promítl ve stejnou chvíli tři černobílé snímky, řádové barevné stuhy přes modrý, zelený a červený filtr, které předtím byly exponovány přes filtry naprosto stejných barev. Prokázal tak tímto způsobem princip aditivního míchání barev. I přesto se tato metoda

nedala prakticky používatkvůli své značné komplikovanosti. První barevná fotografie vytvořená subtraktivní metodou byla vytvořena v roce 1877. (Tausk, 1987, s. 33 – 34)

Subtraktivní míchání barev je určitý způsob míchání barev, kde se s další přidanou barvou ubere část světla původního. Pokud bychom míchali pigmentové barvy či například skládali nasebe barevné filtry, míchali bychom je subtraktivní metodou. Výsledná barva se vždy skládá z vlnových délek, které zůstanou po průchodu filtrem či poodrazu. Základní barvy subtraktivního míchání barev jsou: azurová, purpurová a žlutá. Tyto barvy jsou doplňkové k základním barvám při jejich aditivním míchání. (Moravčík, 1987, s. 17 – 19)

Aditivní míchání barev je určitý způsob míchání barev, kde se každé složky barev sčítají. Díky tomuto procesu se vytvoří světlo, které má větší intenzitu. Tato vzešlá intenzita se rovná vždy součtu intenzit složek. Pracuje se třemi barvami: modrá, zelená a červená. U tohoto míchání barev se vzájemně prolínají tři barevné kužely světla na bílém plátně ze tří reflektorů. Každý reflektor má filtr, který odpovídá základní barvě. Místo na plátně, které je osvětleno rovnoměrně všemi reflektory, je bílé. Pokud smícháme pouze dvě barvy, například zelené a červené, dostane se nám barva žlutá. Pokud budeme s pomocí clony měnit určitý poměr intenzity se dvěma světly, dostaneme více barevných odstínů mezi těmito konkrétními barvami. Tento princip míchání barev se uplatňuje například i na televizních obrazovkách či počítačových monitorech. (Moravčík, 1987, s. 18 – 20)

Papír jako flexibilní a pružný podklad již používal Joseph Nicéphore Niépce kolem roku 1816. V roce 1868 vyrobil John Wesley Hyatt první film z celulózy, který byl patentován následně ve Spojených státech. Americký reverend Hannibal Goodwin vyvinul v roce 1887 celulooidový film, který byl o něco zdařilejší, vyrobil jej pro Thomase Edisona a následně jej také patentoval jako určitou metodu na zhotovení pružného transparentního svitkového filmu, kde byla využívána vrstva želatiny a bromid stříbrný na celuloidu. Až do konce 19. Století získal George Eastman se svým podnikem dominantní postavení na trhu. George Eastman proslavil svitkový film ve svém fotoaparátu značky Kodak v roce 1888, kdy velmi zjednodušil možnost způsobu fotografování pro běžného uživatele. V roce 1912 August Nagel patentoval

svoji kazetu na svitkové filmy, která měla počítač snímků. Svitkový film tak i nadále zůstal dostupným formátem do konce roku 1950, jeho nejčastější velikosti byly 120 a 116 pro střední formát kamer a 127 a 828 pro malý formát kamery. Svitkový film se též používal v profesionálních a špičkových fotoaparátech, kterým byl například Hasselblad. Používání svitkového filmu bylo nahrazeno z velké části kazetami 120 a 220 či 135 a 126, i přesto tento typ filmu byl používán ve fotoaparátech i na začátku 21. století. (Baatz, 2004, s. 23-25)

Dále je potřeba se zmínit o analogové fotografii. Fotografie analogová funguje díky tomu, že na vrstvu negativu či diafilmu dopadají světelné paprsky. Negativ či diafilm je citlivý na světlo a díky tomu se spouští chemická reakce. Obrázky se musí nejprve vyvolat, z toho vyplývá, že se z negativu vytvoří papírová fotografie neboli pozitiv. Také se vyráběly diapozitivy. Diapozitivy byly snímky pozitivní, které se zobrazovaly na průhledné desce. Za pomoci projektoru si můžeme diapozitivy promítnout na plátně. (Einhorn, 1958, s. 22)

Fotografie klasická nám poskytuje obrazový záznam na filmovém podkladu, z čehož vyplývá, že si uživatelé analogové fotografie musejí pořizovat fotografický materiál. (Lindner, 2005, s. 12)

U nynější analogové fotografie je v citlivé vrstvě použita suspenze halogenidů stříbra, jemných krystalů a další složky v želatinovém obalu, které jsou nezbytné. Oproti černobílým filmům, které mají pouze jednu citlivou vrstvu, záznam barevný získáváme použitím tří citlivých vrstev, které leží na sobě. Spodní vrstva je citlivá na světlo červené barvy, vrstva ležící ve středu je citlivá na světlo zelené barvy a vrchní vrstva je citlivá na barvu modrou. Pro tyto vrstvy je použita podložka, kterou může být pružný filmový pás či deska. (Stone, 2003. s. 11)

1.1 HISTORIE DIGITÁLNÍHO ZÁZNAMU

V první řadě je potřeba zmínit, jaký je rozdíl mezi digitálním a analogovým záznamem. U digitálního záznamu se na nosič signál nezaznamenává přímo. Záznam se přemění na číselné hodnoty a ty se až následně uchovají.

V první polovině 50. let minulého století pod vedením Russella Kirsche a kolegů, byl zrekonstruován snímač. Ten fungoval na principu jako jakého si fotonásobiče, prostřednictvím kterého R. Kirsche a spol. zaznamenávali všelijaké změny a to v napětí, jež se utvářelo na fotografickém povrchu. Jimi získané výsledky byly poté převedeny do matic bitového charakteru, které čítaly rozměry 176 na 176 čísel, či bodů. Poté byl jimi naprogramován počítač primitivního charakteru a to v podobě SEAC. Ten poté převedl pole bitového charakteru a různých signálů na osciloskopovu obrazovku. (Mitchell, 2001, s. 3 – 4)

George Smith a Willard Boyle v roce 1969 vynalezli čip typu CCD (charge coupled device), které znamená zařízení umožňující záznam obrazu v analogové platformě. Čip a jeho senzor je složený z polovodičů. Tyto čipy našly uplatnění jak ve zmíněných fotoaparátech, ale také i ve vesmírné technice. Nalezli bychom je poté i ve starých kopírovacích zařízeních anebo ve faxech. (Batz, 2004, s. 43)

V knize *The Reconfigured Eye* od W. Mitchella bychom našli stručný vývoj digitálního záznamu obrazu, který byl spojen i s vesmírným americkým programem. Američané v době studené války vkládali peníze do vesmírného výzkumu. Tím jsou myšleny satelity typu ERST, Spot či Landsat, jež přenášely snímky povrchu zemského. (Mitchell, 2001, s. 11)

Ve 20. století, přesněji v 70. letech, byly rozšířeny skenery o funkci, která dokázala klasickou podobu fotografie převést do digitální platformy. O řadu let později se vyskytly na trhu softwarové programy, které uměly fotografii digitálně upravovat. Na konci 80. let byl nové vizi digitálních technologií podmíněn i mediální trh. Snímky vznikající prostřednictvím digitálních fotoaparátů, tak jak je známe dnes my, ještě v této době neexistovaly a pakliže tu byl prvotní jejich náznak, tak nepatřily mezi kvalitní a

použitelné k tisku. Proto se naskenované fotografie daly graficky upravovat v prvotních programech tomu určených. (Mitchell, 2001, s. 11 – 12)

S digitálním snímáním jsme se mohli setkat i v oboru geodézie, kdy v roce 1992 byla vyslána raketa vesmírného charakteru nesoucí název Magellan do oblasti hornaté krajiny Venuše. Z 3 bilionů bitů byly pořízeny snímky typu panorama. (Mitchell, 2001, s. 12)

Vedle geodézie se můžeme setkat s digitálním snímáním i v oborech medicínského typu, kde se přesněji používá v rámci magnetické rezonance. (Batz, 2004, s. 48)

Konec 80. let 20. století přinesl s sebou digitální fotoaparát, který byl cenově dosažitelný pro uživatele běžného typu. Je důležité podotknout to, že slovo – digitální může být zcela zavádějícím, jelikož docházelo k analogově přenosnému procesu. Ten byl uložen na disketu, která byla brána jako médium, jež pracovalo na principu magnetické pásky. V řadě odborných publikací se můžeme setkat s označujícím termínem *Still – Video*. Mezi takové první fotoaparáty patřily Mavica, které byly vyráběny společností Sony. (Hyan, 1998, s. 9)

Během 90. let 20. století došlo k výrobě prvních fotoaparátů, které bychom mohli považovat za digitální. Ty snímající obraz zaznamenávaly na paměťovou kartu či na disk zařízení. V roce 1991 na jaře byl veřejnosti představen na veletrhu CeBIT první digitální fotoaparát, který nesl název DigiCam. Ten byl vyráběn společností Dycam. (Hyan, 1998, s. 9)

1.1.1 DIGITÁLNÍ ZÁZNAM OBRAZU A JEHO TECHNICKÉ VLASTNOSTI

Podle J. T. Hyana je digitální obraz označen jako soubor dat, kde samotné bity představují informace, které jsou založeny na jednotlivých bodech obrazu. Ty se nazývají pixely. Jeden pixel představuje jednotku obrazu digitálního provedení. Jednotlivý pixel se dá též označit za nositele informací, jelikož má přiřazenou hodnotu barvy i jasů. Též bychom v něm našli rastrovou mřížku, která by odpovídala souřadnicím a poté i umístěním předmětu na snímku.

Pixely vytváří jednotlivý obraz, který by se dal popsat i prostřednictvím kartézské soustavy souřadnic. Souřadnice bodů obrazu vytvářejí rastrovou mřížku, která jasně udává polohu a barvu každého bodu. Pixel je tedy bezrozměrná a nejmenší jednotka bitmapové neboli rastrové grafiky. Utváří jediný svítící bod na obrázku, který je charakterizován barvou a jasem.

Ty nejmenší detaily a křivky u digitálního snímku jsou uspořádány podle pravidel mřížky. Může tedy docházet k plynulým přechodům krychle, která je pravoúhlá. Tím jsou pixely viditelné při opravdu velkém zvětšení. Oproti tomu u klasické fotografie shledáme u jakéhokoliv zvětšení detaily, které i s tímto úkonem nabývají na nekvalitě. (Hyan, 1998, s. 7)

Zásadní význam pro rozlišení má počet pixelů. Používáme-li kameru s malým počtem pixelů, při zvětšení obrazu dochází k rastrování. 1 megapixel je přibližně 1 milion pixelů. Znamená to nejen maximální rozlišení digitálního fotoaparátu, ale také počet pixelů v obrázku a počet obrazových buněk na digitálním displeji či počet citlivých buněk na obrazovém senzoru. Pokud bychom vlastnili například fotoaparát CANON 5 s rozlišením 12,8 megapixelů, měl by náš fotoaparát přibližně 12,8 milionů pixelů.

Zkrátka vlastnost pixelů je vyjádřena jeho obsahem bitů. Pakliže se naskytne informace o jednobitové velikosti pixelu, docházíme k obrazu, který může být buď černý anebo bílý. U pixelu s dvoubitovým obsahem docházíme k hodnotě čtyři, které označují barvy v podobě bílé, černé a dvěma dalším odstínům šedé barvy. (Hyan, 1998, s. 7)

Pro tvorbu klasického černobílého snímku stačí grafika o 8 bitech. Ta nabízí škálu 256 zmíněných barev odstínů černé, bílé a šedé. Pro dosažení barevného snímku je potřeba grafika, která nabízí 24 bitů. Ta v sobě skrývá přes 16 milionů barevných kombinací. (Hyan, 1998, s. 7)

2 FOTOGRAFIE V ŽURNALISTICE

2.1 DIGITALIZACE

Díky novým a neustále se rozvíjejícím technologiím jsou ovlivňovány a měněny všechny oblasti našeho života a žurnalistická fotografie není výjimkou. *Digitalizace* nese i svá rizika, ale přinesla v oblasti digitálních obrazů řadu důležitých výhod. *Fotožurnalistika* je oblast, která se ujala digitální fotografie nejdříve, a to především kvůli možnosti okamžité kontroly, rychlosti a kvůli snadnému přenosu na větší vzdálenosti a nižší režii fotografického postupu.

Díky digitalizaci nastaly změny v celé fotografické praxi. Zrychlilo se zpracování fotografií i proces fotografování, výrazně se snížily náklady – fotografie zaměřená na žurnalistiku z toho výrazně těží a profituje. Dále se také rozšířila možnost větší kontroly nad fotografií.

Velmi důležitým hlediskem tohoto daného problému je rozdílný základ, na kterém funguje digitální a klasická fotografie. Klasická fotografie byla vždy fotochemickým procesem, který rovněž poskytoval prostor pro retuš či manipulaci, ale tento proces potřeboval podstatně delší čas na zpracování. Klasická fotografie byla považována dříve díky snímané skutečnosti za objektivní a pravdivou reprezentaci dané skutečnosti. (Osvaldová, 2009, s. 120)

Když jde o oblast žurnalistiky, tak úplně každá fotografie, která je zmanipulována a je jí to dokázáno, nedělá dobrý dojem na médium, které danou fotografii publikovalo, ale také na všechna fungující média, snižuje jejich potřebnou důvěryhodnost. Všechna média mají tendenci chránit svoji důvěryhodnost. Na obrovský nárůst zmanipulovaných a publikovaných snímků reagují tak, že přijímají nové a inovativní etické kodexy, které jsou přizpůsobeny novějším podmínkám digitálního obrazu. (Osvaldová, 2009, s. 123)

2.2 FOTOGRAFIE NESOUCÍ ŽURNALISTICKÉ INFORMACE

V tištěných médiích je zobrazováno velmi široké množství fotografických obrazů, ale je důležité zmínit, že ne každá fotografie je fotografie žurnalistická. Často se tento pojem používá na nesprávném místě. Fotografie v žurnalistice je široce chápaný termín, do kterého můžeme zařadit všechny možné druhy fotografií, které ztvárňují běžný žurnalistický projev. Pokud ale chceme označit fotografii jako žurnalistickou, jedná se pouze o úzkou škálu fotografických obrazů, které v sobě nosí žurnalistické informace. Žurnalistickou informaci považovat za jakékoliv sdělení. Žurnalistická informace nese aktuální, nové dílčí fakty, které jsou o dosud neznámých okolnostech a skutečnostech. Jsou v úplném celku pro společnost či pro příjemce nějakým způsobem důležité, dalo by se říci, že je to sociální hodnota. (Lábová, 1990, s. 10).

Tento poznatek je velmi důležitý pro určité odlišení žurnalistické fotografie od ostatních fotografií. Dalo by se říci, že jakýkoliv fotografický obraz je svým způsobem z hlediska znakové kategorizace znak s ikonickým charakterem porozumění, nese nějakou informaci. Aby však fotografický obraz byl považován za žurnalistickou fotografii, musí ztvárňovat informace, které jsou aktuálního a společenského charakteru. Fotografie žurnalistická je tedy specifickou formou určité žurnalistické informace, která dává prostřednictvím daného obrazu reality příjemci konkrétní zprávu o realitě, která odpovídá na novinářské základní otázky „KDE“, „KDO“, „CO“. Obrazovou složkou současně rozšiřuje poznání světa příjemce a zároveň působí na emoce a jeho vědomí. Žurnalistická fotografie je důležitá pro svoje spojení se společenskou aktuální realitou. (Lábová, 1990, s. 17 – 19)

2.3 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ FUNKCE

Do základních funkcí žurnalistické fotografie je zcela nepochybně ve sdělovacích prostředcích funkce informační. Funkce informační zprostředkovává novinářskou aktuální informaci. Dále má žurnalistická fotografie ilustrační funkci, o které bychom mohli mluvit tehdy, když daná fotografie má funkci obrazové informace a upřesňuje psaný text. Jak funkci ilustrační, tak i funkci informační můžeme odvodit ze vztahu žurnalistického textu k fotografickému obrazu. V tom případě, když je funkce informační, tak je fotografický obraz daným nositelem většinové části objemu výpovědi žurnalistické a text má postavení submisivní, z čehož vyplývá, že text pouze doplňuje obrazové sdělení, upřesňuje informaci kvůli tomu, aby doplnil informaci, kterou obrazové sdělení není schopné vyjádřit. Tehdy, když je nejhlavnějším informačním zdrojem žurnalistický text a fotografie pouze zobrazuje výpověď textu, z čehož plyne, že smyslovými vjemy upřesňuje pojmové myšlení, jde o ilustrační funkci. U žurnalistické fotografie je převážně zastoupena informační funkce. Fotografie je znak, je jednorozměrná, na rozdíl od trojrozměrné reality. Aby byla fotografie použitelná jako informační, musí splňovat také technické parametry – nesmí se zde používat například široká, či extrémně dlouhá skla, deformující pohledy – to vše už bychom řadili k manipulaci. (Lábová, 1990, s. 23)

Další funkcí vedle těchto základních dvou funkcí je funkce výchovná. Výchovná funkce má specifické vlastnosti – jednoznačnost, srozumitelnost, názornost. S funkcí výchovnou také velmi souvisí estetická funkce. Funkce estetická má vliv na ovlivnění vkusu recipientů a mimo jiné má také schopnost probudit či vyvolat emocionální zážitek. (Lábová, 1990, s. 25)

2.4 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ KATEGORIZACE

Žurnalistická fotografie se dá obecně rozdělit do mnoha odlišných kategorií na základě různých kritérií. V této oblasti není teorie sjednocená a u autorů se mnohdy liší. Z toho důvodu uvedu v kapitole pouze dělení nejdůležitější, což je základní dělení, které vychází z kategorizace Ludvíka Barana, dále se budu věnovat kategorizaci žánrové. (Lábová, 1990, s. 30)

Kategorie fotografie zformoval Ludvík Baran. Jde o oblasti dokumentární fotografie, reportážní fotografie a obrazové fotografie. Toto zmíněné dělení bychom mohli najít i u Petra Tauska, který rozlišuje 3 skupiny: 1. publicistická a reportážní fotografie, 2. naučná a dokumentární fotografie, 3. zdobná, výtvarná, obrazová fotografie. K fotografii žurnalistické lze řadit pouze první dvě zmíněné oblasti dělení, tedy fotografie dokumentární a reportážní. Fotografie obrazová není od tisku sice odloučena, ale její hodnota lze posoudit jen tehdy, když je v originálním tisku nebo ve větším formátu na výstavě či jinde. Když jde o fotografii výtvarnou, zajímá nás především originál, zatímco u novinářské fotografie nám postačí reprodukce. V případě, když použijeme takovouto fotografii v žurnalistice, jde především většinou o fotografické obrazy s ilustrační funkcí. Jednotlivé kategorie nemají žádné dané pevné hranice, což znamená, že se mohou navzájem slučovat a prolínat. Avšak každá kategorie disponuje specifickými prvky, které jsou pro danou kategorii charakteristické. (Baran, 1971, s. 4)

2.4.1 DOKUMENTÁRNÍ FOTOGRAFIE

Dalo by se říci, že skoro každá fotografie je v určité podstatě dokumentem, vždy zachycuje reálnou předlohu. V tomto případě je důležité zmínit pojem dokumentárnost, což je jakási daná vlastnost fotografického zobrazení. Pokud označíme fotografii za dokumentární fotografii, tak tato fotografie má vymezené použití pouze na tuto vlastnost. Aby bylo zcela možné určitou fotografii označit za fotografii dokumentární, je potřeba, aby tato daná fotografie byla součástí nějakého kontextu, ve kterém lze o ní takto uvažovat. Toho můžeme docílit tím, že uzavřeme její text za pomoci přidáním doplňující informace, kterou bývá popisek či titulek. Dokumentární fotografie je typická pro svou nesmyslnou tematiku, která vždy plyne zcela úplně z objektivní reality, je postavena na událostech a faktech společenského života, kultury, politiky, vědy i na všelijakých příbězích rodinného života v určitém soukromí. (Benjamin, 1979, s. 25)

Dokumentární fotografie bezprostředně reflektuje život. Tato schopnost, která oddaně promítá jevovou skutečnost, je pro druh této fotografie ze všeho nejdůležitější vlastnost. Dokumentární fotografie věrně doloží totožnost skupin, osob, dějů, věcí a jejich vlastnosti vypovídají o prostředí, prostoru i čase. V širším slova smyslu informuje, uznává fakta a je velmi blízko k podobě obecného sdělení. Dokumentární fotografie obvykle zachycuje určitý sociální kontext a je také každoročně hodnocena nejlepší dokumentární fotografie roku, která vyjadřuje klíčovou událost – například „Vesnice My lai“; fotografie z 30. let z doby velké hospodářské krize; fotografie dětí za dráty Osvětimi (Tausk, 1972, s. 58)

Cílem dokumentárních fotografií je doložit pravdivost dějů a věcí, které by měly mít určitou svědeckou výpověď o osobách, ději, jejich vlastnostech v určitém čase a prostoru, měly by také autentické. Latinsky důkaz je documentum, důkaz označuje to, co je mnohem dál nežli pocit a domněnka pravděpodobnosti, vede až k věrohodnosti. Fotografie dokumentární reaguje zcela živě a pohotově na realitu a zaznamenává ji. Tato fotografie se také někdy může objevit v určité formě, forma takzvaného dramatizovaného dokumentu zcela zřetelným a jasným postojem autorským – takovou fotografii mimo jiné stylizujeme záběrem, výřezem, dynamikou, časovým výsekem a tonalitou. Důležité je zmínit, že i když je určité vyjádření autorského názoru a postoje,

určitá a přesná stylizace není u dokumentární fotografie jedním z hlavních požadavků, ale i tak se ji nelze zcela úplně vyhnout, je totiž vždy implicitně daná a obsažená, naopak od reportážní fotografie. S fotografií dokumentární se můžeme setkat v mnoha podobách a v mnoha oblastech. Od podoby strohé, základní a informativní, která je často označována za podobu dokumentační, až po fotografie tvůrčí, které působí a zaměřují se také na emoce a estetiku, a díky tomu se stávají známými a slavnými. (Tausk, 1972, s. 60)

2.4.2 REPORTÁŽNÍ FOTOGRAFIE

Druh této žurnalistické fotografie se objevuje v médiích buď jako kompletní série fotografických obrazů (v tomto případě můžeme sérii fotografických obrazů označit za fotoreportáž) nebo jako zcela samostatně stojící snímek. U reportáže jde většinou o dějovou sérii fotografií, které ve zkratce nahrazují celý průběh konkrétní akce ve vymezeném čase a prostoru. Fotografie jsou tedy pořizovány metodou, která snímky pořizuje při přistizení u nějakého činu či činech. Fotografie v reportáži klade dosti velký důraz na pohotovost a bezprostřednost daného sdělení. Měla by dokázat vtáhnout diváka do děje, a to tak, aby měl příjemce pocit, že je u samotného zrodu dané události. Bez jakéhokoli ohledu na danou formu snímku se jedná vždy o fotografickou výpověď o významné události nebo společenském aktuálním jevu, který je prezentován jako osobní fotoreportérovo svědectví. Přesvědčuje, zživotňuje, propaguje, připomíná a zachovává pomíjivé či živé okamžiky. Typické pro reportážní fotografii je pohotová, autentická, dějová, časová reakce na všelijaké děje a události. Důležitá schopnost pro druh této fotografie je rozložení daného tématu do několika jednotlivých snímků, tyto snímky musí působit tak, aby myšlenky, proces události a líčení děje, měl jednotné pochopení. Samozřejmostí je, že by reportážní fotografie měla též dodržovat obecné a základní prvky žurnalistické fotografie, měla by být pravdivá v zobrazování daných dějů, aktuální, technicky dokonalá a také do dalších požadavků patří zcela jistě interpretace děje či události, autorské pojetí a estetické působení. Správně vytvořená reportážní fotografie by měla cítit prvotní fakta a následně by je měla zobrazovat pravdivě a zároveň by měla vyjadřovat určitý postoj autora k ději či události, tímto zcela

určitě ovlivňuje nějakým způsobem i postoj příjemce. Pokud jde o fotoreportáž, tak platí, že úplně každý vytvořený záběr by měl být nositelem dalších myšlenek či alespoň jejím dalším rozvinutím nebo pokračováním. (Baran, 1990, s. 19 – 20)

2.4.3 REPORTÁŽNÍ FOTOGRAFIE VERSUS DOKUMENTÁRNÍ FOTOGRAFIE

Tyto základní typy fotografie disponují společnými charakteristikami a rysy. Jedná se především o přehlednost, sdělnost, jednoduchost a také naprostý respekt k realitě. Tématika má vlastní podstatu v události, ději, ale také i ve vyjádření doby a času. Dokument i reportáž by měly být aktuální. Když se jedná o jejich fotografickou podobu, tak ta by měla být jedinečná. Jak už bylo zmíněno v předchozí kapitole, mezi reportážní a dokumentární fotografií nenajdeme žádné pevné hranice, což znamená, že je tu možnost prolínání dokonce i v čase. Stává se celkem často, že se z reportážní fotografie vyvine dokument. Tohle konkrétní prolínání je také možné i v směru opačném, z toho může plynout to, že se zřetelně ztíží rozlišení mezi těmito druhy fotografie.

(Baran, 1971, s. 7)

Rozdíly mezi dokumentární a reportážní fotografií lze najít především v cílené motivaci, jak a proč fotografie zobrazuje určitá fakta. Dokumentární fotografie a tvorba s ní spojená může být mnohem blíže k určité osobní volbě fotografa a také blíže k hodnotové stupnici, vizi a ke směřování k cíli. Tato fotografie fotografovi nabízí si zvolit konkrétní téma vzhledem k jeho vnímání a cítění svého okolí či světa. Dokumentární fotografie má výhodu v tom, že na ní není kladen takový důraz, aby se držela aktuálního dění, a díky tomu dokumentární fotografie může být zveřejněna s časovou prodlevou. Toto je jeden z důvodů, proč se v současné žurnalistice můžeme setkat především s reportážní fotografií – díky dynamičnosti a také díky aktuálnosti. Přičemž dokumentární fotografie nebývá zpravidla tak dravá a spontánní, zpravodajská reportáž nese stopy určité doby a je velmi výrazná. Dalo by se říci, že je nositelem myšlenkových aktuálních proudů a zasahuje nejširší veřejnost. (Baran, 1990, s. 20)

2.5 ŽURNALISTICKÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ ŽÁNROVÁ KATEGORIZACE

Vypracování žánrové typologie je velmi problematické z důvodu toho, že fotožurnalistika je teoretická a dynamická disciplína, která se neustále mění a velmi a neustále se mění. Teorie, která se týká fotožurnalistických žánrů je rozsáhlá a mnohdy nejednotná.

Alena Lábová rozděluje žurnalistickou fotografii, která je analogicky psaná na dvě základní skupiny. Rozděluje je na žánry publicistické a zpravodajské. V případě zpravodajského žánru fotografický obraz znázorňuje nezkreslenou reprodukci reality. (Lábová, 1990, s. 20)

Podle knihy Praktické encyklopedie žurnalistiky se dá z pohledu základních žánrů do zmiňované žurnalistické fotografie zahrnout – fotografická aktualita, fotoreportáž, sportovní fotografie, feature fotografie a portrét. (Lábová, 1990, s. 20)

Fotoreportáž

Podle Aleny Lábové je fotoreportáž nejúčinnějším a základním žánrem fotožurnalistiky s velmi propracovanou teorií. Fotoreportáž spadá do publicistického žánru fotožurnalistiky, ale také je základním žánrem reportážní fotografie. Jak už bylo výše zmíněno, jde o fotografickou výpovědní hodnotu o společenské aktuální události nebo jde o významný jev, prezentovaný jako určité svědectví konkrétního fotoreportéra. Tato výpovědní fotografická hodnota fotoreportéra se skládá ze série různých fotografií, které zachycují určitou událost v širším měřítku a souvislostech. Ta schopnost, která umí rozvést událost do několika fotografických snímků s důležitým požadavkem, aby se udržela jednotu děje a sourodost tématu, je nejvíce charakteristická právě pro fotoreportáž stejně tak, jako neméně důležitá a potřebná aktuálnost. Velmi zásadní a důležitá je také subjektivita fotoreportáže. Pokud se jedná o obrazový celek formální skladby ve fotoreportáži, platí zde vždy daná pravidla. Každá fotografie, která zachycuje konkrétně nějakou ohraničenou část určitého dění, by měla mít zcela přesnou

návaznost na dané následující i předcházející záběry. Musí být tak vytvořena logická posloupnost, která vždy vychází z obsahu konkrétního záběru.

(Lábová, 1990, s. 30 – 35)

Fotografická aktualita

Nejdůležitějším žánrem v oblasti zpravodajských žánrů je fotografická aktualita. Fotografická aktualita je obrazová zpráva o různých událostech a lidech, kteří jsou do těchto událostí zapojeni, a která s sebou nese obrazovou informaci o čemkoliv novém, co se ve světě právě stalo. Už název fotografická aktualita vypovídá a značí to, že by měla být pouze aktuální a ukazovat tak na momentální události a vybírat podle zájmu a důležitosti. Také by měla dbát na požadavek relevance, tudíž na to, aby se zabývala nejdůležitějšími, či nejpodstatnějšími aspekty. Měla by být kvalitně zpracovaná, působivá, srozumitelná a dokonalá. V zahraničí a v jejich terminologii se fotografické aktuality dají rozdělit na fotografie takové, které vždy zachycují událost, kterou lze předem očekávat a která je předem naplánovaná a dále na zachycení události, kterou nelze předem naplánovat (přírodní katastrofy a další). (Osvaldová, 2002, s. 19)

Sportovní fotografie

Sportovní fotografie je uvedena v Praktické encyklopedii žurnalistiky jako specifický druh reportážní fotografie. Tato fotografie je mezi příjemci ale i mezi fotografy velmi oblíbenou částí fotožurnalistiky. Sportovní fotografie totiž nabízí fotografům to, co by v ostatních oblastech fotožurnalistiky hledali obtížně. Fotografové se tu setkávají s napětím, akcí, dynamikou, rychlým pohybem, bojem, nacházejí tu zde i často velké napětí či drama, ale také i vítěze a poražené. Pro tento druh fotografie jsou také velmi důležité znalosti pravidel konkrétního fotografovaného sportu a také dostatečný přehled o zúčastněných a o prostředí, v kterém se daná událost odehrává. U sportovní fotografie jsou na fotografa kladeny velmi vysoké nároky, především se klade důraz na jeho schopnost koncentrovat se, pohotovost a bezesporu i na jeho vynikající zvládnutí veškeré fotografické techniky. Tuto fotografii můžeme rozdělit na hlavní dvě kategorie, na takzvanou *feature fotografii*, která obsahuje informace sportovních výkonů ze

zákulisí (radost, zklamání, nervozita...) a na akční sportovní fotografii, která zachycuje všemožné dynamické okamžiky z průběhu určité sportovní akce.

(Osvaldová, 2002, s. 68)

Feature fotografie

Žánr feature fotografie je žánr, který se používá nejčastěji v časopisech a v denním tisku, oproti fotografické aktualitě zde není důležitá aktuálnost dění, informační hodnota nebo novost. Tato fotografie zachycuje okamžiky času, u kterých daná hodnota trvá a přináší obrazy útržku ze života obyčejných lidí ve všedních situacích na obyčejných místech, feature fotografie je velmi nadčasová. (Osvaldová, 2002, s. 61)

Fotografický portrét

Pod pojmem portrét si můžeme představit zobrazení člověka, a to zobrazení především tváře, ve které se odráží povahové vlastnosti člověka a i duševní život. Na portrétní fotografii nemusí být pouze jen obličej, portrét může také vypadat tak, že se na snímku zachytí člověk po pas s využitím gestikulace rukou nebo dokonce i celý člověk, který se nachází v určitém prostředí, které je mnohokrát často zvoleno tak, že doplňuje informační složku a je úzce spjato s dotyčnou osobou, která je portrétována. Metoda snímání určuje určitý fotografický styl portrétní, kterou může být fotografování v pohybu bez aranžování, čímž je zachována bezprostřednost a autentičnost záběru nebo pohotová momentka. Pro tento styl portrétní, tedy pro fotografický portrét se také používá označení – reportážní portrét. Hlavním a dalo by se říci, že nejdůležitějším je, aby tento portrét ukázal a zachytil to, jaký je portrétovaný člověk ve skutečnosti a nejen ukázal jeho vnější podobu. Pro reportážní portrét je typický dynamismus a kinetika. Dalo by se říci, že reportážní portrét má svůj příběh, působí tak, jako by byl vyjmut z daného pohybu, působí velmi životně a osobitě, díky čemu je pak i zcela jedinečným. (Osvaldová, 2002, s. 63)

2.6 MANIPULACE V OBLASTI ŽURNALISTIKY A VOLNÉ FOTOGRAFIE

Přibližně před 180 lety s příchodem vynálezu fotografie se změnilo celkově vnímání vizuálního světa. Žádné jiné médium nemělo takovou moc ve věrohodnosti, jako fotografie. Fotografie nesla status pravdivé techniky, která se i přes toto označení společností dala jednoduše zmanipulovat. Znamenala pro společnost jasný důkaz toho, že tím, kým byla pořízena, tak ten byl u dané vyfotografované události přítomen. (Sontagová, 2002, s. 134)

V éře vizuální nadvlády stála fotografie u všech významných mezníků, které byly součástí vývoje společnosti. Příkladem takových historických mezníků fotografie je poklona, kterou složil americký prezident Abraham Lincoln a to fotografovi Matthew Bradymu. A. Lincoln prohlásil to, že díky jemu vděčí za zvolení na pozici prezidenta Ameriky. Jednalo se o fotografii z roku 1860, která byla M. Bradym pořízena během období předvolební kampaně. Na této fotografii byly značně znázorněné veškeré rysy povahy amerického prezidenta A. Lincolna. V období 70. let 20. století se proslavila fotografie s tematikou vietnamské války. Na snímku byla zobrazena dívka s popáleninami, která prchala z vesnice, jež byla bombardovaná napalmem.

(Sontagová, 2002, s. 134)

Fotografie se staly v moderní společnosti jakousi autoritou, protože jako jediné médium uměla značně zachytit důležité momenty. Byly jasnými důkazy a společnost si na ně velice rychle zvykla a začala fotografie vnímat jako velmi důležitou formu zprostředkované informace. (Sontagová, 2002, s. 135 – 137)

Sontagová uvádí, že fotografické obrazy jsou prostředky, které se umí zmocnit skutečnosti. Zatímco malbu označuje za pouhou interpretaci dění či fotografie. (Sontagová, 2002, s. 137)

O zneužití obrazové věrohodnosti se ví od jejího prvopočátku, avšak společnost nad tímto rysem stále pochybuje, jelikož fotografie je prostředkem přesvědčovacím. Tendence měnit vizuální podobu fotografie, čili jejího obsahu, vznikaly z čistě estetického hlediska. S prvními tendencemi změny vizuálu přišlo období propagandy. (Sontagová, 2002, s. 137)

P. Strand našel řadu následovníků v rámci fotografů, kteří se s ním zapojili do odmítání jakéhokoliv zásahu, který by předělal obsahovou část fotografie. Řada odborníků označuje počítačovou manipulaci fotografie a obrazu za formu digitální malby. Pokud by šlo o dokument nebo reportáž je zásah do obsahu obrazu nepřijatelnou manipulací. (Tausk, 1987, s. 201)

S počátkem 90. let přišla nedůvěra ve sféře nových technologií. Přinesla s sebou snížení věrohodnosti v rámci digitálních úprav fotografií ve světě žurnalistickém a reklamním. Andy Grundberg, umělecký kritik, v 90. letech sdílel obavy, které v něm vytvořil deník The New York Times. Tyto obavy popsal tak, že čtenáři magazínů a novin nebudou schopní rozlišit rozdíl mezi snímkem, který byl z podoby autentické převeden do podoby zmanipulované. I když bude vytvořena umělá věrohodnost editory a fotografy, tak skutečnost z fotografií a článků zcela vymizí. (Grundberg, 1990, online)

S novinářskou fotografií přicházejí potřeby a to pro možné odlišení, které se dělí na dvě skupiny. První z nich osahuje fotografii, která je pouhým obrazovým sdělením a stává se nenahraditelnou součástí textu. Druhá skupina obsahuje ty fotografie, které zastupují místo jakési ilustrace. (Tausk, 1987, s. 211)

Z první skupiny jsou fotografie užívány pro účely zpravodajské a fotografie z druhé skupiny jsou určeny spíše pro účely publicistické.

Zpravodajské fotografie by neměly být upravované počítačově, ale u jiných fotografií se s počítačovou úpravou setkáváme velmi často, a to z toho důvodu, aby kvalita byla co nejlepší. S funkcí retuše bychom se shledali u ilustračních snímků, které bývají mnohdy i obohacené fotomontážní metodou. (Tausk, 1987, s. 211)

Lifestylové magazíny a časopisy pracují ve velké míře s ilustrační fotografií, které nabízejí širokospektrální grafickou editaci. Setkat se zde můžeme jak se zmíněnou fotomontáží. Se skutečnou reprezentací se v těchto periodikách nesejdeme.

(Tausk, 1987, s. 213 – 214)

V minulosti byly objevené proudy myšlenek, které přijímaly fotografii bez všelijakých úprav. I přesto se úpravám fotografie nevyhnula, protože proces zvětšování a zmenšování se též řadí do fotografické úpravy. (Tausk, 1987, s. 215)

V minulosti bychom se setkali s řadou technik montáže, mezi které se počítá negativ. Na něj bylo exponováno mnoho záběrů. Poté se pospojovaly dohromady i jednotlivé části pozitivů. Řada negativů, jež byly přeloženy přes sebe a poté byly promítány vcelku na jeden kus papíru. (Tausk, 1987, s. 218)

Retuš odstranila nevhodné objekty, či osoby ze snímku. Velice známý je styl americké retuše, kdy prostřednictvím stříkací pistole a řadou šablon došlo k jednotlivým úpravám na fotografii či snímku. Americká retuš byla brána za jednu z nejtěžších retušovacích technik a málo grafických odborníků s ní neumělo řádně pracovat na úrovni profesionální. Mezi nejčastěji užívané metody retušování v oblasti grafické patřil obyčejný výřez. (Řeháková, Veselý, 1999, s. 193 – 194)

3 FOTOGRAFIE V REKLAMĚ

3.1 VÝVOJ REKLAMNÍ FOTOGRAFIE

Propagační fotografie měla pozvolný nástup, avšak ve 20. století na konci třicátých let měla už stabilní postavení. Klíčovým obdobím pro vztah fotografie a reklamy bylo období meziválečné. Fotografie postupně nahrazovala kresby, které měly doposud hlavní roli a byly primárně v reklamách používané. Na začátku dvacátých let 20. století méně než 15 % reklam, které byly ilustrované, využívalo fotografii, přičemž už v roce 1930 vzrostlo toto číslo na 80 %. (Rossmann, 1938, s. 12)

Fotografie využívaná v reklamě se stala podstatou obrázku s minimálním textem. Rossmann uvádí ve své knize *Písmo a fotografie v reklamě*, že obraz nabývá v reklamě oproti textové části mnohem většího významu. Za nejlepší zobrazení označuje fotografii a to pro její schopnosti sdělovací, pod které patří např. přesvědčivost anebo objektivita. Fotografie, která se vyskytuje v reklamní tiskovině, je označována Rossmannem jako nejúčinnější zbraň, protože nabývá významu stejného jako malba nebo kresba. (Rossmann, 1938, s. 12)

Ve stejné době můžeme již pozorovat první osobnosti, které se věnují produktové fotografii. Jedna z prvních osobností, která se věnovala produktové fotografii, byl Edward Steichen. V letech 1923 – 1938 měl v New Yorku studio pro ilustrační a reklamní fotografii. Velmi dlouho spolupracoval také s agenturou J. Walter Thompson a mimo jiné také spolupracoval s významnou agenturou Condé Nast Publications, která z něho udělala jednoho z nejznámějších a předních představitelů piktorialismu. Piktorialismus je styl, který se snaží o to, aby se fotografie podobala a blížila se svou podobností k malbě. Edward Steichen tento styl brzy opustil a začal se naplno věnovat stylu přímé fotografie, který by se měl snažit o co nejlepší zachycení reality. Přímá fotografie zachycuje realistické zobrazení. (Rossmann, 1938, s. 13)

Dále nastal také rozmach reklamy, která byla zacílená na ženy v době krize. Ženy vyhledávaly vzrušení a emoce, reklama proto používala velmi často i motiv strachu, který plnil velmi dobře svůj účel, jsou to melodramatické reklamy. Tyto

melodramatické scény bychom mohli pozorovat převážně v reklamách, které byly zaměřené na zdraví a hygienu. Tuto taktiku použil Edward Steichen například v reklamě na *Scott paper*, která nejspíš patří mezi jeho nejlepší a nejvýznamnější reklamy. (Rossmann, 1938, s. 16)

Začátky produktové reklamy stavěly na popisném a prostém zobrazování, které následně za nějakou dobu bylo doplněno snahou o výtvarnou stavbu a také potřebnou stylizací. V této době vznikal takzvaný styl *Glamour*, který se nejvíce zaměřoval a dbal na vysokou estetiku fotografovaného objektu, dával se zřetel především na kladení póz, pracovalo se s promyšleným pozadím či s rekvizitami, také se využívalo používání teatrálních gest. (Janischová, 2009, online)

Nejefektivnějším reklamním médiem se stala fotografie, jak z hlediska ekonomického, kvůli stálému snižování produkčních nákladů, tak i z technologického hlediska, kdy reklamní fotografie byla mocným prostředkem pro obchod. I přesto se fotografie dostávala do reklamy velmi pomalými kroky. Výtvarníci si trvali na tom, že jejich kresba je v reklamě důležitá, kvůli možnosti vyvolávat v osobách možnou představivost, a také dává prostor pro ztotožnění se. Fotografie jim nabídla pouze znázornění, které bylo naturalistické, což vedlo ve dvacátých letech k střídavému používání fotografie s kresbou. (Janischová, 2009, online)

Po tom, co skončila druhá světová válka, se velmi zvýšil objem peněz, který byl určen pro reklamu. Díky tomuto faktu se znatelně zlepšila kvalita daných fotografií a také nastalo velké zlepšení ve využívání barev ve fotografii. (Bogart, 1995, s. 24)

Na začátku třicátých let dvacátého století se vedly často debaty o tom, jestli fotografie, které jsou barevné, mohou být také někdy technicky kvalitní. Byli tací, kteří zastávali názor toho, že když by byla reklama barevná, tak by použitý obrázek měl být vytvořen ilustrátorem. Již v roce 1936 bylo předvídatelné, že fotografie, která je barevná, bude sehrávat v reklamě velmi důležitou roli. Tomuto také dost pomohl grafický průmysl, který dokázal a měl schopnost tisknout barevné a kvalitní obrázky. (Langford, 1997, s. 40)

V roce 1925 Leica představil miniaturu fotoaparátu, díky které se umožnil vznik momentek. Z prvé řady to velice ovlivnilo fotožurnalisty a potom také i reklamní fotografii. Ve dvacátých letech nastala ta pravá a správná chvíle pro fotografii v žurnalistice, která reagovala na společenské bouře, nové uspořádání ve světě po první světové válce, technický pokrok a celkově na nový svět. (Langford, 1997, s. 40 - 42)

Fotografie se tak stává velmi významným propagačním prostředkem, který měl obrovskou moc a mohl masově ovlivňovat. (Monaco, 2004, s. 17)

Moderní žurnalistika vznikla v Německu, listy *Münchner Illustrierte Presse*, *Berliner Illustrierte Zeitung* či *Refje Erich Salomona*. V těchto agenturách pracovalo a prošlo jimi mnoho světových a uznávaných jmen – Martin Munkácsi, Felix H. Man, Wolfgang Weber, Alfred Eisenstaedt, Robert C. Salomon a mnoho dalších. Skoro každý, kdo stál u zrodu obrazových agentur, odešel před druhou světovou válkou do zahraničí. Kupříkladu Martin Munkácsi odjel do Paříže a poté roku 1934 se přemístil do New Yorku, kde za nějakou dobu vlastnil své vybavené a luxusní studio se jménem *Triplex*. Nafotografoval pro *Harper's Bazaar* zcela první módní kolekce a modelky zavedl na pláž Long Islandu ve společenských šatech, což bylo na danou dobu velmi nečekané a neobvyklé. (Janischová, 2009, online)

Nejenže se u fotografií módně zaměřených měnil způsob, ale i prostředí. Do fotografií se začal často vkládat pohyb, který se zobrazoval pomocí pohybové neostrosti. Na této technice má velký podíl fotograf žijící v Americe, Irving Penny. Irving Penny se tak postaral o rozvoj těchto technik. Tento fotograf byl původně grafikem a mimo jiné také výtvarník, který měl na starosti vytváření titulních stránek *Vogue*. Na začátku čtyřicátých let se pilnou prací dopracoval až k módním fotografiím, které měly reportážní styl. V současné době reklama ztvárňuje jednu velkou propagaci našich snů. Za tradiční kolébkou takzvaných výrobců či stvořitelů snů bychom mohli označit Velkou Británii či USA. (Janischová, 2009, online)

Dalším důležitým jménem je Jürgen Teller, známý fotograf, který přispěl k dalšímu rozvoji fotografické scény. Jeho komerční fotografie se zaměřovali na hudebníky a zpěváky, které byly určené pro časopis *The Face* a *i-D*. Jürgen Teller v devadesátých letech fotil pro známé oděvní značky *Hugo Boss*, *Calvin Klein* a další.

(Janischová, 2009, online)

Umělec Man Ray obohatil komerční fotografii svým přístupem a nevšedními technikami, byl znatelně ovlivněný surrealismem. Ve svých fotografiích používal fotomontáže a fotogramy. Ve vyspělých státech té doby propagační fotografie vzkvétala. Vybavená studia, štáby stylistů a asistentů, produkce, pracující na konkrétním záběru. Přibližně od roku 1910 se datují začátky fotografie v Čechách, které byly pojaté v secesním stylu. (Hlaváč, 1987, s. 51)

Reklamní fotografie v Čechách měla na počátku kladné ohlasy, své místo si našla ne u jednoho umělce. Reklamní fotografií se u nás zabýval například významný umělec František Drtikol, i přesto byl daleko významnější v oblasti volné fotografie – akty a portréty nejvýznamnějších osobností své doby. Také používal retuše, vkládal fotografie do nových kontextů a používal neobvyklá pozadí (Císař, 2004, s. 68)

Roku 1928 vydal svou knihu německý fotograf Albert Ranger–Patzsch, kniha vyšla s názvem *Die Welt ist schön*, v českém překladu *Svět je krásný*. V této knize bychom mohli pozorovat hry stínů a světél, kde se pan Albert Ranger–Patzsch snaží o objektivní zachycení dané skutečnosti, zastával téma „*Věcnost*“ a právě tímto ovlivnil velké množství fotografů. Mezi ně patří Edward Weston, Karl Blossfeldt, Paul Strand a mnoho dalších.

V roce 1935 v Čechách vydává Ladislav Sutnar s Jaromírem Funkem publikaci: *Fotografie vidí povrch*. Tato publikace je složena ze 14 fotografií různých struktur. Dalo by se říci, že je složena jako učebnice. Uplatňování funkcionalizmu pro pana Ladislava Sutnara bylo denním chlebem, a to především v návrzích na reklamy a katalogy ve třicátých letech. Ladislav Sutnar reaguje na značně viditelnou ekonomickou krizovou situaci, která je vidět z projevu o boj o zákazníka, má to v určitém směru

kladný dopad, a to ten, že se projevuje mnohem větší vynalézavost a novější obrazové možnosti. O fotografii v reklamě se zajímali další fotografové: Alexander Hackenschmied, Josef Sudek, Jaromír Funke, Josef Ehm, Karel Hájek, Bohumil Šťastný, Jaroslav Rössler, Hugo Tábořský, Bohumil Němec, Jindřich Koch a další. Fotografie v Čechách byla ovlivněna německým fotografem Bauhausem.

(Balajka, 1993, s. 132)

V období II. světové války mají velmi významnou roli válečné plakáty. Během II. světové války vznikla řada plakátů. Válečné plakáty měli povzbudit vojáky, ale i ostatní občany v boji proti nacistickému Německu. Plakáty názorně a stručně vyjadřovaly hlavní úkoly a cíle obrany země, také upozorňovaly na mezinárodní souvislosti boje proti nacismu. Východní a západní plakáty zobrazovaly často stejná témata – technický pokrok, armáda, dodržování lidských práv.

Mezi umělce, kteří hráli určitou roli v rozvoji a růstu kvality reklamy, bychom mohli zařadit například Františka Kulovaného, byl někdejší šéfem velké propagace pro známou firmu Baťa nebo šéf propagace reklamy *Laurin & Klement*, Karel Pařízek či Josef Poláček z firmy *Koh-i-noor*. V u nás v Čechách se pořádaly výstavy na světové úrovni. Například roku 1937 se v Čechách uskutečnila mezinárodní výstava, která byla pořádána firmou *Kodak*. V roce 1948 reklamní fotografie svůj význam s definitivní platností ztratila. Socialistické plánování a válka ochromily trh, nebylo produktů různého druhu, konkurence skoro neexistovala a export do východních zemí, který nebyl příliš velký, nevyžadoval reklamu v tak velké míře jako jinde.

(Pinney, 1962, s. 115)

I přesto vznikala nová reklamní studia, ale kvůli podmínkám se stále nemohla zlepšovat a vyrovnat se tak konkurenci ostatních zemí. A to především kvůli velkému omezení možnosti a výběru materiálů a také kvůli značnému technickému omezení, které bylo ovlivněno socialistickým trhem. (MEDIAGURU, 2012, online)

Velmi omezená kulturní izolovanost a objem finančních zdrojů reklamní fotografii také nepřispívaly. Na přelomu šedesátých a sedmdesátých let vznikla takzvaná nová vlna produktových fotografií. Vznikaly nové časopisy, například časopis *Novosti reklamy* či *Propagace*. V devadesátých letech ještě estetická stránka reklamy byla důležitá více než komerční hodnota. (Sontag, Vančat, 2002, s. 76 – 78)

Avšak velmi brzy se reklama stala nejvíce vytiženým oborem a to především kvůli změně, když se totalitní systém změnil na demokracii. Je důležité říci, že reklama prochází velmi krátkou, ale za to velmi osudovou a důležitou revolucí. Vzhledem k tomu, že reklama v Čechách byla dlouhou dobu v určitém útlumu, tak musí naše rozvíjející se propagace často přejímat spoustu věcí ze zahraničí. Brzy se tak poté setkáváme s dříve nepoužívaným termíny, například s termínem *lampposter*, *outdoor reklama*, *citylight* či *billboard*. V dnešní době můžeme říci, že reklama je celosvětová, přístupná všemu a otevřená, od krásy umění až po nevšední bizarnosti. Reklama v dnešní době nemá na první pohled vůbec žádná pravidla, je dovoleno snad skoro všechno, nejdůležitější pro reklamu je, aby upoutala. Pokud reklama upoutá krásou, šokem nebo vtipností, na to už nezáleží, meze se zde nekladou.

(Birgus, Vojtěchovský, 1996, s. 56 – 68)

3.2 OBLASTI UŽITÍ REKLAMNÍ FOTOGRAFIE

Oblasti užití jsou především média. Vše, co slouží jako určitá technická podpora komunikace za pomoci neverbálních prostředků. Za pomoci propagace se média snaží o manipulaci s lidmi, proto by si měl recipient (příjemce) dávat pozor. Díky manipulaci využívají všelijakých triků, kterými vyvolávají ideje, představy a iluze. To vše může být špatně pochopeno a následně to vše může být zaměněno za skutečnost. Obrovský prostor k manipulování s lidmi je bezesporu internet a také sociální sítě.

(Jiráková, Kopplová, 2009, s. 117)

K médiím, která patří k nejpoužívanějším v oblasti produktové fotografie, řadíme internet, *indoor* a *outdoor* propagaci a tiskoviny (katalogy, letáky, časopisy, noviny). V dřívější době jsme se mohli setkávat s obrovským množstvím propagačních materiálů v

podobě tištěné, nastal však zlom a tištěná forma přecházím na elektronická média, a to především kvůli zvyšujícím se cenám pro tisk materiálu.

(Jirák, Kopplová, 2009, s. 342 – 350)

Reprodukce fotografie se začala prosazovat až v druhé polovině 19. století. Na počátku 19. století je rytecká klasická metoda nahrazena novými možnými prostředky. V 19. století byla ocelorytina oblíbená pro svoji schopnost snést velmi vysoký náklad tisků, používala se převážně pro tisky knižních ilustrací. Novou metodou byla na příklad litografie, čárový lept, a dřevoryt. S litografií dosáhla reprodukční technika podstatně vyššího stupně. Díky litografii získala grafika možnost doprovázet obrazem publikum každý den a držet krok s tiskem. Litografie se stala základem pro významný vynález ofsetového tisku. Během roku 1850 až 1865 bylo učiněno mnoho významných objevů, které výrazně změnilly fotografickou technologii, velmi se zlepšila výsledná kvalita a stálost fotografie, v neposlední řadě se i zmenšila výrazně doba expozice. S příchodem nových médií, propagace, reklamy a s obrovským množstvím reprodukcí, umožnily nová média velmi rychlé rozšíření po celém světě. (Benjamin, 1979, s. 19)

3.2.1 PRODUKTOVÁ FOTOGRAFIE A JEJÍ POUŽITÍ NA INTERNETU

Internet bychom mohli řadit do relativně nových zdrojů, slouží ke sdílení informací. Skoro každý uživatel osobního počítače, notebooku, chytrého mobilu či tabletu nebo jakéhokoliv nového média, na kterém můžeme používat internet, ho využívá skoro denně. Díky tomuto faktu jsme s pomocí internetu schopni oslovit masu lidí a tím pádem i obrovskou cílovou skupinu. K jeho nejdůležitějším a hlavním znakům patří, že na internetu má každý stejné možnosti, prezentující i konzument a dalším důležitým znakem je to, že internet není hlídáný důsledně. To můžeme velmi dobře pozorovat například na sociálních sítích, například na *Facebooku* či na jiné sociální síti. Nemůžeme zcela jednoznačně říci, zdali je to mínus nebo plus, v každém případě to klade vyšší nároky na danou racionalitu konzumenta. Klíčem k úspěchu reklamy jsou finance, které se ale neobejdou bez dostatečné šikovnosti. Význam internetu znatelně velmi roste, což dokazují nejen obrovsky rostoucí náklady, které byly použity na online reklamu. (Janouch, 2014, s. 81)

Obrovským pozitivem je zacílení a oslovení velkého spektra lidského vnímání. Nejenže máme možnost využít zvuk, animace, obrázky a bezesporu i text. Velmi snadno se dá také měřit vhodnost umístění reklamy a její účinnost s pomocí použití moderních nástrojů. Internetovou reklamu bychom mohli rozdělit na více kategorií v obrazové podobě, například na dynamické *flashové bannery* a *bannery statické*. U statických bannerů můžeme vidět pouze jen jeden nepohyblivý samostatný obrázek naopak u reklamy na *bannerech flashových* můžeme vidět krátkou animaci, obraz je u této animace zcela pohyblivý nebo se mění pouze z části. (Pravdová, 2011, online)

3.2.2 PROPAGAČNÍ FOTOGRAFIE A JEJÍ POUŽITÍ V TISKU

Do této kategorie patří například letáky, časopisy, prospekty, brožury, inzeráty, kalendáře či katalogy, které se staly celkem oblíbené u prezentace firem. Počátky reklamy v tisku sahají až do 15. století, díky vynálezu knihtisku, který vynalezl Johannes Gutenberg. Pro propagaci to znamenalo obrovský pokrok a velké netušené možnosti. Nejprve se v tisku objevuje reklama ve formě inzerátu. Díky velkému vývoji hospodářství, techniky, ale také i společnosti, se reklama především vyvíjí po obsahové stránce, kdy se sdělení především neomezuje pouze základními údaji a cenou. Masový tisk má časem znatelně nižší náklady a u vydávaných časopisů se celkem dobře dokáže určit cílová skupina. Reklamy se v časopisech často cílí na takzvaný impulzivní nákup a na citlivost čtenářů, toto se týká především nejvíce, kosmetiky, obuvi, oděvů, hodinek či šperků. U takovéto reklamy je největší síla v ilustracích nežli v textu. Je důležité zmínit, že velkou důležitost mají také v reklamních tiskovinách titulky, v něm je schována většina úspěchu, po té hned následuje obrázek, ten má za úkol zachytit pozornost čtenáře. (Vysekalová, 2012, s. 144)

Noviny, časopisy

Velkou výhodou novin a časopisů je to, že pokryje masové publikum, dokonce i v době, kdy značně převládá internet. Další velkou výhodou podle průzkumu, který se uskutečnil v různých zemích, je fakt, že velké procento populace v různých zemích věří

více tiskovinám nežli internetu. Časopisy cílí na užší cílovou skupinu oproti novinám, časopisy jsou ale oproti novinám vydávány celorepublikově, tím pádem se sdělení nemůže přizpůsobit regionálně. Noviny mají podstatně kratší životnost než časopisy, poněvadž noviny vycházejí většinou denně. Časopis má lepší a kvalitnější materiál než noviny, z čehož vyplývá, že časopis je podstatně lepší pro fotografie v tomto ohledu než noviny. Obrázek je podstatně detailnější a viditelnější, s tímto je potřeba počítat při tvorbě propagačních fotografií. (Vysekalová, Mikeš, 2010, s. 120)

Významnými fotografy propagační fotografie v tisku byl například Goran Tačevski, který pracoval střídavě v Praze a v Paříži pro velké množství významných a celosvětově známých firem, jako jsou například Cartier, Absolut, L'oreal, časopis Bazaar, Pepsi, Cosmopolitan a mnoho dalších. Jeho odvedená práce byla často oceněna příslušnou cenou. (Vysekalová, Mikeš, 2010, s. 64)

Kalendáře

Užitečnou součástí nejen každé domácnosti jsou kalendáře, logo nebo značka firmy může být denně na očích spotřebitele a působit přesvědčivě na podvědomí, aniž by si to spotřebitel uvědomoval. Další velkou výhodou kalendářů je fakt, že se většinou dávají do rukou konkrétní cílové skupiny. Významné kalendáře jsou například kalendáře firem Pirreli, Lavazza, Pentax. Tyto kalendáře jsou také zároveň prestižní ukázkou děl fotografů patřící ke světové špičce. Pirreli patří mezi nejprodávanější kalendáře, většinou se zaměřuje na fotografie nejznámějších modelek. Na vytvoření těchto kalendářů se už vystřídala řada známých a úspěšných fotografů jako například Bruce Weber, Steve McCurry, Annie Leibovitz, Patrick Demarchelier a další.

(Jindra, 2009, s. 54 – 61)

Katalogy, letáky, brožury

Fotografie, které budou použity v katalogu či v brožuře je potřeba vybírat pečlivě. Důležité je, aby se zadavateli nedávali alternativy, většinou na to není dostatek času. Katalogy a brožury jsou velmi důležitou součástí jednotlivých firem pro jejich každodenní působení nebo stručnou a jasnou prezentaci při jakékoliv příležitosti. V katalogu můžeme například najít informace o celém sortimentu nabízeným firmou nebo

tam můžeme najít například prezentaci prodávaných položek, které jsou k prodeji. Při tvorbě katalogu je důležité si uvědomit, že není na místě opakování se podobných rekvizit ve fotografiích či obrázcích, mohlo by to nejspíše působit zcela laciným dojmem. (Jindra, 2009, s. 61 – 63)

Díky katalogu se zákazník může snáze orientovat v nabídce či se snáze a rychleji rozhodnout pro konkrétní výběr produktu. Velmi podobné je to u letáku, kde je také především důležité to, aby byl leták co nejjednodušší a možnost leták co nejrychleji prohlédnout. Tučný text či titulek může čtenáře zaujmout, ale nejdůležitější je vizuální sdělení, to rozhodne, jestli si příjemce daný titulek prohlédne, přečte nebo ho nezaujme a následně ho vyhodí. (Jindra, 2009, s. 63)

Plakáty

Plakáty byly nejdříve malované, dále díky příchodu litografické techniky koncem 18. století se plakáty začali tisknout černobíle ve velkých formátech, jakmile se vynalezl sítotisk, tak se začalo tisknout barevně.

Jeden z našich významných a nadaných tvůrců plakátů, které byly malované, je secesní umělec Alfons Mucha. Alfons Mucha maloval podle vlastních fotografických předloh. Dalším českým umělcem, který se věnoval plakátům a reklamní fotografii byl Adam Holý, který spolupracoval s graficky zaměřeným studiem Naibrť, je autorem velmi známých kampaní, například firmy Staropramen, Sony, Baťa, tvůrce plakátu na mezinárodní festival Karlovy Vary pro rok 2001. Zemřel v roce 2016 v pouhých 42 letech. Dalším známým tvůrcem je například Henri Toulouse - Lautrec, který pochází z Francie. Vytvářel plakáty pro světově známý pařížský lokál Moulin Rouge. (Turčínková, 2004, online)

Venkovní reklama

Venkovní reklama neboli outdoor reklama nabízí mnoho možností. A to ne jenom samotný megaboard, billboard, bigboard či jiné. U této reklamy máme možnost měnit umístění, formát a také je zde velká možnost zapojit kreativitu, může použít například všelijaké produktové expozice či 3D nebo 2D nástavby. Patří sem i wall projection a city light. Venkovní reklama má obrovskou výhodu přímého působení, ale také

opakovaného a nevyhnutelného. Díky zmíněné opakovatelnosti si venkovní reklamu veřejnost lépe zapamatuje. U tohoto typu reklamy se určuje hůře cílová skupina, jde především o správně zvolenou a vybranou oblast, kde bude venkovní reklama působit. Další výhodou pro venkovní reklamu je cena, je podstatně nižší oproti jiným médiím, cena se odvíjí převážně od umístění reklamy, díky tomuto lze regionálně reklamu přizpůsobit. Naopak nevýhodou je, že dané sdělení na venkovních megaboardech, billboardech, bigboardech či veřejné dopravě, by mělo být dané sdělení co nejkratší a nejvíc výstižné, protože lid je vystavován tomuto sdělení na velmi krátkou dobu. (Vysekalová, Mikeš, 2010, s. 42)

Vnitřní reklama

Vnitřní reklama neboli indoor reklama, je většinou umístěná v blízkém okolí prodeje daného prodávaného produktu. V turistických, nákupních centrech, čekárnách, trafikách, nádražích, koupalištích, posilovnách a podobně. Dá se také použít například regálová reklama, podlahová, nástěnná, reklama na nákupních vozících, okenní grafika, různé promo stánky, displeje pokladen, odpadkové koše a další různorodé reklamy. Vnější reklama především cílí na to, aby zákazník dostal impuls ke koupi určitého výrobku, nejčastěji v místě prodeje. Jedná se pak většinou o impulsivní koupi díky reakci na reklamu. (Vysekalová, Mikeš, 2010, s. 42 – 43)

4 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI FOTOGRAFICKÉHO UMĚNÍ

I přesto, že tato kapitola pojednává převážně o vybraných osobnostech fotografického umění v Čechách, je důležité zmínit významné vybrané osobnosti z pohledu fotografie i ve světě.

S mnoha významnými jmény bychom se mohli shledat v celosvětově rozšířené knize s názvem: *100 fotografií, které změnily svět* (anglicky: *100 Photographs that Changed the World*). Tuto knihu vydala redakce známého časopisu *Life*. Projekt s nápadem napsat tuto knihu začal otázkou, která byla vložena on-line na webových stránkách *Life The Digital Journalist*: „*Mohou mít fotografické snímky tentýž historický účinek jako literatura?*“ Redaktoři pracující pro časopis *Life* vybrali 100 významných fotografií, které ztělesňují technologické úspěchy fotografické dokumentace historických úspěchů a událostí, či mají zřejmý kulturní ikonický status či symboliku. Kniha byla vydána nakladatelstvím Time Inc. Home Entertainment a Robert Sullivan, v New Yorku v roce 2003.

V této knize se shledáváme například se snímky Alexandra Gardnera a Rogera Fentona z Americké občanské války a z Krymské války, dále s pohyblivou vysokorychlostní fotografií Eadwearda Muybridge. V knize je též zveřejněno dílo z jedné nejvíce známé reklamní kampaně Oliviera Toscaniho, která byla postavena na fotografii, kterou pořídila Therese Frare. Také se v knize objevuje portrét Davida Kirbyho, který umírá na smrtelnou nemoc AIDS, David Kirby leží na nemocničním lůžku a je obklopen svými příbuznými.

(Giacosa, Mottadelli, Morelli, 2017, s. 2 – 5)

4.1 FRANTIŠEK DRTIKOL

František Drtikol se narodil 3. března roku 1883 v Příbrami a zemřel 13. ledna roku 1961 v Praze. František Drtikol byl českým fotografem, který svá díla tvořil v letech 1901 až 1935, také se věnoval příležitostně překladatelství a grafice. Jeho nejznámějšími výtvary jsou portréty a také akty, které jsou ve stylu pozdější secese, díla jsou ovlivněná později určitými kubisticko-futuristickými prvky. Tento fotograf je zařazován k nejvíce úspěšným českým fotografům aktů všech dob. Tento fotograf byl také znám i kvůli svému duchovnu. František Drtikol měl bohatou duchovní praxi známých východních učeních, převážně buddhismu. František Drtikol je označován také za patriarchu českého buddhismu. V letech 1945 až do své smrti byl velmi aktivní členem Komunistické strany Československa. Jan Němec románově zpracoval život Františka Drtikola v díle, které se jmenuje Dějiny světla. (Birgus, Mlčoch, 2010, s. 113 - 115)

Narodil se v rodině malého obchodníka, měl dva sourozence, byl z nich ze všech nejmladší. Jeho otec se jmenoval také František Drtikol a jeho matka se jmenovala Marie Drtikolová, jménem za svobodna Opplová. Po základní škole nastoupil na gymnázium, po gymnáziu pokračoval ve studiích ve fotografickém ateliéru pana Antonína Mattase v Příbrami. Další významným krokem pro jeho další zkušenosti, rozvoj a praxi bylo to, že nastoupil do studia na odborné škole zaměřené na fotografii v Mnichově roku 1901 až do roku 1903. Tento učební a výzkumný ústav fotografie a zároveň metropole bavorská byla v tu dobu dosti prostoupena určitou secesí, která ovlivňovala značně jeho studium. Jakmile dokončil studium na bavorské metropoli, získával další zkušenosti v ateliérech jak v Německu, tak i v Čechách a ve Švýcarsku. Po té, co ukončil svou vojenskou službu, tak založil v roce 1907 svůj úplně první fotografický ateliér, kvůli finančním důvodům musel po třech letech František Drtikol provoz svého fotografického ateliéru ukončit. Roku 1912 si ve Vodičkově ulici v Praze založil nový fotografický ateliér a věnoval se zde především portrétní fotografii a brzy dosáhl velkého uznání v tomto oboru. (Birgus, Mlčoch, 2010, s. 115)

Roku 1911 se k němu přidal umělec Augustin Škarda a stal se jeho společníkem. František Drtikol s Augustinem Škardou společně vydali album, kde se nacházelo padesát olejtisků, album neslo název Z dvorů a dvorečků staré Prahy. Jejich firma se jmenovala Drtikol a spol., která fungovala i během první světové války. Drtikol byl během první světové války nasazen na frontu a ateliér fungoval pod vedením Augustina Škardy. V té době František Drtikol nefotografoval, ale za to se věnoval především kresbě a také psal. Historička umění, Anna Fárová, označila válečné texty, které napsal František Drtikol, za epistolární román. Jakmile se František Drtikol vrátil, portrétoval mimo jiné také Leoše Janáčka, Edvarda Beneše, T. G. Masaryka, Alfonse Muchu, Jakuba Demla, Emu Destinnovou, Antonína Sovu, Aloise Jiráka, Josefa Svatopluka Machara, Josefa Suka, Eduarda Vojana, Bohuslava Martinů, Paula Valéryho, Maxima Gorkého či Rabíndranátha Thákura na nároží Jungmannovy ulice v ateliéru. Také díky tomu se stal tento ateliér jakýmsi centrem uměleckého dění v Praze. Roku 1921 z firmy odešel Augustin Škarda, ale už rok předtím se firma přejmenovala a vrátila se tak k názvu Drtikol. V jeho ateliéru s Drtikolem pracovali jeho laboranti a učedníci. Nejslavnějším učedníkem Františka Drtikola se stal Jaroslav Rössler, který se vyučil v jeho ateliéru v roce 1917 až 1921, po té zde pracoval až do konce roku 1926. V tuhle dobu měl v ateliéru dosti silný vliv. V roce 1911 se fotografie Františka Drtikola začaly vyskytovat na výstavách zaměřených na fotografii v Čechách a později i v zahraničí. V totožné době se začaly jeho díla objevovat ve velmi významných českých a i světových časopisech. Ve dvacátých a třicátých letech dvacátého století byl nejvíce známým českým fotografem, který byl uznávaný ne jenom u nás, ale i v zahraničí. Roku 1922 měl Drtikol úplně první samostatnou výstavu, která se nacházela v Uměleckoprůmyslovém muzeu, po třech letech které uběhly, dostal významnou cenu Grand Prix, dostal ji na mezinárodní výstavě průmyslového a moderního dekorativního umění v Paříži. V druhé polovině dvacátých let jsou Drtikolovy snímky zřetelně ovlivněné art deco stylem, který si osobitě upravil a inovoval. V roce 1929 v Paříži vyšla první fotografická edice s názvem Les nus De Drtikol. I přes to, že mělo toto dílo velký úspěch i ve světě, Drtikolův ateliér měl po roku 1930 celkem závažný existenční problém, ateliér tak musel pořádat i dokonce kurzy pro fotoamatéry. V té samé době také vznikly zápisky knize, která nesla název Oči široce otevřené, toto své dílo daroval fotografickému umění. Roku 1935 František Drtikol svou fotografickou kariéru a

činnost ukončil a svůj ateliér prodal. Jedinou výjimkou bylo vyučování v letech 1945-1946, kdy předával své vědění o fotografii na státní grafické škole v Praze, jinak se fotografování a fotografii už nevěnoval. Roku 1938 vydal svou monografii, která vyšla pod názvem Žena ve světle, ve které bychom mohli spatřit 46 aktů, následně od té doby František Drtikol začal postupně prodávat svoji tvorbu, své kresby a fotografie. Prodal více jak 5000 kusů do muzejních sbírek a přestěhoval se do poklidného ústraní na Spořilově, kde žil v pronajaté vile a znovu se vrátil k malbě, také se velmi věnoval duchovnu a duchovním naukám, překladům, meditaci a nejvíce svým žákům a buddhismu. (Birgus, Mlčoch, 2010, s. 115 – 121)

Jakmile skončila druhá světová válka, tak se začal politicky angažovat. Roku 1945 se přidal ke Komunistické straně Československa, ve které setrval až do smrti. František Drtikol zemřel roku 1961. Také vstoupil do Svazu československo-sovětského přátelství a roku 1948 se stává členem Svazu československých výtvarných umělců. I nadále se také zajímal o východní i západní filozofii a o meditativní život. V období od roku 1944 až do roku 1961 za ním docházel jeho věrný žák, který se jmenoval Evžen Štekl. Evženovi Šteklovi se jako jedinému ze všech žáků pana Františka Drtikola povedlo zachovat jeho výjimečné učení a předat ho tak dalším žákům. Je důležité zmínit, že právě díky němu můžeme poznat Drtikolovo učení – *kundaliní* buddhistickou jógu v nezměněné podobě. (Birgus, Mlčoch, s. 121)

Před tím, než začala první světová válka a také během ní se František Drtikol dvořil Elišce Jánské, která byla o dvanáct let mladší. Během války jí napsal spoustu dopisů, které dokonce byly vydány v roce 2001 knižně, a to v díle s názvem Deníky a dopisy z let 1914-1918. Podařilo se mu přesvědčit Elišku Jánskou, aby navštívila jeho ateliér a ne pouze jednou. Eliška Jánská například pózovala kupříkladu pro cyklus s názvem Před plesem. Tvorba Františka Drtikola byla také výrazně ovlivněna jeho první ženou, kterou byla Ervína Kupferová. Ervína Kupferová byla výrazovou tanečnicí, například vystupovala také jako host ve Vinohradském a Národním divadle v Praze. Od roku 1919 byla modelem Františka Drtikola a následně se stala jeho ženou přibližně po dobu pěti let, v roce 1921-1926. Měli spolu dceru Ervínu, po rozvodu se Drtikol se svou dcerou dlouhou dobu neviděl, až v 50. letech, a to pouze jen několikrát. Roku 1942 se oženil znovu, tentokrát s Jarmilou Rambouskovou, se svou žákyní a roku 1959 mu

manželka zemřela. Jeho zdravotní stav se velmi zhoršil, nemohl se pohybovat a byl tak do konce svého uměleckého života na lůžku a odkázán k pohybu pouze na vozíku, díky tomu, že měl mnohokrát dobré vztahy se svými žáky či uční, mohla se tak o něj starat jeho věrná žačka, Anna Soukupová. Byl tak obklopen po dobu zbytku života svými oblíbenými žáky až do své smrti. František Drtikol, významný český fotograf, byl pohřben v rodném městě, byl pohřben na městském hřbitově v Příbrami.
(Birgus, Mlčoch, 2010, s. 121 – 123)

4.2 JAROMÍR FUNKE

Známý fotograf Funke Jaromír se narodil roku 1896 1. srpna ve Skutči, která se nachází v Českomoravské vrchovině, ale za nedlouho se po svém narození přestěhoval se svou rodinou do Kolína. V této době město Kolín bylo ve velkém rozkvětu. Jaromír Funke nejspíš prožil radostné a klidné mládí, rodiče mu dávali dostatečnou péči a díky tomu, že jeho otec byl jedním z nejuznávanějších obyvatel, tak neměli ani žádné finanční problémy. Jaromír studoval na gymnázium, kde roku 1915 odmaturoval. Na tomto gymnáziu ho mimo jiných učil například pan Eugen Wiškovský, který se po nějaké době stal významným autorem pro fotografii, psal teoretické texty o fotografii, které patřily mezi nejvýznamnější. Je možné, že Eugen Wiškovský začal fotografovat sám právě díky Jaromíru Funkemu. (Dufek, 2003, s. 11 – 34)

Díky zapsání se na lékařskou fakultu v Praze nemusel jít na vojnu, protože jako student medicíny měl odklad. Díky tomu ho potkal mnohem šťastnější a poklidnější osud nežli jeho dobrého přítele a kamaráda Josefa Sudka. Josef Sudek přišel ve válce o pravou ruku. Jaromír Funke v roce 1919 přerušil studium medicíny a kvůli svému otci, který si to přál, nastoupil na práva na Univerzitu Karlovu. Roku 1922 ukončil studium a nepřihlásil se k závěrečné státní zkoušce. Od roku 1919 až do roku 1922 pravidelně navštěvoval po dobu tří semestrů jako posluchač přednášky dějin umění a filosofie na Filosofické fakultě Karlovy Univerzity. (Dufek, 2003, s. 34 – 36)

Již z výše zmíněného textu vyplývá, že Jaromír Funke byl velmi chytrým, nadaným a všestranně založenou kulturní osobností. Miloval hudbu, film, výtvarné umění a divadlo. Po celý svůj život byl opravdovým a vášnivým čtenářem beletrie, poezie, o novém i starém výtvarném umění, o hudbě a také v neposlední řadě čtenářem publikací o kultuře a její historii. Mimo jiné navštěvoval v Praze výstavy moderního umění. Roku 1921-1923 navštívil výstavy Archipenka, Devětsilu, Picassa, Trdošijných či francouzského nového umění. Prostřednictvím zahraničních a domácích avantgardních revuí mohl sledovat nové umění jak u nás, tak i ve světě. Uměl velmi dobře mluvit francouzsky, ale také se domluvil i německy. (Dufek, 2003, s. 37)

Jaromír Funke se pokoušel také o malbu před svou kariérou fotografa. Přiznal, že se chtěl být malířem, ale vzhledem k tomu, že neuměl malovat ani kreslit a měl velkou potřebu se nějakým způsobem výtvarně vyjádřit, začal fotografovat. Je důležité zmínit, že trval a zastával názor ten, že fotografie je také výtvarné umění. (Dufek, 2003, s. 40)

Jaromír Funke měl mnoho kolínských kamarádů a přátel. Neměli bychom v první řadě zapomenout na Rudolfa Mazucha, pozorudného malíře a na Zdenka Rykra, který patří mezi nejvýznamnější české vizuální umělce. Rudolf Mazuch se narodil roku 1891 a zemřel v roce 1920, dožil se tak pouhých 29 let. Rudolf Mazuch byl vyučeným fotografem, ale také byl velmi šikovným, nadaným a talentovaným malířem, ale bohužel díky brzkému úmrtí se mu nepodařilo zařadit mezi nejvíce uznávané české umělce v první polovině 20. století. Jaromír Funke pronesl smuteční projev na jeho pohřbu, který nebyl dochován. Mazuch i Rykr Jaromíra Funkeho portrétoval. Zdenek Rykr, který se narodil roku 1900 a zemřel v roce 1940 ve svých čtyřiceti letech, někdy navrhoval kostýmy a masky na karneval, které byly určeny pro sezónu v Kolíně. (Dufek, 2003, s. 42)

Je dosti možné, že právě díky tomuto později Jaromír Funke vytvořil slavnou fotografii, která má dosavadní úspěch s názvem Po karnevalu z roku 1924. Svého dobrého přítele pan Rykr portrétoval v určitém stylu, stylu syntetického kubismu. Jaromír Funke na oplátku Rykra také fotografoval, mimo jiné fotografoval i jeho kubistické sošky a obrazy, začleňoval je chytrým způsobem do svého vytvořeného zátiší, která vždy výhradně sestavoval pomocí moderních věcí a předmětů. Již v tuto dobu byl Jaromír Funke zamilován do moderního umění a jeho kamarád Rykr byl jeden z prvních umělců mimo Prahu, který vždy věděl, co je nového a co se děje v Paříži, která měla velký vliv na většinu avantgardních umělců u nás. Jaromír Funke s panem Rykrem společně studovali dějiny umění v Praze. (Dufek, 2003, s. 42- 43)

Rykr nebyl jen ilustrátorem, malířem a scénografem v Národním divadle, ale také pracoval jako uznávaný reklamní grafik. Jeho nejvýznamnější spoluprací byla spolupráce se známou firmou Orion, pro firmu Orion vytvořil dodnes známé a užívané logo s modrou hvězdou. Roku 1923 vymyslel a vytvořil celý obal Kofily, který se

nezměnil prakticky až do 80. let 20. století, dnes ho můžeme vidět v mírně upravené a modernější verzi. Stejně jako Funke a Mazuch i pan Rykr předčasně zemřel. Dalším dobrým přítelem Jaromíra Funkeho byl Otakar Štorch-Marien, který se narodil v roce 1897 a zemřel roku 1974, společně chtěl s Jaromírem Funkem založit své nakladatelství. Funkemu se ale bohužel nepovedlo přesvědčit otce, aby mu pomohl s potřebnými náklady pro vysněné podnikání. Nakonec splnil přání otce a studoval práva. Štorch-Marien zanedlouho založil jedno z českých nejslavnějších nakladatelství, které neslo název Aventinum, následně se stal podporovatelem a mecenášem moderního umění. Kromě svého přítele Jaromíra Funkeho podporoval také i jiné umělce. (Dufek, 2003, s. 52)

4.2.1 TVORBA JAROMÍRA FUNKEHO

Jaromír Funke obdržel svůj vlastní první fotoaparát, když mu bylo pouhých dvanáct let, ale používal ho jenom občas. Intenzivně se začal zabývat fotografií až v roce 1920. Nejprve se věnoval fotografování krajiny a zanedlouho také fotografoval zátiší. Fotografie vytvořené v této době ještě stále navazovaly a pokračovaly v tradici, která se zaměřovala na estetiku secesního piktorialismu. Úplně výjimečné a neobvyklé postavení v tomto daném směru zaujmul fotografický soubor z roku 1921, kdy ve věcném a neromantickém záběru Kolína dominují periferie, továrny a prázdné ulice. Tyto fotografie ještě nebyly nikde vystavovány, ale Jaromír Funke si je vkládal do svého alba, fotografie takhle zaměřené ukazovaly, že Jaromír Funke měl velký a mimořádný smysl pro jakousi fotogenii objektu, která měla zcela jistě velkou a klíčovou roli v jeho následující tvorbě. (Dufek, 2003, s. 64)

Roku 1921 se konala v Praze výstava, pana Drahomíra Josefa Růžičky, který určitým způsobem zastupoval americkou puristickou školu, která měla velký vliv na spoustu českých fotografů. Jaromír Funke s Drahomírem Josefem Růžičkou sdílel určité pravidla a zásady daného purismu, zcela odmítal tisky manipulovatelné. Vyžadoval a zastával ostrou kresbu, byl tedy zcela proti jakési módě změkčování jakékoliv optické kresby. A byla to právě ostrá kresba, která se za nějakou dobu ukázala být určitým

kritériem jakési nové a moderní fotografie. Několik variant bychom mohli vidět u první Funkeho kompozice, která je založená na abstraktním detailu, tato kompozice zobrazuje pouze části předmětů, nese název Talíře (1923). Fotografie s názvem Rámy či Spirála, které jsou z roku 1924, patří mezi první diagonální kompozice v Evropě a také jsou to první fotografie nové věcnosti, to platí i pro dílo Staré železo z roku 1925 nebo i pro jiné fotografie, které objevují určitou mechanickou krásu průmyslových objektů a nevzhledných detailů. K této určité nové věcnosti se Jaromír Funke vracel i později ve svých fotografiích, které byly plné dynamiky. Jak už ve fotografiích architektury, tak i portrétech a v aktech. (Dufek, 2003, s. 64 – 65)

Roku 1923 začal Jaromír Funke fotografovat a tvořit první zátiší, která se za nějakou dobu stala hlavní stránkou jeho umělecké tvorby. V těchto zátiších bychom mohli pozorovat například nové knihy z Francie o moderním umění, kubistickou bustu pana Zdenka Rykra či avantgardní tiskoviny, například dílo s názvem Sborník nové krásy II.

Jaromír Funke začal souběžně prozkoumávat vztah mezi stínem, světlem a předmětem. Následně díky tomuto zkoumání jeho tvorba vyústila v určitých nefigurálních stínohrách. Na úplném začátku kombinoval všelijaké geometrické tvary (obdélníkové plochy, krychle, koule a další), ale také i hmoty, které byly kompaktní (kov, sklo, papír). Dalšími předměty, které fotografoval, byly například talíře, lahve, hadice od vysavače, rámy obrazů. Jeho tvorba byla v souladu s dobou, kde se kladl důraz na přiklání se k jednoduchým tvarům a již zmíněnému konstruktivismu. K nejvíce důležitým zátiším, která se datují k roku 1923, patří dílo s názvem Fotografická konstrukce. I když má toto dílo určitý charakter zátiší, tak Jaromír Funke ukazuje pomocí geometrických tvarů, že se nejedná o jakýkoliv popis reality či skutečnosti. (Dufek, 2003, 67 – 71)

V roce 1924 se u Jaromíra Funkeho začínají objevovat diagonální kompozice. Kompozice, které byly tvořeny do uhlopříčky, se u něho uplatňovaly především u fotografií krajín a architektury, ale dokonce i ve fotografiích, které byly sociálně laděné z Podkarpatské Rusi. Ve vybraných obdobích ustupoval od diagonálního principu kompozice k odlišnému druhu, ale tak i tak se Jaromír Funke k dynamické diagonále vracel po celý svůj život. (Dufek, 2003, 72)

Ve dvacátých a třicátých letech uplatňoval své velmi oblíbené diagonály i v portrétu. Za nedlouho se stal známým a velmi vyhledávaným fotografem zaměřený i na portréty, jeho uznávané portréty ho doprovázely do konce jeho života. Fotografoval jak své přátelé i známé, ale také i osobnosti politického a kulturního života. Kupříkladu vytvořil portréty Josefa Sudka, Eugena Wiškovského nebo i portréty malíře Františka Tichého. Pro Funkeho nebyla tvář jen kompoziční výzvou, ale také i určitou studií výrazu.

Dalším důležitým dílem, které Jaromír Funke vytvořil, je proslulý fotografický snímek s názvem *Po karnevalu* z roku 1924, můžeme zde vidět již zmíněnou diagonální kompozici, na snímku můžeme vidět dvě tváře žen, které mají na sobě karnevalový kostým, jednou z nich je budoucí Funkeho milovaná manželka. Velmi důležitým stylizačním prvkem pro tuto fotografii je určité zpochybnění orientace v prostoru, když se na fotografii podíváme z blízka, tak si nejsme jisti, zdali ženy stojí u nějaké zdi či leží na zemi. Za zmínku stojí určitě další fotografický snímek s názvem *Akt*, který je z roku 1927, v tomto snímku se prolíná diagonální kompozice s jasným a podrobným popisem viditelné husí kůže a také tvář ženy. Známým dílem je také snímek s názvem *Detail a muž* z roku 1926, kde bychom mohli vidět Eugena Wiškovského, je zde vidět snová kompozice surrealismu a konstruktivismu.

(Dufek, 2003, 75 – 78)

Jaromír Funke a jeho specifická tvorba má úplně mimořádnou pozici v nové fotografii, Funke patřil mimo jiné také k průkopníkům nové věcnosti. Až na pár nepublikovatelných fotogramů a brzké ušlechtilé a piktorialistické tisky vždy zcela dbal na zachování zásady přímé fotografie. Vždy pracoval na tom, aby jeho myšlenka byla vždy v cyklech a minimálně ve dvou určitých směrech, jenom tak se mu povedlo z tématu vytěžit úplné maximum. Ve dvacátých letech 20. století jeho snímky vyjadřují jakousi dvojí tvář abstraktní fotografie a fotografie nové věcnosti. Později Jaromír Funke opustil svět stínů a vrátil se už napořád k předmětnému světu.

(Dufek, 2003, 78 – 81)

4.3 JAROSLAV RÖSSLER

Jaroslav Rössler se narodil 25. května roku 1902 a zemřel roku 1990 v Praze. Byl citlivým, uzavřeným a nenápadným chlapcem, kterému to ve škole nešlo, ale i přesto se stal učedníkem úspěšného a známého fotografa, Františka Drtikola. Do ateliéru Františka Drtikola poprvé přišel 1. 9. 1917. K seznámení se slavným fotografem došlo až po ukončení války, roku 1918. Na začátku svého učení se k fotografování jako takovému skoro nedostal. Jeho mistr František Drtikol obstaral skoro veškerou práci a zcela výjimečně jej mohl zastoupit spolumajitel fotografického ateliéru Augustin Škarda nebo někdo, kdo měl už nějaké větší zkušenosti s focením. Tento fakt nejspíše přispěl k tomu, že Jaroslav Rössler ve své pozdější kariéře fotografa, dával spíše přednost statickým objektům, portrét ho příliš nenadchnul a tak se jím nezabýval.

František Drtikol ovlivnil výrazně a zcela nepochybně tvorbu Jaroslava Rösslera. Jaroslav Rössler s ním ve velkém sdílel určitý zájem o tvárné složité procesy, především bromolejotisk, dále Drtikolův vliv na Rösslera můžeme pozorovat i ve vybraných portrétních snímcích. Stejně jako jeho mistr František Drtikol se mimo fotografování také zabíral kreslením. Vzhledem k značnému množství dochovaných kreseb je vidět, že Jaroslav Rössler měl velkou až ohromnou potřebu se umělecky vyjadřovat i jiným způsobem nežli fotografií. Dokázal včleňovat fotografie do kresby a naopak i texty včleňovat do fotografie, tohle vše také občas opakovaně zkopíroval a použil někde jinde, takže není možné říci a identifikovat určitý tvůrčí postup.

(Moucha, 2014, s. 7 – 9)

Velmi dobrým příkladem, kde můžeme vidět kombinovanou techniku, je dílo s názvem *Orre Tarraco*, je to portrét a patří mezi jeho nejznámější díla. Toto dílo bylo vytvořeno roku 1922 či 1923, jedná se o imaginární portrét, který byl zrealizován podle představy autora. Během 60. a 70. let pomalu ale jistě začal vzrůstat obdiv a hlavně i zájem o jeho volnou tvorbu. Občas se i dokonce začaly objevovat jeho snímky dokonce i v tisku. Poprvé pan Jaroslav Rössler uspořádal svou soubornou výstavu v roce 1968 v Praze. Tuto jeho výstavu navštívila dokonce i známá historička umění, která se jmenovala Anna Fárová. V 70. letech Anna Fárová získala reprezentativní kompletní soubor děl pana Jaroslava Rösslera, aby jej mohla použít v Uměleckoprůmyslovém muzeu v Praze,

kde po nějaké době byla jeho díla vystavována vedle nejúspěšnějších fotografů u nás, ať už to byl Jaromír Funke, Josef Sudek, František Drtikol či Eugen Wiškovský.

(Moucha, 2014, s. 13)

V letech 80. se Jaroslav Rössler dočkal světového uznání. Jeho fotografie se tak dostaly do soukromých i veřejných sbírek ve Spojených státech a samozřejmě i v Evropě. Jeho umělecká tvorba vzbuzovala obrovský obdiv. Jaroslav Rössler umřel 5. ledna roku 1990, sice v pozdní ale v mezinárodní slávě. (Moucha, 2014, s. 13)

Tvorba a umění Jaroslava Rösslera znázorňuje pravděpodobně nejlépe jakýsi příklad značného působení na formování fotografického moderního jazyka a malířské abstrakce. Pro jeho díla jsou také typické určité prvky a postupy abstrakce. Na začátku své tvorby čerpal a vycházel z jasného kubistického konceptu, ten můžeme i najít v jeho kresbách na počátku jeho tvorby. Na příklad ve fotografickém snímku *Opus I* z roku 1919 jsou plochy, které se překrývají tvořeny dvěma kartony ve tvaru trojúhelníku a na diagonálních stranách je vidět členěný prostor, který je vytvořen na způsob malby kubistické. Tato daná specifická metoda Jaroslava Rösslera dovedla k častému vytvoření zátiší, které bylo abstraktní a tvořena z kartonu, které následně fotografoval. Jeho tvorba je typická tím, že slučuje všelijaké určité styly. V té samé době, kdy se ještě stále velmi zajímal o expresionismus, piktorialismus a symbolismus, tvořil fotografické snímky, v kterých jedinými hlavními motivy byly pouze výrazné tvary a linie. Na fotografiích často nelze zcela poznat, co je ve skutečnosti fotografováno. Jeho známým dílem, kde můžeme najít minimalistické a elementární motivy je dílo s názvem *Světlík*, toto dílo vzniklo ve více variantách v roce 1923. (Moucha, 2014, s. 17)

Na mnoha fotografiích můžeme pozorovat, že Jaroslav Rössler kombinoval geometrické vystřižené tvary, které byly vytvořené z bílých a černých lepenek, různých papírů a jiných všelijakých materiálů spojené s jednoduchými předměty, třeba se svíčkou, skleničkou na víno, popelníkem, také zde byly i rozhlasové přijímače či různé součástky. K vytvořeným vrcholným dílům Jaroslava Rösslera se řadí světelné abstrakce z roku 1923 až do roku 1925. Jedná se fotografické snímky, kde se nacházejí trojrozměrně působící světelné obrazce na velmi tmavém pozadí. Jaroslav Rössler byl jeden z prvních známých a úspěšných fotografů u nás, dokázal to, že postavil světlo do

středu zájmu, které mělo hlavní roli. Nešlo již jen o jakousi světelnou náladu, kterou můžeme znát ze secesního piktorialismu či z impresionistického, ale šlo především o světlo, které zastávalo hlavní motiv. (Moucha, 2014, s. 21- 25)

Jaroslav Rössler byl jedním z prvních českých známých fotografů, kteří využívali techniku fotogramu. Více se tomuto charakteru umělecké tvorby věnoval v druhé polovině dvacátých let. V té stejné době kombinoval techniku olejotiskového štětce s fotogramem. Jaroslav Rössler tak vytvořil nejspíš první kombinaci fotogramu a fotografie, která byla později nazývána jako foto-fotogram. Bohužel se Rösslerova tvorba fotogramů dochovala pouze v celkem malém měřítku. (Moucha, 2014, s. 26)

Během toho, co se objevily prvotní známé abstraktní obrazy v českém malířství již před první světovou válkou, v české fotografii bychom mohli vidět tento určitý charakter uměleckého projevu až ve fotografiích Jaroslava Rösslera v roce 1922 až 1924. Vybrané snímky použil v roce 1925 do svých známých koláží, které byly nazvány *Fotografie*. Snímky nalepil na velký papír a doplňoval je černými vystřiženými pruhy a také podpisy. U díla *Fotografie I* lze říct, že jde také navíc o aplikování zcela jasné fotomontáže, která byla vytvořena ze dvou fotografických snímků objektů geometrického tvaru vystřižených z lepenky. Toto vše ukazuje na značnou multimediálnost jeho umělecké tvorby. (Moucha, 2014, s. 30)

Roku 1923 Jaroslav Rössler vstoupil do Devětsilu. V roce 1925 bychom už mohli vidět jeho práce v určitých publikacích avantgardní skupiny Devětsil, další rok už byly také vystavovány. Vzhledem k tomu, že Jaroslav Rössler byl zcela introvertní povahy, komunikoval s dalšími členy Devětsilu velmi zřídka, ale i přesto jeho tvorbu ovlivnili, nejvíce bychom to mohli pozorovat na jeho známých obrazových básních. Nevyzkoušel tak pouze metody, které byly běžně používané, ale také vyzkoušel ojedinělou metodu bromolejového přetisku, kde jednotlivé obrazy, které byly z několika určitých matic, obtiskoval do montáže. Zhodnotil tak velmi cenné zkušenosti, které načerpal u pana Fratiška Drtikola a v jeho ateliéru.

Jaroslav Rössler byl velmi manuálně a technicky nadaný. Během svého života mimo jiné sestavoval i amatérská rádia, byl totiž touto přelomovou novinkou zcela uchvácen. Jak už bylo zmíněno výše, v polovině 20. Let se vytvořilo mnoho fotomontáží, koláží a fotografií, která nesla tematiku rádia. Například autoportréty s rádiem, které najdeme i Rösslerově pozdější tvorbě, dále také na příklad snímky rozhlasových přijímačů a další díla s touto tematikou. Vytvořil velmi velkou řadu svých popisných záběrů, které se zaměřovaly na rádia. Z pár negativů a díky pomoci fotomontáže sestavil neuvěřitelně působivou kompozici s názvem *Radio World*, která byla z roku 1924, tato kompozice zcela přesně ukazuje ten hlavní proud zaměřený na reklamu a fotografii nové věcnosti. Vyfotografoval například i dokonce sám sebe se sluchátky a rádiem v pozadí. Jaroslav Rössler používal ve svých minimalistických kompozicích, které byly vytvářeny v exteriéru, například fragmenty telefonních drátů a izolátorů, ale také i například detaily částí konstrukce z ocele Petřínské rozhledny v Praze. Dále objevoval spoustu dalších estetických všelijakých hodnot a všelijakých technických objektů, kupříkladu železné konstrukce, koleje, telefonní dráty či kola lokomotivy. Často se také objevovaly fragmenty rozhlasových žárovek a kondenzátorů. Roku 1926 vznikla také řada působivých koláží, kde bychom mohli pozorovat například mrakodrapy, letadla či gramofonové desky. Velmi působivé a zdařilé dílo, kde můžeme vidět pohled na rozhlasovou věž, která má velký a nápaditý nápis, který je typograficky upravený. Toto dílo nese název *Radio Marconi*. (Moucha, 2014, s. 38 – 43)

V roce 1925, kdy Jaroslav Rössler přijel prvně do Paříže, se stále více věnoval a zajímal o možnosti reklamní fotografie, která měla čím dál tím větší význam ve společnosti. Dalo by se říci, že tato tvorba tvoří jeho hlavní část práce, když byl v Paříži po druhé roku 1927 až do roku 1935. V Paříži převážně spolupracoval se studiem, které bylo zcela experimentálně fotograficky zaměřené. Zde vytvořil spoustu úspěšných a kvalitních reklam pro velmi známé firmy, jako například pro automobilku *Citroën* nebo firmy *Shell* či *Michelin*. Jaroslav Rössler zhotovoval své barevné reklamní kompozice za pomoci techniky ušlechtilých fotografických tisků, ty patří mezi nejvzácnější svého druhu. (Moucha, 2014, s. 50 – 54)

Jaroslav Rössler byl zaměstnancem ve *Studios Lorelle* a později i ve *Studios Piaz* či *Luciena Lorella*, ale i přesto si dokázal obhájit svou práci a vytvořit si tak dostatečný prostor pro svou volnou uměleckou tvorbu. Jaroslav Rössler vyzkoušel všelijaké experimenty, které mohl vyzkoušet již ve své volné tvorbě. Experimentů byla velká řada, byly to například různé fotomontáže z více negativů, pohledy, nadhledy, koláže či diagonální kompozice. Jaroslav Rössler měl vždy svou reklamní tvorbu neobvykle moderní a velmi vizuálně komunikativní.

U většiny výtvorů reklamní fotografie jsou zobrazovány zcela jasné statické motivy, velmi zřídka se v nich objevovali živé modelky. Jedna z nejvíce známých fotografií z roku 1931 Jaroslava Rösslera je tomu důkazem, na této fotografii bychom mohli pozorovat čtvercový portrét, který je úhlopříčně komponovaný, tento portrét byl prostřednictvím použití fotomontáže dvou negativů přidělen k fotografii papírů s namalovaným kruhem. Jaroslav Rössler byl tím svým výtvozem natolik zaujat, že z něho udělal rozsáhlou řadu fotomontáží. (Moucha, 2014, s. 60)

Jakmile se Jaroslav Rössler vrátil z Paříže roku 1935, tak se na nějakou dobu umělecky odmlčel. K oblíbené volné fotografické tvorbě se vrátil až na konci 50. let. O malbu se už nezajímal a nevěnoval se jí, kresbě se věnoval příležitostně při automatickém kreslení. (Moucha, 2014, s. 62)

V 50. a 60. letech u Jaroslava Rösslera a v jeho tvorbě dominantně a zcela převládaly motivy, které byly statické, ale je důležité zmínit, že skoro nikdy nešlo o jednoduché zobrazení. Šlo o fotografie, které byly silně a velmi pečlivě stylizované, ve kterých byly pracně aplikovány všelijaké speciální postupy. Jaroslav Rössler velmi často spojil zobrazený motiv s odrazem ze zrcadla buď s pomocí skleněného hranolu, který dal přímo před objektiv nebo souběžně zvětšil negativ a i stranově obrácené kopie. (Moucha, 2014, s. 67)

V 60. letech bychom se mohli také setkat s fotografiemi, na kterých byly zrcadlově dublované motivy a všelijaké grafikou stylizované určité abstraktní kompozice. Kupříkladu snímek nesoucí název *Variace* z roku 1966, kde bychom mohli pozorovat

značně rozvíjející se geometrické principy abstrakce, pracuje se zde velmi s výraznými tvary lichoběžníků, obdélníků či například kosočtverců a všechny tyto všelijaké tvary jsou uspořádány do velmi působivých konstelací. V dalších dílech měla důležitou roli také čísla a písmena, například u známého díla s názvem *Báseň*, které je z roku 1964. (Moucha, 2014, s. 70)

Jaroslav Rössler pokračoval ve vytváření imaginativních kompozic, používal k tomu všelijaké speciální postupy, jako je kupříkladu *kombinace fotogramů* a fotografií, *fotomontáž*, *pseudosolizace*, změna tonality či fotomontáž. V roce 1967 začal vytvářet barevné fotografické snímky, které vytvářel díky spojení tří různých jednobarevných fólií. Častými motivy pro tento postup byly všelijaké různé detaily náhrobků ze židovského hřbitova nacházejícího se v Praze, tyto se mimo jiné také objevily i ve fotomontážích laděných do černobílé barvy v souboru s názvem *Zahrada života* z roku 1964. Tento motiv potvrzoval zcela velký zájem Jaroslava Rösslera o židovskou tematiku. Jaroslav Rössler a jeho fotografie z pozdějšího období stále pokračují v určité poetice z dvacátých a třicátých let, ale také ojediněle ve spojení s českou i světovou tvorbou. Jaroslav Rössler se energeticky i ve stáří pouštěl do nových všelijakých experimentů. (Moucha, 2014, 80 – 86)

PRAKTICKÁ ČÁST

5 POHLED, VZTAH A POSTOJ STŘEDŠKOLSKÝCH STUDENTŮ K FOTOGRAFII A FOTOGRAFOVÁNÍ

5.1 VÝZKUMNÝ CÍL

Cílem praktické části je zjistit postoje, názory a vnímání středoškolských studentů, vůči fotografii v návaznosti na teoretickou část. Z analýzy dotazníku se autor pokusí zjistit, jestli středoškolští studenti vnímají fotografii převážně jako informativní médium, které se uplatňuje především v reklamě a žurnalistice, či chápou fotografii rovněž jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění.

Práce by měla veřejnosti ukázat, jakým způsobem studenti středních škol vnímají fotografii, jaký mají vztah k samotnému fotografování a k fotografii a jaký je jejich názor.

V praktické části práce bude uvedena analýza dotazníku. Na základě zpracovaných poznatků, získaných při vyhodnocování dotazníku, se autor pokusí vyvrátit nebo potvrdit stanovené hypotézy.

5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY

Před provedením výzkumu si autor stanovil výzkumné otázky:

Vnímají studenti středních škol fotografii převážně jako informativní médium, které se uplatňuje především v reklamě a žurnalistice? Vnímají studenti středních škol fotografii jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění? Rozlišuje většina středoškolských studentů fotografii používanou jako informativní médium, která se používá především v reklamě a v žurnalistice a fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění? Setkávají se studenti středních škol více s fotografií, která je umělecky zaměřená nebo s fotografií informativního charakteru? Je si vědoma

většina středoškolských studentů, kde je uplatňována fotografie informativního typu?
Má většina středoškolských studentů kladný vztah k fotografování a k fotografii?

Na základě výzkumných otázek pak autor formuloval hypotézy:

Hypotéza č. 1: Více než 90% respondentů rozlišuje fotografie na fotografii, která slouží jako informativní médium a na fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění.

Hypotéza č. 2: Většina studentů středních škol má kladný vztah k fotografii a k fotografování.

Hypotéza č. 3: Více než 80% respondentů se setkává nejvíce s fotografií informativního charakteru.

Hypotéza č. 4: Většina respondentů si je vědoma, kde je převážně uplatňována fotografie informativního typu.

Hypotézy jsou odvozeny z obsahu teoretické části a z vlastních poznatků autora.

5.3 VÝZKUMNÝ VZOREK A VÝZKUMNÁ METODIKA

Autor zvolil pro dotazníkové šetření studenty středních škol. Dotazníkového šetření se zúčastnili studenti středních škol, kteří po úspěšném dokončení studia budou mít středoškolské vzdělání s výučním listem nebo středoškolské vzdělání s maturitou. Respondenti jsou ženy i muži, kteří žijí na vesnici i ve městě. Výběr respondentů byl co nejširšího okruhu, aby byl výsledek dotazníkového šetření od všech možných skupin co nejvíce objektivní.

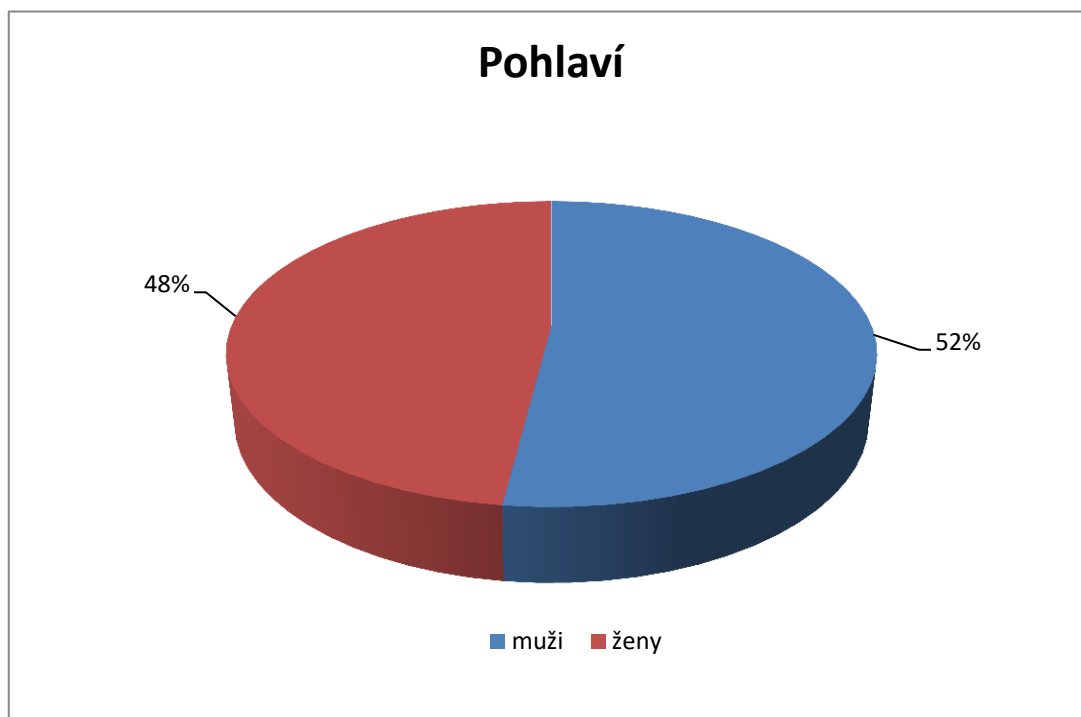
Autor použil kvantitativní metodu dotazníkového šetření. Tuto metodu si autor vybral z důvodu dobré měřitelnosti výsledků a rychlé zpětné vazby. Dotazník vyplnilo 200 respondentů a byl zcela anonymní. V dotazníku byly vždy použity uzavřené otázky. Respondenti odpovídali na 20 otázek a doba vyplnění dotazníku u většiny respondentů nepřesahovala 6 minut.

Dotazník byl distribuován v období 18. 1. – 18. 2. 2018 pomocí internetu, autor sdílel odkaz na sociálních sítích a prostřednictvím e-mailu.

5.4 VÝSLEDKY VÝZKUMU

V této části diplomové práce jsou prezentovány výsledky z průzkumného šetření, které proběhlo dotazníkovou formou. Zpracování statistiky je provedeno pomocí grafů. Otázky jsou zpracovány v absolutní a relativní četnosti. Grafické znázornění je vyjádřeno v hodnotách relativní četnosti, které je uvedeno v procentech. Čísla otázek jsou shodné jako v použitém dotazníku a u každé uvedené otázky je doplňující komentář.

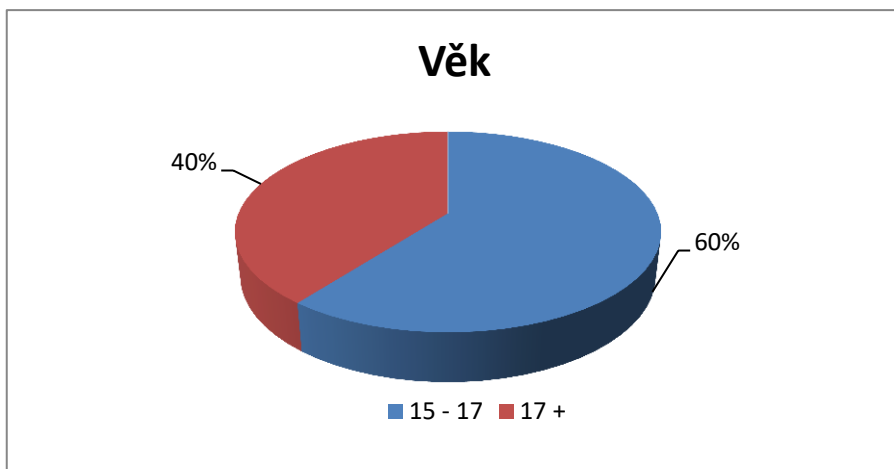
Graf 1: Relativní četnost dotazovaných



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z výsledku dotazníkového šetření autor zjistil, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol vyplnilo dotazník 96 žen (48%) a 104 mužů (52%).

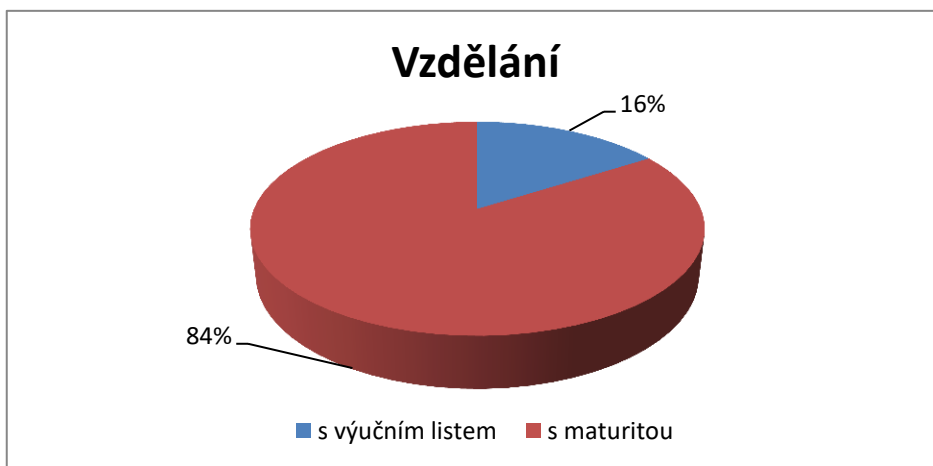
Graf 2: Věková struktura respondentů



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z výsledku dotazníkového šetření autor zjistil, že z celkového počtu 200 oslovených středoškolských studentů vyplnilo 121 (60%) studentů, kteří jsou ve věkové kategorii 15 – 17 let a 79 (40%) studentů, kterým je více jak 17 let.

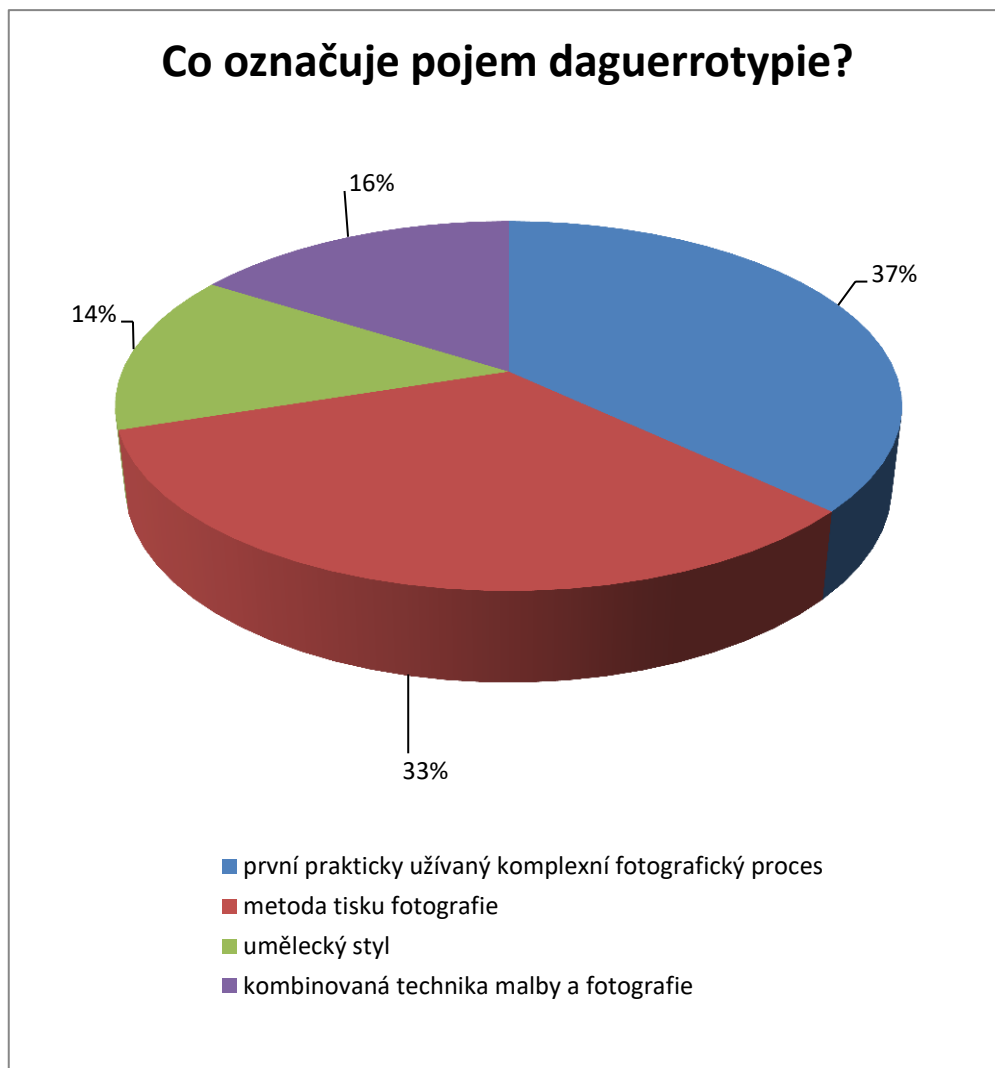
Graf 3: Vzdělání respondentů po úspěšném dokončení studia



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Autor zjistil z výsledků dotazníkového šetření, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol vyplnilo dotazník 32 (16%) studentů, kteří po úspěšném dokončení studia budou mít středoškolské vzdělání s výučním listem a 168 (84%) studentů, kteří budou mít po úspěšném dokončení studia středoškolské vzdělání s maturitou.

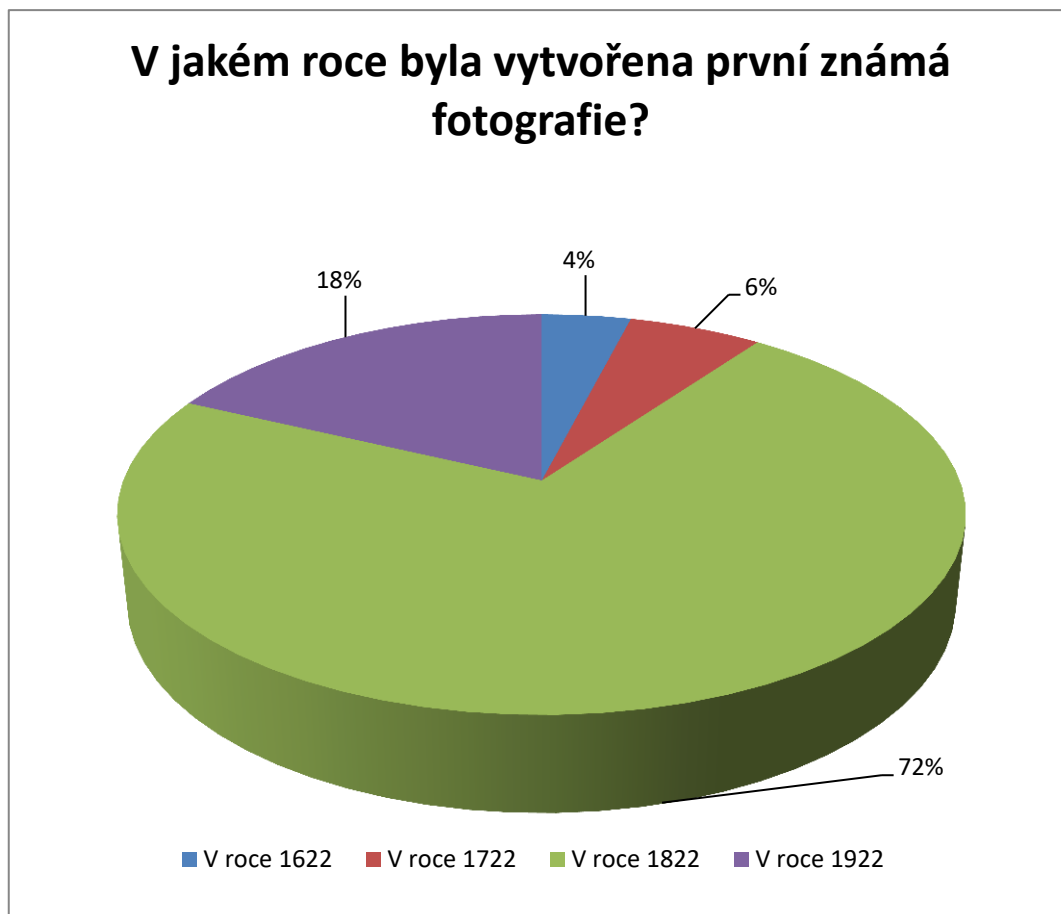
Graf 4: Znalost pojmu daguerrotypie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů uvedlo správnou odpověď 74 (37%) středoškolských studentů, že pojem daguerrotypie označuje první užívaný komplexní fotografický proces. 66 (33%) respondentů odpovědělo, že pojem daguerrotypie označuje určitou metodu tisku fotografie. Dalších 32 (16%) respondentů odpovědělo, že pojem daguerrotypie označuje kombinovanou techniku malby a fotografie. Zbýlých 28 (14%) respondentů odpovědělo na otázku, že pojem daguerrotypie označuje umělecký styl.

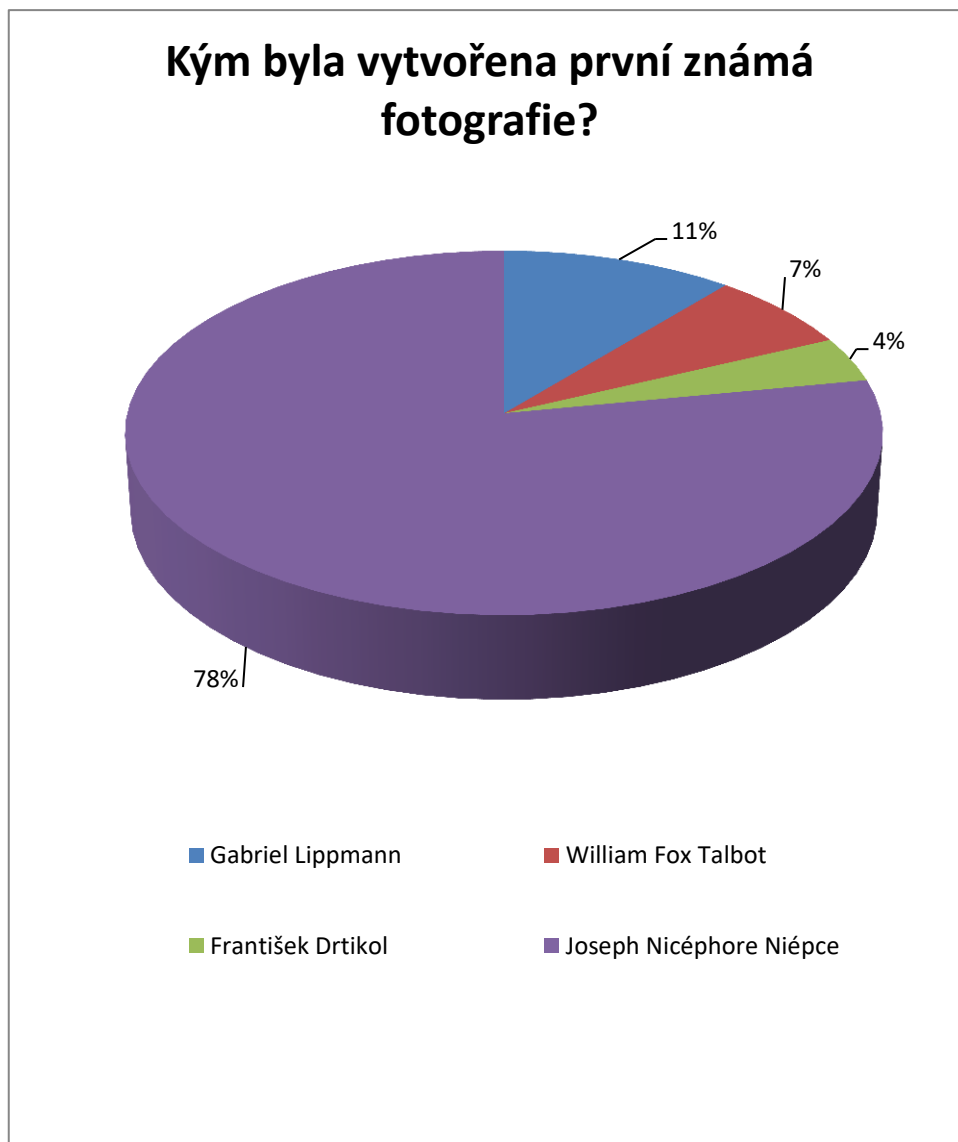
Graf 5: V jakém roce byla vytvořena první známá fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů uvedlo správnou odpověď 144 (72%) studentů středních škol, že první známá fotografie byla vytvořena v roce 1822. Dalších 36 (18%) respondentů odpovědělo na otázku, že první známá fotografie byla vytvořena roku 1922. 12 (6%) respondentů odpovědělo, že první známá fotografie byla vytvořena roku 1722 a zbylých 8 (4%) respondentů odpovědělo, že první známá fotografie byla vytvořena v roce 1622.

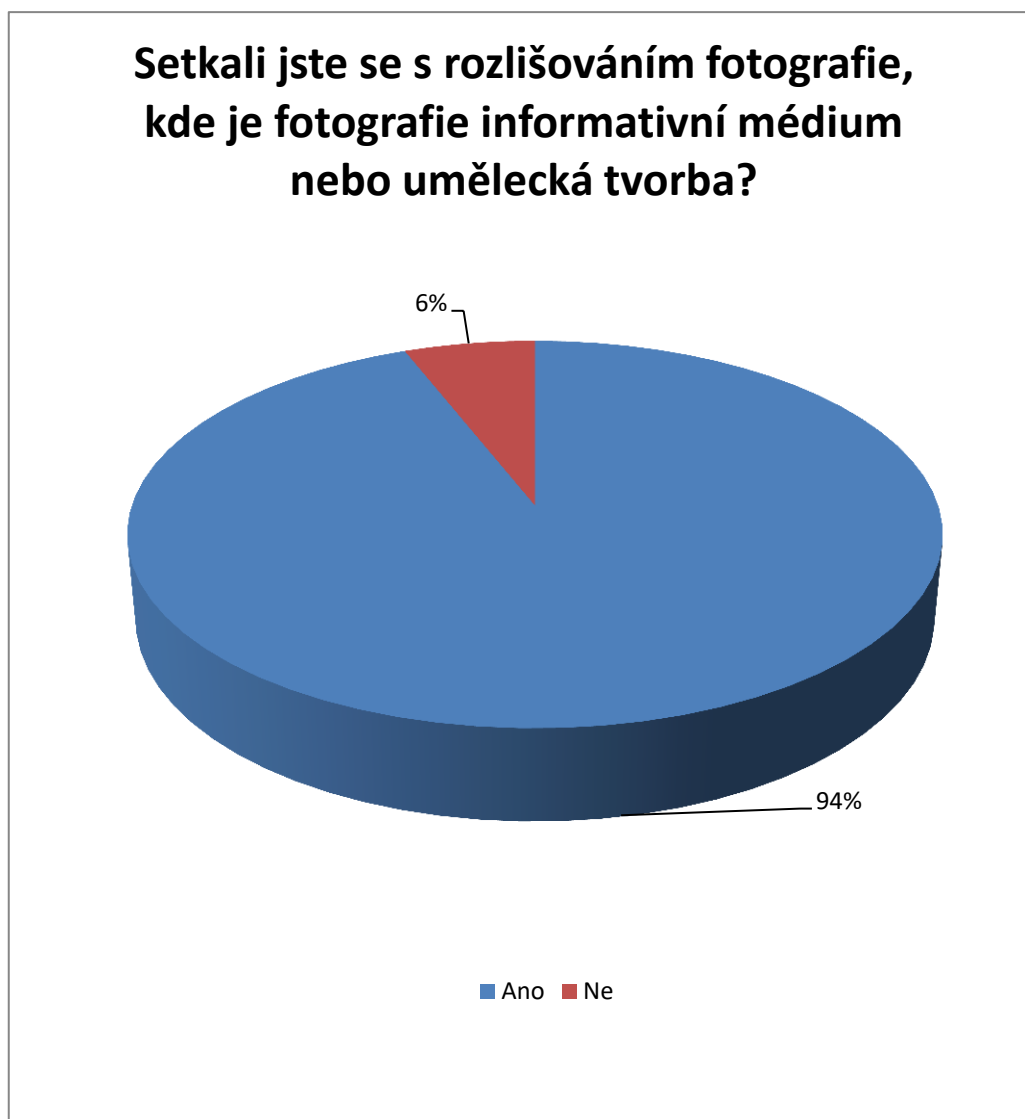
Graf 6: Kým byla vytvořena první známá fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů uvedlo správnou odpověď 156 (78%) studentů středních škol, že první známou fotografií vytvořil vynálezce Joseph Nicéphore Niépce. 22 (11%) respondentů odpovědělo, že první známou fotografií vytvořil Gabriel Lippmann. Dalších 14 (7%) respondentů odpovědělo, že prvním známou fotografií vytvořil William Fox Talbot a zbylých 8 (4%) respondentů odpovědělo na otázku, že první známou fotografií vytvořil František Drtikol.

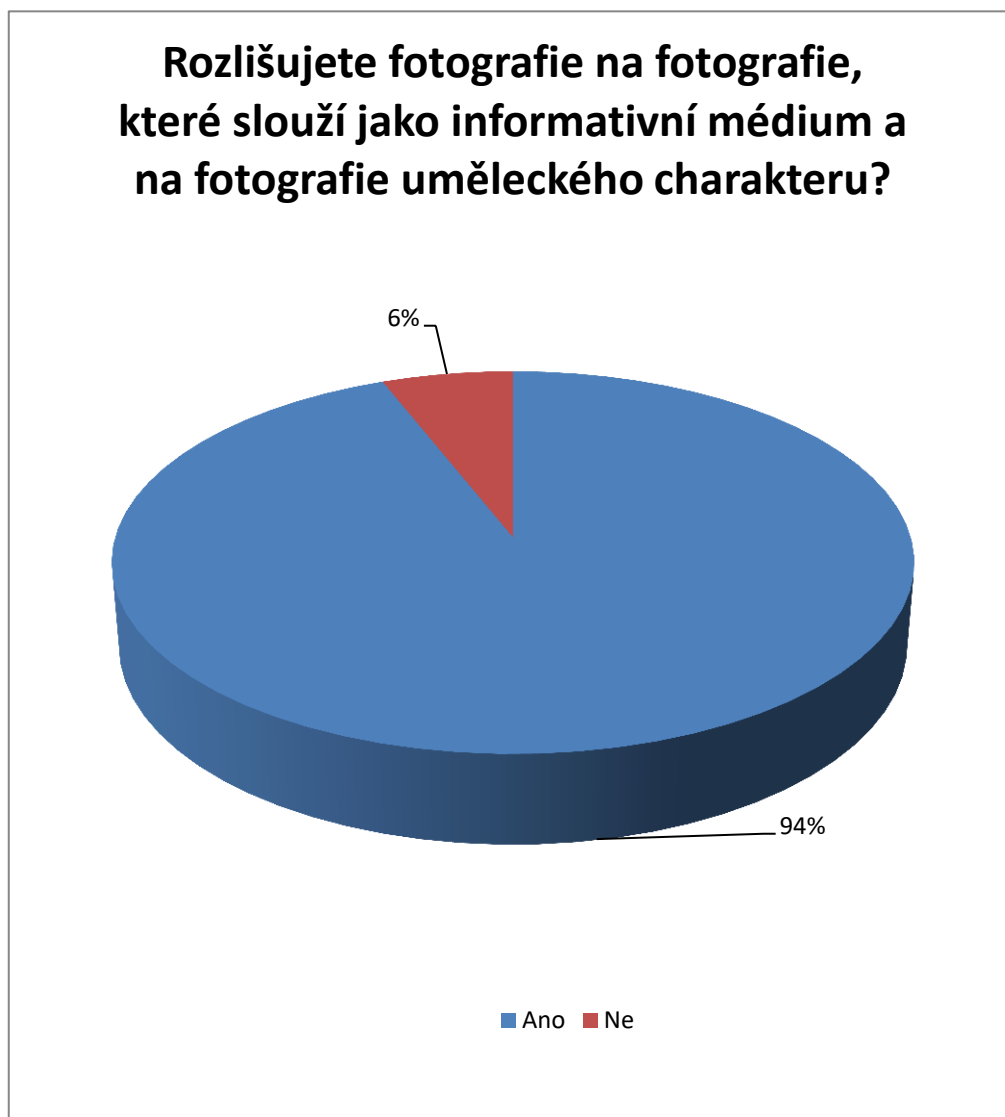
Graf 7: Relativní četnost setkání s rozlišováním fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z výsledku dotazníkového šetření autor zjistil, že z celkového počtu 200 oslovených studentů uvedlo 188 (94%) respondentů, že se už setkali s rozlišováním fotografie, kde je fotografie informativní médium nebo umělecká tvorba. 12 (6%) respondentů uvedlo, že se neseťkalo s rozlišováním fotografie na fotografii, kde je fotografie informativní médium nebo umělecká tvorba.

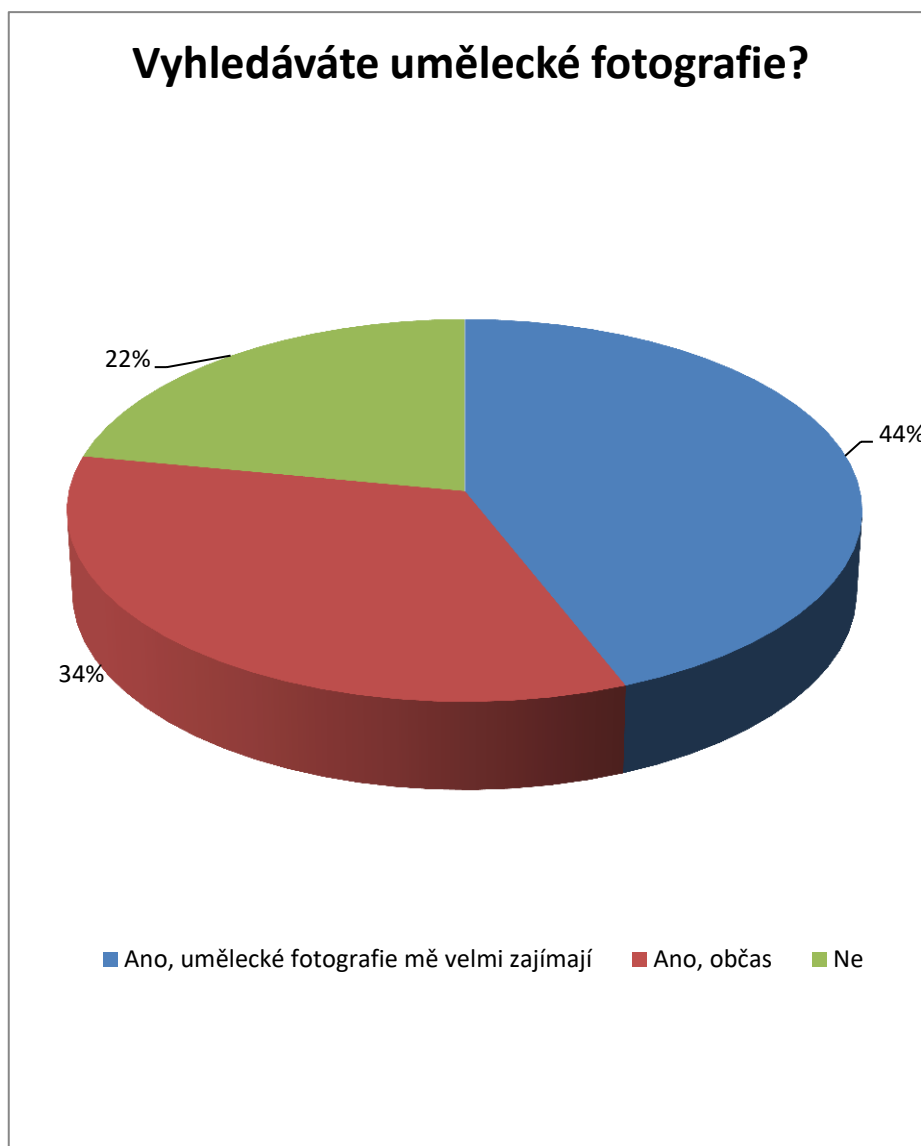
Graf 8: Rozlišení fotografie na fotografii, která slouží jako informativní médium a na fotografii uměleckého charakteru.



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Na grafu můžeme vidět, že valná většina respondentů, tedy 188 (94%) středoškolských studentů rozlišuje fotografie na fotografie, které slouží jako informativní médium a na fotografie uměleckého charakteru. Zbylých 12 (6%) studentů středních škol nerozlišuje fotografie na fotografie, které slouží jako informativní médium a na fotografie uměleckého charakteru.

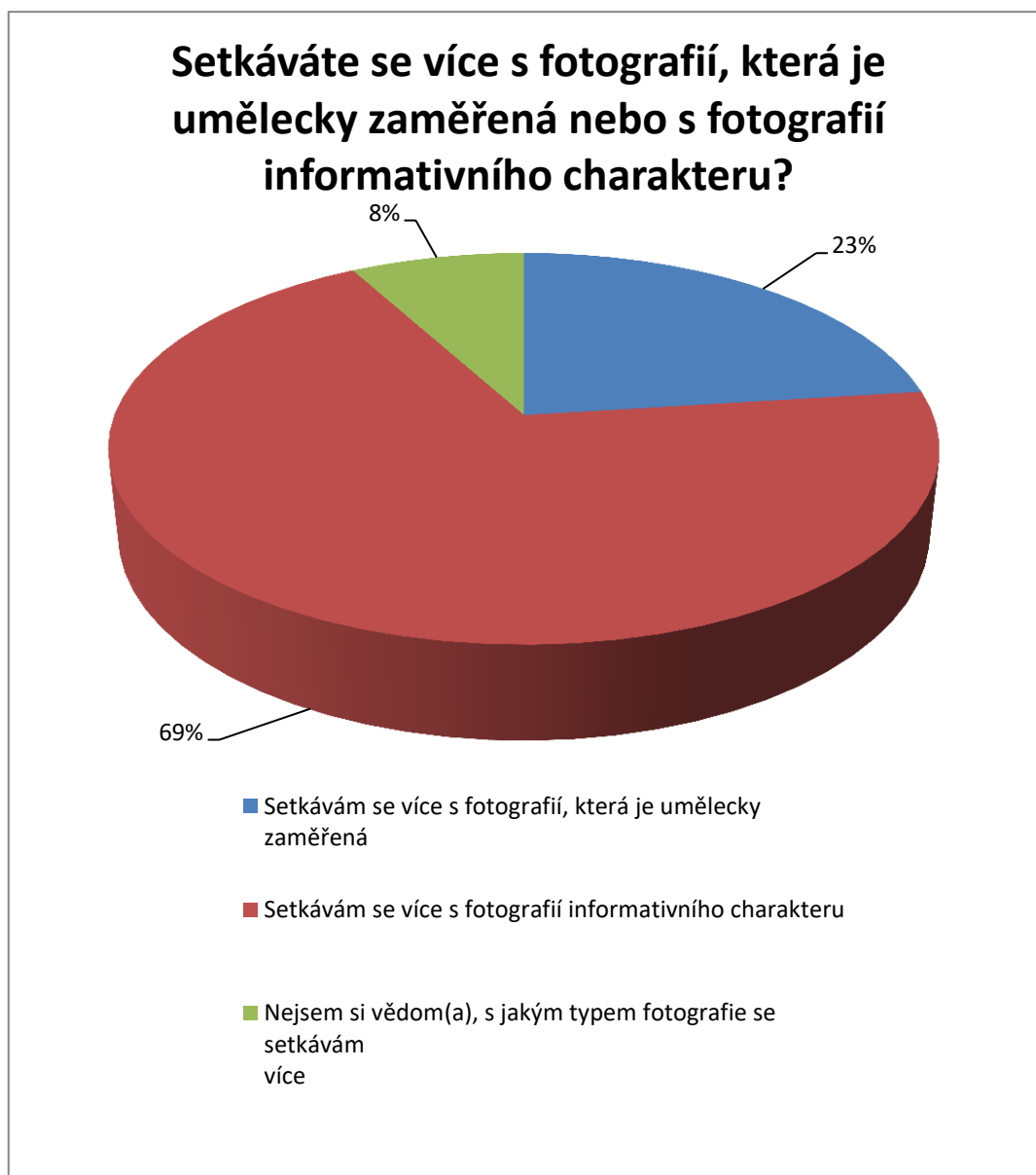
Graf 9: Relativní četnost zájmu o uměleckou fotografii



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Na grafu můžeme vidět, že celkem 88 (44%) respondentů vyhledává umělecké fotografie s velkým zájmem. Dalších 68 (34%) respondentů občas vyhledává umělecké fotografie a zbylých 44 (22%) respondentů umělecké fotografie nevyhledává.

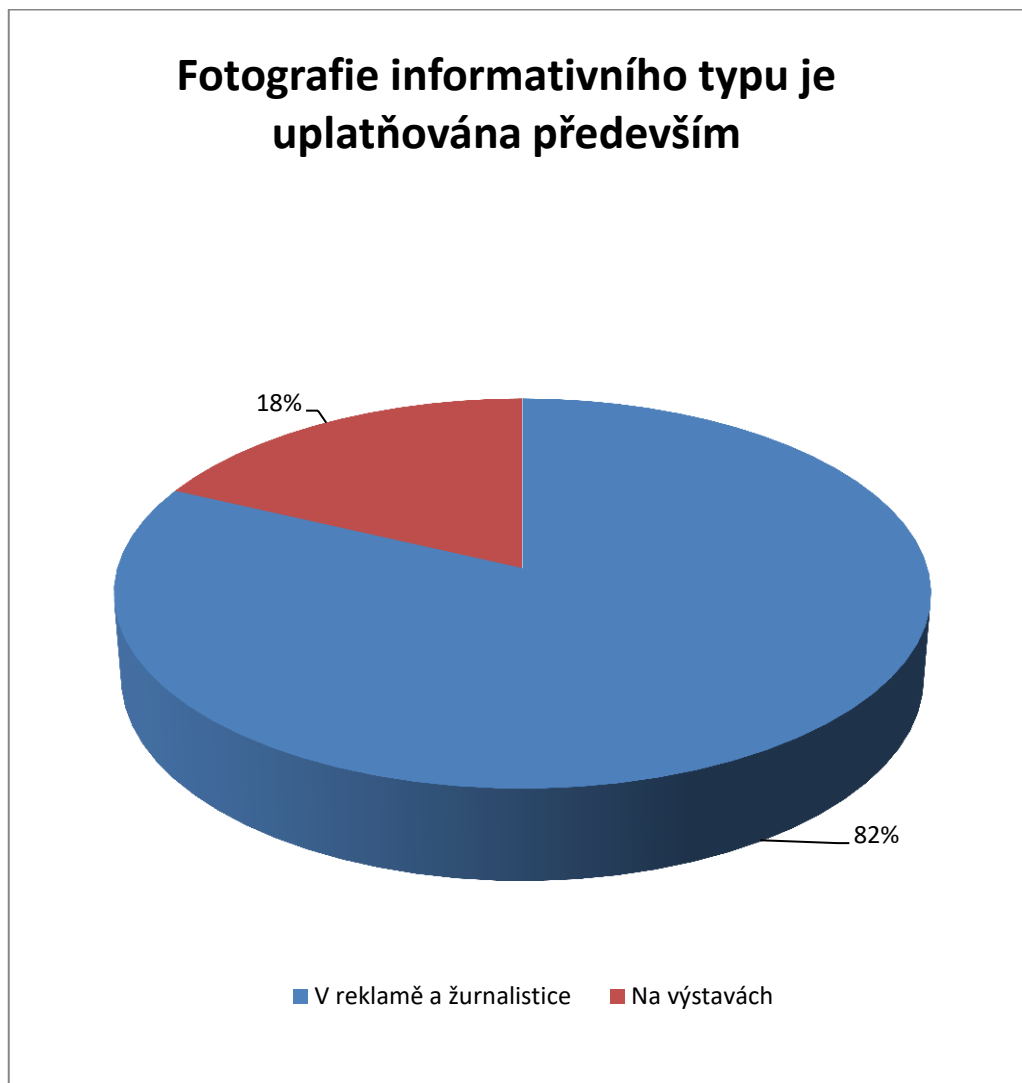
Graf 10: Relativní četnost setkávání se s určitým druhem fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Tento graf znázorňuje, jestli se studenti středních škol setkávají více s fotografií, která je umělecky zaměřená nebo spíše s fotografií, která je informativního charakteru. Nejvíce respondentů odpovědělo na otázku, že se nejvíce setkávají s fotografií informativního charakteru, a to rovných 138 (69%) studentů. 46 (23%) respondentů odpovědělo, že se více setkávají s fotografií, která je umělecky zaměřená a zbylých 16 (8%) respondentů si není vědomo, s jakým typem fotografie se setkávají více.

Graf 11: Kde je především uplatňována fotografie informativního typu



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Na tomto grafu můžeme vidět názor respondentů, kde je především uplatňována fotografie informativního typu. Valná většina odpověděla správně. 164 (82%) respondentů odpovědělo, že fotografie informativního typu je uplatňována především v reklamě a v žurnalistice. Zbýlých 36 (18%) respondentů odpovědělo, že s fotografií informativního typu se můžeme především setkat na výstavách.

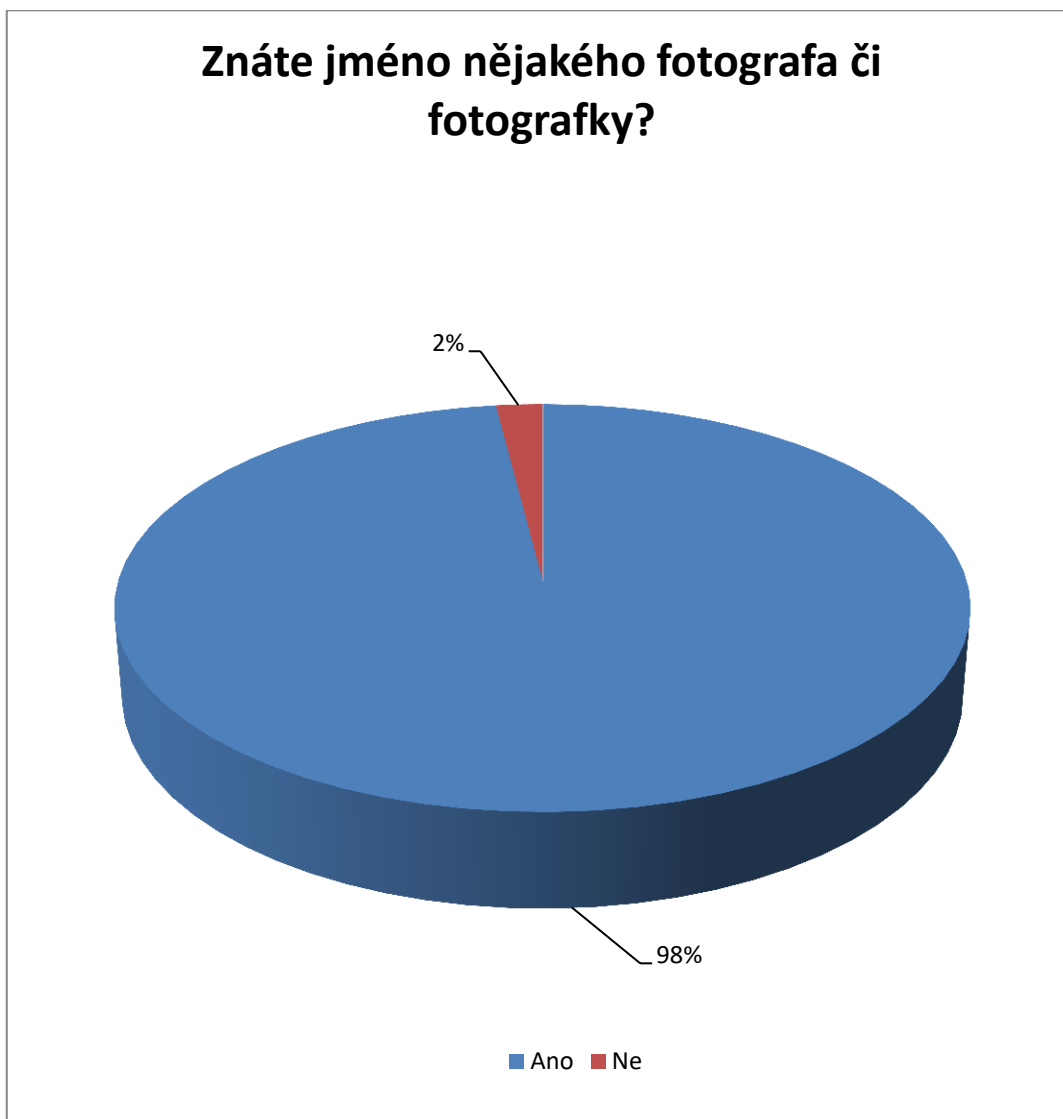
Graf 12: Relativní četnost výskytu umělecké fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z grafu můžeme vyčíst, že valná většina respondentů odpověděla správně. Z celkového počtu respondentů odpovědělo 192 (96%) studentů středních škol, že uměleckou fotografii můžeme vidět především na výstavě. Dalších 6 (3%) respondentů odpovědělo na otázku, že se s uměleckou fotografií setkáme především v novinách a 2 (1%) respondentů odpovědělo, že se s uměleckou fotografií můžeme především setkat v televizi.

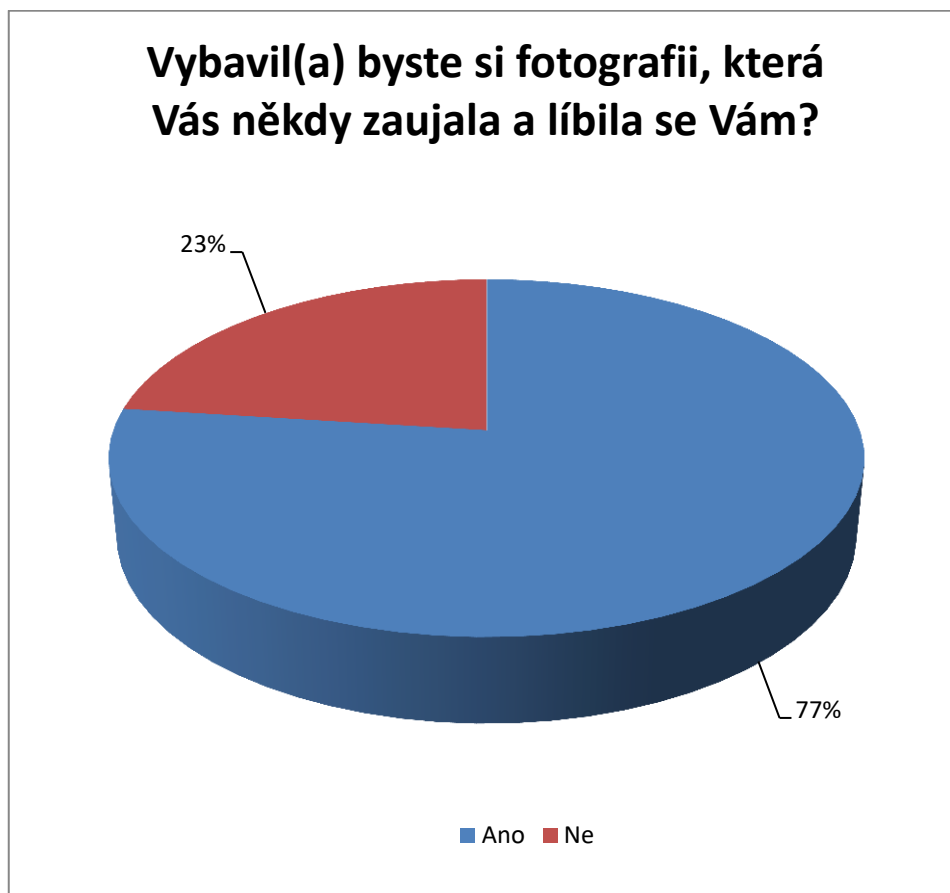
Graf 13: Znalost jména fotografa nebo fotografky



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Tento graf znázorňuje, zdali respondenti znají jméno nějakého fotografa či fotografky. Z grafu můžeme vyčíst, že valná většina nějakou fotografku či fotografa jménem zná. 196 (98%) respondentů odpovědělo, že zná jméno nějakého fotografa či fotografky a zbylých 4 (2%) respondentů odpovědělo na otázku, že neznají žádné jméno fotografa či fotografky.

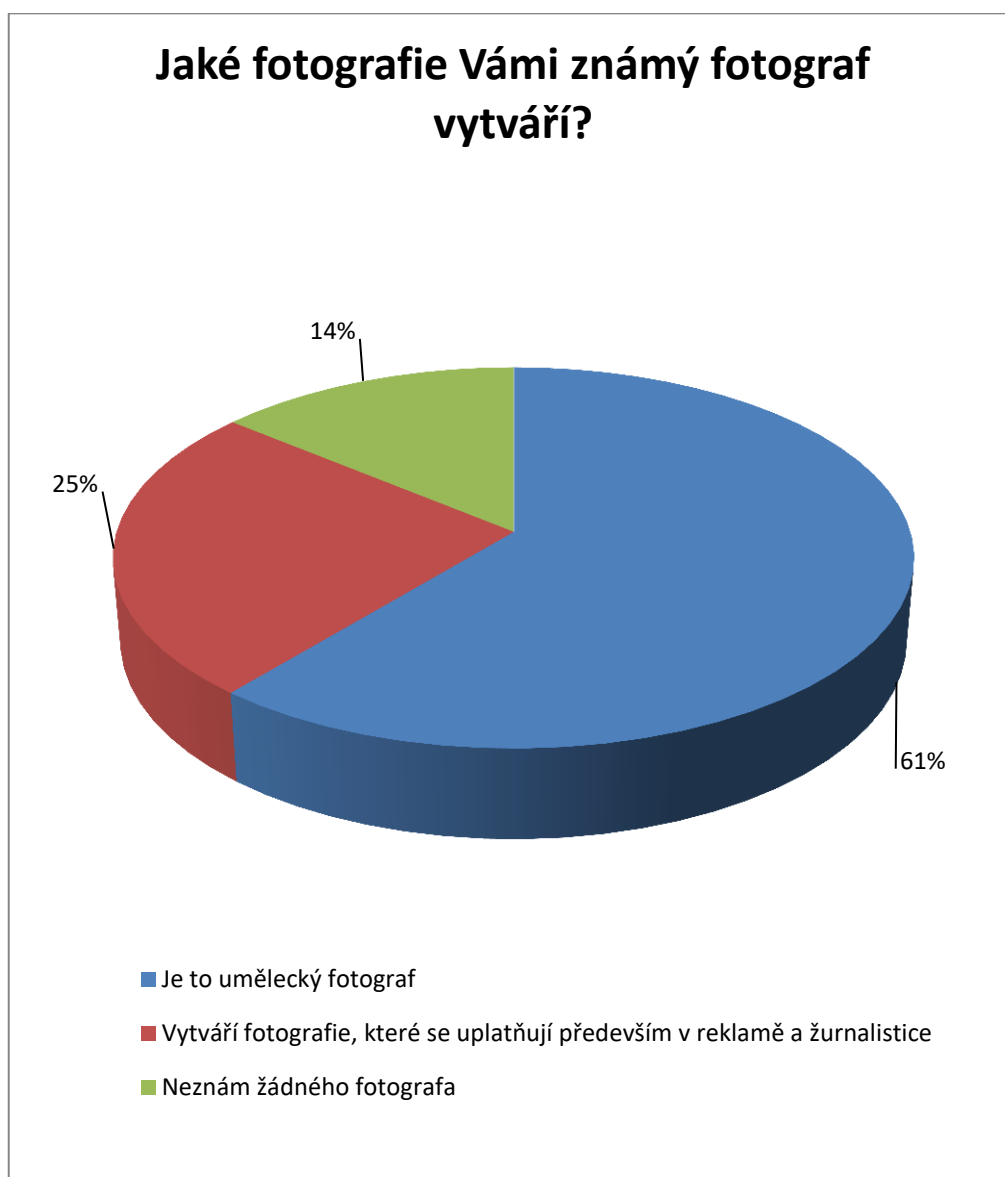
Graf 14: Relativní četnost zalíbení vybavené fotografie



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z výsledku dotazníkového šetření autor zjistil, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol uvedlo 154 (77%) respondentů, že by si vybavili fotografii, která je osobně někdy zaujala a líbila se jim. 46 (23%) respondentů uvedlo, že si nevybaví fotografii, která je někdy zaujala a líbila se jim.

Graf 15: Druh fotografií známého fotografa



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů uvedlo 122 (61%) studentů, že fotograf, kterého znají, vytváří umělecké fotografie. Dalších 50 (25%) respondentů odpovědělo na otázku, že fotograf, kterého znají, vytváří fotografie, které se uplatňují především v reklamě a v žurnalistice a 28 (14%) respondentů odpovědělo, že neznají žádného fotografa.

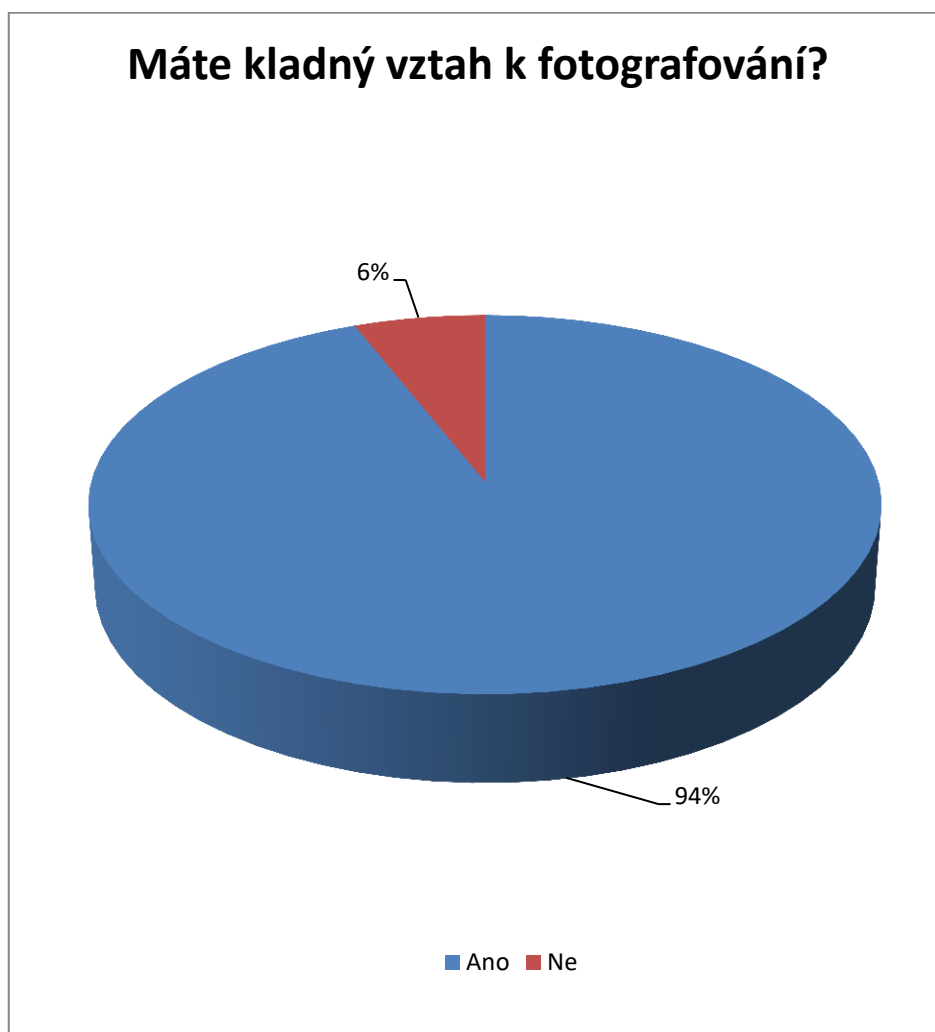
Graf 16: Relativní četnost účasti na výstavě



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů uvedlo 138 (69%) studentů středních škol, že se zúčastnili v minulosti nějaké výstavy, kde mohli spatřit fotografie. 62 (31%) respondentů odpovědělo, že na žádné výstavě, kde by viděli fotografie, v minulosti nebyli.

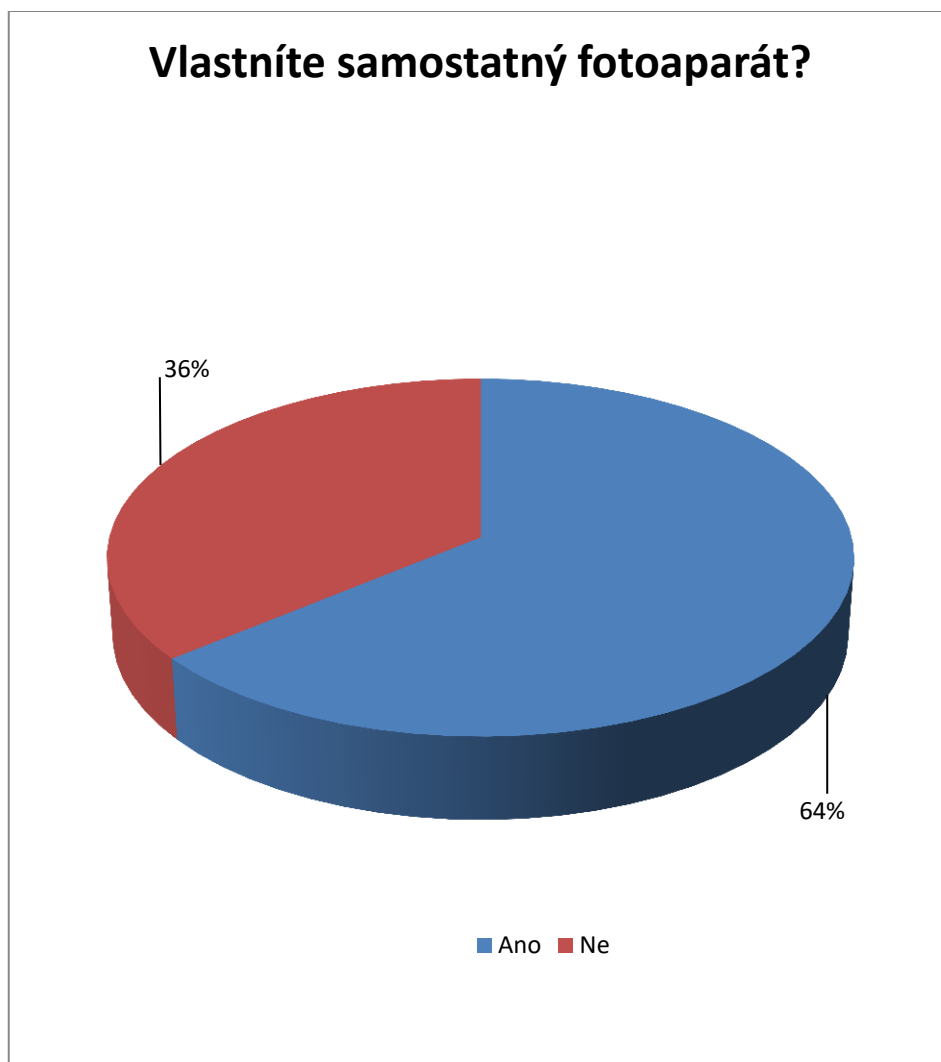
Graf 17: Vztah k fotografování



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Autor zjistil z výsledků dotazníkového šetření, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol má 188 (94%) respondentů kladný vztah k fotografování a 12 (6%) studentů středních škol nemají kladný vztah k fotografování.

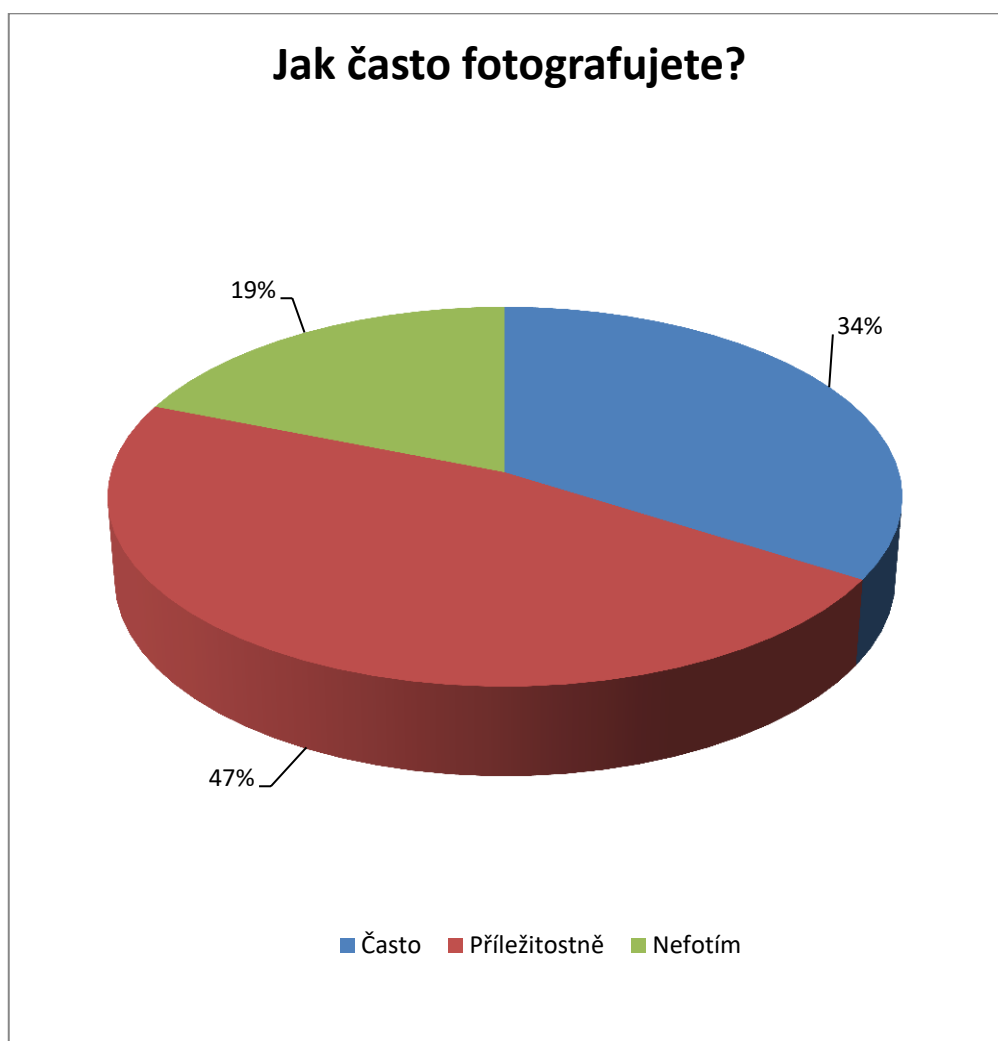
Graf 18: Vlastnictví samostatného fotoaparátu



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Autor zjistil z výsledků dotazníkového šetření, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol vlastní samostatný fotoaparát 128 (64%) respondentů a dalších 72 (36%) studentů nevlastní samostatný fotoaparát.

Graf 19: Častost fotografování



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Na grafu můžeme vidět, že 68 (34%) středoškolských studentů odpovědělo na otázku, že fotografují často. Většina středoškolských studentů odpověděla tak, že fotografují příležitostně, příležitostně fotografuje 94 (47%) respondentů a dalších 38 (19%) respondentů odpovědělo na otázku tak, že nefotografují.

Graf 20: Jaké zařízení pro fotografování většinou respondent používá



Zdroj: Bc. Ondřej Kusák, 2018 (vlastní šetření)

Z grafu můžeme vyčíst, že 138 (69%) respondentů, což je valná většina, fotografuje především svým chytrým zařízením, tedy chytrým telefonem nebo tabletem. Dalších 24 (12%) respondentů fotografuje svým fotoaparát a 38 (19%) středoškolských studentů nefotografuje.

5.5 INTERPRETACE A DISKUZE

Hypotéza č. 1: Více než 90% respondentů rozlišuje fotografie na fotografii, která slouží jako informativní médium a na fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění.

Výsledek dotazníkového šetření ukazuje (viz graf 8), že 188 (94%) středoškolských studentů rozlišuje fotografie na fotografie, které slouží jako informativní médium a na fotografie uměleckého charakteru.

Na základě výsledků dotazníkového šetření, byla hypotéza č. 1 potvrzena

Hypotéza č. 2: Většina studentů středních škol má kladný vztah k fotografii a k fotografování.

Výsledek dotazníkového šetření ukazuje (viz graf 9, 14, 16, 17, 19), že většina středoškolských studentů má kladný vztah k fotografování.

Z grafu 9 můžeme vyčíst, že 88 (44%) respondentů vyhledává umělecké fotografie s velkým zájmem. Dalších 68 (34%) respondentů občas vyhledává umělecké fotografie, z čehož vyplývá, že 156 (78%) respondentů vyhledává alespoň nějakým způsobem umělecké fotografie.

Na grafu 14 můžeme vidět, že z celkového počtu 200 oslovených studentů uvedlo 154 (77%) respondentů, že by si vybavili fotografii, která je někdy zaujala a líbila se jim.

Graf 16 nám ukazuje, že z celkového počtu respondentů uvedlo 138 (69%) studentů středních škol, že se zúčastnili v minulosti nějaké výstavy, kde mohli spatřit fotografie.

Z grafu 17 můžeme vyčíst, že z celkového počtu 200 oslovených studentů středních škol má 188 (94%) respondentů kladný vztah k fotografování.

Na grafu 19 můžeme vidět, že 68 (34%) středoškolských studentů odpovědělo na otázku, že fotografují často. Většina středoškolských studentů odpověděla tak, že fotografují příležitostně, příležitostně fotografuje 94 (47%) respondentů. Z čehož vyplývá, že 162 (81%) studentů středních škol fotografuje často nebo příležitostně.

Na základě výsledků dotazníkového šetření, byla hypotéza č. 2 potvrzena.

Hypotéza č. 3: Více než 80% respondentů se setkává nejvíce s fotografií informativního charakteru.

Výsledek dotazníkového šetření ukazuje (viz graf 10), že se studenti středních škol nejvíce setkávají s fotografií informativního charakteru. Rovných 138 (69%) studentů středních škol se setkává nejvíce s fotografií informativního charakteru.

Na základě výsledků dotazníkového šetření, byla hypotéza č. 3 vyvrácena.

Hypotéza č. 4: Většina respondentů si je vědoma, kde je převážně uplatňována fotografie informativního typu.

Výsledek dotazníkového šetření ukazuje (viz graf 11), že většina respondentů si je vědoma a ví, kde je převážně uplatňována fotografie informativního typu. 164 (82%) respondentů odpovědělo, že fotografie informativního typu je uplatňována především v reklamě a v žurnalistice.

Na základě výsledků dotazníkového šetření, byla hypotéza č. 4 potvrzena.

ZÁVĚR

Autor této diplomové práce došel k závěru, že fotografie neslouží jen k tomu, aby veřejnosti ukázali všelijaké věci, ale samotné fotografie se stávají i určitými činiteli, působí na veřejnost značným způsobem. Fotografie vyžadují od oslovené veřejnosti podrobné zkoumání i interpretaci. Vytvořené fotografie dokážou velmi motivovat, svádět, ale také propagovat různé myšlenky a každým dnem vytvářejí veřejné mínění a ustanovují hodnoty. Na fotografie se můžeme dívat z různých důvodů. Fotografické snímky mohou masu lidí značně ponížit i posílit, vzrušit, uklidnit, ale také mohou řešit problémy či je vytvářet.

Díky nepřeberným technologickým možnostem fotografie, které se stále a velmi rychle vyvíjí, se vyvíjí i určité způsoby, jak jsme fotografickými obrazy spjati a jakým způsobem o nich hovoříme. Fotografické médium hraje velmi významnou roli ztvárnění primární skutečnosti a vytváří určité mínění o ní samotné. A je už nějakou dobu zřejmé, že veřejnost nebere již fotografické ztvárnění na lehkou váhu.

V úvodu diplomové práce si autor stanovil otázky, na které se mu podařilo odpovědět díky dotazníkovému šetření. Autor zjistil, že valná většina studentů středních škol rozlišuje fotografii na fotografii používanou jako informativní médium, která se používá především v reklamě a v žurnalistice a fotografii, jako uměleckou tvorbu v rámci volného výtvarného umění. Z čehož vyplývá, že studenti středních škol, kteří se účastnili dotazníkového šetření, umí rozlišovat fotografie s různorodým zaměřením, tudíž vnímají fotografii v závislosti na situaci, na tom jakou konkrétní fotografii v daný čas vidí. Tedy pokud vidí v danou chvíli fotografii, která slouží jako informativní médium, tak ji tak vnímají a pokud zrovna vidí fotografii, která je součástí umělecké tvorby v rámci výtvarného umění, tak ji tak vnímají též. Dále autor zjistil z dotazníkového šetření, že se studenti setkávají převážně s fotografií informativního charakteru, která slouží jako informativní médium a většina středoškolských studentů si je vědoma, kde je především uplatňována fotografie informativního typu, tedy v reklamě a v žurnalistice. V neposlední řadě díky dotazníkovému šetření vyplynulo, že většina středoškolských studentů má kladný vztah k fotografování a k fotografii.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BAATZ, W. *Fotografie – malá encyklopedie*. Praha: Computer Press, 2004. ISBN 80-2551-0210-6.

BALAJKA, P. *Encyklopedie českých a slovenských fotografů*, Praha: ASCO, 1993. ISBN 80-7046-018-0.

BARAN, L. *Fotografie jako dokument a tvorba*. Ústřední kulturní dům železničářů, Praha 1990. ISBN 80-85106-07-8.

BARAN, L. *Teorie novinářské fotografie*. Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1971.

BENJAMIN, W. *Dílo a jeho zdroj*. Přeložila Věra Saudková. Praha: Odeon, 1979. Vyd. 1.

BIRGUS, V., MLČOCH, J. *Česká fotografie 20. století*. Praha: Kant, 2010. ISBN 978-80-7430-026-7.

BIRGUS, V., VOJTĚCHOVSKÝ, M. *Jistoty a hledání v české fotografii 90. let*. Praha : KANT, 1996. ISBN 80-901-9035-9.

CÍSAŘ, Karel, ed. *Co je to fotografie?*. Praha: Herrmann, 2004. ISBN 80-239-5169-6.

DUFEK, A. *Jaromír Funke*. Prague: Torst, 2003. ISBN 978-80-7215-211-7.

EINHORN, Erich. *Rozhovory o fotografii*. I. Praha: Orbis, 1958

FLUSSER, Vilém. *Za filosofií fotografie*. Vyd. 2., upr. Přeložil Josef KOSEK, přeložil Božena KOSEKOVÁ. Praha: Fra, 2013. Vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-79-7.

GIACOSA, Margherita, Roberto **MOTTADELLI** a Gianni **MORELLI**, ed. *100 fotografií, které změnily svět*. Přeložil Adam **STEINZ**. Praha: Dobrovský, 2017. Knihy Omega. ISBN 978-80-7390-753-2.

HYAN, J.T. *Digitální fotografie*. 1. vydání. Praha: JTH – Soft, 1998. ISBN 80-238-3176-3.

JINDRA, J. *Reklamní a produktová fotografie*. Praha: Academia, 2009. ISBN 978-80-251-3112-1.

JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

LÁBOVÁ, A.: *Základy fotožurnalistiky II. (Úvod do teorie žurnalistické fotografie)*. Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1990. ISBN 80-7066-119-4.

LINDNER, Petr, Miroslav **MYŠKA** a Tomáš **TŮMA**. *Velká kniha digitální fotografie*. 2., aktualiz. vyd. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0648-9.

MONACO, J. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. Praha: Albatros, 2004. ISBN 80-00-01410-6.

MOUCHA, J. *Avantgardní fotograf Jaroslav Rosler*. Praha: Koutský Karel, 2014. ISBN 978-80-05763-0-8.

OSVALDOVÁ, B. a kol. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Nakladatelství Karolinum, Praha 2009. ISBN 978-80-246-1084-1.

ROSSMANN, Z. *Písmo a fotografie v reklamě*. Olomouc: Index, 1938. ISBN neuvedeno.

ŘEHÁKOVÁ, H., VESELÝ, D. *Zakázané dějiny ve fotografiích ČTK*. Praha: X-Egem, 1999. ISBN 80-7199-035-3.

SONTAG, Susan a Pavel **VANČÁT**. *O fotografii*. Praha: Paseka, 2002. ISBN 80-7185-471-9.

SONTAGOVÁ, S. *O fotografii*. 1. vydání. Praha: Paseka, 2002. ISBN 80-7185-471-9.

STONE, M. David a Ron GLADIS. *Digitální fotografie*. Brno: Computer Press, 2003. Jak je to snadné!. ISBN 8025100677.

TAUSK, P. *Dějiny fotografie I: Přehled vývoje fotografie do roku 1918*. 1. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. ISBN neuvedeno

TAUSK, P. *Praktická fotografie*. Praha: Nakladatelství technické literatury, 1972. ISBN neuvedeno.

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie reklamy*. 4. vyd., Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4005-8.

VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. *Reklama: jak dělat reklamu*. Praha: Grada, 2010. ISBN: 978-80-247-3492-7.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BOGART, M. H. *Artists, Advertising, and the Borders of Art*. Chicago: University of Chicago Press, 1995. ISBN 02-260-6307-0.

HLAVÁČ, Ľ. *Dejiny fotografie*. Vyd. 1. Martin: Osveta, 1987. ISBN 80-217-0086-6.

LANGFORD, M. *Story of photography: from its beginnings to the present day*. Vyd. 2., Oxford : Focal, 1997. ISBN 02-405-1483-1.

MITCHELL, W. J. *The Reconfigured Eye*. 4th printing. London: MIT Press, 2001. ISBN 0-262-63160-1.

MORAVČÍK, F., 1987: *Metóda ladenia farieb*. Bratislava: Slovenské pedagogické Nakladateľstvo, 1987, ISBN 067-040-8.

PINNEY, R. *Advertising photography: A visual communication book*. New York: Hastings House, 1962. ASIN B0007DRC70

Seznam použitých internetových zdrojů

GRUNDBERG, A. *Ask It No Questions : The Camera Can Lie.* The New York Times [online]. © 1990 [parafr. 2018-01-05]. Dostupné z: <[http://www.query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C0CE7DC163CF931A2575BC0A966958260 &sec= &spon= &pagenwanted=all](http://www.query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C0CE7DC163CF931A2575BC0A966958260&sec=&spon=&pagenwanted=all)>.

JANISCHOVÁ, K. *Historie módní fotografie – úsvit* [online]. © 2009 [parafr. 2018-01-01]. Dostupné z: <<http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/zajimavosti/historie-modni-fotografie--usvit>>.

MEDIAGURU. *Speciál – Vývoj reklamy* [online]. © 2012, [parafr. 2018-01-01]. Dostupné z: <<http://www.mediaguru.cz/2012/03/special-vyvoj-reklamy/>>.

PRAVDOVÁ, M. *K povaze reklamního diskurzu* [online]. © 2011, [parafr. 2018-01-02]. Dostupné z: <http://www.nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7690>

TURČÍNKOVÁ, J. *Přednáška Propagace a média: Historie a vývoj reklamy* [online]. ČZU PEF. © 2004, [parafr. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.akela.mendelu.cz/turcinko/materialy/Prednaska_02.doc>.

SEZNAM GRAFŮ

Seznam grafů

Graf 1:	60
Graf 2:	61
Graf 3:	61
Graf 4:	62
Graf 5:	63
Graf 6:	64
Graf 7:	65
Graf 8:	66
Graf 9:	67
Graf 10:	68
Graf 11:	69
Graf 12:	70
Graf 13:	71
Graf 14:	72
Graf 15:	73
Graf 16:	74
Graf 17:	75
Graf 18:	76

Graf 19: 77

Graf 20: 78

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník	I
-----------------------------------	----------

Příloha A - Dotazník

1) Pohlaví

- a) Žena
- b) Muž

2) Věk

- a) 15 – 17
- b) 17 +

3) Jaké budete mít vzdělání po úspěšném dokončení vaší školy?

- a) Středoškolské s maturitou
- b) Středoškolské s výučním listem

4) Co označuje pojem daguerrotypie?

- a) První praktický užívaný fotografický proces
- b) Metoda tisku fotografie
- c) Umělecký styl
- d) Kombinovaná technika malby a fotografie

5) V jakém roce byla vytvořena první známá fotografie?

- a) V roce 1622
- b) V roce 1722
- c) V roce 1822
- d) V roce 1922

6) Kým byla vytvořena první známá fotografie?

- a) František Drtikol
- b) Gabriel Lippman
- c) William Fox Talbot
- d) Joseph Nicéphore Niépce

7) Setkali jste se s rozlišováním fotografie, kde je fotografie informativní médium nebo umělecká tvorba?

- a) Ano
- b) Ne

8) Rozlišujete fotografie na fotografie, které slouží jako informativní médium a na fotografie uměleckého charakteru?

- a) Ano
- b) Ne

9) Vyhledáváte umělecké fotografie?

- a) Ano, umělecké fotografie mě velmi zajímají
- b) Ano, občas
- c) Ne

10) Setkáváte se více s fotografií, která je umělecky zaměřená nebo s fotografií informativního charakteru?

- a) Setkávám se více s fotografií, která je umělecky zaměřená
- b) Setkávám se více s fotografií informativního charakteru
- c) Nejsem si vědom(a), s jakým typem fotografie se setkávám více

11) Kde je především uplatňována fotografie informativního typu?

- a) V reklamě a žurnalistice
- b) Na výstavách

12) Kde můžeme především vidět uměleckou fotografii?

- a) V televizi
- b) V novinách
- c) Na výstavě

13) Znáte jméno nějakého fotografa či fotografky?

- a) Ano
- b) Ne

14) Vybavil(a) byste si fotografii, která Vás někdy zaujala a líbila se Vám?

- a) Ano
- b) Ne

15) Jaké fotografie Vámi známý fotograf vytváří?

- a) Je to umělecký fotograf
- b) Vytváří fotografie, které se uplatňují především v reklamě a v žurnalistice
- c) Neznám žádného fotografa

16) Byl(a) jste někdy na výstavě, kde jste mohl(a) spatřit fotografie?

- a) Ano
- b) Ne

17) Máte kladný vztah k fotografování?

a) Ano

b) Ne

18) Vlastníte samostatný fotoaparát?

a) Ano

b) Ne

19) Jak často fotografujete?

a) Často

b) Občas

c) Nefotím

20) Jakým zařízením většinou fotíte?

a) Fotoaparátem

b) Chytrým zařízením (mobilní telefon, tablet,...)

c) Nefotím

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Bc. Ondřej Kusák

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční studium

Název práce: Vývoj fotografie jako nového média a typologie využití od vzniku do současnosti

Rok: 2018

Počet stran textu bez příloh: 73

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů českých použitých zdrojů: 29

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 6

Počet internetových zdrojů: 5

Vedoucí práce: Prof. MgA Jiří Svoboda