

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Martina Topinková

**Síla a efektivita fotožurnalismu
v digitálním věku**

Disertační práce

Praha 2021

Autor práce: **Mgr. Martina Topinková**

Školitel: **doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2021

Bibliografický záznam

TOPINKOVÁ, Martina. *Síla a efektivita fotožurnalismu v digitálním věku*. Praha, 2021. 133 s. Disertační práce (Ph.D.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Školitel: doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.

Abstrakt

Disertační práce se zabývá emocionální silou a efektivitou fotožurnalismu v digitálním věku. Věnuje se novinářským fotografiím v kontextu jejich emocionální působivosti a zkoumá dopady emoční odezvy na příjemce médií. V teoretické rovině práce charakterizuje vznik a vývoj moderního fotožurnalismu a to, jak se etabloval v médiích jako samostatná disciplína, dále digitální věk a jeho specifika ve vztahu k modernímu fotožurnalismu, samotnou emocionální sílu fotožurnalismu a teorii emocí. Stručně představuje také koncept vizuální gramotnosti a definuje etické standardy při práci fotožurnalistů. V analytické části práce pojmenovává konkrétní rysy emocionální síly fotožurnalismu a vztahu emocionality a novinářské fotografie, dále se zabývá podobností novinářských fotografií s realitou a tím, jaké má zprostředkování reality prostřednictvím novinářských snímků efekt na příjemce médií, opět se zřetelem na emocionální hledisko. Dotýká se také toho, zdali mají novinářské fotografie na základě zasažení citlivosti a vnitřního naladění konzumentů médií potenciál je mobilizovat, nebo naopak způsobují znecitlivění a lhostejnost, a popisuje také etický rozměr fotožurnalismu ve vztahu k emocionalitě.

Abstract

This dissertation thesis deals with the emotional power and effectiveness of photojournalism in the digital age. It focuses on journalistic photographs in the context of their emotional impact and examines the effects of the emotional response on media recipients. At the theoretical level, the work characterizes the origin and development of modern photojournalism and how it has established

itself within media as a separate discipline; the digital age and its specifics in relation to modern photojournalism; and the emotional power of photojournalism itself and theories of emotion. It also briefly introduces the concept of visual literacy and defines ethical standards in the work of photojournalists. The analytical part of the work names specific features of the emotional power of photojournalism and the relationship between emotionality and journalistic photography. It also deals with the similarities between journalistic photography and reality and how mediation of reality through journalistic images has an effect on media recipients, again with regard to emotional aspects. Finally it touches on whether journalistic photographs have the potential to mobilize society through their exposure to the sensitivity and internal attitudes of media consumers, or on the contrary they cause numbness and indifference.

Klíčová slova

fotožurnalismus, novinářská fotografie, mediální obrazy, digitální věk, efektivita fotožurnalismu, emoce, etika, vizuální kultura, vizuální gramotnost, vizuální vnímání

Keywords

photojournalism, journalistic photography, media imagery, digital age, effectiveness of photojournalism, emotions, ethics, visual culture, visual literacy, visual perception

Rozsah práce: 285 526 (znaků s mezerami)

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 25. května 2021

Martina Topinková

Poděkování

Mé poděkování patří především doktorce Aleně Lábové a docentu Filipu Lábovi, kteří mě už během mých bakalářských studií zasvětili do tajů novinářské fotografie. Naučili mě ji milovat, velmi mě inspirovali a vždy mi ochotně pomohli a poradili, motivovali mě a věřili mi i v časech, kdy jsem nevěřila ani já sama sobě. Dále bych ráda poděkovala také své rodině a nejbližším kamarádům, bez jejichž obrovské podpory bych se nikdy nedostala tak daleko. V neposlední řadě bych ráda poděkovala všem, kteří se zapojili do mého výzkumu, ať už coby respondenti hloubkových rozhovorů nebo ohniskových skupin, a přispěli tak ke zdárnému dokončení mé práce.

Obsah

Úvod	2
1. Fotožurnalismus a jeho role ve společnosti	6
2. Digitální věk a jeho specifika ve vztahu k modernímu fotožurnalismu	14
3. Vizuální gramotnost	23
4. Emocionální síla fotožurnalismu	35
5. Teorie emocí	52
6. Analytická část	60
6.1 Efektivita fotožurnalismu a jeho emocionální působení	69
6.2 Zprostředkování reality	86
6.3 Aktivizace společnosti, nebo přehlčení?	101
6.4 Etický rozměr	118
Závěr	123
Summary	136
Použitá literatura a zdroje	149
Seznam příloh	162

Úvod

Fotografie jsou nesmírně důležitým zdrojem poznání a toho, jak rozumíme sobě i světu kolem nás. V době, kdy téměř každý v kapse nosí chytrý telefon s připojením k internetu, společně každoročně vytvoříme miliardy snímků. Například jenom Instagram, který je jednou z nejpoblárnějších internetových sociálních sítí pro sdílení fotografií, má 854,5 milionu uživatelů,¹ na vůbec největší sociální síti na světě s 2,7 miliardy uživatelů² Facebooku přibude denně okolo 350 milionů snímků³ a veřejný prostor je zahlcený profesionálními marketingovými obsahy.

V digitálním věku se tedy potýkáme s vizuálním přehlcením, v němž je pro běžného uživatele internetu těžké se zorientovat. Do velké míry se na něm podílejí také média. Jednou z možností, jak k obrazové záplavě přistupovat a v konstantním přívalu vizuálních informací se nějak orientovat, je emocionální apel, jež fotografie vyvolávají a který některým obrazům umožňuje působit více než jiným.

S důsledky takzvaného obratu k obrazu se vyrovnáváme od 90. let 20. století a vizuálně zprostředkovanou společností se stáváme čím dál víc. Fotografie je všudypřítomná, zasahuje v podstatě veškeré aspekty našich životů, a to na makro- i mikroúrovni. Ovlivňuje naše vztahy k sobě samým, k politice, k životnímu prostředí i k vývoji společnosti jako celku.

Na denní bázi vstřebáváme nespočet vizuálních podnětů, které na nás útočí ze všech stran a vytrvale uzurpují naši pozornost. Souběžně s nárůstem vizuálních podnětů je také markantnější vizualizace médií, a to všech typů. Nejen česká mediální krajina je prostoupena narůstajícím množstvím obrazového materiálu a vizuálních prvků a samozřejmě také novinářskými fotografiemi, jimiž se bude zaobírat tato disertační práce.

Společnost je aktuálně silně emocionálně vzedmutá a pohnutá, což je možná zapříčiněno také tím, že je v digitálním věku poprvé konfrontována s tím, že každý

1 Statista [online]. Statista: © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z [www: https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/](https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/).

2 Statista [online]. Statista: © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z [www: https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/](https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/).

3 Social Report [online]. Social Report: © 2021 [cit. 10.1.2020]. Dostupné z [www: https://www.socialreport.com/insights/article/360000094166-The-Latest-Facebook-Statistics-2018](https://www.socialreport.com/insights/article/360000094166-The-Latest-Facebook-Statistics-2018).

může on-line sledovat to, co se děje na druhém konci světa, a současně i tím, že informační přehlcení je natolik mocné a invazivní, že není v silách běžného konzumenta médií konstantní příval informací všeho druhu pořádně selektovat, natožpak analyzovat, což potenciálně generuje frustraci. Vůbec poprvé je společnost v „globální vesnici“ propojená natolik, že mohou (téměř) všichni v reálném čase, ovšem ve virtuálním prostoru, sledovat utrpení, ale i radosti, které se odehrávají jinde než v místě, kde zrovna fyzicky pobývají. Globalizované informační prostředí také vůbec poprvé v dějinách lidstva umožňuje srovnávat tolik různých úhlů pohledu; sdílení (nejen) vizuálních informací tak může pomáhat nacházet průsečíky mezi labyrintem cest.

Vizualita však soustředěnému pozorování společnosti nepomáhá, právě naopak. Sílícím trendem je totiž usilování o dobrou podívanou a vyvolávání emocí, spíše než podpora racionálního úsudku, což může souviset s neochotou číst delší texty a touhou vnímat realitu více skrze obrazy, které jsou výrazně jednodušší na pochopení. Média na takovou poptávku reagují, proto vizualizace médií souvisí i se zezábavňováním obsahu. Užívání prvků takzvaného infotainmentu ve zpravodajství může mít nicméně i pozitivní důsledky v tom smyslu, že může být poutavou formou upozorňováno na vážné téma. Spoléhání na sílu vizuality však zároveň v divácích snadno může potlačit schopnost kritické reflexe; člověk kvůli tomu může vnímat útržkovitě a roztržitě, a to i proto, že novinářské fotografie není možné důkladně vstřebat, a ve zpravodajství se navíc střídají v tak rychlém sledu a překotném tempu, že mohou divákům snadno unikat souvislosti a kontext.

V každém případě jde médiím o přilákání pozornosti a její udržení, což je pro ně v době, kdy je boj o pozornost charakterizovaný klipovitostí a bulvarizací nelítostný, mimořádně komplikovaný. Z pozornosti se stal kapitál, neboť financování médií se odvíjí od čtenosti, sledovanosti či poslechovisi. Konkurence je vysoká a novinářská fotografie hraje v tomto směru významnou roli; vzhledem ke své atraktivnosti se proměnila v nástroj byznysu, respektive prostředek tržního modelu fungování médií.

Fotografie obecně klade důraz na zachycování emocí, energii a moc zobrazovaných událostí, čímž bezprostředně apeluje na divákovy emoce a tím ho snáz vtahuje do děje. „Ať na mě ty emoce z těch fotek přímo tryskají,“ řekl jednou šéfredaktor nejmenovaného média, ve kterém jsem pracovala. I to mě přivedlo na

myšlenku napsat disertační práci na téma, jemuž se akademici věnují spíše okrajově, a tím je právě emocionální síla a efektivita fotožurnalismu v digitálním věku.

To, co dodává novinářským fotografiím moc a sílu, je jejich podobnost s realitou, což je základní premisa této disertační práce. Skutečnost, tedy to, co jedinec vnímá a jaký tomu dává smysl, je však v digitálním věku do velké míry rozostřená, neboť naše pozornost je kaleidoskopicky rozptýlená, což vede k určitému zmatení, čemu lze či nelze věřit. Zároveň se stalo obtížným určit, co je vůbec reálné, respektive co je to, co většina společnosti považuje za relevantní a podstatné. Otázkou je, zdali je cílem, aby byli diváci zmatení, protože by to teoreticky mohlo vládnoucím elitám vyhovovat kvůli snadné manipulovatelnosti; to už se však dostáváme na pole konspiračních teorií. Mým cílem je spíše upozornit na to, že se dá na novinářské fotografie nahlížet i z tohoto úhlu pohledu.

Tato disertační práce se tedy bude věnovat emocionálnímu aspektu fotožurnalistiky v digitálním věku. Jaká je role emočních reakcí při vnímání novinářských fotografií? Jaká jsou rizika toho, že vnímáme svět zprostředkovaně, a že tím pádem nasáváme také zprostředkované emoce? Jak je závislost na vizuálních informacích propojena s emocionální angažovaností diváků? Stáváme se v digitálním věku vůči sdělení ve fotografii otupělejšími, nebo nás mohou snímky v mediální produkci mobilizovat? Čemu mohou v digitálním věku novinářské fotografie pomoci? I to jsou otázky, na které budeme hledat odpovědi.

Práce ve své teoretické části popíše fotožurnalismus a jeho etablování coby svébytné disciplíny, proměnu fotožurnalismu v digitálním věku, dále pak digitální věk jako takový. Následně popíšeme aspekty, které stojí za silou a efektivitou fotožurnalismu – budeme se věnovat vztahu fotografie a emocí, zprostředkování reality a vnímání fotografie coby autentického otisku skutečnosti, aktivizaci společnosti a vizuálnímu přehlčení. Rovněž vysvětlíme sociální teorii emocí a stručně představíme koncept vizuální gramotnosti. Tato teoretická východiska přitom poslouží jako podklad pro analytickou část této disertační práce.

V analytické části se zaměříme na samotnou efektivitu fotožurnalismu a sílu emocionálního působení novinářských fotografií. Za tímto účelem byla zvolena kombinace dvou metod, kterými jsou hloubkové polostrukturované rozhovory a ohniskové skupiny. Rozhovory byly vedeny s profesionály, kteří se fotografií odborně zabývají, a to v teoretické i praktické rovině – respondenti byli vybráni

z řad profesionálních fotoreportérů, fotoeditorů i akademiků, kteří se věnují vizuální kultuře a teorii fotografie. Ohniskové skupiny pak proběhly s aktivními i pasivními příjemci novinářských fotografií, respektive s aktivními i pasivními konzumenty médií, dále pak s amatérskými fotografy a studenty fotografie a také s profesionálními fotoreportéry. Kombinací obou metod si klademe za cíl zjistit, jak efektivní fotožurnalistika v digitálním věku je, zdali je schopna své příjemce ještě oslovit, či nikoliv. Dále jakým způsobem a je-li schopna v nich vyvolat adekvátní emocionální odezvu a jaké má tato případná emocionální odezva konsekvence.

Analytická část této disertační práce potvrdila, že emoce vyvolané novinářskou fotografií jsou esencí pro to, aby v příjemcích médií podnítily zájem o nějaké téma či jej případně prohloubily. Coby spouštěč společenské diskuse se novinářské fotografie ukazují na základě provedeného výzkumu stále efektivními a emocionalita na tom má velký podíl. Je také schopna příjemce médií aktivizovat, a to jak v pozitivním, tak negativním slova smyslu. Emocionální odezvu je nicméně stále obtížnější vyvolat, a to zejména s ohledem na přehlcení informacemi v digitálním věku. Stále se nicméně najdou takové snímky, které svou silou dokážou příjemce emočně zasáhnout a v důsledku měnit okolnosti snímaných subjektů a tím pádem i realitu jako takovou. Více než kdy dříve je přitom pro profesionální fotoreportéry nutné dodržovat etická pravidla, která v důsledku napomáhají se směřováním a korigováním emocí.

1. Fotožurnalismus a jeho role ve společnosti

Fotografie tvoří nepostradatelnou součást mediální produkce, proto v teoretické části této disertační práce začneme tím, jak vznikl fotožurnalismus, jak se vyvíjel a co předcházelo tomu, že se z něj stala svébytná disciplína, bez níž by se média dnes obešla již jen velice těžko. Pro pochopení dané problematiky je potřeba popsat, jak vznikla fotografie, co její vynález pro tehdejší společnost znamenal a jaké okolnosti vedly k tomu, že se fotografie začala objevovat v médiích.

Lidé mají odjakživa potřebu zachycovat, co se kolem nich děje. Touha a potřeba zvětšovat a prezentovat svět je lidské mysli vlastní už od jeskynních maleb v Altamiře z doby před 35 až 13 tisíci lety, silně se projevuje ve výtvarném umění a je také do velké míry důvodem vzniku fotografie v 19. století. Současně fotografie vznikla jako společenský požadavek nastupující modernity, byla „nevyhnutelným produktem umělecké citlivosti“⁴ a závisela zejména na „souběžném vývoji konkrétních sociálních a politických útvarů“.⁵

Podle Geoffreyho Batchena se objevila „*poptávka po obrazech mezi nově dominujícími středními třídami ve fázi ekonomického růstu v Británii a Francii, kdy organizovaný průmysl vytlačoval tradiční vzorce výroby a položil základ pro nový společenský řád (...), odpověděla na požadavky nově dominující buržoazní ideologie*“.⁶

Vznik fotografie se tedy odvíjel od vývoje v ostatních oblastech života v západním světě, především v Evropě, do nichž se řadí progres v umění (perspektiva, realismus, modernismus), ve vědě (fyzika, chemie, optika, mechanika), v sociologii a ekonomii (průmyslová revoluce, buržoazní ideologie) – všechna tato odvětví ovlivnila podmínky, ze kterých fotografie vzešla.⁷ Podle Daniely Mrázkové se pak „*fotografie stala nepostradatelným nástrojem v rukou vědců, svědkem skrytých i veřejných dějů našeho světa, soudcem našich skutků – ale i výrazem nespoutané lidské fantazie, myšlenek a snů*“.⁸

Už od samého počátku, kdy v roce 1839 dílem spolupráce Nicéphora Niépceho a Louise Daguerra vznikla daguerrotypie,⁹ první prakticky užívaný

4 BATCHEN, Geoffrey. *Burning with Desire: The Conception of Photography*, 1999, str. 19.

5 Tamtéž.

6 Tamtéž.

7 BATCHEN, Geoffrey. *Each Wild Idea: Writing, Photography, History*, 2002.

8 MRÁZKOVÁ, Daniela. *Příběh fotografie*, 1985, str. 11.

9 McCABE, Eamonn. *Jak vznikají slavné fotografie*, 2009, str. 138.

komplexní fotografický proces, byli lidé fascinováni schopností fotografie věrohodně zachytit realitu, jak dokládá Walter Benjamin: „Zprvu jsme si netroufali,“ sděluje nám (Max Dauthendey, německý spisovatel a malíř impresionistického období – pozn. aut.), „dlouho si prohlížet první obrázky, které zhotovil. Lekali jsme se jasnosti člověka a domnívali se, že malinké tvářičky postav na obrázku dokážou vidět nás samé. Tak ohromujícím způsobem působila na člověka neobvyklá jasnost a nezvyklá věrnost prvních daguerrotypií.“¹⁰

Fotografie je tudíž kulturně a sociálně konstruována, neboť je druhem produktu, který vzniká v rámci specifického kulturního a společenského kontextu s přihlédnutím k historickým okolnostem.¹¹ Vnímání fotografie je však do velké míry subjektivní, neboť každý divák k fotografiím přistupuje rozdílně nejen s ohledem na kulturu, z níž pochází, ale také s ohledem na jeho zázemí, společenský status, vzdělání atd. Vnímání jednoho konkrétního snímku se tak sice může podobat, ale nikdy nebude u všech diváků zcela identické. A stejně tak není identické to, jakou emocionální silou budou fotografie na svoje diváky působit a jakým způsobem se s nimi na emocionální úrovni identifikují.

Odvětví fotografie, kterému se budeme věnovat v této disertační práci, je fotografie novinářská, tedy ta, jež se objevuje na stránkách novin, časopisů, na internetu, ale i v televizi, která s ní ve svých zpravodajských relacích pracuje také. Popíšeme, jak se novinářská fotografie etablovala a jak vznikl moderní fotožurnalismus.

Fotografie je důležitým zdrojem poznání, protože divákům zprostředkovává realitu. Potřeba zachycovat okolní svět souvisí s touhou být u něčeho významného – přivlastnit si okamžik a učinit ho věčným. Je to podvědomá snaha vzdorovat měnící se realitě tím, že tento okamžik zafixujeme pro budoucnost, a současně se jedná o určitý způsob potvrzení vlastní existence.

Ze všech typů vizuální komunikace je fotografie tím jediným, jenž vyvolává dojem pravého a ryzího otisku skutečnosti,¹² což je obzvláště relevantní aspekt s ohledem na fotožurnalismus. Jeho poslání shrnul Howard Chapnick následovně: „Fotožurnalistika má kořeny ve svědomí a zejména ve svědomí těch, kteří ji praktikují.“

¹⁰ BENJAMIN, Walter. Malé dějiny fotografie, str. 11. In CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?* 2004.

¹¹ STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, 2009, str. 13.

¹² SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*, 2004.

Pochodeň zájmu, dědictví humanistické fotografie, byla předávána z generace na generaci, osvětlovala zákoutí temnoty, odhalovala nevědomost a pomáhala nám porozumět lidskému chování. Zakrývá nahou pravdu a někdy lže. Informuje, vzdělává a osvětluje nám současnost. Osvětluje minulost. Zaznamenává krásu a ošklivost, chudobu a vznešenost.“¹³

Vznik moderního fotožurnalismu v prvních dvou desetiletích 20. století byl podmíněn technologickým vývojem. Ve 20. letech to byly moderní tiskařské technologie, fotoaparáty Rolleiflex a Contax, ale zejména první fotoaparát na kinofilm Leica.¹⁴ Fotoaparáty Leica jsou oproti svým předchůdcům výrazně menší a lehčí, díky čemuž je fotoreportér konečně schopen se s nimi pohybovat v terénu, příkladně na frontové linii společně s vojáky. Inovativní možnost pořídit 36 fotografií na 35mm kinofilm přístrojem, který neváží několik desítek kilogramů a nemá rozměry telefonní budky, představuje pro fotoreportéry osvobození. Přeměna na malý formát o 35 mm umožnila fotografům snímky pořizovat nejen rychleji, ale také diskrétněji.¹⁵ Daleko praktičtější přístroje v kombinaci se zvyšující se citlivostí filmu rovněž usnadňují zachycovat dynamičtější okamžiky – rozvoj fotografické momentky dovolilo zejména rozšíření příručních, respektive přenosných fotoaparátů. Díky světlejším objektivům je pak výraznější také hloubka ostroty.

Masově rozšířenou se stala fotografie v tisku ve 20. a na začátku 30. let 20. století, což souviselo také s rozvíjející se technologií tisku – díky hlubotisku a ofsetu mohl fotožurnalismus dosáhnout požadované kvality.

K tomuto rozvoji přispěly velkou měrou ilustrované časopisy, které se ze své podstaty bez kvalitního obrazového materiálu neobešly: „*K rozvoji fotožurnalismu přispěl zejména německý tisk (například Berliner Illustrierte Zeitung, Münchner Illustrierte Presse, fotografové Erich Salomon, Stefan Lorant, Felix Man), anglické týdeníky Weekly Illustrated a Pictures Post a americké časopisy Life, Look, National Geographic, Sports Illustrated.*“¹⁶ Význam kvalitního výběru fotografií je pro tyto časopisy zcela zásadní. Přispívá k tomu i skutečnost, že v této době se rovněž

13 CHAPNICK, Howard, Forward. In FULTON, Marianne (ed.). *Eyes of time: Photojournalism in America*, 1988.

14 LANGTON, Loup. *Photojournalism and Today's News: Creating Visual Reality*, 2008, str. 33–38.

15 Tamtéž.

16 Tamtéž.

etablujeme profese fotoreportéra, tedy redaktora, jenž se při svém povolání plně zaměřuje na obrazovou produkci v médiích.

Vynikal mezi nimi časopis *Life*, jenž poprvé zahájil svou činnost ve Spojených státech v listopadu roku 1936 a kontinuálně vycházel až do roku 1972. John Berger o časopise píše: „Zrod magazínu *Life* byl prorocký přinejmenším ve dvou ohledech. (...) Nový fotomagazín již nebyl financován příjmem z prodeje, nýbrž z reklam, jimž byla věnována třetina snímků. Druhé proroctví se skrývalo ve zvoleném názvu. Titul *Life* je dvojznačný: může znamenat, že snímky uvnitř časopisu zpodobňují život, ale zároveň slibuje cosi víc, totiž že tyto fotografie jsou životem. S touto víceznačností si pohrávala první fotografie v prvním čísle časopisu. Vidíme na ní novorozeně – a popisek uvádí: *Life begins...*“¹⁷

Když byl *Life* publikován poprvé, očekávalo se, že bude vycházet v nákladu hluboko pod 500 tisíc výtisků, během několika týdnů nicméně jeho náklad stoupl na více než milion kopií, což bylo i na tehdejší dobu nebývale mnoho.¹⁸ Rovněž prostor pro zveřejňování fotografií byl více než velkorysý – v prvním čísle se objevilo 96 stran obrazového materiálu na lesklém papíře, to vše za 10 centů, což vedlo k tomu, že se celý náklad prodal.¹⁹ Od tohoto momentu se *Life* stal hlavní platformou pro prezentování práce fotožurnalistů, která publikovala fotografické materiály takového rozsahu jako žádná jiná.

Life v roce 1972 nezanikl úplně, nadále vycházel jako občasník a postupně se přesunul do virtuálního světa pod doménu *Life.com*,²⁰ kde nadále shromažďuje obrazovou kroniku světa. V roce 2003 navázal *Life* spolupráci s agenturou Getty Images,²¹ jedním z největších hráčů na poli obrazové produkce – podle svých webových stránek „patří mezi přední světové tvůrce a distributory oceňovaných snímků, videa, hudby a multimediálních produktů a dalších forem prvotřídního digitálního obsahu“.²²

17 BERGER, John. *O pohledu*, 2009, str. 65–66.

18 *Encyklopedie Britannica* [online]. Britannica: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z [www: https://www.britannica.com/topic/publishing/Time-magazine#ref398446](https://www.britannica.com/topic/publishing/Time-magazine#ref398446), cit. 3. 11. 2020.

19 Tamtéž.

20 *LIFE*: <https://www.life.com>.

21 *Getty Images* [online]. Getty Images: © 2020 [cit. 10.11.2020]. Dostupné z [www: http://press.gettyimages.com/getty-images-and-meredith-corporation-announce-the-addition-of-75000-images-from-the-life-picture-collection-to-gettyimages-com-and-commit-to-adding-nearly-400000-images-over-next-five-years/](http://press.gettyimages.com/getty-images-and-meredith-corporation-announce-the-addition-of-75000-images-from-the-life-picture-collection-to-gettyimages-com-and-commit-to-adding-nearly-400000-images-over-next-five-years/)

22 *Getty Images* [online]. Getty Images: © 2020 [cit. 10.11.2020]. Dostupné z [www: http://press.gettyimages.com/about-us/](http://press.gettyimages.com/about-us/).

Důležitým milníkem v poválečné době byl vznik fotografické agentury Magnum Photos v roce 1947, založené předními a uznávanými fotoreportéry, jimiž byli Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, George Rodger a David Seymour. Cartier-Bresson agenturu popsal následovně: „*Magnum je komunita založená na myšlence sdílet lidskou kvalitu, sledovat kuriozity, které se dějí ve světě a respektovat to, co se děje, a toužit po vizuálním zachycení děje.*“²³

Členství v agentuře je velice prestižní a dodnes je považováno za absolutní vrchol, kterého může fotograf ve své kariéře dosáhnout, přičemž samotný proces udělování tohoto členství trvá čtyři roky. Jediným českým fotografem, kterému se podařilo získat toto členství, je Josef Koudelka,²⁴ na čas byla přidruženou členkou agentury Markéta Luskačová.²⁵

Výraznou myšlenku při zrodu agentury vyslovil jeden z jejích zakládajících členů Henri Cartier-Bresson, jenž definoval takzvaný „rozhodující okamžik“, tedy zásadní moment záběru. Sám se při fotografování vždy snažil nalézt originalitu ve všednosti, dodával nadčasové významy obyčejným věcem a vnímal ho jako „*prostředek porozumění, který nelze oddělit od jiných prostředků vizuálního vyjádření. Je to způsob snímání a osvobození se, ne prokazování nebo prosazování vlastní originality. Je to způsob života.*“²⁶ Odmítal jakoukoliv nahrávku a aranžování a při fotografování preferoval pouze přirozené světlo.

Magnum Photos si do dnešních dnů drží vysoký standard, od počátku dbá na autenticitu fotografií, úzkostlivě chrání práci svých fotografů proti necitlivým zásahům a současně „*zůstává loajální ke svým původním hodnotám nekompromisní dokonalosti, pravdy, respektu a nezávislosti.*“²⁷

Pověst agentury však byla opakovaně poškozena některými jejími rozporupnými kroky uplynulých několika let. O jednu z největších kontroverzí se postaral v roce 2016 Steve McCurry, který je členem agentury od roku 1986.²⁸ Jeho

23 *Magnum Photos* [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z [www: https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/](https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/).

24 *Magnum Photos* [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z [www: https://www.magnumphotos.com/photographer/josef-koudelka/](https://www.magnumphotos.com/photographer/josef-koudelka/).

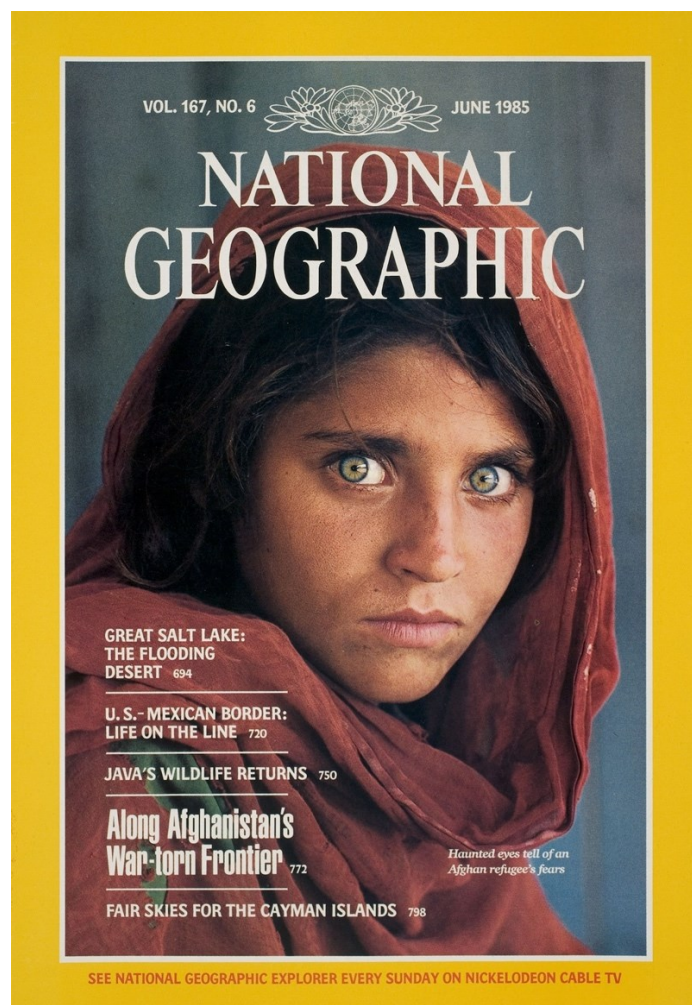
25 *Magnum Consortium* [online]. Magnum Consortium: © 2020 [cit. 10.8.2020]. Dostupné z [www: http://www.magnumconsortium.net/people/LUM](http://www.magnumconsortium.net/people/LUM).

26 Henri Cartier-Bresson citován v RITCHIN, Fred. *Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen*, 2013, str. 18.

27 *Magnum Photos* [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z [www: https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/](https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/).

28 *Magnum Photos* [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 13.8.2020]. Dostupné z [www: https://www.magnumphotos.com/photographer/steve-mccurry/](https://www.magnumphotos.com/photographer/steve-mccurry/).

nejznámějším snímkem je portrét afghánské dívky, jenž se v roce 1984 objevil na titulní straně časopisu National Geographic.²⁹



Afghan Girl, Steve McCurry / Nat Geo, 1985

McCurry je jedním z nejznámějších fotoreportérů vůbec, jeho vliv na publikum je tím pádem značný a například na sociální síti Instagram ho sledují tři miliony uživatelů.³⁰ Platí proto za uznávanou autoritu a existuje předpoklad, že jeho fotografie jsou z tohoto důvodu publikem vnímány jako důvěryhodný otisk reality. Jak bylo ovšem odhaleno, McCurry do obsahu některých svých snímků zasáhnul a dopustil se tedy z hlediska fotožurnalismu nepřijatelné manipulace.³¹ Obhájil to tím,

²⁹ *National Geographic*: <https://www.nationalgeographic.com/news/2017/12/afghan-girl-home-afghanistan/>, cit. 21. 8. 2020.

³⁰ *Instagram* [online]. Instagram: © 2020 [cit. 18.8.2020]. Dostupné z [www: https://www.instagram.com/stevemccurryofficial/?hl=en](https://www.instagram.com/stevemccurryofficial/?hl=en).

³¹ *Business Insider* [online]. Business Insider: © 2020 [cit. 18.8.2020]. Dostupné z [www: https://amp.businessinsider.com/steve-mccurry-photo-editing-scandal-2016-5](https://amp.businessinsider.com/steve-mccurry-photo-editing-scandal-2016-5).

že fotografie, o které se jednalo, pořizoval ve svém volném čase jakožto „vizuální vypravěč“ (v angličtině visual storytelling), nikoliv coby fotoreportér. Později dodal: „Když o té situaci uvažuji... I když jsem cítil, že mohu pro své vlastní obrázky po estetické a kompoziční stránce dělat to, co chci, nyní chápu, jak matoucí to musí být pro lidi, kteří si myslí, že jsem stále fotoreportér.“³² Agentura Magnum se od jeho podvodů nedistancovala, ze svých řad jej nevyloučila, ani jej nijak nepenalizovala, čímž toto vysvětlení nepřímo posvětila.

Další skandál vyvolala fotografie, kterou pořídil v roce 2015 Souvid Datta.³³ Zobrazovala 16letou indickou dívku, která byla znásilněna v Kalkatě, když pracovala jako prostitutka.³⁴



Fotografie byla použita k propagaci ceny LensCulture, která probíhala ve spolupráci s Magnum Photos; Datta také získal ocenění Magnum 30 pro fotografy do

³² LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 30. 5. 2016, [cit. 18.8.2020]. Dostupné z www: <https://time.com/4351725/steve-mccurry-not-photojournalist/>.

³³ LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 4. 5. 2017, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://time.com/4766312/souvid-datta/>.

³⁴ https://fotozentrum.ch/fotomuseum/situations/88/Hester_Keijser_EN/Datta-Binder_E.pdf

30 let a fotografickou cenu IdeasTap Magnum Photos.³⁵ Když později vyšlo najevo, že Datta manipuloval obsahem některých svých dalších snímků, agentura se od něj distancovala a stáhla také jeho nominaci na Graduate Photographer s odůvodněním: „*Ve světle nedávných důkazů týkajících se praxe fotografa Souvida Datty jsme jej v pátek 5. května odstranili z nominací na cenu Graduate Photographer Award 2017.*“³⁶

Aktuálně čelí Magnum Photos dalšímu obvinění, že se v jejím archivu nachází fotografie zachycující sexuální vykořisťování nezletilých³⁷ – server Fstoppers upozornil v srpnu roku 2020 na snímky pořízené fotografem Davidem Alanem Harveyem, které jsou součástí jeho cyklu nazvaného THAJSKO. Bangkok. 1989. Thajské prostitutky.³⁸

35 LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 9. 5. 2017, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://time.com/4772234/souvid-datta-question/>.

36 *Magnum Photos* [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.magnumphotos.com/theory-and-practice/rbb-graduate-photographers-award-2017-nominees/>.

37 BEAUMONT, Peter. *The Guardian* [online]. 14. 8. 2020, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/aug/14/magnum-reviewing-archive-as-concerns-raised-about-images-of-child-sexual-exploitation>.

38 DAY, Andy. *Fstoppers* [online]. 6. 8. 2020, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://fstoppers.com/news/magnum-photos-selling-images-alleged-child-sexual-abuse-its-website-504855>.

2. Digitální věk a jeho specifika ve vztahu k modernímu fotožurnalismu

Největší a nejvýraznější proměnu moderního fotožurnalismu přinesla digitalizace fotografie. Ta otřásla celým fotografickým průmyslem, kdy zanikly společnosti jako Afga nebo Konica, protože logicky radikálně ubylo množství prodaných filmů. Řadu teoretiků vedl příchod digitalizace dokonce k vyhlášení konce fotografie a k nástupu postfotografie.³⁹

V roce 1992 popsal teoretik William John Thomas Mitchell v časopise ArtForum změnu paradigmatu, kterou nazval „obratem k obrazu“. Koncept poté rozpracoval ve své knize *Teorie obrazu – Eseje o verbální a vizuální reprezentaci*, jež vyšla v roce 1994.⁴⁰

Dle Mitchella jsme ovládnáni kulturou obrazů, přičemž nastoluje otázku působení a moci obrazů, které nás ovlivňují do té míry, že se toto působení vymyká kontrole. Také silně věříme reprezentacím, které jsou nám zprostředkovány různými technologickými nástroji a médii, ale my i přesto současně stále věříme v jejich bezprostřednost a spontaneitu. Mitchell proto propaguje vizuální gramotnost, přičemž tvrdí, že obrazům se sice nemůžeme bránit, můžeme jim nicméně alespoň lépe rozumět a činit tak svět lepším.

Obrat k obrazu je pro vizuální kulturu důležitým a klíčovým mezníkem a došlo k němu nedlouho před revolucí ve fotografii, kterou byla její digitalizace, proto jeho definování slouží jako kontextový rámec pro dobu, jež byla pro fotografii a pro práci fotoreportérů přelomová. Paul Martin Lester v návaznosti na diskurz týkající se obratu k obrazu na sklonku tisíciletí konstatoval, že „*se stáváme vizuálně zprostředkovanou společností*“.⁴¹

V digitálním věku hovoří autoři jako například Daniel Rubinstein a Katrina Sluisová v souvislosti s fotografií stále častěji o obratu k algoritmu: „*V rámci toku obrazů se hodnota jedné fotografie zmenšuje a nahrazuje představou proudu dat, ve kterém jsou obrazy a stejně tak i jejich významy ve stavu neustálé proměnlivosti. Rezonance snímku, který je odpojen od svých kořenů, identifikován pouze*

39 REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*, 2004, str. 66.

40 V českém překladu vydalo knihu nakladatelství Karolinum v roce 2016.

41 LESTER, 1995, str. 417.

sémantickými označeními (tzv. tagy) a umístěn do fondu s jinými obrazy, které sdílejí podobná metadata, závisí na rozhraní, které nám setkání s ním zprostředkovává.“⁴²

Digitalizace fotografie byla nevyhnutelným krokem, jelikož se technologicky vyvíjejí i všechny ostatní typy médií, a proto byl i vynález všech digitálních technologií spojených s fotografií neodmyslitelný. Digitalizace fotografie je datována přelomem tisíciletí, kdy převážná většina redakcí i fotoreportérů na volné noze opustila klasickou analogovou fotografii, umožnila vytvářet, sdílet a šířit vizuální informace po celém světě v řádu několika vteřin.⁴³ S ohledem na technologické inovace se ovšem proměnila celá fotoreportérská praxe, která s sebou přinesla několik podstatných změn.

Zaprvé, celý proces se výrazně zrychlil. Proměnila se technika zpracování, odpadl celý chemický proces, kinofilm byl nahrazen paměťovými kartami a zdlohouvavou a mnohdy titěrnou prací v temné komoře zcela nahradila práce na počítači. Spolu s tím se také v médiích dramaticky zvýšily nároky na aktuálnost. Rychlost je prvořadým kritériem pro všechny redakce, které mezi sebou soupeří o to, kdo informaci, ať už textovou nebo obrazovou, publikuje dříve. To, že se média v rámci konkurenčního boje vzájemně předhánají, může novinářské fotografii škodit, neboť zejména online zpravodajské portály s ní mohou nakládat neobezřetně – už jen proto, že s fotografií nutně nepracuje pouze profesionál, tedy fotoreportér nebo fotoeditor, ale píšící redaktor, jenž si snímek sám vybere, dosadí k článku, ořeže i popíše.⁴⁴

Fotoreportéři většinou posílají svoje snímky přímo z terénu, nemusí kvůli tomu chodit zpět do redakce. V některých případech dokonce fotografie posílají do redakčního systému přímo z fotoaparátu, aby celý proces ještě více urychlili. Realitu tak mohou zprostředkovat v podstatě v přímém přenosu. Na místě události navíc mohou fotoreportéři trávit podstatně více času, což je z hlediska přínosu pro žurnalistiku jednoznačnou výhodou. Mají-li za úkol například pokrývat nějakou

42 RUBINSTEIN, Daniel a SLUIS, Katrina. *A Life More Photographic. Mapping the Networked Image*, 2008. Dostupné on-line: https://www.researchgate.net/publication/299854265_A_Life_More_Photographic_Mapping_The_Networked_Image.

43 Digitální fotografie byla předznamenána digitálními scannery, které tvoří most mezi klasickou analogovou fotografií a fotografií digitální.

44 Digitální věk klade nároky na „multimediálního novináře“, kdy je žádoucí, aby novinář uměl pracovat na několika úrovních; například právě píšící novinář má umět zároveň pracovat s fotografií, případně se zvukem.

demonstraci, mohou strávit výrazně více času přímo mezi lidmi namísto toho, aby plnili povinnost dopravit filmy fyzicky do redakce, nemusí tudíž riskovat a bát se, že jim unikne nějaký důležitý moment. V případě sportovních událostí zase dříve museli fotoreportéři mnohdy už po první polovině fotbalového zápasu odejít, aby vyvolali filmy ve fotokomoře, v digitálním věku už tato nutnost pochopitelně odpadá.

Zadruhé, výrazně se zvýšil počet snímků, které jsou na denní bázi vytvářeny. Zatímco dříve musel fotoreportér každý svůj záběr důkladně promýšlet, nyní takovou potřebu nemá, protože nemusí šetřit materiálem. Není limitovaný 36 okénky v kinofilmu a spoléhá se na pozdější selekci. Například v případě sportovní fotografie je to obrovská výhoda, fotoreportéři využívají takzvaného sekvenčního snímání a z velkého počtu snímků pak vyberou ten, který je nejvhodnější a na kterém je například nejjasněji vidět puk nebo fotbalový míč. To bylo v době klasické fotografie samozřejmě naprosto nemyslitelné. S ohledem na takové množství fotografií pak logicky výrazně více času zabere selekce a dále také postprodukce.

Zatřetí, fotografie se demokratizovala a stala se přístupnou všem. Je levnější a snadnější je také způsob archivace. I to fotožurnalismus proměnilo, neboť fotografie profesionálů musí obstát ve veliké konkurenci, to na jedné straně, a na straně druhé jejich snímky snáz zapadnou. Vizuální žurnalistika se zejména vlivem masového rozšíření chytrých telefonů a v nich zabudovaných fotoaparátů stala deregulovanou. Každý má nyní v kapse technologicky fundované zařízení, sdílení fotografií je nesmírně jednoduché a tím se fotografie může snadno banalizovat. Technologický pokrok ovšem pro profesionály neznamena jenom zkázu, mají nyní nové možnosti, jak svou práci propagovat a zviditelnit a jak ji dostat k publiku, s nímž mohou současně podstatně snáz než dříve komunikovat a dostávat tak zpětnou vazbu. Internet a digitální technologie jsou tak pro ně novou kreativní výzvou a příležitostí.

Začtvrté je to možnost okamžité kontroly. Fotoreportér vidí výsledky své práce, může si je zkontrolovat na displeji a případné chyby jak v kompozici, tak v technickém provedení ihned napravit. To je bezesporu velikou výhodou, na druhou stranu mu při kontrole displeje může uniknout něco, co se aktuálně děje. Rozhodující okamžik již fotoreportéři nezachycují v daný okamžik, ale vybírají ho na počítači. Spolu s tím se ovšem vytratilo tajemství a překvapení, které fotograf

prožíval ve fotokomoře, kdy napjatě čekal, zdali se mu snímek podařil, či nikoliv. Pro fotožurnalismus a fotoreportéry je každopádně právě možnost bezprostřední kontroly velice podstatná a jejich práci to usnadnilo, výpovědní hodnotu, respektive přesnost zkvalitnilo, a to hlavně v případě fotografické aktuality, jež se pojí s každodenním zpravodajstvím a u níž je to nejvíce žádoucí.

Setkáváme se nicméně s obavou, že řemeslo fotoreportéra je v digitálním věku v ohrožení a kvalitní fotografie se mohou dostávat na periferii, jelikož prostor pro publikování například rozsáhlých fotoesejí či velkých fotoreportáží v etablovaných médiích je čím menší. Redakce jsou navíc v rámci snižování nákladů méně ochotné kvalitní fotoreportéry a náklady spojené s jejich zahraničními cestami platit; často například raději využívají služeb velkých tiskových agentur nebo pracují s místními externisty, takzvanými stringery.

Fotožurnalismus jako takový v digitálním věku v největší míře ovlivnila zejména globalizace médií a globalizované informační prostředí. Vlivem snadné dostupnosti fotografií ve fotobankách, ať již v placených nebo volně přístupných, a také v již zmiňovaných tiskových agenturách redakce často dávají přednost výběru tohoto obrazového materiálu, a to z čistě pragmatického důvodu, kterým je úspora financí. Čím dál větší prostor v médiích navíc dostávají amatérští fotografové a takzvaný „user generated content“, tedy obsah vytvářený uživateli, o čemž bude řeč v následující kapitole. Někteří fotoreportéři jsou proto toho názoru, že fotožurnalismus zůstane jen pro pár vyvolených, ale celkově je odsouzený k zániku, jako například Jan Šibík: *„Já říkám, že fotožurnalismus umírá, takže síla reportáží slábné. Naprostá většina fotek je dnes selfie a zájem o to, co se opravdu děje ve světě, opadá.“*⁴⁵

Potřeba dobré obrazové reportáže se však nevytrácí. Stále potřebujeme spolehlivé novinářské fotografie, abychom pochopili svět, činili dobrá rozhodnutí a bylo nám zprostředkováno to, co není možné popsat slovně a co zároveň ke zprávám přitahuje pozornost. A i z hlediska historického je povinností fotoreportérů podávat svědectví doby.

45 KEBRT, Adam. *Český rozhlas Plus* [online]. 21. 8. 2020, [cit. 26.8.2020]. Dostupné z [www: https://plus.rozhlas.cz/vetsina-fotek-je-dnes-selfie-ale-diky-tomu-aspon-ziji-kdyz-fotozurnalismus-umira-8277774](https://plus.rozhlas.cz/vetsina-fotek-je-dnes-selfie-ale-diky-tomu-aspon-ziji-kdyz-fotozurnalismus-umira-8277774).

Mediální teoretik Lev Manovich se již v roce 1995 ve své stati *Paradoxy digitální fotografie*⁴⁶ zamýšlel nad tím, zdali je obraz zprostředkovaný počítačovou a elektronickou technologií radikálně odlišný od obrazu získaného fotografickým objektivem a ztělesněného ve filmu. Dochází k závěru, že díky kombinaci s jinými technologiemi může fotografie plnit nové funkce a současně s tím se mění názor na to, co fotografie je. Digitální zobrazování je ovšem podle Manoviche příliš dokonalé a čisté, což je umocněno tím, že nejčastěji si fotografie prohlížíme na zářícím monitoru; oproti tomu snímání na film a tzv. „film look“ působí vlídněji, lidštěji a klasická fotografie v nás i díky němu vyvolává určitou nostalgii. Digitální fotografie zároveň obsahuje mnohem více informací, než by bylo potřebné, kvůli čemuž jsou snadno manipulovatelné.

Ve stejném roce jako Lev Manovich se rozdílu mezi klasickou a digitální fotografií věnoval také Martin Lister,⁴⁷ jenž za určující rys digitální fotografie považuje její technologickou podstatu a zastává přesvědčení, že z klasické fotografie si fotografie digitální převzala například kompoziční pravidla. Posun od klasické k digitální fotografii také přináší krizi reprezentace, jelikož „vědomí možnosti úpravy fotografie na úrovni jejího stovebního prvku, při současné neprokazatelnosti takového zásahu, bylo prvním předpokladem pro zpochybnění historicky zakotveného statusu fotografie jako důvěryhodného média“.⁴⁸

V digitálním věku klesá důvěra v autenticitu novinářské fotografie, protože manipulace v obrazových editačních softwarech nabyla na absolutnosti: každý element fotografie může být jednoduše modifikován, předělán, ubrán nebo přidán.⁴⁹ Nyní každý, kdo umí zacházet s editačním softwarem pro úpravu fotografií, může zachycovanou realitu upravovat, aniž by to příjemce rozpoznal, jak uvedl fotoreportér Philip Jones Griffiths, známý svými snímky z války ve Vietnamu, v rozhovoru pro magazín *The Digital Journalist*: „Skutečným problémem digitální technologie je, že již není důvod věřit fotografiím. V jistém smyslu lze snadno postulovat a říci, že fotografie byla padající hvězdou dvacátého století. Přišla a odešla

46 MANOVICH, Lev. *The Paradoxes of Digital Photography*, In *Photography after Photography*, 1995. Dostupné on-line: http://manovich.net/content/04-projects/004-paradoxes-of-digital-photography/02_article_1994.pdf, citováno 20. 10. 2020.

47 LISTER, Martin. *The Photographic Image in Digital Culture*, 1995.

48 LÁB, Filip a LÁBOVÁ, Alena. *Obráz v digitálním věku*, str. 120. In OSVALDOVÁ, Barbora a TEJKALOVÁ, Alice (eds.). *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky*, 2009.

49 BRENNEN, 2010, str. 75.

za 100 let... Falšování obrázků je tak snadné. Doufejme, že na to vznikne reakce. A vrátíme se k pořizování skutečných snímků na skutečný film a lidé řeknou: ano, to je skutečné, to se skutečně stalo.“⁵⁰

Pro fotoreportéry představuje trend snadné úpravy snímků v obrazových editačních softwarech, z nichž nejznámější je Photoshop vyvinutý společností Adobe, a jejich stále se zlepšujících funkcí větší hrozbu než pro kterékoliv jiné odvětví fotografie. Podezření, že bylo fotografií manipulováno, je totiž velmi obtížné vyvrátit. Diváci mají zároveň často problém rozlišit, čemu mohou a nemohou věřit. Kvůli jednoduchosti manipulace fotografickým obrazem se už v 90. letech 20. století objevily úvahy o „soumraku fotožurnalismu“.⁵¹

Výrazně snazší možnosti manipulace fotografickým obrazem v digitálním věku se odrazila také v emocionálním vnímání novinářských fotografií; jelikož autenticita obrazového vyjádření a novinářských fotografií se přímo podílí na emocionální odezvě, které tyto snímky u příjemců vyvolávají, fakt, že lidé fotografiím v digitálním věku v důsledku snadné manipulovatelnosti méně věří, může nepříznivě ovlivnit také emocionální apel. Emocionální dosah fotožurnalismu se tak stává méně přítomným a může ustupovat do pozadí, protože samotnou fotografii lidé považují za „méně reálnou,“ jak řekl Fred Ritchin v rozhovoru pro platformu Popular Photography⁵² – jako příklad uvedl případ jednoho ze zakladatelů teroristické organizace al-Káida Usámy bin Ládina, jehož fotografii odmítla vláda Spojených států po dopadení zveřejnit: „Z jedné části proto, že nechtěli rozvášnit lidi, kteří by mohli pociťovat lítost. Ale z druhé části taky proto, že lidi by tomu stejně nevěřili. Řekli by: stejně to bylo asi vyphotoshované,“ míní Ritchin.

Nedůvěra ve fotografii coby autentický otisk reality se tedy s nástupem digitálních technologií umocnila, jelikož tyto technologie značně zjednodušily postprodukcii fotografií a současně umožnily upravovat snímky prakticky každému. Odhalování zásahů do originálních dat je navíc stále složitější.

Co se týče etických principů, dnes více než kdy dříve závisí na poctivosti fotoreportéra. Technologie ovšem k manipulaci přímo svádí, o čemž svědčí i fakt, že

⁵⁰ GRIFFITHS, Philip Jones. Interview pro The Digital Journalist, In RITCHIN, Fred. *After Photography*, 2010, str. 66.

⁵¹ LÁBOVÁ, LÁB, 2009.

⁵² HORACZEK, Stan. *Popular Photography* [online]. 21. 5. 2013, [cit. 19.4.2021]. Dostupné z www: <https://www.popphoto.com/american-photo/interview-fred-ritchlin-establishing-standards-digital-manipulation/>.

se jí nechala k podvodu dohnat i řada světoznámých fotoreportérů, jejichž nekalé praktiky byly ovšem později odhaleny. Příkladem je již popsáný případ fotografa Steva McCurryho. Tyto případy ovšem mohou důvěryhodnost novinářské fotografie podkopávat natolik, že společnost k ní vůbec nemusí přistupovat jako k hodnověrnému médiu.

Když je ovšem manipulace přiznaná, je legitimní; k tomu Fred Ritchin podotýká, že fotografové mohou manipulovat s čímkoliv chtějí, ale musí dát lidem na vědomí, že tak činí.⁵³ Fotografická komunita nicméně zatím nedospěla k žádnému konsenzu, jak ověřovat pravdivost fotografií, a dodnes vede diskuze o tom, jak manipulaci poškozující pověst celého fotožurnalismu efektivně zamezit.

Důvodem, proč obrazy v médiích působí s takovou intenzitou, je globalizované informační prostředí, které do velké míry proměnilo způsob, jakým příjemci médií zpracovávají (nejenom) vizuální informace i jak a jakou rychlostí se fotografie šíří. Digitalizace a internet zapříčinily, že fotografie jsou nyní doslova všudypřítomné.⁵⁴

Spolu s tím zesílila také moc obrazu v médiích, která nyní s příznačnou naléhavostí působí na každého příjemce médií už jen proto, že k ní má přístup prakticky nonstop. S ohledem na takto intenzivní účinnost mohou novinářské fotografie v digitálním věku mnohem snáz formovat, tvořit nebo měnit myšlenky lidí, jejich postoje a hodnoty.⁵⁵

Současně se rozrostly i metody šíření fotografií, například z toho důvodu, že do médií stále více pronikají i snímky takzvaných občanských fotožurnalistů – amatérů, kteří směle konkurují profesionálním fotoreportérům, čímž se výrazně zvýšila konkurence. V konečném důsledku se radikálně změnil způsob, jakým o novinářské fotografii, obrazovém materiálu a zpravodajství jako takovém společnost přemýšlí.

Digitalizace tedy bezesporu představuje esenciální zlom, od něhož se odvíjí nejen proměny pracovních rutin fotoreportérů, ale i odlišné chování a vnímání novinářských fotografií diváky, které je spojeno s jejich emocionální angažovaností a kterým se bude dále věnovat analytická část této disertační práce.

⁵³ Tamtéž.

⁵⁴ HAND, 2012, str. 9.

⁵⁵ HEIFERMAN, 2012.

Vlivem globalizovaného informačního prostředí, internetizace a digitalizace také lze srovnávat nespočet různých perspektiv – v prostředí internetu, které je vysoce diferenciované, dochází ke střetu kultur a názorů v daleko větší míře, což by bez technologií nebylo možné.⁵⁶

Takové množství různých úhlů pohledu je také důvodem, proč je společnost v současnosti tak emočně pohnutá a napjatá. Poprvé v dějinách lidstva je totiž konfrontována s tak širokým názorovým spektrem, což jí může z druhé strany pomoci překonávat sociální přehradu a bariéry. Každá publikovaná fotografie a spolu s ní i pohled fotografa, ať už profesionála nebo amatéra, se přitom stává součástí kolektivního vědomí⁵⁷ a v tomto ohledu může být digitální snímání velkou výzvou.

Co všechno zahrnuje fotožurnalismus – pouze profesionální autorská díla renomovaných fotoreportérů? Nebo obecně všechny fotografie, které se objevují v médiích? Není to jedno a to samé. Dalším faktorem, jenž moderní fotožurnalismus proměňuje, je totiž pronikání snímků amatérů do médií, pro což se vžilo označení občanská fotožurnalistika.

Zatímco dříve byla práce fotoreportérů exkluzivním povoláním, v digitálním věku se může díky zpřístupnění a zjednodušení technického zpracování fotografie se svým snímkem dostat do médií každý, kdo je ve správný čas na správném místě. Profesionální fotoreportér tak může být potenciálně nahrazen kýmkoliv, kdo se stal náhodným svědkem nějaké významné události.

Zásadním limitem občanského fotožurnalistiky nicméně je, že amatéři mohou být při fotografování angažováni, například v případě válečného konfliktu se spíše postaví na svou stranu barikády a tím je jejich vidění světa, a tedy i fotografie zkreslené. Profesionálové mají oproti nim „vytrénované oko“ a k zachycovaným událostem tak přistupují s větším nadhledem a odstupem, zároveň nepodlehnu náladě a fotografují vše bez ohledu na to, s čím vnitřně souzní.

Snímky amatérů se však nedají ignorovat. Značnou měrou přispívají na blogy, do fotografických agentur, a především na sociální sítě, které jsou již klasifikovány jako médium, neboť také zprostředkovávají realitu a do velké míry formují veřejné mínění.

⁵⁶ DAVISSON, Amber a BOOTH, Paul. *Controversies in Digital Ethics*, 2016, str. 3.

⁵⁷ RITCHIN, 2009.

Navíc podle některých autorů jsou snímky amatérů médií v určitých situacích přímo preferovány, a to zejména pro svou autentičnost: „Účinek silné reality zrnitých a nezaostřených amatérských snímků byl dokonce použit jako důvod, proč je upřednostňovat před profesionální fotografií. To vedlo některé novinářské organizace k pravidelnému vyhledávání zajímavých amatérských obrázků z fotoblogů na internetu. (...) Nyní je běžné, že formální agentury reagující na katastrofy požadují fotografie očitých svědků.“⁵⁸

Způsob, jakým jsou fotografie vytvářeny a distribuovány, ovlivňují ve velké míře sociální sítě. S jejich rozmachem je kyberprostor zaplaven stále narůstajícím počtem fotografií, kvůli čemuž mohou (nejen) novinářské fotografie se společenským významem snadno zapadnout (a naopak se mohou zviditelnit zcela irelevantní fotografie, které z hlediska společenského významu nemají vůbec žádnou roli).

V éře mobilních „rychlounků“ se ze světa opravdu stává z odstupů pozorovaná podívaná. Podle fotoreportéra časopisu Respekt Milana Jaroše „fotografii fatálně změnily sociální sítě, kam lidi dávají efektní fotky, které mají vzbudit okamžitou pozornost, a to určitě nevědomky ovlivňuje i lidi v agenturách a novinách. (...) Z Instagramu každý den vypadnou miliony fotek, které ovlivňují vizuální kulturu i to, jak lidé fotografie obecně vnímají“.⁵⁹ Zde pouze stručně zmíníme, že mezi sociální sítě, které s obrazovým materiálem pracují nejvíce, patří zejména Instagram, dále pak Flickr, Pixabay nebo Pinterest.

Zároveň je však potřeba podotknout, že sociální sítě v době svého vzniku akcentovaly svobodný prostor pro sdílení informací a fotografií, avšak nyní se z nich spíše stávají silné marketingové nástroje a participací na nich všichni přispívají k tomu, aby se z nich stala mašinerie na směřování reklamy, jejíž zadavatel může produkt zacílit co možná nejpřesnějším způsobem.⁶⁰

58 MÄENPÄÄ, Jenni. *Rethinking Photojournalism: The Changing Work Practices and Professionalism of Photojournalists in the Digital Age*. In *Nordicom Review*, 2014. Dostupné on-line: https://www.researchgate.net/publication/287139412_Rethinking_Photojournalism_The_Changing_Work_Practices_and_Professionalism_of_Photojournalists_in_the_Digital_Age cit. 2. 11. 2020.

59 MEDKOVÁ, Alžběta. *Radio Wave* [online]. 8. 10. 2019, [cit. 28.10.2020]. Dostupné z www.wave.rozhlas.cz/instagram-ovlivnil-praci-nas-vsech-je-ceska-fotozurnalistika-v-krizi-a-vede-z-ni-8088139, cit. 28. 10. 2020.

60 O čemž pojednává například snímek *The Social Dilemma*. (<https://www.netflix.com/cz/title/81254224>), který vznikl v roce 2020 v režii Jeffa Orlowského, jenž (nejen z tohoto důvodu) před sociálními sítěmi varuje, viz například recenze v New York

3. Vizuální gramotnost

Abychom byli schopni odolávat náporu obrazů a současně s tím čelit emoční naléhavosti novinářských fotografií, je potřeba kultivovat vizuální gramotnost a prosazovat ji jako předpoklad pro uchopení reality zprostředkované médií. Proto nyní koncept vizuální gramotnosti stručně představíme.

Jelikož jsou fotografie „emocionálním produktem“⁶¹ pro „emoční přitažlivost vizí, nápadů a zkušeností“,⁶² které odrážejí, i obecně pro svůj emocionální apel, jenž byl popsán v předchozích kapitolách, je vizuální gramotnost vysoce účinným nástrojem i v tomto směru. Slouží k identifikaci emoční roviny snímků, respektive k překonání toho, aby obrazy působily až s takovou intenzitou. Je-li si příjemce vizuálních informací schopen uvědomit, že některé obrazové prostředky jsou použity právě proto, aby v něm cíleně vyvolávaly emoce, dokáže si vytvořit určitý distanc tak, aby nepodleh obrazové manipulaci a případnému citovému vydírání skrze fotografie. Jelikož fotografie působí jako emocionální spouštěče, příkladně můžeme uvést fotografie plačících dětí, je vizuální gramotnost vhodnou dovedností pro obejití této emoční roviny – pakliže je příjemce médií vybaven vizuální gramotností, resp. je schopen o fotografických obrazech kriticky uvažovat, je pro něj snazší vyhnout se pádu do emocionálních „pastí“ obrazů a zároveň i výrazně jednodušší udržet si od nich odstup a nenechat je k sobě tolik dolehnout. To ovšem neznamená, že by novinářské fotografie jako takové pozbývaly emocionální síly – emocionální dosah fotografií se tím nesnižuje, jelikož emoce jsou za každých okolností vstupní branou do mysli, a proto, pokud je snímek dostatečně silný, emoce vyvolá tak jako tak. Už jenom fakt, že si emocionální působení díky vizuální gramotnosti připustíme a vezmeme ho v potaz, nás ovšem udržuje v kondici, aby naše city neatakovaly úplně všechny snímky, protože to ani není žádoucí, případně aby k nám dolehly ty, které si to skutečně zaslouží.

V současnosti na vizuální gramotnost klademe minimální důraz a nevšímáme si síly, kterou nás novinářské fotografie mohou ovlivňovat.⁶³ Zabýváme se více tím, co činí fotografii dobrou, avšak už se tolik nezaobíráme tím, jak může tato dobrá

Times: <https://www.nytimes.com/2020/09/09/movies/the-social-dilemma-review.html> (cit. 28. 10. 2020).

61 SIMONS, Jon. *From Visual Literacy to Image Competence*. In ELKINS, 2008, str. 77.

62 Tamtéž.

63 SHERWIN, In: ELKINS, str. 179.

fotografie působit.⁶⁴ Navíc „fotografie jsou často jediným záznamem důležitých osobností a událostí, proto je jejich potenciál ve vzdělávání enormní. Nicméně fotografie nejsou objektivní, mohou jednoduše znázorňovat stejný počet pravd jako lži.“⁶⁵

Obecně vzato zkoumá vizuální gramotnost povahu vizuální komunikace, její principy a ideologie. Je popsána jako vnímaná neboli percepční vizuální senzibilita, která se jako taková soustředí na zlepšení kritických dovedností a podporu vizuálního instinktu.⁶⁶ Ukazuje, jak jsou obrazy tvořeny, vnímány a interpretovány a jaký je jejich potenciální dopad na společnosti.⁶⁷

Vizuální gramotnost úzce souvisí s gramotností mediální a spočívá hlavně v kritickém přístupu, kdy (nejen) novinářskou fotografii a její roli při zprostředkování skutečnosti podrobujeme analýze, aniž bychom podléhali naivnímu přístupu, při kterém „obrazům dáváme smysl převážně na základě jejich reprodukce skutečných informačních narážek“⁶⁸ a k fotografickým obrazům přistupujeme čistě jako k věrohodným kopiím reality. Na riziko zacházení se snímky jako s prostým záznamem skutečnosti upozorňují také Michael Griffin a Dona Schwartzová: „Komunikační média od konce 20. století stále častěji dodávají informace, reklamu a zábavu prostřednictvím složitých uspořádání obrazových obrazů a symbolů, což častěji činí z problémů mediální gramotnosti problémy vizuální komunikace. Pro kritické konzumování médií je tedy nezbytné sofistikované pochopení podstaty vizuální komunikace. Toto zvýšené povědomí zahrnuje přechod od naivního zacházení s obrázky jako s jednoduchými záznamy reality k uznání symbolické a metonymické kvality obrazů v systémech konvenční mediální reprezentace.“⁶⁹

Pro některé autory je termín „vizuální gramotnost“ omezený, proto preferují označení „vizuální inteligence“, která je: „Kvalitou myslí vyvinutou ke kritickému vnímanému vědomí ve vizuální komunikaci. Zahrnuje nejenom užívání vizuálního uvažování pro čtení a komunikování, ale také holistickou integraci verbálního a

64 HEIFERMAN, 2012, str. 15.

65 SCHUPMAN, Edwin, str. 138–139, In: HEIFERMAN, 2012.

66 MESSARIS, Paul. *Visual Literacy: Image, Mind & Reality*, 1994, 224 str.

67 Tamtéž.

68 MESSARIS, 1994, str. 166.

69 GRIFFIN, Michael a SCHWARTZ, Dona. *Visual Communication Skills and Media Literacy*. In: ELKINS, 2008, str. 41-42.

vizuálního smýšlení, od pochopení toho, jak elementy, které konstruují význam obrazu, mohou být manipulovány až po užívání vizuality v abstraktních myšlenkách.“⁷⁰

Snaha porozumět vnímání vizuálních podnětů a obrazovým reprezentacím a schopnost je kriticky zhodnotit je společná pro více oborů, přičemž mediální studia jsou jedním z nejdůležitějších.⁷¹

Obrazová kompetence se mimo jiné odvíjí toho, že pátráme po zdroji; když například víme, že se médium řídí dlouhodobě nastaveným pracovním standardem, je důvěra v něj smysluplná. V digitálním věku je však často obtížné původní zdroj dohledat.

Vizuální gramotnost nicméně nespočívá pouze v kritickém myšlení a reflexi, ale také ve vědomé tvorbě fotografií, protože uživatelé už nejsou pouze pasivními příjemci, nýbrž sami přispívají k hromadění obrazů ve virtuálním světě; takzvaný *user generated content* neboli obsah vytvářený uživateli se promítá do médií zejména při aktuálních, nečekaných událostech a použití takových snímků už dnes nikoho nepřekvapí. Důležitá přitom není pouze technická preciznost, ale zejména to, co fotografie sděluje.

Každopádně mají novinářské fotografie, vyvolávají-li soucit, také nepochybně veliký vzdělávací potenciál: „*Doprovázena faktickými informacemi a viděna empaticky, každá fotografie může dosáhnout svého nejbohatšího potenciálu jako jedinečný prostředek vzdělání.*“⁷²

Vizuálně gramotný konzument médií dokáže také porozumět vizualitě v souvislostech a vnímat etický rozměr fotožurnalistiky. Právě etický rámec definuje podstatu důvěryhodnosti novinářských fotografií, proto jeho znalost tvoří jeden z pilířů vizuální gramotnosti. Produkce profesionálních fotoreportérů se vyznačuje dodržováním určitých formálních a etických postupů, které budou nyní popsány. Budeme se věnovat fotografickému verismu, jenž spočívá ve víře v pravdivost fotografického obrazu, tomu, do jaké míry je fotografie autentickým svědectvím a zdali lze v souvislosti s fotografií hovořit o objektivitě. Dále se podíváme na problematiku dodržování etických standardů ve fotožurnalistické praxi, uvedeme

70 BARRY, Ann Marie Seward. *Visual Intelligence: Perception, Image and Manipulation in Visual Communication*. New York: State University of New York Press, 1997, str. 6.

71 WARNICK, Barbara. *Critical Literacy in a Digital Era: Technology, Rhetoric, and the Public Interest*. 2002.

72 SCHUPMAN, Edwin, str. 139. In: HEIFERMAN, 2012.

příklad etického kodexu a přiblížíme, jakou roli zaujímají etické kodexy v českém kontextu. Rovněž uvedeme, co může být na fotografování a obsahu fotografií eticky hraničního, respektive sporného. Etický rozměr dále propojíme s emocionálním aspektem, kdy stručně vyložíme, jakým způsobem je propojena etika, emoce a fotožurnalismus.

V řadě první je potřeba z formálního hlediska zmínit, že fotografie není objektivním otiskem reality. Marita Sturkenová a Lisa Cartwrightová v této souvislosti hovoří o mýtu fotografické pravdy: *„Fotografie byla vždy spojována s realismem. Avšak vytvoření obrazu prostřednictvím čočky fotoaparátu vždy zahrnuje nějaký stupeň subjektivního výběru, rámování a osobní manipulace.“*⁷³ Ačkoliv je snahou a údělem fotožurnalismu podávat autentické svědectví a měřítkem kvality je jeho objektivita, je nutné podotknout, že právě ta je nedosažitelná, a proto hovoříme o objektivitě domnělé, byť fotografie logicky představuje ze všech typů vizuální komunikace ten, který se realitě podobá nejvíc, podotýká André Bazin: *„Původnost fotografie ve vztahu k malířství tkví tudíž v její zásadní objektivitě. A tak se plným právem skupině čoček, jež tvoří fotografické oko nahrazující lidský zrak, říká ‚objektiv‘. Poprvé se mezi výchozí objekt a jeho znázornění nestaví nic než jiný objekt. Poprvé se utváří obraz vnějšího světa automaticky bez tvůrčího zásahu člověka, v duchu přísného determinismu. Fotografova osobnost vstupuje do hry jen volbou, zaměřením, pedagogikou jevu.“*⁷⁴

Právě fakt, že za vznikem fotografie vždy stojí autor, totiž úplnou objektivitu negarantuje. I když máme tendenci novinářské fotografii věřit a nekriticky ji přijímat jako pravdivé zobrazení skutečnosti, musíme si uvědomit, že fotografie již ze své podstaty nemůže být objektivní: vždy totiž záleží na konkrétním fotoreportérovi, který do ní promítá svou subjektivní zkušenost. Je to právě on, kdo volí úhel pohledu, vybírá si specifický objektiv, stiskne spoušť v daném okamžiku, použije blesk či nikoliv.

Úlohou fotoreportéra je, aby při snímání nezkreslil skutečnost, pokud možno zaujal neutrální postoj a divákovi tak přinesl co nejobektivnější svědectví reality. Fred Ritchin píše o „užitečném fotografovi“, z nějž se během fotografování stávají

73 STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*, 2009, str. 26.

74 BAZIN, André. *Ontologie fotografického obrazu*, str. 23. In CÍSAŘ, 2004.

„okna do světa“, což je předpokladem občanství a morální povinností.⁷⁵ Fotoreportér z tohoto důvodu varuje společnost, provokuje, podává často znepokojivou výpověď o světě a jeho svědectví je aktivní. Je tudíž i „společenským arbitrem“.⁷⁶

I když se fotoreportér snaží o objektivitu, do svých snímků vkládá své zkušenosti a chtě nechtě tak do nich promítá také svou osobnost, protože je to pořád jenom člověk, který cítí, vnímá a prožívá stejně jako divák. Ritchin proto tvrdí, že *„všechny obrazy interpretují spíše, než by pokládali automatické nároky na pravdu“*.⁷⁷ Fotografie rozhodně není vytvářena pouze fotoaparátem, ale vším, co fotoreportér prožil, a fotografický obraz je proto ze své podstaty interpretací toho, co se odehrálo.

Ačkoliv se tedy profesionální fotoreportér snaží situaci zachytit komplexně a nezaujatě, je ovlivňován řadou faktorů, které mu to znemožňují. Výběr fotografované scény a volba konkrétního snímku, případně jeho výřezu, je vždy jeho subjektivním výběrem. Za tímto subjektivním výběrem se nutně skrývají také jeho hodnoty, přesvědčení a postoje. Každý snímek je tak zprostředkovanou a tím pádem i zkreslenou reprezentací reality a sám fotoreportér předkládá implicitní obrazový komentář.

Současně nám fotografie ukazuje pouhý výřez skutečnosti. Tím narážíme také na limity přenosu reality, neboť není v silách fotoreportéra plně obsáhnout celou fotografovanou scénérii. Dochází někdy i k absurdním situacím, kdy má redaktor u stolu k dispozici více informací než fotoreportér v terénu.

Ačkoliv tedy fotografie není ryze objektivní svědectví skutečnosti, její důvěryhodnost je tím jediným, čím média disponují.⁷⁸ Fotografie ostatně odjakživa platila jako důkaz, že se něco stalo, a víra v tento verismus přetrvává dodnes. Realita je sice zprostředkovaná, a tím pádem i zkreslená, ale pořád je vizuální pravda jednou z nejautentičtějších viděných informací, které je lidstvo schopné poskytnout.⁷⁹ Fotožurnalismus (a zpravodajství obecně) by tedy mohl těžit z toho, kdyby byly novinářské fotografie považovány spíše než za závazně objektivní realitu, resp. za

75 RITCHIN, 2013, str. 9.

76 RITCHIN, 2013, str. 13.

77 RITCHIN, 2013, str. 10.

78 LÁBOVÁ, Alena a LÁB, Filip. *Soumrak fotožurnalismu? Manipulace fotografií v digitální éře*, 2009.

79 NEWTON, 2001, str. 183.

její bezvýhradně pravdivý obraz, za nejpřesnější momentálně dostupné vizuální informace.⁸⁰

Profesionální fotoreportéři zároveň sice zachycují určitou subjektivní část celku, ale současně jsou si vědomi toho, že musí ctít morální a etické zásady, a proto musí nezbytně dodržovat přísná etická pravidla, závazná pro všechny profesionály, ať už se jedná o samotné fotoreportéry nebo o fotoeditory, kteří s fotografií v médiích dále pracují.

Jasná pravidla stanovují etické kodexy. Příkladně jsou formulovány například americkou organizací The National Press Photographers Association,⁸¹ jež stanovuje deset základních bodů, jimiž by se měli fotoreportéři i všichni ostatní, kteří s fotografií v mediální produkci jakkoliv přichází do styku, řídit. Jsou jimi:

1. Být akurátním a obsažným při reprezentování témat.
2. Odolat manipulaci stran příležitostí inscenovaných fotografií.
3. Být komplexním a poskytovat kontext při fotografování nebo nahrávání témat. Vyhnout se stereotypizaci jednotlivců a skupin. Rozpoznat a pracovat tak, aby se fotografování obešlo bez prezentování vlastních předpokladů.
4. Zacházet se všemi fotografovanými subjekty s respektem a úctou. Věnovat zvláštní pozornost zranitelným občanům a vyjadřovat soucit obětem zločinu nebo tragédie. Vměšovat se do privátních okamžiků zármutku pouze tehdy, když má veřejnost prvořadou a ospravedlnitelnou potřebu daný moment vidět.
5. Při fotografování témat záměrně nepřispívat, neupravovat, nevyhledávat změny nebo neovlivňovat události.
6. Editování by mělo zachovat integritu fotografických obrazů, jejich obsah a kontext. Nemanipulovat obrazy nebo přidávat či pozměňovat zvuk jakýmkoliv způsobem, který by diváky mátl nebo nesprávně interpretoval témata.
7. Neplatit zdrojům a subjektům nebo je materiálně odměňovat za poskytování.
8. Nepřijímat dary, laskavosti nebo kompenzace od těch, kteří by mohli reportáže nějakým způsobem ovlivňovat.

⁸⁰ Tamtéž.

⁸¹ *NPPA* [online]. National Press Photographers Association: © 2017-2019 [cit. 7.7.2020]. Dostupné z: <https://nppa.org/nppa-code-ethics>.

9. Nikoliv záměrně sabotovat úsilí jiných novinářů.
10. Neangažovat se v obtěžujícím chování kolegů, podřízených nebo subjektů a zachovat nejvyšší standard chování při všech profesních interakcích.

Pokud obrazoví redaktoři, myšleno hlavně fotoreportéři a fotoeditoři, nedodrží tyto standardy, riskují svou pověst a hrozí jim trest v podobě okamžitého propuštění, sankce nebo poškození reputace. Proto nutně musí být věrni svému poslání a k zachycovaným událostem dle úzu přistupovat nezaujatě a neutrálně. Namísto je také autoregulace a sebekontrola, což platí jak pro fotoreportéry na volné noze, tak pro ty, kteří jsou zaměstnání v nějakém médiu.

V českém kontextu etické kodexy, které by byly zaměřeny výhradně na práci s fotografií, chybí. Většina profesionálních fotoreportérů tak podepisuje kodex, jenž není věnovaný výhradně fotografii, ale redakční práci jako takové a obecným pravidlům novinářské práce. Například Česká tisková kancelář pouze ve velmi obecné rovině stanovuje, že není povolen žádný obsahový zásah do fotografií, aby nebylo zkresleno původní sdělení, a že „*obrazové informace (fotografie, videa, grafika) musejí respektovat osobnostní práva, kontext a předpokládané užití (například na webech dostupných dětem)*“.⁸² Konkrétní způsob, jak nakládat s fotografiemi například co se týče jejich úprav, už však kodex nespecifikuje.

Stejně tak vydavatelství *Economia* nemá samostatný etický kodex věnovaný pouze práci s fotografiemi, už však konkrétněji stanovuje například to, že „*fotografové a fotoeditoři by se měli vyvarovat manipulace s fotografiemi, pokud se nejedná o koláž. Žádné objekty či osoby nesmí být vyretušovány z původního snímku. Výřezy z fotografie jsou povoleny, manipulace s barevností by měla být minimální. Digitálně upravené fotografie (montáže, ilustrace) musí vždy být viditelně označeny*“.⁸³

Etické standardy novinářské fotografie ve střední Evropě zkoumala studie Filipa Lába a Sandry Štefanikové z Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, na níž se autorka této disertační práce rovněž podílela. Studie potvrzuje absenci etických kodexů se zaměřením na

⁸² ČTK [online]. Česká tisková kancelář: © 2018 [cit. 2.11.2020]. Dostupné z [www: https://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/](https://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/), cit. 2. 11. 2020.

⁸³ *Economia* [online]. *Economia*: © 2020 [cit. 2.11.2020]. Dostupné z [www: https://www.economia.cz/o-nas/](https://www.economia.cz/o-nas/), cit. 2. 11. 2020.

fotografii.⁸⁴ Podle studie se „většina fotoreportérů a fotoeditorů při fotografování i postprodukcí řídí vlastními standardy, které do značné míry podléhají potřebám redakcí, pro něž pracují“.⁸⁵

Obecně lze konstatovat, že při editaci novinářských fotografií jsou povoleny pouze základní úpravy, kterými jsou korekce jasu, ořez, drobná retuš (ovšem pouze v případě například nečistoty na objektivu) či rovnání perspektivy. Agentura AP stanovuje, že „drobné úpravy ve Photoshopu jsou přijatelné. Patří mezi ně oříznutí, zesvětlení a ztmavení, převod na stupně šedi a normální tónování a úpravy barev, které by měly být omezeny na ty, které jsou minimálně nezbytné pro čistou a přesnou reprodukci (analogicky k zesvětlení a ztmavení, které se dříve používalo při zpracování snímků v temné komoře) a které obnovují autentickou povahu fotografie“.⁸⁶

Jakékoliv jiné úpravy už jsou považovány za nepřijatelný zásah do novinářské fotografie. Dušan Veselý shrnuje: „Dnes je přijatelná jen kosmetická úprava fotek, když je třeba nečistota na objektivu. Toleruje se výřez. Někteří fotografové hýbou s barvou. Nemůžete ale sáhnout do obsahu fotografie. Například ČTK má pro práci s fotografií velmi přísná pravidla. Důležité je vědět, kdo fotku pořídil nebo která firma ji vydává.“⁸⁷

Jednoznačně nepřijatelné je pak jakkoliv měnit obsah a s tím spojené úpravy, jako je například retuš nebo fotomontáž. Etické kodexy nastavují určité hranice zejména s přihlédnutím k tomu, jakým způsobem lze s fotografiemi zacházet po technické stránce, další pravidla jsou ovšem velmi obecná. Jasně stanovují, jaké úpravy jsou přípustné a jaké už nikoliv. Co však etické kodexy definovat přesně a jasně nedokážou, je právě obsahová stránka fotografií, respektive to, co fotografie zobrazují. Vzniká proto řada eticky sporných situací, které budou nyní podrobněji popsány.

84 LÁB, Filip, ŠTEFANIKOVÁ, Sandra a TOPINKOVÁ, Martina. Photojournalism in Central Europe: On authenticity and ethics. In *Central European Political Studies*, 2/2016, pp. 73–89. Dostupné on-line: <http://ssp.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2016/07/2016-02-073.pdf>, cit. 2. 11. 2020.

85 ŠTEFANIKOVÁ, Sandra a LÁB, Filip. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 19.1. 2017, [cit. 2.10.2020]. Dostupné z www: <https://cz.ejo-online.eu/4299/etika-a-kvalita-zurnalistiky/fotoreporterovo-dilema-fotografovat-nebo-pomahat-obetem-nejest>.

86 AP [online]. Associated Press: © 2020 [cit. 8.10.2020]. Dostupné z www: <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/telling-the-story/visuals>.

87 ČTK [online]. Česká tisková kancelář: © 2018 [cit. 24.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=3073>.

Paul Martin Lester identifikoval tři základní etické obavy ve fotožurnalistice: práva obětí násilných činů, soukromí a jeho narušení a falšování obsahu obrazu skrze inscenování nebo technické zásahy do fotografie.⁸⁸

Ve vztahu k etice se práce fotoreportérů a fotoeditorů v digitálním věku změnila, neboť tito profesionálové nyní čelí novým výzvám, jak nastavovat standard v tom, co je či není etické a vhodné zobrazovat.⁸⁹ To se týká zejména fotografií zobrazujících násilí a brutalitu, mrtvé nebo zraněné lidi, zármutek, nehody, katastrofy, oběti i nahotu a explicitní sexualitu nebo fotografie nezletilých,⁹⁰ kdy je vhodné se ptát, zdali jsou takové snímky potřebné a co společnosti přinášejí.⁹¹

Nastavování etických standardů se zároveň odvíjí od potenciální neochoty příjemců eticky hraniční fotografie vůbec vidět. Zejména diváci z vyspělých zemí se mohou snažit některým záběrům záměrně vyhýbat,⁹² protože si ve své blahobytné bublině odmítají připustit utrpení, s nímž se lidé z jiných částí světa musí vypořádávat. Fotografie se tak v důsledku stává „prostředkem, jak učinit opravdovými skutečností, které by privilegovaní a zabezpečené lidé raději nevnímali“.⁹³

Současně s tím ovšem vyvstává otázka, kde končí fotožurnalismus a začíná parazitování na lidském neštěstí. V užívání vizuálního obsahu nyní sledujeme posun v etice zobrazování reality, kdy narážíme na neustále se posouvající hranice. Vyvstává obava z toho, že se vše nakonec okouká, zevšední, společnost si na to zvykne a stane se to pro ni samozřejmostí.

Zde můžeme zmínit také vítěznou fotografii World Press Photo roku 2017 fotografa Burhana Ozbiliciho. Snímek vraždy ruského velvyslance v Turecku Andreje Karlova podle Filipa Lába „unikátním způsobem zachycuje to, jak se pomalu teror stává stále běžnější součástí našich životů. Symbolicky to ilustruje na násilí, které vstoupilo do prostoru galerie jako nějaká extrémní forma performance“.⁹⁴

88 LESTER, Paul Martin. *Photojournalism: An Ethical Approach*, 1991.

89 RITCHIN, Fred. *Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen*, 2013.

90 LÁB, ŠTEFANIKOVÁ, TOPINKOVÁ. str. 81–82.

91 SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*, 2003.

92 NEWTON, Julianne Hickerson. *The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality*, 2008.

93 SONTAG, 2003, str. 4.

94 LÁB, Filip. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 16. 2. 2017, [cit. 10.8.2020].

Dostupné z [www: https://cz.ejo-online.eu/4467/aktuality/world-press-photo-fotozurnalismus-nebo-propaganda](https://cz.ejo-online.eu/4467/aktuality/world-press-photo-fotozurnalismus-nebo-propaganda), cit. 10. 8. 2020.



*An Assassination in Turkey, Burhan Ozbilici / AP Photos, 2016*⁹⁵

Eticky hraniční fotografie jsou většinou zároveň silné a působivé a vyvolávají proto adekvátně silnou emocionální odezvu. Takové fotografie provokují, pobuřují, šokují, ať už přímo svým obsahem nebo příběhem, který stojí za fotografií. Debata o etice užívání vizuálních obsahů a emocí s nimi spojenými je na pořadu dne zejména v případě fotografií z válečných konfliktů, které jsou v tomto směru zřejmě nejrozporuplnější. Válečný fotožurnalismus má upozorňovat na zbytečnost války a působit jako argument proti bezpočtu nevinných obětí. V příjemcích však takové snímky mohou současně vyvolat beznaděj a bezmoc, protože proti krutosti války oni sami nic nezmohou.

Vztahu emocí, etiky a (nejen válečnému) fotožurnalismu se věnovala v knize *O fotografii*, publikované v roce 1977, Susan Sontagová, svoje myšlenky s ohledem na tuto problematiku pak rozvinula v knize *S bolestí druhých před očima*, jež vyšla v roce 2003. Sontagová argumentuje, že se z nás stávají voyeuři, přičemž společnost

⁹⁵ Dostupné z [www: https://time.com/4606972/russian-ambassador-karlov-turkey-assassination-photo-burhan-ozbilici/](https://time.com/4606972/russian-ambassador-karlov-turkey-assassination-photo-burhan-ozbilici/)

je násilím a utrpením fascinovaná, na druhou stranu však snímky mohou způsobovat také netečnost, „jelikož jsme přímo zaplavováni obrazy, které kdysi šokovaly a vyvolávaly pobouření, ztrácíme schopnost reagovat. Ke krajnosti vybuzený soucit člověka otupuje“.⁹⁶ To je nicméně také výsledkem rozptýlené pozornosti: „Obrazová přesycenost udržuje pozornost v lehkém, proměnlivém stavu, takže je relativně lhostejná k obsahu.“⁹⁷

John Berger oproti tomu tvrdil, že díváme-li se na snímky zobrazující násilí a utrpení, cítíme se při tom provinile, což ve výsledku vede k tomu, že takové snímky raději vytěsňujeme, resp. dochází k absenci propojení: „Obecně se předpokládá, že jejich cílem (válečných fotografií – pozn. aut.) je vzbudit soucit. Ty nejvyhrocenější příklady, jako je většina McCullinova (Don McCullin je britský válečný fotoreportér – pozn. aut.) díla zachycují okamžiky krajní bolesti, aby si vynutily nejvyšší zájem. A podobné okamžiky – bez ohledu na to, zda jsou zachyceny na fotografii – se vymykají všem ostatním momentům. Existují samostatně. Avšak čtenář, kterého fotografie ovládla, může tuto absenci návaznosti vnímat jako osobní mravní selhání.“⁹⁸

Publikování naturalistických záběrů, které zobrazují ať už násilí nebo sexualitu, by nemělo být samoučelné; pokud se redakce rozhodne daný snímek zveřejnit a překročit určitou mez, mělo by to mít své opodstatnění, kterým je většinou lepší pochopení dané události.

Spolu se stále se posouvajícími etickými hranicemi se stalo běžným, že se v médiích objevují fotografie násilí bez sexuálního podtextu. Co ovšem dlouho zůstávalo tabu, je znásilnění.⁹⁹ Podle Arielly Azoulayové je to s podivem zejména s ohledem na fakt, že od sexuální revoluce v 60. letech 20. století se oběti sexuálně motivovaných zločinů sice zúčastňují prostřednictvím médií veřejné debaty a téma je rozebíráno i na akademické půdě, ale samotné snímky již nikde k vidění nejsou. Toto tabu bylo prolomeno, když znásilnění zachytil v roce 2015 fotograf Souvid Datta.

Na etické hranice narážíme také při fotografování lidí v choulostivých situacích; například na fotografování veřejně činných osob na veřejném místě se vztahuje zpravodajská licence, a je tudíž legitimní fotografovat je i v momentě, kdy

96 SONTAG, Susan. *S bolestí druhých před očima*, 2011, str. 96.

97 SONTAG, 2011, str. 94.

98 BERGER, 2009, str. 54.

99 AZOULAY, Ariella. *The Civil Contract of Photography*, 2008, str. 218.

jim to není příjemné, byť i to je do jisté míry sporné. Pokud ovšem ve stejné situaci zachytí fotoreportér soukromou osobu, může to být velmi problematické, v evropském kontextu i s přihlédnutím k GDPR.¹⁰⁰ Eticky hraniční je pak i fotografování dětí, které by bez souhlasu jejich zákonných zástupců fotografovány být neměly nikdy, natož pak ve vypjaté situaci.

¹⁰⁰ GDPR je zkratkou pro General Data Protection Regulation.

4. Emocionální síla fotožurnalismu

Novinářská, resp. žurnalistická fotografie je „vizuální formou sdělená novinářská informace,¹⁰¹ je samostatným nositelem sdělení, ale zároveň je vždy doprovázena popiskem. To, že se v médiích často objevuje společně s textem, je do určité míry dáno konvencí.

Novinářská fotografie má být ostrá, dokonale rozpoznatelná v detailech a snadno čitelná, aby nedocházelo k nežádoucí dezinterpretaci. Obecně platí, že se kvalitní novinářská fotografie vyznačuje tím, že se snaží o hledání rovnováhy mezi kvalitou a informací, mezi technickým vylepšením a nepřijatelným zkreslením skutečnosti. Cílem přitom je, aby zůstala zachována podstata sdělení a obsah fotografie, přičemž povolenými by měly být pouze základní úpravy.¹⁰²

Nejdůležitějším žánrem novinářské fotografie je fotografická aktualita, kterou Alena Lábová v *Praktické encyklopedii žurnalistiky a marketingové komunikace* definuje takto: „*Obrazová zpráva o událostech a lidech do událostí zapojených, která přináší informaci o něčem novém, co se právě událo. Fotografované události mají bezprostřední sociální, politický nebo ekonomický dopad; fotografická aktualita zachycuje události momentální důležitosti nebo zájmu, je relevantní (zabývá se nejdůležitějšími aspekty a ukazuje souvislosti), obrazově působivá (ostrá, dobře exponovaná s kompozicí, která zdůrazňuje hlavní objekt) a na první pohled čitelná (srozumitelná). (...) Nedílnou součástí fotografické aktuality je popisek, upřesňující fakta, která nelze fotografickým obrazem vyjádřit.*“¹⁰³

Pro fotografickou aktualitu je také velmi důležitý kontext. S tím souvisí již zmiňovaná skutečnost, že je každá novinářská fotografie nutně doprovázena popiskem, který je její nedílnou součástí a který „*upřesňuje fakta, která nelze fotografickým obrazem vyjádřit.*“¹⁰⁴ Popisek přitom odpovídá na základní novinářské otázky: kdo, co, kdy, kde, proč.

Funkce fotografické a textové části fotozpravodajství je přitom rozdílná: fotografie nese a má dávat informaci, která není v textu, přičemž popisek by měl

101 HALADA, Jan a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, 1999, str. 70.

102 TOPINKOVÁ, Martina. *Proměna autenticity novinářské fotografie v digitální éře*. Praha, 2014. Diplomová práce (Mgr.), Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová, Ph.D., str. 100.

103 HALADA, OSVALDOVÁ, 2007, str. 20.

104 Tamtéž.

doplnit to, co není na fotografii, ale co je za ní. Ideální samozřejmě je, když jsou fotografie, její popis i text, který doprovází, v symbióze.

Popisek se však může proměnit ve zdroj zmatení, a to zejména v případě, kdy jsou fotografie rekontextualizovány či dekontextualizovány, tedy vyňaty z kontextu a použity odlišným způsobem, než za jakým byly původně pořízeny, případně jsou uváděny v nevhodném kontextu, například i při opakovaném použití.

Fotografická aktualita se dělí na *spot news* a *general news*.¹⁰⁵ *Spot news* jsou ty situace, na které se fotoreportér nemůže nijak připravit, protože jsou neočekávatelné; jedná se o nepředvídatelné události, jakými jsou například přírodní katastrofy nebo automobilové havárie. *General news* pak zachycují události, které jsou předem naplánované a zčásti i vykonstruované, neboť jsou často organizované za účelem medializace. Jsou to například tiskové konference, zahajování výstav, ale třeba i politické události a volební kampaně či déletrvající válečné konflikty.

Vzhledem k výše uvedeným charakteristikám je evidentní, že ze všech typů fotografie klade právě fotografická aktualita nejpřísnější nároky na předávání autentického, nezkresleného zobrazení skutečnosti. Z tohoto důvodu budou v této disertační práci v analytické části rozebírány právě fotografické aktuality.

Síla fotografického média nespočívá pouze v jeho informativní hodnotě, ale také v jeho emocionálním apelu, skrze nějž oslovuje svoje příjemce. Emoce, jež jsou ve fotografii zakódovány, se snahou oslovit příjemce médií přímo souvisí a je zároveň snahou fotoreportérů je vyvolávat. Akademická sféra se doposud zabývá tímto aspektem spíše okrajově,¹⁰⁶ více než na emocionální hledisko se zaměřuje na interpretaci fotografií. Jsou to nicméně právě emoce, které jsou schopny pohnout společností a případně vyvolat nějakou reálnou změnu.¹⁰⁷

Obrazy obecně prvotně působí přímo na lidské emoce a jejich vliv je bezprostřední. Člověk si je i díky nim snáze zapamatuje a o to víc k němu dolehnou a osloví ho; navíc mají příjemci médií prokazatelně tendenci lépe vstřebávat a pamatovat si vizuální materiál než textový a také ho častěji než textový vyhledávají.¹⁰⁸

105 KOBŘE, Kenneth. *Photojournalism: The Professionals' Approach*, 2004.

106 TOMANIĆ TRIVUNDŽA, Ilija. *Press Photography and Visual Framing of News*, 2015.

107 ZELIZER, Barbie. *About to Die: How News Images Move the Public*, 2010, str. 316.

108 NEWTON, 2001, str. 98.

Nadto jsou obrazy také podstatně lépe pochopitelné, a tím pádem je lidé i lépe akceptují. Jsou tedy výrazně působivější než holá fakta – podle Loupa Langtona „*silné vizuální obrazy užívané efektivně mohou zapojit čtenáře, probudit jejich emoce a informovat je o všech aspektech života*“.¹⁰⁹ Racionální argumenty by takto efektivně nezabraly i vzhledem ke své složitosti. Tím, že obrazy nejsou exaktní a přesné, jsou také hodně tvárné a podporují imaginaci.

Antonio Damasio v rámci neurovědy přišel s poznatkem, že „*obrazy jsou měnou naší mysli*“ a že „*myšlenka je přijatelné označení pro proud obrazů*“. Dokonce tvrdí, že „*jakýkoliv symbol, který si můžete vymyslet, je obrazem a v mysli je minimum vjemů, které obrazy nejsou*“.¹¹⁰ Obrazem myslí „*mentální vzor jakéhokoliv smyslu, například zvukový obraz, hmatový obraz, obraz blaha*“. Damasio dále zastává názor, že se všechny obrazy v naší mysli vztahují k tělu; jsou to „*zobrazení interakcí mezi každým z nás a objektem, který zaměstnal náš organismus*“.¹¹¹ Obrazům tedy Damasio přikládá klíčový význam, jsou pro něj základní stavební jednotkou vědomí a také emocionality, jež se projevuje na tělesné úrovni, resp. v podobě tělesných dějů; propojenost obrazů a emocionality je tak do velké míry automatickým, od sebe neoddelitelným procesem, který definuje naši podstatu a to, jakým způsobem zpracováváme informace a vnímáme svět kolem sebe.

Vztahu emocí a obrazů se věnoval také James Elkins, jenž zkoumal, co vede lidi k tomu, že se nad nějakým obrazem dojmou natolik, že se u toho rozpláčou. Základní myšlenkou, již Elkins vyslovil, je ta, že „*obrazy nám oplácejí pozornost, kterou jim věnujeme. (...) Čím více se díváme, tím je naše citové prožívání intenzivnější*“.¹¹² Elkins se dále zamýšlí nad tím, že ačkoliv v sobě obrazy nesou hloubku, kterou do nich otiskl jejich autor, je až s podivem, jak málo nás dokážou dojmout a zanechat v nás podobně hluboký otisk – přímo tvrdí: „*To, že nejsem schopen před obrazem uronit ani jedinou šílenu slzu, mi znemožňuje některé obrazy pochopit a projevit živější odezvu*“.¹¹³ Dochází k závěru, že „*slzy se nehodí k ironické,*

109 LANGTON, 2009, str. 242.

110 DAMASIO, Antonio. *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*, 2000, str. 321.

111 DAMASIO, 2000, str. 321.

112 ELKINS, James. *Proč lidé pláčou před obrazy*, 2007, str. 7.

113 ELKINS, 2007, str. 178.

postmoderní atmosféře doby“, proto „*nás uklidňuje přesvědčení, že obrazy si žádají pouze umírněné, předvídatelné emoce*“.¹¹⁴

Projevování citů podle něj tedy v dnešní společnosti není žádoucí, emoce jsou oproti racionalitě upozad'ovány, tím pádem je plochý i prožitek, jenž pocítujeme, když se na obrazy díváme, a tedy i samotná emocionální odezva, kterou obrazy vyvolávají, není až tak silná. Pokud bychom na novinářské fotografie nahlíželi touto optikou, mohli bychom dedukovat, že ani ty v nás nezanechávají žádný hlubší otisk, protože hlubokého emocionálního prožitku ani nejsme schopni, to zaprvé, a zadruhé emocionalitě není nakloněna ani samotná společnost, jež toto ploché prožívání (a emocionální působení) preferuje, neboť jednoduše nezapadá do úvah o člověku jako o rozum používající bytosti, který má být při vyhodnocování reality dominantním.

Propojenosti obrazů a emocí se věnuje také psychoanalýza obrazu.¹¹⁵ Obecně zkoumá subjektivitu, sexualitu a podvědomí. V komunikačním procesu se soustřeďuje především na obraz samotný a na diváka – chápe ho jako někoho, kdo do obrazu přináší určitou subjektivitu. Současně předpokládá, že tato subjektivita je formována určitou vizualitou, která je konstruována opakovanými střetávaními se s obrazy, které podporují určité způsoby vidění. Subjektivita odkazuje k divákovým vlastnostem, spíše než k jeho identitě, a podmiňuje určitý způsob porozumění světu, jenž je často neracionální. Emocionální psychoanalýza ve vztahu k vizualitě tudíž řeší emocionální účinky obrazů, vychází nicméně z toho, že ne všechny reakce se odehrávají na vědomé úrovni; proto obrazy interpretuje s ohledem na podvědomí a jeho dynamiku.

Výše jsme popsali, co lidé prožívají, dívají-li se na obrazy (jakékoliv povahy, zachycující kterékoliv téma), a jsou-li tyto obrazy schopny v nich vyvolat emocionální odezvu; jiný úhel pohledu na propojenost obrazů a emocionalit je nicméně i ten, který ukazuje, jaké jsou emoční reakce lidí, sledují-li přímo zobrazování prožitku nějaké emoce, ať už je jím strach a z něj plynoucí utrpení a násilí, radost či překvapení, což je aspekt, jímž se zabývá Ladislav Kesner. Míjí, že sice „*extrémní výrazy emocí, násilí a bolesti v uměleckém díle mohou aktivovat spektrum reakcí od silného afektivního zasažení či soucitu po esteticky nezúčastněnou*

114 Tamtéž.

115 Které se věnuje Gillian Roseová v knize *Visual Methodologies: an introduction to researching with visual materials* a Anne Marie Barryová v knize *Handbook of visual communication research: theory, methods, and media*.

libost a potěšení,¹¹⁶ problémem ovšem je, že „*jen zřídka vyvolávají otázky po smyslu a etice prohlížení takových vjemů*“.¹¹⁷ Obrazy zachycující silné emoce tedy logicky silné emoce zpětně vyvolávají, otázkou nicméně je, zdali je to morálně a eticky správné a kdy je namístě zjišťovat, zdali sledování cizího utrpení vůbec dává smysl a je opodstatněné, což je hledisko, k němuž se v této kapitole později ještě dostaneme. Emoce každopádně logicky vyvolávají ty obrazy, které je ukazují, což podle Kesnera pochopitelně platí také v případě fotografie.

Obrazy mají dlouhodobý efekt na chování či jednání lidí.¹¹⁸ V případě fotografie to platí obzvláště, jelikož ty jsou ze všech druhů vizuální komunikace (a typů obrazů) tím, který se nejvíce podobá realitě, a zcela určitě je to relevantní v případě fotografie novinářské, jelikož ta má realitu zobrazovat co možná nejuvěrohodnějším způsobem. Podle bývalého prezidenta Black Star Photo Agency Harryho Chapnicka mají novinářské fotografie velký vliv na to, jak lidé rozumí světu, v němž žijí, a na jejich vnímání důležitých politických a společenských otázek.¹¹⁹

I z druhé strany mají emoce výrazný efekt na to, jak vlastně vnímáme a rozumíme novinářské fotografii. Divákům totiž pomáhají vysvětlit smysl událostí, díky nim získávají ke zprávám vztah a jsou obrazy přitahováni – „*připuštní nahodilosti, představitivosti a emocí do diskusí o žurnalistice může pomoci vysvětlit, proč jsou novinářské fotografie užitečné pro diváky, kteří se snaží pochopit nevyřešené události obtížné a komplikované povahy*“.¹²⁰

Novinářská fotografie je tedy silným médiem, protože nemá pouze informativní a výpovědní hodnotu, ale dokáže také komunikovat lidské emoce a zprostředkovávat city a v návaznosti na to ovlivňovat chování a jednání lidí. V tomto směru mají vizuální informace ve srovnání s textovými informacemi velkou výhodu: zatímco text apeluje spíše na racionální myšlení, uvažování a logickou argumentaci, fotografie vyvolávají emoční reakce. Ilija Tomanić Trivundža podotýká, že „*impulsem pro zachování snímků jednoduchých a efektivních při pokrývání komplexních záležitostí je redukovat události vizuálně působivými, kdy fotografie*

116 KESNER, Ladislav. *Trauma, tíseň, extáze, prázdnota. Formule afektu a patosu (1900–2018)*, 2018, str. 197.

117 Tamtéž.

118 NEWTON, 2001, str. 93.

119 NEWTON, 2001, str. 99.

120 ZELIZER, 2010, str. 12.

*z konfliktů, vzrušujících akcí a emocí stojí v opozici k představě srozumitelného a neutrálního zaznamenávání faktů“.*¹²¹

Další důvod, proč fotografie vyvolávají tak silné emoce, je ten, že umožňují vcítit se do role fotografovaného subjektu a skrze něj prožívat jeho emoci, příkladně utrpení. Barbie Zelizerová hovoří o identifikaci se subjektem – ztotožnění s fotografovaným subjektem v nás vyvolává soucit, jelikož si skrze to dovedeme představit, že na jeho místě bychom mohli být my sami – například při pohledu na fotografii zachycující násilí se obraz stává „*poutavým a zaplete diváka do bezmocnosti, zranitelnosti a úzkosti ženy. Jeden deník to vyjádřil nejlépe, když poznamenal, že si divák nemůže pomoci než si představit, že je tam on sám“.*¹²²

Také Valentin Groebner přisuzuje sílu novinářské fotografie identifikaci s fotografovaným subjektem, podle něj „*detaillní a realistická vizuální znázornění lidské bolesti vyvolávají znechucení, a dokonce i hrůzu – pocit osobního, až fyzického dotyku a zranění. Zdálo se, že jsme byli dojati a zraněni pouhým pohledem“.*¹²³ Obrazy, které jsou schopny vyvolat takovou odezvu, přitom podle něj nejsou výjimkou, nýbrž tím, co je samotnou esencí fotografií.

S ohledem na důkazní podstatu novinářských fotografií ovšem mohou diváci nabýt dojmu, že jsou schopni cítit to samé jako cítil fotografovaný subjekt, to je však dojem klamný – divák vnímá to, co je na fotografii, jako svoji vlastní bolest, v níž se ztrácí bolest toho, kdo skutečně trpěl.¹²⁴

Fotografie nabízí rychle velké množství informací a čte se rychleji než text.¹²⁵ Význam její úlohy v porovnání s textem přitom roste s obrazovostí zpracovávaného tématu. Právě rychlost a bezprostřednost emocionality ovšem může být zrádná, protože „*důležité události vyprávěné prostřednictvím atraktivních obrazů a šokujících příběhů se zabývají politiky, tj. dostávají se mimo politický diskurz. Zprávy tohoto druhu a problémy, kterých jsou součástí, přestávají být relevantní v okamžiku, kdy další novinky přitáhnou jinou skupinu emocí. Vidíte chudé dítě, je vám to líto, ale hned poté*

121 TOMANIČ TRIVUNDŽA, 2015, str. 75.

122 ZELIZER, 2010, str. 9.

123 GROEBNER, Valentin. Kapitola *A Feeling for Images. Medieval Personal in Contemporary Photojournalism*. In: ELKINS, James a DI BELLA, Maria Pia (ed.). *Representations of Pain in Art and Visual Culture*, 2013, str. 150.

124 BROWN, Kimberley Juanita. *Regarding the Pain of the Other; Photography, Famine, and the Transference of Affect*, In: BROWN, THY PHU. *Feeling Photography*, 2014.

125 SHERWIN, Richard K. *Visual Literacy in Action: Law in the Age of Images*. In: ELKINS, James (ed.). *Visual Literacy*, 2008, str. 185.

přijdou nějaké sportovní zprávy. Později nezůstane žádná stopa, žádný hlubší otisk. Problémem emočních reakcí je, že diváky silně zapojují, ale jsou efemérní – mají krátkodobé trvání.¹²⁶ To navíc znesnadňuje kritické uvažování o fotografii – „*rychlé obrazové sekvence oslabují kritické myšlení, protože divák je příliš zaneprázdněn současným obrazem, než aby mohl přemýšlet o posledním*“.¹²⁷

I z tohoto důvodu musí být emoční náboj stále silnější, aby u diváků vyvolal efekt. S přihlédnutím k tomu, že „*typickou moderní zkušeností*“¹²⁸ je podle Kesnera to, že fotografie zasahuje nejširší vrstvy lidí a často tak činí bezprostředním způsobem – a stejně bezprostředním způsobem mu servíruje tělesnou řeč silných emocí, utrpení a traumatu –, nelze nezmínit skutečnost, že valná většina fotografií příjemci médií pouze proteče, aniž by zanechala hlubší stopu; novinářské fotografie se pak stávají pouze „*nedílnou součástí soudobého infotainmentu*“,¹²⁹ kdy jejich prvořadou úlohou je diváky pobavit, chvilkově připoutat jejich pozornost a rozptýlit je. Podle Sherwina „*potěšení publika ze známého, jeho víra, že vnímá realitu, v kombinaci s rychlým a snadným porozuměním dělá sledování (fotografií – pozn. aut.) zábavnějším než čtení. A protože jsou diváci zaměstnání a bavení, jsou méně schopní i méně ochotní kriticky reagovat na přesvědčivou vizuální zprávu. Proto je pravděpodobnější, že zpráva bude přijata*“.¹³⁰

V každém případě ale fotografie fungují jako ventil emocí, jako „*spouštěč emočního uvolnění bez ohledu na to, jaké emoce uvolní. Účast a zapojení jsou tedy stejně důležité pro mobilizaci i pro obsah toho, co stimulují*“.¹³¹

Nyní se budeme věnovat tomu, jak se emocionální síla novinářských fotografií projevuje. Pakliže hovoříme o efektivitě fotožurnalismu, je důležité zmínit, že předpokladem pro emocionální působení novinářských fotografií je to, že zprostředkovávají realitu. Právě podobnost s realitou totiž způsobuje, že jsou novinářské fotografie schopny emoce vyvolat. Zaměříme se tedy na to, co znamená, že jsou novinářské fotografie zprostředkovateli reality a jaké toto zprostředkování

126 TOPINKOVÁ, Martina. *On Visual Propaganda in the Digital Age: An interview with Matteo Stocchetti*. In: Mediální studia, 2/2016 (265–272), str. 267.

127 SHERWIN, In: ELKINS, 2008, str. 185.

128 KESNER, 2018, str. 197.

129 Tamtéž.

130 SHERWIN, In: ELKINS, 2008, str. 185.

131 ZELIZER, 2010, str. 318.

klade na fotoreportéry nároky. Popíšeme tedy formální a etické aspekty novinářské fotografie.

Dále se budeme věnovat konkrétním příkladům efektivitu fotožurnalismu, a to ve dvou polaritách – jednak situacím, kdy novinářské fotografie vyvolávají emocionální odezvu, a na druhé straně tomu, kdy ji naopak nevyvolávají a zanechávají příjemce médií lhostejnými.

To, co dává novinářským fotografiím moc působit na emoce a ovlivňovat míru afektivního zasažení, je jejich podobnost s realitou a iluze, že divák sleduje autentické dění. Pro svůj punc uvěřitelnosti a skutečnosti (protože máme všeobecně tendenci věřit tomu, co vidíme) nabírají na síle. Tím, že novinářské fotografie zprostředkovávají realitu, se nás osobně dotýkají, což potvrzuje Ladislav Kesner: *„Díky svému výjimečnému postavení (ikonické fotografie – pozn. aut.) se také propůjčují ke zkoumání podstaty jejich ‚síly‘ či ‚moci‘, mechanismů afektivního působení na diváka a k reflexi vztahu mezi afektem a patosem, ale rovněž patosem a étosem v reakci na ně. Efekt ikonické fotografie je prvořadě dán její autenticitou, faktem, že svého diváka staví do role nepřímého svědka proběhlé události, prožitého utrpení či násilí páchaného na jiných lidech.“*¹³²

Z druhé strany emoce vyvolané fotografií odpovídají realitě, a proto je jejich působení tak efektivní. Jinými slovy – emoce, které fotografie vyvolává, se stávají reálnými, což může diváka silně ovlivnit; sílu afektivního zasažení zvyšuje fakt, že emoce (například strádání či bolest) odpovídají realitě (resp. tomu, že se něco skutečně odehrálo), a zatímco zobrazovaná realita je zprostředkovaná, samotné emoce už jsou reálné, a proto mají takovou moc. Richard K. Sherwin vysvětluje: *„Přesně z důvodu jejich snadného přístupu a důvěryhodnosti (Vidět znamená věřit) přinášejí vizuální obrazy nové výzvy. (...) V tomto ohledu je obzvláště znepokojivá zvláštní efektivita vizuální reprezentace a vizuálního přesvědčování. Zaprvé, protože se fotografie, filmy a videa mohou podobat realitě, mají tendenci vyvolávat kognitivní a zejména emocionální reakce podobné těm, které vzbuzují zobrazené skutečné věci.“*¹³³

Kesner sílu a efektivitu fotografie přičítá zejména její autenticitě, jelikož „v době jednoduché manipulovatelnosti digitálního obrazu a masivního šíření fake news

¹³² KESNER, 2018, str. 197.

¹³³ SHERWIN, In: ELKINS, 2008, str. 179.

je implicitní vědomí, že zobrazený děj se odehrál, zásadním předpokladem jejich efektivity“.¹³⁴

To přirozeně vyvolává potřebu autentizace pravdivosti, aby nebylo pochyb o tom, zda se snímkem nebylo manipulováno, případně zdali k manipulaci nedošlo už během snímání. Vnímání fotografického obrazu jako pravdivé reprodukce reality je přitom podle Lába a Lábové kulturně podmíněné: „*Lidská snaha o co nejvěrnější zobrazení reality našla své naplnění právě s vynálezem fotografie. (...) Nikoliv náhodou se optická soustava fotoaparátu dodnes nazývá objektivem, odkazujíc tak v rámci možností k co nejvíce ‚objektivnímu‘ zobrazení.*“¹³⁵

Ernst van Alphen pod pojmem obraz chápe především obraz fotografický a filmový, jenž se nejvíce podobá realitě a je zdrojem našeho poznání o ní.¹³⁶ Jak ale upozorňuje s odkazem na vizuální umělkyni Fionu Tanovou, „*obrazy nejsou stavěny z reality, ale my sami vytváříme svou vlastní realitu pomocí obrazů*“.¹³⁷ To znamená, že realitu skládáme podle toho, jaké obrazy vnímáme. Fotografie jsou dále schopny uchovávat vzpomínky a tím pádem také emoce, které pak při pohledu na ně zpětně vyvolávají.

Digitální věk s sebou ovšem přináší diskuzi o tom, co vůbec realita je a jak ji definovat. Je reálné pouze to, co se odehrává ve hmotném, respektive fyzickém světě? Nebo se stává reálným i to, co se děje ve virtuálním prostoru? Kde jsou hranice a kdo je určuje? V případě novinářské fotografie je tato tekutá hranice zrádná, neboť vždy záleží na tom, v jakém kontextu a s jakým popiskem se objevuje, ale zároveň i na tom, je-li obrazové zpravodajství kontinuální. Kolektivně cítíme, že v aktuálním zpravodajství, a tedy i ve fotografických aktualitách, je kladen veliký důraz na novost – na to, co se odehrává teď a je ještě žhavě aktuální v rámci několika dnů; to je to, po čem média jdou, to je ta výseč reality. Pak se ale stane něco nového a my už se většinou nedozvídáme ukončení příběhů, nebo když už se je dovídáme, jsou obtížně dohledatelná. Stále se začíná něco nového a důrazem na novost, čerstvost a aktuálnost realita jako celek médiím uniká, a je proto určitým způsobem rozostřená.

134 Tamtéž.

135 LÁBOVÁ, LÁB, 2009, str. 9.

136 ALPHEN, Ernst van. *Art in Mind: How Contemporary Images Shape Thought*, 2005. str. 49.

137 Tamtéž.

Samostatným tématem je také, čím vizuální pravdu v médiích vlastně vnímáme, neboť si nikdy nemůžeme být jisti tím, že to, co vidíme a co v nás vyvolává emoce hněvu, zármutku či radosti, není jenom výtvozem mocných elit, které střeží pomyslné brány toho, co se do médií vůbec dostane.¹³⁸ Téma takzvaného „gatekeepingu“ a toho, kdo všechno vstupuje do konečné podoby médií, co se do nich dostane či nikoliv a jaká témata jsou v nich nastolována, by ovšem vydalo na samostatnou disertační práci, a proto jej nebudeme více rozvádět.

Silné novinářské snímky dokážou veřejnost mobilizovat a podnítit k nějaké aktivitě, jelikož „*síla či moc (fotografie – pozn. aut.) spočívá právě v potenciálu vyvolat – alespoň někdy a u některých diváků – afektivní reakci a prožívání, které zasáhne jeho racionální mentální obsahy a případně jej pohne k vědomému konání*“.¹³⁹

Emoce vyvolané novinářskými fotografiemi jsou tedy stěžejní při snaze pohnout veřejností, a to doslova, jelikož samotné slovo emoce pochází z latinského *emovere*, což v doslovém překladu znamená vyrušit, vzrušit, pohnout, otrást, dojmout.¹⁴⁰¹⁴¹ Barbie Zelizerová v této souvislosti podotýká: „*Protože zapojení emocí do obrazů (blížící se smrti) nevyplývá z vnitřního pojmu emocionální reakce, ale z pochopení emocí, které spočívají v sociální a kulturní praxi, tato socialita emocí, původem Durkheimova, je tím, co drží lidi nějakým způsobem pohromadě a v jiných je naopak odděluje. Jak poznamenala Nancy Chodorowová, emoce dávají tvar iracionálnímu, ale iracionální má své místo ve vytváření významů.*“¹⁴²

Také chápání emocí, podobně jako vnímání fotografického obrazu jako pravdivé reprodukce reality, je tudíž podle Zelizerové sociokulturně podmíněné, neboť nevychází ze subjektivního vnímání a z nějakého vnitřního dojmu či vnitřní představy o emocionální odezvě, ale spíše ze sociokulturních okolností. Na jejich základě – a skrze emoce – pak přisuzujeme událostem zprostředkovaným novinářskými fotografiemi význam a přikládáme tématům váhu a důležitost.

Emoce jsou zároveň podle Zelizerové nepředvídatelné (stejný snímek může v příjemcích vyvolat protichůdné reakce), i tak je ale snahou jejich vyvoláváním

138 NEWTON, 2001.

139 KESNER, 2008, str. 207.

140 *Slovník cizích slov*, cit. 12. 6. 2020, <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/emovere-lat>

141 *Slovník cizích slov*, cit. 12. 6. 2020, <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/emovere-lat>.

142 ZELIZER, 2010, str. 31.

přimět veřejnost k nějaké aktivitě. Fotografie mohou probudit soucit, zármutek, smutek, ztrátu, hněv, spekulaci, naději na vyřešení, lítost, zradu, rozhořčení, úlevu, potěšení, odpovědnost, oslavu, empatii a soucit¹⁴³ a skrze všechny tyto emocionální odezvy následně také vyvolat reakci veřejnosti, kdy lidé například nabídnou pomoc jako dobrovolníci, finančně přispějí na řešení nějakého problému nebo se nějakým jiným způsobem začnou angažovat.

To, že jsou fotografie schopny otřást veřejností, bylo prokázáno již na začátku 20. století, kdy investigativní fotograf Lewis Hine dokumentoval dětskou práci.¹⁴⁴



An Indianapolis Glass works. Lewis Hine, 1908¹⁴⁵

V důsledku síly jeho fotografií se legislativu ve Spojených státech změnit podařilo, v roce 1914 byla omezena, v roce 1938 nakonec zcela zakázána. Další, jemuž se podařilo připoutat pozornost k důležitému a palčivému tématu, jež rezonovalo společností a vedlo k reálné změně, byl britský válečný fotoreportér Don

¹⁴³ ZELIZER, 2010, str. 318.

¹⁴⁴ *The Guardian* [online]. The Guardian News & Media Limited © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z [www: https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2018/feb/15/lewis-hine-photographs-child-labor-ellis-island](https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2018/feb/15/lewis-hine-photographs-child-labor-ellis-island).

¹⁴⁵ Dostupné z [www: https://cs.wikipedia.org/wiki/Lewis_Hine#/media/Soubor:Midnight_at_the_glassworks2.jpg](https://cs.wikipedia.org/wiki/Lewis_Hine#/media/Soubor:Midnight_at_the_glassworks2.jpg)

McCullin. Ten v roce 1969 uveřejnil snímek albínského chlapce trpícího hladomorem v Biafře,¹⁴⁶ jež byla tehdy státním útvarem na jihovýchodě Nigérie.



Albino Boy in Biafra, Don McCullin, 1967

Snímek měl podle jeho autora „zlomit srdce a náladu zabezpečených lidí“.¹⁴⁷ Efekt byl okamžitý, fotografie hluboce ovlivnila veřejné mínění a byl vyvinut nátlak na vlády, aby jednaly, vedlo to k masivním leteckým přepravám potravin, léků a zbraní.¹⁴⁸ Ikonická fotografie rovněž vedla ke vzniku organizace Lékaři bez hranic, jež dodnes poskytuje lékařskou pomoc a podporuje oblastem zasaženým válkou, epidemiemi a katastrofami.

146 *Time* [online]. Time © 2021 [cit. 25.7.2020]. Dostupné z [www: http://100photos.time.com/photos/don-mccullin-albino-boy-biafra](http://100photos.time.com/photos/don-mccullin-albino-boy-biafra).

147 Tamtéž.

148 Tamtéž.

Vyvolávání silných emocí je prvořadým cílem válečného fotožurnalistu. Znechucení, smutek a rozhořčení má způsobit pohrdání válkou a násilím, což má vést k jejich odsouzení. Vyvolání soucitu s oběťmi přitom má být prvním krokem k vymýcení války jako takové – Susan Sontagová argumentuje, že „*fotografie jsou prostředkem k tomu, aby se stalo ‚skutečností‘ (nebo ‚skutečnějším‘) to, čeho by si lidé s výsadami a ti, kteří žijí prostě jenom v bezpečí, možná raději nevšimli*“.¹⁴⁹

V digitálním věku je s ohledem na množství snímků mnohem komplikovanější najít si cestu k divákům, jelikož i velmi silné snímky musí obstát a prosadit se ve velmi silné konkurenci s ostatními. Fotografie se tím pádem stávají tekutějšími – zazní a hned zmizí.

Navzdory tomu mezi nimi některé vynikají a zanechávají hlubší otisk. Ukázkovým příkladem je fotografie tříletého kurdského chlapce Aljana Kurdího, jehož tělo bylo v roce 2015 během tzv. migrační krize vyplaveno na pláži v tureckém Aleppu.¹⁵⁰



Alan Kurdi, Nilüfer Demir, 2015

149 SONTAG, Susan. *S bolesti druhých před očima*. Litomyšl: Paseka, 2011, str. 12.

150 *Time* [online]. Time © 2021 [cit. 25.7.2020]. Dostupné z [www: http://100photos.time.com/photos/nilufer-demir-alan-kurdi](http://100photos.time.com/photos/nilufer-demir-alan-kurdi).

Snímek, jež pořídila turecká fotoreportérka Nilüfer Demirová, doslova obletěl svět a vyvolal celospolečenskou debatu o uprchlické problematice a přístupu k ní. V případě této fotografie, která se stala ikonickou, se podařilo to, co je smyslem a podstatou fotožurnalismu – upozornit na problém, přitáhnout pozornost k tématu, dostat ho do povědomí široké veřejnosti, resp. zasáhnout veřejné mínění a následně přimět lidi k nějaké aktivitě; podle Kesnera „*podrobnější analýzy současně doložily, že tato fotografie podnítila mobilizaci zájmu o problematiku uprchlické krize a osud uprchlíků a přivedila znatelný posun ve veřejném vnímání uprchlické krize a jejích příčin, jakož i masivní nárůst dobrovolných příspěvků pro uprchlíky*“.¹⁵¹ Skutečnost, že „*jediná fotografie proměnila vzorce chování i parametry veřejné diskuze*“,¹⁵² svědčí o moci obrazového vyjádření a o tom, že fotografie jsou silnější než holá fakta.

Sama Demirová, jež fotografuje pro tureckou agenturu DHA, míní, že pokud je snímek schopný změnit přístup Evropy k uprchlíkům, bylo správné jej publikovat: „*Doufám, že má fotografie přispěje ke změně náhledu na imigraci v Evropě a že už další lidé nebudou muset na útěku před válkou umírat. (...) Nafotila jsem toho kolem uprchlického dramatu již spoustu, ale zatím žádný výjev neměl takový dopad na veřejné mínění. Rozhodně si ale takových snímků už více nepřeji.*“¹⁵³

Zmíněnou fotografii publikovala také všechna velká česká média. Jan Vaca, jenž tehdy pracoval coby vedoucí redakce Zprávy.iDNES.cz, uvedl: „*V tomto případě jsme to otiskli, protože to mělo smysl. Chtěli jsme vybudit ani ne tak emoce, jako hlavně uvědomění, že ta oběť je úplně zbytečná.*“¹⁵⁴ A právě uvědomění je další formou aktivizace; fotografie tím prokazují schopnost upozornit na problémy, které by jinak zůstaly skryté.

Dalším příkladem je fotografie pořízená v nemocnici v Indonésii během pandemie nového typu koronaviru, jejímž autorem je fotoreportér Joshua Irwandi. Zobrazuje mumifikované tělo obalené celofánem, oběť nemoci covid-19.

¹⁵¹ KESNER, 2018, str. 208.

¹⁵² Tamtéž.

¹⁵³ KÚPELI, Ismail. *Více* [online]. 4. 9. 2015, [cit. 25. 7. 2020]. Dostupné z [www: https://www.vice.com/en_uk/article/zngqpx/nilfer-demir-interview-876](https://www.vice.com/en_uk/article/zngqpx/nilfer-demir-interview-876).

¹⁵⁴ TOPINKOVÁ, Martina. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 2. 1. 2017, [cit. 17. 7. 2020]. Dostupné z [www: https://cz.ejo-online.eu/4316/etika-a-kvalita-zurnalistiky/rozpravy-o-ceskych-mediich-vizualizace](https://cz.ejo-online.eu/4316/etika-a-kvalita-zurnalistiky/rozpravy-o-ceskych-mediich-vizualizace).



Covid-19 victim in Indonesia, Joshua Irwandi /Nat Geo, 2020

Fotografie vyvolala fascinaci i popření¹⁵⁵ a smyslem jejího pořízení bylo zejména podnítit společnost k tomu, aby se chovala odpovědně a dodržovala opatření přijatá kvůli tomu, aby se virus masově nešířil. Podle Irwandiho „je zřejmé, že síla tohoto snímku podnítila diskusi o koronaviru“¹⁵⁶ a vedla Indonésany, kteří v boji s covidem-19 nebyli příliš úspěšní, aby například nosili ochranné roušky nebo dodržovali společenské rozestupy.

Otázkou nicméně je, zdali mají explicitně drastické či provokativní fotografie v současné době ještě potenciál někoho šokovat, nebo jestli se příjemci médií stávají vůči obsahu fotografií apatickými. Stávají se diváci vůči sdělení v novinářské fotografii netečnými? Ladislav Kesner poznamenává, že „*všudypřítomné dokumentární či fiktivní obrazy lidského utrpení, bolesti a neštěstí vyvolávají anestezii, vyčerpání empatie a odtažitost, a v důsledku otupení morální únavu a politickou*

155 BEARD, David. *National Geographic* [online]. 21. 7. 2020, [cit. 25. 7. 2020]. Dostupné z [www: https://www.nationalgeographic.com/photography/2020/07/covid-victim-photograph-sparks-fascination-and-denial-indonesia/?fbclid=IwAR2yQRKAdYfXmsIqzE4c_bmXqgb1kh91AX3ab25uMt21L2JxRHICJbRrJWw](https://www.nationalgeographic.com/photography/2020/07/covid-victim-photograph-sparks-fascination-and-denial-indonesia/?fbclid=IwAR2yQRKAdYfXmsIqzE4c_bmXqgb1kh91AX3ab25uMt21L2JxRHICJbRrJWw).

156 Tamtéž.

apatii“.¹⁵⁷ Stejně tak Barbie Zelizerová se domnívá, že novinářské fotografie mohou kvůli přetížení hrůzou vyvolat ať už veřejnou touhu po pomstě, nebo netečnou lhostejnost – snímky v takovém případě probouzí vinu, beznaděj, zášť, hrůzu, traumatickou rekonstrukci, strach, rozptýlení, lhostejnost, voyeurismus, sadismus, zoufalství, znechucení, odmítání nevyhnutelného a šok.¹⁵⁸

Fotožurnalismus totiž může paradoxně a navzdory svému poslání vytvářet určitou propast mezi příjemcem a autorem daného vizuálního sdělení. Spektakulární estetikou zobrazovaný nějaký vypjatý okamžik staví zobrazované do role oběti, čímž vzniká bariéra a v konečném důsledku také imunní, až lhostejný postoj příjemců. Ti pak mají tendenci fotografie vnímat jako vzdálenou situaci, která se jich samotných netýká.

Vzhledem k tomu, že počet novinářských fotografií roste exponenciálně řadou a svět je jimi přehlacen, tak i snímky, které jsou z formálního hlediska kvalitní a silné, se diváků vůbec nemusí dotknout, pokud se jich přímo netýkají. Současně je samozřejmě čím dál těžší najít originální námět, snímky často mohou působit jako obrazové kliše. To vše vede k tomu, že novinářské fotografie již nemusí mít takový efekt, jaký měly v době klasické fotografie, kdy jich bylo výrazně méně a hranice nebyly posunuté tam, kde jsou dnes.

Atraktivní vizuální podněty publikované v médiích mají tedy za cíl přitáhnout diváky, šokovat je skrze novinářské fotografie, to se ale často mívá účinkem. Postupem času se šokující náměty vyčerpávaly a analogicky s tím se snižoval také zájem veřejnosti o ně. Tabuizovaná témata byla stále prolamována, až už nezbyla téměř žádná, která by bylo potřeba prolamovat. Vše jsme viděli, vše bylo řečeno.

Následkem tohoto přehlčení také vyvstává riziko manipulace skrze afektivní působení: „*Kvůli fotografiím hladomoru, které vidíme pořád dokola, se v nás upevňují sympatie k řádu a pořádku tím, že snímky z těchto míst zobrazují primárně chaos a zkázu. (...) Vzhledem k tomu, že objekty těchto fotografií jsou lidé tmavé pleti, se celý problém zjednodušuje.*“¹⁵⁹ Takové vnímání reality je ovšem velmi redukcující a omezené, a v konečném důsledku proto i nebezpečné, neboť člověk je v takovém

157 KESNER, 2018, str. 207.

158 ZELIZER, 2010, str. 318.

159 BROWN, Elspeth H., PHU, Thy. *Feeling Photography*. 2014, str. 189.

nastavení skrze podsouvání opakujících se často stereotypních a zjednodušujících fotografických obrazů potenciálně snadno manipulovatelný. Toto působení je potom podprahové, přičemž se často odehrává na nevědomé úrovni. Člověk je bytost vysoce citová s magickým myšlením a v rámci jeho emotivity mu lze do mysli vložit téměř cokoli.¹⁶⁰ Proto obrazy často působí silou sugesce.

¹⁶⁰ František Koukolík to označuje za „blud rozumu a vzdělání“: „K našemu nepochopení přispívá i přesvědčení, že člověk je tvor racionální. Získali jsme jej díky antické tradici a je to omyl stejně tragický jako komický. Podobá se osvícenskému bludu tvrdícímu, že lidé budou lepší, budou-li vzdělanější. Vzdělání může učinit lidi vzdělanější. Lepší však jen někdy, jindy je udělá horší. Ve skutečnosti je člověk bytost vysoce citová. Myslí magicky a v rámci jeho emotivity mu lze do mysli vložit téměř cokoli (cynici užívají pojem nabalíkovat). Nedokáže například racionálně vážit rizika. Dábel, kterého lidé znají, jim připadá méně hrozivý než ten, kterého neznají.“, viz iDNES.cz: https://www.idnes.cz/technet/veda/jak-si-zamilovat-system.A121204_153944_veda_mla

5. Teorie emocí

Nyní se zaměříme na teorii emocí, která nám pomůže uchopit základní pojmy, s nimiž v této disertační práci operujeme, a těmi jsou prvořadě emoce, city či afekt. Téma emocí je aktuálně ve společenských vědách velmi diskutovaným, jelikož „*emoce jsou energií, která udržuje nebo mění sociální realitu, a zatímco je mnoho lidské energie generováno biologickými a transakčními potřebami, emoce se podílejí na plnění těchto biosociálních potřeb*“¹⁶¹. Na akademické půdě dochází zhruba od přelomu tisíciletí¹⁶² k posunu od racionality právě k emocím, přičemž i v mediální a komunikační vědě (a tedy i ve vztahu k fotožurnalismu) se hovoří o tzv. obratu k emocím,¹⁶³ případně o obratu k afektu. David Lemmings a Ann Brooksová popisují, že „*někteří zašli tak daleko, že to označili za obrat k emocím nebo za afektivní obrat, což naznačuje hluboké a širší přetváření disciplín a přístupů k tomu, co způsobil textový nebo jazykový obrat, který začal v 70. letech. Pokud lingvistický obrat skutečně představuje naše uznání, že jazyk pomáhá utvářet realitu, pak afektivní obrat znamená, že emoce mají v lidské zkušenosti podobně zásadní roli*“.¹⁶⁴

Afektivní obrat ve svých pracích o fotografii výrazněji zaznamenala již zmiňovaná Barbie Zelizerová v roce 2010 v knize *About to Die: How News Images Move the Public*, Suzie Linfieldová, která v tomtéž roce vydala knihu *The Cruel Radiance: Photography and Political Violence*, dále se tématu věnovala Sharon Sliwinski v knize *Human Rights in Camera* z roku 2011 a Margaret Olinová v roce 2012 v knize *Touching Photographs*. Všechny čtyři autorky se soustředily na aspekt, který již v roce 2003 popsala Susan Sontagová v knize *S bolestí druhých před očima* – tedy to, jak se diváků dotýká pravidelný přísun záběrů lidského utrpení, násilí a bolesti. Polemizovaly s tím, stáváme-li se ve vztahu k násilí apatickými, a apelovaly na soucit diváků, kteří mají být díky fotografiím skrze jejich emocionální apel pohnuti k tomu, aby jednali v souladu s morálními a etickými pravidly. Řada kritiků

161 TURNER, Jonathan H. *Human Emotions: A sociological theory*. 2007, str. 179.

162 WIRTH, SCHRAMM. *Media and Emotions*. 2005: Dostupné z: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/101679/1/v24_3.pdf.

163 WAHL-JORGENSEN, Karin. *An Emotional Turn in Journalism Studies?* In: *Digital Journalism*, 8: 2, 175-194, 2020, Dostupné z [www](https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F21670811.2019.1697626): <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F21670811.2019.1697626>.

164 LEMMINGS, David a BROOKS, Ann. *Emotions and Social Change: Historical and Sociological Perspectives*. 2014, str. 3.

včetně Sontagové nebo Zelizerové ovšem argumentuje, že se v divácích projevuje „únava ze soucitu“.¹⁶⁵ Ve studii o fotografiích pořízených během holokaustu z roku 1998 Zelizerová píše: „*Fotografie může nejpříměji fungovat k dosažení toho, co měla potlačit – k normalizaci zvěrstva. Může se stát, že místo toho, že lidi přiměje k tomu, aby viděli, tak je dovede k tomu, aby to dělali, a k tomu, že svědectví – i když to zahrnuje zúžené zastoupení zvěrstev a malou skutečnou odezvu – se stává aktem představitosti dvacátého století.*“¹⁶⁶

Susie Linfieldová oproti tomu vyslovuje myšlenku, že abychom mohli zamezit politickému násilí, musíme mu napřed pořádně porozumět, a toho dosáhneme jedině tak, že se budeme pořádně dívat a všímat si lidí, kteří jsou na fotografiích zachyceni; zpochybňuje tedy myšlenku, že by novinářské fotografie pouze saturovaly voyeuristickou touhu publika, a prosazuje, že by měly diváky dovést k tomu, aby pochopili spojitost násilí s moderní historií, a tomu, čeho jsou lidé schopni se dopustit. Linfieldová rovněž zkoumá vztah mezi fotožurnalismem a lidskými právy, přičemž tvrdí, že „*dnes je zcela jednoduše nemožné říci ‚nevěděl jsem‘: fotografie nás okradly o alibi nevědomosti. Víme o utrpení ve vzdálených částech světa způsoby, které naši předkové nikdy nemohli znát, a obrazy, které vidíme – na některých místech, za určitých podmínek – nevyžadují jen náš zájem, ale i naši reakci.*“¹⁶⁷

Systematicky se afektivnímu obratu věnovaly a teorii fotografie s teoriemi emocí propojily Elspeth H. Brownová s Thy Phuovou v knize *Feeling Photography* z roku 2014, v níž přišly s inovativními myšlenkami vlivu emocí a pocitů na porozumění fotografickému obrazu. Jejich kniha zahrnuje eseje o hmatové povaze fotografií a vztahu fotografie k sentimentu a intimitě,¹⁶⁸ současně se vztahuje také ke kritické teorii rasy, queer studiím, postkolonialismu a feminismu.¹⁶⁹ Byly to právě Brownová s Phuovou, které upozornily na ignorování propojenosti emocí a afektu ve vztahu k fotografii a popsaly, že „*obrat k afektu přinesl dříve marginalizovanou pozornost k vnímání při vytváření fotografického významu. Afektivní obrat vybízí k opětovnému zapojení, jinými slovy, k politice sledování, k tomu, co Susan Sontagová*

165 LINFIELD, Susie. *The Cruel Radiance: Photography and Political Violence*, 2010, str. 45.

166 ZELIZER, Barbie. *Remembering to Forget: Holocaust Memory Through the Camera's Eye*, 1998, str. 212.

167 LINFIELD, 2010, str. 46.

168 BROWN, Elspeth H.: <https://www.elspethbrown.org/feeling-photography>.

169 Tamtéž.

nazvala ‚morálními pocity‘, zakotvenými v konkrétních historických okolnostech zapojení diváka do obrazu“.¹⁷⁰

Odklon od racionality k emocionalitě a od faktů k pocitům je způsoben také nejistotou, rychlou proměnlivostí světa a informačním přehlcením. To má mj. na svědomí tekutou hranici mezi řádem a chaosem. Zároveň „*lidská mysl zvládne pojmut jen určitou míru komplexity, než ztratí schopnost udržet si celkový obraz a přehled. Jakmile komplexita překročí tuto míru, dosavadní řád se v našich očích mění v chaos“.*¹⁷¹ Právě porozumění emocionalitě (nejen ve vztahu k novinářským fotografiím) je jedním z přístupů, jež umožňují příjemcům médií se ve složitosti (nejen mediálního) světa nějakým způsobem orientovat.

Pro popis emocí si Lemmings a Brooksová pomáhají termínem Thomase Dixona, jenž emoce charakterizuje jako „*procítěné soudy*“¹⁷² – „*tělesné pocity signalizující, že současná osobní situace člověka je nebo není v souladu s nadějami, hodnotami, blahobytem, což je (tato charakteristika – pozn. aut.) z hlediska jedince užitečnou zkratkou, protože zachycuje současné chápání emocí jako kombinace myšlenky a ztělesněného pocitu*“.¹⁷³

Jedná se nicméně o natolik komplikovanou problematiku a pramenů je k dispozici takové množství, že není v silách studenta mediální vědy ji plně obsáhnout. Pro svou neuchopitelnost a obrovskou variaci zdrojů jsme za účelem zpřehlednění a ucelenější představy o dané problematice provedli konzultaci s psychologem Mgr. Ondřejem Novákem, jenž působí jako vědecký a výzkumný pracovník v Národním ústavu duševního zdraví a zároveň na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy; oblastí jeho odborného zájmu je psychofyziologie a teorie emocí, zvláště pak otázka autonomní specifity základních emocí. Přepis rozhovoru, který autorka s Ondřejem Novákem vedla, je v plném znění v příloze č. 17 této disertační práce.

Afektivní prostor lze rozdělit do několika úrovní, kterými jsou emoce, nálada a afekt. Pojem emoce je relativně nový. V roce 1884 jej použil William James ve své eseji *What is an Emotion?*, v níž je považoval za jakýsi fyzický neklid. Pojetí emocí,

¹⁷⁰ Tamtéž.

¹⁷¹ MYNÁŘ, Michal. *Psychologie.cz* [online]. 7. 1. 2021, [cit. 17. 1. 2021]. Dostupné z [www:https://psychologie.cz/lek-pro-zmateny-svet](https://psychologie.cz/lek-pro-zmateny-svet).

¹⁷² v angl. Felt Judgements.

¹⁷³ Tamtéž.

jak je vnímáme dnes, se ovšem ustálilo až o řadu let později. Historicky popisovali filozofové emoce jako žádosti či hnutí duše, ovšem samotný termín emoce přešel do běžného jazyka zhruba v polovině 20. století.

Vymezování pojmu je dodnes nejasné, jde o takzvaný fuzzy pojem, který nemá jasné hranice,¹⁷⁴ tedy existují různé definice a žádná z nich není fixní. V jádru těchto definic nicméně stojí, že prototypické emoce neboli emoční epizody jsou programy chování. Mají začátek, průběh a konec. Dají se pozorovat na těle, nesou s sebou kognitivní změny, jsou krátké (trvají od několika vteřin do několika minut) a prudké. Emoce jsou intenzivní, indikují je výrazy tváře a řeč těla.

Nálada je plíživější, mírnější, trvá od několika hodin do několika dní. Má tedy delší průběh a ovlivňuje naše rozpoložení a myšlenky. Ze stavu nálady mohou vyvěrat jednotlivé emoce. V rámci nálady má ta emoce, která jí více odpovídá, větší pravděpodobnost se objevit. Když je například člověk iritovaný, je větší pravděpodobnost, že propukne do hněvu, než u člověka, který má dobrou náladu. Emoce přitom má svůj objekt (máme radost z něčeho), zatímco nálada tento objekt nemá, nebo je nespecifický.

Afekt je teoreticky na úrovni pocitu.¹⁷⁵ Je čistě subjektivní složkou, řeší se v rámci teorií vědomí, chování a rozhodování. Variuje od člověka k člověku a dá se zkoumat jen sebehodnocením. Afekt tedy označuje širokou škálu pocitů, které mohou lidé zažít. V teorii afektu, o níž bude řeč později, se ovšem slovo „afekt“ do určité míry překrývá s emocemi, a v jistém kontextu je tedy možné „emoce“ a „afekt“ považovat za synonyma.

City jsou ještě volnějším termínem než emoce nebo afekt, který je hodně používaný v souvislosti s uměním a nabývá mnoha podob a ve vědě se nezkoumá. Jedná se o přirozený pojem, jenž nějakým způsobem vnímáme, avšak nejsme zvyklí ho uchopovat, vyjadřovat a definovat, a ostatně lidský mozek ani není stvořený tak, aby veškerou realitu dokázal transformovat do jazyka.

Afektivní věda aktuálně vymezuje dva základní proudy, které definují, jakým způsobem se emoce vyvinuly a jakou roli v životě jedince i společnosti jako takové

174 Slovník cizích slov fuzzy pojem definuje jako „neurčitý, mlhavý, nejasný, neostrý, vágní pojem přirozeného jazyka“, cit. 17. 7. 2020, <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/fuzzy-pojem>.

175 To ovšem neplatí striktně, neboť slovo „pocit“ se v přirozeném jazyce používá k popisování i vyloženě neafektivních, neemocionálních pocitů – např. měl jsem pocit, že musím jít doprava.

mají. Jsou jimi tradiční, klasický přístup k emocím, jež budeme nazývat jako evolucionistický, jelikož jeho představa vychází z pojetí evoluce definované Charlesem Darwinem. Druhým přístupem je teorie afektu, což je přístup psychologicko-konstruktivistický, jenž v opozici k evolucionistickému přístupu vychází z přesvědčení, že emoce de facto neexistují, nýbrž jsou spíše výsledkem psychologické konstrukce. Oba přístupy budou následně popsány podrobněji.

Evolucionistický přístup reprezentují především Antonio Damasio a Paul Ekman. Základem jejich přístupu k emocím je jejich biologická podstata a biologické struktury, které je definují: *„Třese se, potíme se, pláčeme a dusíme se, když jsme emotivní, máme motýly v břiše, husí kůži a slzy v očích. Není tedy divu, že většina teoretiků emocí klade velký důraz na biologii emocí; v mnoha případech fyziologické mechanismy a procesy, které byly postulovány jako základ emocionální zkušenosti a chování, skutečně předcházely psychologickým aspektům teorie.“*¹⁷⁶

Emoce jsou zde vnímány jako programy chování, které se u člověka vyvinuly z důvodu jejich vhodnosti – byly užitečné pro předání genu další generaci v rámci jejich tehdejšího genu: *„určité konkrétní druhy situací s důležitými adaptivními výzvami se objevovaly v průběhu evoluce a jedinci s genetickou tendencí přizpůsobovat různé parametry potřebám těchto situací měli zvýšenou schopnost vyrovnat se s nimi, což vedlo k reprodukčnímu úspěchu. Z této perspektivy jsou emoce analogické s počítačovými programy, které přebírají chod mnoha aspektů systému ke zlepšení schopnosti vypořádat se s adaptivními výzvami“.*¹⁷⁷ Zahrnují soubor reakcí, mezi které patří chování, cítění i fyziologické reakce, které jsou koordinované, trvají od několika sekund do několika minut a jsou rozeznatelné u každého člověka zvláště. Do nějaké míry jsou sice ovlivnitelné učením, ale základní představa je taková, že jsou nezávislé na kultuře a jsou přítomné shodně u všech lidí.

Emoce jsou přitom odlišné od běžného prožívání. Vyvinuly se v přímé návaznosti na to, že se prokázaly jako nejužitečnější komplexní reakce na nějakou klíčovou situaci, například na setkání s překážkou (vyvolávající hněv) nebo fyzické či psychické ohrožení (vyvolávající strach). Reakce jsou přitom automatické,

¹⁷⁶ SCHERER, Klaus R., EKMAN, Paul. *Approaches to Emotion*. 2009, str. 9.

¹⁷⁷ NESSE, Randolph: *Emotional Disorders in evolutionary perspective*. In *British Journal of Medical Psychology*, 1998. Dostupné on-line: <http://sites.oxy.edu/clint/evolution/articles/emotionaldisordersinevolutionaryperspective.pdf>.

extrémně rychlé a současně koordinují reakce napříč celým tělem, čímž poskytují dotyčnému jedinci v těchto klíčových situacích evoluční výhodu.

Jsou tedy biologicky dané – jedná se o biologické reakce, které objektivně existují v přírodě a jsou shodné pro všechny lidi jen s drobnými variacemi. Ty se odvíjí od různorodosti životních zážitků a odlišného kulturního zázemí. Výzkum zaměřený na výrazy emocí například odhalil, že v Japonsku se při projevování emocionálních reakcí silně objevuje kulturní vliv, protože Japonci jsou odmalička vedeni k tomu, aby své emoce kontrolovali a nedávali je příliš najevo, kdy jsou naučeni nasazovat masku úsměvu a skrývat tak to, co reálně cítí.¹⁷⁸

Jiný výzkum, vedený Paulem Ekmanem, nicméně popsal tzv. mikrovýrazy, které odhalují, že emoce se zcela kontrolovat nedají.¹⁷⁹ Když například někoho vyděsíme, dotyčný se stáhne a dá to vždy alespoň na zlomek vteřiny najevo, a i kdyby se to celý život učil skrývat, není toho schopen.

Primárními emocemi, jak je uvádí Daniel Goleman,¹⁸⁰ jsou:¹⁸¹

- **Hněv:** zuřivost, hrubost, nenávisť, zloba, popuzenost, rozhořčení, roztrpčenost, zatrpkllost, zaujatost, podrážděnost, otrávenost, nepřátelství a v extrému až patologická nenávisť a násilí.
- **Znechucení / rozhořčený odpor:** pohrdání, opovržení, přezíravost, averze, nelibost, zhnusení, ošklivení si.
- **Strach:** úzkost, nervozita, ustaranost, zděšení, obavy, zlé předtuchy, ostýchavost, podezřívavost, popudlivost, pochybnosti, hrůza, děs, lekavost, v psychopatologii pak fobie a panika.
- **Radost:** štěstí, úleva, spokojenost, blaho, potěšení a rozkoš, vzrušení, nadšení, zanícení, uspokojení, euforie, extáze, rozmarnost, v extrému pak mánie.

178 SATO, Wataru, HYNIEWSKA, Sylwia, MINEMOTO, Kazusa, YOSHIKAWA, Sakiko. *Facial Expressions of Basic Emotions in Japanese Laypeople*. Dostupné on-line:

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00259/full>

179 Paul Ekman Group, cit. 17. 17. 2020, <https://www.paulekman.com/resources/micro-expressions/>.

180 GOLEMAN, Daniel. *Emoční inteligence*, 1997, str. 273–274.

181 Typologie vychází z knihy *Emoční inteligence* od Daniela Golemana, sám autor ovšem uvádí, že typologií emocí existuje celá řada a není ani jisté, zdali nějaké primární emoce vůbec existují. Autor napsal knihu v roce 1997, ani podle Ondřeje Nováka se teoretici přesně neshodli na tom, co přesně emoce jsou a jaká by měla být jejich „správná“ typologie.

- **Smutek:** žal, zármutek, neradostnost, sklíčenost, neveselost, melancholie, sebeobviňování, osamělost, zoufalství a v patologickém extrému až těžká deprese.
- **Překvapení:** šok, údiv, ohromení, úžas.
- **Láska:** přátelství, důvěra, tolerance, vřelost, přijetí, laskavost, přitažlivost, oddanost, obdiv, zamilovanost, okouzlení.
- **Hanba:** vina, stud, zármutek, zklamání, výčitky svědomí, poníženost, lítost, pocit pokoření, zkroušenost, kajícnost.

Paul Ekman přitom definuje pouze šest (někdy uváděno sedm) základních emocí, jimiž jsou hněv, znechucení, strach, radost, smutek a překvapení¹⁸² a právě tuto typologii dále využijeme v analytické části.

Teorie afektu přichází s jiným pohledem na emoce a oproti evolucionistickému přístupu se dá popsat jako přístup psychologicko-konstruktivistický.¹⁸³ Ten se liší v základní představě o emocích, které považuje za výsledek psychologické konstrukce. Teorie se zakládá na tom, že člověk v kontinuální křivce prožívá proud zážitků, které se neustále mění, přičemž emoce vzniká ve chvíli, kdy část tohoto proudu prožitku jako emoci označíme. Termínu emoce se nicméně (na rozdíl od evolucionistického přístupu, pro který je tento termín klíčový) psychologicko-konstruktivistický přístup vyhýbá, za emoci považuje kategorizované prožitky z těla.

Zásadní je tedy akt kategorizace nějakého prožitku, jenž vychází z naučené představy o realitě. Naše oči reálně vnímají vlnové délky a šířky a vidí dvouprostorově, a až o několik úrovní dál existují koncepty a kategorie a teprve z nich se skládá to, jak vidíme a vnímáme svět. Proud prožitků je pak vyhodnocený souhrn veškerých počitků, které dostáváme z těla (jsou jimi například i signály z orgánů nebo z kostí), které v momentě, kdy se zprůměruje, generují takzvaný „jaderný afekt“.¹⁸⁴

Tento jaderný afekt či jaderný prožitek je subjektivní, ale současně je měřitelný, a to na dvou škálách. První z nich je oboustranná valence, druhou vzrušení¹⁸⁵ a úroveň vnitřní aktivity. Valence je hodnocení pozitivní/negativní,

182 Paul Ekman Group: <https://www.paulekman.com/universal-emotions/>, cit. 11. 11. 2020.

183 v angl. Conceptual Act Theory, Lisa Feldman Barrettová.

184 v angl. Core Affect.

185 v angl. Arousal.

příjemný/nepříjemný, krásný/ošklivý atd., vzrušení je buď aktivní či nabuzený (arousal nahoře), nebo skleslý a smutný (arousal dole). Tyto dvě dimenze jsou na sebe kolmé, vytvářejí kříž a zároveň afektivní kruh, do něhož dokážeme pomocí zanesení údajů o těchto dvou dimenzích vepsat afektivní stav člověka.

Vrátíme-li se zpátky k původní ideji o obratu k emocím, která byla popsána na začátku této kapitoly, lze kombinací obou přístupů konstatovat, že existuje „sdílená myšlenka, že emocionální život lidí není „pevně veden“ nebo zcela určován biologií, ale má také kognitivní prvek, který vytváří význam ve vztahu k záměrům a plánům“.¹⁸⁶ Emoce v obrazu zároveň umožňují orientaci – jedním z mnoha kognitivních faktorů, které souvisejí s vizuální pozorností, je emoční zpracování.¹⁸⁷ Podle Antonia Damasia jsou emoce z evolučního hlediska zásadní pro rychlou identifikaci potenciálních hrozeb nebo prospěchu a vykonání vhodných reakcí pro zajištění přežití.¹⁸⁸

186 LEMMINGS, BROOKS, 2014, str. 3.

187 ASTUDILLO, Carolina, MUÑOZ, Kristofer a MALDONADO, Pedro E. *Emotional Content Modulates Attentional Visual Orientation During Free Viewing of Natural Images*. In *Frontiers in Human Neuroscience*, 2018: Dostupné on-line:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6249414/#B8>.

188 Tamtéž.

6. Analytická část

Kombinací dvou kvalitativních metod, hloubkových polostrukturovaných rozhovorů a ohniskových skupin, jsme chtěli zjistit, jaká je emocionální síla novinářských fotografií a jejich působení na příjemce mediálních sdělení a efektivita fotožurnalismu v digitálním věku. V souladu s teoretickými východisky a scénáři hloubkových polostrukturovaných rozhovorů i ohniskových skupin jsme formulovali dvě výzkumné otázky a čtyři hypotézy, které nyní uvádíme:

V01: Jaká je role emocionality při působení novinářských fotografií na příjemce mediálních sdělení?

V02: Je fotožurnalismus v digitálním věku v kontextu emocionální síly novinářských fotografií méně efektivní než v klasické éře?

H1: Fotožurnalismus je efektivní proto, že novinářské fotografie vyvolávají emoce a toto emocionální působení je umocněno podobností novinářských fotografií s realitou.

H2: V příjemcích novinářských fotografií více emocionálně rezonují témata, s nimiž se mohou identifikovat a jejichž kontext znají.

H3: Efektivita fotožurnalismu a síla emocionálního působení novinářských fotografií je v digitálním věku nižší než v době klasické analogové fotografie kvůli vizuálnímu přehlčení a klesající důvěryhodnosti fotografického média pro jeho snadnou manipulovatelnost.

H4: Silné novinářské fotografie mají stále potenciál přimět diváky k aktivitě, podporují vůli pomáhat či je v jejich moci spustit společenskou debatu, současně se však posouvají etické hranice toho, co je v médiích přípustné zobrazovat.

V první fázi výzkumu jsme v návaznosti na teoretická východiska provedli hloubkové polostrukturované rozhovory, které nám zprostředkovaly pohled profesionálů na danou problematiku. Analýzou rozhovorů identifikujeme faktory a dozvíme se konkrétní mechanismy, jak se fotožurnalismus a jeho emocionální síla projevují z pohledu fotoreportérů, fotoeditorů a teoretiků fotografie a zdali fotožurnalismus v digitálním věku naplňuje svůj potenciál efektivně působit na příjemce médií po emocionální stránce.

Pohled z druhé strany, tedy ze strany samotných příjemců novinářských fotografií, potom poskytla analýza ohniskových skupin. Jelikož příjemci novinářských fotografií jsou i samotní fotoreportéři, jednu ze skupin tvořili také oni. Dále byly ohniskové skupiny vedeny se studenty fotografie a amatérskými fotografy, kteří jsou sice zasvěceni do tvorby mediálního obsahu a použití novinářské fotografie, zatím však nemají tolik zkušeností, a proto je v této analýze budeme považovat za kritické pozorovatele, kteří se nad fotografií hlouběji zamýšlejí. Dále byli respondenti ohniskových skupin rozděleni na pasivní a aktivní konzumenty médií, kteří s fotografií nijak nepracují, profesně s ní nijak nepřichází do styku, a jejich názor je proto čistě subjektivní, aniž by byl podložený teoretickou znalostí daného tématu. Pasivní a aktivní příjemce médií jsme dále rozdělili do tří skupin podle toho, zdali mají bydliště ve velkoměstě či na maloměstě.

Při analýze jsme rozhovory i záznamy z ohniskových skupin přepsali z auditivní do písemné formy. Analýzu jsme utvořili analytickou indukci už v průběhu sběru dat a dále jsme postupovali konstantní komparací: srovnáváním a odhalováním kontrastů jsme si všímali podobností a odlišností v předem stanovených kritériích, která vzešla z teoretických východisek.¹⁸⁹

189 SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*, 2014, str. 398.

Metodologická východiska a metodika výzkumu

Hlubkový polostrukturovaný rozhovor

První zvolenou metodou je kvalitativní hlubkový polostrukturovaný rozhovor, jenž „bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení. Patří proto k nejčastěji využívaným technikám kvalitativního přístupu“.¹⁹⁰

Hendl polostrukturovaný rozhovor označuje jako rozhovor pomocí návodu,¹⁹¹ jenž „umožňuje provést rozhovory s několika lidmi strukturovaněji a ulehčuje jejich srovnání. Pomáhá udržet zaměření rozhovoru, ale dovoluje dotazovanému zároveň uplatnit vlastní perspektivy a zkušenosti“.¹⁹² Při přípravě kvalitativního hlubkového polostrukturovaného rozhovoru navrhuje následující postup:¹⁹³

1. Navrhnout si obecné téma a vypsát si vedlejší témata a okruhy otázek
2. Uspořádání oblastí zájmu dle logického pořadí a důležitosti
3. Pořadí a formování otázek
4. Navazující vhodné prohlubující a sondážní otázky

Na základě tohoto schématu pro návrh návodu jsme sestavili scénář s okruhy otázek. Otázky vhodné pro hlubkový polostrukturovaný rozhovor jsou otevřené, neutrální a jasné. Dohromady tvoří předem připravený návod, jenž ovšem nemusí být přesně dodržován; jak upozorňuje Sedláková, „ačkoliv i pro ně si připravujeme soupis otázek, a proto se označují také jako rozhovor s návodem, tato poměrně podrobná příprava nebrání tomu, aby v návaznosti na průběh rozhovoru byly doplněny další otázky nebo některé upraveny čistě na základě aktuálního uvážení tazatele“.¹⁹⁴ Jedná se tedy o předem připravené okruhy s otázkami, které dovolují určitou míru flexibility. Otázky jsou zároveň formulovány tak, že se v nich objevuje více forem jednoho dotazu.

190 SEDLÁKOVÁ, 2014, str. 211.

191 HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*, 2005, str. 174.

192 Tamtéž.

193 HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*, 2015, str. 175.

194 SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*, 2014, str. 211.

Na úvod byli respondenti požádáni, aby se představili a sdělili, čemu se profesně věnují, na závěr pak byli vyzváni k tomu, aby případně sami doplnili další relevantní informace k danému tématu.

Otázky byly rozděleny do tří tematických okruhů, a sice: 1. Role fotožurnalismu v digitálním věku, 2. Síla a efektivita fotožurnalismu, 3. Digitální věk. Cílem bylo zjistit, jak se projevuje emocionální působení fotožurnalismu v digitálním věku, jaká je souvztažnost novinářských fotografií a emocionality, zdali je stěžejní a žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce, z jakého důvodu, je-li záměrem fotoreportéra je vyvolávat a jsou-li si fotoreportéři vědomi emocionální odezvy, kterou v příjemcích médií mohou zanechávat. Otázky rovněž směřovaly k problematice důvěryhodnosti a autenticity novinářských fotografií a k etice fotožurnalismu.

I. Role fotožurnalismu v digitálním věku:

1. Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?
2. Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

II. Síla a efektivita fotožurnalismu:

1. Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?
 - a. Pozitivní – Můžete uvést nějaké konkrétní příklady?
 - b. Negativní – Můžete uvést nějaké konkrétní příklady?
2. Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?
3. Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?
4. Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?
5. Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?
 - a. Pokud ano – Z jakých důvodů?
 - b. Pokud ne – Z jakých důvodů?
6. Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?
 - a. Pokud ano – Můžete uvést nějaké konkrétní příklady?
 - b. Pokud ne – Z jakého důvodu?
7. Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?
8. Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je sociokulturně podmíněné, tj. jejich vnímání závisí na

prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.?

- a. Pokud subjektivní – Z jakého důvodu?
 - b. Pokud sociokulturně podmíněné – Z jakého důvodu?
9. Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout, apelovat na jejich emoce?
10. Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?
- a. Pokud ano – Proč a jakým způsobem?
 - b. Pokud ne – Z jakého důvodu?
11. Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?
12. Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

III. Digitální věk:

1. Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Hlubkové polostrukturované rozhovory byly vedeny celkem s 16 respondenty – s odborníky, kteří se novinářskou fotografií zabývají jak v teoretické, tak v praktické rovině, a to tak, aby byla zastoupena média, která s novinářskou fotografií pracují, v celém spektru: tj. on-line média, tištěná média a tisková agentura. Respondenti dále byli rozděleni do tří skupin:

1. Teoretici fotografie či vizuální kultury
2. Profesionálové zodpovědní za výběr fotografií do médií
3. Profesionální fotoreportéři/fotografové

Skupinu první zastupují:

- Teoretička fotografie Daniela Mrázková
- Teoretik fotografie Robert Silverio
- Kulturní kritik, projektový manažer ČT Art Josef Chuchma
- Teoretička vizuální kultury a zakladatelka platformy Fresh Eye pro kritickou reflexi vizuální kultury a komunikace Andrea Průchová Hružová

- Teoretik fotografie a multimediální tvorby a kulturní redaktor Pavel Turek

Skupinu druhou zastupují:

- Fotoeditor ČTK Jan Ždimera
- Fotoeditor deníku Lidové noviny Jan Bezucha
- Art director magazínu Reportér Petr Hořejší
- Fotoeditor Hospodářských novin Václav Vašků
- Obrazová redaktorka časopisu Respekt Kateřina Malá

Skupinu třetí zastupují:

- Fotoreportér časopisu Respekt Matěj Stránský
- Fotoreportér časopisu Respekt Milan Jaroš
- Fotoreportér mediální skupiny Mafra Michal Šula
- Fotografka Alžběta Jungrová
- Fotoreportér mediální skupiny Mafra Dan Materna

Rozhovory vznikly během podzimu roku 2019 ve spolupráci se studenty Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, oboru žurnalistika, Helenou Malou, Sárrou Mazúchovou, Nikol Mudrovou a Markem Zavřelem.

Všichni respondenti byli osloveni individuálně s „žádostí o poskytnutí rozhovoru pro potřeby vysokoškolského výzkumu, který se týká novinářské fotografie, její role a významu ve společnosti a působení na emoce“ – byli tedy uvědoměni o cíli i účelu rozhovoru a souhlasili s jeho použitím pro studijní potřeby. S odpověďmi ostatních respondentů nebyli seznámeni, aby bylo vyloučeno případné vzájemné ovlivnění. Stopáž každého rozhovoru je přibližně jedna hodina, přepisy jsou dlouhé zhruba 6 až 8 normostran. Všechny jsou k dispozici v plném znění v příloze této disertační práce. Až na jeden rozhovor, který proběhl písemnou formou (s Petrem Hořejším), došlo ve všech případech k osobnímu setkání.

Ohnisková skupina (focus group)

Ohniskové skupiny neboli focus groups spadají mezi nejprogresivnější kvalitativní metody pro získávání dat.¹⁹⁵ Morgan ohniskovou skupinu definuje jako „*techniku výzkumu, jež shromažďuje údaje prostřednictvím skupinové interakce*

¹⁹⁵ MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*, 2016, str. 175.

vzniklé v debatě na téma určené badatelem. V podstatě to zaměření (ohnisko) diskuse je určeno zájmem badatele tak, že badatelův zájem označí ohnisko a samy údaje se shromažďují prostřednictvím skupinové interakce¹⁹⁶ přičemž tato interakce umožňuje zjistit, jak lidé diskutované téma vnímají a „jak jej přijímají v racionální i emocionální rovině“.¹⁹⁷

Ohnisko lze vyjádřit jako určitou tematickou oblast či obecnější fenomén, který nás zajímá, nicméně „ohnisko musí být ohraničené a srozumitelné pro všechny účastníky diskuze“.¹⁹⁸ Téma diskuse je proto za každých okolností voleno výzkumníkem, který ho také představuje skupině, čili „podstatou ohniskové skupiny je téma, ohnisko, které se odvíjí od výzkumného problému a badatelových otázek“,¹⁹⁹ přičemž ohnisková skupina umožňuje se na toto úzce vyhraněné téma zaměřit a zevrubně jej probrat.²⁰⁰ Za hlavní přínos lze v ohniskové skupině považovat „možnost rozkrývat problémy, u kterých mohou hrát roli vlivy a stimuly vyplývající ze členství v určité skupině. Ne nepodstatnou výhodou ohniskových skupin je také možnost využít interakcí vznikajících v průběhu šetření, což podle řady autorů je oceňováno nejen respondenty, ale zvyšuje to i kvalitu získávaných dat“.²⁰¹

Ohnisková skupina je tedy „situace, kdy zkoumáme více příjemců naráz prostřednictvím strukturované diskuse vedené moderátorem“.²⁰² Její základní charakteristiky jsou: 1. sestává z více účastníků, 2. lidé jsou do ní vybráni podle určité shodné vlastnosti, 3. metoda přináší kvalitativní data, často sloužící k odhalení informací, které výzkumník nezná, 4. úzce se soustředí na určité téma, opírá se o předem stanovené otázky.²⁰³

Co se týče sestavy skupiny, tak ta vedle ohniska představuje druhý pilíř metody.²⁰⁴ Patton považuje za ideální počet mezi šesti a osmi členy v závislosti na specifikách výzkumu.²⁰⁵ Skupina přitom „může vzniknout přirozeně, tak jak se s ní

196 MORGAN, David L. *Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu*, 2001, str. 17.

197 RYŠAVÝ, Dan. *Metody a techniky sociálního výzkumu*, 2002, str. 87.

198 MIOVSKÝ, 2016, str. 175.

199 ŠVARÍČEK, Roman a ŠEĐOVÁ, Klára. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*, 2007, str. 185.

200 MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*, 2010, str. 301.

201 ŠVARÍČEK, ŠEĐOVÁ, 2007, str. 192.

202 TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*, 2010, str. 216.

203 Tamtéž.

204 ŠVARÍČEK, ŠEĐOVÁ, str. 185.

205 ŠVARÍČEK, ŠEĐOVÁ, str. 185.

badatel ve svém každodenním životě setkává²⁰⁶ a vybraná skupina by měla být reprezentativní a být ochotna o tématu otevřeně mluvit.²⁰⁷

V našem případě jsme zorganizovali celkem pět ohniskových skupin, viz následující tabulka:

Charakteristika skupiny	Datum	Počet účastníků	Délka	Místo konání
Studenti fotografie a amatérští fotografové	30. 9. 2020	9	01:50	Akademie ČTK, Praha
Profesionální fotoreportéři	15. 10. 2020	5	02:35	Akademie ČTK, Praha
Aktivní příjemci médií s bydlištěm ve velkoměstě	13. 10. 2020	8	01:54	Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Praha
Pasivní příjemci médií s bydlištěm ve velkoměstě	12. 10. 2020	8	01:55	Akademie ČTK, Praha
Aktivní a pasivní příjemci médií s bydlištěm na maloměstě	9. 12. 2020	9	02:10	Společenská místnost, Ondřejov

Skupiny byly zvoleny s ohledem na to, do jaké míry mají novinářské fotografie potenciál příjemce zasáhnout a emocionálně na ně působit, a abychom vysledovali, jaký je v tom, zdali jsou aktivními či pasivními konzumenty, rozdíl.

Klíčovou pozici v ohniskové skupině zastává moderátor,²⁰⁸ který je „zodpovědný za průběh a řízení diskuze. Jeho úkolem je účastníky podněcovat, podporovat v zapojení do diskuze a pomáhat jim ve vyjádření jejich názorů, postojů a pocitů. (...) Do diskuze místy samozřejmě zasahuje, ale pouze aby ji usměrnil v případě vychýlení od problému nebo aby navodil nové téma“,²⁰⁹ současně by ovšem neměl

206 Tamtéž.

207 TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010, str. 217.

208 ŠVARŤÍČEK, ŠEĐOVÁ, 2007, str. 187.

209 Tamtéž.

před skupinou formulovat žádné závěry, ale pouze naslouchat a ptát se a hlídat, aby diskutéri neodbočovali od tématu.²¹⁰

Ohnisková skupina vyžaduje důkladnou přípravu, jež spočívá v náročné organizaci, výběru vhodného místa konání a také v sestavení scénáře. V našem případě jsme měli připravenou prezentaci, kterou uvádíme v příloze č. 18 této disertační práce.

Na závěr ohniskové skupiny nastane *„nabídnutí prostoru pro připomínky, názory a postoje účastníků. Obvykle badatelé využívají této fáze i pro určitou zpětnou vazbu svého postupu. Nedílnou součástí je samozřejmě poděkování za aktivní účast a strávený čas“*.²¹¹

Při zpracování dat získaných prostřednictvím ohniskových skupin je jako doporučovaný postup vhodné přepsat záznam z auditivní do písemné formy.²¹² V našem případě jsme pořídili videozáznam, ze kterého jsme získali přepis, při kterém se ovšem *„mohou ztratit některé informace – zejména v oblasti nonverbální komunikace respondentů, které nám mohou pomoci interpretovat odpovědi“*.²¹³

I když je nonverbální komunikace důležitá, *„nejde však o nic takového, jako je pozornost věnovaná promluvám jednotlivých účastníků, očnímu kontaktu, pauzám v interakci, způsobům vyjadřování a podobně, co by mohlo být pro analýzu těchto konverzací použito. Současná diskuze proto zdůrazňuje reálný obsah ohniskových skupin, i když další úsilí k prozkoumání jiných dimenzí interakcí v ohniskových skupinách bude v každém případě vítáno“*.²¹⁴

Při samotné analýze *„výzkumník zpravidla prochází přepsaný materiál a označuje si důležité momenty výpovědí respondentů. Obecně je přínosné sledovat, v čem se respondenti shodují, v čem dochází k odlišným odpovědím, úpravě tvrzení moderátora“*.²¹⁵

210 MIKULÁŠTÍK, 2010, str. 301.

211 ŠVAŘÍČEK, ŠEĐOVÁ, 2007, str. 190.

212 TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010, str. 220.

213 Tamtéž.

214 MORGAN, 2001, str. 80.

215 TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010, str. 221.

6.1 Efektivita fotožurnalistiky a jeho emocionální působení

V návaznosti na teoretickou část této disertační práce lze konstatovat, že fotografie je mocným médiem již od svého vzniku i pro svou schopnost komunikovat lidské emoce, skrze které vzniká možnost silněji působit na publikum. Emocionální apel tvoří podstatnou, avšak akademiky ne příliš zkoumanou součást vnímání obrazů obecně, přičemž v případě novinářské fotografie je tento apel umocněn realističností zobrazovaných událostí. Skrze takzvaný emocionální filtr se k příjemcům novinářské fotografie dostávají podstatně rychleji než text. Vizuelní informace na ně působí jak na vědomé, tak podvědomé úrovni a následně pak ovlivňují také jejich chování, rozhodování či návyky, které si ve společnosti osvojují. Role emocionality ve vztahu k novinářské fotografii je tedy zcela zásadní a stěžejní, na čemž se shodují všichni respondenti, s nimiž byly vedeny hloubkové polostrukturované rozhovory.

Milan Jaroš podotýká, že fotografie mají emoce ve své DNA odjakživa: *„Fotografie je zastavený okamžik, který obsahuje spoustu věcí – estetiku, vzpomínku, emoci, událost, akci. I nejbanálnější fotografie pro mě znamená emoci. Ve spojitosti s textem se emoce znásobí.“* Václav Vašků zdůrazňuje: *„Čím větší emoce ve fotografii je, tím je cennější.“*

Emoce jsou v novinářské fotografii v celé své šíři, a ptáme-li se tedy na to, jaké typy emocí v nás novinářské fotografie vyvolávají, odpověď zní, že úplně všechny, říká Petr Hořejší: *„Absolutně všechny emoce. Bez příkladů. Opravdu nejsou potřeba. Stačí si v Googlu zadat klíčová slova ‚World Press Photo Best‘ a nechat se zaplavit vlastními emocemi.“* Široké emocionální spektrum, které fotožurnalistika zprostředkovává, komentuje Jan Ždimera slovy: *„Tak jako existuje škála emocí v lidském prožívání, tak všechny tyto emoce je možné fotografií vyvolat. Ať už jde o radost, smutek, zoufalství, beznaděj, nadšení.“* Kateřina Šulová dále shrnuje: *„Určitě všechny emoce, které dokážeme popsat. Pozitivní, negativní, záleží na tom, co fotografie zachycuje. Samozřejmě fotografie z války budou vzbuzovat negativní emoce, lítost, hrůzu, strach, smutek. Fotografie zátiší a koťátek naopak budou vyvolávat emoce pozitivní, radostné. Rozhodně je to celé spektrum, celá škála emocí, kterou fotografie dokážou vyvolat.“*

Mediální obrazy jsou, stejně jako vizualita na sociálních sítích, velmi výraznou součástí společenské vizuality; jsou důležitými producenty společenských

obrazů, přičemž mediální obrazové příběhy pomocí více či méně silného emocionálního zasažení komunikují sdílený prožitek. Odráží to, co kolektivně prožíváme i co vytváří náš kolektivní příběh.

Andrea Průchová Hrůzová popisuje, že není možné, aby fotografie emoce nevyvolávaly: *„Obraz na nás vždycky působí, komunikuje emocionálně, intelektuálně a fyziologicky. Záleží pak na typu tématu, odkud obraz přijímám, jestli mám čas, zdali mě dané téma zajímá. V jakém médiu danou fotku vnímám. Tohle všechno určuje to, jaká z rovin se pro mě stane vědomou. Jestli na mě obraz zapůsobí intelektuálně, nebo spíše emocionálně. Anebo ho přijmu pouze fyziologicky a ta zpráva se někde uloží.“* Emoce, přistupujeme-li k nim jako k tělesným dějům, totiž často působí subverzivně.

Pro některé respondenty ohniskových skupin představují emoce v novinářské fotografii esenci, pro kterou fotografové, potažmo fotoreportéři snímky vůbec pořizují: *„Když vlastně je ta fotka udělaná, že má někoho vzít za srdce, tak od toho ji ten fotograf dělá. (...) Ta emoce tam musí být každopádně zamýšlená z jeho strany.“* (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let) Fotografie přitom *„doplňuje kontext a samozřejmě emoce. V dnešní době, kdy zprávy jsou scvrklé na minimum, tak pomocí té fotografie, mimo psaný text, tam dodáme právě emoce a kontext“.* (aktivní příjemce médií, muž, 36 let)

Podle fotografa ČTK Romana Vondrouše, který se účastnil ohniskové skupiny, jsou emoce ve fotografii rovněž nutností: *„Fotografie by ale v podstatě měly vyvolávat emoce, v celé historii fotografie je vyvolávaly a jednalo se ne ‚pouze‘ o zvířata, jednalo se o lidi, vznikaly ikonické fotografie a ani na ně nebyly tak emotivní negativní reakce, protože byly svědkem té doby.“*

S tím, že všechny novinářské fotografie vyvolávají emoce, ovšem nesouhlasí Robert Silverio, který míní, že naprostá většina snímků, které se objevují v mediální produkci, žádnou emoci nevyvolává, má ryze dokumentační funkci a slouží spíše jako ilustrace, díky níž se příjemci médií snáze orientují: *„Velice často se používají převzaté fotografie bez kontextu, které mají charakter jen nějakých ilustrací. U článku o politice je fotografie politiků, ale výpovědní hodnota chybí. Fotografie fungují spíše jako vizuální tagy, které jsou jenom záchytným bodem na stránce, ať už webové nebo papírové. (...) Jsou samozřejmě fotografie, které mají obsah, ale většina z nich je*

skutečně jen ilustračních bez jakýchkoliv emocí. (...) Fotografie jsou často zavádějící a absolutní většina z nich nevzbuzuje žádné reakce.“

S tímto názorem částečně souhlasí také obrazová redaktorka Kateřina Malá, podle níž záleží hlavně na typu fotografie, zobrazované události, autorovi nebo požadavku zadavatele: *„Může jít o čistě informativní záležitost, jak něco vypadá, a pak asi není nutné, aby emoci vyvolávala. Zase jiné snímky jsou určené k tomu, aby emoci vyvolaly. (...) Když se to týká emočně vypjatých událostí typu demonstrace v Hongkongu, tam by ta fotografie samozřejmě měla něco vyvolat a navodit pocit, co se tam děje. To by mělo být i v tom textu, ale fotka to může umocnit nebo i navodit jiný pocit. Pak jsou snímky informačního charakteru, například stavby, ty nutně nepotřebují vyvolávat emoce. Může se líbit, nelíbit, ale už je to jiné než u událostí, které jsou na emocích založené.“*

To, že jsou emoce ve fotografii obsaženy a tvoří její důležitou součást, tedy ještě nutně neznamená, že jsou tyto emoce ve snaze působit na příjemce médií efektivní. Podle fotografa agentury AP Petra Joska, jenž se účastnil ohniskové skupiny, mezi emocionálním působením novinářských fotografií a jejich efektivitou ovšem prokazatelně existuje přímá souvislost: *„Já si myslím, že pořád ta fotografie, ten zamrzlý moment, má i v dnešní době strašnou sílu a pořád má hrozně moc co změnit tím, že vyvolává ty emoce. Takový jednoduchý příklad ještě z migrantské krize, když tam bylo v Turecku na břehu vyplavené tělo toho malého chlapečka, tak to vyvolalo celosvětovou vlnu jednak emocí, ale i činů, které potom následovaly, a to celosvětové upozornění díky té jedné fotografii bylo obrovské. Třeba to video, i když samozřejmě jsou videa, která mají podobné příklady, ale nikdy nebude mít takovou sílu jako ten jeden zamrzlý moment, ať už je to kůň, který se zabije na taxisu, a ať už jsou ty emoce pro, nebo proti, ať už se s tou fotografií ve finále stane něco na jedné nebo druhé straně, pořád ty emoce budou obrovské a může to být dané jenom tou fotografií a tohle, si myslím, se nezmění a bude to fungovat pořád dál. A většinou to budou fotografie od profesionálů, i když samozřejmě jsou jiné případy, ale většinou ta fotografie musí splňovat nějaké parametry, aby tyhle emoce dokázala vyvolat.“*

Ponecháme-li stranou informativní charakter novinářské fotografie a soustředíme se na emočně vypjaté události, můžeme konstatovat, že novinářská fotografie se silným emocionálním nábojem je schopna přitáhnout pozornost ke zpravodajskému obsahu a příjemce emocionálně zasáhnout, což je zároveň její

ambicí. Daniela Mrázková říká: „*Pokud jde o moderní fotožurnalismus, jehož zrod spadá na přelom dvacátých třicátých let (20. století – pozn. aut.), tak od té doby je ctižádostí tohoto moderního fotožurnalismu působit naprosto stejným způsobem, a dokonce ještě silnějším a více emocionálním než slovo.*“ Podle Matěje Stránského je totiž „*jazyk, kterým mluví fotografie, mnohem méně konkrétní a mnohem víc emocionální než text. Fotografie může u různých lidí vyvolat protichůdné emoce, negativní, pozitivní a emoce nejrůznějšího stupně.*“

Ve srovnání s textovými informacemi mají novinářské fotografie, co se emočního působení týče, výhodu v tom, že zatímco text apeluje spíše na racionální myšlení a logickou argumentaci, vizuální informace oslovuje v první řadě právě emocionální stránku osobnosti, čímž vyvolává více či méně silnou emocionální odezvu. Mediální obrazy, resp. novinářské fotografie, tím pádem rychleji atakují citlivost a vnitřní naladění příjemců mediálních sdělení. Jan Ždimera vysvětluje: „*Vizuální informace má vždy sílu, protože je to na relativní ploše zhutněná forma. Od příjemce nevyžaduje velké úsilí se na fotografii napojit. Pro zpravodajství je ideální, když ten záměr, se kterým byla fotografie pořizována, přejde i na příjemce fotografií.*“

Ze strany fotografů je to žádoucí efekt; uvědomují si, že jejich snímky mohou vyvolávat silné emoce, a snaží se o to. Například Alžběta Jungrová popisuje: „*Ono se to takhle nedá naplánovat, když jdete něco fotit. Asi je také rozdíl v tom, zachytit emoci a nějakou emoci fotografií předat. Každý, kdo fotí, se o oboje snaží, to je princip té práce. Ale samozřejmě by měla být primární věc přenést emoci na diváka.*“ Jan Ždimera k tématu dále podotýká: „*Každý fotoreportér s tím počítá. Myslím si, že je to součástí nějakého profesního standardu. Když udělám fotografii, která nechá všechny chladným a nenutí se na ni ani zahledět, tak to není správně.*“ Podle Petra Hořejšího se „*bez emocí z novinářské fotografie stává dokumentační*“, a je proto nutné, aby je vyvolávaly. Souhlasí s tím také Jan Bezucha: „*Fotograf musí čtenáře vtáhnout do děje. Fotografie, která vás nechává lhostejným, by nebyla dobře vyfotografovaná. Lhostejnost znamená nezájem. A vy nebudete platit za něco, co vás nezajímá.*“

Záměr vyvolat v příjemcích emoce potvrzuje také Matěj Stránský a poukazuje na to, že to určitě není negativním jevem: „*Já si myslím, že emoce není sprosté slovo, emoce mohou být různé, i třeba špatně vyjádřitelné slovy, ani si je nemusíte uvědomovat. Uvidíte obrázek, který na vás bude působit příjemně, protože je harmonický a jsou na něm věci kompozičně a barevně vyvážené, nebudete sice vědět*

proč, ale nějak se vám ta fotografie bude líbit. Jsou i čitelnější emoce, fotografie vás může rozzuřit nebo vás rozesměje, pobaví, těch emocí je strašně široká škála. Určitě je smyslem fotografa vyvolat emoci nebo pocit, ale to nemusí být něco jednoznačného, silného nebo manipulativního, neznamená to, že si tu emoci fotograf vynucuje. Fotografovaná situace na vás nějak působí a vy chcete, aby vaše fotografie působila na čtenáře nebo diváka stejně. Někak s tím počítáte, že to, co do toho dáváte, tam je.“

S tím souhlasí také Kateřina Šulová: *„Fotograf si zcela určitě uvědomuje, že fotografie emoce vyvolávají, protože to je i jejich cílem. Vždycky se budu jako fotograf snažit vyfotit fotku, která bude emočně silná, fotka, která nic nevyvolá, je o ničem. Vždycky, když fotograf jde něco fotit, tak si vybírá, skrze co chce toho diváka, příjemce, oslovit. Už předem přemýšlíte, čím ho zaujmete. Není to nějaká manipulace, ale jsem taky jen živý člověk, který se nějak rozhoduje, něco vnímám, a to samozřejmě může mít vliv na to, jak danou událost budu fotit.“*

Jan Bezucha dále tvrdí, že každá kvalitní fotografie má emoce vyvolávat, ať už svou estetickou kvalitou, nebo tím, že příjemce přiměje k zamyšlení: *„Každá fotografie by měla vyvolat nějaké emoce – vnitřní nebo nějaké meditativní. To je zakódované ve fotografii. Můžete se dívat na fotografii a nemusí vám nic říkat, ale vedle může stát někdo jiný, který se v té fotografii najde. Fotografie, a zvláště ta novinářská, je o emocích, o příbězích, o tom, že vás má zaujmout.“*

Robert Silverio je ovšem v tomto směru skeptický a poukazuje na to, že cílem fotoreportérů sice je vyvolávat emoce, ve skutečnosti se jim to ale spíše nedaří, a jejich snaha se tak mnohdy mívá účinkem: *„Myslím si, že každý autor chce nebo očekává nějakou reakci nebo emocionální odezvu od diváka. To neznamená, že v té velkoprodukcí, v té ohromné spotřebě snímků, která v médiích probíhá, takové snímky vznikají. To jsou dvě různé věci.“*

Skutečně silné a emocionálně působivé novinářské fotografie tak snadno mohou zapadnout či se dostat na periferii, a to kvůli informačnímu přehlcení, které bylo popsáno v teoretické části. Informační a současně vizuální přehlcení je současně podpořeno nadprodukcí novinářských fotografií, kterých denně vzniká nepřeborné množství. Například jenom ČTK, v níž autorka této disertační práce působí jako fotoeditorka, vydá denně řádově 200 snímků z produkce interních fotoreportérů, k tomu cca 20 dodaných snímků z externích zdrojů (tzv. hand out, aktuální snímky například od hasičů z místa nehod atp.), a to stále hovoříme pouze

o domácích reportážích; k tomu přibývá dalších cca 180 publikovaných zahraničních snímků, které agentura vybírá a přiřazuje ke zpravodajství z produkce agentur AP (Associated Press) a DPA (Deutsche Presse Agentur). ČTK přitom představuje etalon české žurnalistické fotografie, od ní kupují snímky plošně téměř všechna česká média, stále se ovšem bavíme pouze o jedné fotoredakci. Kolik novinářských snímků vzniká a cirkuluje každodenně jenom v českém mediálním kontextu, je jen těžko spočitatelné.

Novinářské fotografie jsou tedy rychloobrátkovým zbožím, slouží často jako vizuální zkratka a vyvolat emoce, natožpak silné, není v moci každého jednotlivého snímku – ostatně to ani není primárním smyslem fotožurnalismu. Jak upozorňuje Pavel Turek, vyvolávání emocí je až druhořadé: *„Novinář by měl jít po tom, co je důležité, a to, jakou emoci to s sebou nese, je trochu druhotné, byť je jasné, že emoce je pro čtenáře urychlovačem, katalyzátorem vnímání a pochopení.“* To, že fotograf primárně nepřemýšlí nad emotivním vyzněním, potvrzuje také Josef Chuchma: *„Fotograf přemýšlí v okamžiku expozice hlavně o tom, jak je obraz před ním poskládaný v hledáčku nebo na displeji. Při cvaknutí spouště programově nepřemýšlí nad emotivním vyzněním. Při focení si před oči postavíte ‚bránu‘ hledáčku nebo displeje a do určité míry se focenému dění odcizíte; posuzujete v tom okamžiku obraz především po technické stránce. Říkáte si třeba: měl bych to mít ostré, tady abych neuřízl hlavu, tady bych měl nechat vysoké nebe a podobně. Ale nelze zase tvrdit, že novinářští fotografové s emotivním působením snímku vůbec nepočítají, to tedy určitě ne.“* Fotoreportér si tedy sice při své práci uvědomuje, že jeho snímky vyvolávají emoce a je to z jeho strany chtěné a potřebné, během samotného fotografování v terénu se však většinou více soustřeďuje na technickou stránku a emoce, respektive emotivní působení snímků v daný moment spíše upozaduje.

Ze strany příjemců médií jsou emoce při vnímání novinářských fotografií efektivní zčásti, a to zejména z toho důvodu, že je čím dál těžší je vůbec vyvolat, jak ukázala analýza ohniskových skupin. *„Myslím, že jsou efektivní, protože jsou rychlé a ten člověk hned vidí to sdělení, které chce ta fotka říct. Ale myslím si, že vyvolat v člověku emoce je čím dál tím složitější, protože, jak už jsme tady zmiňovali, tak jsme čím dál víc přehlcení vizuálním smogem a to, že někdo někoho vraždí, tak to už jsme viděli tisíckrát ve filmu a vlastně už teď máme problém rozpoznat, co je realita jako reálná realita a co někdo někde nahrál. A myslím si, že do toho začínají spadat i*

fotografie, obzvláště tím, že dokážou být manipulativní a dokážou ukázat třeba i něco, co pravda není.“ (studentka fotografie, žena, 22 let)

Vizuální sdělení, a tedy i novinářská fotografie je nicméně i podle respondentů ohniskových skupin snazší na pochopení, tím pádem emočně zasáhne příjemce rychleji, a i z tohoto důvodu je efektivní: „*Například když začala pandemie a už se to rozbíhalo v Itálii, v Bergamu, kdy New York Times udělal sérii fotek, která byla založena jenom na portrétech doktorů, kteří šli po šichtě a měli otláčené respirátory. Informační hodnota ,kde, kdy, proč, jak‘ se tam nutně neobjevovala, nebylo to něco, co by mohlo nahradit text, ale v tu chvíli to vyvolávalo emoci a tyto série vyvolaly vlnu solidarity, začaly se posílat peníze apod. Já to vidím ze dvou perspektiv – jedna je, že fotka je jakoby primitivnější, je jednodušší na příjem, a druhá je efektivita z hlediska emocí. A občas se to potká dohromady, což je asi to nejlepší.“ (student fotografie, muž, 21 let)*



AP Photos: Italy's front-line medical heroes in portraits, Bergamo, 2020²¹⁶

²¹⁶ Dostupné z www: <https://apnews.com/article/206a7a7a0264a17fdceff40c433a7613>

V tomto případě se prokazuje, že fotografie vydá za více než tisíc slov, neboť dokáže realisticky zachytit to, co by slova nesvedla, a navíc příjemce zasahuje okamžitě, aniž by o ní musel dlouze přemýšlet. Věcí další debaty je, zdali je to přínosem, či na škodu, ale každopádně je toto efektivní čili emocionálně působivé.

Fotografie emoci většinou vyvolá v momentě, kdy je prvoplánově šokující, nebo v případě, že realitu zprostředkovává nějakým originálním, jedinečným elementem či přístupem: „*Kdy to vyvolá emoci? Když je tam nějaký násilí, když je tam něco vzrušujícího a to je prvoplánové. A když mně něco nepatří do těchhle kategorií a má to zaujmout, tak by to mělo být dobře nafocené, aby tam bylo něco navíc, aby si toho člověk všiml.*“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, muž, 50 let) Příkladem silné fotografie, jež vyvolala velmi silné emoce, je snímek Romana Vondrouše z Velké pardubické, který zachytil pád favorizovaného koně, jenž pro něj byl fatální.



Pád koně na Velké Pardubické, Roman Vondrouš / ČTK, 2020²¹⁷

Podle pasivního příjemce médií je to dáno tím, že lidi odjakživa přitahuje dramaticčnost: „*Lidi zajímají takovéhle věci, kde se stane nějaká nehoda, je někdo*

²¹⁷ Dostupné z www: https://www.czechphoto.org/detail-novinky/1534-30/foto-mesice-rijna/?fbclid=IwAR1peymSe6D1CjaSDKss64ylLh25nWzcp4BUZSELisRlVHVTgk3-J_Iyhxk.

mrtvý, takže takové ty věci, kde je něco hezkého, kde je nějaký kvalitní zážitek, třeba sport, to lidi zajímá daleko méně než to, že se tamhle někdo zabil, že tam je mrtvý kůň.“
(pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 52 let)

V této souvislosti během ohniskových skupin také často zazněla senzacechtivost a bulvarizace, což je téma, k němuž se ještě později vrátíme. Emoce překvapení, resp. šok je každopádně jednou z dominantních, která byla během ohniskových skupin vyzdvižována, ať už proto, že fotografie šok skutečně vyvolala, anebo proto, že jej vyvolat měla či chtěla, ale nepodařilo se jí to. Petr Josek shrnuje: „*Já jsem to tady zaškrtl někde okolo té šestky u toho smutku, ale víceméně jsem asi trošku lhal. Ve mně totiž fakt těch emocí moc nezanechaly. Jednak si nemyslím, že je to dobrý výběr a druhak je znám a z téhle doby byly daleko silnější fotky. Samozřejmě ta fotka Zátoráka (Jana Zátorského – pozn. aut.) je skvělá, fantastická, hned když jsem ji viděl, tak ta si zasloužila vyhrát Czech Press Photo, to bylo ložené, ale ten zbytek ve mně opravdu toho tolik nevyvolal a je pro mě těžké se k nim nějak emočně připnout. Aby mě zasáhla, tak by mě musela nějakým způsobem šokovat a v tomhle případě mě nešokovalo nic.“*



*Uprchlíci na maďarsko-srbské hranici, hraniční přechod Röszeke-Horgoš, Jan Zátorský
/ MAFRA, 2015²¹⁸*

²¹⁸ Dostupné z www: <https://www.lidovky.cz/Fcpp>

Existuje tedy řada snímků, které v příjemcích médií nevyvolávají vůbec žádnou emoci a důvodem může být přehlčení, absence nějakého originálního motivu či přístupu, stále se opakující záběry nebo samotná volba námětu.

Respondenti hloubkových polostrukturovaných rozhovorů se shodují na tom, že důležité je, k jakému tématu se novinářská fotografie a s ním související emoce vztahují. Mají-li být fotografie efektivní a emocionálně působivé, základem je najít vhodný námět, jenž ve společnosti rezonuje.

Jednoduchým historickým příkladem takového tématu je válka ve Vietnamu. Fotografie válečného konfliktu, který probíhal mezi lety 1955 a 1975 na území Vietnamu, Kambodže a Laosu, vyvolaly ve společnosti enormní odezvu, a jejich efektivita byla tím pádem obrovská.



Saigon Execution, Eddie Adams, 1968²¹⁹

Andrea Průchová Hružová popisuje: *„Bylo to poprvé, kdy se dostaly výrazně necenzurované fotografie přímo k běžným příjemcům médií, k běžným občanům.*

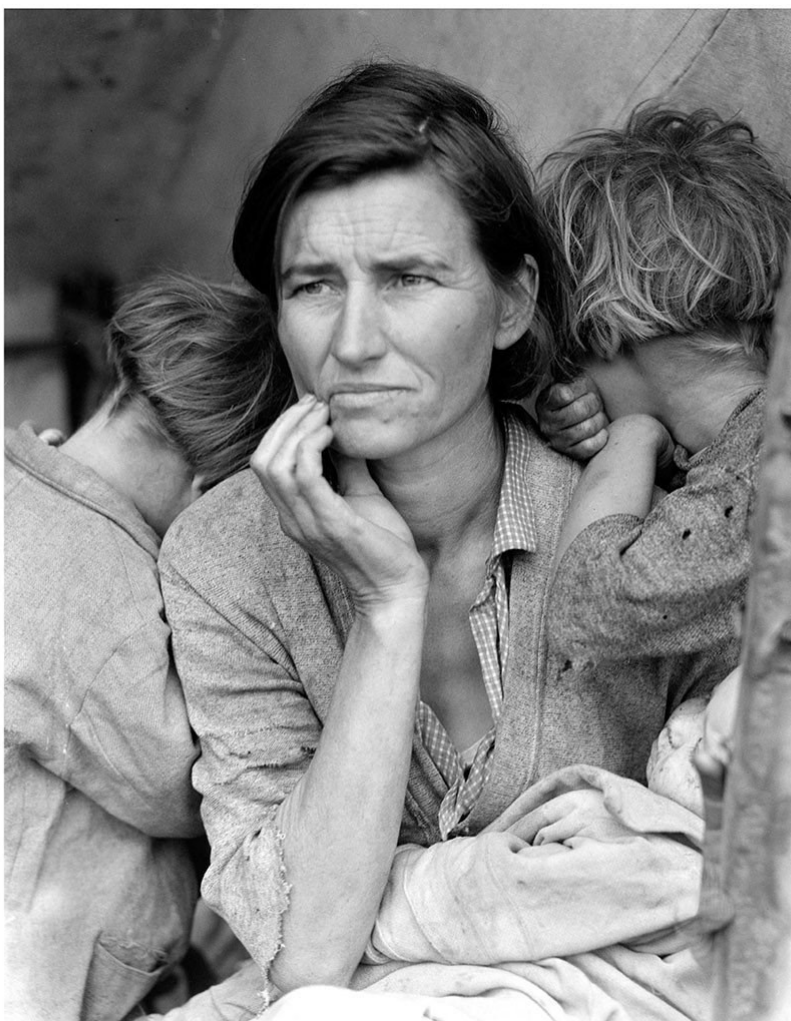
²¹⁹ Dostupné z www: <http://100photos.time.com/photos/eddie-adams-saigon-execution>

Tenkrát fotografie v Americe zaplavily nejen noviny, ale dostaly se i do televizního vysílání. Což bylo v té době to nejatraktivnější médium. To každodenní setkávání se s utrpením v rámci toho válečného konfliktu na obou stranách, to byla tenkrát úplně nová emoce. Kolektivní šok. A to bylo strašně důležité, do té doby společnost na takové obrazy nebyla zvyklá. Byl to nový typ kolektivní emoce.“ Robert Silverio dále doplňuje: *„Fotografie z Vietnamu zobrazovaly vraždění civilního obyvatelstva včetně malých dětí. Bylo to něco, co předtím člověk neznal, kromě nějakých fotografií z koncentračních táborů.“*

Válečné ozbrojené konflikty jsou ovšem samozřejmě silnými dějinnými milníky, které se s rutinním zpravodajstvím nedají srovnávat. Fotografické aktuality, které ve velké míře zaznamenávají pouze běžný chod událostí, jsou mnohdy jen stěží schopny vyvolat natolik silnou emoci, aby byly dostatečně efektivní. Fotoreportéři, kteří plní zadání svého zaměstnavatele, tak často ani nemají přístup k námětům, které by v příjemcích médií zanechaly hlubší otisk a výrazněji je zaujaly. V návaznosti na to lze konstatovat, že novinářská fotografie svého příjemce vtáhne a bude apelovat na jeho emoce zejména v závislosti na tom, o čem pojednává. Petr Hořejší to ilustruje na následujícím příkladu: *„U reportáže z technologického veletrhu to bude určitě těžší než při focení školy, která se zřítíla během vyučování na 127 dětí.“* Jan Bezucha na to konto uvádí: *„Dejme tomu, že máte článek o častějším odtahu aut, tak těžko k němu vytvoříte fotografii hodnou World Press Photo. Přiložíte k ní nějakou kultivovanou, dobře vyfocenou fotku. Plus to nebude na titulní straně, ale třeba na straně pět v domácí rubrice. Ale musí tam být, protože text nestačí.“*

Kromě volby námětu je určující také volba prostředí a figurantů. Například o dětech se podle Andrey Průchové Hružové hovoří v rámci vizuální kultury jako o emocionálních spouštěčích: *„Často silné emoce vyvolávají fotografie dětí. V rámci vizuální kultury se o dětech mluví jako o emocionálních spouštěčích. Můžeme vidět, jakým způsobem se pracuje s fotografiemi dětí. Vážou se k tomu často stereotypy. Jsou často zachycovány v kompozici madony, kdy jsou pod ochranou matky/ženy.“* Historickým příkladem je snímek Dorothee Langeové *Kočující matka* (v angl. *Migrant Mother*) pořízený roku 1936 v Kalifornii,²²⁰ jenž se stal symbolem nepříjemné situace migrujících zemědělských pracovníků během velké hospodářské krize.

220 Moma: https://www.moma.org/learn/moma_learning/dorothea-lange-migrant-mother-nipomo-california-1936/



Migrant Mother, Dorothea Lange, 1936²²¹

Také analýza ohniskových skupin prokázala, že volba tématu je určující: „*Já si myslím, že úroveň té fotografie vlastně souvisí s tou zprávou. Pokud přenesete nějaký zápis nebo projev nějakého zasedání, tak tam samozřejmě tolik na té vizualitě, na tom předání, na tom, co ta fotografie má předat, tolik nezáleží, kdežto když je to třeba záběr z válečné zóny nebo zachycení nějakého utrpení během nějakých pohrom nebo něčeho, tak samozřejmě tam to sdělení je úplně jiné. Tam záleží na té vizualitě nebo na té kvalitě zachycení toho dojmu víc, než když je to konzumní nebo taková strohá informace.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 34 let) „*Když je tam fotka Jardy Jágra, jak dává gól, tak si ten článek přečtu. Když je to fotka Jardy Jágra s*

²²¹ Dostupné z [www: http://100photos.time.com/photos/dorothea-lange-migrant-mother](http://100photos.time.com/photos/dorothea-lange-migrant-mother)

nějakýma ženskýma, tak mě to nezajímá. Takže záleží na tématu.“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 52 let)

Současně velmi záleží na blízkosti či vzdálenosti daného tématu – například pokud je téma příjemci vzdálené, jen těžko vyvolá nějaké emoce, navíc když se snímky v médiích vyskytují frekventovaně: *„(...) už jsem takových fotek viděla spoustu a je to pro mě tak strašně vzdálené, jak se tito lidé vůbec můžou cítit v těchto situacích, že si to vlastně vůbec nedokážu představit ani díky té fotce, jaké to tam vlastně je. Tím pádem je pro mě hrozně těžké soucítit, když tu fotku vidím.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) S fotografovaným subjektem je proto velmi těžké navázat emoční pouto: *„Myslím si, že tady už je ten vlastně hnusný efekt přehlčení nějakým tématem. Je to smutné, ale my se do toho nedokážeme pořád ještě vcítit, je to pro nás těžko představitelné, takže to člověk opravdu konzumuje jako něco, co neovlivní, i když se o to nějak moc nezajímá.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) Neplatí to ovšem plošně, zde se projevuje rozdíl mezi aktivním a pasivním konzumováním médií: *„Převládá pocit zmaru, smutku, že lidem na fotografiích málokdo chtěl v Evropě nebo tady u nás pomoci. Na mě tyto fotografie stále fungují, i když se na ně dívám docela často.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let)

Konkrétně téma migrační krize – a s ním spojené emoce, jako například smutek, strach nebo úzkost – je v některých příjemcích stále schopné rezonovat i s ohledem na to, kolik prostoru v médiích dostává, na druhou stranu může vyvolat až znechucení: *„Já jsem u té první fotky napsala znechucení, protože už toho mám dost.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, žena, 47 let)

Pokud mají být novinářské fotografie efektivní, musí jejich příjemci zároveň znát kontext, který je pro hodnocení fotografie i její emocionální působení stěžejní: *„Pro mě je důležitá solidnost toho zdroje té fotky, čemu se dá věřit a čemu ne, s tím souvisí to, aby byla doplněná kontextem, aby člověk poznal tu souvislost a pak je to efektivní.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 49 let) *„Kontext hodně ovlivňuje hodnocení fotografie. U všech fotografií jsem věděla, o co jde, a hodnotila jsem je tudíž jinak, než kdybych viděla nějaké fotografie a nevěděla, o co jde.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 29 let) Petr Josek k tomu doplňuje, že i z jeho pohledu je zasazení fotografií do kontextu naprosto klíčové: *„Tím, že dělám pro zahraniční agenturu, tak když udělám sebelepší fotku a stojí samostatně, tak nemá ani*

zdaleka takový dosah jako s nějakým dobrým textem. Práce s tím textem je úplně nedoceníitelná. Jakmile k té fotce není story, tak ta fotka ani zdaleka nemá takový dosah, jako bude mít s nějakým textem. Ale to samozřejmě platí obráceně i pro ten text. Takže ta spolupráce s textem je extrémně důležitá, víc než kdykoliv předtím.“ A i samotní příjemci tuto propojenost vnímají: *„Mám radost, že jsem si na tomhle uvědomila, že se sice říká, že fotografie vydá za více než tisíc slov, ale na druhou stranu, kolikrát fotografie bez jediného slova může být zavádějící, člověk neví, jak se v tom zorientovat, a že tím pádem v dnešní ‚přebrazované‘ době jsou text a fotografie spojené nádoby a jedno bez druhého není úplně stoprocentní.“* (aktivní příjemce médií, žena, 29 let) *„Fotografie je opravdu hodně subjektivní a pohled na ni je subjektivní, protože k tomu ten člověk potřebuje znát kontext, aby ji dokázal zasadit správně a pochopil ji, aby potom společně s tím textem fungovala.“* (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let)

Velmi proto záleží jak na textu, jenž fotografii doprovází a s nímž by měla být v korelaci, tak na popisku, jelikož novinářská fotografie nikdy nestojí samostatně a popisek je její nezbytnou součástí: *„U některých se dá představit, o jakou událost se jedná nebo nejedná. Například u portrétu otce s dítětem, tak to může mít tolik interpretací bez popisku – od toho, aniž by to vyvolalo nějaké emoce, po docela silné emoce, zatímco popisek přináší mnohem víc a přijde mně silnější, než co samotná fotografie může zprostředkovat.“* (amatérský fotograf, muž, 31 let) Popisek tedy může emoce, ať už pozitivní nebo negativní, posílit: *„U té pozitivní bych řekl, že je s popiskem silnější. Je to hezké, ale nevěděl jsem, o co jde, a když jsem se dozvěděl, že je tam to jaro, tak to ve mně tu silnou emoci umocnilo, díky tomu to nabralo na intenzitě.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 34 let) *„U některých fotografií jsem potřebovala popisek, aby to ve mně vyvolalo intenzivnější emoci. Například když jsem si přečetla, že nějaký člověk zemřel, nějaká paní se stále hledá, emoce u mě byla mnohem intenzivnější.“* (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let) *„Když tam potom přibude ten popisek, že tam kvůli těm povodním někdo zemřel a někdo se pohřešuje, tak to tu emoci mění.“* (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let)

Kromě znalosti kontextu jsou důležité také sympatie k fotografovanému subjektu – velké emoce například vyvolala fotografie, na níž je zachycen premiér Andrej Babiš, jak objímá svého marketingového poradce Marka Prchala poté, co v roce 2017 zvítězil v parlamentních volbách.



Andrej Babiš objímá Marka Prchala na tiskové konferenci hnutí ANO k výsledkům parlamentních voleb, Michal Růžička / MAFRA, 2017²²²

Je to názorný příklad toho, jak vztah k fotografovanému subjektu ovlivňuje jeho emocionální působení: „*Mě tam hodně ovlivňovalo, že ještě předtím, než jsme viděla ty popisky, že jsem znala kontext a orientovala jsem se podle něho. Například když jsem viděla Babiše líbajícího Prchala, tak to je nechutné, ale kdybych nevěděla, co je to za pány, asi to budu hodnotit jinak.*“ (aktivní příjemce médií, žena, 38 let) „*Přijde mně zajímavé, že kdybych nevěděla, kdo to je, tak mně to bude připadat jako taková milá fotka, ale tím, že vím, že to jsou ti dva...*“ (studentka fotografie, žena, 21 let) „*Mám to emočně hodně spjaté s tím, co se tam odehrává, s tou znalostí toho kontextu.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 31 let) „*Já nedokážu ty emoce oddělit od těch lidí, které tam vidím. Takže já když vidím tyhle ty ksichty, tak to ve mně vyvolává ty nejhorší emoce.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) „*Třeba kdyby to byla fotka z Japonska, tak je to úplně jiná emoce.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, žena, 47 let) „*Asi kdyby tohle viděl někdo z nějaké jiné země, třeba z toho Japonska, tak to v něm vyvolá úplně jiné emoce než v nás.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, žena, 50 let) „*Mám tam hněv a znechucení, ale kdybych to neznal, tak to bude radost, štěstí.*“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, muž, 50 let) Pokud je

²²² Dostupné z www: https://www.lidovky.cz/foto/ELE6ecdc7_191729_6714193.jpg

ovšem někomu téma prakticky lhostejné, hodnotí fotografie více či méně objektivně: *„Je to taková momentka. Já se nekoukám na ten důvod, proč byla pořízena, ani na to, co tam je za lidi, ale nebylo to nic nafingovaného, je to opravdové, reálné. Mně to navozuje radost, i když je tam Babiš. Mně se ta fotka zdá dobrá. Ale já toho o české politice zas tolik nevím.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let)

Jiným příkladem je fotografie, na níž je zachyceno setkání politiků na summitu G7 – konkrétně dochází k interakci tehdejšího amerického prezidenta Donalda Trumpa a německé kancléřky Angely Merkelové.



Summit G7 v kanadském Charlevoix, Jesco Denzel / Bundesregierung via Getty Images, 2018²²³

Zde se opět projevuje, jak silně záleží na sympatii k subjektu: *„Mně ještě přišel zajímavý postřeh u fotografii s Angelou Merkelovou a Donaldem Trumpem, že ač je na té fotce hezké, že Angela se ho zřejmě nebojí, tak jakmile je tam Trump, tak ta moje reakce je hodně negativní. Může se tam díť cokoliv, ale když je tam tenhle člověk, tak je mi z toho prostě trošku nevolno. Jenom tím, že tam je, a to bylo to první, čeho jsem si*

²²³ Dostupné z [www: https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/in-this-photo-provided-by-the-german-government-press-news-photo/971491304](https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/in-this-photo-provided-by-the-german-government-press-news-photo/971491304)

všiml.“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 35 let) Tatáž fotografie ovšem může působit rozdílně nejen s přihlédnutím k sympatiím k subjektu, ale také s ohledem na pohlaví příjemce: *„Bez kontextu na první pohled by člověk mohl cítit strach, konflikt, je vidět tenze, ale pro mě osobně, když vidím silnou ženskou, jak se chlapovi postaví, tak moje pocity jsou radost, zadostiučinění. Takže speciálně v této druhé sérii hrál kontext určitě velkou roli.*“ (aktivní příjemce médií, žena, 29 let)

Respondenti ohniskových skupin jsou také toho názoru, že velmi záleží na tom, zdali je téma nové a čerstvé, přičemž aktuálnost hraje stěžejní roli v tom, jak silnou emoci novinářská fotografie vyvolá: *„Když se něco objeví poprvé, tak to na tebe zapůsobí, může to mít nějaké konsekvence v tom, že v tobě zanechají nějakou stopu. Ale kdyby se to opakovalo, kdybys sledovala stejné fotografie například uprchlíků, tak se ta intenzita toho emocionálního apelu snižuje.*“ (amatérský fotograf, muž, 31 let) To potvrzuje také Roman Vondrouš: *„To téma migrace bylo nejvíce exponované před pěti až třemi lety, to jsme ho nejvíce vnímali z hlediska Evropy, kdy bylo nejvíce aktuální, tak tehdy bych to asi hodnotil silněji než v tomto okamžiku.*“

Emoce v novinářské fotografii jsou tedy velice důležité, podporují sílu sdělení, určují, zdali připoutají divákovu pozornost, a jejich vyvolávání je proto ze strany fotoreportérů žádoucí a záměrné. Také na straně příjemců se síla novinářských fotografií odvíjí od toho, zdali dokáže vyvolat emoce. Efektivita fotožurnalismu proto do velké míry závisí na tom, zdali se diváci dokážou k fotografii emočně připnout, zdali snímek osloví a zasáhne emocionální stránku jejich osobnosti. Emocionální apel je nicméně znesnadněn jednak rychlostí a informačním přehlcením, ale také velkoprodukcí novinářských snímků, kdy zdaleka ne všechny fotografické aktuality dokážou emocionálně působit. Podstatné je, jak jsou příjemci novinářských fotografií obeznámeni s kontextem zachycované události, je-li jim téma blízké či vzdálené nebo jaký mají vztah a sympatie k fotografovanému subjektu. Logicky je důležité také samotné téma a jeho novost – pakliže se nějaké téma opakuje, například migrační krize, efektivita emocí a jejich intenzita se snižuje. Důležité je ovšem podotknout, že emocionalita ve vztahu k novinářské fotografii je sice podstatným faktorem, avšak není prvořadým, což se potvrzuje také v efektivitě fotožurnalismu.

6.2 Zprostředkování reality

Jak přesně novinářská fotografie vyvolává emoce, respektive jak může apelovat na divákovy emoce? V první řadě by měla splňovat kritéria kladená na dobrou novinářskou fotografii a být kvalitní jak po estetické, tak po technické a informativní, respektive obsahové stránce. Ačkoliv kvalita není jediným faktorem, který určí, zdali bude snímek schopný diváka emočně zasáhnout, profesionalita a obrazová preciznost jsou podstatnými elementy, které, spíše než snímky amatérů, dovedou emocionální reakci garantovat.

Respondenti hloubkových polostrukturovaných rozhovorů se shodují na tom, že při posuzování, zdali je novinářská fotografie kvalitní, je třeba brát z formálního hlediska v úvahu základní pravidla kompozice („zlatý řez“ a pravidlo třetin), barevnost fotografie, kontrast, práci se světlem, úhel pohledu, dále pak ohniskovou vzdálenost (a hloubku ostrosti) a současně také to, zdali fotografie věrohodně odráží realitu. Současně s tím je nutné, aby bylo důvěryhodné také médium, v němž je snímek publikovaný.

Už jenom samotný fakt, že novinářská fotografie zprostředkovává realitu, je důvodem toho, že vyvolává emoce – skrze to, že diváka přenáší na místo dění, totiž oslovuje jeho vlastní emoce tím, že fotografie příjemci zprostředkovává skutečnost a dostává ho na místo, kam by se sám nedostal, má velký potenciál ho emocionálně zasáhnout a zaujmout. Podle Daniely Mrázkové novinářské fotografie vyvolávají emoce právě proto, že z člověka dělají svědka události, a fotožurnalismus je tudíž na tom, že je vyvolává, postavený: *„Fotografie staví člověka do svědka dané události. A to přímo s emocemi souvisí, počítá se s nimi. Myslím si, že novinářská fotografie bez emocí je vlastně špatná fotografie.“*

Charakteristika novinářské fotografie coby nositele svědectví, který co nejdříve, ale současně co nejpůsobivěji zachycuje snímané události, je tedy také předpokladem pro vyvolávání emocí. Michal Šula říká: *„Protože to není obrázek, ale realita. Možná si do toho promítáme nějaké své vidění světa. Fotky jednak nesou informaci, co se tam děje, a druhak se tomu snaží fotograf přidat kvalitu. Protože mám povědomí o fotografii, dávám si pozor, abych dodržel kompoziční pravidla, aby tam nebyly obrazové chyby, aby výsledek nejen nesl informaci, ale měl i kvalitu a přitáhl pozornost.“*

Robert Silverio je toho názoru, že stěžejní je estetika, byť je to banální a konvenční: *„Pokud chcete nějakým způsobem oslovit širší publikum, tak pořád je ta estetika strašně primitivní, je stejná, jako byla vždycky. Syté barvy, dobrá přehledná kompozice – nějakým způsobem to funguje pořád. A samozřejmě to téma je vždycky hodně důležité. Téma je klíčové a estetika je většinou banální. Čímž nechci říct, že je snadné toho dosáhnout, ale ta estetika je strašně konvenční a tradiční.“*

Zde se ovšem musíme pozastavit nad tím, zdali estetizace událostí není v některých případech spíše na škodu – pakliže je novinářská fotografie příliš vizuálně působivá, může totiž příjemce teoreticky odvádět od závažnosti situace a otupovat bolest.²²⁴ Tímto „zkrášlením“ se navíc novinářské fotografie od reality často spíše vzdalují, než že by ji věrohodně zachycovaly, jelikož snímané prostředí může působit uměle a vytrácí se „syrová“ autenticita. Podle Jana Ždimery by proto měl každý fotoreportér zvažovat, jaké obrazové prostředky použije: *„Jsou situace, které lze zobrazit brutálně naturalisticky, anebo lze postupovat zprostředkovaně. Vložit do toho určitou symboliku. Fotografie nemusí být vždy brutálně upřímná, aby dokázala emoce vyvolat.“*

Samozřejmostí je potom podle respondentů hloubkových rozhovorů dodržování etických zásad, aby obsahem fotografií nebylo manipulováno. Kateřina Šulová podotýká: *„Fotografie se upravují, ale musí tam být jasná hranice mezi grafickou úpravou, světlem apod. a tím, kdy si již vytvářím vlastní realitu a pravdu. Od toho jsou ale samozřejmě i kodexy, kterými by se měli všichni řídit.“*

Také pro příjemce médií je důvěryhodnost jedním z klíčových kritérií, a to jak důvěryhodnost fotografického média jako takového, tak konkrétních médií, jak vyplynulo z analýzy ohniskových skupin – a to i s přihlédnutím ke konkurenčnímu boji: *„Úloha novinářské fotografie je ještě důležitější v tom smyslu, že musí být schopna najít nějaký způsob, jak přilákat lidi. Jsme přehlacení informacemi, a to i vizuální informací, a my tomu věříme, protože pořád máme nějaký étos toho, že fotografie je pravdivé médium a novinářská fotografie by měla být garantem té pravdivosti a autenticity, a o to je to dneska těžší.“* (student fotografie, muž, 21 let) *„Já třeba když se dívám na fotografie Reflexu, tak se mi můžou líbit. Důvěřuji tomu médiu, například když se bavíme o zprostředkování reality, že se snažil tu realitu zachytit jednak v tom*

224 Susan Sontagová tento jev označila jako „zkrášlení,“ v angličtině „beautification“.

článku a jednak se mi to snaží přiblížit vizuálně, co nejlíp umí. Důvěřuji tomu, že to dělají dobře.“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 59 let) „Určitě беру fotografie jako svědectví, ale je třeba si dát pozor na jejich důvěryhodnost, zda jsou třeba agenturní, nebo kdo je jejich autorem, tj. zdroj. Pokud je tam punc agentury, fotografii věřím.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let)

S ohledem na snadnou manipulovatelnost fotografického obrazu v digitálním věku ovšem může podle některých respondentů ohniskových skupin důvěryhodnost klesat: „Tím, že je jich víc, tak podle mě klesá ta důvěryhodnost i s tím množstvím nebo ta kvalita s tím množstvím a je jasné, že je možné do nich zasahovat víc než dřív.“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) „Teď vládnu světu fake news a lidi nemají vůbec zapotřebí si ověřit, jestli to je pravda, nebo není. A co mě ještě víc děsí, je to, že nejenže když se bavíme o novinářské fotografii, tak se zpětně dozvídáme, že novinářské fotografie, které byly oceňované, jsou nějakým způsobem upravený. A je to jedno, jestli byly upravený za účelem, že tam bylo přidáno trochu kouře nebo něco jiného. Ale že ten zásah je prostě zásah a vlastně se nedá věřit ani fotce.“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let) „Běžný člověk nebude vnímat, jestli se v AP nebo Reuters stane nějaký průšvih s tím, že někdo něco vyretušuje. Asi před 15 lety to byla jedna slavná fotografie, myslím, že bombardování Bejrútu, fotograf si přimaloval víc kouře, což přidalo na dramatickosti, ale myslím si, že v současnosti každý průser, který se objeví, a nejde jen o fotografii, ale o novinářinu obecně, tak snižuje autenticitu a důvěryhodnost médií, v tomto případě fotografie celkově.“ (amatérský fotograf, muž, 31 let)



IDF Attack in Beirut, Adnan Hajj, 2006²²⁵

²²⁵ Dostupné z www: https://en.wikipedia.org/wiki/Adnan_Hajj_photographs_controversy

Fotograf agentury ČTK Michal Kamaryt, jenž byl účastníkem ohniskové skupiny, zdůrazňuje: „*Obrazové (agenturní) zpravodajství musí být důvěryhodné. To znamená, že musí být úplně oproštěné od jakýchkoliv manipulací s obrazem, protože to je úplně kardinální.*“ Jako fotoreportér se „*nenechat strhnout tou situací k tomu, že bych ukázal něco, co by mohlo být zajímavé pro lidi, ale vlastně by to necharakterizovalo tu situaci dobře*“. Petr Josek shrnuje: „*Určitě jsou efektivní, protože by měly zprostředkovávat realitu. A jestli klesá efektivita kvůli snadné manipulovatelnosti? Neměla by. Problém je, že se to děje a těch případů je spousta, naštěstí zase na té druhé straně spousta těch věcí bylo chycených a spousta těch lidí asi hodně lituje toho, že k nějaké manipulaci došlo. (...) myslím si, že ten apel by měl být slyšet odevšud, speciálně seshora od agentur a novin, aby mohli lidé té novinářské fotografii věřit a aby nevznikaly dohady o tom, že to fotograf stejně někde zmanipuloval. To by mělo být číslo jedna, abychom mohli dál fungovat a aby nám mohli lidé věřit.*“

Souvztažnost reality, důvěryhodnost jejího otisku a vyvolávání emocí v přímé úměře potvrdil jeden z respondentů: „*Pokud si člověk řekne, že to tak nějak asi bylo, nebo si to ověří, tak se tomu pak dá věřit a může to mít nějakou váhu. Pokud o tom nejsem přesvědčený, tak i fotka toho mrtvého dítěte na pláži může působit jenom jako fotka. Pokud tomu začnu věřit, tak tam přijde nějaká ta emoce a přijde tam k tomu to, že si z toho člověk něco udělá, že si řeknu, že to je hrozný nebo to je super, ale pokud tomu neuvěřím, tak je to ve své podstatě nic.*“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, muž, 50 let)

Vizuální působivost novinářských snímků tedy ovlivňuje emocionální apel, kvalita vizuálních informací je základem a zvyšuje pravděpodobnost afektivního zasažení. Fotoreportér by měl nicméně za každých okolností ctít realitu, tj. nesmí se dopouštět žádných manipulací. Základní úpravy, jako například úprava tonality a kontrastu nebo drobný ořez, jsou povoleny, ale jednoznačně by nemělo docházet k žádné manipulaci s obsahem, jelikož to snižuje kredibilitu fotožurnalismu jako takového a tím pádem i jeho efektivitu. Už pouze neoddiskutovatelný fakt, že manipulovatelnost fotografickým obrazem je v digitálním věku výrazně jednodušší než v době klasické fotografie, totiž důvěryhodnost fotografického média nepříznivě ovlivňuje; příjemci mohou snadno nabýt dojmu, že byla fotografie upravena, aniž by k tomu doopravdy došlo, a proto musí být etické kodexy závazné pro každého, kdo

s fotografií profesně přichází do styku, ať už je to fotograf, fotoeditor nebo píšíci redaktor. Manipulací ovšem není pouze zneužití obrazového editačního softwaru, ale také inscenování událostí nebo to, že fotoreportér nějakým způsobem vstoupí do děje. Může se zdát jako banalita, že fotoreportér například někomu během demonstrace řekne, aby si vzal do ruky transparent, ale pokud si jej účastník demonstrace o své vlastní vůli do ruky nevezl, již se jedná o zásah do zachycované reality, a tyto praktiky by proto tolerovány být neměly, což ovšem neznamená, že k nim nedochází. Záleží potom na svědomí a poctivosti samotných fotoreportérů, aby se v terénu takto nechovali, protože jejich práci to potenciálně může diskreditovat. Od důvěryhodnosti novinářských fotografií se totiž zároveň odvíjí také to, budou-li emocionálně působivé, a tak je věrohodnost klíčovým kritériem, co se afektivního zasažení týče. Stručně řečeno, dokud budou diváci novinářským fotografiím věřit, budou reálné i jejich emoce, čímž budou fotografie také efektivní. A naopak, pokud jim věřit nebudou, nedojde ani k afektivnímu zasažení. Fotoreportéři tak musí neustále balancovat mezi tím, aby byly jejich snímky atraktivní a přitahovaly pozornost, a tím, aby skutečnost nezkreslili a nedopustili se podvodu na divácích.

Aby tedy fotografie apelovala na emoce, záleží na způsobu, jakým je realita zachycena. Silné emoce spíše dokáže podle Petra Joska vyvolat fotografie pořízená profesionálem: *„Ta fotografie musí splňovat mix parametrů, ať je to vizuální zajímavost, emoční zajímavost, barevná nebo černobílá, kompozice a všechno to se musí spojit, aby ta fotka fungovala. Samozřejmě v každé fotce bude převažovat něco jiného, a pokud tam bude ta obsahová složka strašně obrovská, tak se dokáže potlačit i to, že třeba není dokonale technicky udělaná, ale ty věci tam musí být nějak namixované. A nejvíc ten mix mají šanci zachytit profesionální fotografové, protože k tomu můžou přidat i řekněme nějaké to vizuálně. (...) Když budu jediný člověk, který vyfotí nějakou mimořádnou událost, tak ta fotka sice nebude mít ty ostatní parametry, ale má strašně obrovský ten zpravodajský parametr. Profesionál k tomu mixu dokáže přidat i ty ostatní věci a může tu fotku pozvednout a může se z toho stát tady ten symbol a něco, co ty emoce vyvolá nejvíc.“* Roman Vondrouš k tomu doplňuje: *„Profesionál je záruka jak obrazové informace, tak toho popisku.“*

Na straně fotoreportéra tento přístup obnáší autorský vklad a jeho osobní nasazení; autor do snímku nutně musí otisknout svou vlastní energii a emoci, jinak

se jedná pouze o popisné zobrazení nějaké události, míní Josef Chuchma: „*Novinářská fotografie by v sobě měla mít energii osobního nasazení autora a případně také estetickou hodnotu. Estetická hodnota s sebou vždy nese emoci, nasazení pak téměř vždy také. Pokud nechcete publikovat studené popisné fotografie, tak nutně vzbudíte emoci, a není na tom nic špatného.*“ Také Daniela Mrázková se přiklání k názoru, že osobní, autorský vklad je nutný: „*Správný fotožurnalista už počítá dopředu, že bude pracovat s emocemi. V první řadě je fotograf novinářem, jeho postoj a názor je důležitý. Třeba i analýza dané věci. Proto je citová záležitost stejně silná jako ta informační.*“ Autorství a specifický pohled fotoreportéra považuje za důležitý také Michal Kamaryt: „*Fotografie je mentální záležitost, takže ten názor tam je znát. Nemáme vždy všichni stejné fotografie ze stejné akce. Mě zajímá, když se někdo z té hlavní silnice dostává na krajnice, o těchto fotografiích přemýšlím; často jsou to fotografie, které potom mají i nějaký nadčasový význam.*“

Z vlastní praxe potvrzuje nutnost osobního vkladu ve vztahu k potřebě zachytit emoce lidí a atmosféru momentu fotoreportér Michal Šula: „*Je to přirozené, nejde se odosobnit, aby se neprojevil autor. Ale to je dobře, ne? Ti lidé vědí, jaké zpravodajství konzumují, protože se pro to rozhodli svobodně, věří ať už lidem, kteří zpravodajství tvoří nebo znají pozadí média. Věřící tomu, protože lidé, kteří v médiu dělají, do toho dávají něco ze sebe a jim to vyhovuje, mají třeba potvrzené, že je to pravda. A stejně tak tomu je u fotografií.*“

Autorský vklad oceňují i aktivní příjemci médií: „*Pro mě je novinářská fotka dílo, pro mě je ten, kdo to umí, mistr a doufám, že tohle nezmizí, protože kolikrát ta fotka, jen prostě ta její message, dokáže víc než nějaký sáhodlouhý článek pod tím.*“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let) Tatáž osoba ovšem vyřkla obavu, že většina lidí fotografii ocenit nedokáže: „*Já bych řekla, že 90 procent lidí ta fotka vůbec nezajímá, že vůbec nechápou, že by jim mohla něco říct. Jak jsme se tady na začátku bavili, že ta doba je strašně rychlá, tak si myslím, že to je pro nějaké fajnšmekry.*“

Ze strany aktivních příjemců médií je současně očekávané a žádoucí, aby se v médiích objevovaly snímky z produkce profesionálních fotoreportérů, kteří ovládají řemeslo: „*U novinářské fotografie předpokládám, že ji pořizoval profesionál, tj. člověk, který zná nejen to, jak se pohybovat v terénu, ale je profesně vybavený pro to, aby přinesl svědectví události, která je popisována.*“ (aktivní příjemce médií)

z velkoměsta, žena, 38 let) Aktivní příjemci médií jsou si tedy vědomi procesu vzniku novinářské fotografie i toho, co její pořízení obnáší: „*Já si myslím, že dramatičnost obrazu i to, že jsou někdy zinscenované fotografie, je to, co tu fotografii pak prodává. Někaké kompoziční principy stále fungují a fotografie má nějaká svá pravidla, která můžeme vnímat, že jsou stále stejná / na jedno brdo, jsou podobná.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let) „*Je to víceméně x takových patternů (vzorců – pozn. aut.), kdy už víš, že se to bude vztahovat k takové situaci nebo ten fotograf s tím již počítá a má zažitě určité vzorce, kdy ví, že takto to bude fungovat, tohle se očekává, tohle se prodá.*“ (amatérský fotograf, muž, 31 let)

Zde je nicméně důležité podotknout, že to může být v některých případech i kontraproduktivní; užití určitých obrazových klišé mohou emocionální prožitek degradovat: „*Když znáš některá obrazová klišé, některé postupy, které se používají, tak je otázka, jak to na mě působí. Možná někdy nijak.*“ (amatérský fotograf, muž, 31 let) V takovém případě totiž mohou příjemci médií vnímat snímek tak, že byla situace zinscenována: „*Mě ale tato fotografie (uprchlíka, jenž drží v náručí malé dítě – pozn. aut.) štve, pro mě to není reportážní fotografie, ale něco, co si nastavili, za ním je to moře, ze kterého on se vyplavil a zachránil to dítě, takže u mě převládá vztek na AP Photo, protože si myslím, že to je přesně to, co by se dítě nemělo.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let)



Migrant s dítětem na řeckém ostrově Lesbos, Alexandros Michailidis / AP Photo,

2020²²⁶

²²⁶ Dostupné z [www: https://ib.ctk.cz/cs/photo?id=P202003050876301](https://ib.ctk.cz/cs/photo?id=P202003050876301)

„Mně přijde zajímavé, že ukazují část, nějaký výstřížek reality, kterou zachycuje fotograf, příp. editor, pokud je ořízne. Je to do jisté míry i pohled fotografa a dá se s ním i manipulovat dost jednoduše.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 29 let) *„U té fotky s tím dítětem mi přijde, že je strašně jednoduché to nafingovat.“* (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 50 let) Případně to mohou vnímat jako citové vydírání: *„Pro mě ta jedna fotka byla vyloženě manipulace, s tím plačícím dítětem. To jsem nejdřív zaškrtnula jako smutek a pak jsem si tady dala znechucení, protože tady je ta fotka zneužitá a vůbec vlastně neodráží tu realitu, že Erdogan s tím vydírá Evropu, s těmi uprchlíky. A tady jsme my vydírání přes tu fotku. A tím to chápu jako manipulaci vůči mně, protože nedostávám objektivní informace.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 59 let)



Plačící dítě v tureckém Edirne poblíž turecko-řeckých hranic, Darko Bandic / AP Photo, 2020²²⁷

Michal Kamaryt nicméně namítnul: *„Jestli ten fotograf tu situaci na místě vyhodnotí tak, že tohle je situace, která se opakuje, a ta fotografie tam charakterizuje určité děje, tak to tam patří, a jestli někdo bude argumentovat proti, že to je citové vydírání nebo že to je tisíckrát použité klišé plačícího dítěte, tak jestliže tam ty děti*

²²⁷ Dostupné z www: <https://ib.ctk.cz/cs/photo?id=P202003040336801>

pláčou a jestli to ten fotograf považuje za důležité, to v té skládačce ukázat, tak to tam má být.“

Pro příjemce médií potom může být nicméně v tomto směru těžké s fotografovaným subjektem soucítit, neboť má pocit, že je k nějakému prožitku uměle směřovaný, a jeho emoce potom není autentická: *„Já třeba nevím, jestli jsem to zaškrtila, protože bych se tak v uvozovkách měla cítit, ale jinak v sobě tu emoci nedokážu najít.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let)

Vliv osobnosti fotoreportéra a jeho autorského vkladu je tedy značný, neboť je to vždy on, který rozhoduje, z jakého úhlu budeme událost vnímat, a tedy i emocionálně prožívat. Profesionál dovede lépe než amatér sjednotit všechny potřebné aspekty, jako například vizuální působivost, obsahovou složku nebo přesnost popisku, aby jeho výsledný snímek dokázal příjemce emočně zasáhnout. Na druhou stranu by si měli fotoreportéři dát pozor na užívání obrazových klišé a pokud možno se jich vyvarovat, protože ta mohou být vnímána negativně a mohou vést k tomu, že je budou příjemci považovat za účelové citové vydírání. Zde se ovšem projevuje, zdali je příjemce aktivním či pasivním konzumentem médií, neboť tendenci hodnotit takto některé snímky měli spíše ti pasivní.

Digitální věk proto klade velký důraz na mediální a vizuální gramotnost: *„Dá se jim věřit, ale podle mě to vyžaduje mnohem více, je to mnohem náročnější na ty příjemce fotky. Myslím, že dnes už to musí jít ruku v ruce s mediální výchovou. Musíme si uvědomovat, že má nějaké hranice. Takže ano, fotografiím se dá věřit, ale je tam mnohem větší nárok kladený na příjemce, o to větší, když máme asociované, že fotka je jakoby jednodušší médium na zpracování.“* (student fotografie, muž, 21 let) *„Titulek a fotka většinou formují nějaký instantní názor na to téma. A to dokáže tu masu ovládat špatným směrem.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 34 let)

To, jak budou příjemci médií realitu zachycenou prostřednictvím novinářské fotografie vnímat a prožívat, bude nakonec vždy záležet právě na tom, jak jsou mediálně, resp. vizuálně gramotní a do jaké míry jsou tedy schopni obrazy číst, interpretovat a jsou-li si vědomi okolností, za nichž mediální obrazy vznikají. Emocionální apel tak se schopnostmi obrazy uvědoměle konzumovat i tvořit přímo souvisí a vnitřní citové rozpoložení od zkušenosti kriticky přijímat obrazy nelze zcela oddělit: *„Když studuju fotografii ve zpravodajství, tak ji konzumuju s tím vědomím, že je velice subjektivní, že záleží i na tom, na jaké místo se fotograf postaví,*

například i jestli se postaví směrem doprava nebo doleva, a že to může přinést úplně jiný výsledný snímek a může tak vystihnout úplně jinou situaci, než kterou právě zachycuje. A já to konzumuji s tím vědomím, že ta fotka může být nějakým způsobem upravená, může s ní být manipulováno až po jejím pořízení, a když mě zaujme a něco neseď, tak si událost vyhledám ještě zvlášť a zvlášť si hledám další fotografie třeba právě na sociálních sítích od lidí, kteří jsou na tom místě a třeba to ani nejsou novináři. Snažím se tak obrázek sestavit sama, ale to jsem já, člověk, který už je tři roky na žurnalistice, věnuji se tomu. A potom se o tom bavím třeba s rodiči nebo s bratrem, což jsou lidé, kteří se fotografii až tak úplně nevěnují, pracují v jiných oborech, a přestože sledují zprávy a nějakým způsobem je konzumují, tak nad tím úplně nepřemýšlí a často se dostaneme i do nějakého střetu o tom, co nám ta fotografie řekla. Ten popis bývá zajímavý a je velký rozdíl, když si to skládám sama třeba i z textových materiálů. Oni tak nějak přijmou to, co je jim naservírováno, a ani nad tím tolik nepřemýšlí.“ (studentka fotografie, žena, 21 let) *„Vždycky je to nějaký úhel pohledu, a tak je to potřeba brát. Asi budu některým zdrojům důvěřovat víc než jiným, ale pořád je to zachycení reality z nějakého pohledu a tak k tomu přistupuji. Víím, že by se to dalo zachytit i jinými způsoby, a nestavím na tom nějaký svůj světonázor, ale je to zachycení nějakého momentu se všemi elementy v té dané chvíli. Má to nějakou vypovídací hodnotu, ale samozřejmě víím, že by se to dalo zachytit i jinými způsoby.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 33 let)

Nabízí se ovšem otázka, zdali se citlivost vůči novinářským fotografiím se zvyšující se vizuální gramotností naopak nesnižuje; výzkum ovšem prokázal, že schopnost obrazům porozumět a kriticky je vyhodnocovat emocionální distanc nezpůsobuje, jelikož emoce jsou za každých okolností vstupní branou při vnímání vizuálních podnětů – jinými slovy, pakliže je fotografie dostatečně silná, příjemce se dotkne a osloví jej, ať už je vizuálně gramotný, či nikoliv. Zdatnost vizuální informace kriticky zhodnotit pak v druhé fázi ocenění fotografií i jejich emocionálního působení spíše znásobuje, jelikož recipient je schopen si uvědomit, co za vznikem oné fotografie stojí a jaké jsou okolnosti, které ji provázejí.

Výjimku v tomto směru tvoří profesionální fotoreportéři, u nichž se potvrdilo, že fotoaparát do velké míry vytváří jakýsi filtr, jenž jim umožňuje se od zachycovaných událostí odosobnit a emočně se ke snímaným subjektům nepřipnout, analogicky jako psycholog, jenž také nemůže prožívat útrapy svých

pacientů. Profesionální fotoreportéři se naučili během své praxe filtrovat i jiné než své vlastní fotografie, proto je v jejich případech emocionalita snižena, avšak to s vizuální gramotností jako takovou až tolik nesouvisí; spíše s určitou profesní deformací.

Jak budeme fotografii vnímat a jak na nás bude tato zprostředkovaná realita působit, je také, vyjma míry mediální a vizuální gramotnosti, do velké míry ovlivněné tím, do jaké vlastní, subjektivní reality a do jakých vizuálních obrazů se příjemce narodí a v jakém vizuálním módu se pohybuje. Josef Chuchma vysvětluje: *„Když to zase pro ilustraci ad absurdum přeženu: bud' se narodíte do hippies kultury, kde půl roku chodí lidé nazi, anebo se narodíte do muslimské rodiny, v níž vládnou nejpřísnější pravidla, a jako dívka byste se tam musela zahalovat, aby vám nebyla vidět ani předloktí. Obrazy pak nutně vnímáte pod vlivem těchto kulturních vzorců, v nichž jste vyrůstala a v nichž se pohybujete. Vždy to čtete optikou, která je do značné míry vybroušená kulturním a historickým kontextem.“*

K tomu Andrea Průchová Hrůzová doplňuje: *„Jinak vnímáme symboliku, kompozici a stoprocentně jinak vnímáme význam těch událostí, které novinářská fotografie zobrazuje. Čím dál je od nás daná událost, tím méně jí rozumíme, a čím blíže je, tím více se do ní dokážeme vcítit. Pak samozřejmě taky záleží na našem vzdělání, jestli dokážeme vnímat politiku pouze lokálně, nebo se zajímáme o globální události.“*

Subjektivita a sociokulturní podmíněnost při vnímání novinářských fotografií jsou tedy neoddelitelné, na sobě závislé proměnné – obrazy vnímáme pod vlivem kulturních vzorců, přičemž primární je vlastní zkušenost.²²⁸ Petr Hořejší dodává: *„Filtry, skrz které se díváme na svět, jsou subjektivní. Toto je sice mozaikovitý příklad, ale zcela zřetelný: člověk, který zažije nehodu autobusu, při níž zahynou jeho spolucestující, se na fotografie z této nehody nebude moci podívat ještě dlouho (jestli někdy vůbec), zatímco zvědavý kolemjdoucí bude podrobně zkoumat, jestli na fotografiích není také zachycen. Osobní zkušenosti formují náš pohled na fotografii do té míry, jak hodně se osobní zkušenosti námětu fotografie dotýkají.“* K tomu Robert Silverio doplňuje: *„U té mediální fotografie bych řekl, že je ten kulturní filtr podstatně větší. Potom je i určitá osobní citlivost, ale ta vlastně jen posunuje, v jaké míře fotografií cítím. Kultura, a tím nemyslím národní, tím myslím kultura v nejširším slova smyslu*

228 Na fakt, že čtení obrazů je sociálně podmíněné, poukazuje oblast sociální sémiotiky.

sociální skupiny, je jednoznačně dominantní.“ Tuto myšlenku dál rozvádí Daniela Mrázková: „Pochopitelně je to podmíněně subjektivně i kulturně. Hraje v tom roli výchova, vzdělání, osobnost člověka. To, co zažil, jeho předchozí zkušenosti a zážitky. Fotografie působí úplně stejně jako literatura.“

To, že vždy záleží na úhlu pohledu konkrétního příjemce, prokázala také analýza ohniskových skupin. Co je pro jednoho fotografie hodná ocenění, může v někom jiném vyvolávat znechucení a smutek: *„Bylo zajímavé sledovat, že každý to vnímá úplně jinak a že někdo za tím může vnímat to, že ta manipulace je o nějakém hyenismu nebo že můžete situace využít pro nějaké osobní zviditelnění se, i když si myslím, že se to hrozně těžko soudí.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 31 let) *„Je strašně důležitý úhel pohledu, jak se na tu fotku dívat a jak ji zveřejňovat, že se z toho dá udělat silný příběh i hyenismus.“* (pasivní příjemce médií z maloměsta, žena, 50 let) Novinářská fotografie má každopádně především syrově zaznamenávat realitu, ať už vzbuzuje pozitivní, či negativní emoce, a ignorováním nebo vytěšňováním smutných událostí ničemu neprospějeme, což si někteří příjemci médií uvědomují: *„Jsou věci, které jsou v životě hodně drsné, smutné a je to reálné. A radosti není nikdy dost.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 59 let)

Kromě úhlu pohledu konkrétního jedince a jeho subjektivního vnímání, prožitku a emocionálního rozpoložení záleží také na sociokulturním prostředí, z něhož divák pochází. Například v reakci na sérii snímků z demonstrací jedna z respondentek reagovala následovně: *„U dvou to ve mně vůbec žádné emoce nevyvolalo. Asi to bude tím, že se mě to téma osobně nijak netýká. Takže i když to bylo s popiskem nebo bez popisku, tak to pořád působilo stejně neutrálně. To byly ty demonstrace v Bělorusku a v Mexiku.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let)



Demonstrace v Bělorusku proti prezidentovi Alexandru Lukašenkovi, TUT.by via AP, 2020²²⁹

„Když jde o fotky demonstrací, tak si nedovolím cítit něco, dokud neznám to pozadí za tím.“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 24 let) Naopak u snímků politiků, kteří přímo ovlivňují naše životy, jeden respondent podotkl: *„Jsou rozmanitější a je nám to blíží, protože jsou to fotky z Evropy, případně z Ameriky, takže já cítím, že se mě to víc týká.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 35 let) Michal Šula tuto skutečnost ilustruje na příkladu vizuálního pokrytí již zmiňované evropské migrační krize²³⁰, kdy uprchlíci z pohledu Evropanů budí dílem soucit, dílem odpor a zděšení a ve výsledku si nikdo neví rady ani s nimi, ani s emocemi, které v nás skrze fotografie vyvolávají: *„A ještě mě tak napadá, že co tady může být archetyp fotek, u kterých si příjemce řekne: Ježíš, tam bych nechtěl být – jsou třeba propírání uprchlíci. Vyhrnou se z lodi, oči vyděšený, člověk si řekne, že to je hrůza.*

²²⁹ Dostupné z [www: https://ib.ctk.cz/cs/photo?id=P202009231037601](https://ib.ctk.cz/cs/photo?id=P202009231037601)

²³⁰ Evropská migrační krize, někdy též označována jako evropská uprchlická krize, je mezinárodní politická krize v Evropské unii způsobena velkým přílivem imigrantů. Vyvrcholila v roce 2015. – viz Lidovky.cz: https://www.lidovky.cz/svet/migracni-krize-v-cislech-do-evropy-stale-proudi-nejvic-syranu-a-afghancu-na-tretim-miste-je-ale-zmen.A200831_184815_ln_zahranici_ele, cit. 9. 9. 2020.

Zase ten, co zná Afriku a žije tam, považuje to za úplně normální pohled a emoce je u něj plochá, kdežto u nás to může vzbudit hrůzu.“

Podle Kateřiny Šulové pak záleží zejména na tom, zdali máme se zobrazovanou událostí osobní zkušenost: *„To, jestli s daným tématem máme osobní zkušenost, jestli se nás to přímo nějak dotýká. Například uprchlická krize. Pokud je to od nás daleko, nemáme s tím osobní zkušenost a většinu informací máme zprostředkovaně z médií, tak pravděpodobně nebudeme třeba schopni tolik se vcítit a budeme to vnímat spíše negativně. Převládne v nás například spíše emoce strachu, určitých obav. Vnímání fotografií je určitě souhrnou subjektivních pocitů, kultury, našeho prostředí, tím, jestli o tématu například máme nějakou znalost.“*

Příkladem toho, že osobní zkušenost hraje pro příjemce novinářských snímků velkou roli, je fotografie z demonstrace z Letenské pláně: *„Pochopitelně fotka se starou běloruskou vlajkou mě vlastně nějak nechytne u srdce, kdežto fotka z Letné, kde ještě navíc člověk byl a uvědomil si tu sílu toho davu, který měl jednu myšlenku, tak tahle fotka pro mě osobně je strašně vypovídací. Člověk pak cítí nějakou hrdost, pospolitost, je pyšný a šťastný, že se sebralo tolik lidí a šlo vyjádřit svůj nesouhlas. Takže tahle fotka funguje, ale funguje hodně proto, že jsme tam byli.“* (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let) *„Týká se to tématu, které naše generace hodně řeší, a nejspíš tam na té akci možná i byli, a reflektuje tu národní jednotu. Ale možná to mám zkreslené, protože jsem byl toho součástí.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 34 let)



Demonstrace proti premiérovi Andreji Babišovi, Lukáš Bíba / Economia, 2019²³¹

Václav Vašků je nicméně toho názoru, že fotografie jsou univerzálním sdělovacím prostředkem, a proto fotografie, které mají silný emocionální náboj, zasáhnou příjemce médií a osloví je, ať už pochází z jakéhokoliv prostředí: *„Asi bychom se museli zaměřit na to, o jaké emoce ve fotografii jde – jestli třeba o humor, tragédii, překvapení, strach... Myslím ale, že základní emoce (typu pohoda, humor, strach, neštěstí) jsou něčím, co je přenositelné a univerzální. Co cítí možná dokonce opice. Možná proto je ta fotografie univerzálním sdělovacím prostředkem i mezi těmi, kteří mluví jinak, mají jiné náboženství nebo vycházejí z jiného kulturního kruhu.“* To, do jaké míry novinářská fotografie vtáhne či nevtáhne svého příjemce do děje, už ovšem podle Vašků kulturně podmíněné je, a kromě sociokulturního backgroundu nebo výchovy záleží podle něj také na módních trendech a na tom, co je zrovna v kurzu.

Novinářské fotografie navíc vytváří obrazovou kroniku doby, což je podle fotografa ČTK Michala Doležala, který se účastnil ohniskové skupiny, z dlouhodobého časového horizontu velice podstatné: *„Já jsem toho názoru, že je potřeba fotit všechno a pečlivě archivovat, protože některé události z historie je*

²³¹ Dostupné z www: <https://www.irozhlas.cz/fotogalerie/8113435?fid=9133863>

potřeba pouštět pořád, aby lidé věděli, čeho jsou jiní lidé schopní, a kdyby se tehdy filmaři a fotografové styděli to dělat, tak o tom třeba teď nic moc nevíme.“

Záleží tedy na tom, zdali je fotografie vizuálně působivá, protože tím spíš je schopna emoce vyvolat – profesionální fotoreportér přesně ví, jaké obrazové prostředky použít, aby byl snímek efektivní. Není to ovšem pravidlem, jsou snímky amatérské, které také vyvolaly silné emoce, jako například fotografie Romana Prymuly, jak vychází z restaurace na Vyšehradě²³²; tam byl ovšem obsah natolik silný a pro společnost relevantní, že byla obrazová kvalita upozaděna. Většinou nicméně budou emocionálně rezonovat v příjemcích médií právě ty fotografie, které realitu zachycují na jedné straně atraktivně, ale na straně druhé také věrohodně. Důvěryhodnost je kritériem, které zdůrazňovali respondenti rozhovorů i ohniskových skupin a projevilo se jako klíčové. Zejména s přihlédnutím ke snadné manipulovatelnosti a také ke kvantitě pořizovaných snímků je právě věrohodnost tím, co určuje, zdali bude fotografie emocionálně působivá.

Samozřejmě závisí na konkrétní osobě, co vyvolá jedna fotografie v někom, může vyvolat jiné emoce v jiném na základě osobních zkušeností. Zde se promítá subjektivita vnímání, kdy každý prožívá individuálně, ale také sociokulturní podmíněnost, kdy s přihlédnutím k zázemí a společenskému prostředí, v němž příjemce vyrůstal a jakým kulturním vzorcům byl naučen, bude spíše inklinovat k určitému vnímání reality. V neposlední řadě se míra afektivního zasažení odvíjí také od blízkosti či vzdálenosti zobrazované události.

Podstatná je také míra mediální a vizuální gramotnosti. Pod tíhou předsudků a stereotypů, které mohou být mediálními obrazy, byť třeba nezáměrně, podporovány, je proto nutné vzhledem k rychlosti a intenzitě, s jakou novinářské fotografie působí, přistupovat k obrazové mediální produkci obezřetně a v ideálním případě si sílu a moc obrazů uvědomovat.

6.3 Aktivizace společnosti, nebo přehlčení?

Novinářské fotografie mohou být efektivní zejména v tom smyslu, že skrze svůj emocionální apel zaujmou příjemce natolik, že je podnítí k nějaké aktivitě, ať už je jí přispění v charitativních sbírkách, či například pomoc obětem přírodních

²³² Blesk.cz: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-koronavirus/659071/prave-on-vyhlasuje-nejprisnejsi-opatreni-pod-rouskou-tmy-si-prymula-bez-rousky-vyrazil-do-restaurace.html>.

katastrof. S ohledem na to, že mediální obrazy často fungují jako ventil emocí, příjemce silou tohoto emocionálního působení vtahují do děje, zapojují ho, angažují a mobilizují. Efektivita a aktivizace se může projevovat také tím, že novinářská fotografie přitáhne k tématu prostřednictvím své emoční síly pozornost a spustí společenskou debatu, což ovšem nutně neznamená pouze pozitivní jev. Zejména uživatelé sociálních sítí se často uchylují k nenávistným komentářům, což se ukazuje například v případě migrační krize. Na opačném pólu oproti aktivizaci společnosti stojí pasivita příjemců novinářských fotografií, jež se může projevovat apatií, únavou a netečností, které mohou být zapříčiněny přehlcením vizuálními, ale i jinými podněty v mediálním prostoru, kdy příjemce již nemá kapacitu vstřebávat novinářské fotografie, a proto je ignoruje nebo vytěsňuje. Všechny tyto aspekty budou nyní podrobněji rozebrány.

Analýza hloubkových rozhovorů prokázala, že emoce vyvolané novinářskými fotografiemi mohou v pozitivním, avšak i negativním slova smyslu podněcovat aktivitu. V příjemcích totiž mohou podporovat vůli pomáhat a přispívat například v charitativních sbírkách. Když například vidíme silný snímek zachycující migranty v táboře v bídnych podmínkách na řeckém ostrově Lesbos, může to v nás vyvolat pocit, že bychom se měli aktivně zapojit do řešení situace třeba tím, že pošleme peníze na transparentní účet nějaké neziskové organizace, která v dané lokalitě působí. Jan Ždimera uvádí, že s aktivizací příjemců novinářských fotografií se v případě humanitárních katastrof pracuje často: *„Zpravodajská fotografie je často prvním krokem k nějaké akci. Vstoupí do toho neziskové organizace. Na základě povědomí společnosti, že se něco děje, pak ta snaha může být úspěšnější. Lidé byli informováni, nějakým způsobem to s nimi pohnulo a rozhodnou se někam poslat peníze nebo osobně jedou někam pomoci.“*

Kromě humanitárních katastrof jsou takovými případy také přírodní katastrofy, například rozsáhlé požáry v Austrálii na přelomu let 2019 a 2020; snímky uhořelých zvířat velmi silně zapůsobily na diváky tak, že přispívali ve finančních sbírkách.



Australian Bushfire, Marcio Waismann / Getty Images, 2020²³³

V českém prostředí byla zase opakovaně prokázána vůle pomoci během povodní. Jiným a v současné době stále aktuálním příkladem je pomoc poskytnutá příjemci mediálních obrazů během pandemie nemoci covid-19. Portréty vyčerpaného zdravotnického personálu často zafungovaly jako emocionální spouštěč, který vedl ke konkrétní pomoci – velmi populárními byly například potravinové balíčky, které lidé posílali přímo do nemocnic. Za zmínku zde stojí například série portrétů z října roku 2020 pořízená Davidem Neffem z mediálního vydavatelství Mafra, který bezprostředně po směně zachytil tváře zdravotních sester, které pečovaly o pacienty s covidem-19.

²³³ Dostupné z [www: https://www.buzzfeed.com/juliawilling/bushfire-affected-koalas-are-released-home](https://www.buzzfeed.com/juliawilling/bushfire-affected-koalas-are-released-home)



Portréty covidových sester, David Neff / MAFRA, 2020²³⁴

Velmi silně se v těchto příkladech projevuje to, jak je vizuální pozornost propojena s emočním zpracováváním vizuálních informací – příjemce rychle a v zásadě automaticky identifikuje hrozbu (případně benefit), s níž se ztotožní a vnitřně s ní souzní.

Silná novinářská fotografie, jejímž smyslem je podat svědectví doby, proto má potenciál iniciovat nějakou společenskou změnu nebo měnit životní okolnosti snímaných subjektů, což shodně platí o práci fotoreportérů a dokumentárních fotografů, jejichž poslání je v tomto směru identické. Václav Vašků míní: *„Všichni dokumentární fotografové, zejména ti, kteří se zabývají sociálními tématy (válka, lidské utrpení, lidská práva, rodina, úcta k životu...), spoléhají na to, že ano. Fotografie k tomu může pomoci a my jako fotografové doufáme, že vyvolá emoce, které mohou společností pohnout k něčemu dobrému.“*

To, že fotografie mohou podněcovat na základě svého emocionálního působení k aktivitě, potvrzuje také fotoreportér Michal Šula: *„Když vyfotíte, že se třeba děje něco zlého, a vyfotíte to tak, že k příjemcům fotka promluví tak, že jim ukápnou slza nebo se v nich probudí vztek, může se stát, že jdou proti tomu*

²³⁴ Dostupné z [www: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/obrazem-bulovka-covid-19-koronavirus-ochranne-pomucky-zdravotnici.A201001_131731_domaci_lesa](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/obrazem-bulovka-covid-19-koronavirus-ochranne-pomucky-zdravotnici.A201001_131731_domaci_lesa)

demonstrovat, někomu zavolat, ať se to neděje, jdou k volbám... Když třeba starosta nechá zbourat dům a vy vyfotíte, jak stojí dědeček o holi a kouká, jak padá jeho mládí, rázem to může lidi zvednout.“ Příklad z vlastní praxe uvádí i Milan Jaroš: „Stejně jako záznam emoce je to přenos nějaké informace o tématu. Fotil jsem pro Člověka v tísni v Barmě, fotil jsem pro charity ohledně vozíčkářů či paliativní péče a ty fotky byly využívány ve prospěch třeba crowdfundingových kampaní. Je to součást síly fotografie.“ Zde se opět potvrzuje, že volba tématu je zásadní.

Podle Kateřiny Šulové působí novinářské fotografie v dlouhodobějším časovém horizontu a spíše než jednotlivé fotografie je tak efektivní fotožurnalismus jako takový: *„Myslím si, že to možná není ani o jedné fotce, ale o nějakém širším spektru. Já fotím politiku a dodávám často a dlouhodobě nějaký obraz té skutečnosti. Neustále těmi fotografiemi zásobíme média. Myslím si, že celý řetězec pak může působit, apelovat k nějaké změně, že lidé si řeknou a dost a například půjdou demonstrovat do ulic. Někaký tragický příběh naopak může lidi vést k tomu, že uspořádají finanční sbírku. Domnívám se tedy, že fotografie mohou podněcovat k nějaké aktivitě, ale vždy záleží na tom, co zobrazují. Síla té události ovlivní i ten emocionální rozsah, který může fotografie vyvolat.“*

Nakonec nicméně záleží na osobnosti každého příjemce, jak moc jej fotografie osloví a zdali jej podnítky k nějaké činnosti; Petr Hořejší k tomu říká: *„Aktivita musí být obsažena v člověku, který se na fotografii dívá. Pokud je ona bytost pasivní od přírody, žádná fotografie ji k aktivitě nepřinutí.“*

Robert Silverio rovněž připouští, že novinářská fotografie může způsobit změnu a podnítit příjemce médií k nějaké aktivitě, ovšem pouze v menším měřítku a spíše na bázi pomoci jednotlivci: *„Čas od času se najde fotografie někoho, kdo je v nějaké problematické situaci, a ten snímek může pomoci v individuálním případě pro nějaký fundraising, protože lidé se dojmou. Ale že by měla novinářská fotografie širší sociální dopad, to ne.“*

Pro respondenty ohniskových skupin je v případném poskytnutí pomoci často podstatné, zdali mají k fotografovanému subjektu či události blízko. Jedna ze základních zpravodajských hodnot²³⁵ tak určuje, jak silné emoce budou snímky

235 Zpravodajskými hodnotami jsou podle klasické studie Johana Galtunga a Mari Holmboe Rugeové z roku 1965 publikované v časopise *Journal of Peace Research* (The Structure of Foreign News, 1965, dostupné on-line: <https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1>): frekvence,

v příjemcích vyvolávat a v návaznosti na to také to, do jaké míry jsou ochotni pomoci, ať už finančním příspěvím, nebo například dobrovolnictvím: „*Já si třeba dovedu představit nějaké dítě z kojenečku a někoho to může vybudit k tomu že do toho kojeneckého ústavu bude chodit, bude tam pomáhat, odnese tam nějaké věci, přispěje... Dítě je třeba připojené na nějakých přístrojích poté, co vyhořel dům jeho rodiny, tak nějakou konkrétní pomoc. Charitativní sbírky.*“ (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let) Vizuální pozornost se v tomto případě zaměří na ohrožení dítěte, což je z evolučního hlediska významnější pro ženy, a proto na ně takové fotografie mohou působit více než na muže.

Blížkost nicméně není nutným kritériem: „*Názorný příklad, že na mě fotografie fungují. Já jsem před pěti lety viděla úchvatnou reportáž z Libanonu z uprchlických táborů a na základě toho jsem poslala příspěvek té humanitární organizaci, která ty fotografie pořídila a představila je české veřejnosti prostřednictvím té reportáže.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let) A pro některé rozhodnutí pomoci nebo přispět s novinářskou fotografií není spojeno vůbec: „*Já ani nemám ráda v tom zpravodajství takové ty hluboké lidské příběhy, které se snaží cpát všichni novináři všude, i ve veřejnoprávních médiích. Mně to vadí. Já se nerozhodnu na základě toho, jestli vidím matku plačícího dítěte nebo co jiného bych si tam mohla představit, tak se nerozhodnu na základě toho poslat jim ty peníze, ale já už jsem o tom rozhodnutá, protože to prostě chci udělat a chci jim pomoci, a ne že na mě silně emocionálně zapůsobí nějaká fotografie. (...) Na mě asi více působí to, co je za tím, proč těm lidem pomoci.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let)

Aktivitou samozřejmě není pouze nějaká forma pomoci, ale také účast například v demonstracích nebo podpora občanské společnosti. Zejména v případě demonstrací fungují novinářské fotografie jako důležitý ventil pro to, aby se lidé například zapojili: „*Třeba ty protesty, když třeba někdo vidí toho Babiše a tu jeho samolibou radost, tak ho to pak může přimět k tomu, aby třeba na tu Letnou šel proti němu demonstrovat.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 24 let)

Emoce vyvolané novinářskými fotografiemi mohou být dále efektivní i tím, že se díky nim začne o nějakém tématu mluvit a přitáhne to k němu pozornost,

práh pozornosti, jednoznačnost, význam, kulturní blízkost, souznění, neočekávanost, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, personifikace a negativita.

respektive to upozorní na problém, který by jinak zůstal skrytý, říká Josef Chuchma: „Skrz fotografii si můžete uvědomit, že existuje problém, o němž jste dosud nevěděla; je to i jeden z cílů fotožurnalistické činnosti.“ To ve výsledku může nabídnout relevantní podněty a přispět ke kultivaci veřejného mínění rozšířením obzorů nebo rovnou přispět k reálné změně.

Jako příklad uvádí Dan Materna svou fotografii Exekuce dítěte, se kterou v roce 2007 vyhrál soutěž Czech Press Photo: „*Ta fotografie byla tak silná, že o tom tématu jednala i vláda a podnikla kroky pro lepší ochranu dětí. Rozvířila debatu, a dokonce pomohla k odvolání ředitele Úřadu pro mezinárodněprávní ochranu dětí. Byl jsem obviňován z toho, že je to laciný bulvár, ale situace se od té doby změnila a podobných případů už nevidáme mnoho.*“



Exekuce dítěte, Dan Materna / MAFRA, 2007²³⁶

²³⁶ Dostupné z [www: https://www.idnes.cz/kultura/vytvarne-umeni/czech-press-photo-miri-do-mf-dnes-za-exekuci-ditete.A071017_103647_vytvarneum_kot](https://www.idnes.cz/kultura/vytvarne-umeni/czech-press-photo-miri-do-mf-dnes-za-exekuci-ditete.A071017_103647_vytvarneum_kot)

Podle Daniely Mrázkové pak novinářské snímky slouží jako tzv. memento mori²³⁷, protože „pakliže něco slouží jako odstrašující příklad, tak se jedná o kladnou záležitost“.

Emoce jsou v tomto směru efektivní, pokud jsou podány přímočaře, a jsou tudíž jednoduše čitelné, popisuje Milan Jaroš: „*Fotografie náklad'áku, který převážel uprchlíky a ve kterém se udusilo asi čtyřicet lidí na maďarské dálnici kvůli lidské liknavosti, ve své jednoduchosti vybudí emoce. Když jsme u uprchlické krize, tak fotografie utopeného kluka u tureckého pobřeží v lidech něco musí vzbudit. Fotografie psího spřežení běžícího po tajícím ledu v Grónsku s lidmi hýbe a environmentální téma se začne více probírat. Fotografie má sílu spustit debatu, a to je podle mě skvělé.*“ Emocionální působení takto silných snímku potvrdila i respondentka ohniskové skupiny: „*Na mě ta první fotka (utonulého chlapce na turecké pláži – pozn. aut.) působí hodně silně a je to těžký říct, ale pořád to vnímám tak, že tohle je ta fotka, která by se ukazovat měla. Vzbudí to silné emoce a informace o té situaci jsou takové a makové, překrucují se, různě se to používá podle toho, jak se to hodí, jak se to komu hodí, ale to, že takovéhle věci jsou průšvih a takovým způsobem se dotýkají naprosto nevinných lidí, tak to je prostě taková emoce, která by měla třeba způsobit to, že se ti lidi už jenom tak jako zastaví a uvědomí si, že se to děje a je to fakt blbý. Tohle mi nepřijde jenom proto, aby to vyvolalo šok, ale aby to vyvolalo emoci, která někoho zastaví a přiměje k uvažování.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) Přímočarost a čitelnost a šokující element ve fotografii zasahují emoce na základní úrovni ve smyslu obranných reakcí pro přežití.

Je ovšem důležité zmínit, že když novinářská fotografie vyprovokuje debatu, nemusí se nutně jednat pouze o pozitivní projev, jak upozorňuje Robert Silverio: „*Jsou také fotografie, které mají obsah a vzbuzují emoci, ale fungují špatně, protože jsou bezkontextuální a vzbuzují protichůdné reakce. Například brexitová jednání mezi Macronem a Johnsonem. Premiér Velké Británie Boris Johnson si dá nohu na stůl, ve skutečnosti se jedná o zlomek vteřiny, kdy reaguje na nějakou hloupou Macronovu poznámku o tom, že ten stůl je jako podložka na nohy. Na zlomek vteřiny si Johnson nohy na stůl jakoby dá (ta Macronova poznámka je nešťastná a Johnsonova reakce je*

237 Memento mori z lat. pamatuj na smrt – podle encyklopedického slovníku je to mravní zásada, jež upozorňuje člověka, aby nikdy nezapomínal na svou pomíjivost a připravoval se na smrt.

taky pseudovtipná), ale vlastně vůbec o nic nejde. Na videozáznamu je jasné, co se tam děje, ale právě proto, že je fotografie vytržením z reality, tak to někdo vnímá jako důkaz Johnsonova buranství a neúcty a britský nacionalista to vnímá jako: ‚My si nic z Evropské unie, z Macrona a Francie neděláme a takhle se budeme chovat.‘ Takže tato fotografie určitě diskuze vzbudila, vzbudila vztek na Johnsona nebo obdiv k němu, ale byla samozřejmě zcela nepravdivá v tom smyslu, že nevystihovala podstatu té situace. Takových případů je strašně moc.“



Foot on Table: British PM at home in French president palace, Christophe Petit-Tesson / Reuters, 2019²³⁸

To, že velická síla novinářské fotografie často spočívá ve varování a upozornění na daný problém, vyplynulo také z analýzy ohniskových skupin. Samotná fotografie nemusí přímo vyvolat potřebu pomoci, funguje nicméně jako impulz k tomu, aby se divák začal tématem více zabírat: „Ve mně to emoci vyvolá, ale já přeci jen pomáhám dlouhodobě a systémově a na základě nějaké racionální úvahy. Musel by to být jenom impulz, abych pak šel dál do hloubky, že o tom začnu více

²³⁸ Dostupné z [www: https://apnews.com/article/boris-johnson-paris-international-news-france-emmanuel-macron-368ee2316b744bc38576cf2aadoaf835](https://apnews.com/article/boris-johnson-paris-international-news-france-emmanuel-macron-368ee2316b744bc38576cf2aadoaf835)

přemýšlet. To ano. (...) Určitě se mi potvrzuje to, že to může být spouštěč toho, že se člověk začne o to konkrétní téma více zajímat a více si o něm přečte nebo se podívá na další a další fotografie čili slouží jako poutač se do něčeho více, hlouběji ponořit.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 61 let) *„Já si myslím, že spoustu těch věcí je důležité zachytit a poslat do světa už jenom proto, aby se nějakým způsobem upozornilo na tu věc. (...) A pro mě je ta fotografie pořád hrozně důležitá, pro to sdělení, a myslím si, že funguje, i když u některých fotek méně a u některých víc, ale pořád u těch zpráv dává velký smysl.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 31 let)

Novinářské fotografie tedy na základě svého emocionálního působení podněcují zájem o nějaké téma a dokážou spustit debatu. Většinou se nicméně jedná spíše o vyvolání negativních emocí, jmenovitě o strach, znechucení či vztek, jelikož i podíl negativních zpráv je vyšší než pozitivních. Fotografie dokáže citlivost atakovat s takovou razancí, že i člověk, který se jinak o problém nezajímá a zachovává vůči němu lhostejný postoj, se nad ním minimálně zamyslí a už to samo o sobě značí velikou sílu i efektivitu fotožurnalismu. Fotožurnalisté odhalují skutečnosti, které bývají ukryty, a upozorňují na palčivé problémy, které by bylo záhodno řešit.

Problémem ovšem je, že věcí k řešení je tolik, že příjemce může začít pociťovat únavu a v důsledku na veškerou pomoc a nakonec i na přemýšlení o tématech rezignuje. Jak již bylo řečeno, digitální věk a globalizace informačního prostředí s sebou nesou informační přehlcení a spolu s tím také výrazně vyšší počet negativních zpráv, což zmiňuje Kateřina Šulová: *„Máme tu samozřejmě spoustu fotografií z válečných zón, ale osobně vnímám, že často je těch negativních zpráv zkrátka už moc. A lidé se vůči těm informacím stávají otupělými. Musí se jich to už opravdu osobně dotýkat, aby na ně ta fotografie měla nějaký vliv, nějak na ně působila. Obávám se, že velká část populace je vůči některým zprávám už letargická.“*

V důsledku velkého množství snímků, navíc často zachycujících negativní události, které se objevují v mediální produkci, mohou příjemci novinářských fotografií pociťovat určitou apatii jak vůči sdělení ve fotografii, tak vůči samotné emoci a zároveň i frustraci pramenící z nemožnosti se v globalizovaném informačním prostředí orientovat. Tím, že emoce jsou krátkodobé, ale zároveň intenzivní, takřka není možné si je vůbec uvědomit a důkladně je vstřebat. Andrea Průchová Hružová popisuje: *„V současné době, vzhledem k množství obrazů, se*

kterými se setkáváme, opravdu dochází k zdůraznění těch emocí. Mluví se o neustálé performativitě. Když nejdůležitější je to, abych něco rychle vyfotil, abych měl rychlý prožitek.“ To v praxi mimo jiné znamená, že v nás většinou novinářské fotografie nezanechávají hlubší stopu – snímky zazní a rychle zase odezní a jsou nahrazeny jinými. Člověk za den vnímá vizuálních podnětů tolik, že v důsledku mnohdy přestává být schopen rozlišit, co je a není relevantní a čemu je potřeba přikládat váhu tak, abychom byli akceschopní.²³⁹ Vizuální pozornost je pak natolik roztříštěná a orientace na základě emočního působení do té míry znesnadněná, že vizuální informace, respektive mediální obrazy přestávají fungovat. S tím souhlasí také Václav Vašků: „Tím pádem se může stát, že když přijde nějaká ikonická fotografie, která by měla se společností pohnout – jako tomu bylo dřív, když se objevily nějaké ikonické fotografie (třeba toho oficíra střílejícího zblízka ve Vietnamu) –, lidi to dnes už nezasáhne. Je to stejné, jako kdyby byl člověk vystavený od rána do večera hororům, pak ho nějaká nehoda nebo tragédie nezasáhne, protože tím je otupělý.“

S tím, jak stoupá množství fotografií, současně klesá jejich působivost a síla, míní Matěj Stránský: „Fotografií je všude hodně. Ale kvůli tomu, že mizí nebo se snižuje působivost fotografií a je jich tolik, že nemají takovou sílu, tak je současně ten prostor (jaký prostor je dáván fotografii coby součásti mediální produkce – pozn. aut.) menší. To znamená, na počet je jich hodně, ale fotka už nemá takovou působivost ani takovou sílu jako dřív.“ Dále dodává: „To, co by před 20 lety ještě někoho šokovalo, si dnes za deset minut nepamatujeme, když to hodně zjednoduším.“ V návaznosti na to existuje riziko, že kvantita zahlší nežádoucí obsah, podotýká Jan Ždimera: „Sám si uvědomuji, že produkujeme nadbytek a někdy tím jdeme sami proti sobě. Čím víc materiálu je, tím víc se zvyšuje pravděpodobnost, že to důležité zanikne. Je zde také otázka, co je potřeba, aby bylo zachyceno.“

Dalším v této souvislosti zmiňovaným jevem je, že kromě netečnosti mohou emoce vyvolávat únavu, jelikož je úmorné vidět pořád dokola to samé. Andrea Průchová Hružová vysvětluje: „Co se týče humanitárních a válečných fotografií, se domnívám, že tam funguje ta únava ze soucitu. V tom množství se nelze pokaždé emocionálně vyčerpávat. Svým způsobem je to normální obranná reakce.“ To tvrdí i

²³⁹ Není to dáno pouze množstvím snímků, ale také množstvím kanálů, ze kterých k příjemcům vizuální informace proudí – dochází k velké diverzifikaci mediálních zdrojů, v důsledku čehož může být emocionální dopad oslaben. Z tohoto důvodu je populární tzv. „mikrocílení“, tedy cílení na určitou menší skupinu příjemců.

Michal Šula: „*Jak se říká, když je něčeho moc, je toho příliš. Zase bych zmínil migrantskou vlnu – lidé už jsou na to mnohdy zvyklí a už nevnímají neštěstí. Co si budeme povídat, ono se neštěstí fotí hodně dobře a děláte to, protože je to důležitý, abyste lidem tady ukázali, co se děje. Ale v Evropě už to emoci nevzbudí, protože je toho moc. Ale nevím co s tím. Větším neštěstím už to asi netrumfnete a zároveň o tom nejde neinformovat, zavřít oči a říct si: ‚No, to už jsme viděli a dobrý.‘ Furt to musíte zkoušet a třeba to pomůže.“* Podle Daniely Mrázkové jsme sice „*velmi otupělí, ale opravdu velká a silná fotografie tu naši otupělost stále dokáže nějakým způsobem ‚rozbít‘“*. Robert Silverio ovšem v této souvislosti rovněž poukazuje na to, že novinářská fotografie způsobuje znečitlivění pouze na teoretické úrovni, prakticky je však velmi obtížné to dokázat: „*Jsou to věci, o kterých můžeme vlastně jen spekulovat, protože jsou doložitelné jen ve velkých studiích na bázi neurovědy. Můžeme reálně rozumově předpokládat, že ano, novinářské fotografie vzbuzují otupělost, ale nemůžeme to doložit.“*

Toto znečitlivění a snížení emocionální působivosti souvisí i s amaterizací a demokratizací fotografie, což jsou hlavní faktory, které ruku v ruce s digitalizací fotografie vedly k výraznému nárůstu počtu snímků a většinu z nich učinily banálními. Ztrácí se kvůli tomu hierarchie a panuje absolutní relativismus, říká Josef Chuchma: „*Dneska stačí říct: Nepotřebuju vám nic zdůvodňovat, mně se to prostě líbí.“* Fotografie podle Chuchmy navíc pozbyla svůj étos ve chvíli, kdy se z ní stal spotřební produkt,²⁴⁰ což je samo o sobě důvodem ke snížení citlivosti při vnímání vizuálních podnětů.

Projevuje se také vliv sociálních sítí, k čemuž Václav Vašků podotýká: „*Těch věcí je tolik a to rozpětí je tak obrovské, že člověk má tak silné sklony podléhat rozptýlení, že význam fotografie může rozhodně v dlouhodobém horizontu klesat.“* Vliv sociálních sítí zmínila také respondentka ohniskové skupiny: „*Ještě k tomu přepínání emocí. Jsme, a ještě více generace pod námi, desetivteřinové děti, což se projevuje například u instastories. Vidíme 10 vteřin, jak si štěňátko hraje s míčem, jsme úplně nadšení, a pak vidíme něco drsného a úplně přepneme. Jsme jak zlatá rybka, máme desetivteřinovou paměť, a jestli jsme na něco natrénovaní, tak je to to přepínání po krátkých úsecích.“* (aktivní příjemce médií, žena, 29 let)

²⁴⁰ Ztrátu aury zmínil ve své knize z roku 1935 *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti* představitel frankfurtské školy Walter Benjamin.

Pro fotoreportéry to znamená, že se musí snažit udržovat určitý standard, ctít etická pravidla a přinášet rovnováhu – Petr Josek říká: *„Důležitá je ta její funkce (novinářské fotografie – pozn. aut.) v dnešní době, která je podle mě momentálně zásadní v tom přehršli UGC (user generated content – pozn. aut.), těch lidí, co si dokážou dělat ten content (obsah – pozn. aut.) sami, a my bychom to měli vyvažovat a dávat tomu – když pracuji dejme tomu pro ČTK nebo pro nějaké respektované médium s historií – nějaký etický rámec, měli bychom tu etiku sledovat; dávat tomu zpravodajství, které je teď momentálně hodně na sociálních sítích a hodně ovlivněné těmi lidmi, tak my bychom naopak měli udržet tu etiku na nějaké úrovni, aby se na nás mohli spolehnout, že poskytujeme nestranné zprávy a snažíme se tohle vybalancovat, což samozřejmě není úplně jednoduché, protože všechny ty novinářské outlets (výstupy – pozn. aut.) mají ten content vedený určitým směrem, ale i tak bychom se měli snažit ho co nejvíc zvěrohodnit.“* Velmi proto záleží na vhodném výběru fotografií, aby obraz působil, jak má, podotýká Daniela Mrázková: *„To je velký konglomerát problému. Weby skutečně zahlcují fotografiemi. Myslím si, že právě na tom, aby ten obraz působil tak, jak by měl působit, tak záleží na kvalitním výběru fotek, které publikujeme a šíříme. A to je velký problém profesionálního fotožurnalismu a zároveň velký úkol. A do budoucna bude čím dál více záležet právě na tom výběru a je naprosté neštěstí, pakliže nám dnes editor velkých světových médií říká, že propouští fotoeditory, kteří byli jakýmsi režiséry fotožurnalismu, a nechávají to na výběru zcela nekompetentních lidí, anebo se zařazují fotky bez výběru, jen tak. To je obrovské nebezpečí. Výběr je extrémně důležitý.“*

Respondenti ohniskových skupin se často shodovali na tom, že se cítí být zahlceni informacemi obecně, což má samozřejmě vliv i na emocionální působení novinářských fotografií: *„To jde právě asi ruku v ruce s tím přehlčením novinářiny jako celku. Ta fotografie už se s tím sveze, ta se snaží zaujmout, jenom aby člověk na ten článek kliknul, aby tam nebyl jenom strohý text, tak proto je asi potřeba tam tu fotku dávat za každou cenu, ale na vině bych neviděl přehlčení fotografiemi, jako spíš přehlčení informacemi obecně.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 35 let)
„Já bych řekl, že je to taková otupělost vůči těm médiím obecně.“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 52 let)

Apatie graduje se stále se opakujícími záběry: *„Fotografie může přimět člověka k aktivitě, protože právě vyvolává ty emoce, které potom podpoří nějaký ten*

jeho krok, který má v hlavě. Například když vidím fotku doktora, který bojuje proti pandemii koronaviru v nemocnici, ať už s těmi pacienty, nebo s tou vlastní únavou, a teď vidím, jak má čelo otláčené od štítu, tak si řeknu: já tomu člověku chci pomoci, tak pošlu ty peníze a něco udělám. Ale teď ty fotografie vidím víceméně dennodenně a jsou hodně podobné, tak už jsem k tomu trochu apatická. Nějaký smutek ve mně vyvolají, ale přejdu to a jdu zase k další zprávě.“ (studentka fotografie, žena, 21 let) „Často koukneš na tu fotku a řekneš si – zase další pohroma někde.“ (pasivní příjemce médií, žena, 32 let) „Já jsem teď momentálně spíše na straně té otupělosti. K nějaké aktivitě by mě možná přiměly nějaké ty lokální akce, jako například demonstrace a tak, že člověk vidí, že spousta lidí do toho jde, tak má chuť je podpořit. Ale takové ty věci, které jsou hodně vzdálené, tak je jich prostě tolik a těch fotek je taky tolik a nedá se pomoci všem, tak člověk pak trochu rezignuje a nepomůže nikde.“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 33 let) „To je to samé jako s dětmi v Africe, my to víme, ale už nás to k žádné aktivitě moc nepřiměje. Teď už je toho tak moc, že bychom posílali peníze na všechno pořád, ale to už tak nefunguje, my taky nežijeme ze vzduchu.“ (studentka fotografie, žena, 22 let)

Ve snaze vzájemně se překonávat média zároveň posouvají hranice toho, co lze publikovat. I v rámci konkurenčního boje se snaží příjemce šokovat a tím se mění i vnímání toho, co je přípustné zobrazovat. Fotoeditor zpravodajského serveru iDNES.cz Jiří Benák již v roce 2014 poznamenal: „I samotná média bývala mnohem konzervativnější. Dneska musíte informaci překonávat už den předtím. Já ukážu támhle mrtvé dítě v Sýrii a rozmažu mu obličej, protože máme pořád ještě nějaké etické zásady, druhý den ale musím být lepší. Myslím si, že média chtějí překonávat sama sebe a zároveň mezi sebou konkurovat. Tohle podle mě před deseti lety nebylo, ještě pořád víc fungovala nějaká záklopka, kdy si řekli, hele, tohle my nemáme zapotřebí, dáme tam prostě něco jiného. Možná je to i tím, že máme možnost galerie. Článekovou fotku třeba nedáme tak krutou, ale do galerie už ji dát můžeme.“²⁴¹

O šest let později je situace patrně ještě horší, jelikož hranice toho, co je přípustné zobrazit, se posouvají i nadále a toto přehlacení vizuálními podněty má potom podle některých respondentů za následek dekadenci novinářské fotografie – například Alžběta Jungrová říká: „Tohle je období dekadence, kdy už nikdo nevíme,

241 TOPINKOVÁ, 2014, str. 137.

kam to posunout dál, tak se snažíme jen šokovat, a to je konec nějakého období. Počkejme si, co přijde potom. Možná to bude virtuální realita, já nevím, ale někam se to musí otočit. Doufejme jen, že předtím nestihneme úplně otupět vůči všemu a všem.“

Na jedné straně tedy média posouvají hranice a snaží se šokovat, na straně druhé se jim to však přestává dařit, čímž fotožurnalismus naráží na své vlastní hranice, kdy se nabízí otázka, zdali se jako svébytná disciplína nevyčerpal. Lidé se aktuálně možná více dojmají nad momentními fotografiemi na sociálních sítích, než aby silně reagovali na stále se opakující záběry například strádajících uprchlíků na řeckém ostrově Lesbos nebo zmlácených demonstrantů na demonstraci v Bělorusku, zaplavených domů, sesuvů půdy nebo hladovějících Afričanů.

V této souvislosti během ohniskových skupin častokrát zazněla bulvarizace mediálních obrazů a senzacechtivost: *„Přijde mi, že už je všeho dost a že se mnohdy ty fotografie opakují a pak jsou třeba senzacechtivé.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let) *„Všichni chtějí mít senzaci, prostě hrozná senzace, titulek, prostě strašná senzace, a pak v tom článku chybí nějaký obsah nebo je tam obsah takový plytký.“* (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 52 let) *„Já si myslím, že je celkový problém s úpadkem kvalitní novinářiny a s tím, že v dnešní době se všechno pohybuje strašně rychle, a i ty zprávy konzumujeme strašně rychle. Takže se obávám, že ty fotky se budou používat hlavně pro to, aby byly co nejkřiklavější a zaujaly, protože potřebuje ta stránka podpořit, potřebuje, aby na ni někdo kliknul.“* (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 24 let) *„Většina médií je zkomercializovaná a jde jenom o senzacechtivost, tak čím víc konzumentů získáme, tím víc toho máme. Takže je to skutečně zaměřované na ten efekt, obrázky i informace.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 34 let) Zaznělo, že fotografie je efektivní pouze v daný moment: *„Ty fotky jsou chrlené jenom proto, aby zastihly ten okamžik jenom v tuhle chvíli co nejatraktivněji, aby se to co nejvíc prodávalo, ale každému je pak už úplně jedno, jak to vypadá za půl roku, jak to vypadá za rok. A ty problémy se potom neřeší. Každý to jenom čapne na chvíli a za chvíli to odhodí.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 59 let)

Za informační přehlčení nicméně rozhodně nemohou pouze novinářské fotografie: *„To je zas na druhou stranu povinnost novináře, referovat o aktuálním dění. Když bude série teroristických útoků, tak si nemůžou říct: no tak teď už vyhodili do vzduchu dvě velké budovy, tak tu další už nebudeme fotit, protože už jsou z toho lidé*

unavení a už toho bylo hodně. To taky úplně nejde. Já chápu, že je taková doba, že jsme tím přehlčení, ale nemyslím, že je to tolik vina těch fotek, to je prostě taková doba a novinář holt musí referovat o zásadních věcech, které se ve světě dějí.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 29 let) Pokud si ovšem příjemce záklopku nenastaví a nejde po kvalitním vizuálním obsahu, může to vnímat tak, že se na něj podněty valí ze všech stran a neví, čemu by měl svou vizuální pozornost věnovat a kam by ji měl směřovat, proto často inklinuje k tomu, že nevěnuje pozornost vůbec ničemu: *„Já už tohle prostě posílám pryč. Tady z toho budu akorát znechucený a n*****, místo toho půjdu radši s kamarády na kolo. Když se tím člověk bude zabývat, politikou a takovými věcmi, tak si řeknu prostě s***** a radši to vypouštím.*“ (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 52 let)

Někteří respondenti zároveň vnímají nedostatek kvalitních a relevantních fotografií a zmiňují nadužívání ilustračních fotografií: *„Vnímám to jako opakující se záplavu ilustračních fotografií, které často nemají s článkem nic společného a nemají moc žádnou vypovídací hodnotu.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 35 let) *„Redakce šetří, a ne všechny mají k dispozici fotografie specializované na sportovní události. Objevuje se tak velké množství fotografií, hlavně tedy v online prostředí, které jsou pouze ilustrační. Pro mě je pak ta fotografie nicneříkající. Ani na ni nezaměřím pozornost, protože vidím, že není z aktuálního zápasu či dění. Automaticky ji filtruji a přeskakují.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 34 let) *„Ke spoustě událostí používají novináři stejný typ fotografií, které nejsou aktuální. Myslím si, že přehlčení u nás nehrozí, spíš naopak nedostatek kvalitní autorské novinářské fotografie hlavně v tištěných denících a časopisech.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let). *„Když chci, tak aktivně si jdu koupit časopis s fotografiemi. Takže ne přehlčenost, ale teď momentálně asi nedostatek kvalitních fotografií.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let).

Záleží nicméně na tom, zda je člověk uvědomělým konzumentem a dokáže vizuální informace filtrovat, anebo ne: *„Podle mě je to důležitá součást té zprávy, zejména některých zpráv, ale zase že by to ve mně vyvolalo apatii, netečnost, únavu, to zase určitě ne. I když souhlasím, že když mi k jednomu tématu cpou sto fotografií, tak si to odfiltruji, že je přestanu sledovat. Ale to je dneska naprosto běžné.*“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 61 let) *„Když se na to nějakým extrémním způsobem nekoncetruji, třeba tu Gretu (Thunbergovou – pozn. aut.), tak si to dokážu*

odfiltrovat. Asi je to otázka míry a nějaké práce se zdroji.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 36 let)

Respondenti ohniskových skupin také vnímají rozdíl mezi tím, je-li fotografie publikovaná v online nebo v tištěném médiu: „*V těch tištěných médiích už asi i kvůli tomu, že by bylo nákladné je tam dávat, tak se tam víc přemýšlí o tom, jaké fotografie tam dají, a víc to ladí k tomu obsahu, zatímco v tom online to spolu s titulkem je ten první filtr, podle kterého si to lidi vybírají. Já v tom vnímám veliký rozdíl a nemám ráda fotky ilustrační z fotobanky, u toho si vždycky říkám, proč to tam vůbec je. Pokud u toho článku není fotka, tak je zbytečné to tam dávat. Ale pokud jsou to kvalitní fotografie, které patří k tomu tématu a dokumentují to, o čem je ten článek, tak to vnímám jako důležitou součást. A zase je fajn, že v tom online je pro to větší prostor než třeba v tištěných médiích. Ale je to přehlcené, přesně tak, ke každému článku fotka, i když s tématem souvisí jenom okrajově a je to jen ilustrace.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 32 let) „*U těch online médií mi přijde, že to je hlavně proto, aby to zaujalo. Že to je proto, aby si to člověk přečetl, aby na to kliknul. Zatímco u těch tištěných médií mi přišlo, že to bylo proto, aby to dalo nějaký kontext tomu psanému textu, aby to dalo nějakou atmosféru. Aby to téma nějak přiblížilo čtenáři.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 33 let)

Přestože je mediální prostor objektivně přesycený, stále se najdou novinářské fotografie, které silnou emocionální odezvu probudit dokážou: „*Přišlo mi zajímavé, jak všichni včetně mě halekáme nad záplavou fotek, že se přesto najde spousta fotografií, které působí a které tu moc mají.*“ (pasivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 35 let)

Novinářské snímky jsou tedy schopny příjemce médií aktivizovat i způsobovat přehlcení a následnou nečinnost, přičemž oba projevy lze do jisté míry přičítat emocionálnímu působení. Nejčastějším příkladem aktivizace je přispění v dobročinných sbírkách, které je vybuzeo na základě nějakého ztotožnění s fotografovaným subjektem, kdy skrze smutek nebo šok, resp. překvapení příjemci pocítí nutkání někomu pomoci. Dalším příkladem jsou demonstrace, kdy takové snímky mohou například způsobit, že se někdo rozhodne se do protestu zapojit, protože to v něm vyvolá určitou naději, případně znechucení se stávajícími politickými poměry. Z analýzy ohniskových skupin nicméně vyplynulo, že novinářské snímky mají potenciál zasáhnout příjemce v daný okamžik,

z dlouhodobějšího hlediska je ovšem efekt spíše prchavý, což je dané také charakteristikou emocí, které jsou efemérní, resp. nemají dlouhého trvání, a důraz je kladen na neustálou performativitu a instantní prožitek. Záměrně používáme slovo instantní, jelikož na emocionálním působení se nepříznivě podepisují sociální sítě, hlavně Instagram, kdy jedna respondentka ohniskové skupiny zmínila desetivteřinovou délku tzv. Insta Stories (příběhů, které po 24 hodinách od publikování zmizí) a s nimi spojenou rozptýlenou pozornost.

Jednoznačným přínosem emocionálního působení je ovšem to, že novinářské fotografie často fungují jako spouštěč společenské debaty, což je faktor, jenž byl často uváděn jak v hloubkových rozhovorech, tak v ohniskových skupinách. Fotografie mohou svým emocionálním apelem zapříčinit, že je k tématu přitažena pozornost nebo je mu věnováno pozornosti více a skrze veškeré emoce, nejčastěji šok (překvapení), ale i smutek, znechucení, vztek nebo radost, mohou podnítit zájem o danou problematiku a upozornit na věci, které by jinak zůstaly skryty pod povrchem. V tomto směru, jak poznamenal jeden z respondentů ohniskových skupin, ve výsledku nezáleží na tom, zdali jsou vyvolané emoce pozitivní či negativní, jako spíše na tom, že vůbec nějakou odezvu vyvolávají. Jedině v tomto případě totiž vzniká potenciál něco reálně změnit.

Problémem ovšem je, že tím, že emoce nejdou do hloubky, jenom příjemce rychle zasáhnou a hned vyprchají a zároveň se mezi sebou přebíjejí, tento efekt není až tak častý. Respondenti ohniskových skupin často zmiňovali přehlčení informacemi obecně, které jim v důsledku mnohdy znesnadňuje vůbec vnímat emocionální prožitek z novinářských fotografií. Také respondenti rozhovorů toto přehlčení vnímají. Situaci komplikují sociální sítě, záplava ilustračních snímků z fotobank i obtížnost orientovat se v globalizovaném informačním prostředí. Velmi proto záleží na tom, do jaké míry je příjemce mediálně a vizuálně gramotný.

6.4 Etický rozměr

Hovoříme-li o emocionálním působení a zprostředkování reality, nutně musíme zmínit také etický rozměr, který se zobrazováním skutečnosti a vyvoláváním emocí přímo souvisí. Kromě dodržování etických standardů, které již byly zmíněny výše, existuje několik dalších faktorů, které je potřeba v tomto kontextu zdůraznit a které budou následně popsány.

Důležité je, zda nejdou emoce proti smyslu zobrazované události – emoce má být věrná snímané situaci. Pavel Turek vysvětluje: *„Novinářská fotografie má vyvolávat emoce, které jsou věrné té dané události, emoce, které by člověk měl cítit tváří v tvář daným událostem nebo daným jevům. Má budit pobouření, zděšení, když zobrazuje pobuřující a děsuplné události. Má vzbuzovat radost, když zobrazuje radostné události. Má být adekvátní situaci, být věrná těm emocím, které s každou situací přichází. Takže asi těžko ty emoce jmenovat, těžko o nich mluvit v takhle obecné rovině. Ale kdybych to měl shrnout, tak emoce má být věrná situaci, a pak je to dobrá novinářská fotografie.“*

Kateřina Malá nicméně zastává názor, že fotografie mohou poskytovat prostor pro vlastní emocionální prožitek, který nemusí být nutně fixně daný: *„Ideální je, když fotografie dává čtenáři prostor, aby si on sám vyvodil vlastní emoci a mohl o tom přemýšlet a aby to nebylo úplně jasné.“*

Kateřina Šulová pak zmiňuje, že emocionální působení je velmi individuální, a proto novinářské fotografie mohou vyvolat zcela opačnou emoci, než bylo záměrem autora či redakce, která je publikuje: *„V emocionálním působení fotografií je síla, ale samozřejmě zároveň je v tom úskalí toho, že na základě nějaké emoce daného člověka to může vnímat po svém, ale to je jakési riziko, které je zkrátka součástí.“*

Kvůli tomu, že fotografie vyvolávají silné emoce, mohou být lidé snáz ovlivnitelní. Andrea Průchová Hrůzová k tomu říká: *„Máme spoustu příkladů z Česka i zahraničí, kdy se fotografové dostávali do konfliktu, že byli osočováni z nějakého emocionálního vydírání. Že docházelo k nějaké estetizaci utrpení.“* Daniela Mrázková v této souvislosti zmiňuje, že historicky sloužila fotografie jako zbraň²⁴²: *„Nechci říkat ošklivé slovo ‚manipulátor veřejného mínění‘, ale jestliže ukážu děti trpící a umírající hladem, tak natolik působím na emoce příjemců, že je to manipulace? Je a není.“*

Respondenti ohniskových skupin se často shodovali na tom, že eticky hraniční a rozporuplné jim většinou přijde zobrazování lidského utrpení: *„Mně přijde obecně lidské utrpení hodně na hraně. Minimálně když ten člověk, který je na fotce, nedá souhlas ke zveřejnění.“* (pasivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 33 let)

242 Což je myšlenka, kterou vyslovila také Susan Sontagová.

„Nemusím pohled na zmasakrovaná těla a těžké utrpení, drásající.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 38 let)

Někteří respondenti nicméně podotkli, že ačkoliv oni sami se na některé snímky dívat nemohou, jelikož jim to například působí vnitřní bolest, je přesto důležité, aby byly publikovány: *„Třeba otevřené zlomeniny při bostonském maratonu. Nesnáším to. Mně to nevadí, že to tam dávají, to tak je, ale nemůžu to vidět.“* (studentka fotografie, žena, 22 let) *„Ty chirurgické záležitosti, to vůbec.“* (aktivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 36 let) Nakonec je totiž vždy potřeba realitu ukazovat takovou, jaká je, byť je to často pro příjemce nepříjemné, jelikož *„když se něco nebude publikovat, tak o tom nikdo nebude vědět“.* (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 50 let)

Dále je nutné posuzovat každý snímek samostatně: *„Hlavně je to u každé fotky a situace jiné, není to konzistentní. Já si myslím, že dnes už etické hranice moc nejsou, není možné je reálně stanovit jako úzus. Druhá věc – ptala jste se, jestli se potřebujeme na to koukat? Asi ne, ale když to nebudeme ukazovat, nechráníme spíš my sami sebe před tím? To, že my to nevidíme, neznamená, že se to neděje.“* (studentka fotografie, žena, 21 let) *„Když to vidíme, že se ty příšerné věci dějí, tak máme ten pohled reálnější.“* (studentka fotografie, žena, 21 let) *„Je důležité se tím zabývat a snažit se nastavit nějaká etická pravidla a obecně nějaké mechanismy, jak to zpracovávat, ale vždycky to bude na nějakém osobním uvážení toho člověka a na jeho posouzení, jestli bude/nebude uveřejněná a co je správně a co je špatně.“* (pasivní příjemce médií z maloměsta, muž, 24 let)

Současně není možné, aby byli všichni vždy ve shodě – na příkladu fotografie mrtvého chlapce na turecké pláži Roman Vondrouš vysvětluje: *„Je to realita, která se stala a tahle fotografie by měla být potenciálním prostředníkem světa, který by mohl být lepší, upozorňovat na realitu, která je. Ale každá skupina si na tom najde něco. Někdo tu fotografii bude vnímat jako hyenismus, jiný jako poselství, ale neexistuje, aby se sto procent lidí v tomhle sjednotilo. Každý má tu etiku nastavenou někde jinde.“*

To, že má každá etická pravidla v sobě nastavená jinde, prokázala diskuze o již zmiňovaném snímku Dana Materny s názvem Exekuce dítěte, s nímž v roce 2007 vyhrál Czech Press Photo. Pro někoho představuje snímek nepřípustný zásah do soukromí: *„Mně tohle přijde už trošku za hranou, protože tam je víc věcí, na které se musí člověk podívat. Jedna z nich, a to je z mého pohledu ta nejdůležitější, je, že to dítě*

jednou bude dospělé a bude mít možnost se na tyto fotografie podívat, a co je sakra komu do toho, co ta rodina intimně řeší. A to dítě to najednou odnáší tím, že je medializované.“ (aktivní příjemce médií z velkoměsta, muž, 36 let) Někdo to považuje za součást života: *„Za mě je to zase pravdivý příběh, tak holt vznikají smutné fotografie.“* (aktivní příjemce médií z velkoměsta, žena, 29 let) Jiný uznává, že situace je hraniční, přesto je nutné ji ukazovat: *„Tahle fotografie je pro mě víc za hranicí než ti mrtví na silnici. To jsou živí lidé, kteří tu bolest prožívají naprosto intenzivně. Pro mě je tohle úplně nejhorší, největší horor z toho, co jsme dneska viděli. Ale dokážu si představit, že bych to vyfotil.“* (profesionální fotoreportér, muž, 66 let) A ten, kdo zná celý kontext a příběh za tím, hodnotí snímek veskrze kladně: *„Já to беру tak, že ta matka je ráda, že díky tomuhle snímku se začalo dít strašně moc věcí, kdyby to ten fotograf nevyfotil, tak jí nepomůže nikdo, nikdo se o to nebude zajímat, takže pro mě tohle určitě není za hranicí.“* (aktivní příjemce médií z maloměsta, žena, 44 let)

V digitálním věku každopádně existuje urgentní potřeba vnímat etické hranice, co všechno je vhodné a nutné zobrazovat, ať už jde o násilí, explicitní sexualitu a pokrývání jiných rozporuplných témat. Téma etických hranic se do velké míry s emocionalitou překrývá a již bylo naznačeno v předchozích kapitolách, kdy jsme se dotkli toho, že co je pro někoho hyenismus, je pro jiného silný příběh. Vzhledem k tomu, že zřejmě není možné stanovit pevně daný úzus, je potřeba u každého eticky hraničního snímku zvažovat, co jeho publikování přinese a je-li nezbytné.

Zmiňovali jsme snímek fotografa ČTK Romana Vondrouše z Velké pardubické z roku 2020, na němž je zachycen pád favorizovaného koně, který pro něj byl fatální. Fotograf sám v ohniskové skupině zmínil, že během celé své kariéry snad nedostal tolik emotivních, často velmi negativních ohlasů jako v případě tohoto snímku. Mnoho lidí pobouřil, vyvolal v nich zděšení a znechucení. Jiní ocenili, že snímek přesně vystihuje situaci a perfektně odráží realitu Velké pardubické, která přináší spoustu dramatických a vypjatých momentů, byť se to divákům nemusí líbit. Další uvedli, že v nás sice může vyvolávat znechucení, ale publikování je nezbytné, protože skrýváním podstatných momentů v podstatě lžeme. Neznamená to, že by byl pohled na snímek příjemný, ale bezesporu je jeho pořízení i publikování nutné, a jelikož ČTK nemůže být osočována z toho, že je laciným bulvárem, je potřeba si

přiznat, že nasazováním růžových brýlí realitu komplexně neobsáhneme. Realita bývá mnohdy drsná, krutá, ale tím, že se rozhodneme nějaký snímek nepublikovat, ji nezměníme – právě naopak. Akorát tím ze života vytěsníme okamžiky, které do něj patří, což nám v konečném důsledku přinese zkreslený a omezený pohled na skutečnost; ignorance je možná pohodlná, o její prospěšnosti lze však v kontextu společenské odpovědnosti velmi polemizovat.

Snad největší emoce vyvolal již několikrát zmiňovaný snímek utonulého chlapce na tureckém pobřeží, který rovněž dokonale vystihuje, jak spolu souvisí emocionalita a etika a že je potřebné etické hranice nastavovat a řešit. Během ohniskových skupin například zaznělo, že snímek je tak působivý, protože chlapec leží v pozici, v níž by normálně spal. Není nijak explicitně znázorněno, že by byl v obličeji sinalý, ani jinak není poznat, že zahynul. Fotografie je také vizuálně čistá, dodržuje osvědčené pravidlo zlatého řezu, a proto funguje kompozičně i esteticky. Většina médií snímek publikovala, jelikož to mělo smysl, celosvětové upozornění bylo enormní. I přesto se našli tací, a to i mezi respondenty ohniskových skupin, kteří by snímek raději nepublikovali, protože v nich vyvolává příliš velký smutek a bolest a působí na ně tak, že šokuje příliš a je to parazitování na lidském neštěstí. Záleží i na tom, jak je snímek konkrétním médiem použit – na titulních stranách²⁴³ novin, časopisů i na zpravodajských webech se projevil rozdílný přístup: někdo zaostřil na detail, jiný publikoval snímek celý, někdo ho doplnil palcovým titulkem nebo emotivním popiskem, udělal výřezy atp. To vše ovlivňuje, jak snímek zasáhne citlivost příjemců a je to součástí nastavování etických standardů.

243 Viz: <https://cz.ejo-online.eu/wp-content/uploads/titulky.jpg>.

Závěr

Novinářská fotografie je vždy subjektivní a stejně tak její emocionální působení. Fotožurnalismus každého oslovuje jinak a s jinou razancí, záleží na povaze, osobnostních charakteristikách i dalších faktorech, které určí, zdali fotografie zanechá v divákovi nějaký hlubší emocionální otisk, nebo jím jenom propluje a hned zase odezní. I přesto lze identifikovat některé obecné znaky, skrze které se projevuje síla emocionálního působení novinářských fotografií a efektivita fotožurnalismu, což bylo smyslem a cílem této disertační práce. Nadefinovali jsme si dvě výzkumné otázky, na které jsme při výzkumu hledali odpovědi, a čtyři hypotézy, které nyní potvrdíme, nebo vyvrátíme.

První výzkumná otázka zněla: Jaká je role emocionality při působení novinářských fotografií na příjemce mediálních sdělení?

Role emocionality se prokázala jako značná a výrazná, ačkoliv není stěžejní. Je nutné podotknout, že být je emocionalita ve spojitosti s novinářskou fotografií důležitá a je výrazným rysem novinářských snímků, prvořadým cílem fotožurnalismu není vyvolávání emocionálního apelu; je to spíše průvodní efekt, což potvrdila také analýza hloubkových polostrukturovaných rozhovorů a ohniskových skupin. Primárním smyslem práce fotožurnalistů zůstává podávání svědectví o aktuálních událostech nestranným způsobem, aby tak divákům zprostředkovali realitu co možná neobjektivněji, a vytváření obrazové kroniky, což má veliký význam v dlouhodobém časovém horizontu. Emoční působení a zasažení citlivosti jedinců i společnosti jako celku jde ruku v ruce s tím, avšak je spíše až v druhém plánu, čili informování je stále na prvním místě.

Existuje řada, možná dokonce většina mediálních obrazů, které emocionální odezvu nevyvolávají žádnou. Je to dáno jejich velkoprodukci, tím, že jsou v médiích nadužívány ilustrační fotografie z fotobank, i tím, že pozornost příjemců médií je v důsledku vizuálního zahlcení značně rozptýlená. Na síle ztrácí fotografické aktuality, jež se staly rychloobrátkovým zbožím, určeným k okamžité konzumaci společně se zpravodajstvím; zaznějí a hned zase zmizí a jsou nahrazeny novou (vizuální) informací. Novinářské fotografie tedy mohou, ale rozhodně nemusí

vyvolávat emocionální odezvu, často slouží pouze jako orientační prvek a jako doplněk.

Přesto se najde spousta fotografií, které emoce vyvolat dokážou a stále mají potenciál své diváky emočně zasáhnout a pohnout jimi. Výzkum prokázal, že záleží na originalitě a autorském vkladu fotoreportéra i na jeho profesionalitě. Pakliže dovede fotoreportér skloubit optimální mix parametrů a snímku dodá patřičnou vizuální i obsahovou kvalitu a zároveň jej opatří dobrým popiskem, je jeho fotografie schopna citlivost příjemce médií zasáhnout spíše než fotografie amatéra. Dále záleží na volbě tématu, které se díky analýze ukázalo jako zcela určující – pokud nás samotné téma nechává lhostejnými, existuje malá pravděpodobnost, že nás fotografie zasáhne a dotkne se nás; naopak máme-li k tématu blízko, tím spíš nás dovede emočně připnout. V tomto směru je důležitá novost a aktuálnost; pokud je nějaké téma čerstvé, vyvolá emoční reakci snáz než snímky, které se opakují stále dokola. Závisí také na volbě figurantů a na sympatiích k fotografovanému subjektu. Jako emocionální spouštěče například spolehlivě fungují děti. Emoce však dokážou vyvolat také portréty politiků, zejména v případě, kdy v nás někteří političtí reprezentanti vzbouzí vztek či znechucení. Jako velmi účinná se projevila emoce šoku, resp. překvapení, protože pakliže je ve fotografii nějaký element, který příjemce dovede šokovat, tak se k němu také emočně připne.

Podstatným faktorem je i důvěryhodnost novinářských fotografií – pokud diváci snímkům věří, jsou tím spíš schopny v nich vyvolat nějaké emoce a naopak, pokud budou mít pocit, že je situace nebo událost zinscenovaná, o to méně osloví jejich citlivost. Zmiňována byla například obrazová kliše plačícího dítěte, která již často nevyvolají smutek, ale spíš lhostejnost a někdy i znechucení, protože takových snímků již příjemci viděli nespočet. Problémem je rovněž upravování fotografií v obrazovém editačním softwaru, které vede ke snížení citlivosti vůči fotožurnalismu jako takovému; pakliže je snímkem manipulováno jakýmkoliv způsobem a divák mu přestává věřit, nijak ho emocionálně nezasáhne. Respondenti ohniskových skupin zmiňovali, že novinářská fotografie pozbyla s ohledem na snadnou manipulovatelnost své kredibility. Fakt, že je v digitálním věku tak jednoduché s obsahem snímků manipulovat, v příjemcích novinářských fotografií může vyvolávat netečnost – nedá-li se fotografiím věřit, není třeba jim věnovat pozornost. Důvěryhodnost je proto kardinální a fotografie bez ní nemůže emocionálně působit,

i kdyby byla sebelepší, protože sílu afektivního zasažení zároveň zvyšuje vědomí, že se zobrazený děj odehrál.

Záleží nicméně také na tom, zdali je příjemce aktivním, či pasivním konzumentem médií, jelikož ani jeden z aktivních příjemců nepoznamenal, že by ho novinářské fotografie nechávaly lhostejným a že by ho vyloženě činily chladným a nevěnoval by jim žádnou pozornost. Zmiňovali, že z jejich pohledu jsou novinářské fotografie utilitární, ale rozhodně ne zbytečné, či přímo nepodstatné. Oproti tomu pro některé pasivní příjemce se fotografie ukázaly jako prvek, jež automaticky přecházejí, tedy ani emocionálně je snímky nijak nezasahují. Studenti vizuální žurnalistiky s kritickým přístupem k fotografii proto často zmiňovali, že je potřeba pracovat na mediální a vizuální gramotnosti. Ačkoliv totiž mohou mít pasivní příjemci novinářských fotografií pocit, že se jich snímky v médiích netýkají, vliv mají i na ně, byť třeba podprahový. Média jsou všudypřítomná, stejně tak jsou všudypřítomné fotografické aktuality a jejich uvědomělým konzumováním můžeme napomoci tomu, abychom my sami nebyli tak snadno citově ovlivnitelní. Koneckonců i přehlčení a z něj plynoucí apatie či emoční strnulost jsou projevem určité stagnace a rezignace, jež v konečném důsledku mohou vést ke snazší manipulovatelnosti, resp. ovlivňování veřejného mínění. Znečitlivění samo o sobě je další průvodní jev emocionálního apelu novinářských fotografií, i když samozřejmě stojí na opačném pólu.

V každém případě nastala v digitálním věku více než kdy dříve urgence vnímat etický rozměr a snažit se hledat optimální etické hranice. Etická pravidla s emocionalitou do velké míry souvisí; pakliže bude fotožurnalismus cílit na senzacechtivost a potřebu šokovat s cílem přitáhnout pozornost a zvýšit zisk, dostane se do slepé uličky – lidé mu totiž potenciálně mohou přestat věnovat pozornost zcela, jelikož budou emocionálně vyčerpaní natolik, že se raději uzavřou sami do sebe. Bez nadstavby a poselství se totiž fotožurnalismus vystavuje riziku, že bude považován za senzacechtivý bulvár a lidé svou vizuální pozornost raději zaměří na témata, která jsou jim příjemná, než na něco, co je psychicky i fyzicky vyčerpává.

Lepší by proto, jak ukázala analýza, bylo, kdyby byly emoce skrze prosazování etických pravidel spíše korigovány, než aby byly prvoplánově a samoučelně vyprovokovávány. Tím, že budou fotografové, i ti amatérští, ctít etická

pravidla, budou zároveň přispívat ke kultivaci vizuálního prostředí jako takového, a tím pádem i ke kultivaci veřejného mínění. Skrze mediální obrazy totiž kolektivně prožíváme společný příběh, a vzhledem k tomu, že emocionálním filtrem tyto obrazy vnímáme rychleji, mohou šokující vizuální informace zbytečně umocňovat předsudky a stereotypy. Z druhé strany, jsou-li snímky kultivované, a přesto emocionálně působivé, mohou lidi podpořit v tom, aby si více pomáhali, například díky obrazům solidarity. Proto je potřebné, aby šli profesionálové příkladem – v éře mobilních rychlosnímků, obsahu vytvářeného uživateli a stále markantnějšího vlivu sociálních sítí je udržení etického standardu o to důležitější, protože kvalitou své odvedené práce vyvažují záplavu amatérských snímků.

Druhá výzkumná otázka zněla: Je fotožurnalismus v digitálním věku v kontextu emocionální síly novinářských fotografií méně efektivní než v klasické éře?

Dokumentární fotograf Karel Cudlín v rozhovoru pro Český rozhlas Plus řekl, že dobrá fotografie je ta, která na člověka nějakým způsobem zapůsobí a zanechá v něm otisk – „*třeba v hlavě nebo emocionální otisk – můžete o ní přemýšlet*“.²⁴⁴ Právě to je také předpokladem její efektivity. Provedený výzkum prokázal, že snad největším přínosem emocionality v novinářské fotografii je schopnost podnítit debatu; coby spouštěč společenské diskuze fungují silné novinářské fotografie stále spolehlivě i v digitálním věku. To, že má novinářská fotografie potenciál vůbec upozornit na nějaký problém skrze to, že někoho emočně zasáhne, je bezesporu její velkou devízou. Zastavený okamžik zachycený na fotografii stále dokáže zastavit i samotného diváka a přimět ho, aby se zamyslel. Podle Ladislava Kesnera „*psychologické a neurovědní výzkumy přinášejí nové důkazy, že tato síla či moc obrazu pohnout svého diváka k reflexi, přemýšlení a případně i morální akci přímo souvisí s emocionální reakcí, s níž jej prvořadě zasáhly*“.²⁴⁵

Ačkoliv je v digitálním věku komplikované najít si cestu k příjemci a emočně ho zasáhnout, zejména kvůli vizuálnímu přehlcení, rychlosti a prchavosti emocí,

²⁴⁴ Český rozhlas Plus: Dobrá fotka je taková, co zanechá něco v hlavě, emocionální otisk, říká fotograf Karel Cudlín, 27. prosince 2020, cit. 30. 12. 2020, Dostupné on-line:

<https://plus.rozhlas.cz/dobra-fotka-je-takova-co-zanecha-neco-v-hlave-emocionalni-otisk-rika-fotograf-8390768?fbclid=IwAR3MbHHZVnOqH3yauqUevxwlgpMq-NXWir-qY3YhQxuHGx9GNZjIyvMrQ>

²⁴⁵ KESNER, 2018, str. 209.

ambicí fotožurnalismu stále je na diváky emocionálně apelovat a oslovit jejich citlivost a vnitřní naladění. Ve výsledku je téměř jedno, jaké emoce novinářské fotografie vyvolají, zdali kladné či záporné; důležité je, když vyvolávají vůbec nějaké a že nenechávají diváky lhostejnými. Fungují jako ventil emocí a v návaznosti na to příjemce angažují a vtahují a podporují jeho zájem o nějaké téma. V ideálním případě by tedy měla novinářská fotografie diváka šokovat a zasáhnout z toho důvodu, aby ho přiměla k zamyšlení, přiměla k nějakému meditativnímu rozpoložení a skrz zamrzlý moment ho dovedla k tomu, aby se sám alespoň na chvíli zastavil a začal se problémem zabývat. Jakmile se takto zamyslí více lidí, spustí novinářská fotografie společenskou debatu, což se ukázalo jako vůbec nejvýraznější efekt emocionálního působení novinářských fotografií i v tomto výzkumu. Snahou fotožurnalismu je tudíž upozornit na nějaký problém, přitáhnout k němu pozornost, dostat ho do povědomí lidí, rozproudit diskusi a v důsledku zasáhnout veřejné mínění.

Přestože zdaleka ne všechny novinářské fotografie vyvolávají (silné) emoce, jejich použití a cirkulace obecně je v mediálním prostoru efektivní, jelikož doplňují text, který sám o sobě nestačí a bez fotografií se neobejde. Ideálním stavem je, jsou-li spolu text a snímky v symbióze. Doprovod k textu a spolupráci s textem vyzdvihovali jak respondenti hloubkových polostrukturovaných rozhovorů, tak ohniskových skupin. V globálním světě je navíc tato spolupráce čím dál důležitější, protože každý příjemce médií není schopen mít přehled o všech věcech, které se na světě dějí. Pokud navíc znají kontext, jejich emoci to většinou posiluje. To se ve výzkumu potvrdilo, když byly respondentům ukázány fotografie samostatně a následně ty stejné s popiskem – ve většině případů se účastníci shodovali na tom, že popisek emoci zesiluje.

Novinářská fotografie také může na základě svého emočního působení diváky mobilizovat, tedy podpořit je ke konkrétní činnosti. Mohou jít například demonstrovat, přispět ve finančních sbírkách nebo jinak pomáhat v případech humanitárních či přírodních katastrof.

Fotožurnalismus tedy i v digitálním věku stále efektivní je, a to navzdory silnému vizuálnímu přehlcení.

První hypotéza zněla: **Fotožurnalismus je efektivní proto, že novinářské fotografie vyvolávají emoce a toto emocionální působení je umocněno podobností novinářských fotografií s realitou.**

Tato hypotéza byla potvrzena zčásti. Emoce se prokázaly jako efektivní při vnímání novinářských fotografií, emocionální síla ovšem není tím jediným faktorem, který v příjemcích vyvolává odezvu a způsobuje to, že je fotožurnalismus efektivní. Fakt, že novinářské fotografie zprostředkovávají realitu, ovšem velmi mocně působí ve prospěch emocionální síly fotožurnalismu, jelikož při vnímání snímků se stávají emoce skutečnými.

Druhá hypotéza zněla: **V příjemcích novinářských fotografií více emocionálně rezonují témata, s nimiž se mohou identifikovat a jejichž kontext znají.**

Tato hypotéza byla potvrzena. Emocionální odezva je jednoznačně markantnější v případě, že je příjemce novinářské fotografie obeznámen s kontextem – znalost tématu umocňuje intenzitu citového prožitku. Logicky ovšem ne nutně téma samotné vyvolává emoce, i když je s ním příjemce obeznámen. Kontext každopádně silně ovlivňuje emocionální apel, což dokládá i to, že v momentě, kdy byli respondenti ohniskových skupin seznámeni s popisem, emoční responzi to často, i když ne vždy, umocnilo. Intenzita emocionálního apelu je také výraznější v případě, že je téma nové a čerstvé, a naopak klesá, pokud se snímky opakují, proto je aktuálnost důležitým faktorem.

Velkou roli v tomto směru hraje blízkost, pokud se téma diváka osobně dotýká či k němu má nějaký vztah, případně jedná-li se o záležitosti týkající se České republiky, případně jiných evropských států a Ameriky, mají příjemci médií tendenci k fotografii tím spíše emočně přilnout. Pokud tedy mají příjemci k fotografovanému subjektu blízko, jsou více schopni se k němu emočně připnout a skrze identifikaci se s ním ztotožnit.

Z druhé strany, je-li téma vzdálené, v příjemcích jen stěží vyvolá emocionální odezvu, byť i toto je individuální. Příkladem je tzv. migrační krize, kdy příjemci často zmiňovali smutek, v debatě nicméně často přiznávali, že nevědí, jestli jej v dotazníku zaškrtnli proto, že by se tak měli cítit, nebo se tak skutečně cítí, a současně vyzdvihli, že je těžké soucítit s lidmi, jejichž životní situaci si lze jen velice těžko představit. V

souvislosti s migrací zazněla i emoce znechucení, jelikož mohou být příjemci tématem přesyceni natolik, že v nich vyvolává nechuť.

Co se týče typu emoce, výrazný vliv mají sympatie k fotografovanému subjektu. To se nejčastěji projevovalo u fotografií politiků. Například snímek, na němž je premiér Andrej Babiš spolu se svým komunikačním stratégem Markem Prchalem, často vyvolával v příjemcích znechucení či vztek, v debatě ovšem zaznělo, že pokud by ani jednoho neznali, emoce by byla radostná, jelikož Babiš Prchala na snímku objímá a z objektivního hlediska se jedná o veselou situaci. Emoce jsou tedy od sympatií neoddelitelné.

Třetí hypotéza zněla: Efektivita fotožurnalismu a síla emocionálního působení novinářských fotografií je v digitálním věku nižší než v době klasické analogové fotografie kvůli vizuálnímu přehlčení a klesající důvěryhodnosti fotografického média pro jeho snadnou manipulovatelnost.

Tato hypotéza byla potvrzena zčásti. Nedá se jednoznačně říct, zdali je emocionální působení novinářských snímků v digitálním věku nižší v důsledku vizuálního přehlčení, jelikož neznáme data z doby klasické fotografie, a nemůžeme tedy relevantně srovnávat, zdali efektivita klesla. Co ovšem konstatovat můžeme, je, že na příjemce médií, a tedy i novinářských fotografií má obecně zahlcení informacemi značný vliv a je i důvodem, proč k nim emocionálně fotožurnalismus méně promlouvá a doléhá. Z tohoto hlediska tedy efektivita klesla a fotoreportéři tak nyní čelí novým výzvám, jak emoce vyvolávat a zažehnout v lidech zájem o události, jež vizuálně pokrývají.

Emoce jsou pro fotoreportéry při snímání velice důležité, jejich zachycením dovedou příjemce vtáhnout do děje, a i jejich vyvolávání je proto z jejich strany žádoucí, ba přímo nutné. Fotografování je ovšem do určité míry alchymíí, záleží na souhře okolností a výsledek je vždy velkou proměnnou, kdy dohromady musí fungovat různé elementy fotografie tak, aby snímek dokázal diváka zaujmout.

V digitálním věku je tato úloha čím dál těžší vzhledem k již zmíněnému vizuálnímu přehlčení i narůstající konkurenci, ovšem pravděpodobnost, že těchto parametrů bude dosaženo, se zvyšuje v případě profesionálních fotoreportérů. Právě oni, na rozdíl od amatérských fotografů, spíše dokážou událost zachytit dostatečně působivě, aby u diváků emoce vyvolali. I ve vypjatých okamžicích, ale

také v případě poměrně banálních situací jsou totiž schopni pohotově a intuitivně reagovat, rychle se rozhodovat a spolu s technickou znalostí tak zkombinovat všechna kritéria potřebná k tomu, aby byl snímek silný. V případě amatérů je toto otázkou náhody, a proto se v digitálním věku stále stávají silně emocionálně působivými spíše novinářské fotografie pořízené profesionály.

Fakt, že každý element fotografie může být nyní změněn nebo upraven, a manipulace tak nabyla na absolutnosti, jim ovšem příliš nepomáhá. Důvěryhodnost a autenticita novinářských fotografií je mimo jiné to, co je činí emocionálně působivými. Z druhé strany to na ně klade velké nároky v tom, aby ctili etické zásady a šli tak příkladem i ostatním. Pokud budou fotoreportéři držet vysoký standard a zachovají vážnost svého povolání, mohou vyvažovat obsah vytvářený uživateli a nastavovat mu zrcadlo.

Čtvrtá a poslední hypotéza zněla: **Silné novinářské fotografie mají stále potenciál přimět diváky k aktivitě, podporují vůli pomáhat či je v jejich moci spustit společenskou debatu, současně se však posouvají etické hranice toho, co je v médiích přípustné zobrazovat.**

Tato hypotéza byla potvrzena zčásti. Novinářské fotografie mají stále potenciál přimět diváky k aktivitě, ale je to čím dál složitější. Jelikož důležitou roli ve vyvolávání emocí hraje novost a aktuálnost, a najít téma nové a aktuální je čím dál obtížnější, je také těžší na příjemce emocionálně zapůsobit do té míry, že je to takříkajíc zvedne z gauče, aby šli reálně něco vykonat a nějakým způsobem byli aktivní. I přesto se najdou snímky, které tento potenciál naplňují, a jsou to často snímky zobrazující negativní události. Analýza prokázala, že vztek, znechucení, šok, resp. překvapení či smutek, což jsou jedny ze základních emocí dle typologie Paula Ekmana, jsou velikými motivačními prvky pro to, aby byl příjemce ochotný se nějakým způsobem angažovat.

Pokud bychom měli zmínit konkrétní příklad, vidí-li příjemce fotografii z nemocničního oddělení, kde jsou léčeni pacienti s nemocí covid-19, motivuje ho to skrze emoci smutku k tomu, aby na oddělení poslal nějaký finanční příspěvek nebo potravinový balíček. Samotná strohá informace bez fotografické aktuality by v tomto případě neměla šanci uspět, a efekt emocionální síly a působivosti je zde tedy velice snadno dokazatelný.

Jasně se ukázalo, že na lidi stále fungují příběhy – novinářskou hantýrkou „hluboké lidské příběhy“ dokážou příjemce emocionálně zasáhnout natolik, že jsou pak ochotni někde pomoci. Příkladem jsou předvánoční charitativní sbírky. Snímky postiženého chlapce s příběhem o tom, že je částečně paralyzovaný, v kombinaci s textem poměrně spolehlivě dokážou vyvolat takovou vlnu soucitu, aby lidé byli ochotni se finančně zapojit.

Zaujmout a přitáhnout pozornost a emočně apelovat na příjemce je nicméně složitější i s ohledem na stále se posouvající etické hranice. Respondenti rozhovorů často zmiňovali, že je čím dál těžší diváky emocionálně zasáhnout, resp. emoce skutečně vyvolat, protože jsme už všechno viděli a je to, jako kdybychom byli stále dokola vystavováni hororům – po čase znecitlivíme; divák vůči hrůzám postupně začne být imunní a vytvoří si distanc, což může být i sebeobranný mechanismus – přece jen jsou emoce pořád hlavně tělesné děje, a je tím pádem vyčerpávající nechat se stále dokola něčím šokovat. Média se snaží šokovat a lidé se tomu brání. Respondenti ohniskových skupin proto zmiňovali tendenci trochu rezignovat a více se uzavírat do sebe, než aby se opakovaně vystavovali přímému emocionálnímu působení. Respondenti rozhovorů oproti tomu často zdůrazňovali, že fotografie bez emocí je vlastně špatná fotografie, a proto je stále snahou citlivost atakovat, byť to může být kontraproduktivní; profesionálové navíc na rozdíl od příjemců médií rezignovat nemohou.

Dokud je ovšem dodržen etický standard a jsou-li novinářské fotografie autentické, vyvolávání emocí je prospěšné, protože mají sílu upozornit na problém, který by jinak zůstal skrytý. Profesionalita je přitom velice důležitá, a byť se může v záplavě banálních snímků na sociálních sítích zdát, že fotografie ztratila váhu, silný snímek má stále potenciál vyvolat dostatečně silnou emocionální odezvu, která podnítlí to, aby se udály nějaké společenské změny. A takový snímek spíše pořídí profesionál, který ručí jak za obrazovou kvalitu, tak za pravdivost.

I když je smutné, že kvůli velkému množství snímků může klesat emocionální síla a působivost a s tím také význam fotografie v dlouhodobém horizontu, pořád vznikají silné fotografie, které dokážou lidmi pohnout, probudit v nich soucit a letargii prolomit. Zároveň se nedá říci, že jedna fotografie zasáhne všechny identicky – někoho třeba více, a tak se rozhodne nějak angažovat a tím se pak projeví efektivita fotožurnalismu.

Pokud bychom měli nabídnout nějaké východisko, byla by to v první řadě podpora vizuální gramotnosti. Ta by současně vedla k tomu, že by lidé práci fotoreportérů více oceňovali a vážili si jí, jelikož by například dokázali rozpoznat hodnotný snímek od nekvalitního. Představa je to utopická a vize možná idealistická, ale zcela rezignovat na ideu lidi mediálně vzdělávat bychom neměli.

Jednou z možností, jak se dá nahlížet na konstantní příval vizuálních informací a jak se s nimi vypořádat, je pochopit úlohu emocionality novinářských fotografií; to nám umožní mediální obrazy snáz selektovat a rozlišovat mezi těmi, které jsou pro nás samotné podstatné a které jsou naopak méně důležité. Vizuální pozornost je například specifická tím, že se zaměřuje skrze emoční apel na elementy ve fotografii, které pro nás představují potenciální hrozbu, nebo naopak přínos. S ohledem na podstatu emocí coby tělesných dějů nám toto hledisko pak umožňuje nahlédnout, že k vizuálním informacím často přistupujeme jako ke skutečným vjemům – pokud například vidíme strádající dítě, evokuje to v nás skrze emoci smutku automaticky pocit, že bychom mu měli pomoci. Vidíme-li zpustošenou krajinu v Austrálii po rozsáhlých požárech nebo rozmlácená okna po výbuchu v Bejrútu, vyvolá to v nás skrze emoci strachu pocit, že jsme i my sami v ohrožení a čelíme nebezpečí, proti kterému bychom měli bojovat, abychom se zachránili. Ukáže-li někdo jásající ženy během oslav příchodu jara Hólí v Indii, díky emoci radosti to vyvolá veselí i v nás samotných a zakoušíme díky tomu i my sami pocity štěstí. Emoce, tedy z biologického hlediska, se vyvinuly coby mechanismy pro přežití a zachování lidského druhu, a emocionální působivost novinářských fotografií značí, že tyto mechanismy aplikujeme také při vnímání toho, co je nám předkládáno jako skutečnost, které věříme. Realita je to sice zprostředkovaná, ale emoce, které zakoušíme a coby diváci prožíváme, jsou naše vlastní.

Je proto potřeba být si vědom toho, že při konzumování mediálních obrazů de facto vstřebáváme i zprostředkované emoce. Rizikem může být, že námi může být potenciálně poměrně jednoduše skrze tento emocionální apel manipulováno; zasažení citlivosti, aniž by si toho byl člověk vědom, může poté ovlivnit jeho chování a rozhodování. Zejména emoci strachu je velmi snadné zneužít, jelikož strach je ze všech emocí tou nejstarší a je v nás coby sebeobranný mechanismus velmi hluboce zakořeněný. Hypoteticky, pokud příjemce vidí křičící ženu se zkřiveným výrazem,

vzpouzející se na zemi během demonstrace, v něm samotným to skrze soucit a identifikaci, tj. představu, že jsme na jejím místě a zakoušíme to samé, může rovněž vyvolat strach a pocit ohrožení. Z tohoto důvodu také více působí detailní záběry (přímé ukázání emocí) oproti anonymnímu davu. Prakticky je ovšem tento efekt znesnadněný kvantitou mediálních obrazů. Problémem digitálního věku je, že se mezi sebou emoce přebíjejí, což s „reálnou realitou“ mnoho společného nemá. Online zpravodajství by se dalo připodobnit spíše ke grotesknímu karnevalu, během kterého co chvíli vybuchne bomba. Vstřebávat všechno a prožívat to je tudíž nemožné; vizuální pozornost se nicméně snaží upoutat všechna média, čímž v příjemcích potenciálně vzniká takový chaos, že emocím přestanou dávat průchod zcela a nezasáhne je vůbec nic, případně budou kvůli absenci řádu a pevného bodu všechno vnímat jako hrozbu a budou reagovat tak, že budou mít tendenci věřit zjednodušujícím mediálním obrazům, fake news nebo konspiračním teoriím.

Vizuální gramotnost, a tedy i vizuální kompetence proto mimo jiné spočívá v uvědomělém přístupu k mediálním obrazům a v práci se zdroji, kdy si vědomě všímáme toho, odkud snímky pocházejí a kdo je pořídil. Jak již bylo řečeno, důležitým předpokladem pro emocionální působivost je důvěryhodnost a autenticita novinářských fotografií. Z tohoto důvodu je stěžejní, aby se příjemci zaměřovali na to, kdo jim co předkládá a s jakým záměrem. Jedině tak může být fotožurnalismus opravdu efektivní. S přihlédnutím k tomu, že jsme vizuálně zprostředkovanou společností, a vizualita má tudíž v životě nás všech velký význam, je důležité vnímat to, že se vizuální informace podílejí na našem vnímání reality, formování našeho světového názoru a na tom, co kolektivně sdílíme a považujeme za podstatné. Vizuální informace tak spoluvytváří i hodnotový systém.

Fotožurnalismus se snaží diváky emocionálně angažovat a dosáhnout třeba i společenských změn, jeho poslání je však deformováno snahou médií šokovat s cílem zvýšit obrát. Redukování fotožurnalismu na nástroj byznysu je nebezpečné a může se negativně podepsat na emocionální otupělosti a to není žádoucí. Mají-li být novinářské fotografie efektivní a mají-li příjemce emocionálně vtahovat a zasahovat, neměly by pouze šokovat; na diváky to totiž může působit účelově, jak zmínil i jeden z účastníků ohniskových skupin, tak aby to v nich něco vyvolalo, ale než co jiného to v nich spíše vyvolá znechucení, protože je toho moc a člověk má omezenou energii.

Novinářské fotografie by proto měly poskytovat něco navíc – ucelený, nestranný pohled na události, kterých se divák sám zúčastnit nemůže. Přinášet komplexní svědectví, a nikoliv jen výřez reality, který pak může působit jako výkřik do tmy. Síla fotoreportáží spočívá v tom, že události zachycují celistvě. Pro fotoreportéry to znamená, že se mají snažit o objektivní zachycení skutečnosti. Objektivita je sice nedosažitelná a představuje ideál, ale měla by přinejmenším existovat snaha o její dosažení. Tím spíše pak novinářské fotografie vyvolají emoce, které budou odpovídat skutečnosti. Účelové vyvolávání emocí jenom pro připoutání pozornosti totiž současně může být zavádějící a může potenciálně přehlušit události, které jsou vyvolávání emocí hodny.

Manipulovat velmi snadno lze už jenom volbou úhlu pohledu a objektivu. Nedávným příkladem je kauza z pražské náplavky, kde během nouzového stavu v říjnu roku 2020 bylo více lidí najednou.²⁴⁶ Je dokladem toho, jak je realita, respektive její výsek zachycený v jednom snímku, ohebná, protože ji fotografie zprostředkuje z úhlu pohledu, který se zrovna hodí. Pro dosažení nějaké objektivity by bylo potřeba publikovat celou reportáž, ne jenom jednu fotografii, s použitím toho teleobjektivu, ale zároveň i širokoúhlého objektivu, vyfotografovat scénu seshora, ale i sejít dolů mezi lidi. A pak si každý divák udělá názor sám, jaký chce. Ale když médium publikuje jen tu jednu fotografii, tak je to přinejmenším velmi zavádějící, ne-li přímo manipulativní a emoce to rozdmýchává zbytečně. Problematické ovšem je, že média na publikování celých fotoreportáží nejsou moc stavěná, potom se k nám dostávají jenom tyto výseky reality. A právě proto je tak důležité, aby příjemci pátrali po zdrojích a dohledávali si informace i z více kanálů a nepovažovali za skutečnost jenom to, co vidí na jediné samostatné fotografii, která je vytržená z kontextu. Hlavně kvůli rychlosti, proměnlivosti, absolutnímu relativismu a tekutosti dnešního mediálního světa, ale i kvůli senzacechtivosti, bulvarizaci a roztržitému vizuální pozornosti mohou bohužel relevantní novinářské fotografie snadno zapadnout. Autorka této disertační práce je daleka hodnotit a soudit to, na čem skutečně záleží; cílem je spíše poukázat na to, že porozumění

246 NEUMANN, Ondřej. *Hlídací pes*. 26. 10. 2020, cit. 16. 1. 2020. Kauza náplavka: ty davy tam musí být, jinak se do redakce nevracej! Dostupné z [www: https://hlidacipes.org/ondrej-neumann-kauza-naplavka-ty-davy-tam-musi-byt-jinak-se-do-redakce-nevracej/?fbclid=IwAR1QD6yaLwkKdLhCe_Fl_HE5KPOBJdHG4jJvwuQt4F4LDukk2nX_ASVUcmE](https://hlidacipes.org/ondrej-neumann-kauza-naplavka-ty-davy-tam-musi-byt-jinak-se-do-redakce-nevracej/?fbclid=IwAR1QD6yaLwkKdLhCe_Fl_HE5KPOBJdHG4jJvwuQt4F4LDukk2nX_ASVUcmE).

emocionalitě ve vztahu k fotožurnalismu může pomoci se v globalizovaném informačním prostředí a obrazové záplavě snáz orientovat.

Summary

Journalistic photography is always subjective, as is its emotional impact. Photojournalism appeals to everyone differently and with different strength, depending on the viewer's nature, personality and other factors that determine whether the photograph leaves a deeper emotional imprint, or just passes through them and then fades away again. Nevertheless, some general features can be identified through which the power of the emotional impact of journalistic photography and the effectiveness of photojournalism is manifested, which was the meaning and goal of this dissertation thesis. We have defined two research questions that we sought answers to in the project, and four hypotheses that we aimed to confirm or refute.

The first research question was: **What is the role of emotionality in the effect of journalistic photographs on recipients of media messages?**

The role of emotionality has proven to be considerable and significant, although it is not crucial. It should be noted that although emotionality is important in connection with journalistic photography and is a distinctive feature of journalistic images, the primary goal of photojournalism is not to provoke an emotional response; rather it is a side effect which was confirmed by the analysis of in-depth semi-structured interviews and focus groups. The primary purpose of the work of photojournalists remains to record current events in an unbiased manner, in order to convey reality to the audience as objectively as possible, and to create a pictorial chronicle which is of great importance in the long run. Emotional action and affecting the sensitivity of individuals and society as a whole follows, but as a consequence and not the primary aim: presenting information still takes precedence.

There are many, perhaps even most, media images that do not elicit an emotional response. This is due to their large-scale production, the fact that illustrative photographs from photobanks are overused in the media, and the fact that the attention of media recipients is considerably dispersed due to visual congestion. Photographic news, which has become fast-moving goods intended for immediate consumption together with news, is losing ground; they appear and

immediately disappear again as they are replaced by new (visual) information. Thus, journalistic photographs can, but certainly do not have to evoke an emotional response, often serving only as an orientational element and as a complement to other forms of media.

Nevertheless, there are a lot of photographs that evoke emotions and have the potential to emotionally affect and move their viewers. Research has shown that this depends on the originality and authorial contribution of the photojournalist as well as on their professionalism. If a photojournalist can combine the optimal mix of parameters and provide the image with the appropriate visual and content quality and at the same time provide it with a good caption, the photograph is able to affect the sensitivity of the media recipient more so than an amateur's photo. It also depends on the choice of the topic, which proved to be completely decisive in the analysis – if the topic itself leaves us indifferent, there is a small probability that the photograph will affect the viewer; on the contrary, if we are close to the topic, it is more likely to affect us emotionally. Novelty and timeliness are important in this regard; if a topic is fresh, it evokes an emotional response more easily than images that are repeated over and over again. It also depends on the choice of subject and on our sympathy for them. For example, children act reliably as emotional triggers. However, portraits of politicians can also evoke emotions, especially when some political representatives arouse anger or disgust in us. The emotion of shock and surprise has proven to be effective because if there is an element in the photo that can shock the recipient, they are also more likely to be emotionally attached to it.

The credibility of journalistic photographs is also an important factor – if viewers trust the media imagery, they are more likely to evoke some emotions in them, and vice versa, if they feel that the situation or event is staged, they will be less sensitive. For example, the pictorial clichés of a crying child were mentioned, which often no longer cause sadness, but rather indifference and sometimes even disgust, because the recipients have already seen countless such images. Another problem is photo editing in image editing software, which leads to a reduction in sensitivity to photojournalism as such; if the image is manipulated in any way and the viewer stops trusting it, they might not be affected emotionally. Respondents of focus groups mentioned that journalistic photography lost its credibility due to its easy manipulation. The fact that it is so easy to manipulate the content of images in the

digital age can cause indifference in the recipients of journalistic photographs – if photographs cannot be trusted, there is no need to pay attention to them. Credibility is therefore crucial, and without it, photography cannot have an emotional effect, even if it follows the previously mentioned criteria, because the power of affective impact is also increased by the awareness that the depicted event has actually taken place.

However, it also depends on whether the recipient is an active or passive consumer of the media, as none of the active recipients remarked that journalistic photographs left them indifferent and that they paid no attention to them. They mentioned that, from their point of view, journalistic photographs were utilitarian, but certainly not unnecessary or downright irrelevant. In contrast, for some passive recipients, photographs do not engage them and therefore they are not affected emotionally by the images either. Therefore, students of visual journalism with a critical approach to photography often mentioned the need to focus on media and visual literacy. Although passive recipients of journalistic photographs may feel that they are not consciously affected by the images in the media, there may still be an impact, even if only subconsciously. The media are ubiquitous, as are photographic news, and by consciously consuming them, we can be less easily emotionally affected. After all, visual smog and the resulting apathy or emotional rigidity is a manifestation of a certain stagnation and resignation, which may ultimately lead to easier manipulation, and therefore influencing of the public opinion. Anesthesia itself is another side effect of the emotional appeal of journalistic photography, although of course it is the opposite intention.

By all means, in the digital age, there has been more urgency than ever to perceive the ethical dimension and to seek optimal ethical boundaries. Ethical rules are largely related to emotionality; if photojournalism targets sensationalism and the need to shock in order to attract attention and increase profits, it will reach a dead end – people can potentially stop paying attention to it altogether, as they will be so emotionally exhausted that they would prefer to close themselves internally and emotionally. Without a clear structure and message, photojournalism runs the risk of being considered a sensationalist tabloid, and viewers will focus their visual attention on topics that are pleasing to them rather than on something that mentally and physically exhausts them

Therefore, as the analysis showed, emotional content should be restrained when dealing with questions of ethics rather than relying on emotions to influence the viewer. By respecting ethical rules, photographers, even amateur ones, will also contribute to the cultivation of the visual environment and thus to the cultivation of public opinion. We collectively experience a common story through media images, and since we perceive these images faster through an emotional filter, shocking visual information can unnecessarily exacerbate prejudices and stereotypes. On the other hand, if the images are cultured and yet emotionally impressive, they can encourage people to help each other more, for example through images of solidarity. Professionals need to lead by example – in the era of mobile high-speed imagery, user generated content and the growing influence of social networks, maintaining an ethical standard is all the more important as the quality of their work balances the flood of amateur images.

The second research question was: **Is photojournalism in the digital age less effective in the context of the emotional power of journalistic photography than in the classical era?**

Czech documentary photographer Karel Cudlín said in an interview for Czech Radio Plus that a good photograph is one that impresses a person in some way and leaves an imprint – “for example in your head or an emotional imprint – you can think about it”.²⁴⁷ This is also a prerequisite for its effectiveness. Research has shown that perhaps the greatest benefit of emotionality in journalistic photography is the ability to stimulate debate; strong journalistic photographs still function reliably in the digital age as a trigger for social debate. The fact that journalistic photography has the potential to draw attention to a problem at all by affecting someone emotionally is undoubtedly its great advantage. The still moment captured in the photograph can stop the viewer himself and make them think. According to Ladislav Kesner, “psychological and neuroscientific research brings new evidence that the power of an image to move its viewer to reflection, thought, and possibly

247 Český rozhlas Plus: Dobrá fotka je taková, co zanechá něco v hlavě, emocionální otisk, říká fotograf Karel Cudlín, 27. prosince 2020, cit. 30. 12. 2020, Available on-line: <https://plus.rozhlas.cz/dobra-fotka-je-takova-co-zanecha-neco-v-hlave-emocionalni-otisk-rika-fotograf-8390768?fbclid=IwAR3MbHHzZVnOqH3yauqUevxwlgpMq-NXWir-qY3YhQxuHGx9GNZjIyvMrQ>

moral action is directly related to the emotional reaction with which they were primarily hit".²⁴⁸

Although in the digital age it is difficult to find a way to the recipient and emotionally intervene, especially due to visual overload, speed and volatility of emotions, the ambition of photojournalism is still to emotionally appeal to viewers and address their sensitivity and inner mood. As a result, it doesn't matter what emotions journalistic photography evokes, whether positive or negative; the important thing is that they evoke any at all and that they do not leave the audience indifferent. They act as a vent of emotions, and as a result, the recipient is engaged and the photography supports their interest in a topic. Ideally, a journalistic photograph should shock the viewer in order to make them think, meditate, and through a frozen moment, lead them to stop at least for a while and start dealing with the problem at hand. If more people think in this way, journalistic photography evokes social debate, which has proven to be the most significant effect of the emotional impact of journalistic photography in this research as well. The aim of photojournalism is therefore to draw attention to a problem and to stimulate discussion and, as a result, to change public opinion.

Although not all journalistic photographs evoke strong emotions, their use and circulation in general is effective in the media space, as they complement text that is insufficient at conveying the full meaning without photographs. The ideal situation is when the text and the images are in symbiosis. Accompanying the text and cooperation with the text was highlighted by both respondents of in-depth semi-structured interviews and focus groups. In the global world, moreover, this cooperation is becoming increasingly important because not every media recipient is able to keep track of all the things that are happening in the world. In addition, if they know the context, it usually strengthens their emotions. This was confirmed in the research when the respondents were shown photographs separately and then the same ones with a caption – in most cases, the participants agreed that the caption intensifies the emotions.

Journalistic photography can also mobilize viewers based on its emotional impact and support them in specific activities. For example, they can go to

²⁴⁸ KESNER, 2018, str. 209.

demonstrate, contribute to fundraisers or otherwise help in the event of humanitarian or natural disasters. Thus, photojournalism is still effective in the digital age, despite strong visual overload.

The first hypothesis was: **Photojournalism is effective because journalistic photographs evoke emotions, and this emotional effect is amplified by the similarity of journalistic photographs to reality.**

This hypothesis was partially confirmed. Emotions have proven to be effective in perceiving journalistic photography, but emotional power is not the only factor that elicits a response in recipients and makes photojournalism effective. However, the fact that journalistic photographs mediate reality has a very powerful effect on the emotional power of photojournalism, as emotions become real when perceived.

The second hypothesis was: **In the recipients of journalistic photographs, topics with which they can identify and whose context they know are more emotionally resonating.**

This hypothesis was confirmed. The emotional response is clearly more pronounced if the recipient of the journalistic photograph is familiar with the context – knowledge of the topic enhances the intensity of the emotional experience. Logically, however, the topic itself does not necessarily evoke emotions by itself, even if the recipient is familiar with it. In any case, the context strongly influences the emotional appeal, which is also evidenced by the fact that the moment when the respondents of the focus groups were acquainted with the caption, it often, although not always, intensified the emotional response. The intensity of the emotional appeal is also more pronounced when the subject is new and fresh, and decreases when the images are repeated, so topicality is an important factor.

Proximity plays a big role in this direction, if the topic of the viewer personally touches or has a relationship with it, or if it is a matter concerning the Czech Republic, or other European countries and America, media recipients tend to be more emotionally attached to photography. Thus, if the recipients are close to the photographed subject, they are more able to emotionally attach to it and identify with it.

On the other hand, if the topic is distant, it will hardly elicit an emotional response in the recipients, even if this is individual. An example is the so-called migration crisis, where beneficiaries often mentioned sadness, but in the debate they often admitted that they did not know if they had ticked it in the questionnaire because they should feel that way or if they really felt it, and at the same time emphasized that it was difficult to sympathize with people whose life situation is very difficult to imagine. Emotions of disgust were also heard in connection with migration, as the recipients may be so oversaturated with the topic that it evokes distaste in them.

As for the type of emotion, sympathy for the photographed subject has a significant effect. This was most often seen in photographs of politicians. For example, the image that shows Prime Minister Andrej Babiš together with his communication strategist Marek Prchal, often aroused disgust or anger in the recipients, but it was said in the interview that if they did not know them, emotions would be joyful, as Babiš hugs Prchal in the image, and from an objective point of view, this is a cheerful situation. Emotions are therefore inseparable from sympathy.

The third hypothesis was: **The effectiveness of photojournalism and the emotional impact of journalistic photography is lower in the digital age than in the age of classical analogue photography due to visual overload and declining credibility of the photographic medium for its ease of manipulation.**

This hypothesis was partially confirmed. It is not clear whether the emotional impact of journalistic images in the digital age is lower due to visual overload, as we do not have data from the time of classical photography, and therefore cannot compare whether the effectiveness has declined or not. What we can say, however, is that the recipient of the media, and therefore also of journalistic photographs, is generally significantly affected by information overload and is the reason why photojournalism emotionally speaks to them and affects them less. In this respect, efficiency has declined, and photojournalists now face new challenges in evoking emotions and igniting people's interest in the events they visually cover.

Emotions are very important for photojournalists when shooting, by capturing them in their subjects they can engage the recipients, making emotions crucial for their work. However, photography is to some extent an alchemy, it

depends on the interplay of circumstances, and the result is difficult to predict as the various elements of photography must work together so that the image can captivate the viewer.

In the digital age, this task is becoming increasingly difficult due to the already mentioned visual overload and growing competition, but the probability that these parameters will be achieved increases in the case of professional photojournalists. It is they, unlike amateur photographers, who are more able to capture the event impressively enough to evoke emotions in the audience. Even in tense moments, but also in the case of relatively banal situations, they are able to react promptly and intuitively, make quick decisions and, together with technical knowledge, combine all the criteria needed to make the photograph strong. In the case of amateurs, this is a matter of chance, which is why in the digital age, journalistic photographs taken by professionals are more likely to be emotionally impressive.

However, the fact that every element of a photograph can now be changed or modified, and manipulation has become absolute, does not help them much. The credibility and authenticity of journalistic photographs is, among other things, what makes them emotionally impressive. On the other hand, it places great demands on photojournalists to respect ethical principles and set an example for others. If photojournalists maintain a high standard and seriousness of their profession, they can balance user-generated content and mirror it.

The fourth and final hypothesis was: **Strong journalistic photographs still have the potential to make viewers active, support their will to help or launch a social debate, but at the same time the ethical boundaries of what is permissible in the media have changed.**

This hypothesis was partially confirmed. Journalistic photographs still have the potential to get viewers to take action, but it is becoming more and more complicated. As novelty and topicality play an important role in evoking emotions, and it is increasingly difficult to find a new and current topic, it is also more difficult to impress the recipient emotionally to the point that it overcomes their inertia to do something and somehow be active. Nevertheless, there are images that fulfil this potential, and they are often images depicting negative events. The analysis showed

that anger, disgust, shock, surprise and sadness, which are some of the basic emotions according to the typology of Paul Ekman, are great motivating elements for the recipient to be willing to engage in some way.

To give a specific example, if a recipient sees a photograph from a hospital ward treating patients with covid-19, it motivates them through emotions of sadness to send a financial contribution or food package to the ward. Austere information without photographic actuality alone would not have a chance to succeed in this case, and the effect of emotional power of photojournalism and its impact is very easy to prove here.

It was clearly shown that stories still work on people – through journalistic gimmicks “deep human stories” can still reach the recipients emotionally enough that they are then willing to help somewhere. An example is the pre-Christmas charity collections. Pictures of a handicapped boy with a story that he is partially paralyzed, combined with the text, can quite reliably evoke such a wave of compassion that people are willing to participate financially.

However, attracting attention and emotionally appealing to the recipient is more difficult because of the ever-shifting ethical boundaries. Interview respondents often mentioned that it is increasingly difficult to reach the audience emotionally, especially to really evoke emotions, because we have already seen everything, and it is as if we were constantly exposed to horrors – we become numb over time; the viewer gradually becomes immune to the horrors and creates a distance, which can also be a self-defence mechanism – after all, emotions are still mainly bodily events, and it is therefore exhausting to be shocked by something over and over again. The media is trying to shock, and people are resisting. Respondents of focus groups therefore mentioned the tendency to resign and shut themselves off more than to be repeatedly exposed to direct emotional action. Interview respondents, on the other hand, often emphasized that emotionless photography was actually bad photography, and therefore it was still an attempt to attack sensitivity, although it could be counterproductive; moreover, unlike media recipients, professionals cannot resign.

However, as long as the ethical standard is adhered to and journalistic photographs are authentic, evoking emotions is beneficial because they have the power to draw attention to a problem that would otherwise remain hidden.

Professionalism is very important and although in the flood of banal images on social networks it may seem that photography has lost impact, a strong image still has the potential to provoke a strong enough emotional response to bring about some social change. And such a picture is better taken by a professional who guarantees both the image quality and the truthfulness.

Although it is sad that due to the large number of images, the emotional strength and impact and thus the importance of photography can decrease in the long run, strong photographs are still created and they can move people, awaken compassion in them and break apathy. At the same time, it is not possible to say that one photograph strikes everyone identically – some are more affected and so decide to get involved in some way, and thus the effectiveness of photojournalism is manifested.

If we were to offer a way forward, it would be primarily to promote visual literacy. At the same time, it would lead to people appreciating the work of photojournalists more, as they would, for example, be able to distinguish a valuable image from a low-quality one. In a world with an ever-increasing volume and sophistication of media, and actors with selfish and sometimes malicious motivations, developing such media literacy is vital.

One way to examine the influx of visual information is to understand the role of emotionality of journalistic photographs; this will allow us to more easily select media images and distinguish between those that are essential to us and those that are less important. For example, our visual attention focuses on elements that address us emotionally, as they might pose a potential threat or benefit to us.

Given the nature of emotions as physical processes, when we receive visual stimuli we can be physically influenced by them – for example, when we see a child in need, it automatically evokes sadness and the feeling that we should help them. When we see a wildfire in Australia or broken windows in the aftermath of an explosion in Beirut it arouses emotions of fear, making us feel that we ourselves are in danger. In contrast, if someone shows us an image of cheering women during the Holi celebrations in India, it will evoke feelings of joy and happiness in ourselves. From a biological point of view, emotions have evolved as mechanisms for the survival and preservation of the human species, and the emotional impact of

journalistic photographs means that these mechanisms also are involved in perceiving what is presented to us as reality in images. Reality is mediated, but the emotions we experience are our own.

It is therefore necessary to be aware that when consuming media images, we absorb the emotions contained within. The risk is that we can be manipulated relatively easily through this emotional appeal; affecting sensitivity without a person being aware of it can then influence their behaviour and decisions. In particular, fear is very easy to abuse, because fear is the oldest of all emotions and is very deeply rooted in us as a self-defence mechanism. Hypothetically, if the recipient sees a screaming woman who is screaming and suffering while being pushed to the ground during a demonstration, it can cause fear and empathy, that is, the idea that we are in her place.

For this reason, detailed shots that directly display emotions are more effective than those of anonymous crowds. However in practice this effect is complicated by to the quantity of media images. The problem with the digital age is that emotions overlap, which has little to do with reality. Online news could be compared more to a grotesque carnival, during which a bomb can explode any moment; it is equally immensely entertaining and threatening. It is therefore impossible to absorb everything and experience it; however, all media tries to attract our visual attention, which can potentially create chaos in recipients such that they might stop paying attention at all. Eventually, due to the absence of order and a steady point, they could also perceive everything as a threat and will show tendency to believe in simplistic media images, fake news or conspiracy theories.

Visual literacy and competence consists of a conscious approach to media images and their sources, when we directly notice where the images come from and who took them. As already mentioned, the credibility and authenticity of journalistic photographs is an important prerequisite for emotional impact. For this reason, it is crucial that recipients focus on who is behind a given image and what is their purpose. Only in this way can photojournalism be truly effective. Given that we are a visually mediated society, it is important to understand that visual information contributes to our perception of reality, shaping our worldview and what we collectively share and consider to be essential. Visual information thus co-creates our shared value system.

Photojournalism seeks to engage viewers emotionally and achieve social change, but its mission is distorted by the media's efforts to shock in order to increase profit. Reducing photojournalism to a business tool is dangerous and can negatively affect emotional numbness, and is not desirable. If journalistic photographs are to be effective and if they are to emotionally engage the recipient, they should not be shocking; one of the participants in the focus groups mentioned that if an image intentionally tries to evoke something strong in its viewer, it only leads to disgust, because there are too many images and tragedies to consider with one's limited energy.

Journalistic photographs should therefore provide something extra – a comprehensive, unbiased view of events in which the viewer themselves cannot participate. To bring a comprehensive testimony, and not just an edited slice of reality. The power of photo reports and essays lies in the fact that they capture events in their entirety. For photojournalists, this means trying to capture reality objectively. Although objectivity is unattainable and an ideal, there should at least be an effort to achieve it, and even more so to evoke emotions that will correspond to reality. Indeed, purposefully evoking emotions just to attract attention can be misleading and can potentially drown out events that are worthy of their emotional response.

It is very easy to manipulate emotions through the choice of angle and lens. A recent example is the case from Prague's Náplavka, where during the state of emergency in October 2020 photographs were published which made it appear that the market was much more crowded than it really was. This is proof of how flexible reality is, when mediated by photography from a certain point of view.

To achieve some objectivity, it would be necessary to publish the whole report, not just one photograph, using a telephoto lens, but also a wide-angle lens, a photograph of the scene from above, and another amongst the people. Then each viewer can make their own opinion. But when the media publish only a single photograph it is misleading, if not outright manipulative, and it stirs up emotions unnecessarily. The problem is that the media are not built for publishing entire photo reports, and therefore only these selections of reality reach us. And that is why it is important for recipients to search for sources and information from multiple channels, and not just consider what they see in a single individual photo

that is taken out of context. Unfortunately, mainly because of the speed, variability, absolute relativism and fluidity of today's media landscape, but also because of sensationalism, tabloidization and fragmented visual attention, objective and contextualised journalistic photographs can be easily missed. The author of this dissertation thesis is far from evaluating and judging what really matters; rather, the aim is to point out that understanding emotionality in relation to photojournalism can help to orient oneself more easily in a globalized information environment and its visual flood.

Použitá literatura a zdroje

ALPHEN, Ernst van. *Art in Mind: How Contemporary Images Shape Thought*. Chicago: The University of Chicago Press, 2005. 228 str. ISBN 0-226-01528-9.

AP [online]. Associated Press: © 2020 [cit. 8.10.2020]. Dostupné z www: <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/telling-the-story/visuals>.

ASTUDILLO, Carolina, MUÑOZ, Kristofher a MALDONADO, Pedro E. *Emotional Content Modulates Attentional Visual Orientation During Free Viewing of Natural Images*. In *Frontiers in Human Neuroscience*, 2018: Dostupné z www: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6249414/#B8>

AZOULAY, Ariella. *The Civil Contract of Photography*. New York: Zone Books, 2008. 585 str. ISBN 978-18-909-5168-94.

BARTHES, Roland. *Světlá komora: poznámka k fotografii*. Praha: Fra, 2005. 123 str. ISBN 978-80-86603-28-5.

BATCHEN, Geoffrey. *Burning with Desire: The Conception of Photography*. Massachusetts: MIT Press, 1999. 217 str. ISBN 0-262-52259-4.

BATCHEN, Geoffrey. *Each Wild Idea: Writing, Photography, History*. Massachusetts: MIT Press, 2002. 258 str. ISBN 978-026-252-3240.

BEARD, David. *National Geographic* [online]. 21. 7. 2020, [cit. 25. 7. 2020]. Dostupné z www: https://www.nationalgeographic.com/photography/2020/07/covid-victim-photograph-sparks-fascination-and-denial-indonesia/?fbclid=IwAR2yQRKAdYfXmsIqzE4c_bmXqgb1kh91AX3ab25uMt21L2JxRHICJbRrJWw.

BEAUMONT, Peter. *The Guardian* [online]. 14. 8. 2020, [cit. 19. 8. 2020]. Dostupné z www: <<https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/aug/14/magnum-reviewing-archive-as-concerns-raised-about-images-of-child-sexual-exploitation>>

BERGER, John. *O pohledu. Úvod do studia současné vizuální kultury*. Praha: Agite/Fra, 2009. 225 str. ISBN 978-80-87232-07-1.

BIRGUS, Vladimír. *Česká fotografie 20. století*. Praha: KANT, 2010. 390 str. ISBN 978-80-7101-089-0.

BROWN, Elspeth H. a PHU, Thy. *Feeling Photography*. Durham, USA: Duke University Press, 2014. 408 str. ISBN 978-0-8223-7731-3.

BROWN, Elspeth [online]. Elspeth H. Brown: © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z www: <https://www.elspethbrown.org/feeling-photography>

CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?* Praha: Herrmann & synové, 2004. 365 str. ISBN 80-239-5169-6.

Czech Photo [online]. Czech Photo: © 2013-2020 [cit. 11.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.czechphoto.org/cpp/o-soutezi/>.

ČERNÁ, Eliška. *Deník N* [online]. 23. 2. 2020, [cit. 25. 7. 2020]. Dostupné z www: https://denikn.cz/404198/detska-prace-nebo-muz-umirajici-na-aids-fotografie-ktere-zmenily-svet/?fbclid=IwAR0TJWEtZqSimaqC-J0Bx0bEyH8SX_TCqPR8tYffTHMu9P3wWuFfu_nkZo

ČTK [online]. Česká tisková kancelář: © 2018 [cit. 24.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=3073>.

ČTK [online]. Česká tisková kancelář: © 2020 [cit. 2.11.2020]. Dostupné z www: https://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/, cit. 2. 11. 2020.

DAMASIO, Antonio. *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. London: William Heinemann, 2000. 386 str. ISBN 978-009-928-8763.

DAVISSON, Amber a BOOTH, Paul. *Controversies in Digital Ethics*. New York: Bloomsbury Academic, 2016. 381 str. ISBN 978-1-5013-1056-0.

DAY, Andy. *Fstoppers* [online]. 6. 8. 2020, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www: <https://fstoppers.com/news/magnum-photos-selling-images-alleged-child-sexual-abuse-its-website-504855>.

DURDEN, Mark a TORMEY, Jane (ed.). *The Routledge Companion to Photography Theory*. New York: Routledge, 2019. 458 str. ISBN 978-1-138-84577-0.

Economia [online]. *Economia*: © 2020 [cit. 2.11.2020]. Dostupné z www: <https://www.economia.cz/o-nas/>, cit. 2. 11. 2020.

ELKINS, James. *Proč lidé pláčou před obrazy*. Praha: Academia, 2007. 214 str. ISBN 978-80-200-1509-9.

ELKINS, James (ed.). *Visual Literacy*. New York: Taylor & Francis Group, 2008. 216 str. ISBN 978-0-415-95811-0.

Encyklopedie Britannica [online]. *Britannica*: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z www: <https://www.britannica.com/topic/publishing/Time-magazine#ref398446>, cit. 3. 11. 2020.

FULTON, Marianne (ed.). *Eyes of time: Photojournalism in America*, 1988.

Getty Images [online]. *Getty Images*: © 2020 [cit. 10.11.2020]. Dostupné z www: <http://press.gettyimages.com/getty-images-and-meredith-corporation-announce-the-addition-of-75000-images-from-the-life-picture-collection-to-gettyimages-com-and-commit-to-adding-nearly-400000-images-over-next-five-years/>

Getty Images [online]. Getty Images: © 2020 [cit. 10.11.2020]. Dostupné z www: <http://press.gettyimages.com/about-us/>.

GOLEMAN, Daniel. *Emoční inteligence*. Praha: Columbus, 1997. 348 str. ISBN 80-85928-48-5.

GROSS, Larry, KATZ, John Stuart a RUBY, Jay. *Image Ethics in the Digital Age*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2003. 400 str. ISBN 978-0-8166-3825-3.

The Guardian [online]. The Guardian News & Media Limited © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z www: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2018/feb/15/lewis-hine-photographs-child-labor-ellis-island>.

HALADA, Jan a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999. 256 str. ISBN 80-85983-76-1.

HALADA, Jan, OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Libri, 2007. 263 str. ISBN 978-807-277-2667.

HAND, Martin. *Ubiquitous Photography*. Cambridge: Polity Press, 2012. 220 str. ISBN 978-0-745-64715-9.

HEIFERMAN, Marvin (ed.). *Photography Changes Everything*. New York: Aperture, 2012. 263 str. ISBN 978-15-971-11997.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 2008. 407 str. ISBN 978-80-7367-485-4.

HORACZEK, Stan. *Popular Photography* [online]. 21. 5. 2013, [cit. 10.9.2020].

Dostupné z www: <https://www.poppphoto.com/american-photo/interview-fred-ritch-in-establishing-standards-digital-manipulation/>.

Instagram [online]. Instagram: © 2020 [cit. 18.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.instagram.com/stevemccurryofficial/?hl=en>.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara: *Masová média*. Praha: Portál 2009. 416 str. ISBN 978-80-7367-466-3.

KEBRT, Adam. *Český rozhlas Plus* [online]. 21. 8. 2020, [cit. 26.8.2020]. Dostupné z www: <https://plus.rozhlas.cz/vetsina-fotek-je-dnes-selfie-ale-diky-tomu-aspon-ziji-kdyz-fotozurnalismus-umira-8277774>.

KESNER, Ladislav. *Trauma, tíseň, extáze, prázdnota. Formule afektu a patosu 1900–2018*. 1. vyd. Brno: Books & Pipes Publishing, 2018. 277 str. ISBN 978-80-7485-152-0.

KOBRÉ, Kenneth. *Photojournalism: The Professionals' Approach*. 5. vyd. Massachusetts: Focal Press, 2004. 416 str. ISBN 978-024-0806-105.

KÜPELI, Ismail. *Vice* [online]. 4. 9. 2015, [cit. 25. 7. 2020]. Dostupné z www: https://www.vice.com/en_uk/article/zngqpx/nifer-demir-interview-876.

LÁBOVÁ, Alena a LÁB, Filip. *Soumrak fotožurnalistiky? Manipulace fotografií v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 156 str. ISBN 978-80-246-1647-6.

LÁB, Filip, ŠTEFANIKOVÁ, Sandra a TOPINKOVÁ, Martina. Photojournalism in Central Europe: On authenticity and ethics. In *Central European Political Studies*, 2/2016, pp. 73–89
Dostupné on-line: <http://ssp.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2016/07/2016-02-073.pdf>, cit. 2. 11. 2020.

LÁB, Filip. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 16. 2. 2017, [cit. 10.8.2020].

Dostupné z www: <https://cz.ejo-online.eu/4467/aktuality/world-press-photo-fotozurnalismus-nebo-propaganda>, cit. 10. 8. 2020.

LANGTON, Loup. *Photojournalism and Today's News: Creating Visual Reality*.

Chichester: Wiley-Blackwell, 2009. 268 str. ISBN 978-1-405-17897-6.

LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 30. 5. 2016, [cit. 18.8.2020]. Dostupné z www:

<https://time.com/4351725/steve-mccurry-not-photojournalist/>

LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 4. 5. 2017, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www:

<https://time.com/4766312/souvid-datta/>

LAURENT, Olivier. *Time* [online]. 9. 5. 2017, [cit. 19.8.2020]. Dostupné z www:

<https://time.com/4772234/souvid-datta-question/>

LEMMINGS, David a BROOKS, Ann. *Emotions and Social Change: Historical and Sociological Perspectives*. New York: Routledge, 2014. 296 str. ISBN 978-0-415-85605-8.

LESTER, Paul Martin. *Photojournalism: An Ethical Approach*. Hillsdale, New Jersey:

Lawrence Erlbaum Associates, 1991. 202 str. ISBN 978-1-138-80197-4.

LESTER, Paul Martin. *Visual Communication: Images with Messages*. Belmont:

Thomson Wadsworth, 2006. 450 str. ISBN 0-534-637-205.

Life [online]. Life: © 2020 [cit. 17.7.2020]. Dostupné z www: <https://www.life.com>

LINFIELD, Susan. *The Cruel Radiance: Photography and Political Violence*. Chicago:

University of Chicago Press, 2010. 339 str. ISBN 978-022-648-2507.

LISTER, Martin. *The Photographic Image in Digital Culture*. London: Routledge,

2013. 222 str. ISBN 978-11-3602-464-1.

MÄENPÄÄ, Jenni. *Rethinking Photojournalism: The Changing Work Practices and Professionalism of Photojournalists in the Digital Age*. In *Nordicom Review*, 2014.

Dostupné on-line:

https://www.researchgate.net/publication/287139412_Rethinking_Photojournalism_The_Changing_Work_Practices_and_Professionalism_of_Photojournalists_in_the_Digital_Age, cit. 2. 11. 2020.

Magnum Photos [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 30.6.2020]. Dostupné z www: <https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/>.

Magnum Photos [online]. Magnum Photos: © 2020 [cit. 13.8.2020]. Dostupné z www: <https://www.magnumphotos.com/photographer/steve-mccurry/>.

MANOVICH, Lev. The Paradoxes of Digital Photography, In *Photography after Photography*, 1995. Dostupné z www: http://manovich.net/content/04-projects/004-paradoxes-of-digital-photography/02_article_1994.pdf, citováno 20. 10. 2020.

MCCABE, Eamonn. *Jak vznikají slavné fotografie*. Brno: Computer Press, 2009. 138 str. ISBN 978-80-251-2409-3.

MEDKOVÁ, Alžběta. *Radio Wave* [online]. 8. 10. 2019, [cit. 28. 10. 2020]. Dostupné z www: <https://wave.rozhlas.cz/instagram-ovlivnil-praci-nas-vsech-je-ceska-fotozurnalistika-v-krizi-a-vede-z-ni-8088139>.

MESSARIS, Paul. *Visual Literacy: Image, Mind & Reality*. Boulder, Colorado: Westview Press, 1994, 224 str. ISBN 978-081-331-19377.

MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada, 2010. 325 str. ISBN 978-80-247-2339-6.

MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006. 332 str. ISBN 80-247-1362-4.

MITCHELL, William John Thomas. *Teorie obrazu: Eseje o verbální a vizuální reprezentaci*. Praha: Karolinum, 2016. 478 str. ISBN 978-80-246-3202-5.

MORGAN, David L. *Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Sdružení SCAN, 2001. 99 str. ISBN 80-85834-77-4.

MRÁZKOVÁ, Daniela. *Příběh fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1985. 269 str. ISBN 23-033-85.

MYNÁŘ, Michal. *Psychologie.cz* [online]. 7. 1. 2021, [cit. 17. 1. 2021]. Dostupné z www: <https://psychologie.cz/lek-pro-zmateny-svet>.

National Geographic [online]. National Geographic: © 2020 [cit. 17.7.2020]. Dostupné z www: <https://www.nationalgeographic.com/news/2017/12/afghan-girl-home-afghanistan/>, cit. 21. 8. 2020.

NESSE, Randolph. Emotional disorders in evolutionary perspective. In *British Journal of Medical Psychology*, 1998. Dostupné on-line: <http://sites.oxy.edu/clint/evolution/articles/emotionaldisordersinevolutionaryperspective.pdf>.

NEUMANN, Ondřej. *Hlídací pes* [online]. 26. 10. 2020, [cit. 5. 11. 2020]. Dostupné z www: https://hlidacipes.org/ondrej-neumann-kauza-naplavka-ty-davy-tam-musi-byt-jinak-se-do-redakce-nevracej/?fbclid=IwAR1QD6yaLwkKdLhCe_Fl_HE5KPOBJdHG4jvWuCt4F4LDukk2nX_ASVUcmE.

NEWTON, Julianne Hickerson. *The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001. 217 str. ISBN 0-8058-3375-7.

NPPA [online]. National Press Photographers Association: © 2017-2019 [cit.

7.7.2020]. Dostupné z www: <https://nppa.org/nppa-code-ethics>.

OLIN, Margaret. *Touching Photographs*. Chicago: University of Chicago Press, 2012. 273 str. ISBN 978-022-662-6468.

OSVALDOVÁ, Barbora, NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice a ČERMÁK, Miloš. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009. 195 str. ISBN 978-80-246-1684-1.

PARRISH, Fred S. *Photojournalism: an Introduction*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning, 2002. 390 str. ISBN 0-314-04564-3.

Paul Ekman Group [online]. Paul Ekman Group: © 2020 [cit. 17.7.2020]. Dostupné z www: <https://www.paulekman.com/resources/micro-expressions/>

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 str. ISBN 80-7178-926-7.

RITCHIN, Fred. *After Photography*. New York: W. W. Norton & Company, 2010. 199 str. ISBN 978-0-393-33773-0.

RITCHIN, Fred. *Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen*. 1. vyd. New York: Aperture, 2013. 175 str. ISBN 978-1-59711-120-1.

RUBINSTEIN, Daniel a SLUIS, Katrina. *A Life More Photographic. Mapping the Networked Image*, 2008. Dostupné on-line: https://www.researchgate.net/publication/299854265_A_Life_More_Photographic_Mapping_The_Networked_Image.

RUSTAD, Karen. *Photojournalism and the Internet: Competition, Collaboration, Convergence. European News Media in Transition*, 2006. Dostupné on-line: <http://docshare02.docshare.tips/files/4837/48378698.pdf>.

RYŠAVÝ, Dan. *Metody a techniky sociálního výzkumu*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 107 str. ISBN 80-244-0577-6.

SATO, Wataru, HYNIEWSKA, Sylwia, MINEMOTO, Kazusa, YOSHIKAWA, Sakiko. *Facial Expressions of Basic Emotions in Japanese Laypeople*, 2019. Dostupné on-line: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00259/full>

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. 539 str. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHERER, Klaus R., EKMAN, Paul. *Approaches to Emotion*. New York: Taylor & Francis Group, Psychology Press, 2009. 425 str. ISBN 0-89859-350-6.

SONTAG, Susan. *O fotografii*. Praha: Paseka, 2002. 181 str. ISBN 80-7185-471-9.

SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*. Great Britain: Penguin Books, 2004. 115 str. ISBN 978-0-141-01237-7.

SONTAG, Susan. *S bolestí druhých před očima*. Litomyšl: Paseka, 2011. 113 str. ISBN 978-80-7432-092-7.

Statista [online]. Statista: © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z www: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>

Statista [online]. Statista: © 2021 [cit. 10.1.2021]. Dostupné z www: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Social Report [online]. Social Report: © 2021 [cit. 10.1.2020]. Dostupné z www: <https://www.socialreport.com/insights/article/360000094166-The-Latest-Facebook-Statistics-2018>

STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of Looking: An Introduction to*

Visual Culture. Oxford: Oxford University Press, 2009. 486 str. ISBN 978-01-953-144-03.

STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. 480 str. ISBN 978-80-7367-556-1.

ŠTEFANIKOVÁ, Sandra a LÁB, Filip. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 19. 1. 2017, [cit. 2. 11. 2020]. Dostupné z www: <https://cz.ejo-online.eu/4299/etika-a-kvalita-zurnalistiky/fotoreporterovo-dilema-fotografovat-nebo-pomahat-obetem-nestesti>.

ŠVAŘÍČEK, Roman a ŠEĐOVÁ, Klára. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. 377 str. ISBN 978-80-7367-313-0.

Time [online]. Time © 2021 [cit. 25.7.2020]. Dostupné z www: <http://100photos.time.com/photos/don-mccullin-albino-boy-biafra>.

Time [online]. Time © 2021 [cit. 25.7.2020]. Dostupné z www: <http://100photos.time.com/photos/nilufer-demir-alan-kurdi>

TOMANIĆ TRIVUNDŽA, Ilija. *Press Photography and Visual Framing of News*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, 2015. 226 str. ISBN 978-961-235-772-6.

TOPINKOVÁ, Martina. *Proměna authenticity novinářské fotografie v digitální éře*. Praha, 2014. Diplomová práce (Mgr.), Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová, Ph.D.

TOPINKOVÁ, Martina. *On Visual Propaganda in the Digital Age: An interview with Matteo Stocchetti*. In: *Mediální studia*, Praha: Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, 2/2016, p. 265-272. Dostupné on-line: <https://medialnistudia.files.wordpress.com/2016/12/topinkova-web.pdf>

TOPINKOVÁ, Martina. *On Mediated Emotions, Journalistic Complacency and Apathy. An interview with Andrew Bissell*. In: Mediální studia, Praha: Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, 1/2018, pp. 140-146. Dostupné on-line:

<https://www.medialnistudia.fsv.cuni.cz/front.file/download?file=2018%2001%2008%20topinkova139-145.pdf>

TOPINKOVÁ, Martina. *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 2. 1. 2017, [cit. 17. 7. 2020]. Dostupné z www: <https://cz.ejo-online.eu/4316/etika-a-kvalita-zurnalistiky/rozpravy-o-ceskych-mediich-vizualizace>.

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál 2010. 293 str. ISBN 978-80-7367-683-4.

TURNER, Jonathan H. *Human Emotions: A sociological theory*. New York: Routledge, 2007. 232 str. ISBN 978-0-415-42782-1.

WAHL-JORGENSEN, Karin. *An Emotional Turn in Journalism Studies?* In: Digital Journalism, 8: 2, 175-194, 2020, Dostupné on-line: <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F21670811.2019.1697626>

WARNICK, Barbara. *Critical Literacy in a Digital Era: Technology, Rhetoric, and the Public Interest*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. 146 str. ISBN 0-805-84115-6.

WHEELER, Thomas H. *Phototruth or Photofiction? Ethics and Media Imagery in the Digital Age*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. 218 str. ISBN 0-8058-4261-6.

WIRTH, Werner a SCHRAMM, Holger. *Media and Emotions*, 2005. Dostupné on-line: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/101679/1/v24_3.pdf

WITTLICH, Filip. *Fotografie – přímý svědek?! Fotografický obraz a jeho význam pro historické poznání*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2011. 212 str. ISBN 978-80-7308-403-5.

ZELIZER, Barbie. *Remembering to Forget: Holocaust Memory Through the Camera's Eye*. Chicago: University of Chicago Press, 1998. 300 str. ISBN 0-226-97972-5.

ZELIZER, Barbie. *About to Die: How News Images Move the Public*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 415 str. ISBN 978-0-19-975213-3.

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Rozhovor s Janem Bezuchou (text)**
- Příloha č. 2: Rozhovor s Petrem Hořejším (text)**
- Příloha č. 3: Rozhovor s Josefem Chuchmou (text)**
- Příloha č. 4: Rozhovor s Milanem Jarošem (text)**
- Příloha č. 5: Rozhovor s Alžbětou Jungrovou (text)**
- Příloha č. 6: Rozhovor s Kateřinou Malou (text)**
- Příloha č. 7: Rozhovor s Danem Maternou (text)**
- Příloha č. 8: Rozhovor s Danielou Mrázkovou (text)**
- Příloha č. 9: Rozhovor s Andreou Průchovou Hružovou (text)**
- Příloha č. 10: Rozhovor s Robertem Silveriem (text)**
- Příloha č. 11: Rozhovor s Matějem Stránským (text)**
- Příloha č. 12: Rozhovor s Michalem Šulou (text)**
- Příloha č. 13: Rozhovor s Kateřinou Šulovou (text)**
- Příloha č. 14: Rozhovor s Pavlem Turkem (text)**
- Příloha č. 15: Rozhovor s Václavem Vašků (text)**
- Příloha č. 16: Rozhovor s Janem Ždimerou (text)**
- Příloha č. 17: Rozhovor s Ondřejem Novákem (text)**
- Příloha č. 18: Scénář ohniskových skupin (text + fotografie)**
- Příloha č. 19: Záznam z ohniskové skupiny 1 – přepis (text)**
- Příloha č. 20: Záznam z ohniskové skupiny 2 – přepis (text)**
- Příloha č. 21: Záznam z ohniskové skupiny 3 – přepis (text)**
- Příloha č. 22: Záznam z ohniskové skupiny 4 – přepis (text)**
- Příloha č. 23: Záznam z ohniskové skupiny 5 – přepis (text)**

Příloha č. 1: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Janem Bezuchou

Poprosím vás, abyste se pro začátek představil a sdělil, čemu se profesně věnujete.

Jmenuji se Jan Bezucha a v Lidových novinách dělám jednoho ze dvou fotoeditorů. Na každou takovouto funkci jsou v novinách dva lidé, protože noviny vycházejí šestkrát týdně a jste tu do noci. Pracuji jen pro tištěný deník, protože Lidovky.cz mají vlastní editory a každý kompetentní redaktor pod dohledem editora by měl být schopen tam ty fotky dávat.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Já si myslím, že novinářská fotografie má pravdivě informovat o tom, co se stalo, na nějaké kultivované úrovni.

Jaká je role coby součásti mediální produkce?

Je nesmírně důležitá. Lidé si rádi prohlížejí a je to pro ně jednodušší. Neradi čtou komplikované texty a dnešní doba je doba obrazová.

Jaké typy emocí dle vás vyvolávají novinářské fotografie. Pozitivní, či negativní? Máte příklady?

Novinářská fotografie rezonuje s tím, co se děje ve společnosti. To znamená, že nemůžeme říct, jestli vyvolává pozitivní, negativní či neutrální emoce. Jaká je událost, taková je fotografie. Dám vám příklad: jestliže máte drama, jako je právě invaze Turecka do severní Sýrie, tak ve vás ty dramatické fotky mohou vyvolávat soucit s civilisty. Pak máte jinou fotku prezidenta Zemana, kde něco dělá, a každý k němu cítí něco jiného – někdo ho má rád, někdo ne. Také záleží, u kterého textu jsou přiloženy, protože některé rubriky jsou složeny z komentářů. Vložíte na stránky komentář s nějakým názorem a fotografie má ten názor reflektovat, aby nebyla v protikladu s tím, co ten text říká. Pak by mohl být čtenář zmatený. Pokud bych třeba s textem nesouhlasil, nemohu tam stejně dát fotku, která to rozporuje v emocích nebo vyvrací celý ten text. To by nemělo žádný smysl.

Proč a z jakého důvodu vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Každá fotografie by měla vyvolat nějaké emoce – vnitřní nebo nějaké meditativní. To je zakódované ve fotografii. Můžete se dívat na fotografii a nemusí vám nic říkat, ale vedle může stát někdo jiný, který se v té fotografii najde. Fotografie, a zvláště ta novinářská, je o emocích, o příbězích, o tom, že vás má zaujmout.

Je tedy žádoucí, aby emoce vyvolávala?

Samozřejmě že je. Každá kvalitní fotografie je má vyvolávat. Buď esteticky, nebo vás přinutí se zamyslet. Je na fotoeditorovi, aby ze škály fotografií vybral tu, která se k textu nejvíc hodí. Až budeme dnes dělat noviny, budu tam mít téma protestů v Barceloně nebo v Hongkongu, můžeme mít na výběr tisíc fotek, ale vy to těm lidem přeberete. Jako čtenář nemáte přístup k tolika fotografiím. Maximálně k nějaké galerii o dvaceti fotkách někde na webu.

Fotoreportéři fotí za účelem tyto emoce vyvolat?

Jistěže ano. Fotograf musí čtenáře vtáhnout do děje. Fotografie, která vás nechává lhostejným, by nebyla dobře vyfocená. Lhostejnost znamená nezájem. A vy nebudete platit za něco, co vás nezajímá.

Uvědomuje si fotograf, že má moc tyto emoce vyvolávat?

Každý fotograf jde na akci s tím, že chce vyfotit ty nejlepší možné fotky. To je profesionalita. Příkladem může být pohřeb Karla Gotta. Tam bylo spousta fotografů a každý chtěl mít tu nejlepší fotku. Demonstrovat v jedné fotce vše, co se tam dělo. Vy si po letech nebudete prohlížet tisíc fotek z pohřbu Karla Gotta. Vy si vezmete jen tu jednu, která by měla událost symbolizovat. Možná to bude rakev v katedrále, možná to, jak ji vynášejí, či fotka jeho manželky s dětmi. Nic víc si už nebudete muset pamatovat.

Jaký je váš názor na to, že fotografie vyvolávají silné emoce?

Je to podle mě DNA té fotografie. Už jsme se zbavili toho, že fotografie je otisk té skutečnosti. Samozřejmě fotograf má nějaký názor, schopnosti, zkušenost a udělá maximum. Zároveň je reportážní fotografie omezená tím, že ten fotograf do děje nemůže vstupovat, nemůže lidem říkat, co mají dělat. Nerozdá jim klacky a neřekne,

ať jdou někoho ztloukat. Pracuje, jak nejlépe umí. S určitým odstupem pak k textu přidáte fotku, která se k němu hodí nejlépe. Už podle zkušeností daného fotografa vím, kam ho poslat, a budu vědět, že přinese perfektní fotky. Pak také pracujete s tím, jak jsou ty noviny zlomené, že je někde reklama a vy musíte vložit fotografii v určitém formátu. Jste omezen určitými mantinely.

Říkal jste, že už jsme za fotografií jako otiskem reality?

Ano, jistě. Nemusíte si myslet, že ta realita je manipulovaná fotografem, protože realita je manipulovaná již samotnými lidmi, kteří se události zúčastňují. Demonstrace jsou tvořeny tak, aby se dostaly do médií. Lidé vědí, že když si stoupnou na kostku ledu, bude to vizuálně zajímavé. Ve finále zjistíte, že to zajímá jen patnáct lidí. Čili fotograficky to zajímavé je, ale společensky ne.

A je v tom určitě i velké riziko...

Určitě. Nezapomeňte však, že pracujete s dalšími lidmi. S hlavním editorem a vedoucím vydání a to jsou lidé, kteří to dělají třicet čtyřicet let a ty neutáhnete na vařené nudli. V první fázi se to člověk učí, ale pak se naučí zjišťovat, co je důležité a co ne. Noviny vycházejí druhý den a všechny vizuální podněty si vezmou z internetu. Proto musíte dávat do novin jen ty důležité věci.

Jaké je vaše místo v hierarchii redakce?

Na špičce je šéfredaktor, který ručí za podobu novin a jak řekne, tak to bude. Samozřejmě po nějaké debatě. Pokud byste zjistil, že se s ním v diskuzi často mýjíte, pochopíte, že byste měl asi pracovat jinde. Pak je vedoucí vydání, který musí celé noviny přečíst a musí všechny texty odsouhlasit. Pak máte hlavní editory, ti mají na starosti první a třetí stranu, které jsou propojené a jsou nejdůležitější. Přicházejí na řadu rubriky jako ekonomika, kultura, byznys, domácí zpravodajství a ty všechny mají svého editora, který pracuje s konkrétními redaktory. Editor zjistí od nich, o čem ten daný text bude, a se mnou probere point toho článku. Mně nestačí, že na straně tři bude prezident Zeman. Já potřebuju vědět, že jde Zeman do nemocnice, a musím přidat současnou fotku, kde jeho fyziognomie značí, proč tam jde. Nemůžu tam dát archivní fotku z dob, kdy byl předsedou vlády. Jsem závislý na tom, jak je ten editor inteligentní a rychlý v komunikaci ohledně toho, co má na té fotce být.

A vám se zodpovídají fotografové?

Fotografové jsou divize sama o sobě. Když odpoledne přijdu, již pracuji s tím, co je. Já ty fotografie neobjednávám, jelikož se to určuje den předem. Každý redaktor, který jde na nějakou akci, napíše požadavek vzhledem k charakteru akce a podle něho se určí fotograf. Já si akorát vybírám, kterou použijeme.

Do jaké míry je vnímání fotografie a emoční responze na ně subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněná vzhledem k náboženství, kultuře a hodnotám jedince?

Fotografie je jako zrcadlo. Pokud máte nějaké intelektuální zázemí, znáte historii fotografie, historii vizuální kultury, tak s fotografií pracujete úplně jinak. Spousta fotografů dělá fotografie, které jsou citáty jiných fotografií nebo jsou to archetypální fotografie, které se opakují tak dlouho, až se z nich stane kýč. Pokud máte s fotografií pracovat, je pro vás lepší, když tohle všechno znáte. Máte větší šanci rozumět manipulaci a příběhy lidí jsou pro vás hlubší a zajímavější. Někdo z fotografií hodně vyčte a někdo zase nic. Je to stejné jako v jakémkoliv jiném kulturním rozhledu. Ale jak vnímají fotografii v Africe, opravdu nevím.

Lze tedy říct, že spíše než na kulturním zázemí nebo subjektivitě závisí vnímání na určité mediální gramotnosti?

Jasně. Když se kouknete na toto vydání Lidovek (ukazuje na výtisk titulní strany Lidových novin z roku 2004, v době fotbalového šampionátu Euro – pozn. aut.), jsou na nich jen emoce. Proto byste si noviny koupil. Emoce jsou pro lidi zajímavé. A vy jim je dáte. Mohou s tím soucítit, nebo se také pobouřit. Mohou jít na základě nějaké fotky demonstrovat, jako demonstrovali včera za Kurdy. Kdybyste neměl fotky, ti lidé by věděli, že je válka, ale až fotka ukamenované kurdské političky je dostala do ulic. Ve finále si to udělali ti povstalci sami, oni tu fotku sdíleli, takže funguje proti jejich zájmu.

Jak může fotografie jejich příjemce vtáhnout nebo apelovat na jejich emoce?

Fotografickou skladbou. To je její síla, kterou je vtáhne do děje. Síla obrazu. Tím se neliší od mistrovských děl malířů. Talent, odvaha jít blíž, schopnost být neviditelný, to vše dělá fotografa, který tvoří sílu fotografie.

Podněcuje novinářská fotografie k nějaké změně ve společnosti, k aktivismu?

Ano. Jako ta demonstrace za Kurdy nebo třeba Million chvilek pro demokracii, na které vyfotíte všech padesát tisíc zúčastněných, a možná na základě té fotky si lidé řeknou, že by mohli přijít taky, když už tam všichni byli. Má tendenci v lidech vyvolat akci.

A může naopak vyvolávat určitou letargii či otupělost?

Nemyslím si. Pokud vás to nezajímá... Jestli jste někdy viděl noviny za bolševika s těmi šedivými fotografiemi, tak ty ve vás asi žádné emoce nevyvolaly. Fotografie je obrácená strana mince. Je stejná, jaká je doba. Možná kromě fotky Stanislava Tereby Brankář a voda, která získala cenu World Press Photo v roce 1959.

A co letargie vzhledem k tomu, jaké množství fotografií se na nás valí každý den?

A proto musíte vybírat ty nejlepší fotografie, které jsou k dispozici. Pro pestrost pak saháte do archivů pro fotky, které již slavné jsou. Ale dejme tomu, že máte článek o častějším odtahu aut, tak těžko k němu vytvoříte fotografii hodnou World Press Photo. Přiložíte k ní nějakou kultivovanou, dobře vyfocenou fotku. Plus to nebude na titulní straně, ale třeba na straně pět v domácí rubrice. Ale musí tam být, protože text nestačí.

Odvádí fotografie v novinách pozornost od textového obsahu?

Neřekl bych. Maximálně ve zmíněném příkladu, kdy by fotografie popírala text, u kterého je přiložena na názorové stránce. Měl byste oslavný text na nějakého politika a vedle by byla jeho fotografie v nelichotivé pozici. Způsobil byste napětí, protože by vyjadřovala to, že s textem nesouhlasíte, a působilo by to dost disharmonicky. Musíte respektovat vyznění názoru textu a ilustrovat ho. Další příklad je z dneška – článek o dani z alkoholu s tím, že je to pouze další daň a nemá ve skutečnosti přimět lidi k menšímu užívání alkoholu. A to musíte ilustrovat.

Generické fotobanky se vám k tomu nehodí, protože když z nich dáte fotky do novin, tak riskujete to, že článek nevyzní autenticky vzhledem k tomu, jak neautentické fotografie v těchto bankách jsou. Máte hodně fotek lidí bez domova, kteří pijí alkohol na fotce, ale jich se to netýká. Nakonec jsme k textu zvolili fotku čtyř mladých lidí, kteří paří na ulici na nějaké akci. Všichni čtyři drží v ruce flašku nějakého tvrdého alkoholu, takže to ilustruje, že se skutečně jedná o tvrdý alkohol. Fotografie je třeba šest let stará, čili ti lidé už vypadají jinak, a napíšete k ní ilustrační foto. Musíte hlídat, jak je ta fotografie stará, protože ti lidé by se na ní mohli poznat a nebylo by to pro ně příjemné. V zahraniční rubrice ale úplně přesně vyplyne, jaká fotka by tam měla být. Určitě jste si někdy přečetl článek, podíval se na fotku a řekl jste si: ale já bych chtěl vidět úplně jinou fotku, tohle mě nezajímá. Přece v tom článku se píše o tom a tom a mělo by to být v té fotce.

U rubriky komentářů se tedy nehraje na neutralitu?

Tam dáváte nejhezčí ilustrační fotku. Pořád se píše o školství a nemůžete dokola ilustrovat fotografií žáka, který zamyšleně sedí nad maturitou. Dáte tam tedy fotku z prvorepublikového filmu o studentech. Lidé chtějí nějaké překvapení, něco vtipného. Některá témata jsou těžce ilustrovatelná, jako odvolání soudců. To je docela oříšek. Ale je to skutečně jiná sekce v tomhle smyslu než domácí nebo zahraniční rubrika.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Já si myslím, že si lidé odvykli vnímat. To je jako ptát se gynekologa, jak se on dívá na ženy. Byl jsem tu v redakci tři roky, odešel jsem a vrátil se a jsem tu další čtyři roky. V životě jsem viděl už tolik fotografií, že se rozhoduji jen na základě instinktu. Spasu tu tři tisíce fotek za směnu. Už nad tím skoro nemůžete přemýšlet. Když máte uzávěrku každý den, dobře a rychle se to naučíte. A vidíte to hned každý další den, ne jako u týdeníku. Pokud si nejste jistý titulkou, vezmete si tři kandidáty a vytisknete je, protože fotografie vypadá jinak na papíře než na monitoru. Je to praxí, ve které se naučíte informace rychle zpracovávat. Teď děláme seriál 17. listopad. A já před deseti lety dělal dvacáté výročí. Pak už máte sám ty archivy v hlavě.

Chtěl byste sám něco doplnit k tématu?

Asi jen to, že jak pořád řešíme kvalitu médií a jaká ta média jsou. Média jsou stejná, jako jsou lidé, kteří ta média dělají. Nemůžete si myslet, že určíte nějaké parametry a pravidla, protože důležité je, aby se respektovala ta nepsaná pravidla. Když v médiích budou pracovat inteligentní a slušní lidé, kteří chápou médium jako službu zprostředkování. Jenže kvůli sociálním sítím se stalo to, že každý chce být king a všichni mají strašně silné názory. To není dobře. Dobré je pracovat tak, abych se na sebe dokázal podívat do zrcadla a říct, že to dělám, jak nejlíp mohu a s respektem k lidem, kteří jsou na těch fotografiích.

Příloha č. 2: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Petrem Hořejším

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Její role kolísá v závislosti na tom, jak ji společnost potřebuje – bez ohledu na to, zda se o ní bavíme dnes, před dvaceti či sto lety. Bez některých fotografií by se společnost obešla. Naopak ve vypjatých chvílích ji společnost vyžaduje, hltá a oceňuje, například při teroristických útocích 11. září 2001.

Otázkou však je, jak přesně dnes novinářskou fotografii definovat. Je jí i ilustrační fotografie ke článku s titulkem Sedm zaručených způsobů, jak zhubnout do plavek?

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Fotografie přenáší člověka blíže dění. Jeden obrázek je, jak známo, více než tisíc slov.

Samozřejmě, žijeme v době, kdy se každý může pokládat za fotoreportéra, protože má fotoaparát stále s sebou. Mohlo by se říci, že to fotografii degraduje, ovšem není to tak. Kvalitní fotografie zůstane kvalitní fotografií i v době, kdy článků „Jak zhubnout do plavek“ je více než těch kvalitních a jedno pitomé video dokáže během minuty zaplavit celý svět.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Absolutně všechny emoce. Bez příkladů. Opravdu nejsou potřeba. Stačí si v Googlu zadat klíčová slova World Press Photo Best a nechat se zaplavit vlastními emocemi.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Protože zachycují život – a pokud se bavíme o kvalitní fotožurnalistice – bez jakékoli retuše či manipulace.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Bytostně.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Ano. Bez emocí se z novinářské fotografie stává dokumentační.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Samozřejmě, dobrá fotografie se dá pořídit náhodou. Pokud je však fotograf profesionál, je pravděpodobné, že to nedělá náhodou, ale podává stabilní výkon, který buď má v krvi, nebo se ho postupně naučil podávat po letech praxe.

Jako jediný příklad – fotografie Michala Růžičky. Takováto fotografie by se dala určitě pořídit náhodou, ale není tomu tak:



Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Naposledy jsem měl slzy na krajíčku při výběru fotek z Kábulu. Jedna z fotografií zachycovala malou dívku klečící na ulici u matky zabitě při výbuchu sebevražedného atentátníka. Její smutek, zmatek, nejistota... hrůza. Nakonec jsem se rozhodl, že tuto fotku do časopisu nepoužiji, protože byla tak silná, že jsem na to já sílu neměl. Záměrně tuto fotku nepřikládám, protože 1) ji mám uloženou v hlavě jen pro sebe, 2) jako důkaz toho, že bez fotografie jsou slova prázdnější.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí,

ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

To je spíše na filozofickou a psychologickou debatu. Ale ano, samozřejmě, filtry, skrz které se díváme na svět, jsou subjektivní. Toto je sice mozaikovitý příklad, ale zcela zřetelný: člověk, který zažije nehodu autobusu, při níž zahynou jeho spolucestující, se na fotky z této nehody nebude moci podívat ještě dlouho (jestli někdy vůbec), zatímco zvědavý kolemjdoucí bude podrobně zkoumat, jestli na fotografiích není také zachycen.

Osobní zkušenosti formují náš pohled na fotografii do té míry, jak hodně se osobní zkušenosti námětu fotografie dotýkají.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Podle toho, o čem pojednává. U reportáže z technologického veletrhu to bude určitě těžší než při focení školy, která se zřítila během vyučování na 127 dětí.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Aktivita musí být obsažena v člověku, který se na fotografie dívá. Pokud je ona bytost pasivní od přírody, žádná fotografie ji k aktivitě nepřinutí.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Ano, pokud se stále dokola opakují nebo budí ten dojem.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Dobrá fotografie pozornost přitahuje, špatná nikoli. A každý článek, který má fotku, má i více pozornosti.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Dnes, díky digitalizaci, může být použito více fotek, které mají souvislost s tématem. Právě tak může být použito více fotek, které s něčím rozumným nemají nic společného.

Chcete něco sám doplnit, máte nějaké další relevantní informace k tématu?

Lidé, jako masa, tedy vlastně společnost, se chovají jako prasata. Sežerou vše, co jim předhodíte. Záleží na tvůrcích obsahu, co předhazují, jestli se chtějí masa líbit, nebo mají odvahu jí dávat jen to, co je správné.

Příloha č. 3: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Josefem Chuchmou

Můžete se představit a říct, čemu se profesně věnujete?

Jsem projektový manažer ČT artu a editor webu Artzona.cz, který je při České televizi, respektive právě při stanici ČT art. Od 1. 1. 2020 by se Artzona.cz měla stát oficiálním webem této stanice, to znamená, že se přejmenuje na CTart.cz a bude se modifikovat obsah. Nicméně i nadále zůstane cílem tohoto inovovaného webu nabízet alternativní, přesněji řečeno doplňující kulturní obsah k programové nabídce ČT artu. Tuto práci dělám od listopadu 2017. Artzona.cz se rozjela v lednu 2018.

Obecně se od začátku své profesní dráhy, která je datovaná ukončením školy v roce 1984, věnuji kulturní publicistice a kritice. Média, v nichž jsem během těch desítek let působil, postupně byla: týdeníky Mladý svět a Respekt a deníky Mladá fronta Dnes a Lidové noviny.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Myslím si, že bohužel čím dál menší, pokud se budeme bavit o české společnosti. Zdejší fotožurnalistika má svůj zlatý věk za sebou, ten se datuje do devadesátých let. Fotografická oddělení v denících, jimiž jsem prošel, ale i fotografická oddělení v jiných médiích, se zejména po roce 2008 silně zredukovala. A zaměstnaní fotoreportéři například v MF Dnes se proměnili především v produktové a portrétní fotografy. Klasický fotožurnalismus, který jsem zažil v devadesátých a nultých letech, z deníků i z časopisů prakticky vymizel.

Vezměte si Reflex. V roce 1990 vznikl jako výsostně obrazové časopisecké médium s ambicí přinášet i fotoreportáže a Jan Šibík pro tento týdeník v devadesátých letech fotil Rwandu a další bolavá místa ve světě. Když zalistujete Reflexem dnes, zjistíte velmi rychle, že tenhle akcent z Reflexu zmizel. Stal se z toho v zásadě hybrid mezi lifestylem a kulturně-společenským týdeníkem. Jediným fotografem, který je v Reflexu nyní zaměstnaný, je fotografka Nguyen Phuong Thao, která začínala v MF Dnes jako elévka. Já ji ještě pamatuji, jak zoufale ostříla a mačkala spoušť a ještě to

neuměla, ale svou obrovskou pílí se vypracovala. S reportážním fotožurnalismem ale její tvorba nemá nic společného.

V soutěžích typu World Press Photo nebo Czech Press Photo se ty snímky, které fotí třeba právě Thao, mohou uplatnit v kategorii portrét, kdežto kategorie jako aktualita, reportáž, každodenní život jsou současnou tuzemskou fotožurnalistickou obcí téměř nepokryté. Proto také čím dál tím častěji v soutěži Czech Press Photo uspějí neprofesionální fotografové nebo fotografové freelanceři, kteří jsou na volné noze a ve svém volném čase si fotí své téma. Jednou z mála výjimek, skoro posledním mohykánem, je pro mě Milan Jaroš z Respektu. Jeho fotogalerie a fotoreportáže z různých akcí sleduji na internetu. Jaroš prokazuje fotožurnalistickou dovednost, schopnost podívat se za nabízející se stránku dění.

Vlastně si nevybavuji českou fotografii, která by v nynější dekádě výrazně zasáhla do veřejného mínění a stala se aspoň zčásti natolik diskutovaným ikonickým obrazem, jako jsou fotky z roku 1968 nebo 1989. Jasně, žijeme v klidné zemi, patříme mezi deset nejbezpečnějších států světa, ale to neznamená, že tu neexistují vážné společenské problémy. Ale podchytit je a nasnímat vyžaduje čas, koncentraci, opakované návraty na dotyčná místa. A na tohle není v českých redakcích prostor.

Takže role fotografie má podle vás menší místo i v oblasti mediální produkce?

Ano. Zmiňoval jsem případ Respektu a fotogalerií Milana Jaroše a Matěje Stránského. Jenže jejich reportážních snímků je pak v samotném časopise publikováno většinou málo. Webové fotogalerie jsou tedy pouze jakýmsi bonusem k primárnímu, totiž papírovému produktu vydavatelského domu. Ale i tak si Respekt zaslouží respekt. Vezměte si, co se stalo s již zmíněným Reflexem, nemluvě o Týdnu a zejména Instinktu.

Když tu s vámi hovořím, vlastně si v tomhle okamžiku vybavuji fotku, která měla za poslední roky silný ohlas ve veřejném prostoru: prezident Miloš Zeman na ní ukazuje holí na premiéra Bohuslava Sobotku. Ale žádná z fotografických variací zachycujících tuto politickou událost na Pražském hradě neměla estetické kvality, bylo to prostě zachycení okamžiku, který je kromě toho srozumitelný výhradně v české společnosti.

VeźmĚte si, Źe kdym Ź ve World Press Photo bodujĚ českĚ fotky, tak pouze se sportovnĚ tematikou. NapřĚklad prĚce Michaela Hankeho, kterĚ uspĚl ve World Press Photo jĚ dvakrĚt, mĚ sice atributy fotoreportĚže, ale on nepŮsobĚ jako Źurnalista a jeho fotografie primĚrnĚ nefungujĚ jako ŹurnalistickĚ materiĚl. Pan Hanke poŹle svou prĚci do soutĚže, uspĚje, ale nenĚ to nĚco, co by mĚlo Źhavost fotoreportĚže – nenĚ to spjato s nĚjakĚm aktuĚlnĚm dĚnĚm ani s konkrĚtnĚm mĚdiem, kterĚ by to neslo. ParadoxnĚ se jeho fotky ukazujĚ v mĚdiĚch aŹ ex post – kdym uspĚjĚ v soutĚži.

Zkuste dneska přĚjĚt do českĚ redakce a řĚct: tady jsem třĚ mĚsĚce fotila prostřĚdĚ, mĚm portfolio, nechcete z toho udĚlat osmistrĚnkovou reportĚŹ? Budou se na vĚs dĚvat tak, jak se teď vĚ dĚvĚte na mĚ, akorĚt si přĚitom budou Źukat na ěelo.

I kdym je tuzemskĚ role novinĚrŹskĚch fotografiĚ mĚnŹĚ, jakĚ vyvolĚvajĚ emoce?

To, co vĚm teď budu řĚkat, je odvozenĚ spĚŹ od historickĚch skuteĚnostĚ a z prostřĚdĚ, kterĚ nenĚ českĚ, jinak se zase vrĚtĚme do 60. let nebo do roku 1989, kdy v Ěeskoslovensku vznikaly fotky, kterĚ se promĚnily v urĚitĚ symboly onĚch udĚlostĚ. Jinak souĚasnĚ českĚ novinĚrŹskĚ fotografie ŹĚdnĚ emoce nevyvolĚvĚ. VypadĚ to sice jako bonmot, ale je to prostĚ skuteĚnost: stĚvajĚcĚ českĚ fotoŹurnalismus vyvolĚvĚ prĚvĚ takovĚ emoce, jako zde vyvolĚvĚjĚ slovnĚ informace o ěemkoli. Existuje omĚlanĚ slogan, Źe fotka vydĚ za deset tisíc slov, protoŹe dokĚže v publiku vybudit okamŹitĚ pohnutĚ, srozumitelnĚ apeluje. TakovĚ byl letoŹnĚ snĚmek utonulĚho otce s dĚtĚtem na mexicko-americkĚ hranici – ta fotka posĚlila debatu o tom, jakĚ situace na tamnĚ hranici je. KdeŹto tuzemskĚ snĚmky nynĚjŹĚho desetiletĚ nevyvolĚvĚjĚ debatu ani ohlednĚ tematiky, kterou ukazujĚ, ani ohlednĚ zpŮsobu, jakĚm to ukazujĚ.

Kdym fotĚte ve vĚlce umĚrajĚcĚho ělovĚka, tak kromĚ toho, co ta fotka ukazuje, se hodnotĚ etickĚ otĚzky snĚmĚnĚ. MĚ se to vŮbec fotit? NemĚ se to fotit? Jak se to mĚ fotit? Takhle se o tom tady spolu mŮžeme bavit teoreticky, ale za poslednĚch deset let zkrĚtka nenachĚzĚm v českĚm fotoŹurnalismu materiĚl, kterĚ by byl hodnĚ takovĚ vĚŹnĚ diskuse. NapřĚklad v roce 2002 v Czech Press Photo zvĚtĚzila fotka topĚcĚho se slona KĚdira bĚhem povodnĚ. Ta fotografie sama o sobĚ je podle mĚ

mizerná, nicméně aspoň vznikla debata, jestli má být oceněná pouze proto, že zachycuje událost, která v tom roce společností opravdu hýbala.

Kdybych to měla úplně obrátit, proč by měla novinářská fotografie vyvolávat emoce?

Protože novinářský obsah kromě toho, že přináší základní informace, to znamená odpovědi na otázky kdo, co, kde, kdy, jak a proč, tedy že by měl být věcně spolehlivý, faktograficky pravdivý a tak dále, tak má rovněž přinášet osobní postoje. Bez nich to nejde! Pokud se bavíme o textových formátech, mám na mysli publicistiku: komentář, glosu, sloupek, rozhovor, fejeton. Jejich obsah v sobě nese – nebo by měl nést – jedinečný osobní vklad autora. Jistě, prakticky jakákoliv zpráva rovněž obsahuje osobní vklad, ale u ní by měl autor být rozpuštěný ve faktech. Kdežto u publicistických žánrů, které jsem zmínil, by ten vklad měl být vysloveně autorský, subjektivní. A to samé platí pro novinářskou fotku.

Můžete mít samozřejmě záběr, který popisně zobrazí nějakou událost, ale s tím si prostě nevystačíte. Novinářská fotografie by v sobě měla mít energii osobního nasazení autora a případně také estetickou hodnotu. Estetická hodnota s sebou vždy nese emoci, nasazení pak téměř vždy také. Pokud nechcete publikovat studené popisné fotografie, tak nutně vzbudíte emoci, a není na tom nic špatného.

Pak je zde pochopitelně rovněž etická rovina; zda emoce nejdou proti smyslu zobrazované události. Představte si třeba, že dokumentujete na pohřbu a někdo se tam směje – a jediná zpráva, kterou o pohřbu veřejnosti obrazově podáte, bude ta, že se tam někdo potrhal smíchy. Je to možná absurdní příklad, ale snad ilustruje, co chci zdůraznit. Fotograf a editor by měli nakládat s obsahem tak, že nedochází k vyslovené a úmyslné manipulaci. Pokud se splní toto kritérium a zároveň jsou novinářské fotografie vizuálně působivé, tak je logické, že vzbuzují emoce.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Je to žádoucí. Když snímek žádnou emoci nevzbudí, zůstává jen u nějaké „tupé“ popisnosti. Otázka je, co vnímáme pod fotožurnalismem a obecně žurnalismem jako

takovým. Vnímáme jen tu chladnou, věcnou informativní stránku? Anebo vnímáme, přesněji řečeno vyžadujeme, i estetickou, tudíž emotivní stránku té profese?

Když fotograf drží v ruce foťák, přemýšlí o tom, jakou emoci chce vyvolat?

To je naprosto individuální, každý to má jinak. Přesto si dovolím určité zobecnění. Fotograf přemýšlí v okamžiku expozice hlavně o tom, jak je obraz před ním poskládaný v hledáčku nebo na displeji. Při cvaknutí spouště programově nepřemýšlí nad emotivním vyzněním. Při focení si před oči postavíte „bránu“ hledáčku nebo displeje a do určité míry se focenému dění odcizíte; posuzujete v tom okamžiku obraz především po technické stránce. Říkáte si třeba: měl bych to mít ostré, tady abych neuřízl hlavu, tady bych měl nechat vysoké nebe a podobně. Ale nelze zase tvrdit, že novinářští fotografové s emotivním působením snímku vůbec nepočítají, to tedy určitě ne.

Z jakého důvodu chce fotograf svou prací vyvolat emoci?

Ta motivace se nedá shrnout do dvou tří vět. Motivací je skoro tolik, kolik je fotografů. Jsou fotografové, kteří samozřejmě fotí s tím, že chtějí takzvaně udělat pecku, že programově exponují výbušnou fotografii. A pak jsou fotografové, kteří nad tím takhle nepřemýšlejí a teprve časem, později, při prohlížení zjistí, že kdysi exponovaný záběr má emotivní kvalitu.

Proces focení je do určité míry nevědomá činnost. Dříve to bylo podmíněno i tím, že jste čekala, než nafocený materiál vyvoláte. Dneska se můžete podívat na displej okamžitě, nicméně focení i tak zůstává určitou alchymií. Ostatně německá firma Leica vyrábí přístroj, který je sice digitální, ale nemá displej – právě proto, aby se moment onoho tajemství, toho otisku reality do světlocitlivé vrstvy, uchoval. Když se totiž díváte na dnešní fotografie, tak vesměs udělají „cvak cvak cvak“ a okamžitě se dívají na displej, jestli to tam takzvaně mají. To je fakticky ruší od práce a často jim pak unikají důležité věci, protože místo toho, aby sledovali dění, tak si prohlížejí displej.

Můžete uvést fotografa, který si uvědomuje, že jeho fotky vyvolávají silné emoce?

Z českého fotožurnalismu myslíte?

Třeba.

Jan Šibík. Nicméně on se postupně od válečného dokumentování z různých důvodů, do nichž třeba ani nevidím, odklonil. Nebo Antonín Kratochvíl, který byl vázaný na americké prostředí, ale přestěhoval se do Česka a čím dál víc je zapuštěný v místním prostředí. Z „čistokrevných“ Američanů mohu jmenovat Jamese Nachtweye, asi nejslavnějšího válečného fotografa posledních dekád.

Je nutné si uvědomit, že většina těchto diskuzí se týká pouze novinářské obce, tedy velmi úzkého výseku lidí. Nenastávají zde diskuze, jež by přesahovaly novinářskou obec. Ptáte-li se, zda se tady nyní vyskytují fotografové s celospolečenským dopadem, tak tvrdím, že ne. Myslím si, že v české popřevratové době tohle po určitý čas nejvíc splňoval Šibík.

Myslíte, že fotografii zase čeká vzestup?

Nečeká. I když: takhle se to vlastně nedá říct, protože pokud tady dojde k nějakým neblahým skutečnostem, kupříkladu k nějakým katastrofám, ať způsobeným přírodními živly, anebo lidskou činností, tak se může stát, že novinářské fotografie zase dojdou někdejšího společenského dosahu.

Je potřeba si ještě říct, že klasický fotožurnalismus, k němuž se náš hovor nejspíš vztahuje, jako takový stál na svém historickém vrcholu v 50. až 80. letech minulého století. A to se tehdy netýkalo, jak známo, Československa, nýbrž svobodného světa. Když Československo, potažmo Česko konečně získalo skutečnou svobodu, tak význam fotožurnalismu začal být právě na ústupu, protože mu bralo půdu pod nohama kontinuální televizní zpravodajství. Neboť celý ten „úpadek fotožurnalismu“ se globálně datuje právě od chvíle, kdy se spustily zpravodajské čtyřicetihodinové kanály. Velkorysé zázemí pro vytváření novinářského obsahu dostávaly daleko spíše televizní štáby než fotografové. Bohaté obrazové časopisy postupně ztrácely na síle.

Do jaké míry je vnímání fotografií subjektivní záležitostí a do jaké míry je kulturně podmíněné?

To nelze oddělit. To, jak vnímáte svět, je do značné míry ovlivněné právě tím, do jakých vizuálních obrazů jste se narodila a v jakém vizuálním módu se pohybujete. Když to zase pro ilustraci ad absurdum přeženu: buď se narodíte do hippies kultury, kde půl roku chodí lidé nazi, anebo se narodíte do muslimské rodiny, v níž vládnou nejpřísnější pravidla a jako dívka byste se tam musela zahalovat, aby vám nebyla vidět ani předloktí. Obrazy pak nutně vnímáte pod vlivem těchto kulturních vzorců, v nichž jste vyrůstala a v nichž se pohybujete. Vždy to čtete optikou, která je do značné míry vybroušená kulturním a historickým kontextem.

Kromě toho na vnímání mají vliv obecně civilizační pohyby: čím víc jsme zahlceni fotkami a obrazy vůbec, tím méně jsou lidé schopní rozlišovat vizuální kvality. Vizuální kvalita v určité závaznosti přestala platit: neuznává se „nízko“ a „vysoko“ – všechno je na jedné úrovni mimo jiné kvůli rozvoji telefonního focení. Když lidem ukážete kvalitní, ale nepodbízivou, nelacinou fotku, tak většina ani nepozná, že je taková, protože oni si přece pěkně vyfotili něco telefonem a olajkovalo jim to hafo přátel, tak co vy jim budete povídat o kvalitě?! Kolik jste vy měl(a) lajků?! Nastala drasticky demokratizující fáze procesu, který před sto lety spustila fontána Marcela Duchampa: pánská záchodová mušle se tehdy pootočila, ocitla v galerii a stala se uměním; a dnes už není třeba rozvracečských, vysoce intelektuálních osobností Duchampova typu. Nyní tuhle roli získá každý majitel telefonu.

Existuje tedy nějaký způsob, jak dnešní publikum vtáhnout, jak je zaujmout? Co by dnešní český fotograf musel udělat, aby se o jeho fotkách mluvilo a aby byly zapamatovatelné?

Po pravdě: nevím. Když se však budu snažit k vaší otázce přistoupit co nejkonstruktivněji, tak řeknu, že dnešní český fotograf by si měl najít téma, které ve společnosti rezonuje. A když pro své fotky nenalezne redakci, která by něčemu takovému věnovala pozornost, tak ať své fotky vystaví nebo prezentuje jakýmkoliv jiným způsobem, když je přesvědčený, že ty fotky stojí za nějakou diskuzi.

Podněcují fotografie na základě svého emocionálního podnětu k aktivitě?

Takový potenciál fotografie mají, je ostatně historicky ověřený. Viz například hladovějící děti z Biafry v 70. letech minulého století. Skrz fotku si můžete uvědomit,

že existuje problém, o němž jste dosud nevěděla; je to i jeden z cílů fotožurnalistické činnosti. Ale v souvislosti s tím, co jsem vám tu říkal předtím, si myslím, že je strašně těžké toho dosáhnout v tuzemských podmínkách.

A mohou naopak dnešní fotografie vést k emocionální otupělosti?

Mohou. Souvisí to s tím, o čem jsme se bavili před chvílí: ztrácí se hierarchie, panuje absolutní relativismus. Dneska stačí říct: Nepotřebuju vám nic zdůvodňovat, mně se to prostě líbí.

Kdyby lidé nebyli vystaveni takovému množství obrazů; kdyby byla, úplně teoreticky, zavedena nějaká cenzura, byla by ta emocionální otupělost menší?

Nevím. Vezměme si dnešní Čínu. Panuje tam cenzura, lidé jsou sledováni i prostřednictvím vyspělých digitálních technologií, ale zároveň jejich země vyrábí ty nejkvalitnější (foto)mobily, s nimiž jejich občané cvakají jak šílení. Cenzura, pokud se nepohybujeme na úrovni KLDŘ, je dneska takového charakteru, že vám přísun informací omezí, ale nezastaví – pořád máte ke konzumaci dost informací, „akorát“ nemáte k dispozici některé ty podstatné. Kvantita zahluší nežádoucí obsah, ale neznamená to, že vizuálně hladovíte. Víím, nejspíš máte na mysli to, že kdyby se politicky shodně utáhly šrouby, tak by lidé zase začali hledat dvojsmysly v knihách, ve hrách, v obrazech, ve filmech, v hudbě, ve fotografii. To by zřejmě nastalo. Nedělám si sice žádné iluze o tom, že demokracie tu bude navždy, ale pokud se vrátím do námi žité reality, tak si nemyslím, že v dohledné době by se natolik změnilo paradigma přísunu vizuálních informací, že by docházelo k nově zjištěnému čtení obrazů.

Cítíte na sobě, že jste emocionálně netečný – třeba i kvůli tomu, kolik toho musíte denně sledovat při práci?

Těžká otázka. Fotky z vietnamské války, které mi v 60. a 70. letech ukazoval táta, když jsem byl ještě dítě, si pamatuji dodnes. Ale to je spíš takový imprinting, první otisk, který se v dospělosti už těžko vyskytuje. Do paměti mám ovšem vypálené i některé Nachtweyovy fotky, které jsem viděl poprvé, až když jsem byl dávno zaměstnaný. Myslím, že jistou profesní otupělost v sobě s věkem už celkem logicky mám, ale zároveň doufám, že mi ještě zůstala schopnost „dívat se“ a divit se.

Při editování webu Artzona.cz pracuji s fotografiemi z divadla, hudby, výtvarného umění, filmu, televize, literatury, takže běžně nepřicházím do styku se zpravodajskou agenturní produkcí fotek, nesleduji tisíce záběru z demonstrací, které poskytuje ČTK, Reuters nebo AP. Mně přijde nejvíc okoralá samotná fotoprodukce agentur. Pokud projíždíte jejich obrazové zpravodajství, například snímky z demonstrací v různých zemích, vyhlížejí jedna jako druhá. Ale když vidím fotku člověka, který byl zabit násilnou smrtí, pokaždé mě to zasáhne. A ještě jedna korekce: pokud se zajímáte o svět a pokaždé si zjistíte, co fotka, kterou máte před sebou, chce říct, jaké jsou souvislosti zaznamenaného dění, tak to je určitá obrana proti okorávání. Protože k okorávání dochází vinou toho, že fotku redukuje pouze na obraz, jenž není součástí širšího sdělení.

Jsou fotografie pro příjemce médií zdrojem rozptýlení?

Za posledních zhruba dvacet let prošlo fotografické médium dramatickou, historicky nejspíš bezprecedentní proměnou. Profese ztratila společenský kredit a fotka je v médiích – přinejmenším v ČR – používána jako spotřební produkt, nic víc. Étos, který v podloží všech vašich otázek cítím, je pryč. Tedy v české novinářské fotce určitě.

A v té světové?

Ve světové to ještě pryč není. Viz zmíněný snímek exponovaný na americko-mexické hranici.

Máte ještě nějaké další relevantní informace k tématu?

Relevantní informace, či lépe řečeno poznámka k tématu je jednoduchá: porovnejte si společensko-politicko-kulturní magazíny české produkce z roku 1998 a 2018. Porovnejte si, kolik měly redakce fotografů tenkrát a jaké fotografie publikovaly a jak je tomu nyní.

Příloha č. 4: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Milanem Jarošem

Poprosím vás, abyste se krátce představil.

Jmenuji se Milan Jaroš a pracuji jako fotoreportér v časopisu Respekt.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

To je obširná otázka. Nevím, jaká je role fotografie ve společnosti. Já vím, jaká je role fotografie v Respektu, a o tom mohu něco říct.

Jaká je role novinářské fotografie jako součásti mediální produkce? Můžete to vztáhnout na časopis Respekt.

Poměrně důležitá, protože časopis je textový i obrazový, vychází v printu i digitálu. Fotografie doprovází rozhovory a reportáže i analytické eseje a články.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají nebo mají vyvolávat novinářské fotografie? Jestli pozitivní, nebo negativní a kdybyste mohl udat nějaký příklad.

V deníku nebo časopisu má novinářská fotografie různé podoby, ať už je čistě zpravodajská nebo doprovází psané reportáže o událostech, místech či fenoménech či má roli ilustrativní. Fotím obrazy ke článkům, které již byly napsány a je na mně, abych je nějak interpretoval. Mohou to tedy být volné fotky, které ne zcela souvisí obsahově, jako spíš tematicky nebo nějakou atmosférou a náladou. Má to spoustu podob.

Pokud píše redaktor text a potřebuje fotky, které budou korespondovat s náplní a emocí uvnitř toho textu, přemýšlíte nad negativním nebo pozitivním nábojem fotografií dopředu?

Myslím si, že nad tím nelze dopředu přemýšlet, jestli tam je ta negativita nebo pozitivita, musí pouze s textem korespondovat. Je to obraz a musí vás vtáhnout a být přitažlivý atmosférou a obsahem. Fotka je utvářena spoustou ingrediencí a je to trochu chemie, ale dopředu si nelze říct, jestli to bude pozitivní nebo negativní. V Respektu to funguje tak, že se většinou k politickým tématům přidávají aktuální

fotky dění, které se toho týkají. Kupříkladu, když se píše článek o kampani Andreje Babiše, jezdí se s ním po mítincích a fotí se. Pak se ale třeba píše téma o ěře Andreje Babiše, kterou má text mapovat, a pak se používají archivní fotky, takže fotky, které Respekt pro daný text nevyužije, využije v budoucnosti. To záleží na editorovi, ale fotky se vybírají v nějaké shodě. Ale doopravdy to není tak, že bych si dopředu řekl – tohle je syčák, tak k tomu dáme negativní fotku a u jiného naopak.

Říkáte, že to, jaký dojem či emoci vyvolává daná fotka, je relativní?

Je to hrozně relativní, protože nevím, jak je měřitelné to, jaké emoce fotografie vyvolává. Podle sociálních sítí to nelze určit. Na síti máte všechny emoce. Každý má na danou věc svůj názor a jinak ji interpretuje. Lidé sdílejí příspěvky často v jiném kontextu, buďto s ním souzní, či nesouzní, ale to vy nevíte. Stejně je to s tím, když někdo článek komentuje, aniž by ho četl, a soudí dle titulku nebo fotky. Je to těžce měřitelné. Při výběru fotky se řídíme jen našimi názory, která fotka je ta pravá, ale já se nikdy nedozvím, jestli to vzbudilo emoce a jaké. Ale nějakou odezvu mám.

Vzpomněl byste si na nějaké příklady, kdy vaše práce vyvolala alespoň většinově pozitivní nebo negativní emoce?

Leckdy se to ani moc netýká těch fotek. Během uprchlické krize v roce 2015 jsme psali reportáže o vzrůstu populistických stran a buďto v diskuzích pod článkem či ve zprávách na Facebooku byly ty reakce dost nevybíravé. Pár lidí mě chtělo inzultovat, ale spíš to bylo spojené s názory časopisu, ne s fotografiemi. Když byla nedávno demonstrace Milionu chviliek za demokracii na Letenské pláni, vznikla z ní fotka, která se stala virálem na Twitteru a Instagramu, tak na to lidi psali nějaké odezvy. A zase to má dva póly – buďto vám strašně fandí, anebo se to zvrhne v hatespeech a nazvou vás „sluníčkářem“, „havloidem“ nebo „bakalovcem“ a že to stejně nikam nevede a že se ulice snaží svrhnout režim. Zároveň mám možnost jen nahlédnout do bubliny mého feedu. Ale dejme tomu, že vzbudila pozitivní emoce.

Čili žádná fotografie nemůže vyvolat stejnou emoci u všech lidí?

Asi to dnes takhle nejde, protože doba se změnila tím, že sociální sítě umožnily lidem být sami editorem kontextu fotografie ve smyslu positivity nebo negativity. Jestli se tomu vysmíváte, nebo to berete vážně. Jaroslav Plesl, šéfredaktor Mladé fronty, asi

sdílí spoustu článků z Respektu, ale proto, že se jim vysmívá oproti jiným, kterým to přijde důležité a je to pro ně pozitivní.

Jak novinářské fotografie vyvolávají emoce?

Protože fotografie mají emoci ve své DNA odjaktěživa. Fotografie je zastavený okamžik, který obsahuje spoustu věcí – estetiku, vzpomínku, emoci, událost, akci. I nejbanálnější fotka pro mě znamená emoci. Ve spojitosti s textem se emoce znásobí. V tom je pro mě časopis skvělý.

Jaké nástroje využíváte, abyste emoci zakonzervoval ve fotce?

To je těžká otázka, je to spíš intuitivní ve spojení se zkušeností. Vy na nějakém omezeném prostoru musíte vyprávět ten příběh. Klasická novinářská fotka v sobě musí mít informaci – tady a tady se stalo to a to v ten a ten okamžik. Já si můžu dovolit víc. Za ten týden už všichni vědí, co se stalo, ale může v tom být to, jak to cítím já a jak se to dotýká mě. Může to být estetika, anebo chladná informace a jde si s tím hrát a to mě baví – je tam prvek mojí svobody.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Opět – podle mě ano.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem?

Je to jeden z důvodů – aby vyvolaly emoci.

Uvědomujete si při své práci, že tyto emoce ve čtenářích vyvoláváte?

Uvědomuji. Dostávám zpětnou vazbu od čtenářů a čtu si komentáře.

Máte příklady fotek, u kterých byla nečekaně velká odezva, ať už pozitivní, či negativní?

Spíš dostávám pozitivní. Čtenáři Respektu mají ve zvyku psát mi jen tehdy, když se jim něco hodně líbí. Psali mi naposled k té fotce Milionu chvilek pro demokracii nebo k portrétům lidí ve speciálu Respektu s rozhovory. Pak mi píší lidé k tématům, která se jich dotýkají – psychologie, lidé na okraji společnosti, hendikepovaní atd. Pak lidé

reagují i na politické fotografie. Nevzpomenu si na žádnou konkrétní, ale kdyby se třeba ta fotka týkala Babiše nebo Zemana, tak na ně reagují.

Měli jste v redakci nějakou názorovou při o vaší kreativě ve smyslu, že subjekt byl zobrazován příliš negativně nebo i pozitivně?

Probíhají pravidelně, jsou namístě a týkají se většinou textů spojených se Zemanem nebo Babišem, protože to jsou postavy, které budí nejrozporuplnější emoce. Hodně se o nich píše a je tedy možné je zobrazovat tak, aby vypadaly blbě, protože Zeman je nemocný, starý člověk, který má problémy s mimikou, a dá se celkem snadno zachytit v nelichotivém okamžiku. Snažíme se tomu hodně vyvarovat. Když byl Schwarzenberg aktivní politik, tak měl ty jeho mikrospánky a lidé se těmito situacím posmívali. Stejně tak Zemanovi padá obočí a má zvláštní mimiku, která vzbuzuje různé emoce a potom ho shazuje. Když to řeknu úplně otevřeně – když z někoho uděláte vola, v textu se potom těžko vysvětluje, že jste nechtěli říct, že je to vůl, ale jen dělá něco špatně.

Čili u lidí, kteří jsou již ve společnosti jasně charakterizovaní, se držet zpátky?

Spíš být rozvrstvený nebo zajímavý, protože udělat obludu ze Zemana je fakt snadný. Stejně je to u Babiše, který se pořád mračí a je snadné z něj udělat stoprocentního zlouna. Ale není to autocenzura. A netýká se to zpravodajství. Když na Zemana, který jde právě kurně ve volební místnosti, vyběhne obnažená aktivistka Femenu a Zeman začne padat, pak nemám v sobě jedinou záklopku tohle nezobrazovat. Týká se to té akce a jak u toho Zeman vypadá, absolutně neřeším. Děje se to veřejně známé osobě ve veřejném prostoru. Je to politika a je to součást jeho veřejného života.

A co se týče pozitivních osobností ve společnosti, musíte se držet zpátky, abyste je nezobrazil jako mesiáše?

U osob, které nejsou takto kontroverzní, tak naprosto ne. Já se snažím fotit tak, aby to nebyla sebe prezentace těch lidí. To dělal hodně pan Horáček. Hodně se hlídal a měl vedle sebe Robina Kvapila, který o něm točil dokument a radil mu, jak se chovat, aby vypadal dobře. V těchto případech se snažím, aby ti lidé vystoupili do reálného života. Někdo je zastaví na ulici, zařadí je do kontextu a přinutí je dělat činnost,

kteřou nejsou zvyklí dělat. V ten okamžik se vůbec nekontrolují, jestli u toho vypadají dobře nebo špatně, a to je pro mě zajímavé.

Hledat lidskost za PR obrazem.

Třeba pan Drahoš byl extrémně těžký, i když se ho jeho tým snažil polidštit, tak byl hrozně kožený a nepřirozený. Horáček a Hilšer tohle uměli skvěle. Politika je neúprosná. Na ulici vás zastavují lidé a buď vám fandí, anebo nadávají. Na to musíte nějak reagovat. Babiš je mistr v tom, že umí odrážet kritiku a přijímat chválu.

Jaký je váš názor na to, že fotografie vyvolávají silné emoce?

Je to tak správně. Pokud vyvolávají emoce a nejsou zapomenuté, je to skvělé.

Do jaké míry je vnímání fotografií a emoční reakce na ně subjektivní a do jaké míry kulturně podmíněná vzhledem k prostředí, kultuře, vyznání, hodnotám daného člověka?

Subjektivní je to z podstaty věci, že kdyby dva lidi fotili to samé a jeden kopířoval druhého, úhel pohledu je jiný a okamžik také.

A to jak na straně fotografa, tak i čtenáře?

U čtenáře o to víc, protože ten u toho nebyl a vnímá jen tu emoci v té fotce. A co se týče kulturní podmíněnosti, je to velmi podmíněné. Když posuzujete nějaký obraz, tak si do toho promítáte vlastní zkušenost a to ve vás vyvolává celkový vjem.

Fotograf z Česka a fotograf z Blízkého východu budou jinak zobrazovat informaci ve fotce a jinak ji stavět?

Myslím, že jo, když se to vezme takhle zeširoka. Kdyby Čech přijel fotit na Blízký východ, tak to bude vypadat jinak než od blízkovýchodního reportéra. Má to dvě roviny – buď jste zaujatý jinakostí toho prostředí, anebo máte to čerstvé oko, pro které to není osobní. Stejně to může být i naopak. Pro mě bylo vždycky hrozně zajímavé, když přijeli sem fotografové z ciziny. Podívejte se na fotky zahraničních fotografů z roku 1968 nebo i 1989, čeho si všímali oni. Něco jim může unikát, ale je to zajímavý pohled.

Jak může fotografie čtenáře vtáhnout nebo apelovat na jejich emoce?

Může formou, zvolením ohniska, použitím blesku, postprodukcí, ale i obsahově – co z té události vyberete. Je to na vás a vy jste editorem emoce.

Nakolik přemýšlíte nad estetikou, když přímo fotíte?

Když jsem začínal fotit, byl jsem strašně fascinovaný, že do rámečku fotografie jde skutečně něco vtěsnat. Byl jsem fascinován estetikou a kompozicí až tak, že jsem byl na FAMU při konzultacích upozorněn na to, že to je moc vidět. Fotografie je takový automatismus. Něco vidíte a zaujme vás to, tak to vyfotíte. Čím méně dopředu na to myslím a nezapínám ten mozek, tím to jde líp. Když vymyslím nějaký záběr dopředu, dopředu to nemůže fungovat, protože realita takhle nefunguje, je nepředvídatelná.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení ve čtenáři aktivitu?

Určitě jo. To je další součást DNA fotografie. Stejně jako záznam emoce je to přenos nějaké informace o tématu. Fotil jsem pro Člověka v tísni v Barmě, fotil jsem pro charity ohledně vozíčkářů či paliativní péče a ty fotky byly využívány ve prospěch třeba crowdfundingových kampaní. Je to součást síly fotografie.

Čím je dokázkou takhle vybudit?

Svou přímočarostí. Jednoduchými emocemi. Fotografie náklad'áku, který převážel uprchlíky a ve kterém se udusilo asi čtyřicet lidí na maďarské dálnici kvůli lidské liknavosti, ve své jednoduchosti vybudí emoce. Když jsme u uprchlické krize, tak fotografie utopeného kluka u tureckého pobřeží v lidech něco musí vzbudit. Fotografie psího spřežení běžícího po tajícím ledu v Grónsku s lidmi hýbe a environmentální téma se začne více probírat. Fotografie má sílu spustit debatu a to je podle mě skvělé.

A naopak, mohou novinářské fotografie vzbuzovat emocionální otupělost?

Asi u nějaké části společnosti ano. Může způsobit únavu, když vidíte tisíckrát za den uschlý strom. Tak vám začnou být uschlé stromy jedno. Každopádně jde o spouštěč debaty, jako u toho psího spřežení, mluvilo se o nejteplejším létě v historii Grónska

a o tom, jak obrovským tempem ubývá led. Může to fungovat na obě strany, ale důležitý je spíš ten spouštěč debaty.

Mohou fotografie s ohledem na jejich emocionální působení odvádět pozornost příjemce médií od textu?

Určitě mohou. Text může podpořit, nebo ho destruovat to, že budou o něčem jiném a bude ho to posouvat někam jinam.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií v dnešním digitálním světě?

To je spíš otázka na nějakého psychologa nebo editora. Já teď čtu knihu Cesta k nesvobodě od Timothyho Snydera a vypráví v ní historku z roku 2010 o narození jeho dítěte. On o tom rozeslal mail svým kamarádům a nečekal na okamžité reakce. Dnes, v době smartphonů, to rozešlete po sociálních sítích a čekáte na reakce. Dostal se k mailu až další den a zjistil, že v ten samý okamžik, kdy mail odeslal, jeden z těch přátel zemřel v letadle směr Smolensk. Co tím chci ilustrovat, je to, že se strašně změnil způsob chování. My ty fotky vysíláme do světa hned, protože zpravodajství funguje už jen on-line a editace se odehrává v momentu. Nemůžete nad tím téměř přemýšlet a musíte vyslat tu jednu fotku. Zároveň se ta fotografie drží na webu jen velmi krátce, protože je okamžitě přebita další. Těch zpráv podobného charakteru vnímáte takové množství, že vám pak začínají splývat. Já nevím, co to dělá s lidskou psychikou, ale vím, že ty fotografie jsou často zaměnitelné, což způsobily sociální sítě.

Příloha č. 5: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Alžbětou Jungrovou

Čemu se momentálně věnujete?

Teď se živím převážně komerční fotkou. K tomu dělám dlouhodobé časosběrné dokumenty, fotím akty, módu, portréty... Teď jsem v období, kdy dělám všechno, a ono z toho vždycky časem vykrystalizuje, kam budu směřovat.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Je ještě nějaká role novinářské fotografie ve společnosti? (smích) Ne, tak samozřejmě kvůli sociálním sítím, fake news a všemu tomuhle je menší. Dřív foťák mělo pár lidí, teď všichni všechno nafotí nebo natočí na telefon. Což je samozřejmě pro zpravodajství skvělý, cokoliv se kdekoliv děje, někdo tam je a dokumentuje to, to dřív také nebylo. Trošku tím ale upadá kvalita. Otázka je, jestli zpravodajství, žurnalistika potřebuje kvalitní fotografii nebo jestli je to záležitost magazínů.

Kvalita jde sice dolů, ale dosah je na druhou stranu nesrovnatelný s tím, co bylo předtím.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Celé se to změnilo kvůli internetu. Tím, že většina médií teď přešla do on-linu, video smázlo fotku. Lidé jsou líní, ideální je dát jim video a pod to voice-over, který jim řekne, co se stalo. Myslím, že budou muset vzniknout nové platformy pro dokument nebo kvalitní reportáže, to už rozhodně nebudou noviny.

Dokáže video fotku zastoupit dostatečně, nebo bychom se měli vrátit k fotce?

Noviny jsou informační kanál, není to umění. Měly by lidi informovat o tom, co se děje, co možná nejatraktivněji a nejrychleji. Dobré video a dobrá fotka jsou v pořádku, špatné video a špatná fotka už je horší. Záleží hodně na kvalitě sdělení.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Jaké vyvolávají v lidech, netuším.

Vyvolávají fotky vůbec emoce?

Ale jo, jsou fotky, které to dokážou, stejně tak videa. Spíš je problém v tom, že jsme otupělí, protože už jsme všechno viděli. Kdyby moje babička viděla dnešní noviny, tak podle mě omdlí z násilí a brutality, protože dřív se to tímhle způsobem neukazovalo. Celé se to bulvarizuje, čímž fotka podle mě ztrácí na dopadu na čtenáře, protože jsme přehlčení.

Myslíte tedy, že fotky, které dřív vzbuzovaly šok nebo strach, dnes nic podobného vzbudit nemusí?

Ne, že nemusí. Ono už to tak není. Děti hrají od 3 let hry, ve kterých se navzájem střílí a vidí, jak se tam rozstřílí tělo. Půlka dětí kolem 10 let to (násilí) bere jako počítačovou hru. My jsme hráli Super Maria a skákali přes houbičky.

Měli by se novináři stále snažit zachytit a vzbudit v lidech emoce?

Každý fotograf, ať už novinový nebo umělecký, se snaží v lidech vyvolat emoce. Otázka je, kolik je ještě těch, kteří se tím opravdu mohou živit. Média berou kohokoliv, hlavně že je to vyfocené. Myslím, že ubývá na nárocích na dobré fotky, stejně jako ubývá dobrých fotografů, kteří se tím dnes dokážou živit.

Proč by měly novinářské fotografie vzbuzovat emoce?

Asi by bylo smutné, kdyby v nás už emoce nevzbuzovaly. Samozřejmě bychom měli mít nějaký soucit s tím, co se děje, nějakou empatii.

Je tedy záměrem dobrého fotografa zachytit emoci?

Ono se to takhle nedá naplánovat, když jdete něco fotit. Asi je také rozdíl v tom, zachytit emoci a nějakou emoci fotografií předat. Každý, kdo fotí, se o oboje snaží, to je princip té práce. Ale samozřejmě by měla být primární věc přenést emoci na diváka.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí,

ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Věřím tomu, že většina věcí je subjektivních, objektivních je velmi málo, a i ty můžeme zpochybnit. Každého se dotkne něco jiného. V globálu asi můžeme říct, že většina lidí zareaguje na umírající dítě, protože doma má děti nebo k tomu má nějaký vztah. Ale samozřejmě pokud to uvidím v novinách každé ráno, tak na to taky reagovat nebudu.

Pokud je fotografie dobrá, jak jste říkala, může příjemce také vtáhnout do děje a apelovat na něj?

Jo, to stoprocentně. Za ta léta, co jsem dělala v novinách, se to i párkrát stalo. Spousta těch věcí dokáže člověka i zapojit, třeba tak, že dá peníze na dobrou věc, pomůže po záplavách, dobrovolničí...

Je toto cílem fotografů, nebo spíš vedlejším efektem?

Myslím, že všichni chceme být dobří fotografové, a když jsme to začali dělat, tak jsme do toho nešli s tím, že spasíme svět. Ale samozřejmě když se to stane, je to strašná radost pro autora fotky. Primární ambice je tedy asi být dobrý.

Jak byste vůbec definovala dobrého fotografa, co je cílem fotoreportérů?

Můžou to být ceny ve fotosoutěžích, že se člověk někam vypracuje... Úspěch je asi měřitelný penězi, uznáním, oceněním.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Doufejme, že to tak daleko nedorazí. Ono se to tedy netýká jen fotografie, ale třeba i filmu. Tohle je období dekadence, kdy už nikdo nevíme, kam to posunout dál, tak se snažíme jen šokovat a to je konec nějakého období. Počkejme si, co přijde potom. Možná to bude virtuální realita, já nevím, ale někam se to musí otočit. Doufejme jen, že předtím nestihneme úplně otupět vůči všemu a všem.

Když jste narazila na to šokování – o co se snažíte vy, když fotíte třeba nějaký dokument?

Ono u časosběrného dokumentu moc nejde šokovat. To je jedna z disciplín, kde si na ten šok nehrajeme. Jde o výpovědní hodnotu změny té doby, lidí, míst, což v dokumentu dává strašný smysl. Já vždycky říkám, že války, povodně, požáry budou vypadat vždycky stejně, kdežto společnost se mění a je smysl v zaznamenávání, jak se mění. Když se dívám na sto let staré fotky nebo na fotky prababičky, stejně mě nejvíc zajímá, jak ti lidé žili, jak se oblékali, jak se bavili, a to je to, co se dnes tak strašně hýbe.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Jsme zpátky u toho, že lidé jsou líní číst. Já sama jsem si tištěné noviny nekoupila x let, všechno si přečtu na internetu a tam je to uspořádání také jiné. A vsadila bych se, že 98 procent lidí si nejprve pustí video nebo prohlédne fotky, a až když je to zajímavá, tak si přečtou článek. Obrazovým doprovodem vlastně vyselektují, co je zajímavá.

Neměli by se tedy fotografové snažit hlavní informaci předat už ve fotce?

Fotka by vždycky měla nést obsah, neměla by být ilustrační, pokud se jedná o události. A nemyslím, že se o to fotografové nesnaží. Spíš bych litovala písíci novináře, většina lidí si opravdu nečte text, stačí jim fotky, maximálně popisky pod nimi.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

To si asi povíme za dvě generace. Lidé třeba budou žít ve virtuální realitě a budou se mít líp, nevím. Možná bychom si tím ušetřili spoustu válek, protože by se lidé vybili doma. Ale já pořád nepatřím mezi generaci, která v tomhle vyrostla. Vyrostla jsem na Československé televizi a zprávách jednou za den. Nevím, jak dnešní děti kvůli internetu vyrostou. Ale zase myslím, že kdybychom se na to samé zeptali našich prarodičů, taky by řekli: „Kam ta

mládež spěje,“ a říká to každá generace na tu další. Vyvíváme se a pokaždé to nějak dopadlo.

Soucit a empatie jsou ale strašně důležité. Vezměte si teď Nabarvené ptáče, to jsou tři hodiny filmu, kde někdo někoho týrá, a já si říkám, proč se dívat na příběh dítěte, které tři hodiny trpí a já trpím s ním a zbytečně. Už je to tak strašně brutální, že to ztrácí smysl, i když je ten film nádherně udělaný, a to si myslím, že je ještě horší kontrast. To samé třeba Revenant. Kde to má hranici? Těžko říct.

Chcete něco sama doplnit, máte nějaké další relevantní informace k tématu?

Podle mě už od první fotky lidé řešili, co ještě etika je a co už je za hranicí. Každý ale v sobě etiku máme nastavenou sám, takže to, co pro jednoho je etické, pro jiného není. Je to podmíněné tím, v čem vyrůstáme a v čem jsme vychovaní, a pakliže dnes děti vyrůstají na videohrách, hranice budou mít jinde.

Pak také jde novinářská fotografie do pr*ele, a to nechci být hnusná. Podle mě budou časopisy jako Reflex, The New York Times a podobně, které si udrží standard kvality a lidi si to budou kupovat, protože si budou chtít prohlédnout dobré fotky, ale na internetu bude všechno jenom informační s tím, že ani nevíme, jak moc to je nosná informace a co není.

Příloha č. 6: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Kateřinou Malou

Čemu se momentálně věnujete?

Ve volném čase ještě občas fotím, ale spíš ve výtvarnějším pojetí fotografie.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Má ji v době internetu, sociálních médií, televizí a všeho samozřejmě těžší než dřív. Prostor je tak zahlcen informacemi, že role fotografie je těžší, než když byla jediným vizuálním prostředkem, který sděloval, co se děje ve světě. Pořád si ale myslím, že je důležitou součástí médií.

Jakou má tedy roli právě v rámci mediální produkce?

Záleží na typu média. My v Respektu se snažíme o to, aby měla srovnatelnou funkci s textem, někdy i větší, když jde třeba o fotoreportáž. Někdy má třeba jen doplňující informační funkci k textu. V některých médiích ji používají samozřejmě i jen tehdy, aby tam nebyl pouze text.

Když jste narážela na to, že dnes je těžké poznat silnou fotku, není to tím, že jich je méně?

Nemyslela jsem, že by dřív bylo více silných fotek, ale že byly exkluzivnější. Také se spíše dostaly k divákům, a měly tudíž větší dopad. Dnes v té záplavě fotek tak nevynikají.

Jak byste srovnala úroveň české fotografie se světovou?

Záleží na médiích. Máme dobré novinářské fotografy a reportéry. Oproti světovým médiím máme ale menší finanční možnosti na to, abychom posílali reportéry do různých míst po světě, do různých konfliktů. Fungují agentury, které tam jsou, takže reportéři mají méně možností někde strávit více času a přinést exkluzivní materiál.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Můžou vyvolávat všechny možné druhy emocí – od smutku, radosti, naštvaní až po deprese.

Proč (z jakého důvodu) vyvolává novinářská fotografie emoce?

Vyvolává je asi jako každé vizuální umění. Také záleží na tom, jestli je určena k tomu, aby vyvolávala emoce, a na tom, co je na ní zobrazené, jak je fotka kvalitní... Některá fotografie emoce třeba vůbec nevyvolává. Záleží i na příjemci. Třeba reportážní fotografie by ale nějakou emoci asi měla vyvolávat.

Je žádoucí, aby novinářská fotografie vyvolávala emoce?

Ne nutně. Záleží, k čemu je určena, k jakému textu... Může jít o čistě informativní záležitost, jak něco vypadá, a pak asi není nutné, aby emoci vyvolávala. Zase jiné snímky jsou určeny k tomu, aby emoci vyvolaly.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Opět to závisí na typu fotografie, autorovi nebo požadavku mě jako obrazové redaktorky nebo časopisu.

Kdy vy jako fotoeditorka hledáte k článku fotografii, která bude vyvolávat emoce, a kdy naopak ne?

Když se týká emočně vypjatých událostí typu demonstrace v Hongkongu, tam by ta fotka samozřejmě měla něco vyvolat a navodit pocit, co se tam děje. To by mělo být i v tom textu, ale fotka to může umocnit nebo i navodit jiný pocit. Pak jsou snímky informačního charakteru, například stavby, ty nutně nepotřebují vyvolávat emoce. Může se líbit, nelíbit, ale už je to jiné než u událostí, které jsou na emocích založené.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Určitě. Měl by si to uvědomovat.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Samozřejmě se s emocemi dá pracovat, například když fandíte té či oné straně. My se snažíme být v tomto ohledu neutrální, nezesměšňovat nikoho, nedávat jasně najevo, jaké emoce by měl divák cítit. Ideální je, když fotografie dává čtenáři prostor, aby si on sám vyvodil vlastní emoci a mohl o tom přemýšlet a aby to nebylo úplně jasné.

Fotografie by tedy neměla cíleně ukazovat názor?

Obecně by to účelové být nemělo. Záleží ale také na tom, jak je směřovaný text.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Určitě to může být obojí, jak subjektivní, tak i kulturně podmíněné. Záleží třeba, v jakém okruhu lidí se pohybujete, jaké máte zázemí... Na základě těchto vlivů už máte nějaký názor a na fotku se s ním díváte. Emoce pak bude odpovídat i tomu, co si o tématu myslíte.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout, apelovat na jejich emoce?

Dobrá fotografie může.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Myslím, že tohle spíš dělala dřív. Dneska je to složitější v tom, že jsme zahlceni vizuálními vjemy a těch fotek je tak moc, že je mezi nimi těžké silnou fotografii odlišit. Když se nějaká taková fotografie objeví, má velkou výpověď o utrpení někde, může zapůsobit. Jsem ale skeptická v tom, že si nemyslím, že takové zapůsobení bude trvalé. Vyvolá to asi nějaký šok, ale za týden už na to většina lidí zapomene, protože vidí další stovky a tisíce fotek.

Myslíte, že v konečném důsledku je dobře nebo špatně, když jsme vystaveni tak obrovskému množství vizuálu?

Máme větší přehled, ale fotek je tak hodně, že je pro normálního člověka velice těžké odlišit, co by mohlo být považované za vizuální dezinformaci (stejně jako v psaném slově). Proto myslím, že zahlcenost médiím škodí, než aby jim prospívala.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Je to možné třeba právě kvůli vizuální přehlcnosti. Ale je to asi individuální.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení? Odvádí například pozornost od textu?

Asi můžou být, ale závisí na tématu, délce textu, o čem je a jakou informaci nese. Fotka může nést dostačující informaci a divák už pak nevnímá text.

Měl by být upřednostněn text před fotkou, nebo naopak?

To se nedá říct, záleží na typu článku. Když jde o fotoreportáž, tak samozřejmě by měly být přednější fotky a text je tam jen jako doplnění informací. Pak jsou zase texty, kde text je zásadní a fotka je čistě ilustrační.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

To nedokážu říct, nejsem psycholog.

Chcete něco sama doplnit, máte nějaké další relevantní informace k tématu?

K množství fotek bych ještě doplnila, že čtenář, který zná své noviny nebo časopis, který čte, tak ví, kde najít dobré a kvalitní fotky, a dokáže je odlišit od snímků na sociálních sítích. Je to ale menšina.

Příloha č. 7: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Danem Maternou

Poprosím vás, abyste se krátce představil.

Jmenuji se Dan Materna a jsem fotograf ve vydavatelství Mafra, tj. Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, časopis Téma, z webů iDnes, Lidovky.cz. Fotím, stejně jako ostatní autoři v dnešní době, vše – reportáže, sport, portréty atd.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

V době digitální se naše práce změnila v tom smyslu, že jsme schopni přinášet fotografie na web víceméně s minutovým zpožděním. Před internetem vyšla fotografie až další den. Význam fotografie tím vzrostl, ale může být pořád buď dobrá, nebo špatná, ať už je vyfocena na film či digitálně. Digitalizace umožnila pouze rychlý přenos.

Co znamenají pro čtenáře novinářské fotografie a co jim dávají?

To byste se měl ptát čtenářů spíš než autorů. My se snažíme pořizovat fotografie, které jsou co nejvíce vypovídací, s největším množstvím informací o dané události. Jestli to těm lidem něco přináší... V roce 2007 jsem vyhrál Fotografii roku v soutěži Czech Press Photo. S Pavlou Kubálkovou jsme se dlouhodobě věnovali tématu exekuce dětí a rodičů přetahujících se o děti v situaci, kdy jeden z rodičů je cizinec. Většinou se ti rodiče nedokázali dohodnout a odnášelo to dítě. Na té fotce pořízené před soudem na náměstí Kinských se otec z Portugalska doslova tahal s českou maminkou o dítě. Ta fotka byla tak silná, že o tom tématu jednala i vláda a podnikla kroky pro lepší ochranu dětí. Rozvířila debatu, a dokonce pomohla k odvolání ředitele Úřadu pro mezinárodněprávní ochranu dětí. Byl jsem obviňován z toho, že je to laciný bulvár, ale situace se od té doby změnila a podobných případů už nevidáme mnoho.

Jaká je role fotografie jako součásti mediální produkce?

Laicky: když se podíváte na titulní stranu novin, dvě třetiny zabírá text a třetinu fotografie. Ta strana má nést nějakou důležitou informaci a třetinu její plochy zabírá fotka. Logicky, už jen z výměry plochy vidíte její důležitost jakožto nositelky

informace a poselství. K této fotce, kterou tady v redakci pracovně nazýváme „samonosnou“, připojujeme pouze krátký popis, jelikož samotná informace je obsažena v ní. Jedním z politicko-ekonomicko-ekologických témat je v ČR kůrovcová kalamita a já se zaměřuji na leteckou fotografii. Jel jsem tedy fotit na pomezí středních a jižních Čech následky kalamity kolem Orlické přehrad. Byl jsem v šoku při pohledu na situaci. Z této výšky byla plocha katastrofy perfektně vidět. Zde stačí pouze v popisku napsat, kde byla fotografie vyfocena. K tomu text potřeba není.

Jaké typy emocí vyvolává novinářská fotografie? Můžete to vztáhnout na již řečené příklady.

Na tom je založen mediální byznys – média popisují extrém. Když existuje něco normálního nebo běžného, média nemají důvod o tom psát. Pozitivní emoce či extrém jako vítězové voleb, vítězové ve sportu a negativní katastrofy, povodně atd. Nedá se úplně říct, že bychom si plánovali každé číslo tak, že padesát procent budou pozitivní a padesát negativní zprávy. Noviny odráží náladu ve společnosti a ve světě. Když republiku zasáhnou povodně, všichni fotografové jedou fotit následky a pozitivních fotek na webu a v novinách moc není. Ale přijde olympiáda a vyhrájeme dvě zlaté medaile, noviny jsou plné pozitivních zpráv. Je to zkrátka odraz dění.

Když se bavíme o povodních, určitě se dá tahle událost ztvárnit i nějakým pozitivním způsobem. Třeba nějaký hrdinský čin.

To je jedna věc. Druhá věc je, že ty fotky hrozně pomáhají ilustrovat situaci lidem, kteří nežijí v zasaženém území, stejně jako s tím kůrovcem. Z obou posledních velkých povodní máme jasnou zkušenost v tom, že obrazové zpravodajství přimělo lidi z nezasažených oblastí přispět do sbírek na podporu zasažených povodněmi. Až ten obraz je zvedl z gaučů. Samozřejmě obraz přinášela i televize, ale vrcholný okamžik, jak ho nazývá Henri Cartier-Bresson, tedy jeden moment vystihující událost, by měla ta fotografie obsahovat a měl by být silný. Na jeho základě lidé přispěli, takže se může zdát, že jsme hyeny fotící vyplavené nebožáky, ale má to nakonec i pozitivní dopad.

Z jakého důvodu mají novinářské fotografie vyvolávat emoce? Je to žádoucí?

Pan profesor Ján Šmok rozluštil spor o tom, zda je fotografie umění. Dle jeho teorie se fotografie ocitá na lince grafu, kde na kolmici je stupeň míry informace a na svislici stupeň míry emoce. Pro mě je fotografie bez emoce špatná fotografie. Samozřejmě že novinářská fotka má být nositelem informace, ale emoce jsou nezbytné.

Jakými prostředky novinářská fotografie vyvolává ve čtenáři emoce?

Samozřejmě že novinářská fotografie nemůže být abstraktní, výtvarná, ale nějaká kultivovanost je důležitá. Upřímně nevím, co bych na to odpověděl. Přejde mi to už zbytečně vědecký přístup. Já k tomu přistupuji selským rozumem, buď je dobrá, anebo blbá. Buď má vysokou míru emoce, anebo tam není nic. Jestli myslíte prostředky jako zlatý řez, barevnost, kontrast, to jsou jen drobnosti. Podstatný je ten výsledek.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem?

Budu se opakovat, ale práce fotografa odráží dění ve společnosti. Když budete fotit demonstraci proti Babišovi a nafotíte ze střechy plnou Letnou, tak je celkem jasné, že v lidech, kteří tam nebyli, to vzbudí nějaké emoce. Ať už pozitivní či negativní – záleží, na jakou stranu se čtenář přiklání. Na jednu stranu je fotografovi jasné, že vzbudí emoce, protože i on je součástí té události, na stranu druhou se snažím od těch emocí oprostit. Být pouze němý svědek a rozhodně nezasahovat do situace. Tenkrát, když jsem vyfotil tu fotku roku, pro mě ta situace přetahování o plačící dítě samozřejmě nebyla příjemná. Když si však plánujeme práci na další den, jistěže si vybíráme témata, která budou obrazově vděčná, budou mít celospolečenský dosah a budou vyvolávat emoce. Vyberu si radši plnou Letnou než focení dětí, co se učí na hrnčířském kruhu. Další věc je, že fotograf musí spolupracovat s redaktory. Občas to bolí, poněvadž si nemůže zrovna vybrat v tom, co by chtěl fotit. Ale dobrý fotograf se pozná podle toho, že by dokázal najít fotogenickou akci i u hrnčířského kruhu.

Dá se tedy říct, že pro to, aby vznikla dobrá fotografie, tam musí být záměr vyvolat emoce?

Určitě je chce vyvolávat.

Uvědomuje si fotograf, že vyvolává emoce?

Jistě.

Máte nějaký příklad toho, kdy vás překvapilo, jak silné pozitivní či negativní emoce vaše fotografie vyvolaly?

Kupříkladu u té fotky roku – protože zobrazovaný jev byl dost negativní, nikdy jsem nepředpokládal tak pozitivní reakci publika, jaké se té fotce dostalo. Přestože byla situace autorem textu barvitě popsána, fotografie zkrátka vždy ukáže více. Byl jsem velmi překvapen pozitivní změnou ve společnosti, ke které pomohla. Dalším příkladem jsou fotografie z cesty tehdejšího předsedy PSP ČR Lubomíra Zaorálka do Severní Koreje. Nechal jsem ho nahlédnout na pořízené fotografie a shodli jsme se, že přes mou maximální snahu jsem kvůli omezením nedokázal zachytit atmosféru události a místa. Přestože si myslím, že ty fotografie sílu mají, chybělo tam něco navíc.

Máte i příklad vaší fotografie, která vyvolala negativní reakce?

Nepochybně ano. Čtenáři iDnes a Lidovek mají možnost pod texty a galeriemi fotek přidat komentář a nemají ve zvyku chválit. Záleží, jaká skupina ty negativní komentáře píše a jestli to vůbec číst a trápit se tím. Na žádný konkrétní příklad si teď nevzpomenu.

Jaký je váš osobní názor na to, že novinářské fotografie vyvolávají emoce?

Zase se budu opakovat – dobrá fotka vyvolává emoci, jinak je nanič a já budu dělat vše pro to, aby vyvolávala.

Do jaké míry je vnímání fotografií subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněno vzhledem k prostředí, kde člověk vyrůstal, jeho vyznání, kultuře a hodnotám?

Myslím si, že ty dvě varianty se nevyklučují. Vráťím se k profesorovi Šmokovi – kdyby před nás dva položil někdo jednu fotografii, tak na každého z nás bude působit jinak mírou informace a emoce. To je subjektivnost. Zároveň však jsme oba Středoevropani, běloši a jsme podobně vychovávaní. Jiný kontinent, odlišná kultura,

větší či menší míra náboženského cítění, to vše může mít vliv. Vezměte si ale porotu soutěže World Press Photo, která má mezinárodní složení, a na výherní fotografii se musejí shodnout všichni, takže by v sobě měla mít univerzální poselství, velkou emoci a informaci.

Dokázal byste říct příklad, kdy se do fotografie promítá česká kultura, české myšlení?

V tomto kontextu mě samozřejmě napadl příběh Josefa Koudelky a jeho luxusních fotek z osmašedesátého, které vyvezl do světa pod pseudonymem Pražský fotograf, jelikož nechtěl ohrozit svou rodinu žijící v Československu. Díky těmto pár fotkám bylo světu jasné, o co tu jde. Podobně fotografie druhého autora Jindry Štreita, působícího v sedmdesátých letech, vyzařují marnost socialistického zřízení. U fotografie babiček sedících nad bramborami v plynových maskách, protože probíhá cvičení civilní obrany, se nemusíme vůbec bavit o emoci, ta tam absolutně je. Myslím si, že tyto fotky mají ve světě ohlas.

Jak může příjemce médií vtáhnout nebo apelovat na jejich emoce?

Pokud mám soubor dvaceti použitelných fotek, jako v případě kůrovcové kalamity, a budou pravidelně vycházet články o dalším postupu kůrovce, tak bude obecně snaha editora, aby vždy s dalším textem vyšla nová fotografie. A na druhou stranu fotka z té exekuce byla silná jen jedna jediná. Byla dokonce dvakrát na titulu. Z ní se poté stal symbol problému dětských exekucí a znovu ji otisknout nikomu nevadilo. Řeknu i jiný příklad – také fotografie vztyčování vlajky na troskách Dvojčat nikomu nevadila proto, jak silným symbolem se stala. U běžné produkce tohle nejde.

Podněcuje novinářská fotografie na základě emoční působnosti k aktivitě, změně, vůli pomáhat?

Jak jsem říkal, pokud jde o sbírky pro oběti katastrof, určitě mají vliv na společnost.

Jakým způsobem dokáže lidi podnítit? Co má fotografie mít, aby je dokázala aktivizovat?

Stupeň emocí a informací musí být v maximální možné míře. V tom obraze musí být něco tak neuvěřitelného, že kdyby to nebylo vyfoceno, tak by to bylo skoro nepopsatelné.

A naopak, mohou novinářské fotografie navodit ve čtenáři otupělost, netečnost, letargii?

Když ty fotky budou špatné, tak určitě.

Může to být i například množstvím fotografií, ve kterých je dané téma zpracováno tak, že je jím pak čtenář přehlcnen?

Jde o to, jak je ten problém zpracován. S kolegy živě diskutujeme o tom, co se ve zpracování daného problému už stává klišé a jak se na problém dívat jiným pohledem. Nepamatuji si téma, které jsme fotili tak dlouho, že by z něj příjemci upadli do letargie.

Jsou fotografie pro příjemce médií rozptýlením, nebo odvádějí pozornost od tématu?

Měly by být samozřejmě v symbióze s textem. Výhodné je, pokud fotografie vystačí jako samonosný obraz. Nejhorší situace je, pokud si čtenář musí přečíst popisek, aby pochopil, co ta fotka má říct, protože míra informace a emoce je nízká.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Ty brd'ó, to nevím. To se zeptejte příjemců médií. Na webech funguje jedna věc – nemá smysl udělat galerii se stovkou fotek, protože se lidé, podle toho, jak jsou ty fotky dobré, doklikají k desáté dvacáté fotce a zavřou galerii, protože je to nebaví. To je ověřené a vyzkoušené. Pokud to bude galerie sta fotek ze soutěže World Press Photo, tak já jako konzument to doklikám, protože mě to zajímá. Myslím si ale, že běžní lidé si po desáté fotce udělají obrázek, o čem to je.

Chtěl byste něco sám doplnit k tématu?

Na digitální éře je krásné, že nejen díky profesionálním fotografům vznikne daleko větší množství fotek a je nádherná technologie samotná, kdy pošlete

fotografie přímo z fotoaparátu do redakce a za minutu už visí na webu. V Maříce jsme byli průkopníky digitální technologie v Česku a shodou okolností to bylo v době skupiny úspěšných fotbalistů jako Petr Čech, Pavel Nedvěd atd. Často se v Praze hrála mezinárodní utkání, která začínala v devět večer a MF Dnes byla jediná redakce, která měla profesionální digitální fotoaparáty. Kvalitativně váš telefon udělá lepší fotku než tehdejší digitální zrcadlovka za milion korun, ale měli jsme ji. Posun byl v tom, že ostatní redakce neměly šanci dostat fotku ze zápasu do vydání dalšího dne. Zato my ano. Co byl zázrak tehdy, bez toho si už nedokážete představit práci dnes. Je však jedno, jestli je to digitál nebo film. Podstatné je vidění, postřeh, rychlost, úhel pohledu, práce se světlem. To dělá fotografii dobrou nebo špatnou a žádná změna technologie nepopře absenci talentu.

Příloha č. 8: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Danielou Mrázkovou

Můžete se představit a říct, čemu se profesně věnujete?

Daniela Mrázková, profesně se věnuji fotografii už skoro padesát let.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Absolutně stejná role, jakou má žurnalistika psaná, akorát ve vizuální podobě. Pokud jde o moderní fotožurnalismus, jehož zrod spadá na přelom dvacátých třicátých let, tak od té doby je ctižádostí tohoto moderního fotožurnalismu působit naprosto stejným způsobem, a dokonce ještě silnějším a více emocionálním než slovo.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Role fotografie je informační, stejně jako je tomu u slova.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Samozřejmě pozitivní i negativní. Myslím si, že pokud jde o pozitivní emoce, tak tam je to dojetí, smutek, nostalgie, radost. V podstatě všechny kladné emoce.

Pokud jde o ty záporné, tak pochopitelně jsou to ty, které slouží jako memento mori. Vlastně ale nevím, svým způsobem je to i kladné. Pakliže něco slouží jako odstrašující příklad, tak se jedná o kladnou záležitost.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Protože z člověka dělají svědka události. Nevím, do jaké míry je to dnes. Já stále patřím ke generaci, kdy fotografie v podstatě byla hodnověrným médiem. Dneska, v období digitální fotky a možnosti nejrůznějších úprav a vzniku tzv. falešných zpráv ta hodnověrnost trpí. Skutečně si myslím, že je na profesionálním fotožurnalismu, aby si nějakým způsobem tu hodnověrnost zpátky vybojovala.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Samozřejmě, na tom je to postavené.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Informace je prvořadá, pochopitelně. Nebo spíše obsah. Správný fotožurnalista už počítá dopředu, že bude pracovat s emocemi. V první řadě je fotograf novinářem, jeho postoj a názor je důležitý. Třeba i analýza dané věci. Proto je citová záležitost stejně silná jako ta informační.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Mám pocit, že si to nutně musí uvědomovat. Zaprvé je to jeho touha, aby tak působil, a dopředu s tím počítá. Jinak by to nedělal.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Fotografie staví člověka do svědka dané události. A to přímo s emocemi souvisí, počítá se s nimi. Myslím si, že novinářská fotografie bez emocí je vlastně špatná fotografie.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Pochopitelně je to podmíněné subjektivně i kulturně. Hraje v tom roli výchova, vzdělání, osobnost člověka. To, co zažil, jeho předchozí zkušenosti a zážitky. Fotka působí úplně stejně jako literatura.

Myslím si, že je například pro lidi z Evropy těžké vnímat pohnutky například fotografské z Íránu. Nedávno jsem se s jednou takovou fotografskou bavila. Ona na fotografiích hledá identity žen. Žen, které chodí celý život zahalené. Pro okolí onu identitu v podstatě nemají a ona chce Evropanům pomocí fotek sdělit, že i tyto bezejmenné ženy bez tváří, a tím pádem i bez nějaké duše, která se odráží v obličeji, mají identitu a že jsou to bytosti stejné jako my.

Snažíme se to pochopit, ale z nějakého jejího původního vysvětlení to třeba zcela nechápeme. A v tom mohou být kořeny toho, jak co vnímáme. Ta sociokulturní podmíněnost.

Domnívám se, že subjektivní a sociokulturní podmíněnost není možné při vnímání fotografií oddělit.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Záleží na funkci fotek, jakou mají plnit. Pakliže jde o zpravodajství nebo reportáž, tak v tom případě cíleně nepůsobím. Pokud však jde o dokument, tak tam fotograf pravděpodobně může své objekty zasvětit do určité míry. Informovat je o svém záměru, o tom, co dělá. V podstatě jde o novinářskou fotografii, tak by to nemělo být cílem. Pak bychom se už mohli bavit o určité manipulaci.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Zcela určitě fotografie mohou působit emocionálně směrem k aktivitě. Známe to z dějin, říkalo se fotografie jako zbraň. Nechci říkat ošklivé slovo „manipulátor veřejného mínění“, ale jestliže ukážu děti trpící a umírající hladem, tak natolik působím na emoce příjemců, že je to manipulace? Je a není.

Ta hranice může být tenká, jde to ruku v ruce. Pokud se bavíme o velkých válečných fotografiích, tak tam to byly spíše fotografie, které zobrazovaly válku tzv. zpovzdálí. To hlavní sdělení bylo za oponou. Pokud jde o současnost, můžeme vzít jako příklad poslední cestu World Press Photo, kdy malá holčička zastavuje na mexicko-americké hranici. Není to válka, ale je to obrovský problém současnosti. Migrační vlna. A myslím si, že tato fotka rozhodně má sílu vyvolat velké emoce. Totéž můžeme říct o fotografii, myslím z roku 2015, na které byli opět zobrazeni migranti. Tentokrát na maďarské hranici. A to myslím je rovněž velká fotka, která s lidmi dokáže opravdu pohnout.

Jinak když si vezmeme Roberta Capu, Dimitrije Baltermance a tyto velké fotografy, sám Don McCullin říkal, že chce nějakým způsobem „opeřit“ ranní kávu spoluobčanů.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Myslím si, že jsme velmi otupělí, ale opravdu velká a silná fotka tu naši otupělost stále dokáže nějakým způsobem „rozbít“.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

To je velký konglomerát problému. Weby skutečně zahlcují fotkami. Myslím si, že právě proto, aby ten obraz působil tak, jak by měl působit, záleží na kvalitním výběru fotek, které publikujeme a šíříme. A to je velký problém profesionálního fotožurnalismu a zároveň velký úkol.

A do budoucna bude čím dál více záležet právě na tom výběru a je naprosté neštěstí, pakliže nám dnes editor velkých světových médií říká, že propouští fotoeditory, kteří byli jakýmsi režiséry fotožurnalismu, a nechávají to na výběru zcela nekompetentních lidí anebo se zařazují fotky bez výběru, jen tak. To je obrovské nebezpečí. Výběr je extrémně důležitý.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Jednak to může vést k letargii a pak je to likvidace pocitu nějaké kvality. Většina těch obrazů, zvláště na sociálních sítích, je naprosto nekvalitní. To je proud „obrazového průjmu“. Poté je to zoufalá záležitost.

Právě proto je hrozně důležitá role picture editorů v médiích, ale můžeme hovořit i o roli fotografických soutěží, které by tomu publiku měly nastavovat určitou laťku. Jednak vůči publiku, rovněž ale také vůči samotným fotografům. Aby si nedovolili dodávat nekvalitní materiál.

Roli hrají samozřejmě i funkce jako photoshop. Fotky díky tomu ztrácí hodnověrnost. Právě kontrola a ověřování pravdivosti je důležité a v budoucnu bude ještě více důležité.

Hlavním problémem do budoucna bude otázka výběru kvalitních materiálů a ověřování zdrojů a jejich pravdivosti. Nejdůležitější je to, aby se nemanipuloval obsah. Pakliže se toto nebude řešit, nebude se ověřovat a budeme zahlcovat nekvalitním obsahem, tak můžeme hovořit o smrti fotožurnalismu v podobě, v jaké ho známe dnes.

Domnívám se, že v budoucnu se role profesionálního fotožurnalismu změní. Ubude klasické zpravodajské fotky, která je už nyní často suplována občanským žurnalismem. O to větší roli ale bude mít například obrazový komentář, obrazová analýza.

Příloha č. 9: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Andreou Průchovou Hrůzovou

Můžete se představit a říct, čemu se profesně věnujete?

Andrea Průchová Hrůzová, teoretička vizuální kultury, zakladatelka platformy FreshEye, badatelka na Akademii věd v Národním filmovém archivu a učím na Univerzitě Karlově.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Myslím si, že pořád převažuje role informační. Je to zásadní zdroj. Vzhledem k tomu, že víme, že fotografie, stejně jako další obrazy, u fotografie ale kvůli tomu, že má vysokou modalitu, informuje velice rychle. Ta informační hodnota je velice důležitá, protože dokáže informovat rychleji než text. Zároveň však zjednodušuje skutečnost. Je také důležité bavit se o tom, v jakém prostředí se s tou fotografií setkáváme. Jestliže je to v tisku, tak na nás bude působit jinak, než když ji máme součástí nějakého obsáhlejšího obsahu, máme fotogalerii, máme více času. Jiné je to v televizním zpravodajství a jiné to bude na instagramovém účtu New York Times. Záleží tedy určitě i na platformě, kde danou fotografii přijímáme.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

V současné době se novinářská fotografie ocitla v problematické situaci z hlediska mediální produkce, především v rámci občanského žurnalistu, od doby arabského jara, které bylo pokryto z velké části lidmi, kteří byli přítomni přímo na místě.

Vzhledem k tomu, jak se dramaticky zrychluje produkce mediálních obsahů, jak se dokážou rychle šířit. Tím, že se diverzifikovalo, kdo určuje obsahy, které se pak dostanou do médií.

Tudíž se profesionální žurnalistická fotografie svým způsobem v něčem zdá být strašně pomalá. Zároveň je to ale stále médium, které má důležitou hodnotu, protože se dá předpokládat, že profesionální fotografové jsou

schopni k dané práci přistoupit eticky, dodržovat určitá pravidla, která běžný občanský žurnalismus ze své podstaty nereflektuje.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Je důležité se bavit o tom, k jakému tématu se ta fotografie vztahuje. Ve chvíli, kdy se bavíme o novinářské fotografii ve vztahu k emocím, tak první mě napadá válečná fotografie. Pro mě jsou důležité fotografie války z Vietnamu, které hrají důležitou roli v dějinách vizuální kultury obecně. Bylo to poprvé, kdy se dostaly výrazně necenzurované fotky přímo k běžným příjemcům médií, k běžným občanům. Tenkrát fotky v Americe zaplavily nejen noviny, ale dostaly se i do televizního vysílání. Což bylo v té době to nejatraktivnější médium. To každodenní setkávání se s utrpením v rámci toho válečného konfliktu na obou stranách, to byla tenkrát úplně nová emoce. Kolektivní šok. A to bylo strašně důležité, do té doby společnost na takové obrazy nebyla zvyklá. Byl to nový typ kolektivní emoce.

Některé studie tvrdí, že tyto dokumentární fotografie prohrály válku Američanům. Ty fotografie generovaly obrovskou vlnu nespokojenosti ve společnosti.

Pak se domnívám, že obecně strašně moc závisí na daném fenoménu, který ta novinářská fotografie zpracovává.

Silné emoce často vyvolávají fotografie dětí. V rámci vizuální kultury se o dětech mluví jako o emocionálních spouštěčích. Můžeme vidět, jakým způsobem se pracuje s fotografiemi dětí. Vážou se k tomu často stereotypy. Jsou často zachycovány v kompozici madony, kdy jsou pod ochranou matky/ženy.

Podobně stereotypně se zachází s ženami, kdy jsou zobrazovány v roli obětí, stejně jako děti. Jedná se o tzv. feminizaci. Ženy a děti jsou často zobrazeny jako ty oběti, které musí být zachráněny. Je jim přisuzována pasivní role.

Pokud jde o emoci strachu, tak to můžeme dobře vidět na fotografiích uprchlické krize. Často je možné vidět, že ti, kteří sem prchají, jsou zobrazováni jako masy těl, bez tváří. Což samozřejmě vyvolává strach. Jinak jsou pak zobrazovány záchranné složky, kterým je vidět do tváří. Jinak jsou zobrazovány ženy a děti a úplně jinak muži. Tady vidíme, že se opakují stereotypy jako anonymizace, dehumanizace, deindividualizace.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Podle mě není možné, aby je nevyvolávaly. Obraz na nás vždycky působí, komunikuje emocionálně, intelektuálně a fyziologicky. Záleží pak na typu tématu, odkud obraz přijímám, jestli mám čas, zdali mě dané téma zajímá. V jakém médiu danou fotku vnímám. Tohle všechno určuje to, jaká z rovin se pro mě stane vědomou. Jestli na mě obraz zapůsobí intelektuálně, nebo spíše emocionálně. Anebo ho přijmu pouze fyziologicky a ta zpráva se někde uloží.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Na to bohužel neumím odpovědět. Myslím si, že je zcela na autorském přístupu daného fotografa, jaký přístup zobrazení události zaujme. Jestli zvolí nějaký participativní přístup, tak se dá předpokládat, že pokud se dostane tak blízko, kdy se stane insiderem, daný obraz získá jinou emocionální hodnotu. Na druhou stranu emoce může přinést i objektivní vizuální výpověď, která se snaží dokumentovat určité skutečnosti. Pak může vzniknout nějaký emocionální impact i na základě toho, jak jsou dané fotografie následně sestaveny, jak jsou vyprávěny. Jakým způsobem funguje skladba v rámci editoria.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Předpokládám, že ano. Každý fotograf si je vědom možností, jak jde s fotografií pracovat. Máme spoustu příkladů z Česka i ze zahraničí, kdy se fotografové dostávali do konfliktu, byli osočováni z nějakého emocionálního vydírání. Že docházelo k nějaké estetizaci utrpení. Vzhledem k těm diskusím kolem toho se

domnívám, že fotografové jsou si vědomi, že emoce fotografie vyvolávají a že s nimi pracují.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Myslím si, že je to součást komunikace. Stejně jako slovo vyvolá nějakou emoci, tak emoci vyvolá fotografie. Tak to je, běžně škálujeme, přes emoce komunikujeme. To je něco, co máme sdílené. Obrazy jsou jednoduché a rychlé, komunikaci zjednodušují. Proto je pro nás vizuální kultura tak přitažlivá. Tím, jak se naše kultura homogenizuje a globalizuje a v určitém spektru výrazně, tak dochází k tomu, že se společně učíme číst významy. V tu chvíli vzniká méně nedorozumění v rámci obrazu. Fotografie je pořád univerzální médium, ačkoliv ji dohání video a film, tak se pořád více fotí, než natáčí. Je to vlastně nejsrozumitelnější způsob, jak si můžeme říct, jak žijeme.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Na toto dobře a dlouho poukazuje oblast sociální sémiotiky, která se zabývá interpretací obrazů obecně. Ona poukázala na to, jak máme sociálně podmíněné to čtení obrazu. Stejně tak, jako rozumíme běžným tradičním malbám a obrazům, třeba renesančním. Jinak jim rozumí člověk ze západní kultury a jinak z východní. Jako my nerozumíme čínské kaligrafii, tak východ nebude rozumět Botticellimu.

Jinak vnímáme symboliku, kompozici a stoprocentně jinak vnímáme význam těch událostí, které novinářská fotografie zobrazuje. Čím dál je od nás daná událost, tím méně jí rozumíme, a čím blíže je, tím více se do ní dokážeme vcítit. Pak samozřejmě taky záleží na našem vzdělání, jestli dokážeme vnímat politiku pouze lokálně, nebo se zajímáme o globální události.

Záleží i na tom, jestli jsem politicky angažovaný a mám potřebu na fotografii nějak reagovat, třeba už jen tím, že ji budu sdílet nebo se přímo zapojím do nějakých aktivit. Roli pak hraje samozřejmě i samotná politická orientace.

Je také důležité, jaká je kolektivní paměť na určité události. Někdo vnímá minulost pozitivně, někdo nostalgicky a někdo se od ní chce odpoutat. Záleží, jestli máme nacionalistické tendence apod.

Celkově bych řekla, že jde o kombinaci dvou prvků. Fotografie na nás působí i na nějaké fyziologické, biologické úrovni v rámci percepce. Všimám si barevnosti, hloubky obrazu, kompozice. To základní čtení budeme vnímat stejně, ale někdo může být k něčemu subjektivně citlivější. Ale u toho druhého čtení, společenského, tam se to bude lišit právě na základě kulturního vzdělání, původu (východ/západ), politického názoru, předchozích zkušeností, ekonomického statusu atd.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Jiný typ zadání bude přicházet od politického magazínu, který má nějakou profilaci, jiné zadání bude od humanitární organizace. V tu chvíli je strašně citlivá věc se rozhodnout, jaký je náš cíl a jak ho naplníme. Jakým způsobem poskládáme skutečnost. Jestli budeme, anebo nebudeme tlačit na pilu. V současné době, vzhledem k množství obrazů, se kterými se setkáváme, opravdu dochází k zdůraznění těch emocí. Mluví se o neustálé performativitě. Když nejdůležitější je to, abych něco rychle vyfotil, abych měl rychlý prožitek.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Myslím si, že dlouho to byl cíl novinářské fotografie. Informovat a zároveň mít politický dopad. Otázkou ale je, jak je to v současnosti vzhledem k tomu množství a diverzifikaci mediálních zdrojů. Když nám naroste mnohonásobně množství obrazů a informací, které je denně vypouštěno do světa, tak je otázka, jestli si ještě lze klást tu ambici mít velký dopad.

V současné době má význam mikrocílení. Cílit na určitou malou skupinu příjemců. To vidíme i v marketingu, že cílíme na tu skupinu, u které to kýžený efekt může mít.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

S tím, jak se vizuální komunikace mění, se musíme rychle přizpůsobovat. To je obecně zajímavý fenomén kolektivního učení, které se děje každý den. Jsou na nás kladeny velké nároky, co se týče našeho emocionálního rozvoje, kognitivního rozvoje. Z hlediska emocionálního prožívání to vede k novým formám kolektivní zkušenosti, kdy můžeme vidět, že existují určité skupiny lidí, kteří se od on-line vysílání dostávají k audio. Jsou lidé, kteří si určují limity, kolik času tráví s médii a kolik v off-line světě. Vidíme, že se vytváří nový způsob učení vlastní schopnosti mediální gramotnosti, kolik jsem toho schopen vnímat.

Nejsem si jistá, že to vede k letargii, hrozně moc závisí na zájmech člověka. Mě samotnou emocionálně zaujmou témata, která mě zajímají. Myslím si, že to, co člověka skutečně zajímá, na něj dopad má.

Často se o emocionální letargii a otupění mluví jen vzhledem k politickému dění a válečným konfliktům. Někoho aktivizuje válečná fotka a někoho fotka bezlepkového receptu. A tím se zase dostáváme k té sociokulturní podmíněnosti toho, jak fotografie vnímáme.

Co se týče humanitárních a válečných fotek, se ale domnívám, že tam funguje ta únava ze soucitu. V tom množství se nelze pokaždé emocionálně vyčerpávat. Svým způsobem je to normální obranná reakce.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Spousta výzkumů se zabývá tím, jaký je význam mezi textem a fotografií v rámci novinářských obsahů. Hodně se to liší generačně. Mladší generace

prvně pracuje s obrazem a ta starší s textem, záleží zároveň na našem vzdělání, jakým způsobem jsme schopni ten text vnímat. Velkou roli hraje i grafické rozvržení. To, co nás ale samozřejmě upoutá jako první, je nějaký vizuální podmět, protože je to rychlejší a jednodušší.

Čím dál více se ale pracuje i s videem, které má mnohem větší potenciál nás vtáhnout, odvést naši pozornost.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Podle mě hrozně moc záleží na úrovni mediální gramotnosti každého jedince. Někdo bude to velké množství zdrojů brát jako šanci, jak si personalizovat komunikační kanály. Pak jsou lidé, kteří tohoto informačního množství nevyužijí a zůstanou u tradičních zdrojů. A pak tu jsou samozřejmě tací, kteří začnou vyhledávat zcela alternativní zdroje, přestože jde o zdroje neověřené.

Z hlediska té frustrace, která může nastat při daném množství snímků a informací. Tam můžeme vidět tendence, kdy se někteří lidé rozhodnou sledovat například jen veřejnoprávní média, protože nechtějí být zahlceni velkým množstvím vizuálních a informačních vjemů.

Příloha č. 10: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Robertem Silveriem

Čemu se profesně věnujete?

Zabývám se fotografií – v poslední době víc teorií fotografie než jejími dějinami, způsobem, jakým vnímáme fotografie, srovnáním fotografie s jinými médii (to je to, co mě teď zajímá nejvíc), a tím, jak je fotografie podmíněna prostředky, které používá, to znamená determinací daného média.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Chce se mi říct, že nedůležitá. Její informativnost se snížila. Velice často se používají převzaté fotografie bez kontextu, které mají charakter jen nějakých ilustrací. U článku o politice je fotka politiků, ale výpovědní hodnota chybí. Fotografie fungují spíš jako vizuální tagy, které jsou jenom záchytným bodem na stránce, ať už webové nebo papírové.

Jaká je role novinářské fotografie coby součásti mediální produkce? Dává se jí stejný prostor jako před 20 lety?

Jak kde, ale v zásadě bych řekl, že toho prostoru pro novinářskou fotografii je méně. Fotografie se zmenšuje nebo ořezává podle textu, takový je a byl princip, chce se mi říct, odjakživa. Samozřejmě existovala periodika, která tohle odmítala a která s fotografií pracovala. Taková periodika byla v menšině a v poslední době prakticky vymizela. V podstatě jediné časopisy, které to takhle mají, jsou ty postavené na obrazech, jako je National Geographic, ale v běžné mediální produkci má fotografie menší a menší prostor. Je to také tím, že fotí čím dál víc lidí, fotografie jsou lacinější, dostupnější a jakýmsi způsobem devalvované.

Dokázal byste jmenovat časopis, který to má stejně jako National Geographic, to znamená, je postavený na obrazech, ale je český?

Žádný mě nenapadá, nechci říct, že takový časopis není, ale v téhle chvíli mě opravdu žádný nenapadá.

Jaký typ emocí podle vás novinářská fotografie vyvolává?

V naprosté většině žádný. Jsou samozřejmě fotografie, které mají obsah, ale většina z nich je skutečně jen ilustračních bez jakýchkoliv emocí. Jsou i fotografie, o kterých se mluví, fotografie z místa konfliktu nebo neštěstí. Tam je to na delší debatu, jak dnes fotografie dokážou působit, a ty debaty jsou strašně staré, vedou se odjakživa. Říkalo se, že s tím přišla kdysi Susan Sontag a byla asi první, která v 70. letech formulovala, že fotografie podléhají jakémusi „beautification“, v překladu „zkrášlení“, o kterém mluvila ve své knížce *On Photography* z roku 1977. Potom se k tomu vrací v knize *Regarding the Pain of the Others* z roku 2003.

Jsou také fotografie, které mají obsah a vzbuzují emoci, ale fungují špatně, protože jsou bezkontextuální a vzbuzují protichůdné reakce. Například brexitová jednání mezi Macronem a Johnsonem. Premiér Velké Británie Boris Johnson si dá nohu na stůl, ve skutečnosti se jedná o zlomek vteřiny, kdy reaguje na nějakou hloupou Macronovu poznámku o tom, že ten stůl je jako podložka pro nohy. Na zlomek vteřiny si Johnson nohy na stůl jakoby dá (ta Macronova poznámka je nešťastná a Johnsonova reakce je taky pseudovtipná), ale vlastně vůbec o nic nejde. Na videozáznamu je jasné, co se tam děje, ale právě proto, že je fotografie vytržením z reality, tak to někdo vnímá jako důkaz Johnsonova buranství a neúcty a britský nacionalista to vnímá jako „my si nic z Evropské unie, z Macrona a Francie neděláme a takhle se budeme chovat“. Takže tato fotografie určitě diskuze vzbudila, vzbudila vztek na Johnsona nebo obdiv k němu, ale byla samozřejmě zcela nepravdivá v tom smyslu, že nevystihovala podstatu té situace. Takových případů je strašně moc.

Uvedu příklad z českého prostředí, kdy někdo vyfotografoval „utonulé migranty“ na dovolené a v nějakém extrémně pravicovém internetovém periodiku to vydali, jako že nějaká neziskovka schválně natáčí zinscenované mrtvé uprchlíky. Ve skutečnosti však šlo o natáčení celovečerního filmu, který s migrací vůbec nesouvisel. Nebo uvedu snímek školní výpravy před slavným Rembrandtovým obrazem *Noční hlídka*, na kterém se všichni žáci dívají do mobilů místo na obraz. Tam to emocionální poselství bylo „ježiš, to je hrozný, tahleta mladá generace“, ve skutečnosti ty děti dostaly nějaký úkol a na mobilech si vyhledávaly informace k obrazu.

To znamená, fotografie jsou často zavádějící a absolutní většina z nich nevzbuzuje žádné reakce. Emoce vzbuzuje například válečná fotografie, které je zase relativně málo. To souvisí s vývojem fotografie. Poslední profesionálně dobře dokumentovaná válka byla válka ve Vietnamu, ale její dokumentace měla úplně opačný efekt, než jaký se očekával. Tehdy vládní garnitura v USA chtěla vzbudit určitý patriotismus, proto do Vietnamu posílali co nejvíc fotoreportérů a každý, kdo chtěl dostat akreditaci, tak ji dostal. Jenže ty fotografie vzbudily naopak odpor k válce. Od té doby novináři nemají přístup do první linie, fotografie je víc kontrolovaná. Na druhé straně dnes ale existuje něco daleko autentičtějšího a to jsou fotografie na telefonech, které se dostávají do tisku.

Takže když už novinářská fotografie nějaké emoce vzbudí, jsou podle vás spíše negativní?

Nechci to paušalizovat, ale řekl bych, že ano. Vychází to z principu, který se netýká jenom fotografie, ale týká se mediální prezentace světa obecně, která ho vždycky ukazuje spíše jako něco problematického. Jedná se o „media bias“, kvůli kterému máte pocit, že svět je daleko horší, než ve skutečnosti je. Samozřejmě, svět je příšerný, ale z médií se vám zdá možná ještě příšernější. Populární knížka, která o tomhle mluví, je Factfulness, česky Faktomluva aneb proč je svět lepší, než si myslíme. Když tedy novinářské fotografie nějaké emoce vzbudí, tak ano, myslím si, že spíše negativní, ale to se netýká jen fotografie, ale obecně povahy většiny médií.

Pokud absolutní většina novinářských fotografií žádné emoce nevyvolává, je tento stav žádoucí? Nebo by nějaké emoce přece jenom vyvolávat měla?

V zásadě to nemusí být nutně špatně, že žádné emoce nevyvolává, když je to například fotografie dvou bavících se politiků, tak vám to alespoň připomene, jak vypadá ten a ten politik. Špatné je, pokud tu nejsou žádné fotografie, které by byly nějakým způsobem zajímavé natolik, aby vzbuzovaly emoce. Jak jste se ptala na to obrazové periodikum v Česku, tak si teď vzpomenu na Mladý svět, který fungoval v totalitních letech a který se snažil pracovat s fotografií a místy se mu to opravdu dařilo.

Fotografie ve vás mohou vyvolat emoci nejen díky svému obsahu, ale taky proto, že jsou fascinující, je to třeba běžný pohled na každodenní ulici, ale je nějakým

způsobem výtvarně zajímavý. A tenhle druh esteticky zajímavých fotografií v té současné mediální produkci chybí téměř absolutně.

Je záměrem fotografa (a je i vaším záměrem, protože sám fotíte), aby jeho (vaše) fotografie vzbuzovaly emoce?

Já jsem nedělal mediální, ale inscenovanou fotografii. Ale ano, myslím si, že každý autor chce nebo očekává nějakou reakci nebo emocionální odezvu od diváka. To neznamena, že v té velkoprodukci, v té ohromné spotřebě snímků, která v médiích probíhá, takové snímky vznikají. To jsou dvě různé věci.

Pardon, můžu se zeptat, co to znamená inscenovaná fotografie?

To je historický termín vzniklý z anglického termínu staged photography, který se objevil v pozdních 70. letech a šířil se v 80. letech. Je to fotografie, která nezobrazovala každodenní realitu, ale byla nějakým způsobem inscenovaná jako divadlo, proto je tam to slovo staged. Inscenovaný samozřejmě je i akt, zátiší, portrét, ale tzv. inscenovaná fotografie z 80. let šla dál. Byla to vlastně jakási fikce ve fotografii. Objevila se v Americe, ve Francii, potom v Československu. Tady to byla takzvaná slovenská nová vlna, generace slovenských studentů na FAMU začala dělat inscenovanou fotografii, která je často postavená na absurditě, na nesmyslu, na protikladu, na hře. Je to druh fotografie, která přichází v rámci postmodernismu. Ale to je samozřejmě hodně odlišná kategorie od té mediální fotografie, o které se teď bavíme.

Dokážete uvést konkrétní příklad fotografa, jehož novinářské fotografie emoce vyvolávají, nebo fotografa, který se o to alespoň snaží?

Všichni fotografové se o to snaží, asi by nemělo smysl dávat nějaký příklad.

A komu se to tedy daří?

Samozřejmě že dejme tomu Jan Šibík nebo zcela jiným způsobem Karel Cudlín se snaží, aby jejich fotografie byly vizuálně zajímavé. Šibíkovy fotografie jsou zajímavé takovým způsobem, jako jsou zajímavé třeba fotografie Nachtweye. Mají nějakou zpravodajskou výpovědní hodnotu, ale z mého pohledu jsou často až příliš vizuálně působivé, takže jsou až příliš beautifed – příliš krásné. Já nechci říkat, že je to špatně,

ale vnímám to jako určitý problém. Vlastně jsem se snažil i o určitý výzkum v tomhle ohledu, totiž jestli platí myšlenka Susan Sontag, že pokud je nějaká tragická fotografie až příliš působivá esteticky, tak odvádí diváka od závažnosti situace, kterou zobrazuje. Když je mrtvé dítě krásně nafotografované z dálky a ta fotografie je esteticky působivá, může otupovat bolest – domnívá se Susan Sontag. Já uvažoval o nějakém výzkumu, který by se snažil empiricky na základě subjektivních dotazníků potvrdit, nebo vyvrátit tuto domněnku.

Já si pamatuji, že u nás na Fakultě sociálních věd UK byl takový výzkum, kde nám ukazovali umělecké a novinářské fotky, a my měli hodnotit, jak na nás jednak emocionálně působí a jednak esteticky působí. Něco takového máte na mysli?

To byl asi ten můj přípravný pokus dělaný na strašně malém vzorku. Víceméně byl určený jen k tomu, abych si nějakým způsobem vyprofiloval, jak se chci ptát. Samozřejmě výstup z toho nemohl být nějak relevantní, byl to modelový podklad k širšímu průzkumu, ke kterému zatím nedošlo.

Do jaké míry je vnímání fotografií subjektivní a do jaké míry je podmíněně kulturně?

U té mediální fotografie bych řekl, že je ten kulturní filtr podstatně větší. Potom je i určitá osobní citlivost, ale ta vlastně jen posunuje, v jaké míře fotografii cítím. Kultura, a tím nemyslím národní, tím myslím kultura v nejširším slova smyslu sociální skupiny, je jednoznačně dominantní.

Dokázal byste říct z jakého důvodu? Protože individualita a lidská svoboda v tom, co se komu líbí a nelíbí je dnes myslím to, na co se dává důraz. Konvence jako zlatý řez nebo ostrý záběr padly. Nebo ne?

Zlatý řez pro spoustu lidí pořád platí a to, že se vám líbí rozmazané fotky, není nějaké vaše individuální nastavení, ale je to tím, že se pohybujete v kulturní skupině, která je vystavena určité kulturní zkušenosti třeba z výtvarného umění nebo která má prostě větší toleranci k experimentu. Každý z nás v sobě obsahuje množinu kultur, ale čistě osobní, individuální reakci pocítíme jen u rodinného alba. Tam jsou referenční body k něčemu, co známe, tam můžeme prožívat zcela individuální

reakce. Protože je to třeba z dovolené, která se nám strašně líbila. Potom je to samozřejmě individuální. Když se naopak podívám na mediální fotografie, kde je nějaký konflikt, vidím tam někoho, kdo má tmavou pleť, tak já jako Evropan, nemusím být rasista, ale vidím něco, co je mi kulturně cizí, protože to neznám a třeba jsem nikdy nebyl v Africe, a pokud jsem tam byl, tak nemám prakticky žádnou zkušenost s tím, jak tam funguje společnost. Evropan, který o afrických zemích neví vůbec nic, si je spojuje jen s bídou, horkem a korupcí. Já to bagatelizuji, ale takhle to bude vnímat většina lidí. Někdo bude mít silnější kulturní předsudky, někdo vůbec žádné, ale i ten bude nejspíš projevovat jen velmi vlažný zájem.

Jak může novinářská fotografie příjemce médií vtáhnout, apelovat na jejich emoce?

Pokud chcete nějakým způsobem oslovit širší publikum, tak pořád je ta estetika strašně primitivní, je stejná jako byla vždycky. Syté barvy, dobrá přehledná kompozice – nějakým způsobem, to funguje pořád. A samozřejmě to téma je vždycky hodně důležité. Téma je klíčové a estetika je většinou banální. Čímž nechci říct, že je snadné toho dosáhnout, ale ta estetika je strašně konvenční a tradiční.

I dnes?

Jistě. A je zajímavé, že jste vůči tomu skeptická. Takže proč ne? Možná se pletu, tak řekněte, proč by neměla být konvenční.

Obecně v umění si myslím, že nějaká konvenčnost dávno padla a že i ti novináři to musí cítit. Projevuje se občanská žurnalistika a fotí i lidé, kteří prostě novináři ani fotografové nejsou, ale vždycky z toho může vyjít nějaká hezká fotka, která třeba ani nemá ty základní prvky kompozice, ale zaujme nás třeba jenom tím výjevem.

Souhlasím s tím, co říkáte. Ale stejně to nerozporuje to, že estetika mediální fotografie je v naprosté většině dost konvenční. To, o čem jste tady teď mluvila, o výjevech, které mohou zaujmout, samozřejmě mohou, pokud vystihují něco podstatného. Ale já jsem předtím mluvil o estetice a ta v těch médiích stále je a je stejně banální nebo ještě banálnější než byla. Vybavte si takové ty nejslavnější fotografie z časopisu Life z 50. a 60. let – esteticky absolutně promyšlené, dokonalé.

To by asi dnes nikdo nedokázal, nebo dokázal, pokud by na to měl spoustu času a soustředění, což je právě to, co média nemají. Od 90. let dál se média zbavovala fotografií. A to, že někdo vyfotí něco podstatného telefonem, co má dopad, to je druhá věc.

Podněcují novinářské fotografie ke změně, k aktivitě, k tomu, aby lidé začali pomáhat? Vy jste zmiňoval válku ve Vietnamu. Stalo se od té doby něco podobného třeba v českém prostředí?

V podstatě se to nestává. Čas od času se najde fotografie někoho, kdo je v nějaké problematické situaci, a ten snímek může pomoci v individuálním případě pro nějaký fundraising, protože lidé se dojmou. Ale že by měla novinářská fotografie širší sociální dopad, to ne. Fotografie z Vietnamu zobrazovaly vraždění civilního obyvatelstva včetně malých dětí. Bylo to něco, co předtím člověk neznal kromě nějakých fotografií z koncentračních táborů.

Vy jste zmínil to, že se v 90. letech fotografické redakce nebo části redakcí zmenšovaly. Proč vlastně?

Je to samozřejmě drahé. Pochopitelně, když klesá náklad novin (který klesá dlouhodobě), tak se něčeho zbavujete, protože potřebujete „ty písmenka“, což je v pořádku. Zároveň s tím se fotografie digitalizovala a stala se dostupnější. Agentury často fotografie předávají dál a dál a často proti tomu fotograf nemá žádnou obranu a za další zveřejnění svých fotografií nic nedostane. Proč mít vlastního fotografa, když si můžete pořídit obrázky prakticky za nic? To mi připomíná historku mého kamaráda a fotografa Björna Steinze, který dělal snímky k reportáži z pivovaru. Jeho agentura ty snímky prodávala a přeprodávala. Steinzova žena tehdy pracovala v Hospodářských novinách jako obrazová editorka a ty fotografie k ní doputovaly, aniž by ona věděla, že jsou to snímky jejího muže. Pokud jsou fotografie přeprodávané, je částka, kterou za ně dostane původní autor, stále menší a menší, takže z autorského renomé a finanční odměny nezůstane absolutně nic.

My už jsme se o tom částečně bavili, ale mohou novinářské fotografie způsobovat s ohledem na jejich emocionální působení otupělost nebo netečnost?

Říká se to. Ale jsou to věci, o kterých můžeme vlastně jen spekulovat, protože jsou doložitelné jen ve velkých studiích na bázi neurovědy. Můžeme reálně rozumově předpokládat, že ano, novinářské fotografie vzbuzují otupělost, ale nemůžeme to doložit.

Mohou být novinářské fotografie zdrojem nějakého rozptýlení?

To je asi individuální. Já nechci tvrdit, že je to takhle vždycky, ale často je novinářská fotografie jenom grafickým prvkem, který nám přitáhne oči, potom si přečteme titulek a dva první řádky, pokud je to na webu. Je to spíš o tom, přitáhnout pozornost, ale opravdu nechci říct, že je to takhle vždycky.

Pamatujete si fotku z českého prostředí za poslední rok, která by vás nějak emocionálně zasáhla?

Určitě takové byly, ale když se mě teď zeptáte, tak nevím, nevzpomenu si.

Nebo třeba, jestli si pamatujete fotku, kde prezident Zeman ukazoval na tehdejšího premiéra Sobotku holí při předávání demise.

Ta fotografie je vlastně trochu podobná, jako ty, o nichž jsme mluvili na začátku. Údajně ukazoval tou holí, kde je mikrofon, ne na Sobotku. Takže je to stejné jako Macron s Johnsonem a nohou na stole, je to stejné jako děti s telefony před Noční hlídkou. Je to fotografie vytržená z kontextu. Je zajímavé, že fotografie se v současné době často stává karikaturou. Tady ten váš příklad je karikaturou, která je nějakým symbolem, nějakým vtípem, vystihuje situaci, ale je nepravdivá.

Ale i když ukazuje jen na mikrofon, tak je to zvláštní gesto.

Je to samozřejmě zvláštní gesto, ale hlavně je to symbol. Vnímám to jako karikaturu, spousta věcí jsou karikatury politiků. Fotografie vám to vezme jednou pětisetvteřinou. Mrknete a máte přivřené oko, vypadáte trochu jako mentálně zaostalý a ve skutečnosti člověk takhle samozřejmě nevypadá. Pokud chcete parodizovat nějaké lidi, tak fotografie s otevřenou pusou jsou časté. Fotografujete

krátkou expozicí. My nejsme schopni rozlišovat časy kratší než jednu třicetinu sekundy, to je limit lidského oka a mozku, který zpracovává informace.

Jak podle vás celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny, na psychiku, vnímání příjemce médií? Jde o další otupování?

Myslím si, že jde o další otupování. My jsme se bavili o fotkách, které mají nějakou informaci, které vzbuzují nějakou emoci, například prezident s holí, ale to jsou výjimky, většina fotografií žádné reakce nevzbudí, a tím pádem také emoce neotupuje.

Cítíte se otupělý vy? Když jste byl malý, zasahovaly vás fotografie víc?

Jasně že jo, ale to se asi netýká té fotografie, ale mě. V populární hudbě jsou také písničky, které mě hrozně bavily a už mě nebaví. To je spíš proces odumírání citlivosti jednotlivce s postupujícím věkem, a ne média jako takového. Jsou fotografie, samozřejmě, které mě zasáhly a zasahují mě dodnes neskutečným způsobem. Takových fotografií je strašně moc, jsou to válečné fotografie, fotografie, které nevznikly s nějakým estetickým záměrem.

Můžete nějaké uvést?

Jsou to popravy, nebo spíš systematické vraždění židovských žen a dětí na Ukrajině, kde si nejdřív ženy svlékly šaty, složí je, protože se ty šaty ještě použijí. Jsou nahé s dětmi v náručí a nejdřív je zastřelena žena a potom dítě. To jsou věci, které jsou vlastně mimo pochopitelnou realitu. Jiná taková známá fotka je z války ve Vietnamu, nafotografoval ji armádní fotograf a je na ní vesnice, která byla podezřívána z toho, že podporuje Vietkong, a která byla kompletně vyvražděna americkými vojáky včetně nejmenších dětí. A u fotografie je legenda „And the babies?“ a odpověď „And the babies.“.

Vidíte nějakou, třeba světlejší budoucnost novinářské fotografie? Nebo toho prostoru pro ni bude čím dál méně?

Mně je to vlastně v zásadě trošku jedno. Víc mě dráždí to, že lidé neumí číst noviny, a to ani text, ani fotografie. Neuvědomují si „media bias“, které za tím je. Myslím si, že novinářská fotografie bude fungovat stále stejně, protože pokud vzbuzuje nějaký

vjem, tak jen díky dané situaci. Jisté změny se objevují – často dnes internetová fotografie nefunguje jen jako obraz, ale když se rozklikne, je z ní video. To video je do jisté míry často méně živé než fotografie, která je vypointovaná, ale zase je přesnější. Ve videu chybí to, o čem jsme se bavili – Johnson a Macron, děti před Noční hlídkou, onen zavádějící moment způsobený vytržením z kontextu.

Nečekám, že by se fotografie měla nějakým radikálním způsobem vyvíjet. Spíš doufám v rozvoj nějaké obecné mediální gramotnosti a to se týká jak fotografie, tak textu. I v zemích, o kterých se říká, že je v nich mediální gramotnost vyšší, je situace stále děsivá. Chybí skepse ohledně toho, jak je ten text napsaný, na jakém základě a do jaké míry je reprezentativní. To je pro mě daleko větší problém. To, že dejme tomu v Británii, která je vnímána jako země s vysokou mediální kulturou, nejvíc lidí čte Daily Express, Daily Mail a The Sun, tedy periodika, která jsou už za hranou jakékoli etiky a racionality, je varovné.

Příloha č. 11: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Matějem Stránským

Čemu se profesně věnujete?

Jsem fotograf v časopise Respekt, to znamená fotograf ve zpravodajském časopise. Fotím obrázky, které ilustrují zpravodajské texty, portréty k rozhovorům a tak dál. Dalo by se to asi zobecnit tak, že dělám reportážní, dokumentární fotku a novinový portrét. V Respektu jsem na plný úvazek nějakých dvanáct let a předtím jsem tam asi šest let externě spolupracoval nejen jako fotograf, ale taky jako autor textů.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Informovat, přinášet informace prostřednictvím obrazu. Je to doplněk psané žurnalistiky, který tu informaci nebo třeba emoci obecně řečeno doplňuje o rozměr, který jazyk neumí předat. To znamená, obraz je specifický jazyk.

Je ta role stejná jako před 10 až 20 lety?

Myslím si, že v zásadě ano, ale samozřejmě se ta doba dramaticky změnila kvůli digitalizaci. Úplně na obecné úrovni má novinářská fotografie stejný účel nebo smysl, mění se detaily, liší se to v nuancích. Těch obrázků je daleko víc, přístup k nim má mnohem širší publikum a zároveň, když budeme za média považovat i sociální sítě, tak ten přístup nejen diváků, ale i těch autorů se neskutečně rozšířil. Tím, že těch obrázků je tolik, že jsme strašně zvyklí vnímat je všude, tak jejich síla nebo síla toho sdělení je, řekl bych, nižší. To, co by před 20 lety ještě někoho šokovalo, si dnes za deset minut nepamatujeme, když to hodně zjednoduším.

Jaká je role novinářské fotografie coby součásti mediální produkce? Respektive, jaký prostor se dává fotografii?

To nevím, těžko říct. Je velký i malý současně. Velký v tom, že téměř nic ani na webu, ani v tištěných médiích se neobejde bez obrázku. Fotek je všude hodně. Ale kvůli tomu, že mizí nebo se snižuje působivost fotek a je jich tolik, že nemají takovou sílu, tak je současně ten prostor menší. To znamená, na počet je jich hodně, ale fotka už nemá takovou působivost ani takovou sílu jako dřív. Spousta zejména o jednu generaci starších fotografů, než jsem já, bude myslím s nějakou nostalgií mluvit o

tom, že zmizely obrazové reportáže z novin a časopisů. V současné době nejsou žádné obrazové časopisy, což dřív bylo, a v každém čísle měly alespoň jednu obrazovou reportáž. I jako čtenář musím říct, že časopis takhle projedu a za deset minut už si nepamatuji, co jsem tam viděl, protože sleduji zase jiný obsah a těch sdělení je opravdu hodně.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Všechny.

A spíš pozitivní, nebo negativní?

Obojí, to je stejné jako u textu. Každý text bude každý čtenář číst jinak, stejně jako každý člověk vnímá věci kolem sebe jinak, jiným pohledem, individuálně. Ještě mnohem víc to platí u fotografie, protože jazyk, kterým mluví fotografie, je mnohem míň konkrétní a mnohem víc emocionální než text. Fotografie může u různých lidí vyvolat protichůdné emoce, negativní, pozitivní a emoce nejrůznějšího stupně.

A vaše fotky vyvolávají jaké emoce? Zaznamenáváte třeba, jak na to reagují lidé?

Nevím, nemám žádnou zpětnou vazbu, maximálně mám zpětnou vazbu od manželky.

Z jakého důvodu vyvolávají novinářské fotografie větší nebo protichůdnější emoce než text?

No to je právě to, co jsem se snažil říct. Když vytvoříte nějaké sdělení ve zpravodajském textu, tak jej každý člověk bude číst jinak, ale v zásadě si z něho většina lidí odnese takovou informaci, která v něm opravdu je. Ve zpravodajském textu není nic nejednoznačného.

Jsou různé typy novinářských fotek. Autorštější fotky (nechci říkat umělečtější) jsou něčím, co by se v textu označilo jako názor nebo publicistika. U fotek, které jsou opravdu zpravodajské, je to sdělení prvoplánové. Dneska jsem byl například fotit, jak je Zaorálek uveden na ministerstvo kultury. Máte prostě Babiše a Zaorálka, jak sedí za stolem, za mikrofony, a baví se o tom, že Zaorálek tedy přebírá úřad. Na té

fotce vlastně nic není, to skoro ani neříká žádnou emoci. Přesto to u někoho emoci vzbuzovat může, je tam nějaký výraz, Babiš se Zaorálkem se nějak tváří, mohou se koukat na sebe, je mezi nimi nějaká interakce, něco mají na sobě. Na někoho může působit už jen to, že vidí Babiše. Abych se zpátky vrátil k vaší otázce, fotka mluví jazykem, který je míň konkrétní a víc ikonický než text, tím pádem jsou ty emoce mnohem různější než u textu.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Ať už třeba jen z toho důvodu, že to lépe prodává?

Existují média nejrůznějšího zaměření. Jsou bulvární média, serióznější média a pak jsou média, jako například The Economist, která mají obrázků relativně málo a ve kterých jsou fotografie méně výrazné. Nevím, jaký je ten důvod, ale tipuji si, že chtějí být právě tak moc seriózní, že fotku radši ke slovu nepustí, protože by mohla vyvolat víc emocí, než by daná redakce chtěla. Ale to teď jen tak spekuluji. Takže jestli je to žádoucí – pro nějaký typ médií určitě ano, ale podle mě na to neexistuje jednoznačná odpověď. Když budeme mít za cíl, aby žurnalistika byla vyvážená a seriózní, aby mluvila o důležitých věcech a aby nastolovala vážnou debatu, tak samozřejmě emoce nejsou prioritou. Ale myslím si, že je to stejně nevyhnutelné a fotky působí na emoce, ať chceme nebo nechceme, a na každého člověka ještě jinak. Mít před sebou časopis a prohlížet si v něm fotky, tak si podle mě u každé řekneme, jak působí na vás, jak na mě, a kdyby nás tady sedělo deset, tak na každého z nás bude působit jinak a na někoho třeba vůbec.

Je záměrem fotografa, aby jeho fotografie vyvolávaly emoce?

Jo, to si myslím, že je. Já si myslím, že emoce není sprosté slovo, emoce mohou být různé, i třeba špatně vyjádřitelné slovy, ani si je nemusíte uvědomovat. Uvidíte obrázek, který na vás bude působit příjemně, protože je harmonický a jsou na něm věci kompozičně a barevně vyvážené, nebudete sice vědět proč, ale nějak se vám ta fotografie bude líbit. Jsou i čitelnější emoce, fotografie vás může rozzuřit nebo vás rozesměje, pobaví, těch emocí je strašně široká škála. Určitě je smyslem fotografa vyvolat emoci nebo pocit, ale to nemusí být něco jednoznačného, silného nebo manipulativního, neznamená to, že si tu emoci fotograf vynucuje. Fotografovaná

situace na vás nějak působí a vy chcete, aby vaše fotografie působila na čtenáře nebo diváka stejně. Nějak s tím počítáte, že to, co do toho dáváte, tam je.

Fotky v časopise fungují i jako nějaký oddychový prostor. Když já vyfotím Babiše se Zaorálkem, tak vlastně nevím – má ta fotka nějakou emoci? Snažím se zachytit moment, kdy je mezi nimi nějaká mezihra, jeden se na toho druhého nějak podívá, je mezi nimi nějaká emoce.

Takže to fotíte za tím účelem, aby tam něco takového jako emoce bylo?

Spíš aby se na ni člověk podíval a aby ho trochu zaujala. Většina fotografů zmáčkne spoušť ve chvíli, kdy se něco odehraje, nějaký druhý plán. Protože kdyby ta fotografie byla jen o tom, že dva chlapíci sedí za stolem, tak jakou roli má pak v novinách? Řekne vám, jak vypadá Babiš se Zaorálkem, což každý ví, a ten, kdo to neví, noviny ani neotevřít, protože ho to nezajímá. Takže tahle informace je jakoby k ničemu. Další věc je, že ten text by nikdo nečetl, pokud by u něj nebyl obrázek, a to je podle mě další role obrázků i na webu. Když tam bude jen flák textu, tak si to nikdo nepřečte, protože obrázky prokysličují ten prostor.

Můžete uvést příklad fotografa, který si uvědomuje nebo uvědomoval, že jeho fotografie vyvolávají nebo vyvolávaly silné emoce?

To je těžké, existuje přece takových fotografů. Všichni se snaží, podle mě není fotograf, který by se nesnažil vkládat do svých fotografií emoci.

Soustředí se fotograf při samotném focení na to, aby jeho snímek vyvolal emoci, nebo spíš dává pozor na kompozici a takové ty technické prvky?

Musí sledovat všechno dohromady. Kompozice napomáhá sdělení a té náladě, kterou fotka bude mít. Spíš bych možná mluvil o náladě než o emoci, kterou fotka bude mít. Na základě nálady to v člověku vyvolává emoci. A jeden ze stavebních kamenů emoce je v tomto případě třeba kompozice. To všechno jde ruku v ruce. Podle mě to není tak, že by si fotograf říkal, chci vytvořit nějakou emoci, a proto za ní jdu. Vy něco fotíte a nějak to na vás působí, aniž byste si to museli uvědomovat. To místo, ta situace, ta chvíle. Něco to ve fotografovi vyvolává a on se snaží to převést co nejlépe do obrázku.

Mluvil jste o novinářských fotografiích, které jsou „autorštější“ a daly by se přirovnat k psané publicistice. Dokázal byste uvést příklad fotografa, jehož snímky jsou hodně autorské?

To je těžké. Jinak jsem se na fotky koukal v osmnácti a jinak se na ně dívám teď. Čím dál tím víc si ve fotce všímám nějakého kliše. Nechci nikoho jmenovat, ale fotografové, k nimž jsem vzhlížel, když mi bylo osmnáct, mě postupem času přestali bavit (samozřejmě ne všichni). Mluví o výborných fotografech, kteří jsou úspěšní, ale já u nich vnímám určité obrazové postupy, které se ustálily a staly se z nich kliše. Jejich fotografie jsou silně emocionální, ale ta emoce se příliš vnucuje a to mě přestalo bavit. Já vím, že teď mluvím hrozně teoreticky. Když budete číst stejnou knížku v osmnácti a ve čtyřiceti, budete ji číst trochu jinou hlavou, s jinými zkušenostmi, bude na vás jinak působit. Ve čtyřiceti si budete říkat: „Co mě na tom v osmnácti bralo?“ Takže takových jmen fotografů, jejichž snímky jsou hodně autorské, je. Třeba Koudelka.

A ten vás taky omrzel?

To, o čem jsem teď sáhodlouze mluvil, u něj neplatí. Jeho fotky se mi hodně líbí.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají silné emoce?

Vlastně jsme to tak nějak nakousli odevšad. Myslím si, že emoce není sprosté slovo a hodně záleží na tom, co si pod tím představíme. Emoci můžeme brát jako něco, co je ve zpravodajství trochu nepatřičné. Když budete psát o tom, že se Zaorálek ujal ministerstva, nenapíšete „přijel na ministerstvo takovej Zaorálek, vypadal tak nějak ušmudlaně“, nebudete chtít vyvolávat tenhle typ emocí. U obrázků je to ale nevyhnutelné, obrázek chtě nechtě emoce vyvolává. Spíš než o emocích bych se bavil o náladě, protože na základě nálady vzniká emoce, která ale může být velmi mělká. Takže si myslím, že je to za první nevyhnutelné a za druhé to není špatně.

Vzpomenete si na nějaký příklad, kdy fotka vyvolala zkreslenou emoci, která neodpovídala focenému situaci?

Teď mě zrovna nic takového nenapadá. A zase, co to znamená, že vyvolala emoci? Podle mě každý čtenář vnímá jednu fotku jinak.

Takže když ukážete svou fotku manželce, vnímá ji jinak než třeba váš bratr?

No jistě, a ještě to funguje tak, že když je člověk autorem fotky, tak ji vnímá zase úplně jinak než ti diváci, což mi vždycky přišlo jako hrozná škoda. Nikdy neuvidím svoji fotografii jako divák, protože mám vzpomínku na tu situaci, nedokážu si odmyslet metadata, která jsou za tím ukrytá. Bylo by moc prima dívat se na svoje fotky čerstvým pohledem, a tudíž být schopný je líp editovat a vybrat. Když už ukazuji svoje fotky manželce (a já jí je moc neukazuji), tak na ni působí jedna z nich třeba líp než na mě. Třeba z deseti portrétu, o kterých se bavíme, vybere úplně jiný než já. My jsme se o tom bavili ve škole na nějaké mediální nebo sémiotické teorii. Když se řekne židle, tak si sice každý člověk představí židli, ale zároveň si každý představí jinou židli podle své životní zkušenosti. Já si teď taky nějakou představím. Oba si představíme tu samou věc, ale přitom úplně jinou. V případě židle jde o nic, ale když se budeme bavit o abstraktnějších věcech, o emocích, tak ten rozdíl v tom, co si představujeme, je mnohem větší. Ale tuhle zkušenost mám spíš jen s manželkou, protože nikomu jinému svoje fotky moc neukazuji. Pak se o tom samozřejmě ještě bavím s fotoeditorkou, která vybírá fotky, jež tam nakonec budou.

Do jaké míry je vnímání fotografie subjektivní a do jaké je kulturně podmíněné?

To nedokážu asi přesně říct. Obojí podle mě platí a přitom se to nevyklučuje. Subjektivní znamená, že je to taky kulturně podmíněné. Každý z nás vyrostl v nějaké kultuře, a tím pádem čteme věci nebo rozumíme věcem na základě nějakých kódů, které jsme přejali z té dané kultury. Samozřejmě, každý jsme ještě jiný, takže čteme věci jinak, ale obojí se podle mě na tom, jak čteme fotky, podílí. Myslím si ale, že primární je to subjektivní vnímání, ale to v sobě zahrnuje i to kulturní.

Fotka autonehody bude působit jinak na člověka, který autonehodu sám zažil, než na člověka, který ji nezažil. A přitom všichni žijeme v kultuře, která zná automobilismus, a víme, co to znamená autonehoda. Takže na všechny z nás (a to je ta kulturní podmíněnost) bude ta fotka působit negativně, nepříjemně nebo úzkostně. Kdyby tu fotku viděl člověk z kmene v brazilském pralese, který neví, co je auto (jestli takový člověk ještě vůbec existuje), nebo ufon, který spadl z Marsu, tak

ji bude vidět třeba úplně jinak, protože nebude vědět, že je to spojené s neštěstím, s bolestí a tak dále.

Jinak fotku autonehody bude vnímat člověk, který ji zažil, jinak člověk, co nemá ani řidičák. Jinak ji bude číst člověk, co ji zažil před 14 dny, a jinak člověk, co ji zažil před pěti lety.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout, apelovat na jeho náladu?

Vším, co tvoří fotku, všemi těmi skladebnými prvky a vizuálními postupy. Fotka mluví světlem, které může být ostré, měkké, může se jednat o mlhu, soumrak, o světlo za bouřky. To samo o sobě vytváří nějakou náladu. O kompozici jsme se už trochu bavili. Nějak působí kompozice dramatická, jinak zas klidná kompozice nebo roztráštěná. To jsou ty základní obrazové prvky, které vůbec tvoří fotku – rytmus, světlo, kompozice. Co vytváří drama ve fotce? Když bude fotku z 90 % zabírat nebe nebo nějaká jiná plocha, tak to spíš působí klidně. Na druhou stranu záleží na tom, co bude na těch zbylých 10 %. Dramatická bude taková fotka, která má ostré světlo, je plná nějakých tvarů a tak dál. Fotografie může příjemce médií vtáhnout tím, jak je blízko k fotografovanému objektu, jestli jsou tam živí lidé, a tím, jakou oni mají emoci ve tvářích, výraz v očích. Na tom je dobře vidět, jak se s tím dá hrát. Je to banální věc – stejně jako v textu, a ještě o to líp ve fotce se dá událost popsat nebo vyfotit dramaticky. To, že Babiš jmenuje Zaorálka ministrem kultury, můžete popsat dramaticky.

Raymond Queneau napsal knížku Stylistická cvičení, přeložil ji Patrik Ouředník, a to je skvělá věc. V knížce je jedna naprosto banální situace, něco v tom smyslu, že do autobusu nastoupil chlapík, utrhl se mu knoflík u bundy a kutálel se po zemi (je to tam trochu jinak), popsaná asi sto způsoby. Jako thriller, novinová zpráva, nekrolog a tak dále. Stejně tak můžete sto způsoby popsat, že Zaorálek přišel na ministerstvo. Tou fotkou se dobře lže, protože ačkoliv zachycuje okamžik, ve finále hovoří za celou situaci. Představte si, že se v jednu chvíli Babiš na Zaorálka divně zatváří třeba proto, že ho něco píchne v noze a on udělá bolestivý výraz. V tu chvíli to vyfotíte, Babiš se bude dívat na Zaorálka a bude mít vyhrocenou emoci. Dáte takovou fotku, která působí hrozně napjatě do novin, a na lidi to bude působit tak, že Babiš Zaorálka

málem zabil, vždyť se na něj tváří, že by ho nejraději uškrtil. To je za vlasy přitažený příklad, ale schválně ho uvádím, abyste pochopila, jak se tvoří emoce, nálady, pocity.

Podněcují novinářské fotografie k nějaké aktivitě, ke změně, k tomu, že člověk pomáhá?

Jak to myslíte?

No když byla třeba vietnamská válka a Američané z toho viděli záběry, tak demonstrovali, dávali veřejně najevo svůj odpor.

Tak myslím si, že trochu ano, ale asi míň než dřív. Přesně ten příklad s vietnamskou válkou, který zmiňujete, se už nikdy nebude opakovat. Fotka už takovou sílu nemá, o tom jsme mluvili na začátku. Tehdy prostě obrazový časopis bylo něco, co mělo strašnou sílu. Televize ještě nebyla tak silné médium a nejčastější obrázek, který člověk mohl vidět, byl z obrazových časopisů. Fotky dokázaly s emocemi hnout natolik, že to dotlačilo politiky k nějakým krokům. Dneska fotky dokážou zapůsobit krátkodobě, vzhledem k tomu, jak témata díky sociálním sítím rychle vyletí a zase rychle zmizí a za čtrnáct dní už o nich nikdo neví. Myslím si, že už to nemá takovou sílu ani takové trvání jako v případě, který jste zmínila. Už jsme všechno viděli. Jsme hrozně otupělí k tomu, co se děje, všechno víme, na fotkách a ve filmových záběrech už jsme viděli hrozné věci a už to s námi moc nehne.

Na to jsem se vás chtěla zeptat hned vzápětí, jestli si myslíte, že novinářské fotografie mohou způsobovat nějakou letargii.

Myslím si, že fakt jo. Viděli jsme přece takové hrůzy. Ale samozřejmě jsou fotky, které zapůsobí i dnes, třeba ta, která vyhrála World Press Photo – plačící holčička na americko-mexických hranicích.

Pak si vzpomínám na fotku z demonstrací v Brně, která byla dokonce od amatéra, je to asi dva tři roky zpátky, a byla na ní nějaká skautka. Ta fotka nebyla ani moc hezká, bylo na ní trochu kompozičně vidět, že je amatérská, ale měla jakousi sílu. Mně se vlastně upřímně ani nelíbila, ale chápu, že tam to sdělení bylo jasné, čitelné a silné, protože ta situace byla silná. Nebyla to hezká fotka, ale splnila svůj účel a mluvilo se o ní. Díky sociálním sítím ta fotka byla hodně populární, lidé ji sdíleli, ale zároveň si na ni za čtrnáct dní už nikdo nevzpomněl.

A je ta otupělost reálná? Když uvidím na vlastní oči to, co jsem viděla stokrát na fotkách – válku nebo děti umírající na hlad v Africe –, budu vůči tomu taky otupělá?

To si nemyslím. Jste otupělá vůči dalším obrázkům. Kdyby člověk na vlastní oči viděl nějaké hrůzy, tak to s ním zahýbe způsobem, který vůbec nedomýšlí, který mu dojde třeba až potom.

Jsou novinářské fotografie zdrojem rozptýlení?

Obrázek je snazší vnímat, čtení přece jen trochu bolí, protože jsme líní. V Respektu jsou docela dlouhé texty a od čtenářů jsou občas připomínky, jestli by nemohly být kratší, ale pak jsou zase lidi, kteří chtějí víc dlouhých textů. Stejně je ale pro spoustu lidí náročné číst a ta doba taková je, nejjednodušší je scrollovat. Obrázky jsou oddechovější, jsou jednodušším produktem na konzumaci.

Některá témata jsou ale abstraktnější a nelze je vyfotit, když máte omezený prostor. Jak se třeba fotí korupce? Asi by to nějak šlo, ale jde to blbě. Kdežto popsat korupci, napsat o ní investigativní text, který může být čtivý, je jednodušší. Jsou témata, která jsou takhle abstraktní, a pak jsou reportáže o místě, kde se něco děje, nebo o místě, které je zajímavé a vy se na něj jedete podívat. Třeba demonstrace neonacistů v Brně – o tom si skoro číst nepotřebuji. Když uvidím dobré obrázky, tak si z nich odnesu téměř všechny informace, které bych dostal v textu, plus ještě něco navíc, co v textu bude špatně vyjádřitelné slovy. Ted' vlastně jen mluvím o míře ilustrativnosti obrázků. V něčem jsou obrázky víc ilustrací toho textu, doplňují ho, rozvíjejí, dávají mu další obsah, který by se blbě vyjadřoval slovy. A někde je to naopak, text doplňuje obrázky. Text a fotografie se doplňují v různé míře.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

To nedokážu říct, to je spíš otázka pro nějakého psychologa. V něčem jsme to naťukli tím, že je těch obrázků hodně, tak je vnímáme s o něco menší pozorností. Průměrný konzument internetového zpravodajství vidí za den 68 fotek (to si ted' vymýšlím, ale asi by se to dalo nějak kvantifikovat) a průměrný konzument zpravodajství před 20

lety viděl za den 20 fotek. Možná že ta čísla budou úplně jiná a ten rozdíl bude mnohem větší. Tipoval bych, že když vidíte 20 fotek, tak jim věnujete mnohem větší pozornost, než když jich vidíte 50. I tak si ale myslím, že je to spíš otázka pro nějakého psychologa.

Na sobě třeba nějakou otupělost vůči snímkům, které vidíte, pozorujete?

Já na sobě spíš pozoruji, a je to asi tím, že jsem profesně deformovaný, že u fotek vnímám něco, o čem jsme mluvili na začátku, nějaká taková kliše. Vnímám, kdy se mi fotka snaží trochu vnutit nějakou emoci, nějaké sdělení, kdy je to takový manipulativní trochu a kdy ne. Vnímám to jinak než nějaký běžný konzument, a proto je to moje vnímání trochu zkreslený.

Příloha č. 12: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Michalem Šulou

Čemu se momentálně věnujete?

Z 90 % plním zadání deníku, hlavně pokrývám to, co se děje. Teď v létě je sice okurková sezóna, takže je čas plánovat jiná témata, ale jde hlavně o témata vděčná k focení. Skoro žádná investigativní práce nebo sociální tematika, k tomu se člověk v deníku dostane, spíš jen když to rozpracují redaktoři.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Nenahraditelná. Jednotlivé redakce stále zaměstnávají fotografy, dávají jim prostor, to je asi důkaz toho, že fotky mají své místo, mají co říct a jsou nositeli informací.

Berete samostatnou fotku jako nositele informace, nebo jako doplněk k článku?

Je to nedílná součást textu, ale samostatně má také co říct. Samozřejmě asi ne, když bude někdo tisknout časopis, kde nebude žádné písmenko. Dřív sice něco takového existovalo, ale v dnešní době to je nesmyslné, mělo by to být doplněné informací. Jsou ale magazíny, kde je textu míň na úkor fotek, kterých je tam hodně a jsou velké.

V aktuálních denních věcech jsou fotky zase jen vložené do textu. Ale když událost zachytíte tak, že z ní vyzařuje všechno a jde z ní informace, žádné písmenko k ní už nepotřebujete. Stejně většinou fotky doplňuji popiskem, aby měl editor s čím pracovat.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Je dobře, že místo má a redakce pochopily, že to má cenu. Když vznikaly nové weby, třeba informační server Echo24, mysleli si, že fotografa nepotřebují. V Echu si nejdřív mysleli, že pro ně bude fotit někdo externě, pak zjistili, že tento člověk, který je navíc jen jeden, to nepokryje, protože si ho vezme třeba redaktor, který jde na rozhovor. A zjišťují to další a další, většinou už dnes při

zakládání nových projektů s fotografem počítají. Bez fotografií totiž zpravodajství ztrácí na kvalitě.

Já si pamatuju, že byly servery, kde místo fotek běžela smyčka desetisekundového videa, což bylo naprosto hrozné. Otevřela se vám stránka a všude se načítala videa a mozku dlouho trvalo, než pochopil, co se tam děje. Před rozkliknutím odkazu potřebujete něco výrazného, video neumí poutat. Většinou z něj editoři vystříhnou nějaký záběr, ale to je prostě ošklivé a neplní to žádnou úlohu, je to jen obrázek, protože tam na něj je místo. Kameraman navíc používá jiné úhly... Ale když tam je fotograf, který má nějakou kvalitu, umí zpravodajství pomoci – vyfotí totiž to, co má vyfotit, a tak, aby to čtenáři něco dalo.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Záleží na tom, kdo je konzumuje. Jasně jsou samozřejmě fotky, kde je vidět například smrt (je hrozná a přitahuje pozornost), nebo naopak radost (to je super, to lidi chtějí vidět). Jiné emoce pak vzbuzují třeba fotky focené na rozhovoru s politikem – když je to něčí favorit, tak ho chce vidět dobře čili vzbuzuje pozitivní emoce.

Na tom se může hodně podepsat fotograf, když fotí tendenčně. Třeba Nečas se hrozně potil, takže na tiskovkách vždycky přišel moment, kdy vytáhl z kapsy kapesník a otíral si čelo. Když tohle vyfotíte, je jasné, že mu v uvozovkách teče do bot, z toho byla emoce jasná, a přitom to byl kec. On si neutíral čelo, protože mu teklo do bot, ale protože mu bylo vedro.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce? Proč fotku nebereme třeba jen jako obrázek?

Protože to není obrázek, ale realita. Možná si do toho promítáme nějaké své vidění světa. Fotky jednak nesou informaci, co se tam děje, a druhak se tomu snaží fotograf přidat kvalitu. Protože mám povědomí o fotografii, dávám si pozor, abych dodržel kompoziční pravidla, aby tam nebyly obrazové chyby, aby výsledek nejen nesl informaci, ale měl i kvalitu a přitáhl pozornost.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Asi ano. Je nutné, aby přitahovaly pozornost k obsahu. Každý ví, jak vypadá Babiš nebo Hašek, ale stejně je vždy fotíme znovu – asi aby to přineslo novou emoci, novou kvalitu. Lidi se mění, fotka má stále přinášet aktuálnost a zachytit atmosféru. I když budu nějakou věc fotit den co den, vždycky se něco děje, bude to jiné a je potřeba, aby to tam bylo, zpravodajství tím získá nový rozměr.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Jdu fotit hlavně proto, abych splnil úkol, fotka byla kvalitní a co nejhezčí. Tím pádem tam samozřejmě chci zachytit emoce lidí, atmosféru momentu. Ve spoustě věcech, co já fotím, se ale nedá nic moc čekat, spíš ji tam člověk musí dodat.

Ted' jsem byl třeba fotit toho pána, co vyčistil nápis na Karlově mostě a pak se přiznal, že zabil dva lidi. Dneska předváděl pod dohledem primátora čištění graffiti. Člověk si říká, co s tím. Bylo nutné ho vyfotit s primátorem? Je to ta věc, co chci ukázat – že si potřásli rukama? Je to blbý říct, ale je to čistič, a ještě měl tu svou minulost, tak jsem se ho snažil vyfotit s čisticím strojem a za ním pograffitovanou ošklivou stěnou. To už má emoci, jak je za ním ošklivá zeď a on je divnej chlap a má v ruce stroj na čištění graffiti, který vypadá jako flinta. Tam by nestačilo dát k článku jen jeho obličej, to by nevzbudilo emoci žádnou.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Určitě. Během focení nad tím musí přemýšlet. Když jdete na focení a nevíte o tématu nic, tak je to blbý. Musím si o tom něco zjistit, abych věděl, na co se soustředit, co si hlídat, a abych přemýšlel nad tím, co fotím a jaký to má smysl.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Je to přirozené, nejde se odosobnit, aby se neprojevil autor. Ale to je dobře, ne? Ti lidé vědí, jaké zpravodajství konzumují, protože se pro to rozhodli svobodně, věří ať už lidem, kteří zpravodajství tvoří, nebo znají pozadí média. Věřící tomu,

protože lidé, kteří v médiu dělají, do toho dávají něco ze sebe a jim to vyhovuje, mají třeba potvrzené, že je to pravda. A stejně tak tomu je u fotek.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Asi je to subjektivní. Ke mně se většinou dostanou negativní reakce, když to lidi pobouří. Většinou ale nevím, co je na tom pobouří, spíš se jim to nelíbí jako fakt, že to tak je. To, že jsem do toho dal kus sebe, je nezajímá.

A ještě mě tak napadá, co tady může být archetyp fotek, u kterých si příjemce řekne: „Ježiš, tam bych nechtěl být“ – třeba propírání uprchlíci. Vyhrnou se z lodi, oči vyděšený, člověk si řekne, že to je hrůza. Zase ten, co zná Afriku a žije tam, to považuje za úplně normální pohled a emoce je u něj plochá, kdežto u nás to může vzbudit hrůzu.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Musí být dobrá. Když už diváka vtáhne do děje, je kvalitní a to je naším cílem.

Co považujete za kvalitní fotku? Nebo respektive, co děláte, abyste takové fotky docílil?

Když se bavíme o zpravodajské fotce, člověk je odkázaný na to, co se zrovna děje, být pozorný a nepromeškat nic. Většinou jde o děj, který se odehraje a je nenávratně pryč. A když se zachytí v co možná nejlepší moment a nejlíp (ať už podle obrazových hodnot – dobré světlo nebo kompozice, a ještě to splní předpoklad, že se podařilo zachytit správný moment), docílí se toho nejlepšího.

U reportáží (kulturních, sportovních...) i portrétů je to také o ději. Musím s tím člověkem navázat kontakt, což je občas hodně krátká doba. Někdy jsem s dotyčným třeba jen 15 minut. Jde o to, že oba víme, že chceme, aby to vypadalo dobře. Za tu dobu se člověk snaží co nejvíc vystihnout a dostat do toho něco navíc. Třeba když je ten člověk něčím zajímavý, tak ho do toho

dostat, aby to ukázal. Když je s ním třeba sranda, tak ať je to z té fotky vidět – teď to přeženu, ale ať si dá třeba klaunský nos na nos. Vezměte si třeba Dalího s vajíčkem.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Rozhodně to tak je. Když vyfotíte, že se třeba děje něco zlého, a vyfotíte to tak, že k příjemcům fotka promluví tak, že jim ukápne slza nebo se v nich probudí vztek, může se stát, že jdou proti tomu demonstrovat, někomu zavolat, ať se to neděje, jdou k volbám... Když třeba starosta nechá zbourat dům a vy vyfotíte, jak stojí dědeček o holi a kouká, jak padá jeho mládí, rázem to může lidi zvednout.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Asi by neměly.

A může se to stát?

Jak se říká, když je něčeho moc, je toho příliš. Zase bych zmínil migrantskou vlnu – lidé už jsou na to mnohdy zvyklí a už nevnímají neštěstí. Co si budeme povídat, ono se neštěstí fotí hodně dobře a děláte to, protože je to důležitý, abyste lidem tady ukázali, co se děje. Ale v Evropě už to emoci nevzbudí, protože je toho moc. Ale nevím, co s tím. Větším neštěstím už to asi netrumfnete a zároveň o tom nejde neinformovat, zavřít oči a říct si: „No, to už jsme viděli a dobrý“. Furt to musíte zkoušet a třeba to pomůže.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Mohou být.

Je to špatně?

Fotka by s textem asi měla souznít. Dost často se ale stává, že buď jedno, nebo druhé je silnější a to druhé už tam je jen ze zvyku. Občas třeba jen fotka dokáže

říct všechno a vy se potřebujete kouknout jen na místo a datum, jinak z ní vše dokážete vyčíst. A někdy naopak potřebujeme fakta, informace a fotka je tam jen jako doplněk.

No a někdy je samozřejmě zbytečná. To se mi také stává a hádám se o to v práci. Vezměte si článek o výstavbě nové čtvrti. Ještě na tom místě nic není a trvá se na tom, že se fotka bude dělat. Co těm lidem řeknu, když budu fotit něco, co tam není? Tam přesně nebude žádná emoce.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Určitě, to vidím sám na sobě. Neřekl bych ale, že jde o množství obrazového materiálu, to je dobré. Jde spíše o množství informací celkově. Spousta mediálních domů se snaží udržet diváka točením zpráv. Já jsem zvyklý kouknout každou půl hodinu na server a mám tam novou zprávu a přitom vím, že to nepotřebuju vědět. Samozřejmě si musím držet povědomí, kdyby se někde něco dělo v rámci mé profese, ale nepotřebuju vědět detaily.

Ale to, že je hodně fotek, obrazu, videí, to si nemyslím. Spíš je otázka toho, jak je to zpracované – v jakém pořadí to třeba je prezentováno, aby to na mě nevyskákalo, ale abych to měl dobře naservírované.

Chcete něco sám doplnit, máte nějaké další relevantní informace k tématu?

Po minulém ročníku Czech Press Photo tu bylo hodně diskuzí o fotce, která to vyhrála, ale myslím, že to bylo v pořádku. Obrazově super, byl tam nějaký příběh a to, že se pak zjistilo, že je to „fejk“ a odehrálo se tam něco jiného, to je jedna věc. Druhá věc je ale ta, že se čeští fotografové rozštěpili na ty, co se věnují spíš dokumentární fotce, a na „deníkáře“, což jsme my. A oni si teď soutěže nárokují, protože oni nechodí každý den do práce, třeba měsíc nevezmou foťák do ruky a pak teprve někam jedou a dva měsíce tam fotí. Kdežto já třeba přes týden dělám jenom řemeslo, za den mám například nafotit nějaké čtyři věci, tak jdu a nafotím je, jak nejlépe umím. Ale vím, že žádnou

soutěž s tím vyhrát nemůžu. Je tu prostě velký rozdíl mezi denním focením – na které u nás peníze jsou, protože podporované je – a dlouhodobými projekty, na které peníze nejsou.

Příloha č. 13: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Kateřinou Šulovou

Můžete se představit a říct, čemu se profesně věnujete?

Kateřina Šulová, již 8 let pracuji v ČTK jako fotoreportérka. Předtím jsem pracovala v novinách Večerní Praha, kde jsem vlastně začínala, ty byly poté zrušeny a staly se z nich bulvární noviny. Nějakou chvíli jsem v nich setrvala, takže mám i malou zkušenost z bulvárního plátku.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Fotografie je nedílnou součástí, zachycuje to, co se kolem nás děje. Sama o sobě by měla oslovit svým obsahem, co na té fotografii je. Měla by mluvit i bez jakýchkoliv popisků, dodatečných informací.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Z mého pohledu coby fotografky je fotografie primární, má hlavní roli. Pro mě je poté sama zpráva již doplňující, tu hlavní informaci nese sama fotka. Samozřejmě někdy je to tak, že fotka doplňuje zprávu, ale pro mě by měla fotka sama o sobě nést tu hlavní informaci a být schopna ji samostatně předat.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Určitě všechny emoce, které dokážeme popsat. Pozitivní, negativní, záleží na tom, co fotografie zachycuje. Samozřejmě fotografie z války budou vzbuzovat negativní emoce, lítost, hrůzu, strach, smutek. Fotografie zátiší a koťátek naopak budou vyvolávat emoce pozitivní, radostné. Rozhodně je to celé spektrum, celá škála emocí, kterou fotografie dokážou vyvolat.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Fotografie je zachycení okamžiku, momentu. Jako máme oči, kterými vidíme svět kolem, tak stejně vidíme fotku – jde o obrazový vjem, který zkrátka nějakou emoci vyvolá.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Zcela určitě je žádoucí, aby fotografie emoce vyvolávaly, pokud fotografie v člověku žádnou emoci nedokáže vyvolat, jde o špatnou fotku.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Když jsem jako fotografka na nějaké akci, tak ten vývoj dané situace graduje, takže předem vím, že budu fotit tam, kde je například střed dění (například v případě nějaké demonstrace půjdu do centra dění, na místo, kde se demonstranti střetávají s policií apod.).

Jako fotograf nebudu fotit někde na okraji, ale snažím se zachytit ty vyhrocené emoce, které nejlépe ukazují to, co se na tom místě dělo. Vždy jsem pro tu jednu hlavní fotografii, která má nejvíce vypovídací hodnotu.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Fotograf si zcela určitě uvědomuje, že fotografie emoce vyvolávají, protože to je i jejich cílem. Vždycky se budu jako fotograf snažit vyfotit fotku, která bude emočně silná, fotka, která nic nevyvolá, je o ničem.

Vždycky když jde fotograf něco fotit, tak si vybírá, skrze co chce toho diváka, příjemce oslovit. Už předem přemýšlíte, čím ho zaujmete. Není to nějaká manipulace, ale jsem taky jen živý člověk, který se nějak rozhoduje, něco vnímám a to samozřejmě může mít vliv na to, jak danou událost budu fotit.

Samozřejmě zde ale nemluví o nějaké cílené manipulaci, kdy si vymažu něco, co se mi tam nehodí/nelíbí. Fotografie se upravují, ale musí tam být jasné hranice mezi grafickou úpravou, světlem apod. a tím, kdy si již vytvářím vlastní realitu a pravdu. Od toho jsou ale samozřejmě i kodexy, kterými by se měli všichni řídit.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Domnívám se, že to, že fotografie vyvolávají emoce, je jejich nedílnou součástí. Bohužel sama jako konzument médií si uvědomuji, že nejvíce emocí vyvolávají

negativní události. Ať už jsou to demonstrace, násilí na sportovních stadionech (střety fotbalových fanoušků apod.). Vybavuji si událost, která vyvolávala hodně emocí, a to bylo úmrtí romského prince, které ke všemu bylo ještě velmi nešťastné, protože se tehdy utopil. Fotografie z pohřbu byly samozřejmě extrémně silné, plné smutku, utrpení a bolesti pozůstalých. Romové jsou navíc velmi emotivní a často poněkud teatrální, ti lidé dělali spoustu gest, takže z mého pohledu fotografa se to fotilo velmi „dobře“ a ty fotografie bez jakýchkoliv popisků měly samy o sobě velmi silnou a jasnou vypovídací hodnotu. Celkově tedy mohu konstatovat, že negativní události se bohužel lépe fotí a vyvolávají silnější emoce.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

To, jak danou fotografii, určité téma vnímáme, je zcela určitě ovlivněno řadou faktorů. Ať je to tím, kde a jak žijeme, s čím jsme se za život setkali, jaké jsou naše životní zkušenosti. To, jestli s daným tématem máme osobní zkušenost, jestli se nás to přímo nějak dotýká. Například uprchlická krize. Pokud je to od nás daleko, nemáme s tím osobní zkušenost a většinu informací máme zprostředkovaně z médií, tak pravděpodobně nebudeme třeba schopni tolik se vcítit a budeme to vnímat spíše negativně. Převládne v nás například spíše emoce strachu, určitých obav.

Vnímání fotografií je určitě souhrou subjektivních pocitů, kultury, našeho prostředí, tím, jestli o tématu například máme nějakou znalost.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Domnívám se, že k tomu dobře slouží například výstavy, větší fotoreportáž. Myslím, že už to není tak, že jedna smutná fotka bude nějak výrazně apelovat na emoce.

Příkladem je pro mě demonstrace na podporu Miloše Zemana. Standardně se fotí vepředu, protože ti skalní „fanoušci“ bývají vepředu, mají ty transparenty. A tito lidé počítají s tím, že na těch fotkách nebo v televizi budou. Proto vepředu jsou. A na jedné z těchto demonstrací byli vepředu často lidé, kteří řekněme nebyli z estetického hlediska příliš „koukaví“. Často jim chyběly zuby apod. A tenkrát jsem onu demonstraci nafotila ne jako celek, ale soustředila jsem se na ty přední řady, kde bylo to „tvrdé jádro“. Ti lidé měli transparenty, křičeli, výrazně gestikulovali.

Fotografie posléze vyšly v několika médiích a musím říct, že jsem v životě nedostala tolik nenávistných vzkazů a zpráv za celou svou kariéru. Doted' nad tím přemýšlím, jestli to tenkrát z mé strany nebyla chyba. Ale na druhou stranu jsem nefotila nic, co by se tam nedělo, nijak jsem ty fotografie neupravovala, ti lidé takto vypadali a takto se fotili. Ale opravdu to vyvolalo spoustu negativních emocí. Ty fotografie byly pro příznivce Miloše Zemana natolik pobuřující a silné, že je to donutilo se k tomu veřejně vyjádřit, dát si tu práci s tím vyhledat na mě kontakt a napsat mi apod. Volali i do agentury. Často na mě útočili s tím, že jsem je takhle špatně vyfotila a oni teď vypadají zle, nehezky.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Myslím si, že to možná není ani o jedné fotce, ale o nějakém širším spektru. Já fotím politiku a dodávám často a dlouhodobě nějaký obraz té skutečnosti. Neustále těmi fotografiemi zásobíme média. Myslím si, že celý řetězec pak může působit, apelovat k nějaké změně, že lidé si řeknou a dost a například půjdou demonstrovat do ulic. Někaký tragický příběh naopak může lidi vést k tomu, že uspořádají finanční sbírku. Domnívám se tedy, že fotografie mohou podněcovat k nějaké aktivitě, ale vždy záleží na tom, co zobrazují. Síla té události ovlivní i ten emocionální rozsah, který může fotografie vyvolat.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Máme tu samozřejmě spoustu fotografií z válečných zón, ale osobně vnímám, že často je těch negativních zpráv zkrátka už moc. A lidé se vůči těm informacím stávají otupělými. Musí se jich to už opravdu osobně dotýkat, aby na ně ta fotografie měla nějaký vliv, nějak na ně působila. Obávám se, že velká část populace je vůči některým zprávám už letargická.

Důvodem je podle mě z velké části to, že jsme přehlceni informacemi. Televize, noviny, internet, telefony. A celý den se na nás valí proud informací, ze kterých my musíme vybírat, co si přečteme, co budeme vnímat a co jen tak přelétneme.

Na druhou stranu tu jsou ale stále fotografie, které dokážou lidi dojmout, donutit k zamyšlení apod. Záleží pak i na dané události, oč se jedná, jak moc se člověka dotýká apod. Tam pak hraje vliv právě i ta osobnost člověka.

I proto ale jako fotograf čekám a vybírám si, co vyfotím. Zaujme spíše fotografie zachycující emoce lidí než nějaký širší obraz. (Pokud jde například o ty demonstrace, které často fotím.) Cíleně vybíráte lidi se zajímavým transparentem atd.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Je pravda, že v tom množství zpráv a i fotografií, které se na nás dennodenně valí, se často může stát, že už lidé jen prohlédnou fotku bez toho, aniž by si hledali další souvislosti nebo si třeba jen přečetli danou zprávu.

Na základě nějakých svých zkušeností se podívám na fotografii a sám v sobě si vytvořím nějaký příběh. To už je ale dle mého názoru problém toho příjemce/diváka. Nedá se úplně předejít tomu, aby to člověk neudělal, je to individuální záležitost.

V emocionálním působení fotografií je síla, ale samozřejmě zároveň je v tom úskalí toho, že na základě nějaké emoce daného člověka to může vnímat po svém, ale to je jakési riziko, které je zkrátka součástí.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Myslím si, že problémem je určitě množství negativních zpráv. Ty dle mého mohou vést k určité letargii. Ale na druhou stranu dobré fotografie budou mít vždy své místo. Vizuálního materiálu nikdy nebude dost. Stále se kolem nás něco děje a i z hlediska historického je naší povinností tyto okamžiky a momenty zachycovat. Každý den přináší něco nového a bez fotek by to nešlo. I proto určitě vizuální budoucnost a budoucnost fotografií samotných vidím pozitivně.

Digitální fotografie nám přinesla neuvěřitelnou rychlost, je úžasné, že já jako fotograf jsem na nějaké akci a během pár chvil skrze fotografie můžu na místo dění vtáhnout člověka z gauče. S tím rychlým vývojem techniky a možností ale souvisí i to, že je samozřejmě nutné lidi vzdělávat. Určitě platí to, že kvalita by měla být vždy na prvním místě před kvantitou.

Příloha č. 14: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Pavlem Turkem

Čemu se profesně věnujete?

Jsem kulturní redaktor týdeníku Respekt, to znamená, že jsem na full time v kulturní rubrice politicko-společenského časopisu. Píšu různé texty, nejvíc o populární hudbě, ale vzhledem k tomu, že jsem vystudoval i doktorát z teorie fotografie a multimediální tvorby, tak i o vizuálním umění. Kdybych to měl shrnout, tak se profesně věnuji populární kultuře.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Hrozně důležitá a zároveň hrozně proměnlivá. Obraz je pořád důležitý po celou dobu existence novinářské fotografie. Za celou tu stopadesátiletou éru fotožurnalistiky je její role pořád hodně podobná a pořád hodně důležitá. Mění se to, jak fotografie vzniká, kdo ji dělá a kdo distribuuje. Všechny situace kolem fotografie se mění, a přitom její role zůstává stejná a nezastupitelná.

Jaká je role novinářské fotografie v oblasti mediální produkce?

To nevím, kam ta otázka úplně míří.

Myslí se tím, kolik se například fotce dává prostoru v mediálním prostředí.

To je asi různé podle toho, jak jsou jednotlivá média definována. Jsou média, která jsou výslovně obrazová a přejí práci s fotografií, a jsou média, která jdou víc po textu. Je to asi dané historickým zakotvením a identitou toho daného média. Asi na tu otázku nedokážu přesně odpovědět bez nějakých dat a bez konkrétního zacílení. Ale internet samozřejmě tomu vizuálnímu prostředí přeje a přeje mu nějakým jiným způsobem, než mu přály standardní tištěná média, obrazové časopisy a noviny v průběhu 20. století. V tomhle je žurnalistika 21. století jiná, fotogalerie jsou velmi populární a divácky vděčné formáty.

Jaké typy emocí vyvolává novinářská fotografie?

To je zase strašně široká otázka. Novinářská fotografie má vyvolávat emoce, které jsou věrné té dané události, emoce, které by člověk měl cítit tváří v tvář daným

událostem nebo daným jevům. Má budit pobouření, zděšení, když zobrazuje pobuřující a děsuplné události. Má vzbuzovat radost, když zobrazuje radostné události. Má být adekvátní situaci, být věrná těm emocím, které s každou situací přichází. Takže asi těžko ty emoce jmenovat, těžko o nich mluvit v takhle obecné rovině. Ale kdybych to měl shrnout, tak emoce má být věrná situaci a pak je to dobrá novinářská fotografie.

Myslíte si, že těch emocí je víc pozitivních, nebo negativních?

Na to, popravdě řečeno, vůbec nemám data, vůbec nemám, o co se opřít, abych na tuhle otázku odpověděl.

A z vašeho pohledu, když vy procházíte novinářské fotografie, vidíte spíš něco, co vás pohne negativně, nebo pozitivně?

Mám pocit, že to není úplně věc fotografie. Z historického hlediska cílem novinářské fotografie nebo poválečné humanistické fotografie bylo ukázat svět čtenáři a být průvodcem globalizace. To je poslání agentur, jako je třeba Magnum, nebo velkých obrazových časopisů. Svět zobrazovaly v nějaké komplexnosti, ukazovaly zvěrstva i každodenní všední život. Vaše otázka nebo směr toho pátrání mi přijde až moc návodný. Novinář by měl jít po tom, co je důležité, a to, jakou emoci to s sebou nese, je trochu druhotné, byť je jasné, že emoce je pro čtenáře urychlovačem, katalyzátorem vnímání a pochopení. Myslím si, že reportéři jdou za silnou a zajímavou událostí, která je zpracování hodná, nutná ke zpracování a svět by o ní měl vědět. A to, jakou pak s sebou nese emoci, jestli je to šokující a hnusné nebo konejšivé, je možná něco, co je zajímavé v tom druhém plánu. Ale to teď mluvím z hlediska nějakých žurnalistických hodnot.

Z jakého důvodu vyvolávají novinářské fotografie emoce (třeba i větší emoce než jen obyčejný článek)?

To nejsou jenom novinářské fotografie, obrazy obecně vyvolávají silné emoce. Jako respondent reagujete na obraz jinak, protože se jinak čte. Emocionální reakce na něj se může týkat jak toho výjevu, tak estetiky, barevnosti, symboliky, která figuruje po staletí v západním kontextu – zobrazená událost se vám spojuje se znalostí, kterou vy máte třeba o výtvarném umění. Například obraz matky s dítětem je něco, co

funguje ve fotografii a zároveň to má analogie ve výtvarném umění od středověku, kdy to bylo zakotvené v náboženské symbolice maleb a tak podobně. Tak jako člověk vnímá kulturu skrze slova, knihy, povinnou četbu, tak ji samozřejmě vnímá skrze obrazy a symbolické výjevy. Jsou tu nějaké přednastavené šablony, které má v sobě jak publikum, tak fotograf a ten podle nich strukturuje to, co vidí, a to, co fotografuje. Struktura je jenom jeden z široké škály aspektů toho, jaké emoce fotografie může vyvolávat. Publikum reaguje na to, jak lidé na fotografii vypadají, jak jsou oblečení. Vlastně všechny lidské předsudky a přednastavení, kterými reagujete na skutečné situace, se dají zužitkovat ve fotografii. Nad portrétem ani nemusíte přemýšlet a zjišťujete, jestli je vám ten člověk sympatický, nebo není, což je něco, co povstává z textu daleko složitějším způsobem. Úplně jinak reagujete na popis násilí a zobrazení násilí. Vidět tu věc, být s ní konfrontovaný, muset se na ni koukat je něco úplně jiného, než když je to popsáno slovy. Protože představitost může zmírňovat nebo může ten vjem zkreslovat, přizpůsobovat tak, že není zas až tak naléhavý. Asi bychom vymysleli těch způsobů, kterými fotografie může působit na emoce úplně jinak než text, mnohem víc.

A je to dobře, že novinářská fotografie působí na emoce?

Je to dobře. Nerozumím tomu, co by bylo špatného na tom, působit na emoce. V samotném základu své podstaty je emoce něco, čím tělo nebo člověk reaguje na svoje postavení nebo na svoje umístění ve světě. Jestli je vám horko nebo zima, jestli se cítíte v bezpečí, jestli vám jsou lidi kolem vás sympatičtí, jestli cítíte strach nebo ne, to všechno jsou indikátory toho, jak se člověk situuje do světa a jak pochopí, jak se v něm má chovat a jak reagovat. Protože na své emoce musíte nějak reagovat. Buď je budete ignorovat, nebo poslouchat, budete s nimi bojovat nebo vyjednávat. Ale v zásadě z mého pohledu emoce nejde vypreparovat z komplexního sdělení.

Ani z toho skutečného „zpravodajství“?

I ta suchá zpráva samotná vás může naštvat nebo ne. Samotným faktem, že se ta věc stala, můžete být pobouřena nebo potěšená. Myslím si, že působení na emoce nejde odpárat. Působení na emoce není jenom bulvarizace, není to bulvár ani infotainment. I když na emoce necílíte, tak u konzumenta nejde, aby je neměl při svém zažívání světa. Každý se ve světě nějak cítí a je mu něco příjemnější a něco míň.

Ve fotografii tím pádem vždycky nějaký podíl emocionálního sdělení je, protože je to do velké míry součástí komunikace.

Vy sice nefotíte, ale kdybyste se do toho měl nějak vcítit nebo vpravit, je záměrem fotografa, aby jeho fotografie vyvolávaly emoce?

Věřím tomu, že jo. V momentě, kdy chcete udělat dobrou fotografii, tak rozhodně chcete vyvolat emoci, protože už jen to, že divák ji bude vnímat jako krásnou nebo povedenou, je emoce. Estetický zážitek je do velké míry emocionální zážitek, který může usnadnit pochopení dalšího hlubšího sdělení, které v té fotografii je. Ať už jde o společenskou závažnost zobrazovaného jevu nebo o ilustraci charakteru člověka, který je portrétovaný.

Můžete uvést příklad fotografa, jehož snímky vyvolávají silné emoce?

Takovým aktuálním velmi vypjatým příkladem je jedna fotka z Respektu, kterou nafotil Milan Jaroš před pár týdny nebo měsíci na demonstraci Milion chviliek na Letné a která se stala docela ikonickou pro tu samotnou demonstraci. Je to fotografie dívky s českou vlajkou. Dívka stojí na střeše činžovního domu, který je podél Letenské pláně. Mává vlajkou a ta vlajka je v takovém průvanu, my vidíme záda té dívky a pod nimi, pod vlajkou a nebem je obrovský dav té demonstrace. Ta fotka v daný moment zarezonovala obrovským způsobem na sociálních sítích, dokonce vznikla limitovaná edice signovaná autorem, kterou v e-shopu prodáváme. Jarošova fotografie shrnula nějak onu náladu nebo pocit, který lidi z demonstrace měli, a stala se diskutovanou na sítích. O tom by vám asi ale Milan Jaroš vyprávěl líp, protože on snad čelil i nějakému tlaku, závidisti a nepřejčnosti od nějakých svých kolegů a vedly se zajímavé debaty na téma, jakým symbolem je dneska vlastně vlajka, nakolik je ten národní symbol adekvátním symbolem demonstrace proti premiérovi ve střetu zájmů a nakolik je vlastně česká vlajka nebo nacionální ukotvení toho vzepětí přesné a adekvátní pro rok 2019. Dokonce ta fotka vyvolala nějaké následující články a polemiky zabývající se tím, jestli vlajka je symbolem odporu a jestli to třeba nejsou slogany. Ta vlajka zaútočila na něco společně sdíleného, symbol se stal na fotce symbolem ještě něčeho dalšího a ta fotografie se trochu vymkla autorovi z rukou, protože začala žít svým vlastním životem. Zažila si svou chvilku slávy a je to vynikající příklad, jak se pod jedinou fotografií, pod ten jediný symbol může vejít

nějaká celá událost. Ta fotografie s sebou nese emoce skrz ten velký dav, skrz vlajku, skrz to, že nevidíme do tváře protagonistce a tak dále. Je to jeden z posledních konkrétních příkladů, kdy si uvědomuji, že by byla fotka opravdu široce sdílená a stala se obrazem, který přejímala zahraniční média. Stala se prostě vystižením onoho momentu.

A takové diskuze o českých novinářských fotografiích – netýkají se dnes jenom té novinářské obce?

Zrovna tuhle konkrétní fotografii sdíleli v obrovském množství, lidi si ji dávali jako profilovou fotku na sociální sítě. Stával se z toho symbol, že daný účastník na akci opravdu byl. Tahle fotografie fakt žila a ten její život nebyl omezený jen na publikování v časopise (případně na publikování v galerii). V jednu chvíli opustila pevně daný rámec ukotvení a stala se veřejným statkem a symbolem dané události, což se stane málokdy. Velké události většinou mají symboly tohoto typu. Na druhou stranu s vámi mohu souhlasit, že debaty o významu fotografie a její důležitosti mohou být záležitostí skupinky odborníků, ale stále jsou tu příklady toho, kdy fotografie žije a přesáhne mantinely standardního mediálního výstupu. Takových fotek najdeme x, třeba polibek, který dal Andrej Babiš svému image makerovi Marku Prchalovi. Fotografie, které se stávají virálními, pořád vznikají, existují a tvoří společný vizuální slovník, který není omezený jen na čtenáře konkrétního média, ve kterém ta fotografie vyjde.

Vzpomenete si na nějaký případ, kdy ta emoce, kterou fotografie vyvolala, byla nežádoucí nebo třeba i zavádějící?

To je dobrá otázka. Ale já teď popravdě nevím. Asi by to nebyl velký příklad. Teď vám to nepovím, byť se to určitě stalo.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají emoce?

Podle mě je to dobře, protože nemůžou nevyvolávat. V opačném případě by asi nebyl důvod se na ně koukat. Já trochu cítím ze všech těch otázek nebo z toho, jak je ten dotazník postavený, že emoce je tam trochu braná jako negativní slovo nebo negativní konotace. Mít emoce při čtení novin není špatně, z mého pohledu. Můžete mít emoce při čtení velmi seriózních a velmi dobře dělaných novin a není to blbě.

Koneckonců, jsou to emoce, které pak mohou vést k činům, ke změnám. A jednou z úloh žurnalistiky je upozorňovat na bezpráví a nespravedlnosti. A bezpráví a nespravedlnost mají vzbuzovat různé emoce, protože to pak třeba může vést k nějaké nápravě. Takže jako jo, fotografie vzbuzují emoce a je to v pořádku.

Do jaké míry je podle vás vnímání fotografie subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné?

Kulturně podmíněné je hodně. Bylo x pokusů a takových až srandovních antropologických výzkumů na kmenech, které se nikdy nesetkaly s fotografií. Zjistilo se, že ji vlastně neumí číst. Vnímání obrazu v ubíhající perspektivě je renesanční vynález, který se zrodil ve Florencii na přelomu 14. a 15. století a později se propsal do fotografie. My chápeme převod 3D rozměrů do 2D rozměrů pomocí perspektivy, rozumíme tomu a umíme se v tom orientovat. Je to součást života západního člověka, je to konvence, do které se narodíte, kterou vstřebáte, umíte ji číst a nasajete ji z prostředí. Fotografie je kulturní vynález, ve kterém se setkává fyzika, chemie, optika, geometrie a umělecké konvence, které byly nastřádány za tisíce let vývoje. Všechno tohle vedlo k vynálezu fotografie na začátku 19. století. Je za tím hluboce sofistikované a staletím nashromážděvané vědění, ale zároveň je to něco, co je pro západního člověka nebo pro kulturu evropského regionu strašně samozřejmé. Jste do toho narození, naučíte se to vnímat, ale to, jak je ten obraz poskládaný, a to, jak se perspektivou, kompozicí a výřezem tvoří srozumitelnost, je vlastně strašně sofistikovaný proces, kterého si musí být vědom jak ten, kdo tu fotografii dělá, tak ten, kdo se na ni kouká.

A co ta subjektivní rovina? Hraje nějakou roli?

Vnímání fotografie je samozřejmě podmíněno subjektivně vaší zkušeností v dané kultuře. Čtení fotografie probíhá na základě individuální zkušenosti. Můžete mít velmi snadno protikladné výklady téhož.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout a apelovat na jeho pocity?

Spoustou prostředků, z nichž některé jsem už zmínil. Něco vyplývá už jen z toho, že je ta věc estetizovaná, že bude krásná, že na fotografii je něco, co pojmáme jako libé. Toho lze dosáhnout kompozicí, barevností, volbou prostředí a volbou figurantů,

typů lidí, to pak může být námětem, který sám o sobě může vzbuzovat nějaké emoce. Ať už je ten námět zachycený fotografií nebo není.

Co dnes znamená ta estetická nebo estetizovaná forma, kterou zmiňujete? Mně totiž přijde, že se na ta stará pravidla estetiky už moc nehraje...

Každá konvence si žádá porušení, aby přinesla nějaké osvěžení. Zároveň to funguje tak, že když se jedná o rychlé fotografie a fotograf musí reagovat v horizontu sekund, tak je ten emocionální dojem vynahrazen bezprostředností, a to, že to nestihnete dokonale zarámovat, může nakonec vést k tomu, že je ta věc krásná a dokonalá. Je fakt, že spousta věcí, které byly v určité době brané jako hnusné a neestetické, se v jiných etapách stávají kánonem toho, co je přípustné a co není. A to, jak věc říznete, jak ji posunete, jak pracujete s barevností a s bleskem a tak dál, se může stát jistým výrazným rukopisem autora. Když porušíte tyhle zásady zlatého řezu a kompozice, stejně můžete dojít k výrazně krásné fotografii a brzo se to může stát normou.

Mohou novinářské fotografie podněcovat k aktivitě, ke změně? Například k tomu, aby někdo začal pomáhat?

Určitě se to může stát. Fotografie je důkazem toho, že se určitá věc stala, a může pohnout k aktivitám, k demonstraci, k finančním příspěvkům, těch reakcí může být asi nespočetně. Například fotografie války ve Vietnamu vedly k větším demonstracím, a proto začaly mít novináři daleko omezenější přístup do válečných zón v době války v Perském zálivu. To je takový nejvíc profláklý příklad, který existuje. A každý fotograf bude mít asi nějaký příběh o tom, kdy jeho fotografie k něčemu pomohly nebo kdy vedly k nějaké akci nebo kdy ukázaly, co předtím nebylo vidět.

Vzpomenete si na příklad, který by byl aktuálnější než válka ve Vietnamu?

To, na co si vzpomenu, vlastně nejsou fotografie. Souvisí to s tím, jak se proměňuje role fotografa, a taky s trendem občanské žurnalistiky. Jsou tu například záznamy kolemjdoucích z telefonů, kteří dokumentovali policejní násilí na afroamerické populaci během kampaní a iniciativ Black Lives Matter. Náhodní kolemjdoucí natáčeli případy, kdy policista víceméně bezdůvodně napadal kolikrát nezletilé Afroameričany. Ty záznamy poté vedly k obrovské mobilizaci veřejnosti, na základě

nějakého audiovizuálního materiálu se konaly demonstrace a existoval hmatatelný důkaz věci. Těch případů, kdy se něco podobného povede profesionálnímu fotografovi, vlastně ubývá právě s trendem občanské žurnalistiky. U místa, kde se něco děje, není fotograf profesionál, ale zároveň je tam spousta lidí, kteří mají telefon.

Mohou naopak novinářské fotografie s ohledem na jejich emocionální působení vést k otupělosti?

Jo, to asi určitě ano. Jak a kolik násilí vlastně ukazovat, co je ještě únosné, aby to člověka zasáhlo a zároveň udrželo otevřeného pro to sdělení? Jistá míra explicitně zobrazeného násilí vede k tomu, že divák radši zavře oči a nechce se na to dívat. To je, myslím si, obrovské dilema, které má každý fotograf a každý fotoeditor. Je těžké najít tu hranici, kdy nechcete smlčet nějakou tu brutalitu, závažnost věcí, ale zároveň víte, že to nemůžete ukázat až tak brutálně, aby před tím člověk zavřel oči. S takovým dilematem se žurnalistická fotografie vyrovnává asi od záběrů z koncentračních táborů v roce 1945. Celá jedna kniha esejů Susan Sontag *S bolestí druhých před očima* je jenom o téhle otázce, o tomhle dilematu, co to vlastně znamená něco takového zobrazovat a jak kontraproduktivní to může někdy být.

Jsou novinářské fotografie zdrojem rozptýlení?

Jsou. Z mé zkušenosti, když jsem byl přes dva roky členem redakce Aktuálně.cz, fotogalerie patří mezi nejúspěšnější formát z hlediska návštěvnosti. Záleží i hodně na publiku, protože zároveň čtenáři Respektu například nechtějí, aby to byl fotografický magazín. Čtenáři Respektu víc preferují text před fotografií, a když je tam hodně obrázků, tak určité skalní jádro má pocit, že to, co od toho časopisu čeká, tam není. Primárně si chce číst, a ne listovat a prohlížet si věci. Ačkoli i obrazová složka tam hraje obrovskou roli a ty fotografie nejsou nějak podceňovaný nebo zanedbávaný. Primárně od nás čtenář Respektu čeká čtení, ne prohlížení, ne oddych a zábavu.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Na to vůbec neumím odpovědět. Prostě nevím. Na to nemám výzkum, o který bych se mohl opřít, nemám nic. Není fér, abych na to odpovídal.

To informační zahlcení je samozřejmě obrovské. Teď to budu citovat naprosto špatně, ale dneska vznikne každý rok daleko víc fotek, než jich vzniklo od vzniku fotografie do roku 1997. Jak se podepisuje to přehlčení a ten informační overload na psychice nebo ochotě vnímat, to já opravdu nevím. Spíš jsem ohledně toho optimistický a cítím, že jsou pořád fotografie, které se stanou symbolem věci, které vystoupí z toho moře nebo z té záplavy. Myslím si, že jsou stále fotografie, které udeří diváka a ten se s nimi ztotožní, nebo mu umožní pochopit nebo prožít situaci a jev, který zobrazují. Když se člověk dívá na produkci u World Press Photo nebo u velkých světových novin, tak jsou tam stále fotografie, které umí vystoupit z informačního šumu, a to velmi s přehledem. Ale to, jak se cítí konzument nebo příjemce obrazů, kdy a jak chce vypnout, to nevím. Taky přehlčení obrazy nebo fotografiemi se nerovná přehlčení žurnalistickými fotografiemi. Obrazová zátěž pramení i z toho, že má člověk sociální okruh a skrze obrazy prožívá život svých přátel. Skrze Instagram a Facebook se vy dozvídáte věci, které nejsou žurnalistické, o svém okolí, o přátelích. Ta okamžitá komunikace je dominantně obrazová a je otázka, jak tohle dávat do vztahu k žurnalistické fotografii, když vlastně všechno okolo není mediální a o ten obsah se nestarají novináři ani profesionálové.

Příloha č. 15: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Václavem Vašků

Čemu se momentálně věnujete?

Já jsem vyučený fotograf, vystudoval jsem Institut tvůrčí fotografie a fotografií se zabývám celý život. V Hospodářských novinách pracuji jako fotoeditor, který připravuje fotografie jak pro Hospodářské noviny, tak i pro on-line iHNed, Aktuálně a pro časopisy, které tu vycházejí, snad s výjimkou Respektu.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Já nevím, jestli budu úplně objektivní, protože jsem na jednu stranu fotoeditor, ale na druhou i fotograf. Přál bych si, aby význam fotografie, zejména té dokumentární, byl ve společnosti velký. A on je velký, nicméně v posledních letech se dramaticky mění způsobem, který ještě není úplně prozkoumaný.

Mění se podle vás v pozitivním, nebo negativním smyslu?

Mění se především kvantita fotografií, které lidi vidí. Tím pádem se může stát, že když přijde nějaká ikonická fotografie, která by měla se společností pohnout – jako tomu bylo dřív, když se objevily nějaké ikonické fotografie (třeba toho oficíra střílejícího zblízka ve Vietnamu) –, lidi to dnes už nezasáhne. Je to stejné, jako kdyby byl člověk vystavený od rána do večera hororům, pak ho nějaká nehoda nebo tragédie nezasáhne, protože tím je otupělý.

Mohou za to samotná média?

To množství, které se na lidi valí, není otázka médií, ale sociálních sítí. Člověk začíná blbnout tím, že si otevře Facebook, tady klikne na nějakého pejska, tam uvidí nějakou vážnou věc, která může být generována médii. Ale těch věcí je tolik a to rozpětí je tak obrovské, že člověk má tak silné sklony podléhat rozptýlení, že význam fotografie může rozhodně v dlouhodobém horizontu klesat.

Když opomeneme sociální sítě, jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Fotografové si vždycky přáli, aby prostor nebo význam fotografie v médiích byl velký. Vždycky to byla fotografie versus písmenka – ti, co píšou, si přejí, aby tam bylo více písmenek, a ti, co fotografují, si přejí, aby ty fotografie byly velké, krásné a tištěné na dobrém papíře a tak dále. Dnes se kvalita fotografie svým způsobem zvedla. Nepochybně v tom velkou úlohu hrají technologie. Mobilní telefon, popř. umělá inteligence to udělá i za člověka, který neumí fotografovat nebo neví nic o věcech, které dřív museli fotografové profesionálně zvládnout.

Včera jsem třeba fotil divadelní představení profesionálním foťákem. A na to samé místo namířil nejnovější typ iPhone a viděl jsem, jak ta umělá inteligence tam vykreslí mraky, protože ví, že tam má být obloha, přestože já je v zrcadlovce budu mít přesvětlené. Takže výstup kluka, co stál vedle mě a nejspíš nevěděl o focení nic, bude lepší než ten můj. Tím, jak lidé fotí častěji, dřívě si osvojí i takové věci jako kompozice, co a jak fotit.

Takže myslíte, že technologie mají na fotografii pozitivní vliv?

Jednoznačně mají pozitivní vliv na kvalitu fotografií. To jako fotoeditor můžu zodpovědně říct, když se dívám na produkci fotoagentur před 20 či 30 lety – ty fotografie nebyly tak kvalitní.

Nezvýšila se třeba i poptávka po fotografiích v médiích, když teď téměř každý častěji fotí?

Nepochybně ano. Naprostá většina tištěných médií má dneska svou zrcadlovou část na on-line prostoru a tam se skoro ani nedá dát článek bez fotografie, protože by to lidi nudilo. Když se podíváte na staré noviny, bylo tam spousta článků bez fotografií. To už dneska skoro neexistuje, všechny články fotku musí mít.

Z vaší pozice fotoeditora – vnímáte jako nutné dát k článku za každou cenu nějakou fotografii, nebo se snažíte hledat opravdu tu adekvátní, která obsah textu vystihuje?

To je všechno otázka kvality médií a peněz. Existují média, která to jen zaplácnou nějakou fotkou. Naší snahou ale samozřejmě je dělat tyto věci co

nejlépe – snažíme se vybrat ke každému textu co nejlepší fotku. Máme k tomu prostředky, třeba přístup do agentur, které nám umožní vybrat opravdu adekvátní fotku k textu.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Je samozřejmě rozdíl, jestli člověk hledá fotku k textu, který je fejetonem a je to natolik obecné, že k němu konkrétní fotografie dohledat nejde. To se nám stává poměrně často, takže saháme čistě tematicky do minulosti. Vybereme třeba černobílou fotku z 20. či 30. let, která s textem souvisí tak, že vyvolá úsměv.

Jiná možnost je třeba, když se jedná o nějaký profil nebo politiku. Tam se někdy skutečně dělá to, že když například politik vítězí, hledá se fotografie, na které se tváří vítězně, a když má průšvih, hledá se fotografie, kde se tváří nejistě. Portrétů politiků mají agentury spousty, tam se skutečně hledá adekvátní emoce. Když někdo umře, hledá se fotka, na které je v plné síle, kde vypadá krásně nebo která je dojemná a člověk se s tím dotyčným může identifikovat. To může být někdy i dost těžké, často se stává, že výjimeční lidé byli málo focení.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Asi protože jsme lidi, a dokonce i u opic vyvolává výraz tváře pocity. Já jsem dokonce nedávno někde četl o studii, kde zjistili, že když přijde člověk do stáje ke koni a usmívá se, tak ti koně si to jsou schopni zapamatovat a mají vás pak rádi. Myslím, že úplně stejné je to s tou fotografií. Fotografie, na které se lidé usmívají, nebo naopak mračí, jsou zlí nebo divní, vyvolává emoce.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Nepochybně. Je to otázka mistrovství fotografie. Myslím, že autoři, kteří byli schopni emoci zobrazovat, vešli do dějin jako dobří fotografové. V českém prostředí mě napadá třeba Antonín Kratochvíl, který byl mistr v tom, jak dokázal emoce jako fotograf vyvolávat.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Nedělají to všichni. Ale ti dobří ano. Zrovna když mluvíme o Antonínu Kratochvílovi, tak si vzpomínám, jak se ho v nějakém rozhovoru ptali, jestli by rád fotil Miloše Zemana jako prezidenta. On říkal: „Toho bych chtěl vyfotit, protože bych chtěl vyfotit to zvíře v něm.“

Fotograf takového formátu nepochybně jde fotit portrét přímo s tím cílem vyfotit v tom člověku to, co je někde hluboko v něm. Čím více se to povede, tím je to lepší fotografie. Sám vím, že když jdu fotit nějakého manažera, může být nepřístupný a pak ty fotky nejsou dobré. Ve chvíli, kdy s těmi lidmi navážete kontakt, začnete se s nimi bavit třeba o něčem, co je baví, maska z nich na chvíli spadne a povede se vyfotit něco autentického.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

To záleží na velikosti a kvalitě fotografa. Já myslím, že ano. A nejenom on samozřejmě. To pak vidí i fotoeditoři, pokud mají zkušenost. Emoce je něco, co jako fotoeditoři hledáme. Fotografie bez emocí jsou méně působivé.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Já si troufám tvrdit, že je to do jisté míry univerzální věc. Fotografie, v které jsou velké emoce, zasáhne člověka jak u nás, tak třeba v Japonsku.

Zasáhnou tyto dva lidi úplně stejně?

Asi bychom se museli zaměřit na to, o jaké emoce ve fotografii jde – jestli třeba o humor, tragédii, překvapení, strach... Myslím ale, že základní emoce (typu pohoda, humor, strach, neštěstí) jsou něčím, co je přenositelné a univerzální. Co cítí možná dokonce opice. Možná proto je ta fotografie univerzálním sdělovacím prostředkem i mezi těmi, kteří mluví jinak, mají jiné náboženství nebo vycházejí z jiného kulturního kruhu.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Fotografie nesmí lhát a nesmí být příliš prvoplánová. V dobré fotografii je určité tajemství, něco, co tam člověk musí postřehnout. Ale vtáhnutí příjemce do děje už asi podléhá kultuře, výchově nebo třeba módě. Myslím, že se to trochu mění a třeba to, co lidem přišlo jako legrace před 100 lety, nás může nechat chladnými a naopak.

Kdybych ale přesně věděl, co ve fotografii bude více působit, tak bych to samozřejmě dělal. Fotografie je ale do jisté míry pořád náhoda, božský dotek. Někdy se to úplně naplánovat nedá. Třeba když mě pošlou nafotit, jak vystupuje prezident z letadla, nemůžu si říct, že ho schválně nafotím tak, aby to na lidi působilo určitým způsobem. Prostě budu fotit a spoléhat se na to, že budu mít trochu štěstí, že se v té situaci vyskytne něco, co bude legrační, nebo nějaký okamžik, kde se ten člověk odkryje, kde uvidíme do hloubky jeho duše. Je to okamžik, který je nepostřehnutelný a někdy si ho lidi ani nevšimnou.

A právě dobří fotografové, kteří v sobě mají něco – těžko říct, jestli je to dar od Pána Boha nebo talent, zvířecí instinkt nebo všechno dohromady –, to v tom okamžiku cítí a zmáčknou spoušť.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

Všichni dokumentární fotografové, zejména ti, co se zabývají sociálními tématy (válka, lidské utrpení, lidská práva, rodina, úcta k životu...), spoléhají na to, že ano. Fotografie k tomu může pomoci a my jako fotografové doufáme, že vyvolá emoce, které mohou společností pohnout k něčemu dobrému.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

Trošku se bojím, že otupělost může vyvolat ta mnohost, a bojím se, že nás to jednou zahubí.

Dá se tomu nějak zabránit?

Ano. Zrovna předevčírem jsem slyšel v rádiu rozhovor s jezuitským knězem, který doporučuje trošku ubrat v konzumování informací, fotografií a videí ve chvíli, kdy cítíme nedostatečnou soustředěnost. To je v době sociálních sítí asi těžké, protože informace jsou pro náš mozek něco jako droga. My novináři to vnímáme možná ještě víc a současně jsme v začarovaném kruhu toho, že to i podněcujeme. Pro média je to byznys.

Můžou proti tomu konkrétně novináři něco dělat?

Řekl bych, že můžeme. Můžeme upřednostnit kvalitu před kvantitou. Udělat krásnou knihu jednou za život je možná lepší než nafotit tisíce reportáží do časopisu, které zapadnou a nikdo o nich nebude nic vědět. A u fotografie bychom se měli začít koncentrovat na dokonalost.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Mně to ta fotografie nikdy nedělá a vždy mě zajímá obojí. Naopak si myslím, že text a fotka jdou ruku v ruce – čím jsou lépe zkombinovány, tím se potencuje účinek sdělení.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Dívat se na informace a fotografie a zkonsumovat jich za den tolik, že si je pak nepamatuju, je ztracený čas. Pro mě je užitečnější vidět takové množství (a neřeknu, jestli dvě, pět, deset), abych se nad nimi mohl zamyslet a druhý den třeba říct: „Viděl jsem krásnou fotografii“ nebo „Četl jsem strašně zajímavý text“. Musím o tom být také schopen vyprávět. Taková fotografie, kterou jsme někde viděli a pamatujeme si ji do konce života, je cennější než tisíce fotografií, které jen prolétneme.

Chcete něco sám doplnit, máte nějaké další relevantní informace k tématu?

Možná jsem to už říkal, ale čím větší emoce ve fotografii je, tím je cennější.

Příloha č. 16: Hlubkový polostrukturovaný rozhovor s Janem Ždimerou

Můžete se představit a říct, čemu se profesně věnujete?

Jan Ždimera, profesně se věnuji fotografii téměř 20 let a po celou tu dobu jsem svou práci spojil s ČTK. Na začátku jsem pracoval ve fotoarchivu (nyní fotobanka ČTK), kde se zpracovávají fotografie do archivu k budoucímu sekundárnímu použití. V současné době pracuji v obrazové redakci na tzv. fotosměnách.

Jaká je role novinářské fotografie ve společnosti?

Úkolem novinářské fotografie je jakousi zhuštěnou, koncentrovanou formou upozorňovat na důležitá a zásadní témata.

Jaká je role fotografie coby součásti mediální produkce?

Role profesionálních fotoreportérů je jasná a nezbytná. Já určitě nechci snižovat schopnosti amatérských fotografů, protože samozřejmě jsou lidé, kteří se snaží dělat fotografie téměř zpravodajského typu. Ale myslím si, že největší úlohu mají fotky z ulice u nenadálých událostí, kdy jsou první na místě činu.

Jaké typy emocí podle vás vyvolávají novinářské fotografie?

Tak, jak existuje škála emocí v lidském prožívání, všechny tyto emoce je možné fotografií vyvolat. Ať už jde o radost, smutek, zoufalství, beznaděj, nadšení.

Proč (z jakého důvodu) vyvolávají novinářské fotografie emoce?

Vizuální informace má vždy sílu, protože je to na relativní ploše zhuštělá forma. Od příjemce nevyžaduje velké úsilí se na fotku napojit. Pro zpravodajství je ideální, když ten záměr, se kterým byla fotka pořizována, přejde i na příjemce fotografií.

Je žádoucí, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce?

Domnívám se, že nelze říct, zdali to je, anebo není žádoucí, zkrátka to nelze oddělit. Je to součástí. U zpravodajské fotografie by určitě ta emocionální rovina neměla přebít složku informativní. Ale součástí informace je i emoce.

Samozřejmě se ve zpravodajství setkáváme s cyklickým opakováním. Tiskové konference, které se opakují každý týden, ale pokaždé je jiná agenda a to vyznění je jiné. Proto i v takové rutinní banalitě se mohou odrážet emoce okamžiku. Jsou to různé drobnosti, které fotograf může zachytit.

Je záměrem fotografa, aby novinářské fotografie vyvolávaly emoce? Jsou foceny přímo za tímto účelem (aby vyvolávaly emoce)?

Každý fotoreportér s tím počítá. Myslím si, že je to součástí nějakého profesního standardu. Když udělám fotku, která nechá všechny chladnými a nenutí ani se na ni zahledět, tak to není správně.

Samozřejmě by měla emoce vyplývající z fotky odpovídat vyznění té situace.

Jinak se promítají emoce do politických a rutinních témat typu tiskovky a poté zde máme vysloveně emocionální záležitosti, jako jsou sportovní utkání. Ve sportu je přímo konkrétním cílem vyfotit emoce. Zachytit momenty během zápasu, ale i radost a smutek po jeho konci. Tam je to dokonce v zadání. Často se můžeme setkat s tím, že i sami fotografové jsou „zklamaní“ a volají, že tam nebyla žádná velká radost, že je to nijaké. V tom případě se to poté musí dohnat slovní informací pod fotkou.

Uvědomuje si fotograf, že jeho fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Fotograf by měl ale zvažovat, jaké obrazové prostředky použije. Jsou situace, které lze zobrazit brutálně naturalisticky anebo lze postupovat zprostředkovaně. Vložit do toho určitou symboliku. Fotografie nemusí být vždy brutálně upřímná, aby dokázala emoce vyvolat. Emoce jsou ale od zpravodajské fotky neoddělitelné a fotograf si toho je zcela určitě vědom.

Jaký je váš osobní názor na to, že fotografie vyvolávají (silné) emoce?

Domnívám se, že je v pořádku, že fotky emoce vyvolávají. Ale ony emoce by neměly vést k dezinterpretaci dané události. Fotka má obrovskou sílu, ať už jde o ikonické fotky například z války ve Vietnamu, ale i současnost v podobě uprchlické krize atd.

Do jaké míry je vnímání fotografií (a emoční responze) subjektivní a do jaké míry je kulturně podmíněné (tj. jejich vnímání závisí na prostředí, ve kterém člověk vyrůstal, z jaké je kultury, jakého vyznání, jaké hodnoty vyznává atd.)?

Subjektivní je to vždy, pravidelně se ale stává, že jedna fotka vyvolá ve většině publika emoci shodnou, ale mohou se najít ti, kteří si všimnou jiného detailu, dívají se na ni jinak.

U kulturní podmíněnosti záleží asi na vzdělání příjemce, co v něm zarezonuje. Ale je to podle mě velmi individuální, nelze to paušálně říct.

Určitě lze ale říct, že za tím emocionálním vnímáním fotky stojí subjektivní, sociální i kulturní podmíněnost. Jinak budeme fotky uprchlické krize vnímat v Evropě a jinak v zemích, odkud ti lidé prchají.

Jak může fotografie příjemce médií vtáhnout (apelovat na jejich emoce)?

Fotka má samozřejmě potenciál s příjemci manipulovat, ale takové jednání je nepřijatelné a neprofesionální. Proto existuje redakční princip, že máme editory. Jsou to druhé oči.

Fotografie by samozřejmě neměla nikoho zesměšňovat. Měla by být jasná hranice toho, kdy je fotka emotivní a kdy už dochází k určité manipulaci.

Podněcují novinářské fotografie na základě svého emocionálního působení k aktivitě, změně (např. pomáhat)?

S tím se často pracuje, zejména pokud jde o humanitární katastrofy. Zpravodajská fotografie je často prvním krokem k nějaké akci. Vstoupí do toho neziskové organizace. Na základě povědomí společnosti, že se něco děje, pak

může ta snaha být úspěšnější. Lidé byli informováni, nějakým způsobem to s nimi pohnulo a rozhodnou se někam poslat peníze nebo osobně jedou někam pomoci.

Na stranu druhou to může mít i negativní dopad, kdy lidé vidí určité fotografie, vyvolají v nich negativní pocity a poté mají strach. Někteří si pořizují zbrojní průkazy apod. Jsou situace, které nevyvolávají přímo emoce, ale mohou vyvolat diskusi ve společnosti.

Rozhodně by to ale nemělo být tak, že raději nebudeme fotit nic, hlavně aby to nevyvolalo něco negativního. Takhle by žádný novinář neměl uvažovat. Pokud se něco děje, tak je potřeba věcně správně s maximálním respektem k realitě událost zachytit a informaci předat dál. Je úkolem novinářů, aby tu informaci předali nezkreslenou.

Mohou naopak novinářské fotografie způsobovat (s ohledem na jejich emocionální působení) emocionální otupělost, netečnost, letargii?

V tomto případě bych nedělal rozdíl mezi novinářskou fotografií a jinou fotografií. Celkově jsme zahlceni obrazovými informacemi, to je skutečnost. Pro profesionální fotografy je to vlastně taková laťka, aby v té obrovské záplavě těch obrazových informací byli ještě většími profesionály a ještě lépe dělali svou práci. Aby byl jasný rozdíl mezi tím, co vyfotil někdo mobilem, a tím, co fotožurnalista, který dokáže do několika fotografií zachytit událost, která má jasnou informační hodnotu a určitou kvalitu.

Jsou fotografie pro příjemce médií (s ohledem na jejich emocionální působení) zdrojem rozptýlení, případně odvádí jejich pozornost?

Já mám problém s tím, že se úplně nedokážu vcítit do role laika, příjemce médií, protože jsem v roli profesionála tak dlouho.

Myslím si ale, že fotka určitě může být zdrojem rozptýlení, je to ale hodně individuální. Někdo prohlíží fotky, někdo čte jen titulky. Obecně se podle mě snižuje schopnost dlouhodobého soustředění při konzumaci dlouhých textů.

Dnešní optimální zpravodajský produkt je fotka a co nejstručnější text, který tu fotografii doprovodí a pomůže dovysvětlit to, co na fotce není vidět nebo by mohlo být nepochopeno.

Máme různé rubriky a zprávy s odlišnou závažností. Ta funkce rozptýlení je tam vždy. Jen zlomek informací, které konzumujeme, má bezprostřední dopad na náš osobní život. Přesto ale konzumujeme i ty ostatní. Rozptýlení může být i žádoucí.

Jak celkově působí množství snímků, které jsou dennodenně vytvářeny a prochází mediálním prostředím, na psychiku a vnímání příjemců médií?

Na moji psychiku velmi působí, když jako editor mám jedno téma a fotky do agentury dodává hned několik fotografů zároveň. Já se tím kvantem musím probrodit a snažit se vybrat to nejlepší, nejrelevantnější. Nezahltit tou kvantitou.

Často sami fotografové ztrácejí přehled o tom, co všechno poslali. I v té záplavě by ale měl člověk vnímat to, co je zásadní.

Z roviny konzumenta je samozřejmě těžké se probírat tím nepřeborným množstvím. Sám si vybírám jen něco, sleduji zpravodajské týdeníky. Tam je samozřejmě i jiná práce s tou fotkou. Když to síto času trochu přeseje, tak zůstane jen to nejlepší.

Sám si uvědomuji, že produkujeme nadbytek a někdy tím jdeme sami proti sobě. Čím víc materiálu je, tím víc se zvyšuje pravděpodobnost, že to důležité zanikne. Je zde také otázka, co je potřeba, aby bylo zachyceno.

Hranice mezi bulvarizací a honbou za senzací závisí na typu média. Ve zpravodajství by to mělo být tak, že se zde nabízí otázka, zdali ta fotografie přidává něco navíc k tomu, co lze napsat. Jestli má fotka přidanou hodnotu. Ale přitom se respektují elementární principy toho, že je zachována lidská důstojnost apod. Pokud veřejná osoba cokoliv provádí na veřejném místě, tak

lze fotit cokoliv. Situace, kdy prezident zakopne. I taková událost se zachytí, protože se to zkrátka stalo. Pokud bychom to nezachytili, tak bychom zase mohli být nařčeni z toho, že něco cenzurujeme.

K naší práci patří i to, že se zachycují i události, jako je pohřeb. Tam se samozřejmě musí zacházet citlivě, s respektem. Focení truchlících pozůstalých členů rodiny je u nás v agentuře už za hranicí.

Máme zde také náhubkový zákon, která rovněž určuje, co je a co není možné zachycovat. Např. oběti trestných činů u soudu. Zkrátka by nemělo být prohlubováno trauma těchto lidí. Podobné je to u dopravních nehod a jejich obětí atd.

Příloha č. 17: Hlubkový rozhovor s Ondřejem Novákem

Kde se vzaly emoce, jak se vyvinuly?

Na to je velmi jednoduchá odpověď, my to přesně nevíme, ostatně jako u spousty jiných věcí. Ale je několik hlavních teoretických proudů. V tuto chvíli, co se týče původu emocí, jsou dva. Jeden je klasický, evolucionistický, který zastávají například Antonio Damasio a Paul Ekman. To je představa vycházející od Darwina. Emoce jako takové jsou v podstatě programy chování, které se u člověka vyvinuly napříč celým tím druhem proto, že byly nějakým způsobem užitečné pro fitness, pro předání genu další generaci v rámci toho jejich tehdejšího prostředí, což nejčastěji bývaly nějaké ty stepní oblasti. Jde o to, že to byly nějaké programy chování, cítění, fyziologických reakcí, kognitivních zkreslení a tak dále. Je to představa takového balíku reakcí, které jsou koordinované a trvají od několika sekund do několika minut, a hlavně jsou rozeznatelné u každého člověka zvlášť, do nějaké míry ovlivnitelné učním, ale ta základní představa je, že to je nezávislé na kultuře a že to je u všech lidí. Teď se vědci různě dohadují, kolik těch emocí je, například Ekman jich má šest základních – patří tam překvapení, radost, smutek, hněv, znechucení a strach.

To je ten evoluční pohled, že emoce jsou něco odlišného od běžného prožívání, takového toho neutrálnějšího, a že se vyvinuly v reakci na to, že to byly nejužitečnější komplexní reakce třeba na nějakou osobní ztrátu (smutek), setkávání se s překážkami (hněv), na fyzické nebo psychické ohrožení (strach) a tak dále. Tím, že tyto reakce jsou automatické, extrémně rychlé, přitom koordinují reakce napříč celým člověkem, tak dávají evoluční výhodu dotyčnému jedinci v těchto klíčových situacích nad tím jedincem, který je nemá.

Teď hodně vyvstává přesvědčení, že emoce v té formě, v jaké my si ji představujeme, vlastně neexistují, a že to je spíš výsledek psychologické konstrukce – ono se to i vyloženě jmenuje psychologicko-konstruktivistický přístup, je tam třeba conceptual act theory. Ta představa je taková, že člověk neustále prožívá proud prožitků, zážitků, který se různě mění a je to spíš taková kontinuální křivka. A to, co my nazýváme emocemi, vzniká ve chvíli, kdy my část tady toho proudu prožitku označíme jako emoci, čili že to je akt kategorizace nějakého prožitku. Stejně tak jako

v reálném světě neexistuje, že byste pila kávu, protože to už nějakým způsobem vlastně vymezuje tu situaci, a kdyby se na vás koukal mimozemšťan, tak to vlastně nikdy takhle nepopíše, protože nemá ty koncepty, nemá ty kategorie, pomocí kterých to popsat. Ono je to hrozně komplikované, protože my se na svět díváme skrz to, co jsme se naučili, jak jsme se ho naučili vnímat.

Nějaká naučená představa o realitě...

Přesně tak, to je vlastně ten konstruktivismus. Když se podíváte tamhle, tak vidíte ty lidi, vidíte stoly, vidíte židle. Reálně vaše oči akorát vnímají nějaké vlnové délky a šířky, pro oči tohle nejsou jednotlivé objekty, oči vidí 2D, každé zvlášť a teprve pak se to v mozku tady někde skládá dohromady a až o kousek dál se do toho teprve přidávají ty koncepty a kategorie a začíná se z toho skládat to, jak my vidíme svět. Hodně se tam hovoří o proudu prožitků, to má zase co dělat s teoriemi vědomí. Je jakýsi vyhodnocený souhrn veškerých počitků, které dostáváme z těla, a těch je požehnaně, neuvěřitelné množství, když si vezmete, že jenom několik stovek miliard receptorů máte na dlani na kousku kůže, a to máte všude na těle a nejenom zvnějšku těla, ale i introcepce, signály z orgánů, z kostí... To je to ohromné množství informace, které se potom zprůměruje a sleje se do celkového pocitu. Tomu se v angličtině říká „core affect“, v češtině se Iva Poláčková Šolcová snaží prosadit název „jádrový afekt“ – afekt odkazuje k něčemu, co je emocionální, afektivní, to jádrový právě znamená, že jde o souhrn těch prožitků z jádra, z celého člověka.

V tomto přístupu se moc neoperuje s pojmem emoce, protože ten je hodně spjatý s tím evolučním pohledem, ale když to hodně zjednoduším, tak tady by byla emoce označená jako prožitky z těla.

Jdou tedy tyto dva přístupy proti sobě?

Docela jdou, hodně se liší už v té základní představě. Zatímco ten evolucionistický pohled vyloženě říká: v přírodě, v biologii existují odlišné způsoby reakcí, které jsou ale shodné napříč všemi lidmi a je tam nějaká menší variace, protože máme během života různé zážitky a vyrůstáme v různých kulturách. Tento přístup vychází především z výzkumů na výrazy emocí, což je teď hodně populární.

Problém měl tento směr například v Japonsku, kde mají lidé spíše tendenci ty emoce neukazovat, kde lidé zachovávají „poker face“ a skoro na všechno je jejich reakce úsměv. Zrovna v Japonsku je totiž velmi silný vliv kultury, což neznamena, že ti lidé nemají emoční výrazy, ale že se odmalička učí je kontrolovat a rychle nasazovat tu masku, která se s tím pojí v jejich kultuře. Tím pádem se přišlo s termínem mikrovýrazů – to je představa, že tyto emoční výrazy, které se pojí s těmi základními emocemi, jsou tak moc vrozené a biologicky dané, že se nedají úplně kontrolovat, což znamená, že když já vás například vyděším, tak vy nikdy, i kdybyste trénovala celý život, nedokážete udržet úplný „poker face“ a úplně to potlačit, vždycky tam bude třeba zlomek sekundy, setiny, kdy se tvář stáhne směrem k tomu emočnímu výrazu, který vyjadřuje to, co vy právě prožíváte. To je představa mikrovýrazu, existují na to i celé kurzy a učí se to třeba i manažeři, kteří se pak snaží dešifrovat, co ten druhý člověk v tu chvíli prožívá, aby ho dokázali odhalit a tak.

Kdy vznikl termín emoce a co přesně označuje?

Terminologie v afektivní vědě je poměrně, já nechci říct vyloženě sporná, protože v poslední době se to lepší... Zhruba od té doby, co pojem emoce přešel do běžného jazyka, což je asi tak 60 let. Předtím pojem emoce vůbec neexistoval – filozofové je nazývali žádostmi, hnutími duše, mají pro to celou řadu pojmů, ale emoce se tam nevyskytuje, není to a priori přirozený pojem a nemá tak dlouhou historii. Ve své původní podobě označoval fyzický neklid. Teprve ve druhé polovině 19. století se do toho pořádně obul William James, když vydal svůj velmi známý článek Co je to emoce (What is the emotion) a tam se to snažil řešit ze všech stran. Následujících sto let, pokud se řešily emoce, se polovina všech otázek týkala vymezení toho pojmu, protože ten pojem je takzvaně fazi – znamená to, že nemá jasné hranice. Potom samozřejmě jak progradovala ta afektivní věda, vytvořily se různé definice emocí – třeba v roce 1977 vyšel článek od Alderfera Clayтона, který našel více než sto emocí jenom v odborné literatuře.

K jaké definici emocí tedy inklinuje současná afektivní věda nejvíce?

Afektivní prostor lze dělit do několika úrovní. Pojem prototypické emoce nebo emoční epizody, to je vlastně zaměnitelné, jsou programy chování a představa je, že

mají nějaký náběh, začátek, průběh a konec. Dá se to pozorovat i na těle, nese to s sebou kognitivní změny, když jste třeba uprostřed té emoční epizody, třeba při prožívání smutku, a jste fakt smutná, tak tam je velké ovlivnění toho přemýšlení, protože máte tendenci si víc všímat negativních věcí, je tam nějaká paměťová kongruence, takže ve chvíli, kdy vzpomínáte na věci z minulosti, tak si vzpomenete na něco, co odpovídá té vaší náladě, té emoci, kterou právě prožíváte, takže spíš na smutné vzpomínky, myšlenky a tak dále. Je představa, že tohle hodně funguje třeba u deprese – ti lidé jdou takovou spirálou, protože nejsou schopni si vybavit pozitivní věci, natož si je prožít. Emoce jsou velmi krátké, od sekund do několika minut, a jsou dost prudké. Když prožíváte prototypickou emocionální epizodu, tak to stoprocentně poznáte, jsou to tělesné děje.

Jaký je rozdíl mezi emocí, náladou, pocitem a afektem?

Nálada má mnohem slabší průběh než emoce. Je plíživější, mírnější, trvá od hodin až dní, v podstatě taková rozplizlejší emoce, má delší průběh, je to spíše rozpoložení, ovlivnění myšlenek. Zase je tam ten krásný efekt kongruence, že ze stavu nálady můžou vyvěrat jednotlivé emoce, v rámci nálady ta emoce, která jí odpovídá spíš, má větší pravděpodobnost se objevit. Když je člověk iritovaný, je u něj větší pravděpodobnost, že propukne do hněvu, do vzteku, než u člověka, který má už druhý třetí den dobrou náladu. Zatímco emoce jako taková by měla mít svůj objekt, předmět (měla by být o něčem, leknete se něčeho, bojíte se něčeho, máte radost z něčeho), tak nálada objekt buď nemá, nebo je nespecifický, nedá se vysledovat. Spíš se naakumulují věci z okolí, člověku není zjevná objektivní příčina. My si můžeme najít důvody pro všechno, člověk je úžasný v hledání důvodů, racionalizace je náš koníček, a navíc ve všem máme tendenci hledat příběhy, ale z běžného pozorování není možné odhalit, co v nás probudilo nějakou náladu.

Pojem afekt, v podobě toho jádrového afektu, je teoreticky na úrovni pocitu, ale ne vždycky, protože pocit se v přirozeném jazyce používá k popisování i vyložene neafektivních, neemocionálních procesů – měl jsem pocit, že musím jít doprava; pocit je hodně špatně ukotvený, protože je to ještě širší pojem než emoce a moc se s ním neoperuje. Je to čistě subjektivní složka, řeší se spíše v rámci teorií vědomí, že je to třeba nějaká informace o směru chování, rozhodování, která variuje od člověka

k člověku, nedá se uchopit, dá se zkoumat jen self-reportem. To, co vám lidé řeknou, což se člověk od člověka liší a nedá se to objektivně změřit, i když tomu člověku dáte škálu, bude jiné, každý bude mít trochu jinou referenční představu, vůči čemu to porovnává, to je obecně problematika subjektivních prožitků.

U toho jádrového afektu je představa taková, že ten nějakým způsobem měřitelný je; sice je to pořád subjektivní pocit, ale už se dá dobře naměřit na dvou škálách: 1) oboustranná valence, 2) arousal (vzrušení) a úroveň vnitřní aktivace. Valence je pozitivní–negativní, příjemný–nepříjemný, krásný–hnusný atd., je to oboustranná škála, kdy uprostřed je nějaký neutrální bod. Arousal je vlastně vzrušení, což má ovšem v češtině jiné konotace, ale v podstatě jde o nějakou úroveň aktivace – aktivní, nabuzený (arousal nahoře), proti tomu skleslý, smutný (arousal dole). Tyto dvě dimenze jsou na sebe kolmé, vytvářejí kříž, takový afektivní kruh, do kterého dokážeme pomocí zanesení údajů o těchto dvou dimenzích vepsat ten afektivní stav člověka nebo minimálně toho afektu, což je zajímavá představa a je užitečné umět to změřit.

Emoce v podobě afektu prožíváme neustále, v každém bdělém okamžiku svého života, což znamená, že kdybych vám předložil ty dvě dimenze a poprosil, abyste ohodnotila své aktuální prožitky, podívala se do sebe, na škále deaktivace–aktivace, pozitivní–negativní, tak ten bod budete schopna někde umístit podle toho, jak se teď momentálně cítíte.

Proud vědomí je neodlučitelně spjatý s afektem, ale tyto představy jsou hodně teoretické, skoro až na pomezí fantazírování. Nicméně představa je taková, že to je základ vědomí a podle některých teorií jeho hlavní funkce, protože vy jste potom schopná monitorovat, co se děje v celém těle, a ve chvíli, kdy nastane nějaká výrazná změna, například k horšímu, jste schopná s tím něco dělat, vědomě se rozhodnout, že například musíte udělat něco jiného. Zkuste si to představit jako teplotu – jestli je mi teplo, nebo zima, jsem pořád schopná nějak vnímat. Ne vždycky je to v popředí, stejně jako ne vždycky se soustředíte na to, jak se cítíte. Ale v každém okamžiku jste schopná říct, jestli je vám normálně, větší vedro, víc zima... A ve chvíli, kdy dojde k velkému výkyvu v tomhle vjemu, když třeba vyjdete tady ven nebo když vejdete

v teplém oblečení do sauny, tak to pocítíte, bude vám šílené vedro a můžete s tím něco dělat, v tomhle případě se začít svlékat. To je vše, co se týče toho afektu, který by měl být v základu většiny afektivních prožitků.

A city?

City jsou ještě volnější termín než afekt nebo emoce, hodně se používá v souvislosti s uměním, a tudíž nabývá neuvěřitelně mnoha podob. Vyloženě ve vědě se city jako takové nezkoumají, protože to je doména básníků a umělců, pak někdo řekne něžné city a všichni vědí, co tím myslí, ale v podstatě nikdo by to nedokázal popsat nahlas. Často ten přirozený jazyk funguje tak, že my si rozumíme do určité míry, ale jenom do chvíle, než to začneme definovat. City je přirozený výraz, který my nějak vnímáme, ale nejsme zvyklí ho uchopit a vyjadřovat a definovat; lidský mozek není dělaný na to, aby veškerou realitu dokázal transformovat do jazyka, to je velmi nedokonalý nástroj přenášení informací.

Na čem je založeno naše vnímání?

Člověk většinou žije v sociálním světě, my pořád řešíme vztahy a lidi. Ve fyzickém světě existujeme, ale máme ho jako nositele toho sociálního světa, který je mnohem důležitější. Neustále komunikujeme s ostatními, máme v hlavě nějaké představy a příběhy a tohle všechno prochází mnoha filtry, a je to čistě z toho důvodu, že ve chvíli, kdy se člověk narodí, zřejmě má a priori tendence, jak shlukovat, kategorizovat realitu, ale hned po porodu jsme blíž tomu, co bychom nazvali jako vnímání reálné reality. Potom se učíme rozeznávat, co je pro nás v realitě důležité, takže to dítě se nejdříve naučí rozeznávat svoji matku, ta je v tu chvíli nejdůležitější na světě. To, že vyrůstáme a učíme se tolik filtrů (a teď je otázka, nakolik je to dáno přirozeným zráním nervové soustavy, nakolik jsme předdefinovaní díky evolučnímu procesu a nakolik je to dané učením v kultuře a od rodičů, přeučováním), nám pomáhá orientovat se v realitě, my potřebujeme chápat, co se tady kolem děje, a dokud nejsem schopný poznat, že tohle je samostatný objekt (ukazuje na lžičku – pozn. aut.), tak nemůžu reálně fungovat v realitě.

Je nějaký lidský smysl dominantní?

U lidí určitě zrak, vizuální percepce dominuje.

Současný svět charakterizuje neustálý přísun vizuálních podnětů, které vytrvale uzurpují naši pozornost. Co tento přehršel podnětů způsobuje a jaké jsou dopady tohoto přehlčení podněty, které musíme na denní bázi zpracovávat a které na nás nějakým způsobem útočí?

Přehršel podnětů na vás útočí neustále, co se stalo komplikovanějším (v digitálním věku – pozn. aut.), je rozhodování o tom, co je důležité, čemu vlastně přisoudit tu důležitost v reálném světě. Protože ve chvíli, kdy nemáte internet, sociální sítě, tak si žijete spokojený život. Během svého života potkáme maximálně několik tisíc lidí a máme nějakou svoji sociální skupinu, ve které se pohybujeme, čteme třeba noviny, jedny dvojce, a třeba nějaké knihy – a už jste vlastně literát a už vyhledáváte spoustu informací, které jsou mimo vaše denní prožitky.

Kdežto dneska, když si vlezete na internet, a zvláště na ta sociální média, kde se vám potom ukazuje spousta věcí, jste hodně ovlivňována tím, co se zrovna děje ve společnosti a že se toho děje hodně a že se to pořád mění a přichází nové a nové zprávy a každá z nich má ten punc důležitosti. A ve chvíli, kdy vám někdo říká každý den, každý týden o teroristických útocích, o tom, že umírají někde na světě lidé, tak to je důležité. Z evolučního hlediska to, že někde umírají lidé, je velmi důležitá informace, že tam třeba nechcete chodit. Stejně tak je důležitá informace, kdo zrovna vede tu tlupu – vezměte prezidentské volby, tím lidé žijí třeba několik měsíců, pořád to řeší, zaobírají se tím, přidávají nové informace, těch informací je strašně moc, takže oni to musí dávat dohromady, každý vnímá trochu jiné informace, začíná se bavit s ostatními. To je právě ta sociální realita, která v posledních letech tomu několika desetiletích nabyla na rychlosti a na fluktuující důležitosti – že to všechno vypadá hrozně důležité. Kdybychom se potkávali jen s pár lidmi na konzistentní bázi a bavili se s nimi, tak z nich málokdy vypadne něco úplně nového, jenže na internetu, kde si někdo nasdílí něco novějšího, co vypadá senzačněji nebo originálněji, už to lidé sdílí, protože to vypadá důležité a jde tu najednou celá ta vlna.

Já si myslím, že jsme se spíš zahltili novým a větším množstvím informací hlavně v sociální realitě, protože ta fyzická realita nemá víc informací. Technicky vzato, na čistě informační úrovni, my pořád v každém okamžiku svého vědomého bytí

vnímáme biliardy informací, ale většinu jsme schopní vyfiltrovat a vyhodnotit to jako ruch, například že dítě tamhle něco vyrábí a tamhle mluví lidé a je tady tolik ruchu kolem, to jsme schopní vyfiltrovat, protože to nevnímáme jako důležité. Teď si ale představte (ukazuje po kavárně – pozn. aut.), kdyby tamhle začal někdo střílet, tamhle začal někdo recitovat fakt úžasnou básničku, tady by najednou začali chodit lidé, kteří by hráli na housle a na druhé straně by vám někdo zadarmo začal nabízet koblihy, najednou máte příliš důležitých a relevantních podnětů. A najednou by to všechno bylo hrozně komplikované, ale jelikož tady je takový ruch, jsme schopní se soustředit na rozhovor a bavit se relativně nerušeně.

Digitální věk ale vlastně způsobuje přesně to, co jste popsal. Všechno působí důležitě. To vše je koncentrováno ve virtuálním prostoru, tak jakým způsobem tomu máme čelit, obrnit se? Je v našich kapacitách a schopnostech se v tom nějakým způsobem zorientovat a vyhodnotit, co je a není důležité?

Těžko říct, jsem opravdu dalek nějakých normativních úvah, protože to vážně nevím, s tím se musí každý popasovat nějak sám. Zním spoustu lidí, kteří to řeší tím, že na sociální média nechodí, že se odstříhli třeba od Facebooku a jsou díky tomu klidnější. Na jednu stranu pak ale přichází o spoustu informací, například o nějaké události, které by mohly být důležité pro jejich život, protože se tam seznámí s novými lidmi, případně uvidí nabídky práce, nabídky čehokoliv... A oni o to přijdou, odepírají si část informací. Ale samozřejmě to, že se na nás valí spousta informací, které se tváří důležitě, neznamená, že důležité nejsou, ony všechny pravděpodobně nějakým způsobem důležité jsou, pro každého nějak jinak a je docela funkční nastavit si priority, co vlastně sledovat a co ne, a ten Facebook to nějakým způsobem umožňuje, tam se dají nastavit nějaké filtry, soukromí, tady toho člověka nechci vidět...

Tyto filtry ale vedou k limitovanému vnímání reality, že se člověk uzavře do své sociální bubliny, to se v mediální vědě hodně řeší.

To máte vždycky, v těch jsme vždycky byli, nikdy jsme z nich nevyšli, tomu se říká „confirmation bias“ – „potvrzovací zkreslení“. Je to takový krásný kruh, vy máte nějaké přesvědčení, ze kterého vycházíte, nějaký názor, a teď máte tendenci v té realitě vnímat a zapamatovat si hlavně ty případy, které ho potvrzují, a trochu

ponižovat a zahazovat ty, které ukazují něco jiného nebo ho vyvracejí. Setkal jsem se s případem, kdy jeden člověk měl fakt neotřesitelnou představu, že ženy jsou hrozné řidičky. A teď kdykoliv řídil a někdo mu tam vlétnul, tak i když toho řidiče neviděl, říkal: no jo, ženská.

To opět potvrzuje, že naše naučená představa o realitě do velké míry definuje naše chování a jednání.

Určitě, velmi silně.

Zajímalo by mě, jestli si myslíte, že v dnešním digitálním věku se dá říct, že vnímáme informace skrze naše emoce a že kvůli tomu není dostatek prostoru pro logickou argumentaci a racionální přemýšlení. Apelují informace na emoce a my adekvátně k tomu reagujeme převážně právě emocionálně?

Já bych vynechal ta slova „v dnešní době“, protože tak tomu bylo vždycky. Logická argumentace a racionální důvody, a myslím teď ty skutečně racionální důvody, jsou výsadou tak malého procenta lidí, a ještě jenom v konkrétních, určitých situacích, že je to skoro zanedbatelné.

Naše vědomí sestává z proudu prožitků, afektivních prožitků, proudu emocí, takže je jednak nemožné nahlížet na realitu jinak než tímto prizmatem, to je to, jak to vnímáme. Ve chvíli, kdy bych se teď cítil nepříjemně, budu se to snažit něčemu atribuovat, přiřadit, zjistit, co se vlastně děje, abych to mohl změnit, logicky. Většina rozhodování, přemýšlení se proto děje na základě pocitu a pak nastupuje racionalizace.

To ale není špatně, že se rozhodujeme na základě toho, jak vnímáme realitu, a tu vnímáme taky pomocí svých emocí. Naše evoluční dědictví je, že řešíme sociální prostor, který musíme chránit, na to jsme nastavení. Veškeré rozhodování je založeno na pocitech, a pokud se chceme rozhodnout nezávisle na nich, je to extrémně těžké i proto, že si vytváříme vazby.

Platí tento výběr i při získávání informací?

Těžko, protože k tomu, co vám přichází skrze média, už udělalo předvýběr mnoho lidí. Ta informace je v každém případě zprostředkovaná, pořád je to napsané nějakým jiným člověkem, který už do toho mohl přimíchat svůj pohled. V žádném případě nemůžeme poznat realitu takovou, jaká je, ze samotné podstaty získávání informací.

To platí i v případě novinářské fotografie, u které ale mnozí příjemci nabývají dojmu, že je nezakresleným otiskem reality. Jak vy vnímáte novinářskou fotografii a její roli v médiích?

Podporuje interpretaci. Obrazy společně s titulky jsou nejdůležitější věci, spousta lidí vlastně nevnímá nic jiného. Pak se podívá na text pod obrázkem, ty jsou mimochodem jedny z nejčtenějších věcí vůbec – ty popisky. Vy se nemůžete rozhodnout, že je nevidíte, je to jako titulky u filmu.

Já nevím, jaká je novinářská praxe, ale kdybych já se snažil napsat nějaký článek, který by vyzníval nějak, tak bych k tomu samozřejmě zvolil adekvátní fotografii. Pokud bych chtěl napsat o tom, že tento člověk je ten nejzlejší vrah na světě, tak bych z té série fotografií třeba ze soudního tribunálu vybral tu, kde se trochu zahlíží, krčí se, je mezi těmi policajty, fotka mu tedy vyloženě nelichotí. Kdybych ale toho člověka chtěl chválit, byl v tom soudním tribunálu na jeho straně, tak vyberu fotografii, na kterém třeba stojí narovnaný, klidný, případně se usmívá nějak příjemně, fotografii, která mu nějakým způsobem lichotí, nebo, což je důležité, vůbec ho neukážu v tom soudním prostředí, ale vyberu nějakou fotografii z jeho dřívějšího života, kde je třeba s dětmi a partnerkou, která ho ukazuje v lichotivém světle. Fotografie silně podporují interpretaci textu. Když budete mít dva totožné texty a dodáte k tomu fotografii usmívajícího se s dětmi a druhou fotografii, kde se ten člověk krčí na lavici obžalovaných, má strniště, zahlíží, lidé to budou u stejného textu hodnotit úplně opačně. Fotografie tomu dává kontext.

Apelují novinářské fotografie na emoce?

Na emoce apeluje všechno, ten text také, ale já bych spíš řekl, že vhodně zvolená fotografie podporuje určitý způsob vnímání. Svádí to k asociování konkrétních témat, která ten novinář chce vzbudit ve čtenáři, a to potom vzbudí nějaké emoce.

Ono se zjednodušeně říká, že působím na emoce, ale to, co já vlastně manipuluju, obrázky a textem, je způsob, jakým vnímáme realitu, a když se mně to podaří, tak to vyvolá nějaké emoce i ve mně samotném, v psychologii se tomu říká rámování a používá se to často v terapii.

V čem tedy spočívá síla fotografie jako média?

Že podporuje interpretaci, pomáhá ve vnímání i toho textu i v kontextu nějaké osoby nebo situace vyvolávat nějaká konkrétní témata, kategorie nebo koncepty, které ten, kdo tam tu fotografii umístil, chtěl vyvolávat. Nějak to působí, je to kongruentní s textem. Samotná fotografie je vizuální vjem, my jsme vizuální tvorové, ta vizuální informace je pro nás dominantní, takže to, co vidíme, nějak interpretujeme a některé podněty podporují spíš jednu interpretaci, některé zase jinou.

Důležité jsou aktuální pocity, vnímání a nastavení – když budu sledovat něčí tvář, budu v nějaké náladě, budu mít tendenci to usuzování zkreslit tím, jak se v ten moment sám cítím; té samé osobě s tím samým výrazem budu přisuzovat jiné pocity, myšlenky, nicméně to samozřejmě není médii ovlivnitelné. Co už médii ovlivnitelné je, je právě volba fotografií a těch vizuálních podnětů. Potom, podle aktuálního afektivního nastavení člověka, to může být buď posílené, nebo oslabené.

Myslíte si, že v dnešní době spoléháme hlavně na ty vizuální informace?

Určitě.

Může to příjemce mobilizovat, nebo je to naopak přehlčuje?

Jak u koho, znám lidi, kteří jsou schopní se mobilizovat nad jedním obrázkem, u kterého je palcový titulek, a vlastně si ani nedohledají další informace. Informace v titulku a doprovodný obrázek v nich vzbudí nějaké emoce, které jsou spojené s názory, přesvědčím, je to kongruentní a je to dostatečně silný podnět k tomu, aby oni cítili, že už mají něco dělat, což může být i negativní. Jdou protestovat, když se to třeba týká uprchlíků, vezmou zbraň a jedou na Vysočinu a na Moravu, jdou s ní hlídat hranice.

Dá se hovořit o nějaké objektivní realitě?

Ve vědě existuje předpoklad, že existuje objektivní realita, to je naivní realismus, nicméně že je poznatelná do určité míry, nepřímo, právě proto, že všechno interpretujeme, filtrujeme už na té základní úrovni. To, co vnímáme, co přejde do vědomí, je interpretace interpretací, to neodpovídá té úplné realitě, ale to je dobře, protože kdyby to odpovídalo té úplné realitě, tak my nejsme schopní to pochopit, takhle nejsme nastavení. Máme velmi omezené vědomí, do kterého se vejde v jednu chvíli jen malé množství položek, a kdyby se najednou tohle rozpadlo na miliardu podnětů, tak to nevnímáme, nejsme schopni to uchopit, natož s tím manipulovat.

Příloha č. 18: Scénář ohniskových skupin²⁴⁹

1. FOTOŽURNALISMUS OBECNĚ

Co podle vás je vlastně novinářská fotografie?

Jak vnímáte její úlohu v médiích?

Je dnes novinářská fotografie důležitá? Proč?

2. DIGITÁLNÍ VĚK OBECNĚ

Jak pravidelně sledujete zpravodajství?

Na jakých platformách?

Sledujete, z jakého zdroje pocházejí vaše informace?

Vnímáte přehlacení novinářskými fotografiemi / vizuálními podněty obecně?

3. EFEKTIVITA FOTOŽURNALISMU

Jsou novinářské fotografie efektivní proto, že v příjemcích médií vyvolávají emoce?

Které typy fotografií jsou schopné vyvolávat jaké typy emocí?

1



²⁴⁹ Fotografie byly v ohniskových skupinách pro potřeby této disertační práce použity s laskavým svolením vedení ČTK, konkrétně šéfredaktorky Radky Matesové Markové.

2



3



4



PODÍVEJTE SE PROSÍM NA TY STEJNÉ FOTOGRAFIE JEŠTĚ JEDNOU. TENTOKRÁT S POPISKEM.

5



Ze série Uprchlíci na maďarsko-srbské hranici, září 2015. Hraniční přechod Röszke-Horgoš. Vítězný snímek Czech Press Photo 2015.

FOTO: Jan Zátorský, MAFRA

6



Dítě brečí, když se migranti shromažďují u řeky v tureckém Edirne poblíž turecko-řeckých hranic ve středu 4. března 2020. Turecko čelí potenciální vlně téměř milionu lidí prchajících z bojů v severní Sýrii a otevřelo své hranice s Řeckem tisícům uprchlíků a dalším migrantům, kteří se snaží vstoupit do Evropy, a vyhrožuje, že pošle další „miliony“.

FOTO: Darko Bandic, AP Photo

7



Migrant s dítětem se zastavil na kraji silnice při chůzi do vesnice Skala Sikaminias na řeckém ostrově Lesbos poté, co ve čtvrtek 5. března 2020 přijel z Turecka na člunu z Egejského moře. Turecko ve čtvrtek uvedlo, že by nasadilo speciální síly podél svých pozemních hranic s Řeckem, aby zabránilo řeckým úřadům v zastavení migrantů, kteří se pokoušejí přejít do Evropy, poté, co Turecko prohlásilo své dříve střežené brány do Evropy za otevřené.

FOTO: Alexandros Michailidis, AP Photo

8



Starší ženy se vzájemně posypávají barevným práškem při oslavách festivalu barev Holi v indické Kalkatě v pondělí 9. března 2020. Festival ohlašuje příchod jara.

FOTO: Bikas Das, AP Photo

4. ZPROSTŘEDKOVÁNÍ REALITY

Jsou novinářské fotografie efektivní proto, že zprostředkovávají realitu?

Zvyšuje apel na emoce autenticita?

Dá se novinářským fotografiím v digitálním věku věřit?

Klesá efektivita kvůli snadné manipulovatelnosti?

9



10



11



PODÍVEJTE SE PROSÍM NA TY STEJNÉ FOTOGRAFIE JEŠTĚ JEDNOU. TENTOKRÁT S POPISKEM.

12



Andrej Babiš objímá Marka Prchala na tiskové konferenci hnutí ANO k výsledkům parlamentních voleb, 21. října 2017.

FOTO: Michal Růžička, MAFRA

13



Na této fotografii poskytnuté německou tiskovou kanceláří vlády (BPA) jedná německá kancléřka Angela Merkelová s americkým prezidentem Donaldem Trumpem na okraj oficiální agendy druhý den summitu G7 9. června 2018 v kanadském Charlevoix.

FOTO: Jesco Denzel, Bundesregierung via Getty Images

14



Švédská klimatická aktivistka Greta Thunbergová a další protestují před švédským parlamentem Riksdagenem ve Stockholmu v pátek 25. září 2020.

FOTO: Janerik Henriksson, TT News Agency

5. AKTIVIZACE SPOLEČNOSTI, NEBO PŘEHLCENÍ?

Mají novinářské fotografie potenciál příjemce přimět k aktivitě?

Podporují vůli pomáhat? Vyvolávají společenskou debatu?

Způsobují novinářské fotografie apatii a netečnost? Únavu, vyčerpanost?

15



16



17



18



19



20



PODÍVEJTE SE PROSÍM NA TY STEJNÉ FOTOGRAFIE JEŠTĚ JEDNOU. TENTOKRÁT S POPISKEM.

21



Demonstrace proti premiérovi Andreji Babišovi na Letenské pláni, 23. června 2019. Vítězný snímek Czech Press Photo 2019.

FOTO: Lukáš Bíba / Economia

22



Demonstranti nesou během shromáždění opozice staré běloruské národní vlajky na protest proti oficiálním výsledkům prezidentských voleb v Minsku v Bělorusku v neděli 6. září 2020. Nedělní demonstrace znamenala začátek pátého týdne denních protestů požadujících rezignaci běloruského prezidenta Alexandra Lukašenka po údajně zmanipulovaných volbách.

FOTO: autor neznámý, TUT.by via AP Photo

23



Žena reaguje před policejní linií během demonstrace v běloruském Minsku ve středu 23. září 2020. Prezident Alexandr Lukašenko převzal své šesté funkční období při slavnostním zahájení, které nebylo předem oznámeno. Státní zpravodajská agentura BelTA uvedla, že středeční ceremoniál se koná v hlavním městě Minsku za přítomnosti několika stovek nejvyšších vládních činitelů.

FOTO: autor neznámý, TUT.by via AP Photo

25



Konvoj francouzského prezidenta Emmanuela Macrona dorazil na místo výbuchu, který zasáhl námořní přístav v libanonském Bejrútu, 1. září 2020. Macron jedná s libanonskými představiteli o způsobech, jak pomoci malé zemi dostat se z nejhorší ekonomické a finanční krize a následků výbuchu, který minulý měsíc zanechal tisíce mrtvých nebo zraněných.

FOTO: Hussein Malla, AP Photo

26



Obec Šumvald na Olomoucku zasáhla v noci na 8. června 2020 lokální povodeň. Noční bouřky s přívalovým deštěm a záplavy postihly také Uničovsko a Šumpersko, jeden člověk zemřel a jedna starší žena se pohřešuje.

FOTO: Luděk Peřina, ČTK

6. ETICKÉ HRANICE

Na co jsou příjemci ochotní se koukat?

Kde končí fotožurnalismus a začíná parazitování na lidském neštěstí?

Jak stanovit etické hranice?

27



28



PODÍVEJTE SE PROSÍM NA TY STEJNÉ FOTOGRAFIE JEŠTĚ JEDNOU. TENTOKRÁT S POPISKEM.

29



Vyplavené mrtvé tělo třiletého syrského chlapce Alana Kurdiho na turecké pláži, 2. září 2015.

FOTO: Nilüfer Demirová, Dogan News Agency

30



Exekuce dítěte. Fotografie rodičů a šestileté Sáry byla pořízena 16. ledna 2007, kdy česká matka dítě dobrovolně vydala portugalskému otci. Hrozilo totiž, že si pro dítě přijde exekutor. Předání děvčátka se neobešlo bez pláče a tahanic rodičů.

Vítězný snímek Czech Press Photo 2007.

FOTO: Dan Materna, MF DNES

Příloha č. 19: Záznam z ohniskové skupiny 1 – přepis

Datum: 30. 9. 2020

Místo konání: Akademie ČTK, Praha

Počet účastníků: 8

Popis skupiny: studenti fotografie / amatéři

Délka: 01:50

Mod.: Dobrý den, já vás tady vítám, děkuji všem, že jste přišli i v této náročné době. Na začátek bych vás ráda poprosila, abyste se mi každý krátce představil a řekl mi, jaký máte vztah k fotožurnalismu.

KJ: Jmenuji se KJ, fotit jsem začala už asi ve 12 letech. K pořádnému fotožurnalismu jsem se ale dostala až na Fakultě sociálních věd UK, na kterou jsem vlastně hlásila z toho stejného důvodu. Důležitými osobnostmi v cestě za fotkou byli v tomto případě pan docent Láb a paní doktorka Lábová. Nejenomže mě seznámily s teorií fotografie, ale zároveň mi v rámci praxe ve fotokomoře vysvětlili proces analogové fotografie, jehož znalost se velmi hodí i pro digitální fotografii. V současné chvíli se fotožurnalismu věnuji v rámci média Reportér – fotím pro časopis, web a platformu reporterpremium.cz. Mým prvním větším počinem je dokumentární série V dragu, kterou jsem vytvořila jako bakalářskou práci. Pár snímků z této série bylo publikováno v Respektu.

AM: Moje jméno je AM. Co se týče mého vztahu k fotožurnalismu – zajímám se o fotografii již několik let, nejbližší jsem se k ní dostala během mého bakalářského studia oboru Žurnalistika na FSV UK. To jsem i ukončila praktickou bakalářskou prací, ve které jsem se zabývala dokumentární fotografií scénických umění. Fotografii se věnuji i nadále – jak v rámci navazujícího magisterského studia se zaměřením na vizuální žurnalistiku, tak i ve svém volném čase. Novinářskou fotografii považuji za nedílnou součást moderní historie. Podává svědectví o proběhlých událostech, její důležitost v dnešní době v mých očích stoupá, a to hlavně kvůli šíření dezinformací. Bohužel i ty se však fotografie dotýkají a pro mnoho už ani toto obrazové svědectví není bráno jako autentické, jelikož vlivem nových

technologií není těžké s fotografií manipulovat. Což bylo samozřejmě možné už i dříve, nyní však více než kdy dřív.

BS: Jsem BS, je mi 22 let, studuji na Fakultě sociálních věd UK Žurnalistiku v magisterském navazujícím programu se zaměřením na vizuální žurnalistiku. K fotožurnalismu jsem se dostala prostřednictvím svých bakalářských studií (také na FSV UK) a věnovala jsem se mu i ve své bakalářské práci, ve které jsem se zaměřovala na dokumentární fotografii subkultur. Fotožurnalismus pro mě představuje nedílnou součást zpravodajství a publicistiky. Sám o sobě dokáže mít silnou výpovědní hodnotu jako obrazové svědectví událostí a jevů ve společnosti. Mám pocit, že je dnešní fotožurnalismus do jisté míry degradován množstvím obrazů, které jako společnost konzumujeme nejen z televize, novin, knih, ale i z internetu, a především pak ze sociálních sítí. Klasická fotografie je i kvůli neustále vyvíjejícím se technologiím na ústupu a zastihují ji snapshotové snímky, které jsou často užívány i ve zpravodajství (často v nevalné technologické, kompoziční i estetické kvalitě), proto si myslím že je na klasický fotožurnalismus klást o to větší důraz a lpět na kvalitách, ze kterých klasický fotožurnalismus jako řemeslo vychází.

TP: Jmenuji se TP a studuji 3. rokem bakalářskou žurnalistiku na Univerzitě Karlově v Praze. V rámci studia se zaměřuji na vizuální žurnalistiku, ostatně i v rámci své bakalářské práce pracuji na fotografickém dokumentárním projektu. Rád bych se fotografii věnoval i v profesním životě – ať už výhradně nebo aspoň částečně. Novinářskou fotografií se – alespoň pro mě – rozumí předávání informací skrze médium fotografie. S tím, že fotograf, respektive fotožurnalista je schopný zasadit informace do kontextu. Zároveň si myslím, že s demokratizací média a rozvojem občanské (foto)žurnalistiky vzniká v této době prostor pro nové uchopení oboru – fotografové-novináři mohou více přemýšlet nad hloubkou a výběrem svých témat apod.

KZ: Jmenuji se KZ a studuji třetí ročník bakalářského studia žurnalistiky. Jako svou závěrečnou práci jsem si vybrala praktickou fotografickou práci, kdy už přes rok mapuju život Nového Prostoru – zejména jeho prodejců. Už ze začátku studia mě bavila myšlenka, že můžu být nezávislá novinářka, která si napíše text i vyfotí fotky.

Na fotku se přitom koukám jako na nositelku informace, která ovšem dokáže pěkně zkreslovat realitu. Proto by měla být doplněná textem.

MA: Já se jmenuju MA, studuji 3. ročník bakalářského studia na žurnalistice. Během vysoké školy jsem se začala zajímat o fotografii. Zatím nejvíc mě zajímá sociální fotografie, které se věnuju ve svojí bakalářce. Novinářská fotografie je pro mě ilustrace textu, která pomáhá člověka vtáhnout do děje. Když se čte ten text, tak vás tolik nezasáhne, jako když máte fotografii, která vám řekne všechno a najednou se cítíte, jako kdybyste na tom místě byli taky. Přišla jsem taky proto, že jsem vám chtěla pomoci a hlavně proto, že mě to téma zajímá a chtěla bych si poslechnout názory ostatních na tuto problematiku.

AMK: Já se jmenuju AMK, studuju fotografii. Novinářská fotografie, když to vezmu z hlediska fotografa, je hlavně řehole. Je to ilustrace textu, aby si lidé dokázali představit namísto fantazírování, což je podle mě asi to nejdůležitější. Jsem tady, abych ti pomohla, aby bylo víc dat a taky mě zajímá toto téma.

FG: Já jsem FG, částečně učím fotografii, částečně se věnuju fotografii profesionálně docela dlouhou dobu. Proč jsem se zúčastnil, tak samozřejmě ti chci pomoci, ale taky mě obecně zajímá téma samotné a jak ho vnímají naši studenti. Co se týče novinářské fotografie, tak bych na to šel asi úplně jednoduše tím, že je to cokoli, vlastně jakákoli fotografie, která je využita k nějakému novinářskému textu. Může to být jak text typu zprávy, tak vlastně samostatně stojící fotoreportáž, fotoesej a asi je to určitě nejsilnější část nějakého oboru vizuální žurnalistiky. Třeba mezi tou televizní, tak ta fotografie je asi spíš ta část, co se týče vizuality, která bude mnohem silnější a o které asi lidi budou mít větší povědomí v tom smyslu, že je zapamatovatelnější, může působit silněji, může silněji působit na emoce.

Mod: Právě apel na emoce je něco, čím se já v práci zaobírám. Přijde mně to zajímavý aspekt, který akademici řeší spíše okrajově, protože spousta z nich se zabývá interpretací fotografií, ale už neřeší emociální hledisko. Mně přijde jako zásadní, protože emoce jsou něco, co nás všechny definuje, a proto mě až překvapilo, jak málo

autorů se tomu věnuje. Proto i ty dotazníky směřují k emocím, i když to není to jediné, co řeším. Je to nicméně věc, která mě hodně oslovuje.

Děkuji vám za úvodní kolečko. Pokračovat budeme formou diskuze, tj. kdo bude chtít k tématu a k jednotlivým otázkám něco sdělit, tak mi řekne, a poté zkusíme debatu trochu rozproudít. Poté mám sety fotografií, kde je prostor pro diskuzi trochu menší, takže nyní je možnost se vyjádřit k novinářské fotografii obecně dřív, než přistoupíme ke konkrétním fotkám.

Jak tedy vnímáte úlohu novinářské fotografie v médiích obecně, dostává dostatek prostoru, nedostává, zasloužila by si víc, má ještě vůbec smysl v dnešní době, kdy jsme vizuálními podněty zahlceni? Vy jste mně všichni samozřejmě právě sdělili, že ano, ale když nad tím zamyslíte v širším kontextu, tak co podle vás novinářská fotografie v médiích dneska znamená?

AMK: Já si myslím, že je strašně důležitá. Je to prostě něco, co by mělo korespondovat s textem. Fotografie mají být v tom žurnálu popisné, ale zároveň vytvářejí emoce. Jako například když se fotil Trump, tak je to prostě Trump, ale je hrozně důležité, jak se vyfotí, fotky se potom táhnou roky a roky a zůstávají. Je to podle mě hrozně důležité pro lidi, protože stejně jako text člověka může zavést jinam, tak i ta fotka může někam zavést, takže dohromady by to spolu mělo vždycky být. Nejen aby byla sama fotka a sám text, vždycky to musí být spolu, proto fotka je podle mě dost důležitá, když to vezmu z hlediska fotky, aby to člověka nezavedlo úplně jinam.

KJ: Podle mě má v současném digitálním věku zásadní roli takovou jako samotný titulek, protože fotku stihneme vidět dřív, než si stihneme přečíst ten titulek. Také ale záleží na tom, kde ta fotka je, kde se nachází, jaký má prostor, jestli se nachází na sociálních sítích nebo jestli na titulní straně nebo jestli se nachází uvnitř toho textu. Co se týče sociálních sítí, tak dnes bez fotky v podstatě text skoro nemůže existovat, protože on je skrz fotku propagován. Na Instagramu a ani na Facebooku se už nedávají linky, které by neměly náhledový obrázek. Na to by si lidi neklikli. Takže já si myslím, že fotka má zcela zásadní úlohu.

FG: Já bych to asi rozdělil na dva typy fotografie. Jedna věc je k aktuálnímu zpravodajství, kde je to přesně tak, jak zmiňovala KJ v tom smyslu, že je to především nebo mnohdy to může fungovat jako nějaký clickbaitový prvek, kdy tě zaujme fotografie, něco si rozklikneš, narazíš na fotografii ve streamu na Instagramu a v případě, že je to nějakého zpravodajského serveru, tak možná tě to zaujme, možná si přečteš něco víc. Druhá je asi když bychom se bavili o fotožurnalismu spíš v nějaké dlouhodobější tradičnější formě a formou ne třeba toho aktuálního zpravodajství, ale fotoreportáží, fotoesejí a podobně. Tam asi je možná, byť si třeba myslím, že tam se nachází ta kvalita, tak bude třeba docela upozaděna a pokud člověk sám něco nesleduje, ať už jde o magazíny nebo časopisy, které publikují fotografii, publikují nějaké další soubory, tak to se k tolika lidem nedostane. Na druhé straně zpravodajská fotografie, ta fotografická aktualita, je tady všude mezi námi.

Mod: ... to rychloobrátkové zboží.

FG: Což je na druhé straně otázka profesionality nebo i toho, jak k tomu média přistupují, což je přesně oblast, kde v současné době to nebude tak diverzifikované a podoba fotografie z tiskovky nebo z nějaké události bude více méně stejná, ale pak ta kvalita ve fotožurnalistice je asi trošku jinde, v těch podžánrech.

Mod: Takže je potřeba rozlišovat mezi jednotlivými typy a platformami a od toho se potom odvíjí důležitost a smysl fotografie?

FG: Ne, jedna věc je to, co se dostane k lidem, což si myslím, že většina lidí asi nesleduje fotoeseje někde na Time nebo kdekoliv v Reportéru, tam to nebude mít tolik čtenářů jako to, co se k tobě dostane na sociálních sítích, co se k tobě dostane na Facebooku, ale na druhé straně ta zpravodajská fotografie bude určitě mít svým dosahem větší vliv než třeba ty kvalitnější soubory a kvalitnější díla.

Mod.: Digitální věk obecně. Obrátila bych se na TP. Říkal jste, že v digitálním věku je termín novinářská fotografie vyprázdněný. Vnímáte sám přehlčení novinářskými fotografiemi? Může být vyprázdněnost samotného pojmu způsobena tím, že

novinářských fotografií se ve virtuálním světě, ale samozřejmě i ve světě offline objevuje tolik, že už není v kapacitách člověka to nějakým způsobem vstřebávat a zároveň dochází k tomu, že se to zplošťuje.

TP: Já si myslím, že k přehlčení určitě dochází, a to i proto, že se do médií novinářská fotka nedostává jen z profesního hlediska, ale dostávají se tam i fotky od občanů skrze občanskou fotožurnalistiku nebo jakým způsobem to nazvat. Ke každému i krátkému textu v on-line zpravodajství, ke každé druhé větě, např. z demonstrací, které jsme viděli před rokem, byla nějaká fotografie. A proto si myslím, že i v kontextu té minulé otázky je úloha novinářské fotografie ještě důležitější v tom smyslu, že musí být schopna najít nějaký způsob, jak přilákat lidi. Jsme přehlčeni informacemi, a to i vizuální informací a my tomu věříme, protože pořád máme nějaký étos toho, že fotografie je pravdivé médium a novinářská fotografie by měla být garantem té pravdivosti a autenticity, a o to je to dneska těžší.

Mod.: KJ, říkala jste, že pracujete pro Reportéra. Jaký je rozdíl mezi tím, když fotografii konzumujeme na webu a zároveň v tištěném magazínu, co myslíte? Hovořím stále o digitálním věku, ale samozřejmě se to vztahuje na úlohu novinářské fotografie obecně, nejen co se nachází ve virtuálním prostoru, ale i v printu, Jaký je přístup k fotografii z tohoto hlediska?

KJ: Co se týče přímo Reportéra, tam s námi pracuje náš grafik tak, že fotografie zvolí k textu tak, aby to dávalo smysl. Mají tam podle mého větší prostor než na webu, protože na webu se to musí rozkliknout a člověk musí fotku přelítnout, kdežto na webu je to trochu upozaděné.

Mod: Předpokládám, že všichni sledujete zpravodajství, jako studenti žurnalistiky to ostatně máte povinné. Na jakých platformách? Kde sledujete zprávy a co je podle vás ověření zdroje informací?

AMK: Web ČT24 v telefonu.

FG: Web ČT24, takové rychlé na Twiteru bez nějakého konkrétního zdroje, vím, že se něco děje.

AM: Já často narazím na zprávu poprvé přes Instagram, což mám s fotkou spojené. Hodně médií teď, možná rok, rok a půl to bude, začalo používat tyto platformy v instastories pro zpravodajské účely, přímo si vytváří ten obsah na těchto platformách.

Mod: Jaká média?

AM: ČT24, ČTK, iROZHLAS, občas Lidovky, Seznam...

Mod: A to vám vyhovuje, v instastories projíždět konzumovat zprávy na Instagramu?

AM: Mně to docela vyhovuje, protože na sociálních sítí trávím docela dost času. Protože hodně cestuji, vezmu si telefon do ruky třeba i ve vlaku, v autě. Je to pro mě pohodlné i příjemné a zároveň si myslím, že se to dostane k více lidem, kteří třeba nejsou na Twiteru nebo nijak zpravodajství aktivně nesledují, ale touto formou právě přes sociální sítě, které pro ně jsou zábavou a oddychem, tak se k tomuto obsahu můžou i dostat.

Mod: Popojedeme dál k samotné efektivitě fotožurnalismu. Částečně to jste již zmiňovali, ale přesto se zeptám znovu obecně, než vám ukážu první sadu fotografií. Myslíte si, že jsou novinářské fotografie efektivní, protože v příjemcích médií, resp. v příjemcích novinářských fotografií vyvolávají emoce?

KZ: To si úplně nemyslím. Myslím, že jsou efektivní, protože jsou rychlé a ten člověk hned vidí to sdělení, které chce ta fotka říct. Ale myslím si, že vyvolat v člověku emoce je čím dál tím složitější, protože, jak už jsme tady zmiňovali, tak jsme čím dál víc přehlčení vizuálním smogem a to, že někdo někoho vraždí, tak to už jsme viděli tisíckrát ve filmu a vlastně už teď máme problém rozpoznat, co je realita jako reálná realita a co někdo někde nahrál. A myslím si, že do toho začínají spadat i fotografie,

obzvlášť tím, že dokážou být manipulativní a dokážou ukázat třeba i něco, co pravda není. Takže bych s TP polemizovala ohledně pravdivosti novinářské fotky. Myslím si, že novinářská fotografie by pravdivá být měla a měla by umět vyvolat ty pravdivé emoce, ale trochu se bojím, že už i pojem novinář je v dnešní době diskutabilní a tím pádem i novinářská fotka.

TP: Třeba já vidím ze dvou perspektiv, protože v jedné rovině je novinářská fotka efektivní, protože – a teď to bude znít strašně špatně a budu to říkat o fotce, kterou mám tak strašně rád – ale ona je jednodušší na příjemce, ona je primitivnější než text, fotku pochopí „každý“ a nemusí vůbec vyvolávat emoce.

Mod: To není strašné, to je realita, to není urážka fotografie.

TP: Já vím, ale mně zní to strašně. A druhá věc je trošku posouvání té žurnalistické nebo novinářské fotky tím, že není nutně jednodušší než text, ale vyvolává právě emoce. Například když začala pandemie a už se to rozbíhalo v Itálii, v Bergamu, kdy New York Times udělalo sérii fotek, která byla založena jenom na portrétech doktorů, kteří šli po šichtě a měli otačené respirátory. Informační hodnota „kde, kdy, proč, jak“ se tam nutně neobjevovala, nebylo to něco, co by mohlo nahradit text, ale v tu chvíli to vyvolávalo emoci a tyto série vyvolaly vlnu solidarity, začaly se posílat peníze apod. Já to vidím ze dvou perspektiv – jedna je, že fotka je jakoby primitivnější, je jednodušší na příjem a druhá je efektivita z hlediska emocí. A občas se to potká dohromady, což je asi to nejlepší.

Mod: Myslíte si, že jak jsou fotky „rychlé“, tak ani nemají čas tu reálnou emoci vyvolat?

KZ: Nemyslím si, že je to problém rychlosti, ale problém nás lidí. My máme ten problém, že se nedokážeme v tomto rychlém světě zastavit a přemýšlet nad tím, jestli to pravé nebo nepravé. A taky je to problém toho, že už nedokážeme ty emoce prožít.

KJ: Já si myslím, že je to i problém kvality, protože dnes už lidé nedokážou poznat, jestli je ta fotka dobrá nebo ne, myslím, že se to málokdy stane.

AMK: A právě, a to nemyslím špatně, ale kdo to první pošle, tak to tam je. To, že Messi kopne míč do brány, krása, ale už je to zachycený jako že je to jenom kop, chybí étos fotografie a zároveň i ta emoce.

FG: Podle mě fotografie funguje jako spotřební materiál, ke každému textu se dá fotografie, ať už jde o nějakou událost, tak k nějakému vědeckému článku o pilulkách, tak potřebuješ mít fotku barevných pilulek z toho Shutterstocku (fotobanka – pozn. aut.), což je zase úplně jiný žánr, ale tam se to posouvá ještě někam úplně jinam. A přesně tak to funguje. Když jsme se bavili, odkud konzumujeme zpravodajství, tak Instagram je sám o sobě založen na obrázcích, ať už jde o novinářskou fotografii nebo jakoukoli fotografii nebo grafiku nebo vizuálnost celkově.

Mod: Ukážu vám první soubor fotografií a poprosím vás, abyste si vzali dotazníky. Na každou fotku dám zhruba 20 vteřin. V dotazníku máte set emocí, ty už jste si přečetli. Je to typologie podle Paula Ekamana, který definoval šest základních typů emocí. Typologií je jinak nepřeborné množství a já jsem si musela vybrat jednu z nich a té se držet. Zvolila jsem tuto, protože je nejjednodušší, a navíc jsou to emoce, které každý chápe a není třeba k tomu nic vysvětlovat, protože například už pod pojmem nostalgie jsou možné další interpretace a tomu jsem se chtěla vyhnout. Křížkujte na škále od 1 do 10 tak, jak to cítíte v ten moment, například zároveň radost, strach i znechucení anebo nic. Nemusíte proškrtat všechny otázky, není nutné u každé emoce dát něco. Pokud je fotka evidentně radostná, tak není třeba zaškrtnout, že ve vás vyvolává znechucení, jedničky si když tak doplním sama. Vyplňujte tak, jak to zcela impulzivně a intuitivně cítíte, aniž byste nad tím jakkoli racionálně koukali.

(prohlížení fotografií)

Ted' to bude trošku komplikovanější, protože to nebude jen ryze obraz. Novinářská fotografie jde vždy ruku v ruce s popiskem, bez kterého se nemůže obejít. Zajímá mě tedy srovnání, jestli to bude fungovat stejně, tj. jenom ten syrový obraz a poté fotografie kontextualizovaná. Nechám vám více času, protože popisky jsou docela dlouhé. Znovu poprosím o křížkování v dotaznících, každá fotka má své vlastní číslo. Popisky k fotografiím jsem si nevymyslela, jsou původní, originální.

(prohlížení fotografií)

Mod: V návaznosti na to, o čem jsme mluvili na začátku, tematický blok se jmenuje Efektivita fotožurnalismu, tak mi, prosím, zkuste říct, jestli jsou typově tyto fotografie, které by vás nějakým způsobem oslovily a co ve vás bezprostředně potom, co jste je viděli, zanechaly, aniž byste o tom museli nějak sáhodlouze museli spekulovat. Prostě co vás napadne.

FG: Myslím, že je velký rozdíl, když fotky promítneš bez popisku a s popiskem, speciálně u některých. U některých se dá představit, o jakou událost se jedná nebo nejedná. Například u portrétu otce s dítětem, tak to může mít tolik interpretací bez popisku od toho, aniž by to vyvolalo nějaké emoce po docela silné emoce, zatímco popisek přináší mnohem víc a přijde mně silnější, než co samotná fotografie může zprostředkovat.

KJ: Já musím říct, že u mě to velký rozdíl neudělalo, protože tím, jak byly ty fotky poskládané za sebou, tak jsem odhadla, o co se jedná.

Mod: A o co se jedná?

KJ: Byly to tři fotky, které se týkaly uprchlíků.

AM: Já z toho měla asi podobný dojem. Právě jak ty fotografie byly řazené za sebou a bylo tam hodně znaků, které jsou na nás valené z fotografií dennodenně, tak pro mě bylo relativně jednoduché tak nějak odhadnout, z jaké to je asi situace, a to mohlo ovlivnit moji emoci, kdy to téma mám již připojené k nějakým emocím. U fotografie

7, kde je otec s dítětem, jsem si říkala, že by mohlo být interpretací víc, ale jak jsem byla na této vlně, tak mně samo naskočilo, že to bude uprchlík, migrant, který někam jde, že to asi není tatínek, který zachránil dítě třeba z vody či podobně. Jak to byla sada fotek uprchlíků, tak mně naskočilo, že je to nějaký migrant, a i to mou emoci nějakým způsobem ovlivnilo.

TP: Mně se taky zdálo, že jak to bylo z uprchlické krize, se kterou mám asociované nějaké emoce, tak mám pocit, že v mikrosekundách, kdy mně naskakovaly emoce, tak jak jsem si uvědomil, že je to uprchlická krize, tak mně naskočily dřív emoce o uprchlické krizi než z té fotky jako takové a cítil jsem – zaškrtávám tu fotku nebo moje emoce spojené s uprchlickou krizí?

Mod: Fotky jsem tam dala záměrně včetně otce s dítětem. Zajímalo mě, jestli bude fungovat, že na „lusknutí“ si budete vybavovat, co máte spojené s tématem jako takovým. To byl jeden důvod, proč jsem tyto fotky vybrala a druhý je ten, že jsme jich všichni viděli nespočet a je to to téma, které je dnes kvůli covidu upozaděné jako ostatně všechna jiná témata, ale pořád je to něco, čím jsme byli dlouho „krmeni“ a co jsme každý den viděli, a ještě do budoucna uvidíme, protože migrace reálně je problém, kterému čelíme. Proto mně toto téma připadá jako zásadní, když se bavíme o emocích, dát do souboru fotografie z uprchlické krize a do kontrastu s nimi ženy slavící Holi. To „starší ženy“ je opravdu popisek AP navzdory ageismu, to není můj výmysl.

Dobrá, můžeme přejít na další okruh – zprostředkování reality. Už jsme se toho též dotkli v diskuzi. Nyní konkrétně – fotografie jako důkaz, fotografie jako nositel svědectví – stále to funguje? A jsou novinářské fotografie efektivní právě proto, že zprostředkovávají realitu? Zase uvidíte blok fotografií opět nejdříve samostatně a poté s popisem. Dříve, než vám je ukážu, napadá vás ještě něco, co byste k tomuto chtěli sdělit? Co myslíte, jsou fotky efektivní, protože zprostředkovávají realitu?

MA: Já bohužel musím říct, že i ve svém okolí mám dost lidí, kteří když vidí nějakou zprávu, která úplně nezapadá do jejich názoru a která se jim úplně nelíbí a je tam

fotka, tak první, co řeknou je, že to je fake, nějaká fotomontáž. Takže se bohužel musím přiklonit k tomu, že pro většinu lidí už ne.

KJ: Podle mě záleží na tom, jakou realitu. Jsem v tomto trošku fatalistická. Zprostředkovávají realitu fotografa, ale ne obecnou.

TP: Myslím si, že efektivní jsou a je ve výsledku jedno, jestli zprostředkovávají realitu objektivní nebo upravenou. Ony budou efektivní už jen proto, že je to na první dobrou, ne slovo, a to je vždy efektivní. Jde pak o to, jestli zprostředkovávají realitu, které můžu věřit anebo nějaký fake. Ale efektivní dle mého vždy bude, i když si uvědomíme, že to může být zmanipulované.

Mod: I navzdory tomu, že si můžeme uvědomovat, že fotografie může být zmanipulovaná, tak je efektivní. Samozřejmě je to realita viděná hledáčkem fotoreportéra, tímto děkuji za tento poznatek, protože si myslím, že tomu mám věnovanou samostatnou kapitolu a samozřejmě pojem realita je hodně tekutý, ale i tak, pořád je to nějaký výsek reality a fotografie je něco, co se stalo, respektive tak vždycky fungovala, jako zprostředkování něčeho, co někde bylo. Ale může to v dnešní éře snadné manipulovatelnosti ještě stále fungovat? Dá se fotografiím věřit nebo ne?

TP: Dá se jim věřit, ale podle mě to vyžaduje mnohem více, je to mnohem náročnější na ty příjemce fotky. Myslím, že dnes už to musí jít ruku v ruce s mediální výchovou. Musíme si uvědomovat, že má nějaké hranice. Takže ano, fotografiím se dá věřit, ale je tam mnohem větší nárok kladený na příjemce, o to větší, když máme asociované, že fotka je jakoby jednodušší médium na zpracování.

FG: Myslím, že toto jde hodně ruku v ruce s tím, jak se objevují nějaké skandály. Běžný člověk nebude vnímat, jestli se v AP nebo Reuters stane nějaký průšvih s tím, že někdo něco vyretušuje. Asi před 15 lety to byla jedna slavná fotografie, myslím, že bombardování Bejrútu, fotograf si přimaloval víc kouře, což přidalo na dramatičnosti, ale myslím si, že v současnosti každý průser, který se objeví, a nejde

jen o fotografii, ale o novinářinu obecně, tak snižuje autenticitu a důvěryhodnost médií, v tomto případě fotografie celkově.

KJ: Myslím si, že běžní konzumenti o tom tolik nepřemýšlí.

FG: Právě že nad tím nepřemýšlejí, je to problém jednotlivce, ale právě že každý takový jednotlivý lapsus je spíš znevěrohodní.

KJ: Jestli se to ale k lidem dostane, myslím si, že my o tom víme, ale běžní lidé spíše ne.

AM: Navázala bych, když studuju fotografii ve zpravodajství, tak ji konzumuji s tím vědomím, že je velice subjektivní, že záleží i na tom, na jaké místo se fotograf postaví, například i jestli se postaví směrem doprava nebo doleva, a že to může přinést úplně jiný výsledný snímek a může tak vystihnout úplně jinou situaci, než kterou právě zachycuje a já to konzumuji s tím vědomím, že ta fotka může být nějakým způsobem upravená, může s ní být manipulováno až po jejím pořízení a když mě zaujme a něco neseď, tak si událost vyhledám ještě zvlášť a zvlášť si hledám další fotografie třeba právě na sociálních sítích od lidí, kteří jsou na tom místě a třeba to ani nejsou novináři. Snažím se tak snažím obrázek sestavit sama, ale to jsem já, člověk, který už je tři roky na žurnalistice, věnuji se tomu. A potom se o tom bavím třeba s rodiči nebo s bratrem, což jsou lidé, kteří se fotografii až tak úplně nevěnují, pracují v jiných oborech a přesto, že sledují zprávy a nějakým způsobem je konzumují, tak nad tím úplně nepřemýšlí a často se dostaneme i do nějakého střetu o tom, co nám ta fotografie řekla. Ten popis bývá zajímavý a je velký rozdíl, když si to skládám sama třeba i z textových materiálů. Oni tak nějak přijmou to, co je jim naservírováno a ani nad tím tolik nepřemýšlí.

AMK: To je podle mě u většiny. Kolik článků, tolik fotografií a pohledů. Například někdo může vyfotit demonstraci a někdo v tom objevuje Babiše, ale pak je skupina těch, kteří ho úplně nesnášejí. Ale málokdo to rozebere.

Mod.: Nyní si tedy prohlédneme další sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Než přistoupíme k dalšímu tématu, tak znovu krátká diskuze o tom, co vás napadlo, když jste se dívali na tyto fotografie a jestli to pro vás bylo jiné dívat se na ně s popiskem nebo bez popisku.

BS: Já jsem to třeba nevnímala jinak. Beru to jako fotku v kontextu.

Mod: Protože ten kontext znáte.

MA: Protože jsou tak notoricky známé, že si popisky umíme představit.

KZ: Žádné velké překvapení, s popiskami tedy.

Mod: A jinak?

AM: Právě i to, že ty fotky jsou docela známé, tak některé emoce u mě byly také slabší, řekněme, například u první jsme se všichni hodně nasmáli, tak jsem se pousmála, protože jsem si vzpomněla, jo tomu jsme se všichni smáli, tak to jsem na sobě nepozorovala.

MA: Přijde mně zajímavé, že kdybych nevěděla, kdo to je, tak mně to bude připadat jako taková milá fotka, ale tím, že vím, že to jsou ti dva (*Babiš s Prchalem – pozn. aut.*)...

Mod: Já se věnuji i tomu, jestli je vnímání fotografií subjektivní anebo sociokulturně podmíněné, tak v tomto případě je odpověď jasná, protože kdyby se na to koukal například Američan, tak vůbec neví.

Další tematický okruh – podněcují novinářské fotografie příjemce k aktivitě anebo naopak vyvolávají netečnost a apatii s ohledem na to vizuální přehlčení? Opět je to téma, kterého jsme se tu dnes už jednou dotkli, ale ještě mu vyhrazuji celý jeden

velký blok, protože pakliže se bavíme o efektivitě, o emocích, tak toto je přesně to, co bychom v této souvislosti měli řešit. Co vás k tomu napadá obecně?

KZ: K první fotce mám takovou vzpomínku, že když vyšla chlapečka v červeném tričku na pláži, tak my jsme měli hodinu základů společenských věd a náš učitel říkal, že když uviděl tu fotku, tak si řekl, že udělá všechno proto, aby mu mohl pomoci, kdyby měl tu možnost. Takže si myslím, že novinářské fotografie tento potenciál mají. Otázkou je, jak dobré novinářské fotografie to musí být, aby vyvolaly tento potenciál.

TP: Já si myslím, že dělají upřímně oboje, protože ať už to bude znít blbě, tak když uvidím nějakých 20 fotek, budu mít k tomu apatii, i když nechci. Nová fotka uprchlíka ve mně vyvolá tu emoci jako v roce 2015, kdy ta migrační krize začala. To, že ve mně přesně vyvolala emoci ta série, kterou jsem zmínil, těch doktorů, co dělal New York Time. Byla to úplně nová věc nám zcela neznámá a já šel a poslal jsem peníze na balíčky pro doktory, které se u nás dělaly. Ale udělal jsem to včera a dneska už to neudělám, protože člověk si už vytvoří nějakou tu apatii, no a ta fotka k tomu pomáhá.

AM: Souhlasím s TP, protože si myslím, že fotografie může přimět člověka k aktivitě, protože právě vyvolává ty emoce, které potom podpoří nějaký ten jeho krok, který má v hlavě. Například když vidím fotku doktora, který bojuje proti pandemii koronaviru v nemocnici, ať už s těmi pacienty, tak s tou vlastní únavou a teď vidím, jak má čelo otlačené od štítu, tak si řeknu já tomu člověku chci pomoci, tak pošlu ty peníze a něco udělám. Ale teď ty fotografie vidím víceméně dennodenně a jsou hodně podobné, tak už jsem k tomu trochu apatická. Někaký smutek ve mně vyvolají, ale přejdu to a jdu zase k další zprávě.

AMK: Tam hraje roli to čerstvý, aktuální. Kdyby teď třeba shořel barák, bylo tam tisíc spálených lidí, tak všichni posíláme peníze, aby to na kožním bylo úplně krásné všechno. To je dost nechutný, ale bohužel je to tak, stejně jako s covidem. Ze začátku se sypaly peníze, teď už toho mám plné zuby.

Mod: Covid jsem záměrně ve výzkumu zcela opomněla, protože si myslím, že si musíme od těchto fotek na chvíli odpočinout. Tedy důraz na novost, aktuálnost, čerstvost určuje míru aktivity příjemce fotky.

AMK: To je to samé jako s dětmi v Africe, my to víme, ale už nás to k žádné aktivitě moc nepřiměje. Teď už je toho tak moc, že bychom poslali peníze na všechno pořad, ale to už tak nefunguje, my taky nežijeme ze vzduchu.

Mod: Teď si tedy prohlédneme další sadu fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod: Opět, co vás k této sérii bezprostředně napadá?

KZ: U té první fotky se mi nelíbí ten popisek, vlastně mě dost naštvá, úplně nejsem v pohodě s tím, že tato fotka vyhrála Czech Press Photo. Jinak mám Lukáše Bíbu ráda, jeho fotky jsou skvělé, ale tuhle opravdu ne.

AMK: Já tuhle fotku bytostně nenávidím, je to největší blbost, nikdo ji nepřijal.

KZ: Věděla jsem, že před popiskem tam nemůžu dát naštvanost, ale když vidím ten popisek, tak se hodnocení u mě hodně liší.

Mod. Obrazové klišé, kontroverzní z hlediska výběru, můj osobní názor je, že lidé, kteří tomu rozumějí, si řeknou proč? Ale na lidi, kteří tomu tak nerozumějí, na ty to funguje na první dobrou.

AMK: To určitě, ale přece to vyhláší lidé, kteří tomu rozumí nebo by tomu měli rozumět.

FG: Hlavně důvod, proč vyberou zrovna tuto z dalších X, které budou prestižní, protože tohle tam poslalo dalších deset fotografií.

KZ: Kdyby vybrali fotku Milana Jaroše, jak je tam ta holka, bylo by to lepší než tohle.

Mod: A ostatní, jak na vás zapůsobily? Ať už s popiskem nebo bez popisku. Co třeba tato (demonstrace v Mexiku – pozn. aut.)?

MA: U té jsem nevěděla, co se tam děje, takže pak to bylo o to smutnější, když jsem si to přečetla.

Mod: Což je opět o subjektivním vnímání a sociokulturním prostředí. Když toto vidí žena v Mexiku, tak je to pro ni něco úplně jiného úplně jiného než pro nás tady v Praze. Ještě nějaké nápady nebo ideje k tomuto?

MA: Mně třeba přijde, že když je portrét někoho přímo, jako třeba té ženy, která seděla na zemi, tak působí i bez popisku mnohem silněji než demonstrace, která je v důsledku mnohem větší, ale je to anonymní dav.

AMK: Tam je emoce již z první ruky

Mod: Oficiální popisek je opravdu „žena reaguje“.

FG: Když jsme tu zmiňovali obrazové klišé, tak toto je přesně typ fotky, kterou očekáváš z té události, stejně jako z demonstrací či uprchlíků. Je to víceméně x takových patternů (vzorců – pozn. aut.), kdy už víš, že se to bude vztahovat k takové situaci nebo ten fotograf s tím již počítá a má zažité určité vzorce, kdy ví, že takto to bude fungovat, tohle se očekává, tohle se prodá.

Mod: Dostáváme se k poslednímu tématu, a tím jsou etické hranice. Jak je stanovit? Co je přípustné fotit pro vás osobně? Máte nějaká obrazová tabu? Je něco, na co se nechcete koukat, něco, co je vám nepříjemné?

AMK: Třeba otevřené zlomeniny při bostonském maratonu. Nesnáším to. Mně to nevadí, že to tam dávají, to tak je, ale nemůžu to vidět. Anebo mrtvé děti, to taky nemůžu, v žádném případě.

KZ: Třeba když si někdo píchá drogy, takovou fotku jsem třeba ještě neviděla, ale když si to představím, tak bych na to nechtěla koukat.

Mod: Jedna věc je to vidět a druhá věc, jestli je potřeba to ukazovat. Kde končí fotožurnalismus a kde začíná parazitování na neštěstí?

AMK: To je stejné jako s horory. Nechceš koukat na zajetí démonů, ale podívám se na to. Vždy si říkám, že tohle nemám zapotřebí, nechci se na to podívat, ale podívám se. To je ten adrenalin, to je to, co lidé chtějí. Takovéto zvěrstvo. S čím se nesetkáváme denně. Lidé se v tom dokážou vyžít. Je to zakázané ovoce, který nejvíc chutná.

Mod: A je to potřeba?

FG: Já myslím, že to trochu souvisí s tím, co tady zmiňoval TP, že když se něco objeví poprvé, tak to na tebe zapůsobí, může to mít nějaké konsekvence v tom, že v tobě zanechají nějakou stopu. Ale kdyby se to opakovalo, kdybys sledovala stejné fotografie například uprchlíků, tak se ta intenzita toho emocionálního apelu snižuje. Myslím, že to funguje přesně tak, jak už tady bylo zmíněno.

Mod: Právě proto se prám: jak stanovit etické hranice? Existují vůbec ještě dnes? V rámci své práce jsem dělala rozhovory s profesionálními fotoreportéry, kteří se hodně shodují, že hranice se neustále posouvají, všechno se ve výsledku může okoukat a zevšednit.

AMK: Hranice se podle mě nastavují momentálně. Když vyjde nějaká šílená fotka, v tu chvíli se publikum, příjemci rozhodnou, jestli to je moc nebo ne. Ale nemyslím si, že by se to dodržovalo. Jednou to bylo nechutný, ale pak se to může zopakovat.

KJ: Hlavně je to u každé fotky a situace jiné, není to konzistentní. Já si myslím, že dnes už etické hranice moc nejsou, není možné je reálně stanovit jako úzus. Druhá věc – ptala jste, jestli se potřebujeme na to koukat? Asi ne, ale když to nebudeme

ukazovat, nechráníme spíš my sami sebe před tím? To, že my to nevidíme, neznamená, že se to neděje.

MA: Když to nemůžeme vidět, tak jestli nemůže přijít taková situace jako například 1. světová válka, na kterou se lidé těšili, protože si mysleli, že to není nic příšerného. Ale když to vidíme, že se ty příšerné věci dějí, tak máme ten pohled reálnější.

KZ: Myslím, že etické hranice si nastavuje každé medium. Vzpomínám si na debatu s fotografem před pár lety, který vyfotil děti, jak uhořely v autě při autonehodě. Říkal, že jedna věc je tu fotku vyfotit a druhá ji publikovat. On se rozhodl ji nepublikovat, ale zároveň ji publikovalo nějaké bulvární médium, takže ty etické hranice si klade každé médium samo o sobě.

TP: Proto si myslím, že s nějakou novou generací, s novými vlivy, ať už ve fotožurnalistice nebo dokumentární fotografii, jsme se dostali se do nějaké hranice a začíná se tady utvářet nový proud, který se v tomto začíná eticky nastavovat jinak. Pamatuju si jednu dokumentární fotografku, která události, o kterých stejně víme, co se tam děje, dostane se to k nám skrze sociální sítě, které nejsou editované, neprošly redakčním procesem, udělala trochu jinak, a v tom je právě důležitější role té novinářské fotky. A přesně to ona udělala, nafotila sérii z Majdanu. Já si nepamatuju odtud žádnou jinou fotku, ale pamatuju si její sérii, kdy ona přímo vedle těch barikád udělala černé pozadí a začala fotit lidi, kteří tam byli. Jednoduché portréty lidí, kteří tam byli, případně manželek mužů, kteří tam bojovali, a to je, co si pamatuju. Díky různým dalším platformám vím, co se tam dělo. Myslím ale, že v profesnější rovině by se měl hledat nějaký jiný přístup, a to souvisí podle mě i s politikou, mělo by se to nastavovat znova.

Mod: Podíváme se nyní na poslední sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Samozřejmě fotek, které se do této série daly vybrat, je obrovské množství, od otevřených zlomenin a válečných záběrů, ale já jsem zvolila, že to neudělám,

abych dala větší prostor diskuzi. Co vás tedy bezprostředně po jejich shlédnutí napadá?

KZ: U této fotky (Dana Materny – pozn. aut.) hodně popisek změnil celou situaci. Až na to vypadá, že by to mohla být idylická rodina, ten chlap to tam kazí. Popisek udělal u mě velký rozdíl.

Mod.: Dostáváme se do finále, poprosím vás o závěrečné slovo. Napadá vás ještě obecně něco k tomuto tématu? Myslíte, že něco bylo nevyřčeno a mělo by být, mělo by zaznít? Uděláme závěrečné kolečko, jak to na vás působilo a jestli máte něco, co byste k tomu chtěli na závěr dodat.

KJ: Mně to dávalo smysl, akorát bych tam dala fotky, které já neznám. Přejde mi, že je to strašně subjektivní. Byla tam jedna jediná fotka, kterou bych bez popisku nepoznala, jinak všechny ostatní fotky jsem dokázala dát do kontextu, což si myslím, že dělalo hodně.

AMK: Myslím si, že dobré je, že to děláš i s profesionálními fotografy i s lidmi, kteří se tím nijak nezabývají, že to bereš ze všech stran.

AM: Bylo to super, mě to moc bavilo, dala bych si ještě jedno kolečko. Největší přínos pro mě byl, že tím, že neustále něco sleduju, bylo fajn se na fotku nejen podívat, ale též se u ní zastavit a zhodnotit si emoce, které u mě fotka vyvolává. Zjistila jsem, že nějaké emoce mají větší váhu, bylo to to první, co mě napadlo, ale zároveň tam bylo něco dalšího, čeho bych si nevšimla, kdybych to viděla jenom jako fotku u článku. Teď rovnou odkážu i na sílu popisků, já už jsem hodně těch fotek přímo znala, anebo jsem znala situaci. Nebyla tam ani jedna fotka, u které bych nedokázala určit ani jeden znak anebo kontext. Třeba u té demonstrace v Mexiku, mám menší znalost španělštiny, tak jsem dokázala odhadnout, co to asi bude. Chápu ale, že u dalších skupin, které se tímto nezabývají, bude veliký rozdíl. Když to porovnáím se svou osobní zkušeností třeba z rodiny nebo s kamarády, kde se třeba liší i úroveň vzdělání, tak si myslím, že tam ten rozdíl u nějakých věcí bude hodně markantní.

BS: Chtěla bych vám poděkovat, bylo to hezké. Souhlasím s holkami, kontext u drtivé většiny známe a není pro nás takový problém se vyznat v tom, co se na fotografii děje a na základě popisku teda razantně změnit emoce, které to v nás má vyvolávat. Já obecně, když koukám na nějaké fotky, tak sleduju možná trošku jiné věci než ty své emoce, které ve mně fotky vyvolávají. Dívám se krom obsahu na to, jak jsou technicky provedené, na kompozici apod., ale to, jaké emoce to ve mně reálně vyvolává, třeba u ne prvoplánově silných snímků, tak nad tím tolik nepřemýšlím. Takže bylo hezké se nad tím takhle zamyslet.

TP: Já bych chtěl též poděkovat, rád si povídám o fotce jako asi všichni tady. Musel bych se opakovat, co se týče toho, co už zde bylo řečeno. Co se týče kontextu, tak jsem si uvědomil, jak ty fotky vidím úplně jinak kvůli tomu, že jsem zahlcený vizuálně, obsahově, informacemi, ale zároveň si myslím, že mě diskuze utvrdila v tom, co jsem říkal na začátku, když se k tomu vrátím. Všechny tyto problémy etické, kontextové, tím, jak se na dívá každá skupina – kvůli tomu, jaké výzvy jsou v tom v dnešním digitálním věku, tak že je důležité a zajímavé pro nás, co se o to zajímáme, hledat jiné perspektivy a možnosti, nějak to redefinovat. Někde se ty definice mění, ať už je to ta etika, co to znamená fotožurnalistika, kde jsou ty hranice a tak.

KZ: Chci poděkovat, že jsme se tady takhle mohli sejít fyzicky, bylo to docela osvěžující, bylo to moc fajn. Jedna věc mně tam trochu chyběla. Překvapilo mě, že tam nebyla žádná manipulovaná fotka. Zajímalo by mě, jestli by se tam změnila ta emoce.

Mod: Manipulace se ale na emoce blbě vztahuje, tam hraje spíš roli ten argument, že bylo něco zmanipulované než ta fotka sama o sobě, a proto si myslím, že by bylo těžké vybrat nějaký konkrétní příklad, tedy jsem si řekla, že zde uvedu příklady dobré praxe a toho, jak pracují profesionální fotoreportéři.

MA: Bylo to pro mě přínosné i v tom, že jsem se snažila oprostit od svých názorů a na tu situaci a vnímat čistě to, jak působí ta fotka, což mě mockrát nenapadlo něco takového udělat.

FG: Já taky děkuju za pozvání. Docela mě u těchto fotografií překvapilo, že když znáš situaci, když si ji můžeš představit, když vidíš strašně moc fotografií, v podstatě v tom žiješ, tak někdy mně přišlo strašně těžké vůbec zhodnotit nějaké emoce u některých konkrétních snímků. Bylo těžké se oprostit od toho, jestli hodnotím tu samotnou fotografii nebo kontext, který nějakým způsobem znám, jestli nehodnotím samotnou situaci. Což je též problém, když znáš některá obrazová kliše, některé postupy, které se používají, tak je otázka, jak to na mě působí. Možná někdy nijak. Těším se na výsledky, až budeš mít další skupiny.

Mod: Moc vám děkuji za vaši účast, moc jste mně pomohli.

Příloha č. 20: Záznam z ohniskové skupiny 2 – přepis

Datum: 12. 10. 2020

Místo konání: Akademie ČTK, Praha

Počet účastníků: 8

Popis skupiny: pasivní příjemci médií z velkoměsta

Délka: 01:54

Mod.: Všechny vás tady vítám online i offline, moc děkuji, že jste si na mě udělali čas, a že jste sem přišli strávit zhruba dvě hodiny s mou disertací na téma síla a efektivita fotožurnalismu v digitálním věku. Cílem a smyslem je zjistit, jak novinářské fotografie v dnešní době působí na příjemce médií. Postupně si tu prohlédneme čtyři soubory fotografií, ke kterým jsem vám rozdala dotazníky, a které potom budete vyplňovat. Je v nich v šest různých emocí a vy každou tu fotku ohodnotíte na škále od jedné do 10, kdy 10 bude nejsilnější emoce a 1 nejslabší. Označovat budete křížkem a u každé fotky budete moci vybrat i více emocí. Zároveň nemusíte zaškrtnout vůbec nic, pokud ve vás ta fotka nebude vyvolávat vůbec žádnou emoci. Ke každému setu fotek bude zároveň krátká diskuze.

Na začátek bych vás ráda poprosila, abyste se každý stručně představil a řekl mi, jaký máte vztah k novinářské fotografii. Řekněte, kdo jste, co děláte, jaký vztah k té novinářské novinářské fotce máte, ale to je jenom pro potřeby záznamu, jinak budu ohniskové skupiny vyhodnocovat anonymně.

TK: Já se jmenuji TK a jsem ředitelka a kurátorka muzea tady v Praze a můj vztah k žurnalistické fotografii je takový ,že vztah k mám fotografii jako takové, protože sama fotím, ale sama pro sebe, rozhodně ne profesionálně a zároveň jsem absolvovala pár seminářů na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy, takže nějaký vhled mám, ale už je to dlouho.

JL: Já jsem JL, pracuji jako překladatelka a manažerka v překladatelské společnosti. A k fotografii v novinách nemám v podstatě žádný vztah, teda taky jsem absolvovala

pár přednášek na Fakultě sociálních věd UK, ale tím to tak asi haslo, takže jsem takový pasivní příjemce tady toho materiálu.

ML: Já se jmenuji ML, pracuji jako koordinátor regionálních kanceláří, kteří se zabývají regionálním rozvojem a podporou podnikatelského prostředí v regionech. Vztah k žurnalistické fotografii mám naprosto laický a jsem člověk, který média moc nesleduje, takže bych to tak shrnula, že to jde dost mimo mě.

TL: Mé jméno je TL, jsem architekt a stavitel a dalo by se říct i výtvarný umělec. K fotožurnalistice budu asi přistupovat jako ke všem vizuálním sférám, takže z hlediska estetiky a dojmu, z hlediska kompozice a barevnosti. Takže profesně.

TV: Já jsem TV, jsem v tuto chvíli soukromý učitel a o fotožurnalistice v podstatě nic nevím, takže jsem tady za laickou veřejnost. Jsem zvědavá, co uvidíme, a budu odpovídat podle pravdivosti.

HV: Já jsem HV a v tuto chvíli jsem nezaměstnaný člověk po 35 letech v zaměstnání. K žurnalistické fotografii žádný vztah nemám, protože si žádné noviny a časopisy ani nekupuji, takže mám taky takový lidský vztah. Nicméně jsem hodně vizuální člověk, takže taky sama čekám, jak to tady na mě bude působit a co si z toho člověk může vzít.

JT: Já jsem JT, dělám vizuální efekty pro film a pro seriály. Vztah k fotografii jako takové mám podobně jako k vizuálnímu médiu, které se mi sem tam líbí, ale k žurnalistické fotografii nemám vztah v podstatě žádný a spíše často negativní, protože ji vnímám jako opakující se záplavu ilustračních fotografií, které často nemají s článkem nic společného a nemají moc žádnou vypovídající hodnotu. Ale zároveň médiím se taky nevěnuji přespříliš, takže můj názor na novinářskou fotografii zřejmě nemá moc velkou váhu.

MB: Já se jmenuji MBs, učím jógu a k fotožurnalismu nemám vztah skoro žádný. Když jsem cestovala, tak jsem ráda fotila svoje fotky pro radost, ale že bych tomu

nějak rozuměla, to se říct nedá, takže prostě budu říkat pravdu, jak na mě fotka působí jako na amatéra.

HV: Na druhou stranu jsme konzumenti toho, co se na nás valí.

Mod.: Ještě, než se dostanu ke konkrétním fotografiím, tak mám takové úvodní obecné otázky, uvedení do toho tématu. Co to podle vás novinářská fotografie vůbec je? Jak vnímáte její úlohu v médiích? Je podle vás důležitá? Po tom úvodním kolečku bych to pojala jako diskuzi, ať každý řekne, co ho napadne. A můžeme se v té debatě posunovat nějak dál.

TK: Je to nějaká ilustrace toho tématu, ale pokud je to dobře zvolená fotografie, nejenom z fotobanky nějaká ilustrace, která se valí pořád dokola, měla by přímo promlouvat k tomu tématu, o čem ten článek je a podle mě je hrozně důležitá, protože v dnešní době právě člověk, jak je hodně nastavený na to vnímání toho vizuálního obsahu, tak mi přijde, že si možná napřed přečte nadpis, ale dřív než se pustí do článku, tak si vybírá ty články podle fotografií. Takže pro mě je to v médiích důležité jako součást novin a toho sdělení.

TL: Já si myslím, že úroveň té fotografie vlastně souvisí s tou zprávou. Pokud přenesete nějaký zápis nebo projev nějakého zasedání, tak tam samozřejmě tolik na té vizualitě, na tom předání, na tom, co ta fotografie má předat, tolik nezáleží, kdežto když je to třeba záběr z válečné zóny nebo zachycení nějakého utrpení během nějakých pohrom nebo něčeho, tak samozřejmě tam to sdělení je úplně jiné. Tam záleží na té vizualitě nebo na té kvalitě zachycení toho dojmu víc, než když je to konzumní nebo taková strohá informace.

JT: To je pravda, to je důvod, proč je potřeba tu fotku tam mít.

Mod.: Což je právě otázka, jestli je to kontraproduktivní, když je tam těch fotografií tolik, když každý ten článek vyžaduje nějakou tu samostatnou fotografii, jestli právě kvůli tomu vnímáte přehlcní těmi novinářskými fotografiemi?

JT: To jde právě asi ruku v ruce s tím přehlčením novinařiny jako celku. Ta fotografie už se s tím sveze, tak se snaží zaujmout, jenom aby člověk na ten článek kliknul, aby tam nebyl jenom strohý text, tak proto je asi potřeba tam tu fotku dávat za každou cenu, ale na vině bych neviděl přehlčení fotografiemi, jako spíš přehlčení informacemi obecně.

Mod.: Čemuž se říká globalizované informační prostředí, ve kterém se ty fotografie šíří a obecně se má za to, že to je problém a že lidé mají problém se orientovat a vyznat se v tom denním toku informací.

MB: A často i ta fotografie mi třeba zabrání, abych četla víc. Že vidíte jenom titulek, fotku a vlastně to vůbec nečtu. Kdyby tam ta fotka třeba nebyla, tak bych třeba přečetla aspoň ten první odstavec, abych pak zjistila, o čem to je, ale často koukneš na tu fotku a řekneš si – zase další pohroma někde.

HV: Ono je to podle typu člověka, protože tady existujete vy jako žurnalisté a valíte na nás spoustu věcí a teď každý jsme jiný, takže v tom okamžiku svého života chceme nějaké penzum informací nebo nějaké množství informací a třeba já jsem vizuální typ, takže mě ta fotka přitahuje. Když by to byla dobrá fotka, tak mě dokáže upoutat natolik, že si ten článek ráda přečtu. Aspoň první odstavec. Mám to jakoby naopak.

TL: Všimněte si, že pokud srovnáme současnou vizuální kulturu, ať je to grafický design, grafika, reklamy, tak člověku dneska už nestačí abstrakce. Třeba mraky věcí by se daly vykreslit ilustrací, ale většina médií staví na tom, aby ta fotka byla barevná a hyperrealistická. Člověk čím dál tím víc přichází o fantazii, člověk to prostě potřebuje mít naservírované polopatisticky. Ještě před sto lety byla ta fotografie drahá i samozřejmě jako technologie a vybírala se věc, která se tou fotografií zachytí, jenže dneska se to střílí jako kulomet. Proto dneska už fotografie ztrácí význam. Myslím si, že hodně lidí nevědomě ocení to, že mají tu zkratku.

JT: Já myslím, že ten problém je v tom, jaký je ekonomický model internetu a obsahu na internetu. To přehlcení zprávami a tou fotkou je jenom projev toho, jak je nastavená ta ekonomie.

TL: Kdyby se tím zaobírali grafici, skutečně lidé, kteří tomu rozumí a vnesli do toho invenci, tak by třeba kontrastní mohla být zpráva, která by tu fotografii neměla, když je fotografií teď tolik. Možná, že když si člověk víc vyhraje s tím titulkem, zaujme to víc.

JL: Mě novinářské fotografie pořád přijdou zajímavé a je to pro mě pořád ta první věc, která mě zaujme spolu s titulkem. I když to samozřejmě někdy může být bulvární podoba. Já už si teď tištěná média moc nekupuju, takže nevím, jak moc se tam pracuje s fotografií, ale u těch on-line médií mi přijde, že to je hlavně proto, aby to zaujalo. Že to je proto, aby si to člověk přečetl, aby na to kliknul. Zatímco u těch tištěných médií mi přišlo, že to bylo proto, aby to dalo nějaký kontext tomu psanému textu, aby to dalo nějakou atmosféru. Aby to téma nějak přiblížilo čtenáři.

ML: V tomhle souhlasím a vnímám ten rozdíl mezi tištěnými médii, které, pravda, se mi už taky tak často nedostanu do ruky, a on-line médii. V těch tištěných médiích už asi i kvůli tomu, že by bylo nákladné je tam dávat, tak se tam víc přemýšlí o tom, jaké fotografie tam dají a víc to ladí k tomu obsahu, zatímco v tom on-line to spolu s titulkem je ten první filtr, podle kterého si to lidi vybírají. Já v tom vnímám veliký rozdíl a nemám ráda fotky ilustrační z fotobanky, u toho si vždycky říkám, proč to tam vůbec je. Pokud u toho článku není fotka, tak je zbytečné to tam dávat. Ale pokud jsou to kvalitní fotografie, které patří k tomu tématu a dokumentují to, o čem je ten článek, tak to vnímám jako důležitou součást. A zase je fajn, že v tom on-line je pro to větší prostor než třeba v tištěných médiích. Ale je to přehlcené, přesně tak, že každému článku fotka, i když s tématem souvisí jenom okrajově a je to jen ilustrace.

Mod.: Děkuji a nyní k digitálnímu věku obecněji, už jsme něco zmiňovali, třeba to globalizované informační prostředí. Tak jak pravidelně sledujete zpravodajství? Na jakých platformách? A je pro vás důležité, z jakého zdroje ty informace, ať už textové nebo vizuální, pocházejí? Většina z vás mi na začátku řekla, že jste je pasivní

příjemci, nicméně že se tomu nedá uniknout, tak jak často teda sledujete zpravodajství?

TV: Zpravodajství teda moc nesleduji, jenom on-line, a přijde mi, že už je všeho dost, a že se mnohdy ty fotografie opakují a pak jsou třeba senzacechtivé, takže na mě by třeba určitě víc působil třeba nějaký článek bez fotky.

TK: Já zpravodajství taky moc nesleduji, rozhodně ne pravidelně, často se ke mně ty zprávy dostávají spíš přes sociální sítě, nebo když mě potom zajímá nějaké téma, tak si většinou k němu něco hledám spíš, než bych to dělala obráceně. Teď často třeba zprávy, které mě zajímají, tak jsou třeba na Deníku N, ten je ale placený, tak si přečtu jenom půlku. Na zdroj se ale většinou podívám a ten mě docela zajímá, protože často když někdo sdílí nějaké informace na sociálních sítích, tak se podívám, co to vlastně čtu a jestli to vůbec dává smysl číst nebo ne.

MB: Pro mě jsou ty zdroje taky důležité, většinou nevěřím jenom jednomu médiu, tak hledám z více zdrojů, když se chci o něčem dozvědět a z toho si sestavím nějaký obrázek. Každý má nějaký trochu jiný úhel pohledu.

JT: Já zpravodajství taky sleduju na sociálních médiích, co tam v tom streamu padne. A všiml jsem si teď zajímavé věci, která s tím možná souvisí. Na Redditu, když jsou zprávy zalinkované odněkud jinud, tak je tam takový malinký thumbnail a tam ta fotka úplně ztrácí význam. A spíš než ta fotka mě zaujme ten nadpis a rozklikávám to kvůli tomu nadpisu.

ML: Já se přiznám, že to taky sleduji takovým tím stylem, co ke mně doteče a když mě to zaujme, tak se na to podívám. Pokud sleduji zdroje a dbám na to, odkud to čtu a snažím se skládat to z více aspoň pro mě relevantních zdrojů, tak to už musí být zpráva, která mě zajímá, a o které se mluví nebo je to pro mě důležité ať už osobně nebo do práce a cíleně si to vyhledám. Ale co se týká médií, které ke mně tak jako přitečou během běžného dne, tak to jsou asi média, na která koukám častěji, ale nějak významně to neřeším, jsem na to líná.

JL: Já to mám hodně podobně, já to taky nějak aktivně nesleduji, ale co potkám na sociálních sítích, tak to si třeba přečtu. Zdroje teda sleduju, člověk si v dnešní době hoaxů dává dvakrát pozor na to, abych nenaletěla, zvláště když je to něco podezřelého, tak si raději zkontroluje, kde se to vzalo. Ale já trochu žiju v nějaké své sociální bublině, takže tím, jak to jde přes sociální sítě, tak jsou to většinou ověřené zdroje, kde se toho nebojím.

Mod.: Kým jsou ty informace ověřené?

JL: Médii, kterým důvěřuji. Není to, že bych dohledávala ty jejich zdroje. Taky se ke mně občas dostanou nějaké alternativnější informace, většinou třeba v diskuzích a různé odkazy a tak, ale tam se přiznám, že bývám skeptická. Tak nevím, jestli jsem ovce, nebo je to tak, že přeci jen trochu věřím tomu establishmentu.

Mod.: Teď už se tedy pomalu přibližujeme k prvnímu setu fotografií. Já jsem ten blok nazvala jako efektivita fotožurnalismu a cílem je zjistit, jestli jsou novinářské fotografie schopné vyvolávat ještě nějaké emoce a zdali jsou efektivní právě proto, že ty emoce vyvolávají. Hodně se tedy soustředím na to emocionální hledisko, proto ty dotazníky, které si teď vezmete k ruce, jsou směřované právě k tomu. Jak jsem již říkala, je v nich šest emocí, je to typologie podle Paula Ekmana, jsou to emoce, které všichni známe a není potřeba je podrobně vysvětlovat. Teď tedy uvidíte soubory fotografií a poprosím o to křížkování a potom až si prohlédneme ten první soubor fotografií, tak se o nich pobavíme. Na každou fotografii nechám zhruba 20 vteřin, protože je nutné, abyste nad tím moc nebádali, protože emoce jsou rychlé a bezprostřední. Pokud ve vás fotografie nevyvolává žádnou emoci, tak nevyplňujte nic.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Nyní úplně bezprostředně, co vás k nim napadá?

MB: Že je smutné, že jsou ty emoce docela potlačené, že už tam vlastně skoro žádné nemám.

Mod.: Proč?

MB: No protože už jsem takových fotek viděla spoustu a je to pro mě tak strašně vzdálené, jak se tito lidé vůbec můžou cítit v těchto situacích, že si to vlastně vůbec nedokážu představit ani díky té fotce, jaké to tam vlastně je. Tím pádem je pro mě hrozně těžké soucítit, když tu fotku vidím.

TL: To téma uprchlické krize bylo hodně zveličované, bylo kolem toho mnoho lží a polopравd a už je to zprofanované téma. Nehledě na to, že už je to zase neaktuální, i obecně si myslím, že mám problém se získáváním informací z nejvyšších kruhů, z oficiálních kruhů. Tak to bylo s uprchlickou krizí, teď je to to samé s tou epidemickou krizí. Furt je nedostatek relevantních informací, já myslím, že bychom si je zasloužili.

HV: Pro mě ta jedna fotka byla vyloženě manipulace, s tím plačícím dítětem. To jsem nejdřív zaškrtnula jako smutek a pak jsem si tady dala znechucení, protože tady je ta fotka zneužitá a vůbec vlastně neodráží tu realitu, že Erdogan s tím vydírá Evropu s těmi uprchlíky. A tady jsme my vydírání přes tu fotku. A tím to chápu jako manipulaci vůči mně, protože nedostávám objektivní informace.

Mod.: Vnímáte to tedy jako riziko emocionálního vydírání skrze fotografii, a že to je manipulace.

HV: Přesně tak.

JL: Ve mně to asi vyvolává méně, než bych čekala. Jak tam pláče to dítě, že to působí jako manipulace, tak to mě přesně napadlo. To pak úplně udusí ten cit, působí to účelově. Žádné silné emoce to ve mně zatím nevyvolávalo.

ML: Ani u mě. Myslím si, že tady už je ten vlastně hnusný efekt přehlčení nějakým tématem. Je to smutné, ale my se do toho nedokážeme pořád ještě vcítit, je to pro nás těžko představitelné, takže to člověk opravdu konzumuje jako něco, co

neovlivní, i když se o to nějak moc nezajímá. A pak co mě u té série napadlo kde se tam vzaly ty ženy.

Mod.: Já jsem ty fotografie vybrala, protože jich je hodně a jsme všichni zvyklí je vsakovat na dennodenní bázi. Ta poslední fotografie je vybraná proto, že mi vlastně překlikáváme mezi jednotlivými fotografiemi a ty jednotlivé emoce se rychle střídají a vzájemně se přebíjejí, tak proto tam jsou. Tak proto mě zajímalo, jestli je ta poslední fotografie schopná v příjemcích nějakou emoci vyvolat, když rychle klikneme z jednoho tématu na druhé, tak jestli je příjemce vůbec schopný toho, aby v něm ta fotografie nějakým způsobem vůbec ještě rezonovala, v tom přebíjení těch silných emocí.

HV: Já myslím, že radosti nikdy není dost. Když tě někdo emocionálně vydírá, tak ti to vlastně vadí a tím to od sebe oddaluješ, kdežto ta radost je přirozeností a na fotky tohoto typu se s radostí podívám v neomezeném množství.

Mod.: A myslíte, že by se to nepřevedlo?

HV: Myslím, že ne, protože všude kolem jsme bombardováni takovou spoustu špatných zpráv, že ti vlastně tohle vytvoří pohodu.

MB: Pro mě je tohle třeba jediná fotka (*s indickými ženami – pozn. aut.*), která ve mně vyvolala nějakou silnější emoci. A teď nevím, jestli to tím, že ta emoce je pozitivní, nebo tím, že je ta fotka jiná než ti uprchlíci. Ale opravdu je to ta jediná, kde jsem cítila, že mám radost. A úplně jsem se vevnitř usmála.

Mod.: A vnímáte nějak jinak fotky s popiskem a bez popisku?

TL: U té pozitivní bych řekl, že je s popiskem silnější. Je to hezké, ale nevěděl jsem, o co jde a když jsem se dozvěděl, že je tam to jaro, tak to ve mně tu silnou emoci umocnilo, to díky tomu nabralo na intenzitě.

ML: S tím souhlasím, to byla jediná, kde u mě ten popisek zesílil tu emoci. U těch ostatních s popiskem, bez popisku nebyla žádná změna, u té poslední ano. To tu pozitivní reakci ještě zesílilo.

JT: U mě ne.

TK: U mě taky ne. Protože jsem věděla, o co jde, tak už mi to nepřišlo, že by to tu emoci nějak zvýraznilo. Naopak u těch ostatních jsem dostala alespoň nějaký kontext a nějak si to víc doplnila, ale u téhle tam žádná změna nebyla.

MB: Já třeba nevím, jestli jsem to zaškrtnula, protože bych se tak uvozovkách měla cítit, ale jinak v sobě tu nemoci nedokážu najít.

Mod.: Přejdeme k dalšímu bloku. Ten se jmenuje zprostředkování reality. Fotografie vždy platila jako důkaz toho, že se něco stalo, tak by mě zajímalo, jestli si myslíte, že to platí i v dnešní době, v tom digitálním věku, jestli apel na emoce zvyšuje autenticita fotek a jestli se vůbec dá novinářským fotografiím ještě věřit.

TL: Záleží na tom, jaký režim to využívá. Za socialismu bylo třeba jasné, že se těm fotografiím nedá úplně věřit. A v dnešní době už tuplem ne, protože všechno je zkapitalizované a zkomercializované, zprávy, informace, všechno. Všechno je postavené na tom, aby na tom někdo vydělal. Dneska se ve společnosti skutečně vytrácí nějaké vyšší zájmy a vyšší cíle. Ještě za dob, kdy byla ta periodika pod správou jednotlivých politických stran, tak tam byla jistá pluralita názorů a dalo se tam víc vyhledávat nějaké relevantní informace, jenže dnes, když je většina médií zkomercializovaná a jde jenom o senzacechtivost, tak čím víc konzumentů získáme, tím víc toho máme. Takže je to skutečně zaměřované na ten efekt, obrázky i informace. Bulvarizují se i dříve důvěryhodná média, skutečně jim jde o to prodat co nejvíc.

JT: Za mě asi záleží na zdroji. Když za to člověk zaplatí a jde mu o to, aby to za něco stálo...

TL: Ono se to skutečně pozná podle té grafiky. Když to vypadá dobře, tak to má skutečně za mě větší relevantnost, než když je to odfláknuté. Podívejte se, jak vypadá například grafika Aeronetu nebo Sputniku. Tam vidíte, že to jsou lži. Ale například Aktuálně.cz má skutečně na úrovni vizuální prostor nebo třeba A2, byť jsou zase hodně vyhranění. I to, v jakém prostoru je fotografie umístěná, hraje roli. Když budeš mít pěknou fotku na nějakém umaštěném papíře, tak to bude působit jinak, než když budeš mít černobílou fotografii na křídovém. I ty emoce to umocňuje.

HV: Je to taky o důvěryhodnosti zdroje těch zpráv. Já třeba když se dívám na fotografie Reflexu, tak se mi můžou líbit. Důvěřuji tomu médiu, například když se bavíme o zprostředkování reality, že se snažil tu realitu zachytit jednak v tom článku a jednak se mi to snaží přiblížit vizuálně co nejlíp umí. Důvěřuji tomu, že to dělají dobře.

JL: Já myslím, že to je odvěká otázka, do jaké míry je novinařina, a teď nemyslím jenom ta vizuální, objektivní, ale vůbec obecně objektivní, a do jaké míry nám může zprostředkovat realitu. Vždycky je to nějaký úhel pohledu a tak je to potřeba brát. Asi budu některým zdrojům důvěřovat víc než jiným, ale pořád je to zachycení reality z nějakého pohledu a tak k tomu přistupuji. Vím, že by se to dalo zachytit i jinými způsoby a nestavím na tom nějaký svůj světonázor, ale je to zachycení nějakého momentu se všemi elementy v té dané chvíli. Má to nějakou vypovídající hodnotu, ale samozřejmě vím, že by se to dalo zachytit i jinými způsoby.

ML: Já jsem přemýšlela nad tím, jak porovnat to, jestli v digitálním věku důvěryhodnost fotografií klesá nebo neklesá, tak tím, že je jich víc, tak podle mě klesá ta důvěryhodnost i s tím množstvím nebo ta kvalita s tím množstvím a je jasné, že je možné do nich zasahovat víc než dřív. Co se obecně týká věrohodnosti fotografií, tak to беру spolu s důvěryhodností k tomu obsahu.

Nyní se tedy podíváme na další sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Co vás jako první napadne po shlédnutí těchto fotografií? Odráží podle vás realitu?

JT: Tak jsou rozmanitější a je nám to blíží, protože jsou to fotky z Evropy, případně z Ameriky, takže já cítím, že se mě to víc týká.

HV: Tahle fotka (*ze summitu G7 – pozn. aut.*) je taková neoficiální.

Mod.: Co fotka s Babišem a Markem Prchalem?

TL: Černá etapa našich dějin.

MB: Je to taková momentka. Já se nekoukám na ten důvod, proč byla pořízena, ani na to, tam je za lidi, ale nebylo to nic nafingovaného, je to opravdové reálné. Mně to navozuje radost, i když je tam Babiš. Mně se ta fotka zdá dobrá. Ale já toho o české politice zas tolik nevím.

TL: Já jsem moc zatížený tím, co tam je.

TK: To já třeba taky. Mám to emočně hodně spjaté s tím, co se tam odehrává, s tou znalostí toho kontextu.

ML: Já nedokážu ty emoce oddělit od těch lidí, které tam vidím. Takže já když vidím tyhle ty ksichty, tak to ve mně vyvolává ty nejhorší emoce.

Mod.: Čili je pro vás důležitá ta znalost kontextu.

ML: Kdybych ho neměla tak silný, tak to ve mně asi vyvolá úplně jiné emoce. Ale takhle to nedokážu vnímat jinak než přes ty postavy, které tam vidím.

TK: Mně třeba přijde zajímavé, že tahle fotka (*Grety Thunberové – pozn. aut.*) ve mně moc žádné emoce nevyvolává, i když to téma je samozřejmě důležité. Myslím si, že to je těmi výrazy, že tam nikdo nemá kontakt s fotografem, takže na mě vlastně nikdo

nekouká. Něco se děje někde mimo a je tam za mě vlastně nulová napojenost. Hodně tam chybí nějaká mimika všech těch lidí, což je i tím, že mají roušky.

JT: Prostě akorát jde náhodou do školy s batůžkem.

JT: Mně ještě přišel zajímavý postřeh u fotografie s Angelou Merkelovou a Donaldem Trumpem, že ač je na té fotce hezké, že Angela se ho zřejmě nebojí, tak jakmile je tam Trump, tak ta moje reakce je hodně negativní. Může se tam díť cokoliv, ale když je tam tenhle člověk, tak je mi z toho prostě trochu nevolno. Jenom tím, že tam je a to bylo to první, čeho jsem si všiml. A až pak když to někdo zmínil, tak jsem si všiml toho, že ona nad ním vlastně stojí a pravděpodobně mu rozporuje.

MB: Já jsem na to zase koukala z toho pohledu, že tam je jediná ženská mezi těmito vysoce postavenými politiky a prostě si tam dokáže vybudovat svoje místo. Tak vy mě tady teď budete všichni poslouchat, což mi přijde hrozně hezké.

TV: Tohle je podle mě příklad fotky, která hodně mluví, aniž by potřebovala popis. Je to jedna z těch mála, že ten fotograf tam byl dobře přítomný a i bez popisku to má nějaký silný příběh.

Mod.: Další tematický blok jsem nazvala aktivizace společnosti, nebo přehlčení. Jde o to zjistit, jestli mají novinářské fotografie potenciál přimět příjemce k aktivitě, jestli podporují vůli pomáhat a jestli vyvolávají společenskou debatu. V tomto případě rovnou ukážu tu sérii fotografií a pak se o nich pobavíme.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Bezprostředně po shlédnutí, co vás napadá?

TV: Že to byla série fotek, kde u dvou to ve mně vůbec žádné emoce nevyvolalo. Asi to bude tím, že se mě to téma osobně nijak netýká. Takže i když to bylo s popiskem nebo bez popisku, tak to pořád působilo stejně neutrálně. To byly ty demonstrace v Bělorusku a v Mexiku.

JT: Mě se to nedotýkalo v tom prvním kole, protože jsem nevěděl, o co jde. Ten popisek pomohl, tam už to nějaké emoce zažehlo.

Mod.: Série fotografií se jmenuje aktivizace společnosti, nebo přehlčení, tak by mě zajímalo, jestli ve vás tyto fotografie vyvolávají například potřebu pomáhat? Jestli byste si například řekli, že byste jeli pomáhat obětem povodní?

JL: Já jsem teď momentálně spíše na straně té otupělosti. K nějaké aktivitě by mě možná přiměly nějaké ty lokální akce jako například demonstrace a tak, že člověk vidí, že spousta lidí do toho jde, tak má chuť je podpořit. Ale takové ty věci, které jsou hodně vzdálené, tak je jich prostě tolik a těch fotek je taky tolik a nedá se pomoci všem, tak člověk pak trochu rezignuje a nepomůže nikde. Což je samozřejmě asi spíš můj problém. Ale asi by mě to nedonutilo nebo nemobilizovalo k nějaké aktivitě. Ale třeba v tom Bělorusku nebo v nějakých jiných autoritativních režimech mi přijde, že ten smysl je v tom, že lidé vidí, že v tom nejsou sami, a tak nějak jim to dává tu naději toho, že má cenu dál bojovat. Což si myslím, že je dobré. Ale nevím, jestli je to úplně tím, že by to vzbuzovalo ty silné emoce nebo že by to byla síla té fotky jako takové. To je spíš síla té informace.

ML: Já to mám určitě podobné v tom, že jsou to pro mě taková vzdálená témata a ty fotky na mě působí dojmem, že si řeknu: „Ježíš, já toho vím strašně málo“. To není tak rychlá emoce, že bych si řekla, že tady by bylo potřeba pomoci, ale spíš to, že si řeknu, co já o tom ve skutečnosti nevím a o co vlastně jde. Takže spíš vlastně takový chaos, vlastní neznalost, informační zahlcení. Nejvíce emocí ve mně vyvolává a nejvíc na mě asi působí ty fotografie z demonstrací, ta síla davu, ale nemůžu se rozhodnout, jestli to na mě působí pozitivním dojmem, že ten dav se spojí proti něčemu, co ho štve a aspoň se snaží nějakým způsobem proti tomu něco dělat a ta síla davu aspoň něčím pohne, anebo tím, že mě tak strašně štve, že tolik lidí to štve a stejně se to děje a nejspíš se to bude dít dál a člověk si říká, jak je to vůbec možné a zatíná zuby, že ho to tak rozčiluje.

Mod.: Jak na vás působí fotografie z české demonstrace? Znáte ji? Co ve vás vyvolává?

HV: Já ji teda neznám, ale je to pro mě takové radostné. Je to pro mě pěkná fotka, působí to na mě tak, jak je tam vytažená ta ruka, že každý jedinec je důležitý.

TL: Tak týká se to tématu, které naše generace hodně řeší a nejspíš tam na té akci možná i byli a reflektuje tu národní jednotu. Ale možná to mám zkreslené, protože jsem byl toho součástí.

TK: Já jsem těch fotek z té střechy viděla hodně, i tuhle, ale měla jsem tam jinou oblíbenou, na které byla vidět celá postava holky, která držela vlajku. Když je tam ten člověk přítomný, tak to najednou vyvolává ty emoce mnohem víc a jde se s tím mnohem lépe identifikovat, než když je tam jenom takhle uřízlá ruka.

MB: Já nejsem nacionalista, nemám v sobě tu českou hrdost, takže mi to nic neříká.

TK: Vizuálně je to takový kýč.

ML: Já to emocionálně nedokážu odlišit od toho, že znám ten kontext. I bez toho popisku. Takže tam na mě zase působí emoce spíš k té situaci, která se k tomu váže, než k té samotné fotografii. A přímo tahle fotka samotná se mi moc nelíbí, tak nějak mi to přijde jako kdyby tam ta ruka byla dodělaná a pod tím nevím, jestli je to skládka nebo co.

JL: Mně se docela líbí, ale působí na mě hodně buditelsky, jako že jdeme do boje. Hodně nacionalisticky.

Mod.: Nyní přejdeme k poslednímu tematickému bloku. Etické Hranice. To je něco, co se v souvislosti s fotografií samozřejmě hodně řeší. Tady mě zajímá, na co jsou lidé ještě ochotni se koukat. Kde končí fotožurnalismus a začíná parazitování na neštěstí? Ještě než ty fotografie promítneme, tak se chci zeptat, jestli je pro vás nějaké vizuální tabu? Kde je pro vás osobně ta etická hranice, co zobrazovat a co ne?

JT: Asi nějaké soukromí. Když o to někdo nestojí, aby na té fotce byl a bylo to v nějakém médiu, tak by měl fotograf jeho rozhodnutí respektovat a podle toho se řídit.

HV: Jiná hranice asi není, protože jsou věci, které jsou v životě hodně drsné, smutné a je to reálné. A radosti není nikdy dost, to jsme si řekli.

ML: Já mám asi vždycky největší problém s fotografiemi, které zachycují nějakou situaci, kde se ten fotograf dostává do momentu, kdy řeší, jestli to má fotit anebo jestli má něco dělat, protože teď se tam akutně aktuálně něco děje a možná by měl zasáhnout.

Mod.: Což je fotografovo věčné dilema.

JL: Mně přijde obecně lidské utrpení hodně na hraně. Minimálně když ten člověk, který je na fotce, nedá souhlas ke zveřejnění.

Mod.: Nyní se tedy prosím podívejte na fotografie.

(prohlížení fotografií)

JT: Moje bezprostřední reakce na tu druhou fotografii je, že je hrozně ošklivá a nechápu, jak mohla vyhrát Czech Press Photo.

Mod.: Jsou pro vás ty fotky za hranicí, měli by se objevit v médiích nebo ne a pokud ano, tak proč?

JT: Tady je zajímavé, že to není až tak grafické. Kdyby byl třeba znetvořený nebo modrý, tak by to bylo horší.

TK: Na mě to třeba funguje doteď, já tuhle fotku znám a už když jsem ji viděla poprvé, tak ve mně vzbudila úplně veškeré emoce, které v sobě má.

MB: Ta první reakce, když se na tu fotografii člověk podívá, tak je, že ten chlapeček vlastně spinká a to je na tom to hnusné, je že vypadá nevinně a vlastně by měla někde spinkat a namísto toho leží mrtvý na pláži.

TL: Dnešní civilizace úplně vytěsnila motiv smrti, současná společnost tématu smrti úplně odvykla a tohle je úplně nemyslitelné.

ML: Na mě ta první fotka působí hodně silně a je to těžký říct, ale pořád to vnímám tak, že tohle je ta fotka, která by se ukazovat měla. Vzbudí to silné emoce a informace o té situaci jsou takové a makové, překrucují se, různě se to používá podle toho, jak se to hodí, jak se to komu hodí, ale to, že takovéhle věci jsou průšvih a takovým způsobem se dotýkají naprosto nevinných lidí, tak to je prostě taková emoce, která by měla třeba způsobit to, že se ty lidi už jenom tak jako zastaví a uvědomí si, že se to děje a je to fakt blbý. Tohle mi nepřijde jenom proto, aby to vyvolalo šok, ale aby to vyvolalo emoci, která někoho zastaví a přiměje k uvažování.

HV: Pro mě je to takové zoufalství, že nic nezměníš.

Mod.: Dostáváme se k závěru. Tak bych vás každého ráda poprosila, abyste mi každý řekl nějaké zhodnocení a doplnil případně nějaké informace, které podle vás třeba nezazněly.

JL: Já bych chtěla říct k tomu dotazníku, že ty fotky třeba ve mně vyvolával i spoustu emocí, které tady ale vůbec nebyly popsány, takže to pak vypadá, že to ve mně nevyvolalo vůbec žádnou emocionální reakci a odezvu, i když tam třeba byla, ale ne tady na té škále. Jinak celkově si myslím, že to byla zajímavá diskuze a je zajímavé vidět, jak má každý ty hranice někde jinde. To, co je pro někoho senzace nebo naopak přijatelné, tak pro jiného už je za hranou a už není ochoten nebo schopen to zpracovat a akceptovat.

ML: Já děkuji za debatu, bylo to hezky připravené a jsem ráda, že jsem si mohla něco takového zkusit, protože tím, jak nejsem z mediálního prostředí a ani jsem nic

takového nestudovala, tak bych se asi těžko k takovéhle podobné aktivitě dostala. Ale přesně, člověk si uvědomí, jak to vnímá on a jak to mohou vnímat ostatní. Tím, že si o tom povídáme, tak se mu rozšíří pohled na něco, čeho se na něj denně valí tolik, že už to má tak strašně upozaděné vnímání těchto věcí, tak je vlastně osvěžující si o tom takhle popovídat.

TK: Já také děkuji, bylo zajímavé sledovat, že každý to vnímá úplně jinak, a že někdo za tím může vnímat to, že ta manipulace je o nějakém hyenismu, nebo že můžete situace využít pro nějaké osobní zviditelnění se, i když si myslím, že se to hrozně těžko soudí. Já si myslím, že spoustu těch věcí je důležité zachytit a poslat do světa už jenom proto, aby nějakým způsobem upozornili na tu věc. Takže ano, je to zviditelnění toho novináře, ale nemyslím si, že to je většinou primární cíl a vlastně to za tím nevidím. A pro mě je ta fotografie pořád hrozně důležitá pro to sdělení a myslím si, že funguje, i když u některých fotek méně a u některých víc, ale pořád u těch zpráv dává velký smysl.

TL: Mně to akorát potvrzuje to nadužívání fotografie jako takové. Jsou to prostě takové jednorázové informace. Problém je ten, že člověk dřív vidí, než myslí, takže to hodně formuje už ten první dojem a jde velice lehce to manipulovat. Titulek a fotka většinou formuje nějaký instantní názor na to téma. A to dokáže tu masu ovládat špatným směrem.

TV: Já bych chtěla říct, že jsem všechny fotografie dneska viděla poprvé a bylo pro mě nejzajímavější se zamyslet nad tím, co to s námi udělá, když ty fotografie vidíme a jaká bude naše reakce a vidět, že i ty velké klíčové věci ty emoce vzbuzují. Ale stejně nevím, jestli se v populaci vzbudí dostatečná vlna pomoci. V tu chvíli to asi splní ten účel toho, že to zasadí nějakou smutnou ránu do nějaké duše nebo do toho vnímání člověka, ale nejsem si jistá, do jaké míry pak ti lidé jsou schopni se motivovat navzájem nebo se spojit za nějakým smysluplným účelem. To si myslím, že by mělo být cílem kvalitního žurnalismu po celém světě, ne prvoplánově prahnout po senzaci, ale spíš se zamyslet nad těmi důsledky.

HV: Ve mně to evokuje to, co tady pořád opakujeme, a to je to, že jsme přehlčení. Ale proč jsme přehlčení – protože skáčíme z jednoho na druhé pořád. Třeba uprchlíci, to je téma, které se teď tolik neřeší, ale v Německu jsou miliony uprchlíků a ono to má nějaké konsekvence. A má to konsekvence ty, že třeba ta Merkelová se s tím dobře vypořádává, ale tak 50 na 50. Jsou tam různé problémy, ona to udělala tak, že ty uprchlíky rozdělila do menších měst, ale v těch menších městech je teď různá úroveň kriminality. A to už nikdo nesleduje. To znamená, že ono to fakt nemá žádnou kontinuitu. Ty fotky jsou chrlené jenom proto, aby zastihly ten okamžik jenom v tuhle chvíli co nejatraktivněji, aby se to co nejvíc prodávalo, ale každému je pak už úplně jedno, jak to vypadá za půl roku, jak to vypadá za rok. A ty problémy se potom neřeší. Každý to jenom čapne na chvíli a za chvíli to odhodí. Pak se nám zdá, že všechno je sranda, a že to je nějaká atrakce tady kolem nás, že jsme jako na pouti, že už si nemusíme dohledávat ty informace. Pak se nám třeba nemusí líbit ta fotka z demonstrace, kde fakt byla spousta lidí, kteří měli ohromný názor na svět a diskutovali tam mezi sebou. A byli to lidé, kteří by byli schopní vytvořit něco pozitivního, kdyby chtěli, ale je to na každém z nás. Takže asi tolik, dohledávejme si informace, ne jenom podle fotek.

JT: Mně přišlo zajímavé, jak každý ten blok byl jiný, a že každý ten blok působil jinak a byly z něho aspoň pro mě jiné výsledky. To mě docela překvapilo po té první sérii, která byla pro mě rozpačitá v tom, že jsem na to moc velkou reakci neměl, tak potom přišly další, kde ta reakce byla a bylo zajímavé sledovat ten rozdíl mezi těmi bloky. Pak mi ještě přišlo zajímavé, jak všichni včetně mě halekáme nad záplavou fotek, že se přesto najde spousta fotografií, které působí a které tu moc mají.

MB: Je samozřejmě zajímavé se nad tím zamyslet, protože když člověk scrolluje internetem, tak se nad tím moc nezamýšlí a vlastně si ani nevezme ten moment, aby se zamyslel nad tím, jak na něj působí.

Mod.: Velice vám děkuji za vaši účast.

Příloha č. 21: Záznam z ohniskové skupiny 3 – přepis

Datum: 13. 10. 2020

Místo konání: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Praha

Počet účastníků: 7

Popis skupiny: aktivní příjemci médií s vysokoškolským vzděláním

Délka: 01:55

Mod.: Já vám v první řadě moc děkuji, že jsme se tedy mohli sejít i v této náročné době. Jmenuji se Martina Topinková, píšu disertační práci na téma síla a efektivita fotožurnalismu digitálním věku a to, čeho se tady nyní účastníte, je ohnisková skupina, jejímž cílem je zjistit, jak novinářské fotografie v dnešní době působí na svoje příjemce a jestli jsou příjemci novinářských fotografií vůči těm fotografiím nějakým způsobem otupělí anebo jestli je dokážou ještě nějakým způsobem aktivizovat mobilizovat přimět k nějaké aktivitě a jestli dokáží otevírat společenskou diskusi. Postupně si promítneme čtyři soubory fotografií, které mám rozdělené do čtyř tematických bloků a ke které mám zároveň i dotazníky, ke kterým vám řeknu, jak se vyplňují, až se k tomu dostaneme. Napřed ale uděláme úvodní seznámení s tématem. Úplně laicky řečeno je smyslem zjistit, jak novinářské fotografie působí na příjemce v digitálním věku a to hlavně se emocionálního hlediska, jestli jsou schopné v nás ještě nějakou emoci vyvolat nebo ne, případně jakou. Já vás poprosím, jestli byste se na úvod mohli jednou až dvěma větami představit a říct mi, jaký máte vztah k novinářské fotografii. tak abychom se tedy spolu všichni online i offline nějak seznámili.

LB: Dobrý večer všem, já jsem LB a můj vztah k novinářské fotografie je velmi pozitivní a to proto, že jsem ještě donedávna byla novinářka, takže jsem s fotografií pracovala prakticky na denní bázi. Nyní tedy pracuji v komunikaci, takže se dá říct, že fotografie také tvoří součást mé práce.

VM: Moje jméno je VM, já také pracuji v novinářině, ale pracuji v audiovizuálním médiu, to znamená, že k té fotografii nemám zase tak blízko, ale každopádně jako

konzument na denní bázi, ať už v tom on-line prostředí nebo v tištěných novinách, kde fotografii vnímám jako součást zpravodajství.

AB: Dobrý večer, moje jméno je AB, nejsem z novinářské branže, jsem ekonom, nicméně jsem velmi aktivní uživatel novinářiny mnoho a mnoho let, protože už jsem přece jenom postarší, je mi přes 60. Vztah k fotografii mám určitě pozitivní ve smyslu, že to považuji za důležitou součást konzumování novinářiny. Sleduji řadu médií, jak zahraničních tak českých a když jsou tam vhodně umístěné ty fotografie tak mi to pomáhá.

JM: Ahoj, moje jméno je JM, vztah k fotografii mám pozitivní, protože sám fotím, z analogu jsem postupně přešel na digitál, a v novinářině já konzumuji vlastně zprávy a zpravodajství primárně na Twitteru což je takový můj trychtýř novin a zpravodajství, takže primárně v digitálním světě. pracuji v IT, výzvy a cloudové technologie.

AZ: Ahoj, já jsem AZ a jsem novinářka jako hodně lidí tady dneska, prošla jsem si všemi možnými typy médií od rozhlasu přes psanou až po audio a video, takže fotografie je paradoxně takový jediný aspekt té novinářské práce, který jsem nikdy profesionálně nedělala. Každopádně jsem nadšená amatérská fotografka a instagramerka, která má asi tak 10 followerů, takže za mě Je ta fotografie je spíš takový koníček a novinářskou fotografii vnímám hodně, protože v té dnešní době, kdy je všechno přefiltrované, je to důležitý aspekt toho, jak sdílet zpravodajství.

KS: Ahoj, já jsem KS, jsem taky novinářka, pracuji jako editorka audia a videa. K novinářské fotografie mám asi kladný vztah tak jako většina, baví mě se na ni koukat a baví mě i výstavy jako Czech Press Photo a World Press Photo.

KB: Já taky zdravím, hezký večer, já jsem KB a fotografii se věnuji v rámci své disertační práce, kdy se věnuji konkrétně migrační krizi ve fotožurnalistice v Mladé frontě DNES a v magazínu Reportér. Jinak fotožurnalistiku jsem studovala na Fakultě sociálních věd, ale úspěšná fotoreportérka se ze mě nestala. Teď pracuji hlavně v oblasti public relations.

Mod.: Děkuji za úvodní kolečko. Já jsem si vás vybrala takhle do jedné skupiny právě proto, že jste všichni aktivní příjemci médií, že všichni na denní bázi sledujete Media a orientujete se v tom aktuálním dění a je to dalo by se říct i vaším koníčkem a zároveň V mnohých případech tedy i povoláním, proto jsem vás takhle povolala do jedné skupiny. teď tedy k novinářské fotografii. Vy jste mi řekli, jaký k ní máte vztah, ale mě by zajímalo co si myslíte že vlastně Novinářská fotografie je - Co to je když se řekne Novinářská fotografie, jak vnímáte její úlohu v médiích jestli je důležitá a proč. Vy jste všichni řekli že ano Nicméně kdybyste ji měli jednou až dvěma větami charakterizovat tak jak tečka A teď to uděláme formou diskuze že kdo bude mít co k tématu říct, tak necht' se prosím přihlásí.

AZ: Tak já třeba začnu. Velmi krátce – za mě, jak jsem již zmiňovala, není novinářská fotografie „zprzněná“ různými filtry, není nijak naaranžovaná, je to opravdu objektivní zachycení reality a nese informační hodnotu. Samozřejmě, že v dnešní době chceme též, aby fotografie byla líbivá a pěkná pro oko, ale za mě novinářská fotografie hlavně musí něco sdělovat, nějakou zprávu.

LB: Pro mě je určitě novinářská fotografie nositelem příběhu. Když jsem psala články, bylo pro mě strašně důležité mít k tomu fotografii, která nebyla doplňkem textu, ale byla jeho rovnocennou součástí a byla stejně jako příběh, tak i fotografie byla nositelem příběhu, který jsem se snažila předat a tak vlastně na to koukám i recipročně, když jsem příjemce. Fotografie musí mít v sobě příběh.

JM: Za mě fotografie doplňuje kontext a samozřejmě i emoce. V dnešní době, kdy zprávy jsou scvrklé na minimum, tak pomocí té fotografie, mimo psaný text, tam dodáme právě emoce a kontext.

AB: Z mého pohledu asi neřeknu nic nového, co tady ještě nepadlo. Pro mě je důležité, že fotografie doplňuje zprávu, často ji ozvláštňuje anebo ji vysvětlí lépe než třeba delší text. Jsem většinou konzument zpravodajských médií a serverů a i tam fotografie uvítám, když mně pomůžou pochopit kontext. Z mého pohledu je to hodně užitelné. Nerozplývám se moc nad tím, jak je to krásné, protože se na to necítím být

odborníkem a asi bych nepoznal... Nebo takhle, chápu, proč některé fotografie vyhrají ceny, ale rozhodně na to nejsem odborník. Z mého pohledu fotografie doplňují, příp. zkracují nutnost vnímat zprávy. Je to spíš utilitární pohled.

Mod: Je zajímavé, že jste použil slovo zkracují, protože fotografie skutečně fungují jako vizuální zkratka.

KS: Mně přijde zajímavé, že ukazují část, nějaký výstřížek reality, kterou zachycuje fotograf, příp. editor, pokud je ořízne. Je to do jisté míry i pohled fotografa a dá se s ním i manipulovat dost jednoduše.

Mod: Manipulace je téma, ke kterému se určitě dostaneme.

KB: Já bych ještě řekla, že u novinářské fotografie předpokládám, že ji pořizoval profesionál, tj. člověk, který zná nejen to, jak se pohybovat v terénu, ale je profesně vybavený pro to, aby přinesl svědectví události, která je popisována. Zároveň si myslím, že fotografie v dnešním vizuálním světě hraje mnohem větší roli než text, který ji doprovází.

LB: Ještě přemýšlím nad jednou věcí. Fotografie je pro mě důležitá pro ten text jako titulek a může ten text někam posunout. Nevím, jestli bych dokázala říct, jestli mají titulek a fotografie rovnocenný vztah, ale myslím, že oba můžou se hrát tu roli, že ten text aniž by ho člověk četl, tak na první dobrou ho můžou někam posunout.

VM: Souhlasím a navíc rozlišuji, v jakém médiu se jaká fotografie objeví. Když vezmu bulvární média, tam pro mě fotografie není vůbec důležitá, protože editoři resp. grafici si s fotografiemi hrají, kolik vrstev na sobě překrývají, používají různé textové filtry, protože několik fotografií je tam přes sebe. Rozlišuji tedy hlavně kde fotografie je a jak vypadá.

Mod: Ted' tedy k digitálnímu věku obecně. Už jste mně do velké míry odpověděli, přesto se znovu zeptám. Jak pravidelně sledujete zpravodajství – všichni denně. Vnímáte přehlčení novinářskými fotografiemi, je jich z vašeho pohledu moc nebo

málo nebo tak akorát – zkrátka jak vnímáte množství novinářských fotografií a na to navazující otázka, co to podle vás způsobuje?

JM: Mám to asi dané bublinou, ve které se na Twitteru pohybuji. Tím, že je hodně psavý, tak vizuálu tam až tolik není. Tím pádem nevnímám zahlcení obrazem. Když si jdu úmyslně koupit časopis, např. Reportér, který se věnuje v každém díle nějaké fotoreportáži, a to kvalitně. Proto si pro toto aktivně chodím, protože mám pořád rád tištěná média, ať už ve formě knížek anebo dobrých časopisů. V digitálu, zejména ve na tom Twitteru, ze kterého málokdy odejdu, pouze když mě něco opravdu zaujme, vizuální záplavu necítím.

Mod: Když máte ale potřebu dohledat kvalitní fotoreportáž, tak si jako fajnšmekr jdeš koupit tištěný magazín, což ti ji saturuje.

AB: Mám to asi podobně. Co se týče zpravodajských serverů, tam rozhodně zahlcený nejsem. Sleduju téměř stále serózní média, pokud něco takového dnes existuje, a to i zahraniční, a tam většinou přehlčení fotografiemi není, když řeknu příklad zahraniční Bloomberg, Hospodářské noviny, tak tam nic takového není. Ale je pravda, že dlouhá léta jsem si kupoval časopis Týden, nyní již ne, a důvodem byly právě fotografie. Původně, dnes to možná již bude znít komicky, když byl tento časopis před 15-20 lety na vrcholu, měl dobrou fotografickou část a já si tím kompenzoval to, že jsem chtěl fotografie někde navnímat. Jinak jsem totiž po většinu času potřeboval rychle dostat nějaké konkrétní informace a fakta bez vizuálního pozadí.

VM: Já v tomto jdu asi proti proudu, protože když vím, že třeba na Aktuálně.cz hodně sbírají clickbaity tím, že tam dávají galerie fotografií, takže ty příběhy pod těmi fotografiemi, jak jsme se bavili o těch příbězích, jsou pod tou fotografií, takže tam nemáte klasicky celý článek, ale máte tam pouze galerii a vlastně veškeré informace jsou pod tou fotografií. Nejsem příznivec těchto fotogalerií, takže já to třeba nerozklikávám. Článek mě musí zaujmout informacemi, které v něm jsou a rozhoduju se na základě titulku a úvodní fotografie, kterou vidím. Naposledy co si

vzpomínám, tak článek nerozkliknu kvůli té fotografii, ale kvůli tomu titulku. Takže přehlčenost přes to takto filtruji.

LB: Já bych asi souhlasila. Z vlastní zkušenosti vím, jak vznikají tyto fotogalerie. V médiích, kde jsem pracovala, tam dávají fotografie, které se sebrali různě, kde byly, a čistě jenom proto, aby na to člověk víc klikal. Na druhou stranu abych nekřivdila médiu, pro které jsem pracovala, tak na začátku tam byla poměrně velká snaha a byli jsme podporováni, abychom fotoreportáže dělali sami a to bylo skvělé. Spoustu lidí se v tom shlédlo, mělo to velký úspěch, ale došlo to na jedné jasné věci, a to byly finance. Přestali s námi posílat vlastní fotografie, což se snažili kompenzovat nebo nahradit tím, že jsem dostali iPhony, kterými jsme fotili. Asi se zde nebudeme bavit o tom, jak to vypadalo. Postupně to odumřelo a zase se vrátili k fotogaleriím, jejichž smysl je naprosto jasný.

Mod: Digitální věk klade nároky na multimediálního novináře. Nestačí, když je člověk jenom písíčí, ale musí k tomu i umět fotit, stříhat si reportáže, což je ale téma na samostatnou dizertaci.

LB: Myslím si, že to není úplně dobré. Abych to zakončila. I v souvislosti s kolegou, co říkal přede mnou, když chci, tak aktivně si jdu koupit časopis s fotografiemi. Takže ne přehlčenost, ale teď momentálně asi nedostatek kvalitních fotografií.

Mod: Vnímáte to, že na on-line zpravodajských serverech se nadužívají ilustrační fotografie?

VM: Určitě ano. Myslí, že nejvíce je to vidět u sportovní fotografie. Redakce šetří a ne všechny mají k dispozici fotografie specializované na sportovní události. Objevuje se tak velké množství fotografií, hlavně tedy v on-line prostředí, které jsou pouze ilustrační. Pro mě je pak ta fotografie nicneříkající. Ani na ni nezaměřím pozornost, protože vidím, že není z aktuálního zápasu či dění. Automaticky ji filtruji a přeskakují. Mnohdy se stává, že zaměňují, takže tam dávají i jiné fotografie, což je dle mého ještě větší průšvih než když tam dají ilustrační fotografii.

KB: Také jsem chtěla říct, že ke spoustě událostí používají novináři stejný typ fotografií, které nejsou aktuální. Myslím si, že přehlčení u nás nehrozí, spíš naopak nedostatek kvalitní autorské novinářské fotografie hlavně v tištěných denících a časopisech.

Mod: Včera jsem měla ohniskovou skupinu s pasivními konzumenty a oni přehlčení vnímají velice intenzivně. Záleží tedy na tom, zda je člověk uvědomělým konzumentem a dokáže si to filtrovat, jak vy tady všichni říkat, anebo ne. Pokud si záklopku nenastaví a nejde po kvalitním vizuálním obsahu, může to vnímat tak, že se na něj podněty valí ze všech koutů a neví, čemu věnovat pozornost. Takže už tady se mi ukazuje základní rozdíl mezi tím, jestli je člověk aktivním nebo pasivním příjemcem médií.

VM: To je ale hlavně dáno tím, že my vidíme „za oponu“, máme ponětí, jak to funguje.

Mod: Ale i ti, kteří nevidí „za oponu“, ale aktivně zpravodajství konzumují, mají ponětí, jak média fungují.

AZ: My novináři, když se řekne média, tak si představíme tradiční média jako noviny, televize, atd. Možná ale když se bavíš s lidmi, kteří tím nežijí, tak pro ně média jsou i Facebook, Instagram atd. A samozřejmě, že na nových médiích je jedna fotografie vedle druhé, tam je scrollují a tam to přesycení je samozřejmě úplně o něčem jiném.

Mod: Blížíme se k prvnímu souboru fotografií – efektivita fotožurnalismu. Jsou novinářské fotografie efektivní proto, že v příjemcích vyvolávají emoce? Vezměte si, prosím, k ruce dotazník. Je v něm vypsáno šest základních emocí, je to typologie podle Paula Ekmana. Typologií emocí existuje nepřeberné množství, já jsem si vybrat jednu z nich. Vybrala jsem si tuto, protože je nejjednodušší. Zároveň přiznávám, že může být limitující tím, že fotografie ve vás vyvolá emoci, která v dotazníku není uvedena, ale musela jsem se držet jedné typologie. Dotazník, prosím, křížkujte na škále od 1 do 10, kdy 1 je nejslabší emoce, 10 nejsilnější. Uvidíte sérii fotografií. Zaškrtněte, prosím, tu emoci, kterou ve vás fotografie vyvolává s tím. Moc

nad tím nepřemýšlejte a samozřejmě není nutné vyplnit emoce všechny u všech fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Co ve vás fotografie bezprostředně poté, co jste je viděli, vyvolaly, co vás napadalo, co jste cítili?

VM: Beznaděj u tří, jedna pak radost.

LB: Souhlasím. Většinou hněv, strach.

AZ: U mě byla dominantní úzkost, úplně mě to sevřelo.

JM: Nejčastěji smutek.

KB: Já mám též nejčastěji smutek.

Mod: Zajímá mě, zda téma uprchlické krize a s ním spojené emoce typu smutek, strach, úzkost je stále schopné rezonovat s ohledem na to, kolik prostoru v médiích dostává a kolikrát jsme ty fotografie viděli.

KB: První fotografii docela důvěrně znám a přiznám se, že i po několikátém pohledu na ni ve mně vyvolává úzkost a strach z té mely, která na ní vzniká. Myslím, že tato fotografie je hodně emocionální a funguje, i když je z r. 2015, tak na mě jako na diváka funguje i v r. 2020. Záběry na děti, na otce, dítě, které se dostalo na břeh, to vše jsou též silné emocionální záležitosti. Převládá pocit zmaru, smutku, že lidem na fotografiích málokdo chtěl v Evropě nebo tady u nás pomoci. Na mě tyto fotografie stále fungují, i když se na ně dívám docela často.

AB: Souhlasím. První fotografie je natolik silná, že na mě působí emocionálně silně, i když ji vidím podruhé za tři, čtyři roky.

LB: Také u mě vždycky vyvolá emoci smutku a beznaděje. Když jsem si přečetla popisek a dozvěděla jsem se, že jsou to aktuální fotografie a ne(jen) z r. 2015, kdy migrační krize začínala, a my jsme z toho všichni byli ještě více emočně otřeseni. Když jsem zjistila, že je to z r. 2020 a Turecko se chystá nějaká opatření dělat, přidal se hněv i z toho důvodu, že to trvá dlouho. Zním pozadí a vím, že situace je zapikolíkovaná a nikam se nepohnula. Takže emoce stejné, negativní, určitě smutek i po 5 letech, ale plus ještě hněv, protože vidím, že se s tím nic nedělá.

JM: Jak ty první dvě fotografie byly smutné, tak ten pán s dítětem bez popisku vypadal, že je v pohodě, sice zmoknul, ale má čerstvě narozené zdravé dítě, tak jsem si říkal, konečně něco pozitivního. Pak jsem ale zjistil, že tomu tak není a že pán poté, co zaplat' pán bůh přežil, tak stále pochodoval, takže tam hodně zafungoval ten kontext. Do té doby jsem si ale říkal konečně něco celkem normálního.

KS: Také jsem si říkala tak, co týpek u moře s dítětem...

VM: Tak to já ne, já jsem to četla naopak, a proto jsem tam dala smutek a strach, a proto jsem zakřížkovala smutek a strach, i z toho, že fotografie nevypadá úplně šťastně. Četla jsem z ní, že pán zachránil dítě a ocitl se na břehu, díky bohu. Z jednoho prostého důvodu mě ale tato fotografie štve, pro mě to není reportážní fotografie, ale něco, co si nastavili, za ním je to moře, ze kterého on se vyplavil a zachránil to dítě, takže u mě převládá vztek na AP Photo, protože si myslím, že to je přesně to, co by se dítě nemělo.

Mod: A fotografie, na které dítě brečí. Není to emocionální vydírání? Nebo odráží realitu?

VM: To, že dítě brečí, není špatně, může to být mnoho věcí kolem. Ale samozřejmě, když vidím tašky, dítě na pláži, vzadu vidím nějaké další dítě, vyvolává to ve mně "pojďme nebýt lhostejní" a také jsou to jenom lidé a děti, kteří chtějí řešit normální život.

Mod: Poslední fotografie – proč si myslíte, že jsem ji dala do této serie? Jak na vás působí?

(**JM:** Abys nám udělala radost.)

KS: Podle mě nám díky tomu, co jsme viděli před tím, způsobila ještě větší radost.

JM: Může to být taková forma vysvobození z toho zmaru.

Mod: Dala jsem ji tam proto, že mě zajímá, jestli v tom denním toku informací, kdy se silné emoce často přebíjejí, je člověk schopný v jeden moment prožít smutek, rozhořčení, beznaděj a poté hned přepnout a prožít radost, kterou vnímá z té fotografie? Proto jsem ji tam dala, protože i v tom dennodenním zpravodajském toku se emoce přebíjejí. Je možné projevit soucit, přepínat, být emocionálně flexibilní?

AB: Já mám pocit, že jsem přepnul, protože tato fotografie byla jediná, kde jsem nebyl negativní, kde jsem měl radost.

Mod: Cítil jste to, když jste se na to díval?

AB: Trochu jsem o tom přemýšlel, ale zase tak moc jsme to neprožíval. Bylo jasné, že je to fotografie z Bangladéše nebo Indie, tak jsem přemýšlel, abych nepřemýšlel tak moc, protože to zase tak moc radostné nebude, ale nakonec jsem zůstal u té radosti.

LB: Já jsem taky byla trochu zmatená a říkala jsem si, jestli to není nějaký chyták, Jestli po sobě třeba nestříleli nějakými barevnými zbraněmi.

AZ: Ještě k tomu přepínání emocí. Jsme, a ještě více generace pod námi, desetivteřinové děti, což se projevuje například u instastories. Vidíme 10 vteřin, jak si štěňátko hraje s míčem, jsme úplně nadšení a pak vidíme něco drsného a úplně přepneme. Jsme jak zlatá rybka, máme desetivteřinovou paměť a jestli jsme na něco natrénovaní, tak je to to přepínání po krátkých úsecích.

Mod: Děkuji, nyní přistoupíme k druhému bloku, který jsem nazvala Zprostředkování reality. Jsou novinářské fotografie efektivní, protože zprostředkovávají realitu? Jak už zde bylo několikrát řečeno, fotografie vždy platila jako důkaz toho, že se něco stalo, platila za nositele svědectví, nějakým způsobem zprostředkovávala realitu. Zvyšuje podle vás apel na emoce autenticita, skutečnost, že novinářské fotografie realitu zprostředkovávají? A otázka, která s tímto souvisí – dá se novinářským fotografiím v digitálním věku věřit? Prosím o váš názor dříve, než se podíváme na fotografie z tohoto bloku.

LB: Určitě, беру fotografie jako svědectví, ale je třeba si dát pozor na jejich důvěryhodnost, zda jsou třeba agenturní, nebo kdo je jejich autorem, tj. zdroj. Pokud je tam punc agentury, fotografii věřím.

VM: Já jsem to tak měla také, ale když si teď vzpomínám, a teď mi to ověřila ta fotografie z AP, že už se nedá věřit ani AP. Vadí mně inscenace objektů na fotografii a vadí mně, že se toto objevuje čím dál častěji. Já to z té fotografie cítím, ostatní to třeba nevidí, ale na druhou stranu já nerozeznám, jestli je na fotografii něco přikreslené anebo digitálně přidané. Jako běžný čtenář či uživatel toto nejsem schopna poznat, pokud to udělají dobře.

Mod: A cítíš nějakou např. podvědomou ostražitost, že v době, kdy je tak snadné s fotografiemi manipulovat ve Photoshopu, jsou fotografie v digitální věku méně důvěryhodné?

VM: Asi ano, ale zároveň hodně záleží na tématu. U bulvární fotografie je celkem jedno, co tam sázejí a co s fotografiemi dělají, ale např. u uprchlické krize nejde o to, že by tam něco přidávali, ale jak ty fotografie poskládají za sebe, co vybere editor a to je podle mě také manipulace. Anebo když si z deseti fotografií, které nejsou tak strašné, vyberu jednu, která strašná je, a ukáže to na té jedné fotografii, tak to je také manipulace.

AB: Jak já fotografiím věřím - kdybyste mě přinutila a dala mně možnost ANO/NE, tak řeknu NE, ale samozřejmě vím, že pravda takhle jednoduchá není. Jak už jsme říkali na začátku, fotografie mně pomáhá dotvořit obraz. Ale že bych na základě jedné fotografie, na to už jsem příliš starý, a navíc jsem zažil předešlý režim, kde jsem byl nacvičený číst mezi řádky a kriticky hodnotit, kde se fotografie vzala, a proč je právě takováto. Z tohoto pohledu to pro mě není žádné drama, je to pro mě jakási pomoc vnímání tématu. Ale že bych viděl jednu fotografii a udělal si názor na celé téma např. uprchlické krize, to určitě ne. Asi jsme bublina, jak tady diskutujeme.

KB: Já si myslím, že dramatickost obrazu i to, že jsou někdy zinscenované fotografie, je to, co tu fotografii pak prodává. Nějaké kompoziční principy stále fungují a fotografie má nějaká svá pravidla, která můžeme vnímat, že jsou stále stejná/na jedno brdo, jsou podobná. Myslím, že drama situace na fotografii z Mladé fronty, když novinář vidí, tak chce na fotografii mít, protože se bude lépe prodávat než když na fotografii bude sedět vyklidněná rodinka.

Mod: Děkuji a nyní tedy přistoupíme k další sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Bezprostředně po zhlédnutí – co ve vás fotografie vyvolávají?

VM: Znechucení.

AB: U mě minimum, já jsem s tím měl ohromný problém, takže já jsem bez popisku tam dvakrát nedokázal dát nic.

Mod: Proč?

AB: Ze šesti možností tam dle mého nepatří nic.

Mod: A kdybyste měl popsat mimo škálu emocí vlastními pocity anebo to ani nemusí být pocity, protože fotografie nějak působí, i když je emocionálně neutrální. Co ve vás vyvolávají?

AB: Např. Trump s Merkelovou možná zvědavost. Když uvidím takovou fotografii, budu se ptám, co pečou? Ale to na této škále emocí nemám šanci. Fotografie jsou pro mě užitečné, aniž by ve mně vyvolaly jakoukoli z těchto emocí, tj. u jedné jsem zadal emoci velmi slabou.

Mod: Dotazník je orientační a nemusíme se jím omezovat. Jak jsem říkala, musela jsem si vybrat jednu škálu, dle které se máme orientovat. Kdybych tam měla 30 emocí, strávíme zde mnoho hodin. Mimo tuto emocionální škálu zmiňujete zvědavost.

KB: Mě tam hodně ovlivňovalo, že ještě předtím, než jsme viděla ty popisky, že jsem znala kontext a orientovala jsem se podle něho. Například když jsem viděla Babiše líbajícího Prchala, tak to je nechutné, ale kdybych nevěděla, co je to za pány, asi to budu hodnotit jinak.

Mod: Takže důležitý je kontext.

VM: Tak to já jsem to tak měla taky, u Babiše samozřejmě mám hněv, znechucení, strach i smutek, ale jenom proto, že si to dávám do kontextu. Jinak to, že se pánové líbají na čelo, by ve mně takovou sadu pocitu nevyvolalo, ale každopádně si je dosadíme. Stejně jako u té Grety. Já jsem tam dala znechucení, protože Pro mě je změna klimatu důležité téma a je důležité o tom diskutovat, ale to, jak jsme tady měli totální příval Grety a Fridays for Future, tak já už jsem z toho byla fakt znechucená, protože toho bylo hrozně moc.

Mod: Takže to už vyvolává únavu a v důsledku toho i otupělost.

AZ: Kdybych to mohla uzavřít tou poslední fotografií Trump a Merkelová, bez kontextu na první pohled by člověk mohl cítit strach, konflikt, je vidět tenze, ale pro

mě osobně, když vidím silnou ženskou, jak se chlapovi postaví, tak moje pocity jsou radost, zadostiučinění. Takže speciálně v této druhé sérii hrál kontext určitě velkou roli.

JM: Tam, kde ten člověk kontext znal, u těch dvou šašků Babiš-Prchal, tak fuj, ale ta fotografie s Merkelovou a tím oranžovým pánem je super. Vidím evidentně, jak Angela má v hlavě a on ne, on má pouze ofenzivně založené ruce a bramboru na hlavě. Všichni do fotografií vkládají svá očekávání, že ona se svou distiguaností pošle jeho tam, kam má a patří tj. vkládá to naději, že tomuto zvláštnímu pánovi se lze postavit a nasměrovat ho tam, kam patří.

VM: U mě i trochu znechucení, že on se neumí chovat, že před dámou sedí, má založené ruce. On byl ten, který u mě pozornost přitáhnul jako první.

KS: Souhlasím s tím, co říkala KB. Kontext hodně ovlivňuje hodnocení fotografie. U všech fotografií jsem věděla, o co jde a hodnotila jsem je tudíž jinak, než kdybych viděla nějaké fotografie a nevěděla, o co jde.

Mod: Můžeme postoupit k dalšímu bloku – aktivizace společnosti, nebo přehlčení. Něčeho jsme se již dotkli a něco jsem již zmiňovali. Mám na toto vyčleněnou samostatnou kapitolu, protože pakliže se bavíme o emocionálním hledisku a působení, přijde mně důležitá. Mají novinářské fotografie potenciál přimět příjemce k aktivitě, podporují vůli podporovat a vyvolávají společenskou debatu anebo naopak způsobují apatii, netečnost, vyčerpání? Napřed promítnu fotografie a poté spustíme debatu. Protože to jinak mohou být docela abstraktní popisy, tak abychom věděli, k čemu směřují. Můžete si začít prohlížet a hodnotit.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Opět – co ve vás fotografie vyvolávaly bezprostředně po jejich zhlédnutí?

JM: Jestli mohu začít, tak jsou tam dvě silná témata, a to jsou demonstrace. Zbytek jsem dal mentálně trochu stranou. Asi bych vypíchnul tu běloruskou, protože je

zprostředkováním veliké události, do které, pokud se nikdo z nás nerozhodne tam jet vyfotografovat reportáž, je to zprostředkování velmi důležité události. Vzbuzuje to ve mně velikou naději, že se konečně podaří něco s pánem s knírkem udělat, ale zároveň veliký strach a znechucení z toho, jak postupují represivní síly a jak ten člověk s knírkem není schopen sebemenší reflexe, aby odešel. Ale je to naděje pro národ, že se někam pohne. To samé když vidím naši demonstraci, kdy ovšem všichni známe sami sebe, jak to u nás chodí, jsme schopni se sejít a hned zase zalézt. Emoce jsou hodně podobné, ale veliký rozdíl je v tom, že my tady s tím můžeme něco dělat, pro lidi, kteří raději sedí mimo akce si můžou říct tam se sešlo hodně lidí, příště už tam půjdu, protože můžu, mám to dvě zastávky tramvají nebo tři zastávky vlakem. Ale u toho Běloruska úplně ne, takže tam asi budu víc hledat fotografie na Twitteru fotografie, jak se jim tam daří.

LB: U některých fotografií jsme potřebovala popisek, aby to ve mně vyvolalo intenzivnější emoci. Například když jsem si přečetla, že nějaký člověk zemřel, nějaká paní se stále hledá, emoce u mě byla mnohem intenzivnější.

VM: U mě je to přesný opak než JM. Když jsem se koukala na demonstrace, uvědomila jsem si, že cítím beznaděj z toho, že pořád se někde demonstruje, ať už v Bělorusku nebo u nás, ale nic se nezmění. Takže ta beznaděj byla vyvolána tím, že ano, demonstrace jsou dobré ve smyslu toho, pojďme ukázat, že s tím nesouhlasíme, ale ta beznaděj ve mně převažovala. Na druhou stranu jsem byla ráda, že jsem viděla demonstraci na Letné. Tam jsem měla i radost kvůli tomu, že se možná v budoucnu něco změní. U auta jsem potřebovala popisek, protože jsem vůbec nevěděla, co tam dát. Bylo jasné, že v tomto autě nikdo nezemřel, protože ty povodně nejsou tak strašlivé, aby někdo z auta dokázal utéct, protože tam byl rozvodněný jenom potok. Navíc já jsem ji předtím viděla, takže jsem se snažila oprostít od toho, ale když tam potom přibude ten popisek, že tam kvůli těm povodním někdo zemřel a někdo se pohřešuje, tak to tu emoci mění.

AB: U některých těch fotografií jsem samozřejmě věděl, o co jde, třeba to bylo Bělorusko nebo samozřejmě ta Letná, ale třeba v tom Mexiku ne. Tam jsem opravdu potřeboval ten popisek, bez něho jsem měl velký problém fotografii kamkoli

přiřadit. Demonstrace jsou a budou a je to tak správné, ale když nevím, k čemu, tak to jsem z toho nepochopil. Na rozdíl od těch, kde jsem věděl, o co jde, např. Letné.

Mod: Tu fotografii z Mexika jsem vybrala záměrně, protože jsem předpokládala, že většina z vás ten kontext nebude znát. Jak na vás potom zapůsobila, když jste se ho dozvěděli?

LB: U mě vyvolal i pozitivní reakci, že i navzdory politické situaci ty ženy můžou jít do ulic a vyjádřit svůj názor. S popiskem se to tedy změnilo úplně rapidně a přehodilo se to až do toho pozitivna.

AZ: Na tomhle se právě krásně ukazuje, jak zásadním nositelem emocí je člověk jako osobnost, lidská tvář a pohled do té tváře. Tady jsou vlastně davy, masy, nevidíme tváře, jen hromadu lidí, vlajky vlající, často nejsme schopni odhadnout, jestli je to oslava nebo protest, proto jsou ty popisky zásadní.

KS: Já jsem poznala, o co jde, protože jsem si přečetla, co píšou na plakátech, takže jsem pochopila jsem, o co jde. Překvapilo mě, že je to v Mexiku, protože to mohlo být i Španělsko. Hodně mě zaujala fotografie s Macronem, protože bez popisku jsem si nevšimla toho, že tam jede nějaký konvoj.

Mod.: Když už jsme u této fotografie z Libanonu, tak mě by zajímalo, jestli by vás takový obrazový materiál přiměl k tomu, abyste té zemi třeba nějakým způsobem pomohli.

VM: Mě fotografie asi ne.

KB: Na mě by asi více působilo, jak zmiňovala AZ, kdyby tam byly zobrazení konkrétní lidé, jejich situace než pohled na to zničené silo.

VM: Já ani nemám ráda v tom zpravodajství takové ty hluboké lidské příběhy, které se snaží cpát všichni novináři všude i ve veřejnoprávních médiích. Mně to vadí. Já se nerozhodnu na základě toho, jestli vidím matku plačícího dítěte nebo co jiného bych

si tam mohla představit, tak se nerozhodnu na základě toho poslat jim ty peníze, ale já už jsem o tom rozhodnutá, protože to prostě chci udělat a chci jim pomoci a ne, že na mě silně emocionálně zapůsobí nějaká fotografie.

AB: Já se přiznám, že bez toho popisku jsem si myslel, že to je ekologické téma, takže to ve mně vyvolalo úplně jiné emoce než pak s tím popiskem.

Mod.: Z toho opět jasně vyplývá, že kontext je naprosto klíčový a zásadní. Ostatně Novinářská fotografie je vždy doprovázena popiskem, to je její základní charakteristika, který má doplňovat informace, které ta vizuální informace sama o sobě neutáhne. Ale samozřejmě jsou fotografie, které takříkajíc hovoří samy o sobě. Je nějaká z nich, která by vás přiměla k tomu, aby jste poslali peníze na nějaký transparentní účet? I nějaká, kterou si vybavujete ze své vlastní zkušenosti? Nebo myslíte si že vůbec fotografie má tu moc ještě v dnešní době lidi natolik oslovit, aby je to přimělo k tomu, že by ze svých vlastních finančních, často omezených zdrojů, sáhli do své kapsy a někam ty peníze poslali?

JM: Na mě asi fotografie úplně ne, na mě a na moji peněženku působí Nora Fridrichová a 168 hodin, ten dlouhý příběh od A do Z.

LB: Na mě asi více video.

VM: Na mě asi více působí to, co je za tím, proč těm lidem pomoci.

AB: Samotná fotografie ne. Ve mně to emoci vyvolá, ale já přeci jen pomáhám dlouhodobě a systémově a na základě nějaké racionální úvahy. Musel by to být jenom impuls, abych pak šel dál do hloubky, že o tom začnu více přemýšlet. To ano.

KB: Názorný příklad, že na mě fotografie fungují. Já jsem před pěti lety viděla úchvatnou reportáž z Libanonu z uprchlických táborů a na základě toho jsem poslala příspěvek té humanitární organizaci, která ty fotografie pořídila a představila je české veřejnosti prostřednictvím té reportáže.

Mod.: Ještě bych se ráda na chvíli zastavila u té fotografie z demonstrace s vlajkou na Letné. Čistě esteticky, kompozičně, barevně, jak na vás působí? Jaké emoce to ve vás vyvolává?

VM: Já jsem si vzpomněla na Nagano.

AB: Z mého pohledu je to až moc směrem k manipulaci. Já jsem tomu dal nějakou slabou emoci, ale tady jsem opatrný. Ať chcete nebo ne, tak to spojíte s něčím, co bych nazval vlastenectvím, to je ta vlajka, která zabírá to gró. A to zase si myslím, že to takhle jednoduché není.

JM: Jestli mám teď ten správný kontext, tak já mám pocit, že to je focené z toho činžovního domu, který je rovnoběžný s tou hlavní ulicí, a který komunisté postavili pro svoje pohlaváry. Takže to je geniální kontrast, že ta demonstrace která je proti jednomu z nich, tak je focená tady tím s silným emočním narativem z baráku, který sloužil jim za jejich režimu. A my tam teď alespoň můžeme vylézt a vyfotit se s vlajkou, což je super.

VM: To nevím, jestli takhle do hloubky vůbec přemýšlel autor té fotografie, ale je to samozřejmě super.

Mod.: A líbí se vám?

JM: Je to takové nucený zlatý řez, aby to všechno bylo na těch lajnách, kde se potkávají ty segmenty...

KB: Mně ta fotografie přijde na vítěze Czech Press Photo slabá tím, co říká.

Mod.: Teď tady ten opačný pól tečka způsobují fotografie apatii, netečnost únavu a vyčerpanost? Pokud ano, tak proč?

LB: Ta Greta určitě. Té už bylo prostě hrozně moc. Určitě nechci snižovat to, co za tím je, , ale pokud se bavíme čistě jenom o těch fotografiích, tak ano.

VM: A možná i ta politika, protože teď (*v době koravirové pandemie - pozn. aut.*) to podle mě na nás působí ještě mnohem víc než kdykoliv předtím, já jsem unavená i z věčných dohadů na Facebooku, Twitteru a dalších sociálních sítích mezi svými kamarády kvůli politice a kvůli nařízení vlády. Takže když jsem viděla ty politické fotografie, tak je to spíš taková únava.

AB: Já bych to z mého pohledu nepřeceňoval. Podle mě je to důležitá součást to je zprávy, zejména některých zpráv, ale zase že by to ve mně vyvolalo apatii, netečnost, únavu, to zase určitě ne. I když souhlasím, že když mi k jednomu tématu cpou sto fotografií, tak si to odfiltruji, že je přestanu sledovat. Ale to je dneska naprosto běžné.

JM: U toho Běloruska jsem rád, že mám alespoň zprostředkovaný pohled na to, co se tam děje. U nás, když se na to nějakým extrémním způsobem nekoncetruji, třeba tu Gretu, tak si to dokážu odfiltrovat. Asi je to otázka míry a nějaké práce se zdroji.

KS: Mně přijde, že to i splývá.

Mod.: Nemůže to být potom i kontraproduktivní? Že když vidáme neustále fotografie z demonstrací, tak už nám to nic nedává?

AB: Já si to myslím, protože když tam bylo to Mexiko, tak jsem si řekl, že to je dobře, je to jejich právo a necht' je to právo naplněno, ale když nevím ten kontext, tak demonstrace taky nemusí být pro pozitivní záměry. Demonstrací je spousta ve všech koutech světa.

AZ: To je zas na druhou stranu povinnost novináře, referovat o aktuálním dění. Když bude série teroristických útoků, tak si nemůžou říct: no tak teď už vyhodili do vzduchu dvě velké budovy, tak tu další už nebudeme fotit, protože už jsou z toho lidé unavení a už toho bylo hodně. To taky úplně nejde. Já chápu, že je taková doba, že jsme tím přehlčení, ale nemyslím že je to tolik vina těch fotek, to je prostě taková doba a novinář holt musí referovat o zásadních věcech, které se ve světě dějí.

LB: Je fotografie a fotografie, když se bude pořád točit ten stejný záběr, tak jasně. Ale i ta demonstrace se dá nafotit tak, že to něco víc vypovídá, než když je to jenom dav lidí.

Mod.: Přistoupíme k poslednímu bloku, který jsem nazvala etické hranice. Ještě než se podíváme na ty fotografie, tak se chci zeptat - existuje pro vás nějaké vizuální tabu? Něco co opravdu nechcete vidět?

LB: Týrání zvířat.

VM: Já to mám zase spjaté s tím audiovizuálem, protože tam se to řeší také. Když se třeba zranil Bode Miller a měl rozseknutou nohu na kost, myslím, že měl otevřenou zlomeninu a ten režisér to ukazoval, tak tam se taky řešilo, jestli to ukázat nebo neukázat. Stejně tak u fotbalistů otevřené zlomeniny a tak dále. V tom přímém přenosu je to také něco jiného než na té fotografii, protože fotografie sice vzniká hned, ale nemusíte ji hned distribuovat. Těžko říct, asi bych to musela spíš vidět, nedokážu odpovědět, co by mi vadilo.

JM: Pro mě to samé, to, jak tady zaznívá, ty chirurgické záležitosti, to vůbec.

KS: Mně třeba hrozně vadí točení pohřbů a ptaní se na to, jak se tam ti pozůstalí cítí. Mrtvoly v nemocnicích nebo mrtvoly při nějaké katastrofě, To je také hrozně sporné.

AZ: Já vím, že to bude znít už hrozně otupělé, ale pro mě, pokud jde o mrtvoly, když vypadají, že spí, tak je to pro mě ještě únosné. Ale když je to třeba po nějaké brutální autonehodě nebo nedejbože vražda, tak to je pro mě tabu. Třeba když je někdo někde zastřelený na ulici, tak nějaké detaily toho. Ale děti, to je samozřejmě úplně jiná liga, jakýmkoliv způsobem trpící.

KB: Já jsem v tomhle dost odolná, ale mám to podobně jako AZ. Nemusím pohled na zmasakrovaná těla a těžké utrpení, drásající.

Mod.: Napadá mě v této souvislosti nedávný příklad z Velké Pardubické, kdy fotoreportér ČTK Roman Vondrouš vyfotil favorita soutěže, koně jménem Sottovento, jak padá na Taxisově příkopu a zachytil ho vteřinu předtím, než si zlomil vaz. je toto pro vás Za hranou?

LB: Tohle mi nepříjde Za hranou. Když jsem řekla týrání zvířat tak tohle je sice ošklivé, ale není to vědomé týrání.

AB: Já si nemyslím, že by tohle mělo být tabu. Je to pravdivý příběh.

LB: Taky bych na to koukal a zpravodajsky. Asi kdyby ho tam někdo točil, jak tam skomíral, tak to už by ale za hranou bylo.

Mod.: To mě jenom nyní napadlo jako eticky hraniční příklad z nedávné doby, protože Roman Vondrouš byl poté osočovaný z toho, že neměl ani získat akreditaci A on na to na sociálních sítích reagoval tak, že jestli chce člověk vidět svět skrze růžové brýle, tak jen houšť, ale že jeho posláním fotožurnalisty je podávat objektivní obraz reality, byť Samozřejmě objektivita je něco, co není plně dosažitelné.

Nyní se tedy podíváme na poslední sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Stejná otázka jako při předchozích sériích – jaká je vaše bezprostřední reakce na tyto snímky?

AZ: Pokud jde o ty děti tak pro mě hroznou hraje to, kdo je publikum. Třeba když v českých novinách vyjde tato fotografie, tak bych to ještě brala, ale kdyby Vltava vyplavila nějaké malé dítě v tomto stylu, tak bych to určitě nepustila, protože najednou Jsou tím publikem lidé, kteří to dítě mohou znát a má to tím pádem mnohem osobnější podtext. Takhle, ačkoliv je to samozřejmě tragédie, tak je pro nás to dítě spíš nějaký symbol něčeho než jedna konkrétní lidská bytost.

VM: Tam hraje roli i to, že když máš ty problémy a jsou pro tebe blízko, tak je to pro tebe mnohem důležitější. Života v Česku se to až tak netýká, takže s tím určitě souhlasím, je to pro nás něco, co je daleko.

Mod.: Čili ta blízkost, což je i jedna ze zpravodajských hodnot, hraje velkou roli.

AZ: Pro mě ale spíš ne proto, že to diváky zaujme, ale kvůli nějaké sekundární viktimizaci. Že pak ti příbuzní a známí a tak dále mohou trpět kvůli tomu, že my se rozhodneme tu fotografii publikovat.

Mod.: A co ta druhá fotografie? Tady jsem nastolila otázku, kde končí fotožurnalismus a začíná parazitování na lidském neštěstí...

JM: Mně tohle přijde už trošku za hranou, protože tam je víc věcí, na které se musí člověk podívat. Jedna z nich, a to je z mého pohledu ta nejdůležitější, je, že to dítě jednou bude dospělé a bude mít možnost se na tyto fotografie podívat a co je sakra komu do toho, co ta rodina intimně řeší. A to dítě to najednou odnáší tím, že je medializované. Tohle já kdybych se dozvěděl, tak bych za tím Danem (*Maternou – pozn. aut.*) potom šel a dal mu facku jako dospělý chlap. Za mě je tohle fakt hyenismus.

Mod.: Dan Materna byl tenkrát hodně osočovaný z toho, že je to hyenismus, a že je to parazitování na lidském neštěstí, ale ta fotografie vedla ke změně zákona. Čili Tohle je případ fotografie která měla reálný společenský dopad ve změně legislativy.

AB: Za mě je to zase pravdivý příběh, tak holt vznikají smutné fotografie. Ale k tomu, co říkal kolega ohledně toho dítěte, tak to si myslím, že je hodně relevantní. Ale jenom se zeptám – to je v roce 2007 – dneska by to taky šlo?

VM: Natočit ano, do zpravodajství se to může.

Mod.: Bylo by to velmi problematické s ohledem na GDPR a zřejmě by to chtělo souhlas rodičů. Zpravodajská licence by se na to mohla vztahovat ale v dnešní době při fotografování dětí je potřeba aby o tom byli zákonní zástupce informovaní. Jinak by se mohli ohradit. Ochrana osobních dat od roku 2007 pokročila dál, a dnes už by to tudíž možná nebylo možné vyfotografovat.

Postoupíme nyní do závěrečné fáze. Já vám moc děkuji za vaši ochotu, pozornost, za čas strávený se mnou a chtěla bych vás poprosit, jestli bychom si mohli udělat ještě závěrečné kolečko, že byste mi každý řekl pár vět k tomu, jak to na vás dneska působilo a jestli máte pocit, že nezaznělo něco, co by zaznít měl o a co byste chtěli k tomu tématu ještě doplnit.

AZ: Mám radost, že jsem si na tomhle uvědomila, že se sice říká, že fotografie vydá za více než tisíc slov, ale na druhou stranu, kolikrát fotografie bez jediného slova může být zavádějící, člověk neví, jak se v tom zorientovat, a že tím pádem v dnešní „přebrazované“ době jsou text a fotografie spojené nádoby a jedno bez druhého není úplně stoprocentní.

JM: Rád jsem se zúčastnil, bylo to zajímavé, zejména si uvědomit roli té fotografie trochu víc takhle vědomě, protože když člověk dennodenně konzumuje tak rozhodně nemám čas si uvědomit takové věci. Vzpomněl jsem si k nám knihu Neila Postamana (*Ubavit se k smrti – pozn. aut.*), kde je jedna kapitola, která zmiňuje příchod fotografie do psaného textu a staví se k tomu výrazně kriticky. Dneska už to tak ale nikdo nevnímá. Když přinesli do National Geographic první fotografii, tak je vykázali velmi důrazně ven, že nic tak pokleslého jako fotografie nemá v takhle váženém médiu jako je National Geographic co pohledávat, to bylo v 19. století. Ta doba se silně změnila a je vždycky fajn to takhle s více lidmi probrat. Díky.

KB: Já jsem chtěla říct něco na ten způsob, co zmiňovala AZ, že popisky a uvedení do kontextu jsou pro pochopení obrazu strašně důležité a zároveň jsem si tady na té sérii uvědomila, jak moc je fotografií, které jsou nějakým jakým způsobem dramatické, vyvolávají spíše negativní emoce, pocity strachu, ohrožení, a že vlastně jenom ty Indky působily takovým radostným dojmem, živoucím. Určitě to taky

souvisí se zpravodajskými hodnotami, které jsi tady zmiňovala, ale že ty fotografie jsou spíše smutné. Ráda se teď půjdu kouknout na něco hezkého.

Mod.: K tomu výběru fotografií bych chtěla říct, že jsem vás samozřejmě nechtěla traumatizovat, ale pro mě samotnou je zajímavé, že to, že jsou skoro všechny negativní, to jsem si uvědomila až ex post; ty čtyři tematické okruhy se kryjí s teoretickou částí mé disertační práce a z toho, co vyplynulo z rozhovorů, které do dizertace dělám, takže ten výběr byl poměrně intuitivní.

VM: Z toho podle mě vyplývá jedna věc, a sice, že jsme zvyklí konzumovat to negativní, protože to negativní prodává a o tom pozitivním moc nepíšeš, protože pořád řešíme nějaké problémy ve společnosti. Třeba já jsem teď nadšená z článků ze solution journalism, což je žurnalistika zaměřená na řešení, to znamená, že společenské problémy postaví tak, že ano, popíše ten problém, máme tam taky to negativní, ale ukáže to, že někde ve světě se něco podařilo i spravit a to si myslím, že tady moc není. Myslím si, že by bylo potřeba to zařadit víc, ať tady nemáme tolik. Pak jsem si taky uvědomila, že bychom měli studentům žurnalistiky a fotožurnalistiky dávat do hlavy, že se musí naučit dělat pořádné popisky.

KS: Mně se to taky líbilo, přimělo mě to o těch fotografiích zas o něco víc přemýšlet.

LB: Já jsem ráda, že jsem se mohla zúčastnit, doufám že to bylo přínosné, že jsem také trochu přispěla k něčemu. Já si odnáším to, že jsem nikdy takhle o fotografii nepřemýšlela, možná jsem to v sobě nějak intuitivně měla, ale nikdy jsem takhle neříkala, co si myslím takže jsem přesvědčená o tom, že teď se na ty fotografie budu dívat jinak. A rozhodně Souhlasím s tím, co řekli už kolegyně přede mnou, že se opravdu potvrzuje to, že fotografie je opravdu hodně subjektivní a pohled na ní je subjektivní, protože k tomu ten člověk potřebuje znát kontext, aby ji dokázal zasadit správně a pochopil ji, aby potom společně s tím textem fungovala. Takže to se rozhodně potvrdilo a děkuji za to, pro mě to byla rozhodně pozitivní zkušenost.

AB: Pro mě to bylo určitě velmi zajímavé, myslím si, že jsem si potvrdil, že fotografie je pro mě důležitá součást sdělení, ale že to sdělení nemůže být jenom ta fotografie.

Určitě se mi potvrzuje to, že to může být spouštěč toho, že se člověk začne o to konkrétní téma více zajímat a více si o něm přečte nebo se podívá na další a další fotografie, Čili slouží jako poutač se do něčeho více hlouběji ponořit.

Mod.: Ještě jednou vám moc děkuji za vaši účast.

Příloha č. 22: Záznam z ohniskové skupiny 4 – přepis²⁵⁰

Datum: 15. 10. 2020

Místo konání: Akademie ČTK, Praha

Počet účastníků: 5

Popis skupiny: profesionální fotoreportéři

Délka: 02:35

Mod.: Já vás tady vítám fyzicky i online a děkuji, že jste se na mě i v této vypjaté době udělali čas. Jmenuji se Martina Topinková a píšu na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy disertační práci na téma síla a efektivita fotožurnalismu v digitálním věku, což zní trochu šroubovaně, nicméně cílem disertační práce je zjistit, jak novinářské fotografie působí po emocionální stránce a jestli mají v dnešním digitálním věku, kdy fotografií je všude kolem nás přehršel, potenciál svoje příjemce oslovit, nebo ne. Vy se právě teď účastníte ohniskové skupiny. Naše debata bude rozdělena do čtyř tematických bloků, ke každému tematickému bloku vám promítnou sérii fotografií. Ještě než přistoupíme k jednotlivým tématům, tak bych vás na úvod ráda poprosila, abyste se každý jednou až dvěma větami představil a řekl mi, jaký je váš vztah k novinářské fotografii.

MD: Já se jmenuji MD, fotografoval jsem pro ČTK 32 let, fotografií se zabývám od 14 let a nyní už jsem důchodce, který se v ČTK pořád stará o počítače a fotoaparáty, ale sám už rozhodně nefotografuji.

PJ: PJ, agenturního fotografa dělám od roku 1999 nebo 2000, stále s tím živím, stále mě to baví.

RV: RV, jako můj dlouholetý kolega MD pracuji pro ČTK a můj názor na současný fotožurnalismus není úplně růžový jako byl třeba před několika lety, ale fotožurnalistiku mám stále rád. Jak se to bude vyvíjet dál, to záleží na mnoha okolnostech, zejména na směřování společnosti, což se pojí i s tou fotografií.

²⁵⁰ Pozváno bylo osm fotoreportérů, z toho dva na ohniskovou skupinu zapomněli, jeden se omluvil na poslední chvíli, proto byla tato skupina nejméně početná.

MK: Zdravím vás všechny, jmenuji se MK, pracuji v ČTK od roku 1991, 10 let jsem dělal fotoeditora a zhruba od roku 2001 sám fotografuji a fotožurnalismus mě stále baví.

MB: Já se jmenuji MB, novinářské fotografii se věnuji od té doby, co jsem dokončil školu. Rok jsem pracoval ve vydavatelství Mafra, což byl jeden z mých nejhorších profesních zážitků a od té doby jsem na volné noze, spolupracuji převážně s českými médii, ale občas se povede i zahraniční spolupráce.

Mod.: Přejdeme tedy k prvnímu tématu. Fotožurnalismus obecně. Co podle vás vlastně fotožurnalismus je, co to znamená, když se řekne novinářská fotografie a jak aktuálně vnímáte její úlohu v médiích?

PJ: Asi všichni víme, co je to novinářská fotografie, tam je asi důležitá ta její funkce v dnešní době, která je podle mě momentálně zásadní v tom přehršli UGC (*user generated content – pozn. aut.*), těch lidí, co si dokážou dělat ten content (*obsah – pozn. aut.*) sami a my bychom to měli vyvažovat a dávat tomu – když pracuji dejme tomu pro ČTK nebo pro nějaké respektované médium s historií – nějaký etický rámec, měli bychom tu etiku sledovat; dávat tomu zpravodajství, které je teď momentálně hodně na sociálních sítích a hodně ovlivněné těmi lidmi, tak my bychom naopak měli udržet tu etiku na nějaké úrovni, aby se na nás mohli spolehnout, že poskytujeme nestranné zprávy a snažíme se tohle vybalancovat, což samozřejmě není úplně jednoduché, protože všechny ty novinářské outlety (*výstupy – pozn. aut.*) mají ten content vedený určitým směrem, ale i tak bychom se měli snažit ho co nejvíc zvěrohodnit.

Mod.: Vnímáte ten user generated content – obsah vytvářený uživateli – jako ohrožení řemesla fotoreportérů?

PJ: Myslím si, že to k tomu patří, určitě to ohrožení řemesla není, ale musíme s tím nakládat velmi opatrně, korigovat to, nějakým způsobem to kontrolovat. Když to tomu reportování nějakým způsobem pomůže, tak se to dá využít vynikajícím způsobem

nemůže to tomu uškodit; nesmí to převážit tu práci, kterou děláme my teď, ale může to být doplněk.

RV: Posláním by měla být objektivita, pravdivost. Je to práce novináře, aby podával svědectví dnešní doby prostřednictvím fotografií, které se stávají doprovodným k textu, ať už se jedná o ilustrační momentky nebo nějaké příběhy, ucelené reportáže. Smysl to tedy zcela určitě má, vždycky to mělo smysl, jen tedy, jak jsem už říkal ve svém krátkém vyjádření před chvílí, trochu bojuji s tím současným stavem, kdy teda vnímám zahlcení těch různých platforem, kdy se z toho trochu stává taková záplava informací, kdy potenciálně lidé, kteří ty zprávy sledují, se v tom trochu topí. A mám pocit, že kredit novinářské, zpravodajské fotografie bohužel upadá. Nevím, jestli je ten problém v tom, že mám třeba nějakou asociaci, která by ta kritéria určovala, ale už se v tom v poslední době trochu ztrácím.

MD: Já bych k tomu chtěl dodat, že to strašně závisí na tom, v jakém médiu člověk pracuje, podle toho je velice přesně určené, co ten člověk bude dělat – jestli proto, aby se to dobře prodalo, nebo třeba má tu kliku, že dělá v agentuře, kde by měl pracovat opravdu velmi zodpovědně. Hlavně agentura má jednu základní vlastnost, a sice tu, že nemá hodnotit, ale konstatovat „stalo se“, takže to musí být i v té fotografii – nehrát si s informacemi, tudíž ani s obrazem, jako to dělají různé deníky, které jsou závislé na počtu kliknutí, a které z toho mají peníze. Takže ty cesty jsou velice rozdílné.

MK: Já bych k tomu jenom dodal svůj postřeh, myslím si, že obrazové agenturní zpravodajství musí být důvěryhodné. To znamená, že musí být úplně oproštěné od jakýchkoliv manipulací s obrazem, protože to je úplně kardinální. Jakmile někdo zmanipuluje obraz, tak se znevěrohodní a protože našimi klienty jsou média, počítají s námi, tak jako agenturní fotografové musíme být poučení a dodržovat určitá pravidla hry, to je bez diskuzí. Jedno z nich je samozřejmě zakázaná jakákoliv manipulace s obrazem a další věc je, že si myslím, že každá fotografie by měla být opatřena určitým typem popisku. Ten je důležitý proto, aby vysvětloval ten obraz; ten obraz by měl mluvit za sebe, ale agentury vytvářejí poměrně specifické databáze obrazů narozdíl od jiných databází, které si

můžeme prohlížet a ty zpravodajské databáze jsou kroniky doby a já si myslím, že vytváření obrazové kroniky doby je velice důležité. To je jeden z důvodů, proč se toho účastním, protože mně přijde, že to má smysl.

RV: Já bych jenom podotknul, že novinářská fotografie není jenom agenturní. Je jasné, že kde jinde když ne v agentuře by se měla ctít tato pravidla, ale ta by se měla ctít v případě jakékoliv novinářské fotografie.

MB: Já jako neagenturní fotograf se k tomu přidávám taky, já jsem musel podepsat určitý kodex s kterýmkoliv médiem, se kterým jsem spolupracoval a ta samozřejmě spoléhají na to, že ho budu dodržovat, že se nebudu dopouštět nějakých manipulací, že budu přinášet pravdivé obrazy.

Mod.: Chtěla bych se ještě zeptat Michala Doležala, který má ze všech fotografů, kteří tady dneska jsou, nejdelší praxi – jak se úloha novinářské fotografie proměnila, jaký zaznamenala pokrok, posun?

MD: Novinářská fotografie se v první řadě změnila technicky, což jsem teda zažil z první ruky a i její úkoly se výrazně změnily (...) Já jsem nastoupil ještě za bolševika a až od roku 1989 tu práci člověk mohl dělat opravdu s čistým svědomím.

Mod.: K digitálnímu věku obecně mě zajímá, jak často sledujete zpravodajství, na jakých platformách a zdali řešíte zdroj, ze kterého informace, které konzumujete, pochází? Vnímáte přehlčení novinářskými fotografiemi? Zároveň mě zajímá, jestli fotografové z agentur sledují, jaký mají jejich fotografie dosah?

PJ: Sleduji zpravodajství pravidelně v podstatě nonstop na téměř veškerých platformách, moc jsem se teda nenaučil Twitter, i když se to snažím nějak pochopit, ale furt mi to nejde. A přehlčení novinářskými fotografiemi, spíš ne, myslím si, že člověk je spíš přehlčený těmi komentý a články na sociálních sítích. Snažím se sledovat svoji konkurenci, nebo ne ani tak v konkurenci, ale spíš to, co tady fotí ostatní. A na to jestli byly moje fotky uveřejněné, se občas kouknu, ale nepřikládám tomu až takový význam, v poslední době je to taková loterie. Samozřejmě pár

takových (*médií – pozn. aut.*) jako New York Times nebo Guardian, ale i tam už je těch fotografií tolik, že ten výběr není až tak reprezentativní. Dřív jsme třeba hodně sledovali, kde ty fotografie byly vytištěné, v jakých novinách, ale to už je úplně marginální. A ještě bych chtěl říct, že tím, že dělám pro zahraniční agenturu, tak když udělám sebelepší fotku a stojí samostatně, tak nemá ani zdaleka takový dosah jako s nějakým dobrým textem. Práce s tím textem je úplně nedoceníitelná. Jakmile k té fotce není story, tak ta fotka ani zdaleka nemá takový dosah jako bude mít s nějakým textem. Ale to samozřejmě platí obráceně i pro ten text. Takže ta spolupráce s textem je extrémně důležitá, víc než kdykoliv předtím.

MD: K tomu bych měl takovou vzpomínku, bylo období, kdy Česko něco znamenalo, to když jsme měli prezidenta Havla, stačilo, aby v textu pod fotkou bylo slovo Havel a v AP to brali a byl to i docela dobrý byznys. V momentě, kdy zmizel tento pan prezident, tak ta publicita venku je výrazně nižší.

RV: Ten úpadek začal s ekonomickou krizí v roce 2008, od té doby jsme se dostávali do tunelu a my už jako fotografové ČTK děláme primárně pro náš trh. A jak to sledujeme, když to děláte každý den, tak asi úplně nepasete po tom zjišťovat, kde ta fotografie byla na internetu publikovaná, takže je to spíš takové náhodné hledání. Taky se to selektuje podle toho, jestli fotím nějakou větší akci nebo nějakou rutinní tiskovou konferenci.

MK: Pro mě je zajímavé se po nějakých větších akcích podívat na to, jak se k tomu postavili kolegové, kamarádi, protože ta fotografie je mentální záležitost, takže ten názor tam je znát. Nemáme vždy všichni stejné fotografie ze stejné akce, mě zajímá, když se někdo z té hlavní silnice dostává na krajnice, o těchto fotografiích přemýšlím; často jsou to fotografie, které potom mají i nějaký nadčasový význam.

(Následuje diskuze o autorství a použití fotografií v médiích.)

Mod.: Nyní přejdeme k první sérii fotografií, kterou jsem nazvala efektivita fotožurnalismu. Ještě než ty fotografie promítnu, tak by mě zajímala úplně obecná otázka, jestli si myslíte že jsou fotografie efektivní proto, že v příjemcích vyvolávají

emoce? Jestli je mezi tím přímá úměra? A s tím souvisí otázka, jestli je vaším záměrem v příjemcích vyvolávat emoce?

RV: Já jsem třeba teď vyfotil fotografii, která vyvolala extrémní emoce (*fotografie z Velké Pardubické, na níž je zachycen kůň Sottovento pár vteřin před tím, než si zlomil vaz – pozn. aut.*)...

PJ: Já jsem se teď relativně věnoval diskuzím pod tvými (*RV – pozn. aut.*) fotkami i pod fotkami Topiče z Uherského Hradiště (*fotoreportér vydavatelství Mafra Petr Topič udělal reportáž z covidového oddělení v nemocnici v Uherském Hradišti, na kterém zdravotníci pečují o nejtěžší případy lidí s covidem-19 – pozn. aut.*) a nejvíc mě pobavil týpek, který napsal, že to v něm nevyvolává žádné emoce a napsal pod to asi 18 komentářů...

RV: To je široká obec v těch komunitách na internetu, která vůbec neví, co fotožurnalistika obnáší a jaká je její historie, jsou horkokrevní a prezentují tam svoje emoce a v podstatě u spousty těch emocí je vidíte každodenně, ať už se jedná o fotografie z politiky nebo odkudkoliv, a setkávají se tam lidé, jací se tam setkávají. Fotografie by ale v podstatě měly vyvolávat emoce, v celé historii fotografie je vyvolávaly a jednalo se ne „pouze“ o zvířata, jednalo se o lidi, vznikaly ikonické fotografie a ani na ně nebyly tak emotivní negativní reakce, protože byly svědkem té doby. Teď holt je to už jinak možná i tím, že fotografie má čím dál menší váhu, je upozadována a na fotografie je nahlíženo negativně, tak proto i ta široká veřejnost má páky na nás útočit.

PJ: Já to nevidím až takhle, já si myslím, že pořád ta fotografie, ten zamrzlý moment, má i v dnešní době strašnou sílu a pořád má hrozně moc co změnit tím, že vyvolává ty emoce. Takový jednoduchý příklad ještě z migrantské krize, když tam bylo v Turecku na břehu vyplavené tělo toho malého chlapečka, tak to vyvolalo celosvětovou vlnu jednak emocí, ale i činů, které potom následovaly, a to celosvětové upozornění díky té jedné fotografii bylo obrovské. Třeba to video, i když samozřejmě jsou videa, která mají podobné příklady, ale nikdy nebude mít takovou sílu jako ten jeden zamrzlý moment, ať už je to kůň, který se zabije na Taxisu a ať už jsou ty emoce

pro, nebo proti, ať už se s tou fotografií ve finále stane něco na jedné nebo druhé straně, pořád ty emoce budou obrovské a může to být dané jenom tou fotografií a tohle si myslím, že se nezmění a bude to fungovat pořád dál. A většinou to budou fotografie od profesionálů, i když samozřejmě jsou jiné případy, ale většinou ta fotografie musí splňovat nějaké parametry, aby tyhle emoce dokázala vyvolat.

RV: Určitě souhlasím s Petrem a je možné, že to kvůli sociálním sítím cítíme a prožíváme a vnímáme víc. Teď k tomu máme blíž, jak se toho zúčastnit a vnímat i ty osobní útoky.

PJ: Taky možná dřív ty ikonické fotografie nebo ty symboly, to jejich vyznění, bylo jednoznačnější, teď se to dá interpretovat milionem různých způsobů. A samozřejmě ty osobní útoky, to je zase naše práce se od toho dokázat oprostít a ani si nemusíme nic moc obhajovat, ta fotka to obhazuje sama o sobě. Já chápu, že je strašně těžké se do těch diskuzí dál nedostávat a nezabředávat do toho, ale některým lidem to nevysvětlíš, protože tu fotku prostě nejsou schopni pochopit. Ale myslím, že ta fotka sama o sobě bude pořád fungovat.

MD: Já jsem k tomu chtěl dodat jedinou věc, a sice že ty emoce jsou ten největší byznys, ať už pozitivní nebo negativní. Nejvíce je to patrné ve sportu, kde je potřeba, aby jásali nad gólem.

RV: A vlastně fotka, která je diskutovaná a probírá se, je taky dobrá fotka. Čím víc reakcí, tím větší emoce vyvolává a na té fotce v tom okamžiku určitě něco je, proto je diskutovaná.

Mod.: Jaké parametry by tedy novinářská fotografie měla splňovat, aby ty silné emoce vyvolala?

PJ: Ta fotografie musí splňovat mix parametrů, ať je to vizuální zajímavost, emoční zajímavost, barevná nebo černobílá, kompozice a všechno to se musí spojit, aby ta fotka fungovala. Samozřejmě v každé fotce bude převažovat něco jiného a pokud tam bude ta obsahová složka strašně obrovská, tak se dokáže potlačit i to, že třeba

není dokonale technický udělaná, ale ty věci tam musí být nějak namixované. A nejvíc ten mix mají šanci zachytit profesionální fotografové, protože k tomu můžou přidat i řekněme nějaké to vizuálno.

RV: Profesionál je záruka jak obrazové informace, tak toho popisku.

PJ: Jasně, ale když budu jediný člověk, který vyfotí nějakou mimořádnou událost, tak ta fotka sice nebude mít ty ostatní parametry, ale má strašně obrovský ten zpravodajský parametr. Profesionál k tomu mixu dokáže přidat i ty ostatní věci a může tu fotku pozvednout a může se z toho stát tady ten symbol a něco, co ty emoce vyvolá nejvíc.

MK: Se vším souhlasím. Zároveň je potřeba si pořád uhlídat tu pravdivost. Pamatujete si na ten hand out (*dodaná fotografie – pozn. aut.*), na fotografii byla rvačka mezi posádkou člunu a nějakou ochrankou, šlo o převoz potravy někam do Palestiny, ta fotka byla jako hand out předaná do agentury, v agentuře se udělal výřez a na tom výřezu chyběl v dolní části nůž. Takle situace vyvolala ohromnou diskuzi, jestli to byl záměr někoho poškodit nebo to celé posunout jinam, protože ten nůž je tak významný symbol, i když ležel úplně bokem. Takže tohle je myslím velice důležité, mít pořád na mysli, nenechat se strhnout tou situací k tomu, že bych ukázal něco, co by mohlo být zajímavé pro lidi, ale vlastně by to necharakterizovalo tu situaci dobře.

PJ: Já dám jenom takový kontra příklad z letošního roku z Davosu, kde byla Greta Thunberg a africká ekologická aktivistka napravo a náš fotograf ji odřízl a nechal Gretu Thunberg uprostřed a zvedla se strašná vlna kritiky, že to udělal z rasistických důvodů, a že nechce dávat hlas ekologickým aktivistkám z Afriky. Jasně, je to něco, co se nemělo stát nebo minimálně bych vydal obě dvě fotky, ale on to udělal čistě, protože mu šlo o Gretu, ty ostatní dívky podle mě ani neznal jménem. V dnešní době je to těžké a člověk hlavně musí vědět, že dřív nebo později tohleto vyjde na povrch, protože lidé se k tomu ve finále dostanou. V tomhle nám to digitální věk v podstatě ztěžuje, protože se tam dokáže dostat něco, co tam ten fotograf vůbec nechtěl dát nebo to nedělal vědomě. Ale tím, že se ta fotka dá i digitálním věku vyložit tisíci

různými způsoby, tak musíme být ještě opatrnější. A teď nemluvíme o rychlosti, jako spíš o tom, že kolik lidem se to může dostat a kolik lidí to může rozpitvát a dávat tomu různé vyznění. V dnešní rozpolcené společnosti každý uvidí jednu fotku, jeden řekne, že to je tak, druhý, že to je jinak a každý si to vyloží jinak a člověk o tom musí hodně přemýšlet, aby se to nedalo zneužít ani pro jeden směr nebo aby to bylo vždycky obhajitelné. To bychom samozřejmě měli dělat standardně, ale teď musí být člověk ještě opatrnější.

MD: Nejvíce nám zkazila práci rychlost, já jsem se na tom podílel a zjistil jsem, že je to cesta do pekel, protože není důležitá nejlepší fotka, ale všude je ta fotka, která byla první, i když je třeba blbá. Navíc při téhle rychlosti dochází k dělbě práce. Já když jsem fotil, tak jsem si tu fotku sám vybral, sám otextoval a poslal a dobrý, ale teď to pošlu z foťáku, vezme to do ruky editor, ten tam něco ořízne a změní třeba význam té fotky i obsah toho textu, který jsem k tomu dal, takže ten konečný produkt je takový moc demokratický. A výsledek demokracie je vždycky velká průměrnost. Člověk má nějakou představu a podle toho to pošle ven a na konci se diví.

Mod.: Já vám děkuji a nyní tedy přejdeme k první sérii fotografií.

(Následuje prohlížení fotografií a instrukce k vyplňování dotazníků)

Anonym. pozn: Ale my jsme fotografové, my jsme emoční kriplové, takže tohle není úplně pro nás *(smích)*.

Mod.: Jaké emoce se vám nejvíce vybavovali, když jste se na ty fotografie dívali? Co to ve vás vyvolávalo?

RV: Smutek z té doby, vnímám to jako smutnou realitu současného světa. Nakolik do toho vstupuje politika a mocensství, na to asi úplně nedokážu relevantně odpovědět. To téma migrace bylo nejvíce exponované před pěti až třemi lety, to jsme ho nejvíce vnímali z hlediska Evropy, kdy bylo nejvíce aktuální, tak tehdy bych to asi hodnotil silněji než v tomto okamžiku.

PJ: Já jsem to tady zaškrtl někde okolo té šestky u toho smutku, ale víceméně jsem asi trošku lhal. Ve mně totiž fakt těch emocí moc nezanechaly. Jednak si nemyslím, že je to dobrý výběr a druhak je znám a z téhle doby byly daleko silnější fotky. Samozřejmě ta fotka Zátoráka (*Jana Zátorského – pozn. aut.*) je skvělá, fantastická, hned když jsem ji viděl, tak ta si zasloužila vyhrát Czech Press Photo, to bylo ložené, ale ten zbytek ve mně opravdu toho tolik nevyvolal a je pro mě těžké se k nim nějak emočně připnout. Aby mě zasáhla, tak by mě musela nějakým způsobem šokovat a v tomhle tomhle případě mě nešokovalo nic.

Mod.: Já jsem zcela záměrně nevybrala jenom ty nejsilnější, protože to jsou fotky, které se v tom každodenním toku informací objevují; v mediální produkci se neobjevují každý den pouze silné snímky. Cíleně jsem nevybrala jenom fotky, které se staly ikonickými, ale ty, se kterými se příjemci na denní bázi v médiích setkávají, a to nejsou jenom ty nejsilnější. Záměrně jsem vybrala i fotografie, které nejsou zas tak výjimečné, abych zjistila, jestli vůbec můžou mít ještě nějaký emocionální apel.

MK: Já se shodnu s klukama v tom, co řekli. Zaprvé ty fotky taky znám, беру-li tenhle vzorek, tak se mi tam střídali strach a smutek, většinou všechno tak na polovičce, protože mám v paměti taky fotografie z té doby, které byly silnější. Ta Honzova (*Zátorskéh – pozn. aut.*) fotka v sobě ale pořád má něco, co na mě působí, tam to funguje pořád i po letech.

MB: Dal jsem taky strach smutek, v roce 2015 v době té migrační krize, kdy to bylo na pořadu dne, tak je zajímavé si zase takhle zpětně vzpomenout ,jak jsme to tehdy vnímali a to se mi z té doby vybavuje a tu fotografii Honzy Zátorského si samozřejmě pamatuji, což je důkaz toho, že je silná a nějaké ty emoce nese a zaznamenává důležitost té doby a tu informaci.

RV: Já teda musím říct jednu věc, že z hlediska fotografického je ta Honzova nejlepší, ale když tady máme hodnotit ten citový rozměr, tak na mě určitě smutně působí víc to dítě, které tam pláče než nějaká horda lidí.

Mod.: Konkrétně k téhle fotografii plačícího dítěte v jiných (ohniskových) skupinách zaznělo, že to už je emocionální vydírání – jak toto vy vnímáte?

RV: To se nedá objektivně říct. Nevíme úplně, jak ta fotka vznikla, odkud to dítě pochází, jaké jsou souvislosti, to je těžké. Emocionální vydírání to může být, ale taky nemusí.

PJ: Já si nemyslím, že to je emocionální vydírání, malé děti prostě brečí a když jsou v takovéhle situaci, tak brečí několikrát tolik než by brečely normálně.

MK: A to je přesně ono, jestli ten fotograf tu situaci na místě vyhodnotí tak, že tohle je situace, která se opakuje a ta fotografie tam charakterizuje určité děje, tak to tam patří a jestli někdo bude argumentovat proti, že to je citové vydírání nebo že to je tisíckrát použité klišé plačícího dítěte, tak jestliže tam ty děti pláčou a jestli to ten fotograf považuje za důležité to v té skládačce ukázat, tak to tam má být.

MD: Dítě se používá velice často k tomu, aby se dosáhlo nějakých emocí i u úplných blbostí, v reklamě a podobně. To samé pejsek, kočička a hromada jiných rekvizit. Ale tady to asi bylo na místě.

Mod.: Dalším tematickým okruhem je zprostředkování reality. Jsou fotografie efektivní proto, že zprostředkovávají realitu?

PJ: Určitě by se jim mělo dát věřit a chtěl bych, aby se jim dalo věřit. Určitě jsou efektivní, protože by měly zprostředkovávat realitu. A jestli klesá efektivita kvůli snadné manipulovatelnosti? Neměla by. Problém je, že se to děje a těch případů je spousta, naštěstí zase na té druhé straně spousta těch věcí bylo chycených a spousta těch lidí asi hodně lituje toho, že k nějaké manipulaci došlo. Já si myslím, že manipulace s digitální fotkou je hodně zapříčiněna tím, že spousta lidí ani neví, že by dělala něco špatně. Momentálně existuje to, že o sobě lidé tvrdí, že jsou „visual artist“, že nejsou novináři, ale visual artist a zprostředkovávají svoji realitu tak, jak cítí, že by měla vypadat, což si myslím, že je extrémně špatně a spousta lidí to dělá vlastně nevědomky, že nemají ten etický kodex a neznají ho. Stalo se to i u nás v naší

agentuře docela nedávno, kdy tam ten týpek dával fotky na Pulitzery a zjistilo se, že tam vyklonoval kameru, takže takovéhle věci se dějou dost často, ale naštěstí se chytanou, ale dít by se neměly. A myslím si, že ten apel by měl být slyšet odevšud, speciálně seshora od agentur a novin, aby mohli lidé té novinářské fotografie věřit a aby nevznikaly dohady o tom, že to fotograf stejně někde zmanipuloval. To by mělo být číslo jedna, abychom mohli dál fungovat a aby nám mohli lidé věřit.

RV: Bavíme se o novinářské fotografie a tam by to mezi těmi fotografy mělo být jasné. Já třeba učím na střední škole, kde mají předmět fotografii a 90 procent studentů nechápe, proč by nemohlo vygumovat nějaké elementy na té fotografii.

PJ: Když děláš nějaký umělecký projekt, tak proč ne, ale ne když děláš dokumentární nebo reportážní fotografii.

MD: Zprostředkování reality, to je náplň práce agentury.

PJ: Ale to je přesně to, co říká Roman, spousta lidí to neví, ta osvěta víceméně moc nefunguje. Já jsem to zažil, když jsem koukal týpkovi přes rameno, když tam použil ten clone stamp (*klonovací razítko, nástroj na retušování fotografií ve Photoshopu – pozn. aut.*) na nějakou flašku od Pepsi Coly a on říkal, vždyť mi to tam jenom čouhá z toho ramene... Tím chci apelovat na nás, že mi tohle slovo Boží musíme šířit, protože spousta lidí to fakt neví nebo si neuvědomuje to, že to je chyba. Nevím, kde se ta chyba stala, že takoví lidé jsou, možná je to tím, že je těch lidí spousta, rekrutují se z nějakých uměleckých škol, což je v pořádku, ale musí tyhle základy mít a na tomhle se samozřejmě nesmí slevit. A i když jsem zažil i ze strany zaměstnavatele nějaké tlačení do nějakých pózovaček, tak to je pro mě absolutně nepřijatelné a paradoxně to té fotografii může úplně nejvíc uškodit, pokud vám lidé nebudou věřit, že to snímáme tak, jak to je a přesně tak, jak se to stalo.

MK: To je pravda, proto jsem říkal na začátku, že fotožurnalismus zřejmě nedělá moc lidí poučených. Na druhou stranu mám pocit, že někdy hrají roli určité detaily v popisech. Párkrát jsem si v poslední době všiml, že někdo někomu nějak pózoval při focení. V popisku to ovšem zmíněno nebylo, že objekt pózuje fotografovi. To je velice

důležité, i když to vypadá úplně banálně. Většina agentur, jsem si všimnul, používá to spojení, že objekt pózuje fotografovi. Jsou to důležité detaily, které divákovi, pozorovateli dávají jasnou informaci o tom, jak ten obrázek vznikl. U nás často v poslední době vznikají fotografie tím, že nám někdo pózuje. Ta informace pro veřejnost, která se na to nedívá, nerozlišuje, nevidí jestli ta fotka je takzvaně nahraná nebo není tak si myslím, že ten okamžik popisu, že ta fotka se přizná, že je nahraná, že je velice důležitý. Jsou fotografie, které můžou ve veřejnosti vyvolávat pocit, že s nimi někdo nějak manipuluje, že oni si nejsou přesně jistí, co vlastně vidí, jak ta fotografie vznikla, jestli vznikla přirozenou cestou, kdy byl fotograf jenom jako pozorovatel děje, který nějak zaznamenal, nebo jestli do ní vstoupil a vyžádal si na té scéně nějaké dění tak, aby mu to vyhovovalo.

PJ: Říkáš to přesně správně a je to tak a lidi to prostě nedělají a je to samozřejmě na spoustě věcech vidět a poznat. Když někdo někomu zapózuje kvůli fotce a udělá mu portrét, tak samozřejmě s tím není nic špatného, problém je, že samozřejmě spousta lidí tohle používá ve věcech, kdy to není potřeba a je to zbytečné a jenom si tím pomáhají a urychlují si práci.

MK: Já jsem se teď zamýšlel nad tím, jestli můžu někomu bránit v tom, aby něco nějak vyfotil. To nemůžu, ale můžu se třeba snažit tady mezi námi vytvořit takové prostředí, že když někdo něco vyfotí, protože to je objednávka, řekl bych, tak ten člověk když to přizná, tak si myslím, že dá jasně najevo, jak to má působit.

PJ: Já s tebou souhlasím, na druhou stranu si myslím, že bych zašel ještě dál, a to, že jsou momenty, kdy se pózovat nemá, ať je to, co chce, i když bys tam napsal, že pózují pro fotku. Pokud to není portrét někoho nebo pokud vyfotíš dortík s koronáčem (*motivem koronaviru – pozn. aut.*) a ona ti ho takhle ukazuje na podnose a ty tam napíšeš „displays“ (*ukazuje – pozn. aut.*), tak je to v pořádku, ale pokud je to nějaká situace, kterou si jakkoliv nahraješ... Třeba s těmi migranty, zažil jsem, že oni jdou a týpek si je tam otáčí do světla, když tam přechází hranici, jsou tam nějaké majáky a on si je tam otočí do světla a i kdyby tam napsal tisíckrát, že pózují, tak ti lidé by to nikdy v životě neudělali a není to reálné a tím už to v tom okamžiku měníš a není to portrét, je to měnění té dané situace a je to prostě špatně. Ale když půjdeš

fotit portréty migrantů v táboře a řekneš jim, aby se tam postavili tady k té černé tabuli, tak je to samozřejmě v pořádku, to je portrét.

RV: Jsou vlastně takové tři situace, které mohou nastat. První portrét, tak ten je jasný, jdeme fotit nějakého hudebníka, který vydal cédéčko, musí ti to cédéčko podržet a to je z té fotky jasné, že to je pózovačka a nemusíš tam nic psát. Pak je úplný protipól, půjdeš někde venku, uděláš tam žánr ke koronakrizi, půjde tam někdo s rouškou, ty ho prošvihneš v dobrém světle a zavoláš na něj: „pojdte, udělejte ještě jedno kolečko“, tak to samozřejmě neexistuje, to prostě nejde. A pak je něco mezi, což dělá spousta fotografů, že se tam odehrává nějaká situace, třeba uvidí nějakou ceduli a napadne ho, že by to mohlo fungovat a řekne mu: „vemte si ji do ruky tu ceduli“, ale ten dotyčný by si ji sám od sebe do ruky nevzal, takže to je taky špatně.

PJ: Ale to, co říkáš s těmi rouškami, když třeba budeš dělat sérii o rouškách, řekneš tomu týpkovi: „tady je hezký světlo, otočte se“, to je to co říká Michal, tak ano, vyfotíš ho, ale pak tam musíš napsat, že ti pózoval pro fotku a pak je to v pořádku. Děláš sérii portrétů s rouškami, hezké světlo, ale musí to být přiznané, že ten člověk udělal něco, co by normálně přirozeně neudělal.

MK: Prostě že fotograf vstoupil do děje tímhle způsobem, že si něco vyžádal, tohle myslím, že je důležité v téhle době mít jasně nastavené.

RV: Jasně nastavené to můžeš mít, ale záleží na každém, jak k tomu bude přistupovat.

PJ: Ale je důležité, aby to v takových pracech (*v mé disertaci – pozn. aut.*) bylo zaznamenané, já s tím souhlasím.

(Následuje debata o tom, že fotožurnalismus je disciplína, která místy splývá s reality show, role dokumentárního film... PJ se poté omluvil, odchází.)

Mod.: Nyní tedy přejdeme k další sérii fotografií.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Bezprostředně po shlédnutí této série fotografií, co vás k tomu napadá? Michal Doležal už zmínil, že záleží na sympatiích k objektu. Můžete to ještě dál rozvést?

MD: My jsme tady všichni fotili lidi od houmlesů až po papeže... Ale u fotografií politiků není nic, co by mě nadchlo, to je čistá chlebařina. Poslali mě tam, splnil jsem zadání. K těm fotografiím jsem naprosto lhostejný.

MB: U mě ta fotografie Babiše s Prchalem vyvolává nejvíc emocí, u té jsem zatím dal nejvíc křížků, ať už je to strach nebo znechucení nebo smutek a myslím, že je bezvadná. U té fotky Merkelové s Trumpem, jak má ty ruce založené a je to takové gesto nepřístupné, tak ta mi přijde významově naprosto výborná, i když není vizuálně dokonalá a zajímavá. Ta poslední, na které je Greta, ta ve mně nevzbudí vůbec nic. To je pro mě obyčejná fotka, která mi nepřináší nic nového ani zajímavého.

Mod.: Další blok jsem nazvala aktivizace společnosti, nebo přehlčení. Smyslem je zjistit, jestli mají novinářské fotografie potenciál příjemce přimět k nějaké aktivitě, jestli podporují vůli pomáhat, vyvolávají společenskou debatu a nebo právě naopak, jestli způsobují apatii, netečnost, únavu a vyčerpanost. Dřív, než se o tom budeme bavit, tak se napřed podíváme na ty fotografie, aby bylo jasné, co mám pod těmito pojmy na mysli.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Co vás po shlédnutí fotografií bezprostředně napadá? Zařadila jsem do série spoustu fotografií z demonstrací, neboť jich vychází každodenně velká spousta, tak proto mě zajímalo, jak jsou schopny ještě působit a co si obecně myslíte o fotografování demonstrací všeho druhu po celém světě A do jaké míry mohu v příjemcích něco vyvolat.

RV: Na mě ty fotografie s vlajkami nepůsobí vůbec. To máš všude, vlajky a různá hesla. Maximálně ta fotka, kde je ta žena, tak tam jsou víc vypíchnuté ty emoce a přitom i tyhle fotky vidáme dnes a denně, ale co se týče těch vlajek, tak to je pro mě pouze ilustrace té události, sice třeba pěkná s tou vlajkou na té Letné, ale ty emoce to ve mně žádné nevzbuzuje.

MD: Musím říct přesně to samé. Takové ty velké celky se musí udělat, aby byly pro historii zachované, že tam bylo opravdu hodně lidí, ale když se fotí demonstrace, tak se má jít do velkého detailu a ty emoce se najdou v obličejích lidí a v nějaké kombinaci s transparentem, ale jinak je to nuda. Takže ta fotka, na které je zblízka zachycená žena, je pro mě z těch všech nejlepší a také ve mně vzbuzuje nějakou emoci, ale ty ostatní vůbec nic.

Mod.: Nejsou právě tohle fotky, které způsobují nějakou únavu a vyčerpanost?

RV: Samozřejmě, že ano, to bezpochyby, demonstrace se dějou prakticky skoro každý týden, jednou větší, jednou menší...

MD: Ty demonstrace jsou si tak podobné, nuda šed' pro nás, ale musí se to dělat. Moje emoce z demonstrací je ta, že má člověk strach, aby mu nerozbili foťák.

MK: Na mě ty fotografie nijak nepůsobí. Ty fotografie nejsou nějak malebné ani na nich nic nevyčnívá, abych je dokázal nějak hodnotit.

Mod.: A to fotografování nějakých katastrof a neštěstí, ať už je to výbuch v Libanonu nebo povodně v České republice? Zajímalo by mě, jestli podle vás mohou příjemce přimět nějaké aktivitě, typově že když vidí nějakou oblast poškozenou povodní, tak je to přiměje k tomu, aby poslali peníze na nějaký transparentní účet. Jestli ty fotografie mohou příjemce v tomhle směru ještě nějakým způsobem oslovit, nebo ne.

MK: Já s tím nemám žádnou osobní zkušenost, ale nedávno jsem potkal kolegu, který fotil první vlnu covidu v nemocnici a potom mi vyprávěl o tom, že jeho fotky sledovali lidé na sociálních sítích a vyvolalo to u nich sbírku ve prospěch kolektivu na oddělení, kde fotil.

RV: Já myslím, že to záleží na té konkrétní reportáži a dosahu, kam se to vůbec může dostat a v jaké aktuální době se to odehrává. Pokud tady teď Michal zmínil aktuální dobu těch zdravotníků, tak to je ideální doba, kdy ta fotografie potenciálně může vyvolat emoce, potažmo nějakou sbírku. Takže fakt to záleží na době, ve které se nacházíme a když to řeknu hodně nadneseně, jak je ta reportáž in.

MB: Já souhlasím s tím, že fotek z demonstrací a vlajících vlajek je strašně moc a fungují jako jednoduchá ilustrace, že se v té zemi něco děje, ale asi nenesou žádnou vypovídající, respektive emoční hodnotu. K té Letné, já si vzpomínám, že Milan Jaroš měl odtamtud hodně podobnou fotografii, kterou pořídil telefonem a přes noc se z něj stal influencer, protože ukazovala masu lidí, která demonstruje proti Babišovi, tak v určitém kruhu to nějaký dosah mělo, ale i proto, že nás se to týká. Ale třeba ta fotka z Běloruska je pro mě naprosto nudná, ten záběr je naprosto fádni. V těch demonstracích fungují nějaké detaily, nějaké výrazy a emoce lidí, jako v případě té ženy, ale ty další fotografie mě nechávají chladným.

Mod.: Posledním tématem jsou etické hranice. Dříve než se na ty fotografie podíváme, tak by mě zajímalo, jestli pro vás existuje nějaké vizuální tabu a jestli si myslíte, že existuje nějaká hranice toho, kde dejme tomu končí fotožurnalismus a začíná parazitování na neštěstí. Kde vy sami máte ty hranice nastavené?

RV: K tomu můžu navázat, když fotím ty dostihy, už jsme to zmínili, tak mám tady hranice nastavené tak, že když fotím sportovní moment, který je v tom objektivním zpravodajství, tak to považuji za to objektivní zpravodajství, ale třeba v okamžiku, když už ten kůň ležel na zemi a překrývaly ho plachtou, tak to už pro mě za tou hranicí etiky bylo.

MD: Hranice jsem neměl nikdy žádné a pramenilo to z toho, že jsem dělal nějaký čas ve zdravotnictví. Snažil jsem se, abych byl nenápadný, abych nepopudil lidi okolo a rozhodovat, jestli se to bude vydávat nebo ne, to až potom. V daném momentě je důležité to mít a pak až se můžu rozněžnit nad nějakým obrazem, ale když jsem v práci, tak prostě fotím, jsem tam od toho, abych fotil, ať se děje, co se děje. Kdysi jsem nevyfotil chlapa s utrženou hlavou, když se vyboural autobus na Zbraslavi, tak jsem vylezl nahoru nad něj a tam ležel chlap bez hlavy, tak to jsem nefotil, počkal jsem, až když ho odváželi v rakvi. To už jsem věděl, že tahle fotka ven nepůjde, proto jsem to ani nefotil. Hranice je někdy ošidná. Byli jsme fotit v IKEMu, kde operovali srdce a oni nás tam pouštěli na židli fotit to ze shora. Já jsem to vyfotil, šel jsem pryč, šel tam další a tomu se udělalo špatně. Tam je ta hranice, kterou v sobě člověk musí mít nějak vyřízenou.

MB: Já myslím, že to je na každém fotografovi. Já jsem asi nikdy neřešil až takhle vypjatou situace, ale určitě jsem už několikrát vycítil, že prostě fotit nemám a možná je pro všechny zúčastněné lepší, když se prostě fotit nebude, ale je to myslím na nastavení každého člověka. Může se stát, že přijdete o nějakou dobrou fotografii, ale podle mě je někdy důležitější stát se součástí toho, co se tam děje, než tam být jako fotograf.

MK: Já si nepamatuji, že bych se v takové situaci musel rozhodovat, protože si nepamatuji, že bych nějakou takovouhle situaci musel fotit, ale kdyby šlo o nějakou tragédii, tak by pro mě asi bylo důležité vědomí, že určitě existují lidé, kteří mají například k těm obětem nějaký vztah, takže v tom případě oni budou ti, kteří budou trpět, když se to pak bude ukazovat. A teď jde o to, o jakou situaci jde, jestli to utrpení může mít nějaký přesah, že když ho ukážu, může to něčemu pomoci a nejenom ubližovat. Na druhou stranu jsem jel fotit, když Karel Gott oznámil, že má leukemii, tak i když jemu samotnému to nevadilo, já jsem s tím měl problém a měl jsem dilema, ale celé to vyznělo tak, že Karel Gott s tím počítá a je to jenom můj problém.

Mod.: Podíváme se tedy nyní na poslední, velmi krátkou sadu fotografií.

(prohlížení fotografií)

MD: Tahle fotografie (*Exekuce dítěte od Dana Materny – pozn. aut.*) je pro mě víc za hranicí, než ti mrtví na silnici. To jsou živí lidé, kteří tu bolest prožívají naprosto intenzivně. Pro mě je tohle úplně nejhorší, největší horor z toho, co jsme dneska viděli. Ale dokážu si představit, že bych to vyfotil.

Mod.: Šlo by to vůbec ještě dnešní době?

MD: Nešlo, je tam to dítě.

RV: Za pár let se v tomhle, co se týče fotografie, hodně změnilo. Najednou se to bere automaticky, že děti se nefotí, ta společnost to bere. Mně třeba teď během koronakrizy tolik lidí napadalo... Já jsem třeba to dítě ani nefotil, ale vzbuzovalo to pocit, že na té kompozici je. Dalším problémem je: „ukážte mi displej“. Já absolutně nejsem povinen ukazovat displej a tohle se normálně děje, to je běžná záležitost. Ale třeba tahle fotografie (*Maternova – pozn. aut.*) by ještě před několika lety byla úplně v pohodě a teď by ses kvůli tomu mohl octnout v různých žalobách u soudu.

MD: To dítě by muselo mít alespoň čtvereček přes obličej nebo ho mít rozmazaný, teď je to nepoužitelný obrázek.

RV: Teď už skoro nemá smysl být dokumentárním fotografem, smysl toho (*kvůli ochraně osobních údajů – pozn. aut.*) úplně zaniká.

MK: Mě by možná zajímalo, až bude té holčičce takových 18, 20 let a uvidí tuhle tu fotografii, tak bych za ní chtěl přijít a dozvědět se, že ji to netraumatizovalo, ale že jí to pomohlo.

Mod.: A co mrtvý chlapec na pláži?

MD: Ten kluk je mladý, krásný, ale mrtvý, ta kombinace je strašlivá a přesně tohle bude působit na lidi, že se budou nějak chovat. To dítě tam není nějak nedůstojně, takhle to prostě je. Děti jsou to nejcitlivější.

RV: Je to realita, která se stala a tahle fotografii by měla být potenciálním prostředníkem světa, který by mohl být lepší, upozorňovat na realitu, která je. Ale každá skupina si na tom najde něco. Někdo tu fotografii bude vnímat jako hyenismus, jiný jako poselství, ale neexistuje, aby se sto procent lidí v tomhle sjednotilo. Každý má tu etiku nastavenou někde jinde.

Mod.: To je taková hezká tečka na závěr. Já bych vám tedy ráda poděkovala za vaši účast a ještě bych ráda udělala kolečko, kdybyste mi mohl každý říct nějaké závěrečné slovo a říct, jestli vás k tomu tématu napadá něco, co si třeba myslíte, že nezaznělo a zaznít by mělo.

MK: Na začátku jsme se bavili o tom, jestli fotožurnalismus v době digitální má ještě cenu a na mě to všechno dělá dojem, že cenu má, protože ten základ, to znamená sdělování důležitých informací, digitální věk nezměnil. Je to speciální disciplína, nedá se poměřovat s tím, co se zmiňuje na sociálních sítích. Určitě by bylo dobré, aby si lidé tenhle rozdíl uvědomovali. My se musíme snažit fotit srozumitelně a s ničím nemanipulovat.

MB: Já děkuju za pozvání a držím palce s disertací.

MD: Já jsem toho názoru, že je potřeba fotit všechno a pečlivě archivovat, protože některé události z historie je potřeba pouštět pořád, aby lidé věděli, čeho jsou jiní lidé schopní a kdyby se tehdy filmaři a fotografové styděli to dělat, tak o tom třeba teď nic moc nevíme.

RV: Mě každá taková debata nabije pozitivní zkušeností a najednou mám pocit, že to ještě pořád existuje, že o to je zájem, i když jsme samozřejmě úzká skupinka, nebo třeba můžu něco pěkného vyfotit a ještě to nějaký smysl má. U mě to jsou to takové zvláštní výkyvy, ale velké plus určitě je, že jsem v práci mohl poznat lidi, kteří mají velké zkušenosti a jsou vyspělí, takže mě to pořád drží nad vodou. Ale i to, že tu fotku můžu studovat a že se tam dozvídám nové věci, a i tam jsou zajímaví lidé. A jinak ti

taky přeji hodně štěstí při psaní disertace. Tím, že to máš takhle krásně připravené a máš skvělého vedoucího, tak to tě posune ještě na vyšší metu.

Příloha č. 23: Záznam z ohniskové skupiny 5 – přepis

Datum: 9. 12. 2020

Místo konání: Společenská místnost, Ondřejov

Počet účastníků: 9

Popis skupiny: aktivní a pasivní příjemci médií s bydlištěm na maloměstě

Délka: 2:10

Mod.: Děkuji vám, že jste přišli i v této náročné době. Smyslem debaty je zjistit, jestli mají novinářské fotografie, tedy fotografie, které se objevují v médiích, stále ještě potenciál v lidech vyvolat nějaké emoce. Debata je rozdělena do několika tematických bloků a součástí je také vyplňování dotazníků. Na úvod bych vás ráda poprosila, abyste se každý představil a řekl mi, jaký máte k novinářské fotografii vztah.

L: Já jsem L, jsem stavař a k fotce mám vztah... Jako spíš uživatelsky...

Mod.: Co to znamená uživatelsky?

L: Kouknout se na Internetu na nějakou fotku, případně si pod tím přečíst článek, pokud mě ta fotka zaujme. Ale to je tak všechno.

E: Já jsem E, dělám stavební chemii, prodávám, nebo obchoduju s ní. Ale co se týká novinářských fotek, tak co se mi dostane přesně na internetu nebo na časopisu Reflex, tam jsou občas zajímavý fotky, ale jako jinak asi to je všechno.

A: Já jsem A, dělám v médiích od svých 18, takže k tomuhle mám vztah a koukám na to trochu jinak a koukám na to vzhledem k nějakým zkušenostem co se týče téhle fotografie i reportérský a válečný, třeba když jsem byla na nějakým kurzu. Takže koukám vlastně na to z trošku jiného pohledu, než z úplně nepolíbeného.

Mod.: Můžu se zeptat v jakých médiích?

A: Já jsem dělala společnost, hlavně společnost. Ale tak jako není to o tom, spíš koukám na tu kvalitní fotku a spíš mě baví ta reportážina. Takže když pak vidím skutečně kvalitní fotky, tak mi to má víc co říct, než nějaká fotka z večírku.

Mod.: Mě by zajímala navazující otázka, jak se posuzuje kvalitní fotka?

A: Kvalitní fotka je pro mě něco, ve který je něco navíc, co mě osloví. Jako může to být klidně fotka z večírku, ale musí tam být něco... Něco navíc. Něco, co pro mě je zachycení nějakého okamžiku, něco neobyčejného. Ale to, co je pro mě tenhle okamžik, nemusí být pro toho druhého. Ale spíš beru tu kvalitní fotku, že nebude z toho večírku, ale že bude spíš zachycovat nějaký jako, spíš nějaká témata zásadnější.

V: Tak já jsem V. Co se týče fotky, tak si představím třeba fotky od Šibíka, jmenuje se Šibík? Tak to mi přijde dobrý, zajímavý, něco mi to dá. Je samozřejmě otázka, do jaký míry je to pravda, když tam ten člověk nebyl, do jaký míry je to udělaný tak, aby to vypadalo. No a v dnešní době každý média jsou plný fotek. Ale ty fotky mi přijdou, že to někdo vycvakne, ale moc tam takového něčeho navíc není.

Mod.: Je vůbec role novinářské fotky v médiích vůbec ještě důležitá?

V: Tak v určitou chvíli určitě. Když to o něčem vypovídá, tak třeba tady nějaký bulvární foto, jak nafotili Prymulu, to vzbudí emoce a důležitý to je, protože je za tím nějaký vývoj, je to nějaká kauza.

D: Tak já se jmenuju Dominika a učím, jsem teda učitelka. A myslím si, že pro nás, jako pro naši generaci možná ještě fotka něco říká. Ale myslím si, že pro tu mladou generaci už ne. Podle mě chtějí videa a vzhledem k tomu, že se mezi těmi mladými lidmi pohybuju na základní škole, tak prostě... Je to škoda, protože ta fotka má co říct, ale oni se na to vůbec nekoukaj. A co pro mě fotka znamená? Vzhledem k tomu, že se mezi těma dětma pohybuju a být jim blíž znamená vědět, co znamená TikTok a takovéhle věci.. Když někam jdeme, tak chtějí video, prezentace, videoprezentace.. Ale fotka ne.

JV: Já jsem J a jsem dřevák. A co fotka? Já když vidím fotku, že si otevřu ráno zprávy na Internetu, tak mě samozřejmě zaujme titulek, kde je fotka. Samozřejmě nemyslím takovou fotku, kde chybí nějaká ruka, nebo kde je nějaká nahá čubka. Ne, že bych se nechtěl podívat, ale prostě kde je hezká fotka, tak si to vždycky určitě rozkliknu nebo se podívám. Že to přitáhne pozornost, že se na to zaměřím.

J: Já jsem J a jsem kuchař. V podstatě fotka je taková věc... Když se řekne běžná fotka, tak to ve mně vyvolá vzpomínku. Když se řekne žurnalistická fotka, tak je to přesně, jak to řekl tady JV. Když to člověk někde vidí, tak ho to zaujme. Když třeba vidím nějaký článek, u toho je krásná fotka hor, tak si představím, že bych tam chtěl jet, zaujme mě to. Nezajímají mě takový ty fotky těch různých celebrit a takových věcí, protože trochu znám pozadí, který za tím je. To mně prostě přijde shit, to mě nezajímá. Když je tam fotka Jardy Jágra, jak dává gól, tak si ten článek přečtu. Když je to fotka Jardy Jágra s nějakýma ženskýma, tak mě to nezajímá. Takže záleží na tématu.

M: Já se jmenuju M a jsem účetní. A pro mě fotka je jak v běžném životě jako nějaký vzpomínky, tak i v tý novinářský oblasti, protože přesně jak tady říkali kluci, že když je ta fotka kvalitní a něčím zaujme, tak si ten článek přečtu. Když u toho nic není, člověk většinou nemá čas se tím dál zaobírat. Ale ta kvalitní fotka jakoby v člověku nabudí pocit a chuť si ten článek přečíst. A miluju třeba výstavy World Press Photo, protože tam v těch fotkách je hodně emocí a jsou hodně vypovídající. Takže pro mě je fotka důležitá a doufám, že i zůstane důležitá i pro ty mladý, že třeba k tomu časem dospějou. Že zjistí, že ty videa, kde někdo šaškuje nejsou tak vypovídající jako jedna kvalitní fotka.

K: Takže já jsem K a jsem čerstvý strojní inženýr. Já si myslím, že je celkový problém s úpadem kvalitní novinařiny a s tím, že v dnešní době se všechno pohybuje strašně rychle a i ty zprávy konzumujeme strašně rychle. Takže se obávám, že ty fotky se budou používat hlavně pro to, aby byly co nejkřiklavější a zaujaly, protože potřebuje ta stránka podpořit, potřebuje, aby na ni někdo kliknul. A taky nevím, jestli třeba mladší generace dokáže ocenit kvalitní fotku, protože když se fotilo na film, tak si to každý dvakrát rozmyslel, jestli tu spoušť zmáčkne nebo ne. Ale v momentě, kdy tady

kdokoliv z nás může udělat sto fotek během minuty, tak už nikdo neřeší, jestli kompozici nebo tak a myslím, že to trošku upadá nějaké tohle myšlení a oko pro hezkou fotografii.

Mod.: Děkuji za úvodní kolečko, teď půjde o to rozproudit debatu. Jak často sledujete zpravodajství a kde, jestli sledujete zdroje? Jestli třeba i vnímáte nějaký přehlcní téma novinářským fotkama nebo informacemi obecně?

M: Já souhlasím s tím, co říkal K, že je to hrozně rychlý, jak ty informace. Že ta zpráva dřív, když se na trh uvedla nějaká zpráva, tak se o ní nějak diskutovalo, řešila se. Dneska když přijde nějaká zpráva do médií, pokavad to není koronavirus, a na druhý den o tý zprávě nikdo neví a nemluví. Takže mě v tý informatice strašně děsí tahleta rychlost.

JV: Souhlasím s tebou.

M: Nejenom ta rychlost, jak se ta informace...

JV: No, nestíháš. Vem si, že za dopoledne, za hodinu se změní takových věcí během chvíle a je to jen díky tomu, že prostě...

J: Já bych řekl, že je to taková otupělost vůči těm médiím obecně. Dá se říct, že v těch médiích je polovina těch informací je nekvalitních, nebo více než polovina třeba nebo nějaký procento, nevím, je nekvalitních. Všichni chtějí mít senzaci, prostě hrozná senzace, titulek, prostě strašná senzace, a pak v tom článku chybí nějaký obsah nebo je tam obsah takový plytký. Ty lidi jsou otupělí vůči těm médiím. Dřív když se něco stalo, třeba první teroristický útok. Dneska prostě támhle zase někde na trhu přejede nějaký lidi a ti lidé už to vnímají tak jako když v těch médiích napíšu, že někde mrzne. Když přejeli první na vánočních trzích, tak to všichni brali jakože hrozný, všichni o tom diskutovali. Dneska o tom už nikdo ani nediskutuje, dneska už je to taková samozřejmost.

M: No protože dneska tou rychlostí tuhle informaci přehluší zase nějaká další informace.

V: Tak protože to je on-line, tak těchto akcí, že někdo někoho přejede, je na světě milion za den, všechny je máš, tak proč by se tomu někdo věnoval.

Mod.: Takže člověk už nemá kapacitu vstřebávat?

K: Já třeba těch zpravodajství nesleduju tolik, takže se necítím zahlcený. Já spíš vnímám jako největší problém, odkud ti lidi ty informace berou a že se je nikdo neobtěžuje je ověřovat. To znamená v dnešní době většina nebo spousta lidí bere svoje zprávy z Googlu, z hlavních stránek prohlížečů, z Facebooku. Ale to jsou všechno zprávy, které prošly nějakým personalizovaným algoritmem proto, aby se jim líbily. Takže dochází jako k polarizaci společnosti, protože si každý žije ve svojí bublině a vlastně nevyhlídne vůbec na tu druhou stranu. A pořád mu přijíždějí další a další zprávy, který se mu budou líbit. Takže se názorově strašně rozdělujeme jako společnost.

Mod.: Je tohle něco, co vnímá i ta starší generace?

A: Mně hodně vadí, hodně mi vadí, fakt neskutečně mě to vytáčí vyplácávání takových těch výkřiků, který nejsou vůbec podložený žádným zjišťováním si informací. Prostě někdo vykřikne: „Ten to dělá, protože z toho něco má!“. A já říkám, na jakém základě? Někde si to přečetl, někdo mu to řekl? A říkám, jako jak to víš, že to tak prostě je? Takže mně vadí absolutní, nulové, neověřování si informací. Dát si s tím teda tu práci, jestliže mě teda něco takhle jako nadzvedne, tak aspoň chtít vědět – a je to teda vůbec pravda, zakládá se to na nějakým základu? A aspoň se tím trochu zabývat, když už je to takový téma. To mi strašně vadí, že teď vládne světu fake news a lidi nemaj vůbec zapotřebí si ověřit, jestli to je pravda, nebo není. A co mně ještě víc děsí je to, že nejenže když se bavíme o novinářský fotografii, tak se zpětně dozvídáme, že novinářský fotografie, který byly oceňovaný, jsou nějakým způsobem

upravený. A je to jedno, jestli byly upravený za účelem, že tam bylo přidáno trochu kouře nebo něco jiného. Ale že prostě ten zásah je prostě zásah a vlastně se nedá věřit ani fotce. A v tuhle chvíli, ještě přeskočím, se nedá věřit ani filmu jako videím. Takže teď jsme vlastně v době, kdy i ta novinářská fotka je jako co? V tuhle chvíli nic?

V: Tako pokavad tam člověk nebyl při té události, tak ve svý podstatě nemůže říct, že má relevantní informaci.

Mod.: K manipulaci se ještě dostaneme. I v mediálních vědách se dnešek označuje jako doba postfaktická.

D: Ale ono i když jsi u nějaký té události, tak je to strašně subjektivní. Jsou dva lidi na stejným místě, koukají na stejnou věc. Jeden má radost a jeden je naštvanej. Protože koukají na fotbal, jeho tým vyhrál, ten nevyhrál. Takže je to strašně subjektivní.

Mod.: Hezký oslí můstek. Jsou novinářský fotky efektivní, protože vyvolávají emoce? Záleží na úhlu pohledu člověka. Tak jestli obecně se dá říct, že novinářské fotky působí, protože nějak oslovují emoce, nitro?

A: Tak od toho se dělají... Nemyslím fotku, že támhle někdo vyfotí Babiše na tiskovce. To je reportáž taková... Když беру opravdu poctivou novinářskou fotografii, který, jak říkám já, tady nevidím, nebo jich je málo. A to mě třeba mrzí, že není kde vidět opravdu kvalitní věci, opravdu kvalitní reportážní fotografii. Tak když vlastně je ta fotka udělaná, že má někoho vzít za srdce, tak od toho ji ten fotograf dělá. Protože on si tím potřebuje vydělat, potřebuje vlastně ji prodat, takže v jeho zájmu je udělat fotku, která osloví v první řadě tebe, protože ty jsi fotoeditorka, ty si musíš říct „kurňa, to je pecka, to tam dám,“ že jo. Takže vlastně on už jde za tím, že tam za tím něco musí najít a jde mu prvoplánově o to, aby tam měl někde utrženou nohu nebo dítě mrtvý, takže tak. Ta emoce tam musí být každopádně zamýšlená z jeho strany.

J: Obvykle byla fotka vybrána, aby z toho měl prachy. Takže celej svět se točí kolem prachů a ženskejch.

V: Kdy to vyvolá emoci? Když je tam nějaký násilí, když je tam něco vzrušujícího a to je prvoplánovité. A když mně něco nepatří do těchhle kategorií a má to zaujmout, tak by to mělo být dobře nafocené, aby tam bylo něco navíc, aby si toho člověk všiml.

JV: Ale co to je za fotky? Že má někdo v náručí mrtvý dítě, zastřelený dítě! To zrovna mě... Ale když jich uvidíš sto za den...

J: Ale to jsou přesně ty fotky. Když se to vezme ke sportu, třeba dostihy. Zajímají někoho dneska rovinový dostihy? No nezajímají. Protože tam nikdo nespadne, tam padá minimum koní. Všechny zajímá Velká pardubická, dva mrtví koně na Taxisu. A pak se vyvolává emoce a lidi o tom mluví. Ale kdyby nebyly ty dostihy, tak by nebyly ani ty koně. Ty koně maj špičkový život, protože jsou to špičkoví sportovci, o který je dobře postaráno. A ty lidi zajímají takovéhle věci, kde se stane nějaká nehoda, je někdo mrtvý, takže takové ty věci, kde něco hezkého, kde je nějaký kvalitní zážitek, třeba sport, to lidi zajímá daleko méně než to, že se tamhle někdo zabil, že tam je mrtvý kůň.

L: Tak taky záleží na cílové skupině...

V: Ale hlavně záleží na tom tématu. Konkrétně ten Prymula mně přijde jako důkaz toho, co je fotka schopná ovlivnit. Ve své podstatě taková prkotina, že někdo v nějaké své pozici...

Mod.: Moc děkuji za obecný úvod a nyní je čas na dotazníky a první sadu fotografií.

A: Jednička s tebou nic nedělá, desítka tě zvedne ze židle...

(prohlížení fotografií)

Mod.: Bezprostředně po zhlédnutí těch fotek mě zajímá, co to ve vás vyvolávalo jako celek která fotka vás zaujala nejvíc a proč?

A: Nejsem cynik, takže mě to nějak zasáhlo, ale zatím žádná tragédie, v zásadě to už nejsou fotky, kde už bych se nějak zhroutila.

J: Všem těm co přijdou bych dal těžkou práci na minimálně rok nebo dva a když by tu těžkou práci dělali, tak skutečně byli někde v ohrožení života a budou rádi, že mají někde práci kde jim nic nehrozí a že bude postaráno a jejich rodiny. Ale oni by tu práci nedělali, protože jsou to ekonomický migranti.

Mod.: Dokáže tohle téma ještě nějak zaujmout?

A: Ne, už to přejedeš nějak ve zprávách...

M: Já si myslím, že takovými fotkami už jsou lidi přehlčení. To uprchlické téma už určitě spoustu lidí nezajímá.

Mod: Je nějaké téma, které dokáže ty emoce ještě vyvolat?

E: Když vidíme nabité nemocnice, že tam ti lidé leží na zemi teď s tou korunou, tak asi jo... Ale je to samozřejmě taky přehlčené.

V: U té fotky s tím dítětem mi přijde, že strašně jednoduché to nafingovat.

K: Třeba u téhle fotky to samo o sobě bez toho kontextu nemá žádný význam. Nemusí to být uprchlík, může to být týpek z Filipín který se zrovna vynořil z moře a narodilo se mu dítě.

D: Já jsem u té první fotky napsala znechucení, protože už toho mám dost, protože už je toho moc a mně přijde, že už se fotí... Představte si, že tam takhle stojíte a takhle jsou tam ty lidi a vy to v klidu fotíte.

M: Trochu to přišlo jako nějaký přiblblí fotbalový fanoušci...

A: Mně osobně žádná z těch fotek nepřesvědčila o tom pocitu, když jsem na ni koukala a ten popisek mě nijak nepřekvapil.

J: Pro mě jediná fotka, které věřím, je ta, na které jsou ty radující se ženy.

Mod.: Další blok jsem nazvala zprostředkování reality. Dá se fotkám věřit a umocňuje emoce autenticita?

K: Myslím si, že spouště lidem je to jedno, dokud to podporuje nějaký narativ, který chtějí slyšet.

V: Já mám subjektivně nějaký svůj výběr médií, kterým věřím víc a když to pak vidím někde jinde a úplně mi to nesedí, tak s tím třeba nesouhlasím.

A: Já si potom novinářskou fotkou pořád představuji toho reportéra, reportážní fotku. když se člověk podívá na nějaké weby, tak tam jsou fotky politiků... Co tam taky mají vymýšlet, je to spíš nějaká ilustračka, aby k tomu rozhovoru byl nějaký obrázek. Ale novinářská fotka je pro mě třeba Standa Krupař, to, co dělá Reportér, co třeba dělal Reflex a na co už tady nejsou peníze a co má skutečně nějakou hodnotu. Třeba to někde je a nějaké pěkné fotky jsou, ale tak, jak to vnímám já, tak takových fotek už moc není.

D: Já třeba nekoukám ani tak na tu fotku jako spíš na ten titulek. Když mě ten titulek zaujme, tak si to přečtu, ale jestli tam fotka je nebo ne, tak to mě moc nezajímá.

V: Já v poslední době čtu taky spíš headliny a ten když mě zaujme, tak jdu dál a ve své podstatě ta fotka tam buď je nebo není a je mi to jedno.

A: Já bych řekla, že 90 procent lidí ta fotka vůbec nezajímá, že vůbec nechápou, že by jim mohla něco říct. Jak jsme se tady na začátku bavili, že ta doba je strašně rychlá, tak si myslím, že to je pro nějaké fajnšmekry. A další věc je dostat to v tištěném médiu a nebo to mít online. V tom onlinu si to ani nevychutnáš, zatímco doma když to budeš prohlížet, když ti přijde ten Reportér magazín, tak to je prostě

úplně jiné level. Jenže to je přesně ono, to jsou ty skupiny lidí, které když si předplatí Reportér magazín, tak předpokládám, že to je přesně to co oni chtějí, dokážou ocenit tu fotku, ale běžný uživatel, který to prostě jenom prolétne, tak proč mu to tam servírovat a utrácet za to peníze.

V: Mně přijde, že se ty kvalitní fotky přesunuly do úplně jiné sféry...

Mod.: A věříte tomu, že to, co vidíte na té fotce, je pravda?

J: Já bych řekl, že většina fotek má vyvolat takovéto "Ježišmarja, to je strašný"...

V: Je to o důvěryhodnosti zdroje.

Mod.: Nyní se tedy podíváme na další sadu fotek.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Co ve vás fotografie vyvolávají a co vás bezprostředně po shlédnutí této série napadá?

J: Já už tohle prostě posílám pryč. Tady z toho bude akorát znechucený n***** a místo toho půjdu radši s kamarády na kolo. Když se tím člověk bude zabývat, politikou a takovými věcmi, tak si řeknu prostě s***** a radši to vypouštím.

A: Ta fotka s tím Donaldem (Trumpem - pozn. aut.) je pro mě nejvíc zajímavá, protože by mě zajímalo co si ti lidé ve skutečnosti myslí a nutí mě to přemýšlet a komu by kdo v tu chvíli skočil po krku, je taková tajemná.

Mod.: Obecně, vyvolávají ve vás ty fotografie ještě nějaké emoce a na čem vůbec záleží, aby je vyvolávaly?

V: Tahle (Babiše s Prchalem - pozn. aut.) ve mně třeba vyvolává velké emoce...

D: Ale třeba kdyby to byla fotka z Japonska, tak je to úplně jiná emoce.

A: Nemůžeš to oddělit.

V: Může to být štěstí, ale když ho nesnášíš, tak je to prostě hrozný.

JV: Hlavně když ho znáš a víš, co je zač, tak ta emoce je přesně z toho důvodu. Většinou lidí je z toho na blití.

M: Asi kdyby tohle viděl někdo z nějaké jiné země, třeba z toho Japonska, tak to v něm vyvolá úplně v jiné emoce než v nás.

V: Mám tam hněv a znechucení, ale kdybych to neznal, tak to bude radost, štěstí.

(Následuje dlouhá diskuze o Gretě Thunbergové...)

A: Pro mě osobně je ta fotka nijaká, jediný, co bych řekla je, že je tam nějaká holka, která se tváří hnusně a je mi odporná. Ten její výraz v očích je zlý, tam je zlost, ale jinak je pro mě ta fotka nulová.

Mod.: Přejdeme k dalšímu blogu, který jsem nazvala aktivizace společnosti nebo přehlčení. Zajímá mě, jestli ty fotky můžou lidi podpořit aby se zvedli z gauče a šli něco dělat, ať už demonstrovat nebo jít někam pomoci třeba obětem nějakých katastrof nebo někam přispět, anebo jestli naopak už je toho tolik, že už to s nikým nějak nehne a nebo jestli něco mezi. co si o tom obecně myslíte?

M: Já si myslím, že jsme si teď v praxi ověřili, že fotky opravdu vyvolávají společenskou debatu...

A: Já si myslím, že určitý typ lidí můžou fotky přimět k aktivitě, typově fotky, které ukazují nějakou bídu, neštěstí a asi tragédii. Hodně si myslím, že to bude cílit na ženské, že celkově jsou ženské víc empatické, chlapi tohle zdaleka tolik neřeší. Takže si myslím, že jestliže nějaké fotky si budou prohlížet ženy, ať už to budou děti, zbitý,

ublížený, podvyživený, tak z 90 procent pokud to s někým pohne, pošle někam peníze, půjde někam pomáhat, tak to bude ženská a nebude to muž.

D: Taková ta bezmocnost. Myslím si, že v tom dítěti a v tom zvířeti vidíme tu bezmocnost.

Mod.: Nějaký konkrétní příklad té aktivity, která by se dala vyvinout?

A: Já si třeba dovedu představit nějaké dítě z kojenáku a někoho to může vybudit k tomu že do toho kojeneckého ústavu bude chodit, bude tam pomáhat, odnese tam nějaké věci, přispěje... Dítě je třeba připojené na nějakých přístrojích poté, co vyhořel, tak nějakou konkrétní pomoc. Charitativní sbírky.

K: Třeba ty protesty, když třeba někdo vidí toho Babiše a tu jeho samolibou radost, tak ho to pak může přimět k tomu, aby třeba na tu Letnou šel proti němu demonstrovat...

Mod.: Nyní se tedy podíváme na další sadu fotek.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Opět, co vás napadá bezprostředně po zhlédnutí těchto fotek? A která z nich vás zaujala nejvíc proč?

M: Bejrút, protože mi přijde absolutně absurdní, že se něco takového může stát.

A: Je to apokalyptický, mně to v první chvíli připomnělo Černobyl.

K: Ono to má s tím Černobylem něco společného tím, že je to zanedbání nějakých bezpečnostních pokynů...

A: Ve mně ta fotka vyvolává bezmoc a beznaděj.

M: Že vlastně ti lidé s tím neměl nic společného a přitom je to zasáhlo strašně moc. nemohli to absolutně nijak ovlivnit.

L: Přitom nějaká firma se na něco v***** a, když to řeknu takhle naplacato.

A: Ještě mě napadá, že když se na tu fotku podíváš, tak si v první chvíli vlastně vůbec nevšimneš těch aut ani těch hasičů... Takže si pak uvědomíš, jak obrovský o to bylo a o to větší ve finále ta katastrofa je.

Mod.: Přimělo by vás to k tomu, abyste třeba do toho Libanonu poslali nějaké peníze?

A: Věřím, že to někoho chytne za srdce, ale já v tomhle mám takový... Jak je to za hranicemi, je to hrozný, ale není to pro mě až tak hrozný, že bych měla potřebu někam poslat peníze.

J: Tak je to nějaká lokální věc v nějakém lokálním státě, ten stát by si svým způsobem měl pomoci sám. Druhá věc je, že když je nějaká takováhle humanitární sbírka, nějaká humanitární pomoc, tak jsem přesvědčený, že ne všechno, co se vybere, se k těm lidem dostane. Já to беру tak, že to je nějaká tragédie někde, ani to nezlehčuju, ani se tomu nevysmívám.

Mod.: A co fotky z demonstrací?

L: Naprosto nic, nula.

M: Já nejsem typ, který by šel někam demonstrovat.

E: Jsou lidi, kteří jdou demonstrovat jenom z nějakého principu, jenom že ta demonstrace je, protože nemají žádné jiné zájmy.

A: Ale tak chápu, že třeba v Bělorusku je potřeba jít demonstrovat. Tyhle fotky mě třeba za srdce nevzaly...

V: Tak my jsme tady v roce 89 chtěli nějakou změnu, tak oni taky chtějí nějakou změnu, akorát že my jsme už daleko, tak my se na to koukáme třeba stejně jako se tenkrát Rakušáci koukali na nás.

A: Ale pochopitelně fotka se starou běloruskou vlajkou mně vlastně nějak nechytne u srdce, kdežto fotka z Letné, kde ještě navíc člověk byl a uvědomil si tu sílu toho davu, který měl jednu myšlenku, tak tahle fotka pro mě osobně je strašně vypovídající. Člověk pak cítí nějakou hrdost, pospolitost, je pyšný a šťastný, že se sebralo tolik lidí a šlo vyjádřit svůj nesouhlas. Takže tahle fotka funguje, ale funguje hodně proto, že jsme tam byli.

M: A funguje i kompozičně.

K: Když jde o fotky demonstrací, tak si nedovolím cítit něco, dokud neznám to pozadí za tím.

V: To je to, jak říká A, že na té Letné byla, tak si to s něčím spojí, s nějakou zkušeností, ale z jakékoliv části světa, kdes nebyl a neznáš ten kontext... To ve své podstatě můžou být slavnosti někde ve Španělsku nějakých toreadorů skoro, když to přeženu.

A: Třeba ta fotka z Mexika na mě působila tak, že se srotily matky, že nechtějí vakcinaci.

K: Třeba tahle fotka, když umí člověk španělsky, tak má vypovídající hodnotu i bez toho popisku, protože tam člověk pozná z těch transparentů, o co jim jde.

A: No jenže v zásadě s nikým nepohne. Kdyby tam byla fotka znásilněné ženské, tak je to úplně něco jiného. To je strašný, ale je to tak.

Mod.: Tím se dostáváme k poslednímu tématu, a tím jsou etické hranice. Existuje pro vás nějaké vizuální tabu?

L: Já ty hranice asi nemám, ale představuju si třeba pozůstalí těch lidí, o kom se to píše nebo koho je ta fotka, tak že oni na to musí koukat úplně jinak než kdokoliv z nás, koho se to netýká. Tam bych tu fotku třeba nedal. Já třeba nemám problém s tím se na tu fotku dívat, ale měl bych ji problém tam dát.

V: Ale je to podle mě otázka času, když třeba koukáme na nějakou věc, která nám přijde nepřístojná a nechceme se na to koukat, ale když se na to budeme koukat třeba rok, dva, tři, tak nám to pak bude připadat normální.

M: To je dané historicky. Dřív, když žena odhalila kotník, tak to byla necudnost a dneska už vidíš úplně všechno a všem to přijde normální.

A: Mně třeba přijde, že když vidím nějaké válečné fotky z Afghánistánu, tak to se mnou tolik nedělá, jako by dělalo, kdyby se to stalo tady.

V: Protože se tě to netýká, je to daleko a je toho moc. Když se řízneš, tak to bolí a vidíš to. Ale když je to fotka a těch fotek jsou tisíce denně, tak v podstatě začneš být vůči tomu podle mě imunní.

M: Ale třeba fotky z koncentračních táborů ve mně pořád vyvolávají silné emoce.

A: To znamená, že ta etická hranice té fotky není.

K: Ta etická hranice by neměla být stanovená tou fotkou, ale tím, co jsou lidé ochotni dělat a co se může stát. Když třeba mluvíme o té válce, tak tam to někdo udělal, takže potom když to někdo vyfotí, tak ta etická hranice není v té fotografii, ale v tom, kdo to udělal.

A: Pro mě je míň etické šmírovat, dělat bulvárního šmírala lidí, kdo se s kým kde schází a uveřejňovat to v časopisech, to je pro mě za hranicí etiky, na rozdíl od toho, když kvalitní fotograf jde po kvalitní fotografii, kterou zvěční realitu. Kdyby nebyly ty fotky z těch koncentráků, tak vlastně nevíš, co se děje hrůzu, stejně tak jako když nevyfotíš naprosto tragickou bouračku, tak nevíš, co se děje za hrůzu. Ale když to

vyfotí nějaký jouda mobilem, tak tomu nefandím, fandím tomu, že to má dělat s tím, že ví, proč to dělá.

JV: Ono jde taky o to jak se ta fotka prezentuje, jak se zveřejní, to si myslím, Mně je strašně důležitý a pak se na to taky nějak jinak kouká.

V: Ta etická hranice je podle mě proměnlivá s dobou, se společností...

JV: Záleží na vlastní zkušenosti, na čase.

K: A na oblasti, jestli to je bulvár nebo z války. A myslím si, že silný příběh se dá vyprávět i fotkou bez hromady krve, že se ta válka dá zobrazit i jinak.

M: Pro mě je třeba emotivní, když vidím třeba někde dětskou botičku...

Mod.: Přejdeme tedy k poslední sadě fotek.

(prohlížení fotografií)

Mod.: Co vás bezprostředně po zhlédnutí těch fotek napadá a myslíte si, že je důvod pro to, aby byly ty fotky uveřejněné?

A: Minimálně si myslím, že je to pro rozvíření nějaké diskuze, upozornění na problém.

V: Ale hraničí to s nějakou soudností, jestli jo, nebo ne. Pro mě už je to za hranicí nějakého dobrého vkusu. Na základě téhle fotky změnit politiku příjmu uprchlíků jenom proto, že to je hrozný? To je špatně.

A: Já neříkám, že máš změnit politiku, ty chceš o tom začít nějak mluvit a nějakým způsobem o tom diskutovat a donutit lidi, aby začali debatovat a řešit problém. A jestliže se to doted' nepovedlo A povede se to díky téhle fotce...

V: Touhle fotkou podle mě akorát rozdmýcháš vášně, protože někdo řekne, že je musíme vzít a někdo, že ne, že to je fake, tak je sem vůbec nepuštěme.

M: Pro mě to je bezmoc. Je na tom děsivý i to, že když si představím dítě spící v postýlce, tak spí v téhle poloze.

V: Za mě je to manipulativní.

L: Ale je to nehumánní.

K: Taky záleží na tom, jak se pak graficky zpracuje třeba na těch titulních stranách novin.

JV: Pak má ale sílu ten text pod tím.

A: Za mě určitě publikovat, jako varování.

M: Jako varování, ale ne jako senzaci.

J: Tady jde o to, že musíme znát celý ten příběh...

A: Ale to je jedno, zemřelo to dítě a jestli rodiče měli být na lodi, nebo ne, je jedno, pořád to bylo dítě, které za nic nemohlo.

V: Mně na tom vadí, že je to spojené s těmi uprchlíky, mně to smrdí s tím uprchlickým problémem, který tady Evropská unie má.

J: Je to byznys s uprchlíky a byznys neziskovek.

V: Na druhou stranu, když se něco nebude publikovat, tak o tom nikdo nebude vědět.

Mod.: A co ta druhá fotka?

A: Ta je pro mě nejhorší ze všech, co jsme tady viděli. Tady to dítě není mrtvé, tady myslí a když si to představíš, co se děje...

D: To je varování pro všechny matky.

A: Já to беру tak, že ta matka je ráda, že díky tomuhle snímku se začalo díť strašně moc věcí, kdyby to ten fotograf nevyfotil, tak jí nepomůže nikdo, nikdo se o to nebude zajímat, takže pro mě tohle určitě není za hranicí.

V: Já vidím dva lidi, kteří se tahají o dítě, neznám to pozadí, to dítě může křičet, že nedostalo zmrzlinu. Ale je to k nějakému článku, kde je popsáné, co za tím bylo, jaký je ten příběh.

K: Mně přijde jako problém, zvlášt' u těch dětí, že ta fotka z toho Internetu už nikdy nezmizí, ta tam bude navždy. Ta fotka na tom Internetu neexistuje ve vakuu, všechno je to spojený...

V: Pro mě to už zavání tím, že zasahuješ do soukromí toho jedince.

A: Na druhou stranu, kdyby ti rodiče nechtěli, tak tam ti novináři ani nejsou.

Mod.: Dostáváme se do závěru. Ráda bych udělala závěrečné kolečko, jestli byste mi mohl každý říct, co jste si z toho odnesli a pokud máte pocit, že něco nezaznělo, tak to prosím řekněte.

K: Já myslím, že ty fotky mají svůj význam, strašně moc záleží na tom, v jaké oblasti to je použité a jakým způsobem je ta fotka použita. je tam strašně moc prostoru proto ji použít špatně a možná o něco méně prostoru proto ji použít dobře a dá se o tom očividně napsat celá disertační práce, takže se nedivím, že to není jednoduchý problém, že se nedá říct, jestli má smysl nebo nemá smysl, ale že to je důležité se tím zabývat a snažit se nastavit nějaká etická pravidla a obecně nějaké mechanismy, jak to zpracovávat, ale vždycky to bude na nějakém osobním uvážení toho člověka a na jeho posouzení, jestli bude nebude uveřejněná a co je správně a co je špatně.

M: Já si myslím, že se sám tady tou diskuzí potvrdilo, že ta fotografie má stále svůj význam, už jen to, že to v nás vzbudilo hodně emocí a myslím si, že jsme se museli zamyslet nad spoustou problémů, který s těmi fotografiemi nesouvisely, takže pro mě fotografie ano, rozhodně má velký význam. A souhlasím s tím, že je strašně důležitý úhel pohledu, jak se na tu fotku dívat a jak ji zveřejňovat, že se z toho dá udělat silný příběh i hyenismus.

J: Nějaká fotka zachytí ten daný okamžik, ale už nám nedává to, co je předtím, co je potom, je tam nějaký takový okamžik a k tomu když je v nějakém médiu ten text, který to ovlivní, ale ono to ve finále může být úplně jinak, takže já už těm fotkám tolik nevěřím. Takže dokud to nevidím a neznám, tak mě to nechává klidným, protože si říkám, že každý v té novinářině chce udělat nějakou senzaci a chce upoutat tím titulkem a řekl bych, že tak je to asi ve všech oborech. Určitá část je nějaká seriózní a nějaká slušná, ale to zase nezaujme nějakou větší část té veřejnosti, tudíž se ta informace tolik neprodává, jako když je to, jak já říkám ve zkratce, nadneseně “ježišmarja, to si musíme koupit, tyhle noviny”. Takže vždycky se to někdo snaží nafouknout o nějaké takové to něco, co z toho třeba v mých očích udělá totální s*****.

JV: Myslím si, že opravdu hrozně záleží na tom, jak tu fotku kdo prezentuje, jaký je k ní text a v jaké chvíli. Vůbec nezávidím tomu, kdo tu fotku má vybrat pro tu danou chvíli nebo pro tu danou věc.

D: Já si říkám, že od teď se budu u všech článků, které si budu chtít přečíst, dívat na ty fotky.

V: Já si myslím, že ve zprávách by ta fotka měla být doplňující věc k tomu článku a pokud v sobě bude mít něco navíc, tak to něco řekne a pokud to bude nějakým způsobem korespondovat s tím textem, tak se to dá dát nějak do souvislostí. A pokud si člověk řekne, že to tak nějak asi bylo nebo si to ověří, tak se tomu pak dá věřit a může to mít nějakou váhu. Pokud o tom nejsem přesvědčený, tak i fotka toho mrtvého dítěte na pláži může působit jenom jako fotka. Pokud tomu začnu věřit, tak

tam přijde nějaká ta emoce a přijde tam k tomu to, že si z toho člověk něco udělá, že si řeknu, že to je hrozný, nebo to je super, ale pokud tomu neuvěřím, tak je to ve své podstatě nic.

A: Mně přijde, že to možná moc prožíváme, protože obvykle, když se koukneme na cokoliv, na fotku, tak asi u toho nepřemýšlíme pět minut, jak moc se tomu dá věřit a tak dále, takže vlastně věřit se nedá fotce, věřit se nedá ani tomu textu, tak to by pak nebylo smysl nic. Nikomu se nedá věřit. Pro mě je novinářská fotka dílo, pro mě je ten, kdo to umí, mistr a doufám, že tohle nezmizí, protože kolikrát ta fotka, jen prostě ten její message, dokáže víc než nějaký sáhodlouhý článek pod tím, který vypráví tatínek nebo maminka téhle Sary a nedá se vlastně věřit ani jednomu. Pro mě ta fotka, která je nad tím, je mnohem víc než to, co je pod tím, protože vidím neštěstí té holky.

E: Pro mě je důležitá solidnost toho zdroje té fotky, čemu se dá věřit a čemu ne, s tím souvisí to, aby byla doplněná kontextem, aby člověk poznal tu souvislost a pak je to efektivní.

L: Ta fotka je pro mě nad tím článkem důležitá k tomu, jestli si ten článek přečtu nebo ne, protože těch fotek a těch článků je strašně moc, jenom ten výběr, tohle si přečtu, tohle si nepřečtu, tak na té fotce hodně záleží.

Mod.: Mokrát vám děkuji.