

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá žánrovým očekáváním od reklamní fotografie v časopisech od roku 1970 do současnosti. Záměrem teoretické části diplomové práce je charakterizovat reklamní fotografii a porovnat ji s jinými fotografickými žánry jako novinářskou, dokumentární či uměleckou fotografií, protože každý z těchto žánrů charakterizují jiné módy a každý s sebou tak nese výrazně jiná očekávání. Pozornost je tedy věnována zejména kompozici fotografie v rámci těchto jednotlivých žánrů. V souvislosti se srovnáním reklamní a novinářské fotografie se však zaměřuji taktéž na předpisy, které tyto žánry omezují. Dále je cílem této práce zmapovat hranice žánru reklamní fotografie a s využitím konkrétních příkladů znázornit, jaké jsou při tvorbě reklamních fotografií využívány stereotypy, předsudky a normy a jak to dopadne, když se poruší. Nicméně v teoretické části se zabývám také tím, co znamená pojem ilustrační fotografie a kde se tento pojem používá. Praktická část diplomové práce si klade za cíl díky výzkumné metodě kvalitativní analýzy objasnit, co očekávají čtenářky lifestyleových magazínů od reklamní fotografie v těchto časopisech a jak může být jejich očekávání narušeno.

Klíčová slova

Reklamní fotografie, ilustrační fotografie, mluvící metaobrazy, žánrové očekávání, multimodalita, Oliviero Toscani, Gunther Kress, William J. T. Mitchell.