

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra žurnalistiky

Magdaléna Rejžková

**Pojetí portrétu v současných českých
časopisech**

Bakalářská práce

Praha 2008

Autor práce: **Magdaléna Rejžková**
Vedoucí práce: **PhDr. Alena Lábová**
Datum obhajoby: **2008**

Bibliografický záznam

REJŽKOVÁ, Magdaléna. *Pojetí portrétu v současných českých časopisech*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2008. 61 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Alena Lábová.

Anotace

Tématem bakalářské práce „*Pojetí portrétu v současných českých časopisech*“ je stav žánru fotografického portrétu na současném českém časopiseckém trhu. Práce se zabývá teoretickým vymezením žánru portrétu, jeho různými podobami, spornými otázkami, které se ho týkají, a vývojem českého portrétu po roce 1989. Na základě těchto teoretických poznatků potom aplikuje obrazovou analýzu různé typy českých časopisů (společenský Reflex, zpravodajský Týden, suplement Magazín DNES, lifestylový Elle a magazín pro ženy Chvilka pro tebe). V jednotlivých vzorcích zkoumá v jakém počtu, v jakých rubrikách, případně v jaké podobě se portrét vyskytuje. Část analýzy je zaměřena i na fotografické osobnosti pracující v časopisech. Cíl práce je odpovědět na otázku, proč se liší pojetí portrétu v každém časopisu od ostatních a jak souvisí typ časopisu s podobou portrétu.

Annotation

The bachelor thesis „*Approaches to the Medium of Portrait in Present-day Czech Periodicals*“ deals with the present state of the genre of photographic portrait on the Czech magazine market. It defines the genre of portrait, its various forms, its evolution after 1989 and some controversial questions connected to it. On the basis of these theoretical conclusions it applies the picture analysis on various types of Czech magazines (Reflex, the social one, Týden, news magazine, the supplement of the daily Magazín DNES, life-style Elle and women's magazine Chvilka pro tebe). It analyses on individual patterns how many portraits are there in each section and in which form. A part of the analysis is devoted to photographers working in magazines. The thesis tries to reveal the reasons why the conception of one magazine is different from the others, how the type of a magazine influences the conception of portrait.

Klíčová slova

Fotografie, česká fotografie, fotožurnalistika, portrét, časopisy, žánr, Reflex, Týden, Elle, Chvilka pro tebe, Mladá fronta Dnes

Keywords

Photography, czech photography, photojournalism, portrait, magazines, genre, Reflex, Týden, Elle, Chvilka pro tebe, Mladá fronta Dnes

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 20. 5. 2008

Magdaléna Rejžková

Poděkování

Děkuji PhDr. Aleně Lábové za podporu a trpělivost a dále všem lidem, kteří obětovali svůj čas a poskytli informace napomáhající vzniku této práce.

Obsah

OBSAH	7
1. ÚVOD	9
1.1. MOTIVACE VÝBĚRU TÉMATU	9
1.2. CÍL PRÁCE.....	9
1.3. METODOLOGICKÝ POSTUP	10
2. PORTRÉT – FOTOGRAFICKÝ ŽÁNŘ	11
2.1. CO JE PORTRÉT.....	11
2.2. DĚLENÍ PORTRÉTU	12
2.3. REPORTÁŽNÍ PORTRÉT	12
2.4. SPECIÁLNÍ DRUHY PORTRÉTU	13
2.5. TEORETICKÉ PROBLÉMY	14
3. VÝVOJ PORTRÉTU PO ROCE 1989 U NÁS	15
3.1. VÝVOJ FOTOGRAFIE PO ROCE 1989 U NÁS.....	15
3.2. PROMĚNY FOTOGRAFICKÉHO PORTRÉTU PO ROCE 1989.....	16
4. ANALÝZA PORTRÉTU V JEDNOTLIVÝCH ČASOPISECH	19
4.1. PORTRÉT V ČASOPISU REFLEX	19
4.1.1. <i>Informace o titulu</i>	19
4.1.2. <i>Výskyt fotografického portréту v časopisu</i>	20
4.1.3. <i>Titulní strana</i>	20
4.1.4. <i>Aranžovaný portrét</i>	21
4.1.5. <i>Reportážní portrét</i>	24
4.1.6. <i>Ilustrační portréty zpravodajského rázu</i>	27
4.1.7. <i>Význam portréту v časopisu Reflex</i>	27
4.2. PORTRÉT V ČASOPISU TÝDEN	28
4.2.1. <i>Informace o titulu</i>	28
4.2.2. <i>Výskyt portréту v časopisu Týden</i>	28
4.2.3. <i>Titulní strana</i>	29
4.2.4. <i>Reportážní portrét</i>	30
4.2.5. <i>Reportážní portrét zpravodajského rázu</i>	33
4.2.6. <i>Význam portréту v časopisu</i>	33
4.3. PORTRÉT V MAGAZÍNU DNES.....	35
4.3.1. <i>Informace o titulu</i>	35
4.3.2. <i>Výskyt portréту v časopisu</i>	35
4.3.3. <i>Titulní strana</i>	36
4.3.4. <i>Aranžovaný a reportážní portrét</i>	37
4.3.5. <i>Význam portréту v Magazínu DNES</i>	40
4.4. PORTRÉT V ČASOPISU ELLE	41
4.4.1. <i>Informace o titulu</i>	41
4.4.2. <i>Výskyt fotografického portréту v časopisu</i>	41
4.4.3. <i>Titulní strana</i>	43
4.4.4. <i>Aranžovaný portrét</i>	44
4.4.5. <i>Módní portrét</i>	46
4.4.6. <i>Výtvarný portrét</i>	47
4.4.7. <i>Ilustrační portrét</i>	48
4.4.8. <i>Význam portréту v Elle</i>	48
4.5. PORTRÉT V ČASOPISU CHVILKA PRO TEBE	50
4.5.1. <i>Informace o titulu</i>	50
4.5.2. <i>Výskyt fotografického portréту v časopisu</i>	50
4.5.3. <i>Titulní strana</i>	50
4.5.4. <i>Emotivní portrét</i>	52
4.5.5. <i>Ilustrační portrét</i>	53

4.5.6.	<i>Význam portrétu ve Chvilce pro tebe</i>	54
5.	ZÁVĚR	55
6.	SUMMARY	58
7.	SEZNAM OBRAZOVÝCH PŘÍLOH	59
8.	SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY	60
8.1.	KNIŽNÍ PRAMENY.....	60
8.2.	ELEKTRONICKÉ ZDROJE	61
8.3.	ROZHOVORY A KONZULTACE.....	61

1. Úvod

1.1. Motivace výběru tématu

Téma bakalářské práce jsem si vybrala proto, že jsem portrét shledávala vždy nejzajímavějším ze všech fotografických žánrů. Bavilo mě pozorovat lidi, jak se tváří, jak se chovají a co to vypovídá o jejich charakteru. Vždy mě zaujalo, když jsem viděla fotografii člověka, který byl tak věrně, nebo zajímavě, zobrazen, že mě hned zaujal a měla jsem pocit, jako bych ho osobně znala.

Žánr fotografického portrétu hraje v novinách a časopisech klíčovou roli. Píše se a vždy se bude psát především o lidech, proto je jisté, že jejich zpodobení musí být jednou z hlavních náplní obrazové části tiskovin. Stejný člověk ale může být představen několika způsoby, proto mě zajímalo, jak portrét pojmají různé české časopisy. V dnešní době je již ve fotografii povoleno téměř vše. Cenzura skončila s rokem 1989 a česká veřejnost si postupně zvykla i na kontroverzní snímky. Fotografové přešli na druhou stranu během přelomu tisíciletí k používání digitálních fotoaparátů a počítačových technologií, mají možnost si tedy fotografii upravit podle své vize. Mohou tak vznikat nejrůznější typy portrétů. Otázkou je, zda časopisy tuto tvůrčí svobodu využívají a jak se odráží v pojetí portréту.

1.2. Cíl práce

Na základě teoretických východisek o portréту, zamyšlení nad jeho stavem v poslední době u nás a analýzy vybraných časopisů by tato práce měla vysledovat, jaká různé přístupy k pojetí portréту můžeme v současné době v českých časopisech nalézt. Předpokládáme, že budou různé, otázkou však zůstává proč. Portrét zůstává jedním z nejfrekventovanějších fotografických žánrů, může tedy nabývat mnoha podob. Cílem práce je určit, kde a proč se jaké pojetí portréту vyskytuje a jaké faktory ho ovlivňují. Na základě výsledků analýzy bychom v závěru měli zjistit, zda současný portrét v časopisech přináší něco nového, nebo jen navazuje na již zavedené přístupy.

1.3. Metodologický postup

Pro analýzu jsem zvolila raději časopisy než noviny, protože více využívají barev a prostoru a pravé místo fotografického portrétu je v nich. Pro zkoumání jsem si vybrala pět českých časopisů (Reflex, Týden, Elle, Chvilka pro tebe, Magazín Mladé fronty Dnes), které představují pět různých druhů již zavedených tiskovin a každý využívá fotografie (v tomto případě speciálně portrét) specifickým způsobem. Každé periodikum má jiného majitele, aby nedošlo k analýze dvou titulů s totožným fotografickým oddělením. V zájmu aktuálnosti jsem sledovala vybrané časopisy v roce 2007 a v prvním čtvrtletí roku 2008. Toto období považuji za dostatečně dlouhé, aby mohlo přinést obecnější závěry. Fotografie v jednotlivých číslech jsem podrobila obrazové analýze, do níž jsem zahrnula všechny portréty, kromě těch na reklamách a inzertních plochách. Při analýze byla věnována značná pozornost i titulní straně, která představuje specifický druh portrétu. U každého čísla byly vždy sledovány stejné ukazatele, aby mohly být v závěru srovnány s ostatními časopisy. Sledovala jsem, kde a v jakých rubrikách se portrét v časopise vyskytuje a jakého je druhu. U každého titulu jsem se speciálně zaměřila na výskyt portrétu na titulní straně, a také na osobnosti, které pro časopis fotografují. Analýza je podpořena příklady, které demonstrují charakteristiky portrétu v daném titulu.

Analýza byla provedena na základě studia odborné literatury a jednotlivých čísel vybraných titulů a spolupráce s pracovníky jednotlivých redakcí.

2. Portrét – fotografický žánr

Podobně jako existují žánry psaných útvarů v tisku, i žurnalistická fotografie může nabývat několika podob. Novinářská fotografie obecně přináší obrazové zpravodajství o jevech, které se vážou na aktuální dění. V odborné literatuře lze najít několik způsobů jejího dělení. Někdy se hovoří o fotografických žánrech *zpravodajských* (ty jsou objektivní a neautorské, např. obrazová zpráva, agenturní aktualita, věcná ilustrace, fotografická glosa) a *publicistických* (ty představují autorské výpovědi o realitě, např. fotoreportáž, fotofejeton, reportážní portrét, titulní strana)¹. Jiní autoři² vyčleňují tři základní skupiny: fotografii *reportážní a publicistickou, dokumentární a naučnou a obrazovou*. Všichni však uvádějí, že ne každou fotografii lze zařadit do jedné kategorie a žánry se často mohou překrývat.

2.1. Co je portrét

Jedním z nejfrekventovanějších žánrů, který má mezi ostatními poměrně přesně dané vymezení, je portrét. Praktická encyklopedie žurnalistiky³ nazývá portrétem: „*zpodobení člověka, jedno z nejstarších témat ve fotografii. V novinářské praxi je užíváno především zobrazení lidské tváře, v níž se odrážejí duševní život i povahové vlastnosti člověka, dále polodetail postavy s využitím gestikulace rukou a mimiky obličeje nebo celá postava v prostředí, v němž fotografovaný žije nebo pracuje.*“ Dále se uvádí, že portrét se nejvíce vyskytuje „*na titulních stranách deníků i časopisů, jako součást rozhovorů, jako fotografická ilustrace k materiálům beletristického typu nebo jako emocionálně působivá součást fotografických příběhů.*“ Z této charakteristiky vyplývá, že portrét najdeme častěji v časopisech než v denním tisku, protože tam je možné více využít barev i většího prostoru. Zároveň patří mezi publicistické žánry, které jsou v periodikách více zastoupeny než v denním tisku. V obou případech může mít portrétní fotografie několik funkcí: informační (podává čtenáři obrazovou informaci o člověku, o kterém pojednává

¹ Takto rozlišuje žánry Alena Lábová ve skriptech Základy fotožurnalistiky II.

² Máme na mysli Ludvíka Barana v knize Teorie novinářské fotografie.

³ Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha : Libri, 2002. 240 s. ISBN 80-7277-108-6

text), ilustrační (nepodává informaci o daném člověku, ale za jeho pomoci „jen“ doprovází téma v textu), estetickou, výchovnou, grafickou atd.

2.2. Dělení portrétu

Portrét můžeme dále dělit podle různých kritérií:⁴

- 1) podle kompozice, způsobu záběru (detail, polodetail, polocelek, celek)
- 2) podle podílu autora na konečném obraze (autorský, neautorský)
- 3) podle volby zobrazované osoby (portrét osobnosti, autoportrét)
- 4) podle počtu zobrazovaných osob (individuální, dvojportrét, skupinový)
- 5) podle techniky zpracování a stylu (dokumentární, reportážní, ilustrační, reklamní, módní, výtvarný, oficiální, dějový, dramatizační, rodinný, umělecký atd.)

Nad různými pojetími portrétu se zamýšlí i Petr Jedinák, fotograf časopisu Reflex, ve své knize *Cesty k portrétu*⁵. Nabídl originální dělení, které vychází z jeho profesní praxe. Na základě fotografování známých osobností vidí možnosti zpracování portrétu z pohledu autora jako podobenku, kompozici, titulní stranu, akci, gesto, detail, součást exteriéru, odraz a siluetu, interpretaci, manipulaci nebo sebereflexi. Přesto uvádí, že jednotlivé kategorie se překrývají a během své práce jich vždy vystřídá několik.

2.3. Reportážní portrét

Specifickým případem v tisku je zejména portrét reportážní, kterým se zabývala většina teoretiků novinářské fotografie. Ti ho v první řadě odlišují od „obyčejného“ portrétu: *„Zdá se, že rozhodující pro rozlišení bude způsob zobrazení: zda fotograf zachytí pouze vnější podobu portrétovaného nebo bude umět do výrazu*

⁴ Vlastní dělení autorky práce na základě prostudované literatury.

⁵ Jedinák, Petr. *Cesty k portrétu*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2004.

portrétovaného promítnout to, co povrchnímu zobrazení unikne: charakter, povahu, osobní vlastnosti.“⁶ „Obyčejný“ portrét je často nazýván statickou podobenkou, neboť slouží pouze k zobrazení tváře a identifikačním účelům. Reportážnímu portrétu se naopak říká „portrét na pochodu.“⁷ Je dynamický a nese určitý příběh, který je jasně čitelný a sdílný. Jeho specifikem je autentičnost. Portrét není nikdy aranžovaný, vždy vzniká v přirozeném prostředí, aby měl fotografovaný možnost volného pohybu a fotograf mohl zachytit jeho bezprostřední reakce, přirozená gesta, mimiku i povahové rysy. Tento předpoklad vyzdvihuje Ludvík Baran⁸: „Reportážní portrét nesmí být dramatinován ani autorem, ani objektem. Napětí má vyplývat ze situace, z události. Největším nebezpečím pro styl reportážního portréta je pouhá popisnost, pasivní záznam podoby, bez hnutí v obličeji, bez gesta, bez napětí. Reportážním portrétem není a nikdy nemůže být režírovaný výraz či děj, třeba je v exteriéru a nese znaky reality.“ V reportážním portrétu se nejčastěji využívá detail obličeje, který nese určitý výraz, ale protože snímek vzniká v přirozeném prostředí, může fotograf do obrazu zakomponovat i předměty osobě vlastní, které ji také charakterizují.

2.4. Speciální druhy portréta

Kromě reportážního portréta lze v tisku často narazit na speciální druhy portréta. Alena Lábová uvádí např. *portrét typu*⁹. Ten nezobrazuje konkrétní osobu, většinou známou, ale naopak neznámého člověka, který svým vzhledem, rysy a vlastnostmi představuje „typ“ jedince s charakteristikami pro určitou společenskou skupinu či vrstvu. Portrét typu se tedy nemusí vázat na aktuální dění a časopis ho může použít vícekrát, např. pokaždé, když bude psát o tématu týkajícím se dané společenské skupiny.

Lábová dále vyčleňuje tzv. *emotivní portrét*, který se v časopisech často vyskytuje. „*Jeho úkolem je vyvolat u diváka emocionální reakci...Nejčastějším*

⁶ Lábová, A. Základy fotožurnalistiky II. str. 40

⁷ Tak ho označuje Ludvík Baran.

⁸ Baran, L. Teorie novinářské fotografie. str. 23

⁹ Lábová, A. Základy fotožurnalistiky II. str. 42

*námětem emotivního portrétu jsou mladé dívčí tváře jako symboly radosti, optimismu, víry v budoucnost nebo krásy.*¹⁰

Emotivní portrét se často objevuje na titulních stranách magazínů. Právě s těmi si mnoho teoretiků neví rady. Lábová i Baran se shodují v tom, že titul není fotografickým žánrem v pravém slova smyslu. Jelikož se na něm ale hojně využívá portrét, budeme ho v této práci stavět na úroveň portrétu uvnitř časopisů. Titulní strana je v podstatě reklamou na časopis, proto má svá specifika a i na nich je zajímavé sledovat, jak každé periodikum zachází s portrétem na titulu vlastním způsobem.

2.5. Teoretické problémy

K teoretickým poznatkům patří i sporné otázky v oblasti fotografického portrétu. Jednou z nich je například to, do jaké míry je možné zobrazovaného zachytit podle představ autora. Někdy se může stát, že fotograf má svoji vizi, kterou nechce opustit a portrétovaného stylizuje do nepřírozené polohy. Zobrazovaný pak může být překvapen, když vidí svůj portrét v časopisu, na kterém však není jeho „pravé já“, přestože se může jednat o zajímavou fotografii. Tyto portréty vypovídají více o autorovi než o portrétované osobě.

Druhou otázkou je, co vše ještě můžeme považovat za portrét. Petr Jedinák nazývá jeden druh svých fotografií *Portréty jako abstrakce*. Na těch se často zobrazovaná osoba vůbec neobjeví a charakterizuje ji jen prostředí, stíny, případně věci, které jí patří nebo které vytvořila (např. umělecká díla umělců). Z výše uvedené definice portrétu by toto zajisté do portrétu spadalo, co jiného vypovídá o povaze člověka lépe, než věci, kterými se obklopuje a které tvoří? Je však otázkou, zda by podobný portrét „prošel“ i na stránkách českých novin a časopisů. Zřejmě nikoliv. Umělecké ztvárnění fotografie ještě nenašlo v tisku své místo.

Filozofičtější otázku nastiňuje Ludvík Baran. Ptá se, zda můžeme portrét považovat za věrohodný, zachycuje-li pouze zlomek života jednoho člověka. Tento problém by se však týkal celé fotografické disciplíny, proto si i Baran sám

¹⁰ Lábová, A. Základy fotožurnalistiky II. str. 42

odpovídá, že portrét samozřejmě smysl má, protože zachycuje sice jediného člověka, ale v kontextu přesně daných historických a sociálních podmínek.

Výše zmíněné otázky mají obecnější charakter a týkají se portrétního jako takového. V oblasti novinářské fotografie se nabízejí ještě další. Novým fenoménem spojeným s moderní dobou je úprava fotografií v tisku. Ta se samozřejmě týká i portrétní, proto se v analýze jednotlivých časopisů budeme snažit zjistit, do jaké míry se v nich portréty upravují.

3. Vývoj portrétního po roce 1989 u nás

3.1. Vývoj fotografie po roce 1989 u nás

Dosud jsem se zabývala portrétním pouze teoreticky. Pro následující analýzu ale bude potřeba nastínit i vývoj českého portrétního v naší zemi po roce 1989, neboť v této době došlo k několika podstatným změnám, které ovlivnily dnešní fotografii.

Před rokem 1989 lze těžko mluvit o kvalitní novinářské fotografii. Vedení deníků i časopisů byla omezována cenzurou, proto se uvnitř čísel nacházely jen popisné fotografie bez snahy vyjádřit nějakou myšlenku. K pořízení lepších snímků neměly redakce dostatek technických a finančních prostředků, a hlavně odvahy. Fotořadové se stali obyčejnými „řemeslníky“ novin a časopisů a fotografovali pouze to, co jim bylo dovoleno, nebo dokonce naříděno shora.

Zlom, který nastal po sametové revoluci v roce 1989 v české fotografii se snažili zachytit Vladimír Birgus a Miroslav Vojtěchovský, kteří v roce 1996 připravili výstavu s názvem *Jistoty a hledání v české fotografii*. V katalogu¹¹ k výstavě se stejnojmenným názvem zmiňuje Birgus několik hlavních změn, které nastaly v průběhu 90. let. Hlavní z nich bylo zrušení cenzury a otevření země do zahraničí. Fotořadové získali tvůrčí svobodu a chtěli ukázat světu, že i přes čtyřicet let izolace nesmí být česká fotografie zapomenuta. Na počátku 90. let proběhlo několik velkých fotografických výstav, nakladatelé horlivě vydávali

¹¹ Birgus, Vladimír, Vojtěchovský, Miroslav. *Jistoty a hledání v české fotografii 90. let*. Praha : KANT, 1996.

monografie známých českých i světových fotografů, vznikaly nové fotografické časopisy a vedle FAMU, AVU a VŠUP se zrodilo několik soukromých fotografických škol. Vladimír Birgus podotýká, že „počáteční euforie ovšem brzy narazila na řadu především ekonomických překážek.“¹² Myslí tím na jedné straně úbytek skutečných zájemců o fotografii z řad publika (kvůli rozdělení republiky na Českou a Slovenskou i předchozímu přecenění zájmu o fotografii) a na druhé straně především prudký vzestup cen spojený s nástupem kapitalistického trhu. Ceny fotografického vybavení rostly, proto některým známým fotografům nezbyvalo nic jiného než se fotografií začít živit naplno. Kvůli tomu ale už nemohli fotografovat jen témata jim blízká, ale museli přijímat i komerční zakázky, převážně z oblasti módní a reklamní fotografie.

S tím úzce souvisí i změna v oblasti technologií. Stoupala jejich cena, ale i kvalita a možnost jejich praktického využití. Na počátku 90. let černobílá fotografie definitivně ustoupila do pozadí a výrobci materiálů se snažili neustále vylepšovat barevné technologie. Tato snaha vydržela do konce tisíciletí, kdy analogové přístroje začaly rychle ustupovat digitálním fotoaparátům. Dokonce i zapřísnění odpůrci digitálních technologií museli nakonec svůj názor na ně přehodnotit a uznat jejich nutnost. Můžeme říci, že v dnešní době je již používají všichni fotografové, alespoň ti, kteří pracují pro média, neboť jsou nezbytným prostředkem pro rychlé získání fotografie i jejímu následnému zpracování.

3.2. Proměny fotografického portréту po roce 1989

Samotný portrét zaznamenal v 90. letech značný rozvoj. Jak již bylo uvedeno, jednou z příčin byla komercializace trhu, který si žádal reklamní fotografie využívající portrétu. Druhým důvodem byl i vznik nových časopisů a novinových titulů, které mohou portrét využít v několika rubrikách. Přesto nezůstalo jen u těchto dvou proudů a mnoho autorů se vydalo jinou cestou, která vedla mimo reklamní i novinářský portrét. Někteří z nich začali experimentovat, nebo se pokoušeli o nové přístupy. Birgus a Vojtěchovský zařadili do své výstavy např. portréty Ivana

¹² tamtéž, s. 40

Pinkavy, které nazývají „*autoreflexivními symbolickými autoportréty autora*“¹³ se znaky „*symbolismu a dekadence*,“¹⁴ které mají „*existenciální obsah a filozofickou hloubku*“¹⁵. Portrétovanými osobami jsou lidé neurčitého pohlaví, často nazí, kteří nepředstavují konkrétní osoby, ale slouží k vyjádření myšlenek a pocitů autora. O méně kontroverzní portréty, experimenty se zobrazením lidské tváře, se pokoušeli Pavel Hečko (soubor *Sestry a Dvojčata*) nebo Jiří David (soubor zrcadlově spojených polovin obličeje *Skryté podoby*), který již ke své práci využil počítačové technologie. Mnoho fotografů se také inspirovalo nově objevenou zahraniční fotografickou produkcí. Ojedinělým projektem u nás, který však navázal na práci Richarda Avedona nebo Augusta Sanderu, byl i sociologický soubor portrétů *Český člověk*, který vytvořila trojice absolventů FAMU Ivan Lutterer, Jan Malý a Jiří Poláček. Jiná fotografka, Veronika Bromová, bývá někdy přirovnávána k Cindy Sherman, autorce inscenovaných a konceptuálních fotografií upravených počítačem. Inscenované fotografie se mimo jiné dostaly do popředí i díky dvěma dalším významným představitelům 90. let Janu Saudkovi a Tonu Stanovi.

Pro tuto práci je však nejpodstatnější, jaký portrét se objevoval v časopisech a novinách. Lze tvrdit, že po roce 1989 se portrét stal nejfrekventovanějším žánrem v tištěných médiích, proto se mu věnovalo mnoho autorů. S přibývajícím léty jejich počet ještě rostl, zvláště s rozvojem digitálních technologií a s nástupem doby, kdy fotografovat může téměř každý. Kvalitní fotografové přesto nezůstali ve stínu a, přes snadné ovládání digitálních přístrojů, platí dodnes, že dobrému fotografovi nestačí jen drahé vybavení. Špičkoví portrétní fotografové pracující pro časopisy a noviny se tedy rozdělili zhruba na dvě skupiny - někteří se mimo portrétu zaměřili na reklamní a módní fotografii, což se odráželo i v jejich pojetí portrétu, jiní naopak ctíli tradice „klasické“ fotografie a preferovali umírněnější portrét s důrazem na odhalení nitra duše portrétovaného. Zdeňka Kovářiková zařadila ve své bakalářské práci¹⁶ o osobnostech fotografického portrétu v časopisech do první skupiny (fotografové tvořící inscenované portréty stejnými prostředky jako v reklamě) čtyři autory – Davida Krause, Jiřího Turka, Salima Issu a Štěpánku

¹³ tamtéž, s. 44

¹⁴ tamtéž, s. 44

¹⁵ tamtéž, s. 44

¹⁶ Kovářiková, Zdeňka. *Současná portrétní fotografie v českých časopisech*. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2006.

Steinovou. Všichni tři fotografují celebrity pro lifestylové časopisy svérázným způsobem. Snaží se co nejvíce využívat barev, světel a dalších ateliérových prostředků, aby dosáhli co největšího efektu. Jejich portréty působí skutečně jako reklama na danou osobnost, která má především zaujmout, i za cenu vytvoření umělých podmínek. Proto bychom mezi ně mohli počítat i mladší fotografy z oblasti módní a reklamní fotografie, jako např. Standa Merhout nebo Tomáš Beran. Autoři reportážního portrétu se naopak snaží o zachování co největší autenticity a vybírají si prostředí, které je fotografovanému blízké. Kovářiková vidí několik hlavních představitelů tohoto proudu, např. Jana Zatorského, Ondřeje Pýchu, Herberta Slavíka nebo Petra Jedináka.

Někteří z fotografů 90. let si již ale své „odfotili“ a dnes se již věnují jiným činnostem (Jiří Turek např. odcestoval roku 2002 do USA, pro české časopisy pracuje již jen externě), proto si v následující analýze můžeme klást otázku, zda jsou zde noví portrétisté, kteří se snaží o moderní přístup a mohou nahradit odcházející fotografy, nebo jdou časopisy naopak cestou, kterou vyšlapali průkopníci v 90. letech.

4. Analýza portrétní v jednotlivých časopisech

Pro analýzu portrétní jsem si vybrala pět současných časopisů, které se na českém trhu vyskytují již několik let. Na základě typologie časopisů jsem tituly zvolila tak, aby každý z nich představoval specifický typ časopisu se svou cílovou skupinou čtenářů: společenský týdeník Reflex, zpravodajský časopis Týden, příloha celostátního deníku Magazín DNES, lifestylový časopis Elle a magazín pro ženy Chvilka pro tebe. U každého z nich jsem sledovala všechna čísla za rok 2007 a první čtvrtletí roku 2008, konkrétně, kde a v jaké podobě se v nich vyskytuje portrét. Doplňující informace mi poskytli pracovníci jednotlivých redakcí.

4.1. Portrét v časopisu Reflex

4.1.1. Informace o titulu

Prvním analyzovaným periodikem je časopis Reflex, neboť fotografický portrét v něm zaujímá zcela výsadní postavení, které jinde na českém časopiseckém trhu nenajdeme. Reflex je společenský týdeník, který vychází od dubna 1990. O tři roky později ho koupilo švýcarské vydavatelství Ringier ČR, kterému patří dodnes. Vydavatelé na svých stránkách časopis charakterizují slovy: *Reflex přibližuje přemýšlivým čtenářům aktuální témata a zajímavé osobnosti naší doby a zprostředkovává nový úhel pohledu na svět a životní styl*. Nabízí publicistické články ze světa politiky, kultury i společenského dění. Z obecné definice je možno vyčíst (především díky slovům přemýšlivý, zajímavé, nový úhel pohledu), že Reflex se snaží být časopisem pro čtenáře, kteří na svět nahlíží jinak. Proto jim i redaktoři chtějí ukázat „nový úhel pohledu“ na věci známé z jiných médií. Reflex se pokouší hledat nové souvislosti, spojovat zdánlivě neslučitelná fakta a objevovat nová témata, a to vše formulovat neotřelým stylem, který čtenáři jinde nenajdou. Těmto požadavkům čtenářů odpovídá i pojetí fotografie, a samozřejmě portrétní, v týdeníku. Co se týče cílové skupiny čtenářů, je poměrně těžké ji definovat vzhledem k širokému zaměření časopisu. Dalo by se hovořit o věkově nesourodé skupině (mladá až střední generace) zahrnující lidi středního a vyššího vzdělání, kteří bydlí

ve větších městech. Reflex je časopis pro muže i ženy. To, co je spojuje, je právě zájem o aktuální dění a hledání alternativního pohledu na ně. Reflex patří k nejčtenějším mezi podobně zaměřenými tituly (49 022 prodaných výtisků v lednu 2008)¹⁷.

4.1.2. Výskyt fotografického portréu v časopisu

Obrazovou náplň časopisu zajišťují tři fotografové, Petr Jedinák, David Kraus, Jan Šibík, a produkční Tomáš Tesař. Každý má vyhrazené své pole působnosti. Petr Jedinák má na starost portréty, architekturu a některé reportáže, David Kraus titulní stranu a portréty a Jan Šibík reportáže. Všichni tři se navzájem doplňují a dokáží pokrýt všechna témata, která se v Reflexu vyskytují. Každý je zaměřen na svou oblast, ale zároveň samozřejmě ovládá i žánry svých kolegů pro případ, že by bylo potřeba je zastoupit. Reflexu dominují tři fotografické žánry: fotoreportáž, portrét a ilustrační fotografie zpravodajského rázu. Portrét tvoří významný podíl všech fotografií, proto se na jeho pořízení během roku vystřídají všichni fotografové. Fotografický portrét se uplatní na titulní straně, doprovází rozhovory a rubriku Causa uvnitř čísla, ilustruje publicistické a zpravodajské články a je součástí fotoreportáží.

4.1.3. Titulní strana

Fotografický portrét je charakteristický pro titulní stranu časopisu Reflex. Z 65 analyzovaných vzorků za rok 2007 a první čtvrtletí roku 2008 se na obálce objevil 59krát. Ve čtyřech případech byl nahrazen výtvarnou koláží, v jednom uvolnil prostor ilustrační fotografii k soutěži Cannabis Cup a jednou se na titulu objevila fotografie z reportáže o těžbě diamantů v Africe od Jana Šibíka. Nejen kvůli kvantitě je portrét to, co obálky Reflexu proslavilo a dělá je nezaměnitelnými. Za jejich vznikem stojí většinou postava Davida Krause, o jehož stylu pojednáme v další kapitole. Za sledované období pořídil 29 titulních stran z celkových 65. V dalších osmnácti případech redakce vybrala portréty z archivů nebo fotografických agentur (jednalo-li se o zahraniční osobnosti, případně ty, kteří už

¹⁷ Zdroj: ABC ČR

nežijí). Na ostatních obálkách se podílely menší částí fotografové Reflexu (Jedinák, Šibík, Tesař) nebo ostatní čeští fotografové (např. Adam Holý, Salim Issa atd.). Fotografie na titulní straně musí splňovat určitá kritéria: svou plochou i barevným provedením musí ponechat prostor pro text a titulky a svým obsahem musí ctít poslání obálky – zaujmout čtenáře na první pohled. Proto je portrét na obálce často jiný než portréty uvnitř časopisu. Afaghani Rawhi¹⁸ popsal tento rozdíl takto: „Většinou je tento portrét poměrně provokativní, protože obálka charakterizuje časopis, uvnitř čísla mohou být portréty třeba i umírněnější.“ „Provokativního“ vyznění dosahuje Reflex několika prostředky. V první řadě sází na veřejně známé osobnosti, o kterých již panuje mezi lidmi určitá představa. Tuto představu jim Reflex naruší neobvyklým představením zobrazovaného, např. pomocí erotického vyznění portrétu, ironie či zasazení fotografie do nezvyklého prostředí. Čtenář tak získá pocit, že tuto osobnost přece jen nezná tak dobře, jak si myslel, a časopis si s radostí koupí, aby získal nový pohled. V druhé řadě je vyznění fotografie umocněno titulkem, který se mnohdy (není to však pravidlem) pohybuje na hranici bulvárních titulků (např. *Proč se ženy bojí hrát si v posteli na děvky*, *Na text o Landovi jsem fakt pyšný* atd.). Titulní strana Reflexu „ví, co chce.“ Útočí na podvědomí čtenáře stejnými prostředky jako některá bulvární média či reklama (titulky, výrazné barvy, ironie, napětí atd.), ale zároveň ho ujišťuje v tom, že on sám jde nekonvenční cestou, protože díky časopisu nahlíží na známé osobnosti, události a společenská témata jinak. Jak je vidět, portrét na titulní straně je velmi promyšlený a výrazně stylizovaný.

4.1.4. Aranžovaný portrét

Za originální podobou titulních stran stojí již od počátků časopisu fotograf **David Kraus** (1968). Ten přispěl k tomu, že se v českých časopisech začaly po roce 1989 objevovat aranžované portréty, tak jak to bylo běžné již několik let před tím v zahraničním tisku. V 90. letech se začal věnovat i reklamní fotografii. Zkušenosti

¹⁸ Rawhi, Afaghani. Postavení fotografie v časopisech. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 1998.

nabyté v tomto odvětví zúročuje i při tvorbě titulních stran, které jsou někdy označovány za „reklamu na časopis“. David Kraus využívá při tvorbě náročné technické prostředky. Titulní fotografie pořizuje v ateliéru, nebo ateliérovými prostředky v exteriéru. Jeho spolupracovníci přirovnávají jeho fotografování k natáčení filmu, protože vyžaduje hodně světelné techniky a speciálních rekvizit, štáb osvětlovačů a také stylistů, kteří portrétovaného nalíčí a obléknou podle potřeby fotografa. Vznikají tak výrazně stylizované fotografie s čitelným autorským rukopisem. Tento rukopis Kovářiková¹⁹ charakterizuje slovy: „*David Kraus dokáže velice dobře dostát požadavkům, které na fotografii pro obálku časopisu vznikají, včetně trochy „prvoplánové vyzývavosti“, kompozičně jednoduchého výtvarného řešení, odkazů na mediální profil osobnosti i nároků na nápaditost.*“



Obr. 1: Výběr titulní stran časopisu Reflex fotografa Davida Krause

¹⁹ Kovářiková, Zdeňka. Současná portrétní fotografie v českých časopisech. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2006.

Tento výrok můžeme jen potvrdit, vzhledem k podobě portrétů, které jsme podrobili analýze. Většina z nich zářila jasnými, až nepřirozenými, barvami. Fotografovaný je ve většině případů zobrazen zepředu a dívá do objektivu. Celkové vyznění a kompozice je jasné a úderné na první pohled. David Kraus ale zároveň dokazuje, že své pojetí portrétu podřizuje charakteru jednotlivých osobností (obr. 1). Milan Lasica například působí na obálce č. 3/2008 zcela přirozeně, stejně jako Petr Nárožný je u příležitosti svých 70. narozenin v č. 13/2008 decentně a s nadsázkou vyobrazen jako číslo 0 z nápisu 70. U jiných celebrit volí Kraus formu výrazné stylizace, např. Martin Veselovský v č. 10/2008 jako parašutista, nebo Xavier Baumaxa v č. 30/2007 ve skladu prodejny Baumax. Do jiných obálek se promítá reklamní působení fotografa, např. portrét Jitky Čvančarové v č. 2/2008. Kraus se nesnaží o věrné zachycení reality, ale naopak o realitu novou. Tu vytváří nejen stylizací osob, ale i počítačovými úpravami fotografií: často kombinuje několik snímků dohromady, využívá neautentická pozadí fotografií a podobně.

Fotograf tvořící obálku fotografuje i portréty pro titulní rozhovor se stejnou osobou, která je na titulní straně. Obálky Reflexu tak mohou někdy ovlivňovat obsah čísla, jelikož již při přípravě rozhovorů redakce zvažuje, která osobnost by se hodila na titulní stranu. V časopise se totiž většinou vyskytují dva až tři rozhovory. Při jejich přípravě jsou to právě fotografované, spolu s vedením, kdo rozhoduje, jaká osobnost ze zpovídaných bude zajímavější pro zobrazení na titulní straně a která tedy bude předmětem titulního rozhovoru. Fotografované sami přiznávají, že někdy je jedna z osob zajímavější, váženější nebo toho víc dokázala, ale nebyla by dobře prodejná, proto si raději zvolí pro obálku tu druhou. Tak se například stalo, že v č. 14/2008 byl na obálce zpěvák známé skupiny Visací zámek Jana Haubert sedící na traktoru (podle známé písně kapely), přestože v čísle se nacházel druhý rozhovor s Michaellem Ringierem, světoznámým mediálním magnátem, který mimo jiné vlastní i Reflex. Jeho tvář však není veřejně známá a na titulní straně by čtenáře těžko zaujala. Fotografovanými objekty Davida Krause jsou proto známé celebrity (za sledované období např. Jitka Čvančarová, Jiří Lábus, Zuzana Stivínová, Martin Veselovský a další).

Davida Krause jsme zařadili do kapitoly aranžovaného portréty, který je pro něj příznačný. Přesto musíme na závěr podotknout, že jeho fotografie

doprovázející rozhovory uvnitř čísla vždy aranžované nejsou. Kraus u nich zůstává jen v případě výrazně stylizovaně pojatých titulních stran, které pak tvoří s fotografiemi u rozhovoru komplexní soubor. U ostatních osob přechází u rozhovorů k reportážnímu portrétu, podobně jako jeho kolegové.

4.1.5. Reportážní portrét

Uvnitř časopisu hraje portrét nejdůležitější roli jako doprovod k rozhovorům. V každém čísle se nachází jeden až tři rozhovory. Jejich fotografickou náplň zajišťují David Kraus, Petr Jedinák a Tomáš Tesař. Přestože je přístup každého z nich k fotografii odlišný, u rozhovorů většinou (kromě některých fotografií Davida Krause, viz výše) dodržují zásady reportážního portrétu: ukázat jedinečnost člověka a jeho povahu v prostředí, v němž se pohybuje. Do fotografií se ale snaží promítnout i svůj vlastní pohled na portrétovaného, díky čemuž jsou portréty výrazně autorské a subjektivní, a tím i odlišné od „objektivních“ portrétů nabízených jinými časopisy.

Hlavním představitelem reportážního portrétu v časopisu je **Petr Jedinák** (1963). Nad svým pojetím portrétu přemýšlel v roce 2001, kdy zakládal své webové stránky²⁰ „*V mém pojetí je portrét především subjektivní interpretací osobnosti, s níž se setkávám. Vzniká analýzou, která zahrnuje kromě vlastního setkání též studium dostupných pramenů (rozhovorů, díla, pocitů z osobního kontaktu mých kolegů...), a následným zhodnocením získaných poznatků a jejich transformací do obrazu. Jen velmi zřídka aranžuji, doplňuji rekvizity či jinak upravuji realitu.*“



Obr. 2: Reportážní portrét Petra Jedináka/ Vít Olmer, Robert Sedláček

²⁰ www.jedinak.cz

K pořízení snímku tedy přistupuje mnohem „opatrněji“ než David Kraus. S předstihem se snaží získat maximum informací o člověku, kterého má na fotografii zvětšit. Někdy už v této fázi dostává nápad. Přesto se ještě v den fotografování vydává na místo o několik minut dříve, aby si stihl prohlédnout prostředí, v němž osoba žije nebo pracuje, a hledá v něm další inspiraci. Poté čeká, až bude rozhovor hotov, aby si ho mohl poslechnout a upravit podle něj své nápady. Jedinák je zastáncem portrétu v přirozeném prostředí, kde se fotografovaný pohybuje. Snaží se o zachování co největší autenticity. Proto preferuje osobnější přístup k člověku, který by měl být cítit i z jeho fotografií. S osobnostmi dokonce spolupracuje do té míry, že jim během akce průběžně ukazuje fotografie, které pořídil, na displeji digitálního přístroje, aby mohly říci, zda s postupem souhlasí. Přesto, jak sám přiznal, ne vždy tento přístup přináší kýžený výsledek. V případě, že se mu nedaří během spolupráce vytvořit originální počin, snaží se alespoň o dokonalou kompozici, nebo zajímavé výtvarné řešení, které bude dobře vypadat. Jindy mu fotoaparát nedovolí zachytit světla a stíny, které vnímá svým okem. Potom přistoupí k počítačovým úpravám. Jedinákův přístup tedy vede spíše k fotografování osobností, které nepatří k mainstreamu (ze sledovaných čísel např. Adriena Šimotová, Pavel Klener, Milan Paumer, Vít Olmer atd.). Jejich portréty potom charakterizuje intimita, autenticita, přirozené barvy i prostředí a čistá kompozice. Při zobrazování však Jedinák *„dává na fotografii vystoupit tomu objektivnějšímu než je výraz tváře a to prostředí, dílu...Ve svých portrétech se snaží vystihnout a předat celkový dojem, který v něm vyvolala portrétovaná osobnost. Ve fotografii to znamená najít buď výraz tváře, gesto, postoj, věc, místo cokoliv konkrétního, co může vyjádřit pocit.“*²¹ Jedinák často využívá techniky „portrét bez portrétovaného“, kdy namísto zobrazení osoby volí formu jejího představení skrze dílo, konkrétně např. rozhovor s Adrienou Šimotovou v č. 12/2008 doprovázel jeden velký portrét a dvě fotografie jejích obrazů.

²¹ Kovářiková, Zdeňka. Současná portrétní fotografie v českých časopisech. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2006.



Obr. 3: Různá pojetí portrétu Petra Jedináka

Reportážní styl fotografií u rozhovorů dodržují i ostatní fotografové (Jan Šibík a Tomáš Tesař), kteří je pořizují v menší míře. Autorské snímky často doplňují fotografie z archivu zpovídaného. Stejně tak funguje obrazová náplň rubriky *Causa*, která také někdy přináší portrét osobnosti. Jen zřídka fotografuje materiál zaměstnanec Reflexu, většinou jde opět o snímky z rodinného nebo jiného archivu. V několika číslech časopisu se také vyskytl menší rozhovor s fotografiemi, jejichž pojetí bylo jiné než u větších rozhovorů. Jednalo se zejména o rozhovory Milana Šímy s některým z politiků. Doprovodné fotografie zachycovaly nejen politika, ale i Šímu, neboť je to známý redaktor. Vznikly tak spíše reportážní fotografie, jak oba pánové sedí u stolu, debatují atd.

Zvláštní postavení má portrét u reportáží. Tam může dosahovat zcela rozdílné kvality. Události ze zahraničí dokumentuje obrazem **Jan Šibík** (1963). Své fotoreportáže často doplní kvalitními portréty, které přiblíží čtenáři situaci na místě a mají velký emoční náboj. Další podobně vypovídající portréty lze nalézt u analytických reportáží, které vyžadují netradiční fotografické řešení. V Reflexu je ovšem i mnoho menších reportáží z České republiky a podobně, u nichž jsou fotografie, z pohledu profesionálních fotografů Reflexu, poměrně zanedbané, neboť je pořizuje autor článku, který se na místo vydá. Na fotografiích jsou pak sice lidé, kteří v reportáži vystupují a mluví, ale jejich portrét (či spíše podobenka) o ničem nevyovídá – jedná-li se např. o výčepního u pípy, ženu v samoobsluze atd.,

získáme pouhou informaci o tom, jak daný člověk vypadá, což je pro sdělnou hodnotu reportáže nepodstatné.

4.1.6. Ilustrační portréty zpravodajského rázu

U ostatních novinářských útvarů v časopise můžeme najít ilustrační portréty zpravodajského ladění. Jedná se o fotografie politiků a dalších význačných osobností, jejichž podobenka má pouze přinést informaci o tom, kdo je na obrázku, aby čtenář rychle věděl, o kom bude číst. Všechny pocházejí z fotografických agentur a mají ilustrační ráz.

4.1.7. Význam portréту v časopisu Reflex

Mezi fotografiemi v časopisu Reflex má portrét spolu s fotoreportáží nejdůležitější roli. Podoba těchto dvou žánrů udává fotografický styl celého časopisu. Reflex nabízí kvalitní autorské fotografie. V případě portrétu dokonce představuje dva různé druhy – aranžovaný a reportážní. Oba zpracovány promyšleně a s koncepcí autora. Proto Petr Jedinák tvrdí, že: „*Portrét v Reflexu je specifický autorem.*“²² A tím se Reflex skutečně liší od ostatních časopisů. Málou která redakce má tři výrazné fotografické osobnosti, které již několik let bez problémů spolupracují na obrazové náplni celého časopisu. Reflex si již v počátku zvolil pojetí fotografie odlišné od ostatních periodik, neboť i jeho čtenáři hledají odlišný pohled na události. Podobně specifické portréty v jiném českém časopise nenajdeme. Reflexu se zatím daří to, co je pravou podstatou novinářské fotografie: upozornit na text zajímavým obrazem, který čtenáře láká ke čtení. Nabízí se ale otázka, jak dlouho může ještě Reflexu tato praxe, která funguje již přes deset let, vydržet do budoucna, a zda se neobvyklé pojetí portrétu nestane pro čtenáře brzy „obvyklým“. Portréty v Reflexu však naštěstí nesází jen na originální řešení, ale i uměleckou kvalitu, která bude mít vždy nadčasovou platnost.

²² rozhovor dne 10. 4. 2008

4.2. Portrét v časopisu Týden

4.2.1. Informace o titulu

Týden je zpravodajský týdeník. Přináší zprávy, analýzy a reportáže z nejrůznějších oblastí – domácích i světových událostí, ekonomiky, kultury i moderní společnosti. Časopis vznikl v roce 1994, od roku 2000 patří společnosti Mediacop. Na internetových stránkách www.tyden.cz je uvedeno, že průměrný prodaný náklad se pohybuje okolo 55 tisíc výtisků. Na stejném místě lze najít i údaje o čtenářích Týdne. Tato skupina je poměrně široká, z grafů však vyplývá, že týdeník čtou o něco více muži než ženy, převážně mezi 20 a 29 lety a s vyšším vzděláním i příjmy. Souhrnně Týden označuje čtenáře jako „*ty, kteří přemýšlejí a chtějí vědět,*“ případně „*lidi, kterým není lhostejné, co se kolem nich děje, mají aktivní přístup k životu a moderní pohled na svět.*“

4.2.2. Výskyt portrétního v časopisu Týden

Rozsah časopisu Týden se pohybuje okolo sta stran, proto se v něm nachází více fotografií než např. v Reflexu, který má stran méně. Co se týče fotografických žánrů, na stovkách snímků otištěných každý týden v časopise dominuje portrét. Přesto nelze tvrdit, že tento žánr je pro časopis nejdůležitější. Týden jako jeden z mála časopisů na českém trhu věnuje celou jednu dvoustranu fotografii. Tato rubrika se nazývá Fotografie týdne. Při zkoumání 66 čísel za rok 2007 a první čtvrtletí roku 2008 se ale ukázalo, že portrét se na této dvoustraně neobjevil ani jednou (např. záběr na rychlobruslařku Martinu Sáblíkovou v okamžiku, kdy došla do cíle, ale nepovažujeme za portrét, ale součást sportovní reportáže). Fotografie týdne se více týkaly aktuálních událostí než konkrétních osob. Absence portrétního může být také zdůvodněna tím, že portrétní snímky mají ve většině případů výškový formát, který se na horizontálně orientovanou dvoustranu nehodí. Kromě této rubriky ale portréty tvoří hlavní náplň obrazové složky časopisu. Uplatňují se zejména u rozhovorů, jako ilustrace ke zpravodajským článkům a ve zvláštní podobě na titulní straně (viz dále).

4.2.3. Titulní strana

Časopis Týden se vyznačuje výrazným grafickým řešením obálky. Oproti jiným časopisům nevyužívá jen fotografie, ale i koláže. V obou případech se na nich často objevují lidé. Přesto jen málo z nich bychom mohli nazvat skutečnými portréty. Z 66 vzorků jim odpovídají 4 fotografie, na nichž jsou vyobrazeni: Lenka Vlasáková (19/2007), Bénazír Bhuttová (53/2007), Barbora Tachecí (2/2008) a Václav Havel (3/2008). Vždy se jedná o detailní záběr obličeje, doplněný atraktivním titulkem, např. *Divá Bára* u Barbory Tachecí, nebo *Nejde nám topení* u Václava Havla. S osobou na titulu je potom veden rozhovor uvnitř čísla. Na pomezí portrétu se dále pohybují dvě koláže, jejichž ústředními aktéry jsou Reinhard Heydrich (21/2007) a T. G. Masaryk (37/2007), odkazující na články o životě historických postav.



Obr. 4: Různá pojetí titulních stran časopisu Týden

V ostatních případech slouží lidská tvář nebo postava na obálce spíše k ilustračním účelům, nebo jako podklad pro fotomontáž. Fotografie Petra Čtvrtníčka s falešnými sobími rohy na obálce čísla 25/2007 například nevypovídá nic o herci, ale slouží jako ilustrace, která má čtenáře přilákat k článku o vlivu reklam. Stejně tak nepovažujeme za portrétní koláž stopujícího Jiřího Čunka s igelitovou taškou v ruce, ale opět ji řadíme do kategorie ilustračních fotografií k aktuálnímu tématu. Jak již bylo řečeno, titulní strana musí čtenáře zaujmout na první pohled. Časopis Týden se tento zájem nesnaží vyvolat samotnými portréty, ale spíše neobvyklým titulkem a začleněním známých i neznámých osob do zajímavých a někdy vtipných koláží, kterými se odlišuje od ostatních titulů na českém trhu.

4.2.4. Reportážní portrét

Uvnitř čísla se vždy nachází několik reportážních portrétů, které doprovázejí rozhovory. V každém čísle je jeden hlavní rozhovor, jeden v ekonomické rubrice a od listopadu 2007 jeden v nové rubrice *Rozhovor týdne* (většinou vedený s politiky). Výjimečně se rozhovor objeví i v kulturní rubrice. Počet portrétních fotografií se potom samozřejmě odvíjí od počtu rozhovorů. Mezi portrétovanými je nejvíce politiků, ekonomů a osob z dalších odvětví (kultura, sport atd.), které souvisí určitým způsobem s aktuálním děním.

V analýze jsem se zaměřila zejména na fotografie u hlavního rozhovoru. Každý z nich otevírá vždy jedna výšková fotografie pokrývající celou stranu a dále ho doplňuje několik fotografií menšího formátu. Jelikož fotografové Týdne nemají přesně vymezené role jako fotografové v časopisu Reflex, zjišťovala jsem, kdo se portréty věnuje nejvíce. Analýza 67 (v letním čísle byl jeden rozhovor navíc) „titulních“ fotografií u hlavních rozhovorů ukázala tyto výsledky: deset rozhovorů nafotili shodně Petra Mášová, Lucie Pařízková, Robert Sedmík, Jan Schejbal a Robert Zlatohlávek. Fotografie k sedmi rozhovorům pořídil Karel Šanda, ke čtyřem Jan Zatorsky a ke třem Tomáš Nosil. Ve dvou případech fotografoval zpovídáného autor rozhovoru a v jednom snímek pocházel z agentury Profimedia. Z analýzy vyplývá, že osmičlenná fotografická redakce v Týdnu funguje na principu

„všichni umí všechno,“ neboť se neprokázalo, že by jeden autor byl na portrét zaměřen více než ostatní. Všichni fotografové pracují i pro ostatní tituly vydavatelství Mediapop, proto je důležité, aby dokázali pokrýt široký záběr témat a byli z časových důvodů snadno zastupitelní. Všichni mají k portrétu podobný přístup, přesto v jejich tvorbě existují nepatrné rozdíly. Mezi společné znaky patří pojetí portrétu jako reportážního. To znamená, že osoby jsou fotografovány barevně a zásadně v přirozeném prostředí. Nejsou nijak stylizovány. Všichni fotografové většinou dávají důraz na postavu, proto je pozadí fotografií neostré a často až nečitelné.

Vedoucím fotografického oddělení Týdne je **Jan Zatorsky** (1957), jehož styl by se dal označit za „zastřešující“ i pro ostatní fotografy. Kovářiková ho popisuje takto: *„Jeho portréty v Týdnu jsou vystavěné na klasických fotografických pravidlech – zlatém řezu, mírné diagonále (která fotografii dodá dynamiku), malé hloubce ostrosti, která vyruší členité pozadí. Informaci o portrétovaném tak podává pomocí nepozorovaných principů výstavby obrazu přirozeně a příjemně.“*²³

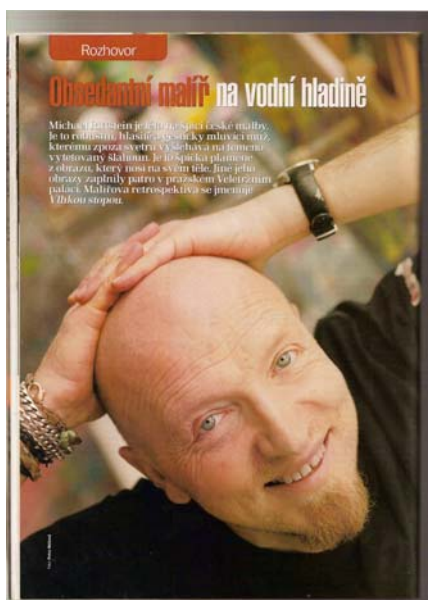


Obr. 5: Jan Schejbal/ Kateřina Fričová

Za své portréty byl několikrát oceněn v soutěži Czech Press Photo. Stejného ocenění se několikrát dostalo i druhé výrazné fotografické osobnosti Týdne **Janu Schejbalovi** (1975). V rozebíraném vzorku byly jeho fotografie rozpoznatelné od ostatních díky živým barvám a lišil se také v tom, že osoby často zobrazoval s jejich charakteristickými předměty (např. televizní ředitelka Kateřina Fričová v č. 25/2007 s kamerou, bankéř Pavel Řežábek v č. 47/2007 se svazky bankovek v rukou). Tato zobrazení s předměty působila velmi přirozeně a pomohla čtenáři udělat si bližší obraz o zpovídáném.

²³ Kovářiková, Zdeňka. Současná portrétní fotografie v českých časopisech. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2006.

O něco „obyčejnější“ byly portréty **Lucie Pařízkové** a **Roberta Zlatohlávka** (1954). Oba volí nejčastěji polocelkový záběr stojící postavy na neostrém pozadí. Důvodem mohlo být i to, že jejich objekty představovaly často osoby z politického prostředí, které by na jiné vyobrazení nepřistoupily. O kreativnější přístup se naopak snaží **Petra Mášová**. Ta kombinuje přístupy výše zmíněných fotografů a v každém čísle se snaží o nový pohled (např. fotografie Michaela Rittsteina pořízená z nadhledu v č. 4/2008 nebo Adolfa Burgera v č. 12/2008 fotografovaná skrze okno). Deset portrétů pořídil za sledované období i **Robert Sedmík**. Ten jako jediný kladl důraz na detailní záběr tváře, která tak na velké ploše dobře vynikla. U **Karla Šandy** a **Tomáše Nosila** byl vzorek fotografií menší, proto nelze určit obecnější charakteristiky.



Obr. 6: Petra Mášová/ Martin Rittstein

Všichni autoři ctí svůj styl i u reportážních portrétů k ostatním rozhovorům. Obrazový doprovod k rozhovorům ale netvoří jen jedna hlavní fotografie, ale i šest až dvanáct dalších menších snímků u titulního rozhovoru, případně jedna až dvě u menších rozhovorů. Ty pocházejí z různých období a jen malá část z nich je pořizována pro aktuální účel. Některé fotografie dodává zpovídaná osoba ze svého archivu, další pocházejí od fotografů Týdne z dřívější doby a zbytek tvoří fotografie z ČTK a jiných agentur. Na některých archivních fotografiích se dotazovaná osoba vůbec neobjevuje a vypovídají o ní předměty jí blízké, případně jí vytvořené (např. obrazy u malířů, záběry z filmů režisérů).

4.2.5. Reportážní portrét zpravodajského rázu

U ostatních portrétů v časopisu Týden používají fotografové reportážní přístup podobně jako u rozhovorů. Tyto portréty ale nevyjadřují charakter zobrazovaného člověka, ale podobně jako žánr klasické psané zprávy odpovídají na základní zpravodajské otázky Kdo? Co? Kdy? Kde? Dokumentují osoby, které jsou součástí aktuálních událostí, nebo tyto události ilustrují. Lidé jsou fotografováni v autentickém prostředí, na místě dění, v přirozených pozicích a z jejich okolí či gest můžeme poznat, k čemu zhruba fotografie odkazuje v článku. Funkcí portrétů je především informovat. Čtenáři musí být na první pohled zřejmé, o kom zpráva pojednává. Na snímcích se nacházejí v první řadě politici a známé osobnosti. Jelikož většina novinářských útvarů v časopisu pojednává o lidech, je samozřejmé, že těchto portrétů (podobenek) je v časopisu nejvíce ze všech fotografií. Velké množství snímků pořizují všichni členové fotografického oddělení, zbytek fotografií pochází z placených agentur. Fotografové jsou si zřejmě vědomi totožnosti fotografií „zpravodajského“ ladění, proto se někteří z nich snaží pořídit alespoň část fotografií originálnější způsobem (namísto nehybné podobenky zvolí „akční“ formu, např. politika u mikrofonu, na přednášce, během živé diskuze s kolegou, se skleničkou v ruce a podobně).

4.2.6. Význam portréty v časopisu

Jak již bylo řečeno, časopis Týden obsahuje kvůli svému rozsahu i zaměření velké množství fotografií, mezi nimiž hraje portrét klíčovou roli. Aktéry událostí jsou lidé, se kterými musí být čtenář seznámen. Časopis Týden ale vidí větší význam v samotných událostech než v lidech, které se jich účastní. Proto raději zaznamenává akce a aktuální společenská témata. Na velkých plochách proto dostává prostor fotografická reportáž a inscenovaná ilustrační fotografie, která je obecně nej kvalitněji zpracována. Portrét sice převažuje v počtu snímků, ale na většině z nich najdeme pouhé „zpravodajské“ ilustrace a podobenky. Pravý reportážní portrét se nachází jen u rozhovorů, v podobě jedné hlavní fotografie, zatímco ostatní doprovázející fotografie většinou pocházejí z archivů. Vzhledem k tomu, že

v Týdnu pracuje početná skupina zkušených fotografů, se můžeme ptát, proč někteří z nich nedostanou v časopisu větší prostor právě pro portrét. U každého rozhovoru by potom nemuselo být deset malých fotografií z archivů, ale například tři pěkné autorské portréty, které by tvořily tematický celek a nepůsobily roztržitě, jak je tomu v některých případech nyní. Redakce mohla využít potenciál svých fotografií a doprovázet rozhovory zajímavými fotografickými portréty, které by čtenáři zpříjemnily čtení mezi fakticky laděnými články. Obliba rozhovorů u čtenářů se již částečně projevila v loňském roce, kdy byla zavedena nová rubrika Rozhovor Týdne. Na druhou stranu je třeba si uvědomit, že portrét je svou podstatou pro zpravodajský týdeník stále „vedlejším“ fotografickým žánrem, a kdyby měl časopis ilustrovat na sto stranách u většiny článků hlavní aktéry zajímavým způsobem, stálo by ho to mnoho finančních prostředků. Časopis také musí odpovídat profilu čtenáře, kterým je podle průzkumů člověk vzdělaný, který se chce v první řadě dozvědět fakta o realitě, a nevyhledává experimenty, případně nové nahlížení skutečností, tak jak se přepokládá např. u čtenáře Reflexu.

4.3. Portrét v Magazínu DNES

4.3.1. Informace o titulu

Magazín DNES patří mezi tzv. supplementary – přílohy. Jeho domovským titulem je celostátní deník Mladá fronta DNES, který patří mezi nejčtenější v České republice (průměrný prodaný náklad cca 300 000 výtisků denně) již od svého vzniku v roce 1990. Magazín DNES vychází ve čtvrtek a tento den zajišťuje novinám největší prodejnost (např. průměrně 426 456 prodaných čtvrtečních výtisků v lednu 2008), má tedy velmi početnou skupinu čtenářů. Ti odpovídají čtenářům samotného deníku. Jsou jimi ekonomicky aktivní lidé s vyšším vzděláním a vyššími příjmy. Magazín DNES vydává samozřejmě stejně jako deník Mladá frontu DNES společnost MAFRA.

Hlavní úlohou magazínu je přinášet televizní program na následující týden, proto předpokládáme, že ostatní články, které se v něm nacházejí, slouží spíše jako doplněk určený k relaxaci a pobavení. Magazín tak tvoří protipól ke každodennímu zpravodajství v novinách a nabízí čtenářům odpočinková témata ze společnosti a moderního života, která nemají zásadní význam.

4.3.2. Výskyt portrétu v časopisu

Magazín DNES se od ostatních titulů liší v tom, že jeho hlavní funkcí je v první řadě přinášet televizní program. Ten zabírá polovinu stran každého čísla. V druhé polovině magazínu se nacházejí články o životě celebrit (nejlépe souvisejících s určitým televizním pořadem) a společenských tématech. Z obsahového zaměření titulu vyplývá, že portrét je fotografickým žánrem, který se k těmto článkům hodí nejlépe. Vedle ilustrační fotografie je víceméně jediným žánrem, který se v Magazínu DNES vyskytuje.

Fotografie v časopisu zabírají stejně velkou plochu jako text. Vyskytuje-li se na stránce reklama většího formátu, potom je fotografie tím, co zabírá větší plochu stránky než text. Portréty tak dávají dobře vyniknout tváři známých osobností. Čtenář se tak může se známým člověkem, kterého zná většinou z televize, seznámit

„zblízka“ a lépe proniknout do jeho soukromí. Portrét proto tvoří hlavní obrazovou náplň magazínu. Vyskytuje se na titulní straně, doprovází rozhovory v rubrikách *Rozhovor* a *Zpověď*, ilustruje články v rubrice Portrét a představuje osobnosti z rubriky *Jak žijeme*.

4.3.3. Titulní strana

Magazín DNES se od ostatních časopisů liší tím, že je přílohou celostátního deníku – to znamená, že je přiložen ke čtvrtěčinnému vydání novin. Titulní strana tedy není to, co by čtenáře přesvědčilo ke koupi Magazínu, neboť je ukrytá v novinách a není vidět na první pohled, jako je tomu u ostatních časopisů. Přesto může mít její podoba na čtenáře velký vliv. U Magazínu DNES jde především o to, kdo na obálce je. Tento člověk je avizován reklamou několik dní předem, aby měl čas přesvědčit čtenáře ke koupi. Diskuze o výběru celebrity na titul probíhá mezi vedením Magazínu DNES a vedením celého deníku, aby nedošlo ke zdvojení tématu v některé z příloh novin (Kultura, Víkend atd.). Lidé z vedení Magazínu DNES ale přiznávají, že dnes již jednoznačně neplatí, že „známý obličej prodává titul“ jako tomu bylo dříve, neboť lidé jsou již přesyceni záplavou mediálních tváří z bulvárních médií. Proto se redakce v posledním roce (2008) snaží prosadit na titulní stranu i jiná témata (např. tematicky zaměřená čísla na kočky nebo psy). Rozhodne-li se však čtenář koupit magazín se svou oblíbenou osobností, očekává samozřejmě i kvalitní fotografický doprovod. Magazín DNES má oproti ostatním analyzovaným titulům mnohonásobně širší čtenářskou skupinu. Titulní strana musí respektovat přání každého čtenáře. Proto se na obálce např. střídají lidé mladší a starší, vždy jsou zobrazeny „standardním“ způsobem. Jejich fotografie jsou doprovázeny nenápadnými titulky, které většinou udávají jen jméno osobnosti, případně jednoduché motto. Magazín DNES se výjimečně pouští do experimentů. Jedním z nich bylo otištění fotografie nahé Evy Herzigové u hrnce se špagetami na obálce č. 10/2008 jako ilustrace k tématu vaření. Výjimkou byla i série fotografií Tona Stana ve vánočním čísle 51/2007, v níž stylizoval známé české herečky do obrazů Madony. Obě obálky vyvolaly u čtenářů pozitivní i negativní reakce.

Z 65 čísel za rok 2007 a první tři měsíce roku 2008 se portrét na obálce vyskytl ve 48 případech. U ostatních čísel byla zvolena ilustrační fotografie ke společenskému tématu. Standardní podoba portrétu je zachována výběrem fotografií. Nejvíce fotografií na obálku za sledované období pořídila „dvorní fotografka“ Magazínu DNES Nguyen Phuong Thao (22 portrétů). Čtyři portréty fotografoval Herbert Slavík a stejný počet externí fotografka Lucie Robinson. Nepatrné množství zbývajících portrétů zajistili ve většině případů fotografové agentury MAFA (např. David Port, David Neff atd.).



Obr. 7: Titulní strany Magazínu DNES

4.3.4. Aranžovaný a reportážní portrét

V Magazínu DNES nemůžeme jednoznačně rozlišit výskyt jednotlivých druhů portrétů jako u ostatních časopisů, neboť oba typy zajišťuje jedna fotografka **Nguyen Phuong Thao** (1973) a využívá je u stejné rubriky – jako doprovod rozhovorů. Jen v případě její časové vytíženosti ji zastupují fotografové agentury MAFA (především Michal Sváček, David Port a Dan Materna). Díky „monopolu“ má Nguyen Phuong Thao při fotografování „volnou ruku“ a může využít různé přístupy k portrétu. Omezením je pro ni jen výběr osobnosti, který provádí vedení redakce. Potom už záleží jen na ní, jak danou osobnost představí. Podle svých slov se „nesnaží o vyjádření krásy, ale charismatu.“²⁴ To lze ukázat pomocí reportážního nebo aranžovaného přístupu. Reportážní portréty Nguyen Phuong Thao fotografuje v prostředí, kde portrétovaný žije, nebo pracuje. Zachycuje jeho věrnou

²⁴ Nguyen Phuong Thao, 15.5.2008

podobu, gesta, výraz atd. Přesto nepopírá, že některé známé osobnosti samy požadují, aby byly zachyceny věrně, ale zároveň hezky. U nich potom fotografa za pomoci grafiků přistoupí na počítačové úpravy v postprodukcí, přičemž se jedná spíše o dílčí retuše (vyhlazení vrásek, retuše pih a jiných vad na obličeji atd.), které jsou zanedbatelné např. oproti těm v lifestylových časopisech.

Nguyen Phuong Thao s portrétovanými spolupracuje a snaží se ctít jejich přání. Nenutí je ke stylizaci, ale u osob, které ji samy navrhnou, případně u kterých cítí, že by na ni přistoupily, ji ráda využije. V takovém případě potom zvolí práci v ateliéru, kde portrétovaného aranžuje podle svých představ (např. Tatiana Vilhelmová v kostýmu baletky – doprovod k rozhovoru o její účasti v soutěži Star Dance, podobně Robert Záruba tancující s figurínou atd.). V porovnání např. s Davidem Krausem jsou její stylizace přesto „mírné“, neboť je zachovává v mezích, které jsou pro čtenáře přijatelné (např. u zmíněné Vilhelmové stylizace do baletky podtrhne její krásu, ale nepřináší nový náhled na její osobu). Aranžované portréty využívá spíše k ozvláštňení čísla. Občasné experimenty s fotografiemi někdy podpoří i grafici, kteří u rozhovoru použijí např. jen výřez fotografie, kterou obtéká text. Čtenář je tak při čtení v neustálém kontaktu s obrazem.



Obr. 8: Portréty Nguyen Phuong Thao/ Livia Klausová, Kateřina Sokolová

To, že fotografka využívá oba přístupy se projevuje u některých portrétech, které jsou na pomezí obou pojetí, např. když u herců volí „reportážní“ zobrazení v divadelních kulisách. Jiné celebrity fotografuje v přirozeném prostředí, ale s jednobarevným pozadím. Tyto fotografie také působí spíše jako ateliérové než reportážní. Tento dojem může být umocněn i tím, že je zobrazovaný někdy představen v nepřirozené pozici.

Aranžované portréty se v časopise nacházejí i v rubrice Jak žijeme. Ta vždy představuje dvojici známých lidí, kteří jsou si blízcí, v rubrice odpovídají na otázky o svém partnerovi (příbuzném, kamarádovi atd.).



Obr. 9: Rubrika Jak žijeme, Nguyen Phuong Thao/ Barbra Janatková a Petr Vondráček

Obrazový doprovod tvoří jedna velká portrétní fotografie, na níž jsou oba dva. Tento dvojportrét bývá vždy aranžovaný. Fotografie pořizuje opět především Nguyen Phuong Thao a fotografové z agentury MAFA. Všichni pracují tak, aby fotografie byla aranžovaná s důrazem na emoce. Z fotografie musí být jasné, jaký k sobě mají oba portrétovaní vztah. Cílem je samozřejmě ukázat především šťastný vztah a pevné pouto, které je mezi oběma. Toho fotografové dosahují tělesným i očním kontaktem mezi portrétovanými, veselým výrazem a podobně. Nejde tedy o vyjádření povahových vlastností, ale spíše pocitů, které čtenáři zpříjemní „odpočinkové“ čtení.

4.3.5. Význam portréту v Magazínu DNES

Magazín DNES je, jak již bylo uvedeno, přílohou celostátního deníku. Jeho hlavní funkcí je přinášet televizní program. Zbytek čísla tvoří oddechové články, které si může čtenář přečíst např. i při sledování televize. Magazín DNES tedy počítá s tím, že čtenář nevěnuje článkům svou plnou pozornost a nečeká od nich nové objevy. Chce si u nich spíše odpočinout. Těmto předpokladům odpovídá portrét, který se v Magazínu nachází. Zobrazuje známé osobnosti, někdy konzervativnějším způsobem, aby vyhověl lidem starší generace, jindy naopak aktéry stylizuje do nových rolí, aby uspokojil i mladší čtenáře, kteří nová pojetí vítají. Vždy se však jedná o představení známé osobnosti, proto by se Magazín DNES mohl bez portrétu jen těžko obejít a snaží se ho v rámci svých žánrových možností plně využít. Jasně, čitelné a někdy i prvoplánové portréty potom slouží jako odpovídající doprovod oddechové atmosféry celého titulu.

4.4. Portrét v časopisu Elle

4.4.1. Informace o titulu

Měsíčník Elle je českou mutací světoznámého módního a lifestyleového magazínu pro ženy se stejným názvem. Mimo Českou republiku vychází v dalších více než 30 zemích. Elle založil již v roce 1945 Pierre Lazareff se svou ženou Hélène Gordon. Za šedesát let existence se magazínu podařilo stát celosvětově nejprodávanějším časopisem zabývajícím se módou, krásou, zdravím a životním stylem. U nás ho v současné době vlastní společnost Hachette Filipacchi. Ta na svých internetových stránkách²⁵ uvádí, že „*Elle je více než časopis: je to unikátní průvodce nejnovějšími módními a společenskými trendy. Pomáhá čtenářkám najít jejich vlastní, osobitý styl, bez předsudků zpracovává všechna aktuální témata.*“ Časopis sám sebe nazývá luxusním, proto se zaměřuje výhradně na ženy z vyšších příjmových skupin ve věku 18 až 45 let. Mezi nimi je významný podíl svobodných žen a těch, které bydlí ve velkých městech. Tyto charakteristiky napovídají, že pro čtenářky je důležité, aby ve svém postavení dobře vypadaly a vedly život na úrovni. Aby si vysněný vzhled i život dokázaly zajistit, musejí mít samozřejmě dostatek finančních prostředků. Zajímavostí je, že prodaný náklad Elle v České republice je velice proměnlivý (např. 37 816 prodaných výtisků v prosinci 2007 oproti 62 630 výtiskům v lednu 2008, kdy byl k magazínu přibalen luxusní diář). Lze tedy odhadovat, že časopis má okruh stálých čtenářek, k němuž každý měsíc přibudou „náhodné“ čtenářky, které zaujme dané číslo obsahem nebo přiloženým dárkem (kosmetika, plavky atd.). Svou roli však může hrát i fotografie na titulní straně, o které se zmíníme později.

4.4.2. Výskyt fotografického portrétu v časopisu

Časopis Elle má obvykle 100 až 300 stran, proto je samozřejmé, že počet fotografií v něm bude větší oproti ostatním časopisům. Nesmíme ale opomenout skutečnost, že více než polovinu obsahu ale tvoří inzerce a reklamy, které

²⁵ www.hf.cz

do analýzy nebyly zahrnuty. S tím ovšem souvisí první poznatek o fotografii v Elle obecně – články, fotografie i reklamy jsou řazeny za sebe tak, že čtenář často nemůže rozpoznat jedno od druhého. Elle dokonce vytváří souhru článků s reklamami i barevným pojetím, např. představené módní doplňky na jedné straně barevně ladí s reklamou na straně protější. To je samozřejmě záměr vydavatelů.



Obr. 10: Souhra barev obsahu časopisu a reklam

Čtenářka se musí v člancích setkávat s obrazy stejných lidí jako v reklamě, aby získala povědomí o určitém stylu, který by měla dodržovat. Ten ji potom přiměje ke koupi produktů nabízených reklamou, inzerenti budou spokojeni a vydavatelé maximalizují své zisky. Vynecháme-li při zkoumání reklamu, přesto zjistíme, že největší plochu časopisu zabírají fotografie. Elle tak představuje časopis, kde obraz výrazně dominuje textu, což ji samozřejmě naprosto odlišuje od předchozích titulů (Reflex a Týden). Někdy se zdá, že text je jen nutným doplňkem fotografií. Z textové složky časopisu hrají větší roli jen titulky, které jsou spolu s fotografiemi tím, co musí čtenářky zaujmout a přitáhnout k textu, případně dalším obrázkům a nabízeným produktům. Dominanci fotografie lze ilustrovat i na mnoha stránkách, kde fotografie tvoří „podklad“ celé stránky, a teprve na něm je napsaný text.

Je samozřejmé, že v módním magazínu těžko najdeme reportážní či zpravodajské fotografie, proto mu zcela vládnou módní fotografie a portréty. Jak již bylo řečeno, časopis má proměnlivý počet stránek. Vyskytuje se v něm sice několik stálých rubrik, ale obsah se mění každý měsíc, proto je těžké obecně popsat, kde přesně se portrét nachází. Můžeme se alespoň pokusit o roztřídění portrétu na určité typy, které se mohou vyskytovat i ve více rubrikách najednou.

4.4.3. Titulní strana

Portrét se vždy objevuje na titulní straně. Zobrazovanými osobami jsou převážně světoznámé modelky nebo jiné celebrity ženského pohlaví (v roce 2007 např. Kylie Minogue, Helena Houdová, Eva Herzigová, Paris Hilton atd.). Z dostupných 15 čísel v analýze vyplynulo, že titulní strana nemá stálého fotografa. Každou fotografii pořídil někdo jiný, ať už z české redakce či některé zahraniční. Proto má magazín každý měsíc titulní stranu pojatou specifickým způsobem podle fotografované osoby a autora fotografie. Elle tak může nabídnout vcelku originální řešení obálky oproti jiným ženským časopisům, které často volí obrazy neznámých modelek. Nedá se říci, že by tituly Elle vyjadřovaly převratné myšlenky, přesto je pro čtenáře jistě zajímavé, když je každý měsíc fotografie jiná např. co se týče záběrů - někdy se jedná o detail obličeje, jindy o polocelek, někdy dokonce o celou postavu. Fotografované postavy mají i odlišné výrazy, od radostných, přes tajemné, až po zoufalé. Fotografované se nebojí ani kontroverzních fotografií (např. těhotná modelka Eva Herzigová ve vyzývavém spodním prádle, podobně jako polonahá těhotná modelka Alena Šeredová). Je tedy možné, že proměnlivý prodaný náklad Elle je ovlivněn nejen přiloženými dárky, ale i tváří na titulu. I přes určitou výjimečnost mezi ženskými časopisy ale Elle nepřekračuje meze, které jsou pro lifestyle časopis dané. Na titulu se musí vždy objevit úspěšná a především pohledná žena, jejíž krása je často upravena počítačovými technologiemi. Musí představovat vzor krásy, po kterém čtenářka touží, a kvůli němuž by si byla ochotna zakoupit i produkty nabízené uvnitř časopisu.



Obr. 11: Titulní strana časopisu Elle, David Vasiljevic/ Doutzen Kroes

4.4.4. Aranžovaný portrét

Se ženou na obálce je často uveřejněn rozhovor v časopise, není to však pravidlem. Fotografie u rozhovoru pak tematicky odpovídají titulní fotografii. Mimo rozhovory s hvězdami na titulní straně najdeme v každém čísle dva až tři rozhovory se známými osobnostmi z oblasti kultury, sportu a modelingu. Zpovídány jsou ve většině případů ženy. Elle spolupracuje s několika fotografy, kteří se zaměřují na portrét a zároveň jsou známými autory současné módní fotografie u nás, mezi nimi např. Tomáš Beran, Standa Merhout nebo Jiří Turek. Každý má svůj styl, kterým se odlišuje od ostatních, nikdo z nich přesto nepřekračuje v oblasti portrétního svém pojetím hranice lifestylového časopisu. Aranžovanému portrétnímu odpovídají fotografie **Jiřího Turka** (1965). Nesnaží se v nich o co nejuvěrnější ztvárnění, ale představuje osobnost, jak ji vidí on sám. Jeho vize může nabývat podob akce,

detailu, emoce, ale i přirozeného výrazu. Turek se nebrání počítačovým úpravám, se kterými rád experimentuje.



Obr. 12: Portréty Jiřího Turka/ Tomáš Verner, Barbora Špotáková

Někdy využívá černobílé zpracování, jindy aplikuje „odvážnější“ techniky, např. u mnohonásobné identické fotografie představující piruetu Tomáše Vernerera v č. 2/2008. Objekty Turkových portrétů jsou celebrity z kulturního i společenského života, které mu dávají více prostoru pro originální nápady a hry s výrazem než modelky. Svým pojetím portrétu tak může osobnost představit nejen zajímavým výtvarným řešením, ale i odkazem na její povolání a charakteristiky. U některých portrétovaných klade důraz na prostředí (např. portrét Davida Prachaře v divadle), u jiných dává přednost stylizaci (např. černobílý portrét Veroniky Žilkové stylizované do podoby Adiny Mandlové). Všechny jeho portréty však působí přirozeně a nenuceně.

4.4.5. Módní portrét

Zatímco některé portréty Jiřího Turka byly pořízeny v přirozeném prostředí, ostatní fotografové (Beran, Merhout, Surowiecki) pracují zásadně v ateliérech. Jejich portréty jsou aranžované, co se týče polohy osoby, výrazu i jejího oblečení. Oblečení je mimochodem důležitou složkou vyznění obrazu, proto bychom jejich portréty označili přívlastkem módní. Stylisté vybírají značkové kusy tak, aby odpovídaly charakteru fotografovaného, ale zároveň oslovily čtenářky. Fotograf musí vystihnout podstatu osobnosti i oblečení zároveň. Módní portréty jsou charakteristické i tím, že se pod nimi vždy nachází popisek s informacemi, kde je možno dané oděvy koupit.

Hlavním představitelem módního portréту v časopisu je **Standa Merhout** (1977). Ten se mimo jiné živí i fotografováním pro hudební vydavatelství („dvorní fotograf“ kapely Mig 21) a reklamní agentury. V Elle střídá černobílé a barevné fotografie. Černobíle fotografoval např. modelku Ivu Kubelkovou zobrazenou neobvykle s blond parukou na hlavě, která v černobílém pojetí dobře vynikla. Barevnou formu zvolil naopak u portrétu zpěvačky Jany Kirschner, kterou vyfotografoval přirozeně nalíčenou v zářivě žlutých šatech v šedém a špinavém ateliéru. Fotografie symbolizuje objev „chudé“ dívky ze Slovenska ve Velké Británii, kde zazářila a stala se populární. U jiných portrétů podtrhuje módní složku obrazu, např. u Jitky Čvančarové v šatech s výřezem na zádech, který má tvar hlavy koně, vedle něhož stojí.



Obr. 13: Portréty Standy Merhouta/ Iva Kubelková, Jana Kirschner, Jitka Čvančarová

Portréty se zaměřením na módu fotografuje i **Tomáš Beran** (1972). Jejich hlavním cílem je vyjádření expresivity. Jeho portréty jsou proto aranžované, stylizované a využívají křiklavých barev. Typickým příkladem je portrét herečky Sandry Novákové s výrazně nalíčenými červenými rty, který uvádí rozhovor o filmu Pusinky.



Obr. 14: Portrét Tomáše Berana/ Sandra Nováková

4.4.6. Výtvarný portrét

Kromě módních portrétů známých osobností se v Elle hojně vyskytují estetické portréty. Ty představují fotografie zabírající většinou celou jednu stranu s detailem obličeje, který je nasvícen tak, aby byl co nejkrásnější a nejpůsobivější. Jak již bylo řečeno, je samozřejmé, že lifestylové magazíny využívají více než ostatní tituly počítačových úprav k dosažení kýžené krásy. Přístup fotografa v nich je tedy jiný než např. v Reflexu a Týdnu. Fotografové v Elle věnují méně času samotné přípravě fotografie, ale o to více času stráví její úpravou. Lze říci, že fotografie vzniká až před obrazovkou počítače, zatímco u „běžných“ fotografů její

vznik začíná již koncepcí fotografa, který jede na místo, kde má danou osobu vyfotografovat. Estetický výsledek fotografií lifestylového časopisu musí být co nejpůsobivější, proto fotografie zabírají polovinu plochy každého rozhovoru a nenajdeme u nich žádný popis, který by obraz rušil. Podobně jako na titulní straně, i v rozhovorech se Elle snaží přinášet rozhovory s osobnostmi z nejrůznějších odvětví a fotografovat je různými způsoby – u některých klade důraz na oblečení, u jiných na výraz tváře, jindy na detail obličeje. Přesto celkově převládá pocit, že každá zobrazovaná osoba musí působit dokonale a jakékoli nedostatky jsou eliminovány, pomocí počítačových programů, světel i stylizací.

4.4.7. Ilustrační portrét

Jak udává typ časopisu – lifestylový, je jisté, že náplň každého čísla tvoří také mnoho článků o životním stylu, kráse, zdraví atd. Tato témata jsou ve většině případů doplněna ilustračními fotografiemi, na kterých se často objevuje lidská tvář, přesto je však nemůžeme nazývat pravými portréty. Jde spíše o pouhou ilustraci, která má názorně ukázat účinky kosmetických přípravků, cvičebních metod i obrazové znázornění životních problémů. Tyto fotografie pocházejí z fotografických agentur nebo od zahraničních redakcí Elle. Jako u předchozích typů u nich platí, že musí ukazovat jen krásné věci – krásnou pleť, krásné tělo, krásné vlasy atd.- tedy vše, co musí čtenářka Elle mít. Proto mají tyto obrazy charakteristiky reklamní fotografie.

4.4.8. Význam portréту v Elle

V roce 2006 vyšel v časopisu Reflex článek s názvem *Ženy pro měny zabývající se kultem ženských magazínů a krásy*. Lenka Tréglová, vedoucí magazínu *Ona Dnes* v něm uvedla: „*Úloha ilustračních fotografií v ženských magazínech je jiná než v novinách. Nejde vůbec o to, aby to, co je na té fotce, byla pravda, ale aby ta fotka souzněla s tématem, aby přitáhla pozornost. V typických exkluzivních časopisech jsou fotografie mimo realitu, jsou to módní fotky, jejich úkolem není být realistický.*“ Toto tvrzení platí i pro časopis Elle. Hlavní role fotografií, které se

v něm nacházejí, je, společně s titulky, zaujmout pozornost čtenářky. Z cílové skupiny vyplývá, že čtenářkou je dobře zajištěná žena, která zřejmě věnuje mnoho času práci i péči o sebe. Po časopisu Elle tedy zřejmě sáhne v době svého volna, kterého nemá mnoho, ne proto, aby se vzdělala, ale naopak aby si odpočinula, prohlédla si pěkné obrázky a fotografie a mohla v klidu přemýšlet nad tím, co pěkného na sebe si koupí, případně co udělá pro to, aby byla krásná a úspěšná. Proto opravdu nezáleží na tom, zda jsou fotografie reálné, ale nakolik jsou estetické a nakolik inspirují čtenářky ke koupi nových věcí a péči o sebe. I na některých portrétech je znát záměr časopisu určovat čtenářkám životní styl nejen v oblasti oblékání. Na mnoha fotografiích se vyskytují atributy jako mobilní telefon, fotoaparát, automobil a podobně, které ženám dávají nenápadně najevo, co vše nesmí opomenout, aby měly styl, který je právě „in“.

Elle, díky své dlouholeté tradici i spolupráci s úspěšnými fotografy, však nepřipouští, aby tyto fotografie byly jednoduché, a snaží se v každém čísle přinést několik fotografií, které jsou kvalitní a zajímavé, přestože velkou část časopisu budou vždy tvořit „nezajímavé“ ilustrační fotografie či portréty „anonymních“ modelek, jaké lze nalézt ve většině módních a lifestylových magazínů. I malý počet kvalitních fotografií staví Elle nad úroveň většinu časopisů podobného zaměření.

4.5. Portrét v časopisu Chvilka pro tebe

4.5.1. Informace o titulu

Chvilka pro tebe je jedním z nejčtenějších ženských časopisů v České republice (139 101 prodaných výtisků, leden 2008)²⁶, který vydává společnost Bauer Media. Cílovou skupinou jsou čtenářky ve věku 25 až 59 let, především na mateřské dovolené, v domácnosti nebo s jedním a více dětmi. Typická čtenářka je „obyčejná“ žena, která žije na venkově nebo ve městě do 100 000 obyvatel. Cílem časopisu je pobavit ji, nabídnout oddechové čtení a přinést praktické informace pro domácnost. Časopis vychází jednou týdně, ve středu. Chvilka pro tebe je žánrově odlišná od ostatních analyzovaných časopisů. Zaměřuje se na zcela jinou skupinu žen než např. Elle nebo Cosmopolitan, které jsou určeny pro mladší generaci žen žijících ve velkých městech. Této odlišnosti odpovídá i fotografická náplň časopisu. Již z názvu *Chvilka pro tebe* je vidět, že čtenářka v něm hledá potěšení a věci jí blízké, které si může sama užít ve svém volném čase.

4.5.2. Výskyt fotografického portréту v časopisu

Výše uvedeným kritériím musí odpovídat fotografický portrét, který se v časopise hojně vyskytuje. Pojem portrét ale ve Chvilce pro tebe nabývá poněkud jiného významu než u předchozích časopisů (viz analýza). Najdeme ho hned v několika rubrikách: na titulní straně, v sekci Vaše příběhy, Portréty slavných, Proměna čtenářek a dále jako ilustrace k ostatním článkům.

4.5.3. Titulní strana

Na titulní straně není možné mluvit o portrétu, ačkoliv se zde lidská tvář vyskytuje v každém čísle. Jde spíše o prostou fotografii, která o portrétovaném nic neříká. Na obálce se vždy nachází obličej anonymní modelky, který vyniká

²⁶ Zdroj: ABC ČR

na modrém pozadí. Zobrazovaná žena je ve věku čtenářek Chvilky pro tebe, usmívá se a jediné, co odlišuje jednotlivá čísla od sebe, je barva jejích vlasů (pravidelně se střídá blond a hnědá) a barva a typ jejího oblečení (žlutý svetr, červené tílko atd.). Mezi sledovanými 65 čísly za rok 2007 a první čtvrtletí roku 2008 se pouze tři čísla (č. 5/2007, 6/2007 a 7/2007) alespoň trochu lišila svou obálkou od ostatních tím, že žena měla na sobě čepici. Fotografie pocházejí z fotografických agentur a daly by se mezi sebou snadno zaměnit. Nevyjadřují se k aktuálnímu tématu, ani článkům uvnitř čísla. Jde o pouhou ilustraci skutečnosti, že se jedná o časopis pro mladé sympatické ženy a že je „opravdu jen pro ně“. V některých číslech vyznívá poněkud paradoxně nesoulad veselé fotografie s hlavním titulkem, např. Deprese zabila mého syna v č. 5/2007, Já jsem tátu přece nezabil! v č. 7/2008 nebo Kolik synů manžel zplodil? v č. 9/2008.



Obr. 15: Titulní strany časopisu Chvilka pro tebe

Z grafického řešení obálky soudíme, že Chvilka pro tebe počítá s tím, že její čtenářky jsou spíše konzervativní ženy, které nejsou zvyklé na změny. Proto je i fotografie na titulní straně vždy podobná ostatním a dává tak čtenářkám „pocit jistoty,“ že v časopise najdou vždy „svá témata,“ která očekávají. Okruh čtenářek je navíc poměrně stálý, proto se je časopis nemusí snažit nalákat atraktivní titulní stranou.

4.5.4. Emotivní portrét

Portréty uvnitř čísla odpovídají nejlépe charakteristice emotivního portrétu. Ten si neklade za cíl představit konkrétního člověka a jeho osobnost, ale skrze jeho obraz předat čtenáři určité pocity. Tento portrét se dá také nazvat účelovým. Podstata emotivního portrétu v časopisu Chvilka pro tebe je zřejmá zejména v rubrice Vaše příběhy, která tvoří hlavní náplň časopisu. V každém čísle najdeme čtyři až pět příběhů. Portréty, které je doprovázejí, pocházejí z několika zdrojů: v první řadě z placených fotoagentur (např. Profimedia, allphoto), z archivu redakce a archivů jednotlivých aktérů příběhů a jen minimální část představují portréty pořízené redaktory a fotografy Chvilky pro tebe.



Obr. 16: Ukázka fotografií v rubrice Příběhy čtenářů

Fotografický doprovod příběhů vzniká v několika fázích. Redaktoři nejdříve vyberou příběh čtenáře, k němuž jsou většinou přiloženy fotografie z rodinného archivu (rodinné momentky, podobenky z dětství atd.). Autor článku, někdy za doprovodu fotografa, se potom vydá za osobou, o níž příběh pojednává, a vyfotografuje ji v prostředí jí vlastní. Tímto způsobem vznikne podobenka, která má pouze přinést informaci, jak daný člověk vypadá, maximálně jak vypadá jeho dům. To je ale vše, co se o něm z fotografie můžeme dozvědět. Ostatní je řečeno

v textu a v jeho životním příběhu. Ten ovšem často pojednává o intimních tématech (např. úmrtí potomka, nemoc v rodině, nevěra), kvůli němuž si aktéři nepřejí být vyobrazeni. V takovém případě redakce sáhne po typově podobném portrétu do placené fotobanky či do svého archivu. V závěru se u každého příběhu celkem nachází dvě až šest fotografií různého původu, které zabírají zhruba třetinu plochy celého textu.

Obrazová složka přesto není oproti textové druhořadá. Naopak, fotografie hrají klíčovou roli při čtenářském zážitku. Příběhy ze života jsou často velmi dojemné a čtenářka musí mít pocit, že to, co se zdá neuvěřitelné, se může kdykoli stát i jí. A až se jí něco přihodí, své problémy bude moci sdílet touto formou s ostatními (na fotografiích jsou zobrazovány „průměrné“ ženy, v nichž se čtenářky mohou najít). Příběhy jim také přinášejí pocit klidu, že jejich problémy mohou být v porovnání s těmi závažnými v časopise malicherné. Zatímco příběhy jsou velmi emotivní samy o sobě, fotografie se na první pohled nezdají být. V kontextu s textem se však obyčejné podobenky emotivně silnými stávají, např. fotografie veselého chlapce z dětství nás neosloví, dokud se z textu nedozvíme, že nedávno zemřel a podobně. Proto hrají u portrétů velmi důležitou roli i popisky. Vcelku obyčejné rodinné fotografie, pod nimiž se nachází popisek *Antonie se na svátky netěší. Na syna může už jen vzpomínat, Žalem zdrcení rodiče* nebo *Poslední dovolená s tátou a mámou* mají okamžitě jinou atmosféru, než kdybychom viděli pouhou fotografii člověka s mírně zachmuřeným výrazem. Popisky jsou charakteristické i tím, že explicitně vyjadřují, co je na fotografii, např. *Zuzana je krásná holka, Před svatbou byli Ludvík a Eliška nádherný pár, Po porodu jsem byla šťastná a pyšná máma* nebo *Po každém drogovém excesu jsem ho našla takto*. Popisky tak dávají čtenářce určitý návod, jaké emoce by měla z fotografie pociťovat, kdyby to pro ni nebylo čitelné ze samotného obrazu.

4.5.5. Ilustrační portrét

Ostatní portréty v časopise jsou ilustrační. Ještě méně než emotivní portréty představují konkrétního jedince. Ilustrační fotografie jsou využity u většiny článků o jídle, zdraví, domácnosti a dalších praktických věcech. Za ilustrační můžeme

označit i fotografie v rubrice Portréty slavných, které jsou vždy neautorské a z archivu a slouží k „ilustraci“ života známé osobnosti. Kromě ilustrace musí tyto fotografie čtenáře zaujmout a být dobře čitelné. Ze snímku musí být také na první pohled jasné, o čem článek je, aby se čtenář okamžitě rozhodl, zda ho bude číst, nebo ne. Podle toho jsou vybrány i fotografie, např. v článku o imunitě vidíme slečnu v čepici a s šálkem čaje v ruce, u povídání o cholesterolu paní s mísou zeleninového salátu a podobně. Ilustrační fotografie potom plní podobnou funkci jako portrét na obálce. Musí být jednoznačné, aby zaujaly, a dále pěkné s hezkými usměvavými ženami a šťastnými rodinami, které budou čtenářkám blízké a budou jim dodávat dobrou náladu.

4.5.6. Význam portrétu ve Chvilce pro tebe

Z analýzy vyplynulo, že v časopise Chvilka pro tebe portrét v pravém slova smyslu, jako u ostatních titulů, prakticky nenajdeme. Žádná z fotografií se nesnaží ukázat, jaký daný člověk je, ale pouze jak vypadá, případně co symbolizuje (mladá krásná žena, zoufalý pár, šťastná babička atd.). Zachycuje pouze vizuální podobu s účelem zaujmout čtenáře, přiblížit mu osobní příběh, případně ilustrovat článek. Ve Chvilce pro tebe vyskytuje výhradně neautorský portrét. Ten jsme označili jako ilustrační, emotivní, rodinný nebo módní (rubrika Proměna čtenářek). V této specifické, ačkoliv „neportrétní,“ podobě má ale pro časopis velký význam. Poskytuje mu vše, co „průměrná“ čtenářka Chvilky pro tebe potřebuje: rodinné zázemí, sdílené emoce, rady pro péči o sebe i blízké a příjemné čtení. V takové podobě potom portrét hraje důležitou roli. Postavený sám o sobě a vytržený z kontextu by čtenářkám nic neřekl, ale v souznění s textem, především u příběhů ze života, je nezbytným doplňkem. Chvilka pro tebe chce být čtenářčinou „kamarádkou“. A tento pocit jí musejí dodávat i portréty, které se nacházejí u článků. Fakt, že se na nich nacházejí naprosto zaměnitelné tváře, jí potom dodává pocit, který od časopisu očekává, že na fotografii by se klidně mohla ocitnout ona, neboť časopis je tu pro ni a její problémy i radosti. Proto je samozřejmé, že tento typ zobrazení odpovídá specifickému zaměření titulu na určitou skupinu žen a v jiných časopisech by těžko obstál.

5. Závěr

Na základě teoretických východisek a obrazové analýzy tato práce zjišťovala, jaký je stav jednoho z fotografických žánrů – portrétu – v současných českých časopisech. Analýza byla provedena u pěti typologicky odlišných druhů časopisů, které byly považovány za reprezentativní pro velkou část časopisů vyskytujících se na českém trhu. Výsledky analýzy tedy můžeme zobecnit pouze s vědomím, že i jiné tituly využívají portrét specifickým způsobem (např. pánské časopisy, časopisy pro mládež atd.), který jsme však zhodnotili jako přístup podobný některému z analyzovaných titulů.

Již při předběžné analýze časopisů jsme zjistili, že portrét se v nich vyskytuje velmi často a vždy hraje důležitou roli. Bez jeho použití by se časopisy neobešly, neboť bývá součástí interview (oblíbeného žánru v časopisech), portrétů známých osobností, reportáží i ilustračních snímků. Významně se uplatňuje i na titulních stranách, dokonce i v časopisech, které se tradičnímu pojetí obálky vyhýbají (např. Týden svými kolážemi). Znamé obličej (v případě společenských a lifestylových titulů) i hezké tváře (lifestylové časopisy a magazíny pro ženy) zůstávají tím hlavním, na co se vydavatelé snaží přilákat čtenáře.

V každém časopise se ale vyskytovaly portréty různého druhu i různé kvality. Z analýzy vyplynulo, že tuto podobu i kvalitu ovlivňuje několik faktorů. V první řadě je to zaměření časopisu, které je úzce propojeno s cílovou skupinou čtenářů. Všechny tituly mají přesně zmapované profily čtenářů, včetně jejich přání a potřeb. U všech se prokázalo, že se snaží v každém případě čtenáři vyhovět a nepřekračují zavedený styl. Dalším faktorem, který výrazně ovlivňuje pojetí portrétu, bylo grafické zpracování titulu. To se nejvíce projevilo na titulní straně, kde je fotografie omezena titulky a textem. Podobně uvnitř čísla samozřejmě záleželo na tom, kolik má časopis stran a zda dává přednost obrazové, nebo textové složce časopisu. Co se týče kvality, významný podíl měl i používaný papír výtisku (např. na tlustším papíře časopisů Elle nebo Reflex všechny fotografie lépe vyniknou). A třetí, z mnoha ohledů i nejvýznamnější, vliv na portrét měli samozřejmě fotografové, kteří pro daný časopis pracují. Zatímco např. u Reflexu či Magazínu DNES bylo nezbytné je zmínit, neboť udávají styl celého časopisu,

u Chvilky pro tebe jsme neuvedli jediné jméno z důvodu absence autorských fotografií v časopisu.

Podle zaměření a obsahu časopisu, skupiny čtenářů, grafického zpracování a fotografických osobností jsme identifikovali několik druhů portrétu, které se v časopisech vyskytovaly. Mezi autorskými převládaly portréty reportážní a aranžované, v případě Elle módní. Dále se objevil i portrét emotivní, výtvarný a ilustrační. Porovnáme-li kvalitu, je jisté, že autorské druhy portrétů měly vždy vyšší estetickou hodnotu než neautorské. Jejich počet byl ale mnohokrát menší. Co se týče množství, stránky českých časopisů nejvíce pokrývaly ilustrační portréty a reportážní portréty zpravodajského rázu, které mají také spíše ilustrační funkci. Tyto dva druhy, jak jsme uvedli v teoretickém vymezení portrétu, však někdy do žánru portrétu ani nebývají zahrnuty, neboť tyto „podobanky“ ukazují jen vizáž lidí neutrálním způsobem a neříkají nic o portrétovaném, ani o autorovi. Proto většinou pocházely z fotografických agentur, což již svědčí o tom, že jsou pořizovány za účelem vícenásobného užití. Pro časopisy je jejich pořízení samozřejmě méně nákladné. Autorské portréty byly ty, které jsme v časopisech hodnotili jako nejzajímavější. Jejich pojetí bylo většinou natolik výrazné, že určovalo styl celého časopisu, přestože v něm byly zastoupeny v menšině (např. portréty Jedináka a Krause v Reflexu, Nguyen Phuong v Magazínu DNES nebo Merhouta a Turka v Elle).

V závěru práce se tedy musíme ptát, proč redakce nevyužijí lépe potenciálu kvalitních fotografů. U většiny časopisů je patrné, že jsou zvyklé na určitý styl, který nechtějí měnit. V Reflexu by bylo například nemyslitelné, aby zavedené fotografické oddělení posílil nový člen, Týden se drží pevně svého zpravodajského zaměření, podobně jako Magazín DNES nemůže překročit hranice „pouhé“ přílohy deníku, portrét v Elle je ovlivňován reklamní složkou časopisu a Chvilka pro tebe je zvyklá přejímat fotografie z agentur, neboť slouží jen jako ilustrace textu, který je důležitější. U každého časopisu by stačil malý krok, který by kvalitu portrétu zvýšil. V současné době vidíme portréty téměř na každé stránce časopisů, u většiny z nich ale nepoznáme, jaký titul jsme právě otevřeli. Portréty v časopisech jsou si velmi podobné a jen málo z nich se nám zapíše do paměti. Vedení českých časopisů se zatím bohužel bojí investovat do kvalitních fotografií

a riskovat přístupy nových fotografů, přestože při prohlížení internetových stránek můžeme najít odkazy na mnoho fotografů, kteří se například portrétem zabývají a jistě by byli rádi, kdyby mohli své dílo předvést více lidem. Redakcím se zatím stále vyplácí zaměstnávat méně lidí, u kterých mají zaručenou kvalitu, přestože je předvedena jen na několika málo snímcích v každém čísle. Zřejmě spoléhají na to, že v dnešní „zrychlené“ době jsou čtenáři povrchnější a stačí jim obyčejné podobenky lidí, nikoliv skutečné portréty s myšlenkou, zajímavým výrazem či originálním výtvarným řešením.

6. Summary

The present Bachelor's degree thesis, *Approaches to the Medium of Portrait in Present-day Czech Periodicals*, examines the condition of the genre of photographic portrait on the contemporary Czech magazine market. Building on theoretical premises, the author applies the method of pictorial analysis to a sample set of portraits published in five Czech magazines in the course of 2007 and the first quarter of 2008. The sample set in question is representative in terms of covering a broad spectrum of various titles (*Reflex*, *Týden*, *Magazín DNES*, *Elle*, *Chvilka pro tebe*).

The analysis of the selected titles has shown that portrait is one of the most frequented photographic genres in Czech magazines. Its frequent use is due to a constant need to portray people and document events in which they participate. According to the magazine's orientation, its readers' group, its graphical conception and especially the photographers' personalities working for the magazine, portraits of various forms and quality levels are made. Most frequent were illustrational and authorial portraits. Authorial portraits were fewer in number, but their quality was much higher because they really expressed the character of the portrayed person. On the contrary, the illustrational portraits were made by the photographic agencies and depicted only the person's physiognomy, not its character. Therefore they were almost identical in all of the magazines. However, the magazines use them more often, because they are much more easily made. We therefore arrived at a conclusion that the biggest flaw of portrait in Czech magazines lies in that they seldom use good Czech authors and instead prefer quick production of photographs of lower quality.

7. Seznam obrazových příloh

Obr. 1: Výběr titulních stran časopisu Reflex fotografa Davida Krause.....	22
Obr. 2: Reportážní portrét Petra Jedináka/ Vít Olmer, Robert Sedláček.....	24
Obr. 3: Různá pojetí portrétu Petra Jedináka.....	26
Obr. 4: Různá pojetí titulních stran časopisu Týden.....	29
Obr. 5: Jan Schejbal/ Kateřina Fričová.....	31
Obr. 6: Petra Mášová/ Martin Rittstein.....	32
Obr. 7: Titulní strany Magazínu DNES.....	37
Obr. 8: Portréty Nguyen Phuong Thao/ Livia Klausová, Kateřina Sokolová.....	38
Obr. 9: Rubrika Jak žijeme, Nguyen Phuong Thao/ Barbora Janatková a Petr Vondráček.....	39
Obr. 10: Souhra barev obsahu časopisu a reklam.....	42
Obr. 11: Titulní strana časopisu Elle, David Vasiljevic/ Doutzen Kroes.....	44
Obr. 12: Portréty Jiřího Turka/ Tomáš Verner, Barbora Špotáková.....	45
Obr. 13: Portréty Standy Merhouta/ Iva Kubelková, Jana Kirschner, Jitka Čvančarová.....	46
Obr. 14: Portrét Tomáše Berana/ Sandra Nováková.....	47
Obr. 15: Titulní strany časopisu Chvilka pro tebe.....	51
Obr. 16: Ukázka fotografií v rubrice Příběhy čtenářů.....	52

8. Seznam pramenů a použité literatury

8.1. Knižní prameny

- Baran, Ludvík. *Portrét ve fotografii*. 1. vyd. Praha : Orbis, 1965. 231 s.
- Baran, Ludvík. *Teorie novinářské fotografie*. 1/1 vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1971. 54 s.
- Birgus, Vladimír, Vojtěchovský, Miroslav. *Jistoty a hledání v české fotografii 90. let*. Praha : KANT, 1996. 198 s. ISBN 80-901903-6-7
- Jedinák, Petr. *Cesty k portrétu*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2004. 252 s. ISBN 80-251-0120-7
- Kováříková, Zdeňka. *Současná portrétní fotografie v českých časopisech*. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2006.
- Lábová, Alena. *Základy fotožurnalistiky II*. 1. vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1990.
- Minksová, Barbora. *Fotografický portrét a jeho využití v denících Mladá fronta Dnes a Právo*. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 2005.
- Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha : Libri, 2002. 240 s. ISBN 80-7277-108-6
- Rawhi, Afaghani. *Postavení fotografie v časopisech*. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FSV UK, 1998.
- Třeštík, Tomáš. *Osobnosti současné české reklamní a módní fotografie*. Praha : Atemi, 2002. 158 s. ISBN 80-238-8197-3
- Weigl, Petr. *Portrét v české fotografii 90. let*. [Bakalářská diplomová práce.] Praha : FAMU, 2002.

8.2. Elektronické zdroje

www.abccr.cz

www.bauermedia.cz

www.czechpressphoto.cz

www.elle.cz

www.hf.cz

www.idnes.cz

www.jedinak.cz

www.jiriturek.com

www.reflex.cz

www.standamerhout.com

www.tyden.cz

8.3. Periodika

Elle. Praha: Hachette Filipachci. ročník 2007-2008. ISSN 1210-8480

Chvilka pro tebe. Praha: Bauer Media. ročník 2007-2008. ISSN 1211-4324

Magazín DNES. Praha: MAFRA. ročník 2007-2008. ISSN 1210-1168

Reflex. Praha: Ringier. ročník 2007-2008. ISSN 0862-6634

Týden. Praha: Mediacop. ročník 2007-2008. ISSN 1210-9940

8.4. Rozhovory a konzultace

Petr Jedinák (fotograf časopisu Reflex) - rozhovor dne 10. dubna 2008

Tereza Knappková (obrazová produkční časopisu Chvilka pro tebe) – rozhovor dne 25. března 2008

Standa Merhout (fotograf časopisu Elle) – e-mailová korespondence

Nguyen Phuong Thao (fotografka Magazínu DNES) – rozhovor dne 15. května 2008

Zuzana Vránová (obrazová produkční Magazínu DNES) – rozhovor dne 15. května 2008