

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2012**

**Zoulová Tereza**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Tereza Zoulová**

**Fotografie a nová média – změny v obrazové  
narrativě**

*Bakalářská práce*

Praha 2012

Autor práce: **Tereza Zoulová**

Vedoucí práce: **Doc. Filip Láb, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2012

## **Bibliografický záznam**

ZOULOVÁ, Tereza. *Fotografie a nová média – změny v obrazové narativitě*. Praha, 2012. 40 s. Bakalářská práce (bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Doc. Filip Láb, Ph.D.

## **Abstrakt**

Práce se zabývá změnami, které do fotografie přinesla nová média. Ve stručnosti přináší náhled do historie od prvních pokusů na tomto poli až k objevu a vývoji digitálního fotoaparátu. Dále se zabývá prezentací fotografie v době nových médií. Zejména věnuje pozornost internetu, který výrazně přispěl k masovému šíření snímků jak profesionálních fotografií, tak i těch amatérských. Poukazuje na to, že dostupnost digitálních fotoaparátů a internetu jsou hlavní příčinou změn jak v pořizování, tak prezentaci. Rozebírá jednotlivé způsoby online prezentace, od starších, jakými jsou osobní webové stránky či blogy, až po nejnovější – sociální sítě. Právě na sociální sítě je kladen důraz, neboť díky nim šíření fotografií zaznamenalo velký nárůst a největší odklon od prezentace profesionální, jakou jsou galerie. Poslední část práce se zabývá praktickými příklady z novinářské praxe. Týdeník Respekt slouží jako ukázka média, které z nejvíce strohé podoby, tedy černobílých novin, prošlo vývojem k barevnému magazínu i webovým stránkám. Je tedy na něm možno porovnávat změny způsobené jak přechodem z jedné technologie na druhou, tak i souběžnou prezentací na webu. Druhým příkladem je fotografická agentura Magnum Photos. Zde jsou rozebírány změny způsobené přechodem agentury z klasického papírového archivu na digitální, který umožňuje rychleji překonávat vzdálenosti mezi kanceláří agentury, fotografem i klientem agenturní fotografie odebírajícím.

## **Abstract**

The work deals with the changes that brought the photos to new media. In summary provides insight into history of first attempts in this field to the invention and development of digital camera. It also deals with the presentation of photographs at the time of new media. It especially pays attention to the Internet, which greatly contributed to the mass dissemination of images of both professional photographers and the amateur. It points out that availability of digital cameras and the Internet are the main cause of changes in both taking and presentation. It analyzes different ways of online presentations from older like personal websites and blogs, to the latest - social networks. The social networks are in middle of interest, as they spread through photographs recorded a large increase and the largest deviation from professional presentations, such as galleries. The last part deals with examples of journalistic practice. Weekly Respekt serves as an example of media that the most brief form, ie black and white newspaper, developed to color magazine and websites. So it is possible to compare the changes caused both by transition from one technology to another, as well as by concurrent presentations on the web. The second example is the photo agency Magnum Photos. Here are discussed the changes caused by the Agency's transition from a classical paper archives to digital, which makes it quicker to overcome the distance between the offices of the Agency, a photographer and photo ordering agency client.

## **Klíčová slova**

Fotografie, nová média, internet, sociální sítě, digitalizace, Respekt, Magnum Photos

## **Keywords**

Photography, new media, internet, social networks, digitization, Respekt, Magnum Photos

**Rozsah práce:** 85 659 znaků

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 7. 5. 2012

Tereza Zoulová

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Zoulová Tereza

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2009

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

terzo@tiscali.cz

**Studijní obor/typ studia:**

Žurnalistika/ prezenční

**Předpokládaný název práce v češtině:**

**Fotografie a nová média - změny v obrazové narativitě.**

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

**Photography and new media - changes in visual narrative approach.**

**Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012):**

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)

**LS 2012**

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):**

Cílem této práce je porovnání změn v prezentaci fotografií vlivem nástupu nových médií. Měla by čtenáře uvést do problematiky digitální a klasické fotografie a nastínit mu rozdíly, které mezi těmito technikami jsou. Dále by měla rozebrat obecně rozdíly v prezentaci. A to jak ve vystavování uměleckých děl v galeriích, tak zpravodajských na stránkách médií. Druhá část, tedy fotografie v médiích, bude rozebráno u konkrétních příkladů, agentury Magnum Photos a týdeníku Respekt.

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

**1. Úvod**

**2. Fotografie**

**2.1. Klasická fotografie :** Kapitola by měla obsahovat stručnou historii klasické fotografie

**2.2. Digitální fotografie:** Kapitola by měla obsahovat stručnou historii digitální fotografie

**2.3. Srovnání klasické a digitální fotografie:** Kapitola by měla přinést srovnání dvou technik zachycení obrazu, jejich postupy, porovnat jejich výhody a nevýhody aj.

**3. Změny v prezentaci fotografie**

**3.1. Nová média a galerie:** Kapitola, která by se měla krátce zastavit u změn, která digitální fotografie a nová média přinesla do výstavních sálů

**3.2. Fotografie a internet:** Kapitola, kde by měly být rozebrány změny, které do publikování fotografií přinesl rozmach internetu

**4. Příklady změn**

**4.1. Agentura Magnum Photos**

**4.1.1. Historie:** Kapitola, která by měla stručně shrnout historii agentury

**4.1.2. Vývoj:** Kapitola, jejímž obsahem by měl být popis změn, které přinesl nástup internetu

**4.1.3. Blog:** Kapitola, která by se měla věnovat blogu této agentury

**4.2. Respekt:** Kapitola, která by měla porovnat změny, které v časopise nastaly s příchodem webu

**4.2.1. Časopis před spuštěním webu**

**4.2.2. Časopis po spuštění webu**

**5. Závěr**

**Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude**

<p>analyzován):  <a href="http://www.magnumphotos.com/">http://www.magnumphotos.com/</a>  <a href="http://blog.magnumphotos.com/">http://blog.magnumphotos.com/</a>  <a href="http://respekt.ihned.cz/">http://respekt.ihned.cz/</a>  <b>Časopis Respekt</b></p>
<p><b>Postup (technika) při zpracování materiálu:</b>  <b>Deskripce, komparativní analýza</b></p>
<p><b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):  <b>The Photography Reader: Liz Wells</b>  <b>Komplexní sbírka esejů o fotografii 20. století, která čtenáři předkládá vývoj myšlenky o fotografii či otázky jako je identita, konzum, příjem a digitální technologie</b>  <b>The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-photographic Era: William Mitchell</b>  <b>Blízký pohled na digitální technologie, možnosti manipulace s nimi a na způsob, jakým na ně nahlížíme. Kniha se zabývá i otázkou etiky a estetiky.</b>  <b>Magnum Stories: Chris Boot</b>  <b>Příběhy fotografů, kteří v agentuře Magnum působili za posledních šedesát let. Jejich autoři osvětlují své záměry a přístupy k pořizování a úpravě fotografií. Kniha obsahuje široký záběr žánrů.</b>  <b>Soumrak fotožurnalistiky? Manipulace fotografií v digitální éře: Alena Lábová, Filip Láb</b>  <b>Autoři popisují nejznámější případy fotografických podvodů klasického i digitálního věku, ukazují krajní možnosti nových technologií na příkladech ze současného umění pracujícího s mediálními obrazy, představují nově vznikající obor forenzní analýzy obrazu a postavu digitálního detektiva.</b>  <b>Fotografie po fotografii: Jaroslav Turek, Filip Láb</b>  <b>Esejistická kniha na pomezí dějin umění a teorie médií vykládá z různých úhlů pohledu a stanovisek specifickou povahu fotografie jakožto média, jež stálo na počátku cesty, která lidstvo dovedla do éry vizuální komunikace</b></p>
<p><b>Diplomové práce k tématu</b> (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)  <b>Postavení a odkazy obrazové agentury Magnum Photos v současné novinářské fotografii / Aleš Vašíček; vedoucí práce Alena Lábová</b>  <b>Fotografie na internetových zpravodajských serverech / Jiří Bulan; vedoucí práce Alena Lábová</b>  <b>Vývoj grafické proměny týdeníku Respekt v letech 1990-2007 / Lucie Černá; vedoucí práce Jaroslav Slanec</b></p>
<p><b>Datum / Podpis studenta/ky</b>          .....</p>

<p><b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</b></p>
<p><b>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</b></p>
<p><b>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</b></p>
<p><b>Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.</b></p>
<p><b>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</b></p>



Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....  
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPIÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.**

## Obsah

<b>ÚVOD.....</b>	<b>2</b>
<b>1. FOTOGRAFIE.....</b>	<b>3</b>
1.1. KLASICKÁ FOTOGRAFIE .....	3
1.2. DIGITÁLNÍ FOTOGRAFIE .....	8
1.3. SROVNÁNÍ KLASICKÉ A DIGITÁLNÍ FOTOGRAFIE .....	11
<b>2. ZMĚNY V PREZENTACI FOTOGRAFIE .....</b>	<b>14</b>
2.1. NOVÁ MÉDIA A GALERIE .....	14
2.2. FOTOGRAFIE A INTERNET .....	17
2.2.1. <i>Fotografie a sociální sítě</i> .....	17
2.2.2. <i>Fotografie a další způsoby online prezentace</i> .....	22
<b>3. PŘÍKLADY ZMĚN.....</b>	<b>24</b>
3.1. AGENTURA MAGNUM PHOTOS .....	24
3.1.1. <i>Historie agentury</i> .....	24
3.1.2. <i>Vývoj agentury vlivem internetu</i> .....	27
3.1.3. <i>Magnum Blog</i> .....	28
3.2. RESPEKT .....	30
3.2.1. <i>Respekt jako noviny</i> .....	30
3.2.2. <i>Respekt jako časopis</i> .....	31
3.2.3. <i>Respekt online</i> .....	32
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>33</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>35</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>37</b>
<b>CITACE.....</b>	<b>40</b>

## Úvod

Záměrem této práce je seznámit čtenáře s tím, jak příchod moderních technologií, jakými je digitální fotoaparát či internet, ovlivnil podobu fotografie. Měla by ukázat, jakou cestu toto médium za více než 170 let své existence urazilo – z laboratoří několika málo vědeckých nadšenců až do současné podoby předmětu denní potřeby. Otázky, položené před jejím vznikem, směřovaly k tomu, jak a čím byla fotografie ovlivněna v běžné i novinářské praxi. Výběr tématu byl motivován zájmem jak o fotografii jako takovou, tak o nové technologie obecně.

Tomuto záměru odpovídá i struktura práce. První kapitola poskytuje stručný náhled do historie fotografie v její původní podobě. Tato část je sice od moderních technologií poněkud vzdálenější, leč právě v této době docházelo k vývoji fotografických žánrů i oblibě samotné fotografie. Objev digitálních technologií popsany v druhé části kapitoly jen podpořil rozšíření fotoaparátů mezi širokou masu uživatelů. Na otázku, proč zvítězila právě nová technologie, se pokouší odpovědět poslední část této kapitoly, která obě technologie srovnává. Druhá kapitola nahlíží na fotografii v době nových médií obecně. Poukazuje na fakt, že změny se dotkly i institucí tak klasických, jako jsou galerie, a hlouběji rozebírá nejvýznamnější doménu nových médií – internet. Poslední kapitola popisuje praktické příklady změn, jež nové technologie přinesly do novinářské praxe. Vybrán byl časopis Respekt a agentura Magnum Photos. První jako médium, které prošlo několika podobami, od novin s černobílými fotografiemi pořízenými na film přes plnobarevný časopis zásobovaný snímky z digitálních fotoaparátů až po webovou podobu existující zároveň s předchozími formami, ale novými médii ovlivněnou pochopitelně nejvíce. Druhé médium, fotografická agentura, má demonstrovat, jak příchod internetu změnil agenturní práci založenou především na rychlosti přesunu informací, v případě Magnum obrazových, k příjemci.

Teoretické části práce jsou postaveny na literatuře zejména esejistické, popisující fotografii spíše po filozofické stránce. Nicméně u aktuálnějších témat, jakými jsou nová média v galeriích či sociální sítě, bylo potřeba hledat i zdroje na novějším médiu, většina odkazů je tedy na zdroje elektronické. Částečně se text opírá i o vlastní zkušenosti s užíváním sociálních sítí a dalších způsobů online prezentace. Praktická část je pak výsledkem přímého srovnávání popisovaných médií.

# 1. Fotografie

## 1.1. Klasická fotografie

Oficiální dějiny klasické fotografie se započaly psát v roce 1839, kdy byly téměř současně ohlášeny objevy dvou fotografických postupů – daguerrotypie Louise Mandého Daguerra ve Francii a kalotypie Henryho Foxe Talbota v Anglii. Oba vynálezy spojoval fakt, že dokázaly využít předchozích objevů z pole chemie a fyziky a zachytit obraz bez malířských dovedností. Nelze však říct, že by byli jediní, kdo se zabýval myšlenkou zachycování obrazu pomocí přístrojů. Ve své publikaci *Burning with desire* Geoffrey Batchen uvádí, že na této myšlence pracovalo 25 vynálezců po celém světě.

Louis-Jacques-Mandé Daguerre (1787–1851) měl jako malíř a majitel dioramatu k optice blízko. Princip této atrakce tkví v prosvětlování obrovských pláten s malbami, navozujících dojem reality. K jejich tvorbě používal právě *cameru obscura*. Nebyl jediný, komu přišel na mysl nápad zaznamenat obraz z ní nějak trvale, bez zásahu lidské ruky. V roce 1829 se tak spojil s jiným experimentátorem, Josephem Nicéphorem Niépce (1765–1833). Ten již roku 1816 objevil světlocitlivé vlastnosti asfaltové vrstvy na kovové destičce, a stal se tak otcem heliografie (řec. Helios – slunce a grafé – kresba), nejstarší fotografické techniky. Nejznámější, ne však první pořízená heliografie pochází z roku 1826 nebo 27 a je jí slavný *Pohled z okna v Le Gras*, jejíž expoziční doba byla osm hodin. Tmavá místa tvoří odhalená cínová podložka, světlé asfalt. Tito dva průkopníci (po smrti otce Josepha v pokusech pokračoval syn Isidor) spolu vytvořili metodu novou, méně těžkopádnou. V lednu 1839 pak Francouzská akademie věd její vynález oficiálně ohlásila. Francouzská vláda postup zakoupila pro veřejnou potřebu, její využívání tak nebylo omezeno koupí žádné licence. Louis Daguerre a Isidor Niépce dostali doživotní rentu a Evropu ovládla daguerrotypie.

Poprvé v dějinách mohl realistický obraz zachytit vlastně kdokoliv, nebylo potřeba žádného zvláštního nadání, jen dostatek času a financí. Její masové rozšíření podobné mánii umožnil v první řadě fakt, že byla první technikou svého druhu, dále že umožnila stát se umělci i nenadaným. Jako první též dokázala zachytit nezkreslenou realitu, začala se rodit role fotografie jako důvěryhodného svědka. Přes svou popularitu měla však mnoho nevýhod. Velkým záporem byly finanční i technická náročnost. Množství chemikálií, jako je stříbro, zlato či rtuť, celý proces činí drahým, rtuť i

nebezpečným, neboť její páry jsou prudce jedovaté. Principem této metody je záznam obrazu na kovovou destičku, která se vlivem chemikálií stává citlivou na světlo a po osvětlení se opět stabilizuje, již se zachyceným obrazem. Z toho vyplývá, že každý obraz je originál, nelze jej kopírovat. Ačkoliv se oproti heliografii podařilo expoziční dobu výrazně zkrátit, stále se pohybovala v řádu minut až hodin. To je sice přijatelné u snímků architektury či krajiny, ale oblíbené portréty stále zůstávají zábavou poněkud komplikovanou a studia musí být vybavena pomůckami k upevnění portrétovaného ve stabilní poloze.

Kde je úspěšný nápad, objeví se dříve či později někdo s jeho komerčním využitím. Nedlouho po rozšíření daguerrotypie se tak začala objevovat fotografická studia, umožňující pořídit si portrét i těm, pro něž byla celá výbava nedostupná. Fotografové tak převzali úlohu dřívějších malířů, neboť dokázali zhotovit podobiznu rychleji, levněji a mnohdy přesněji. Ale zachycování nebyli jen lidé, na obrázcích se objevovaly i skvosty architektury, krásy přírody či technický pokrok. Obrovskou popularitu získal francouzský fotoportrétista André-Adolphe-Eugène Disdéri. Ten přišel s novým typem portrétů, *carte de visite* neboli fotografickými vizitkami. Malé, na kartonu nalepené fotografie zachycující celou postavu v prostředí ateliéru byly mnohem levnější než klasické daguerrotypické portréty a jejich rozměr a cena umožňovaly vzájemnou výměnu i umístění do rodinných alb. Jejich oblíbenost odstartoval v květnu 1859 Napoleon III., když se u Disdériho nechal portrétovat, k dalšímu nárůstu pak přispěla britská královská rodina. Po jejich portrétování bylo údajně vyrobeno přes sedmdesát tisíc vizitek.

Druhý objev byl ohlášen jako reakce na daguerrotypii anglickým učencem Williamem Henrym Talbotem (1800–1877) v lednu 1839 na Royal Institution pod názvem fotografické kresby. Jejich velikou nevýhodou byly dlouhé expoziční časy, proto Talbot na metodě dále pracoval a o dva roky později si nechal patentovat kalotypii (řec. kalos – krásný, typos – tisk). Tento postup, na rozdíl od francouzského, spočíval v pořízení papírového negativu a jeho následného vyvolávání. To umožnilo opakované vyvolávání snímků a jistě by hrálo velkou roli v konkurenčním boji těchto dvou metod. K němu však dlouho nedošlo, kvůli patentu a s ním spojené nutnosti za právo užívání platit.

Talbot výborně odhadl směr, kterým se využití fotografie bude ubírat. Předpovídal, že díky své schopnosti zaznamenat detailně realitu v poměrně krátkém čase bude užitečná v kriminalistice a jiných odvětvích, kde je třeba důkladného popisu.

V první fotografické knize, která kdy vyšla, *Pencil of Nature* (Pero přírody, 1844) u třetí ilustrace *Articles of China* (Porcelán) v doprovodném textu uvádí, že fotografie dokáže celou sbírku zachytit „na papír za dobu jen o málo delší, než kolik by trvalo... pořízení jejího psaného inventárního seznamu.“<sup>1</sup> Jako sběratel porcelánu oceňoval schopnost zachytit všechny detaily, které tak potenciálnímu zájemci umožnily si předmět zájmu důkladně prohlédnout, ne jen spoléhat na slovní popis, jenž ve výsledku nemusel odpovídat realitě. Již v roce 1834 založil tiskárnu Reading Establishment, vedenou jeho asistentem Nicholasem Hennemanem. Záměrem bylo publikovat fotografické knihy propagující jeho objev. Kromě *Pencil of Nature*, ještě doprovázené textem, zde vyšla i čistě obrázková kniha *Sun Pictures of Scotland*. Ačkoliv měl mnoho příznivců (mezi předplatiteli publikace byla i královna Viktorie), po vydání pouhých tří publikací byl kvůli problémům s blednoucími kopiemi nucen skončit.

Vlivem patentu se kalotypie příliš nešířila, výjimku tvořila Británie, kde fotografové směli tento postup používat bezplatně, a Skotsko, kde patent nebyl přihlášen. Paradoxně nejnadšeněji byla kalotypie přijata ve vlasti konkurenční metody, ve Francii. Úspěch netkvěl ve francouzské ochotě za patent platit, ale v úspěchu Louise Désiré Blanquart-Evrarda při obcházení patentu, nevztahujícího se na změny. Tím, že v roce 1847 Talbotův postup citlivosti na světlo obrátil, objevil možnost pokrýt papír takovými vrstvami, které umožnily zachycovat polotóny, zvýšily přesnost detailu a výrazně zkrátily dobu expozice. Jejich nevýhodou byla potřeba je vystavit světlu, dokud byly mokré (čili těsně po výrobě).

Na tradici fotografických studií daguerrotypických navázala studia nová, kalotypická. Neomezovala se však pouze na portréty, velký rozmach zaznamenala i krajinářská fotografie. Na trhu se tak objevily první pohlednice, jež si turisté vozili z míst, která navštívili. Cizí snímky jim tak umožňovaly si připomenout a podělit se o zážitky. Poptávka po konkrétním typu záběrů však poněkud umenšovala umělecký vklad v těchto fotografiích. Další pole, na kterém se nová technologie uplatnila, bylo zaznamenávání technického pokroku. Přelomovou se ukázala The Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations z roku 1851, známá jako Crystal Palace Exhibition, kde se představilo mnoho novinek, řada z nich právě na fotografiích. Obvyklou byla též dokumentace výstavby významných staveb (Pařížská opera 1861–1874) či dopravních spojů (Union Pacific Railroad). Své místo si našla fotografie i ve vědě, která stála u jejího zrodu. Už její raná stádia umožňovala přesně zachycovat tvary listů (pomocí fotogramu) a postupem času se rozvíjela dál. Velkou roli hrála v medicíně, kde

nahradila pečlivé umělce v jejich snaze zachytit přesné detaily anatomie lidské i zvířecí. Studiu pohybu napomohla známá sázka Lelanda Stanforda z roku 1873. Železniční magnát chtěl za odměnu 25 tisíc dolarů důkaz, že v jistém stádiu cvalu má běžící kůň všechny nohy ve vzduchu. Eadweard Muybridge mu jej dal. Tomuto odvětví se věnoval i Étienne-Jules Marey, který světu v roce 1882 představil fotografickou pušku, schopnou zachytit až dvanáct snímků za sekundu. Pokusy Williama Nicholsona Jenningse vedly k dnešnímu blesku.

Další přelomovou událostí ve vývoji fotografie co do jejího užití byla válka na Krymu (1853–1856). Tento nedlouhý konflikt byl první válečnou událostí dokumentovanou fotografií. Zde se zrodilo nové povolání – válečný fotoreportér. Po předchozích neúspěších (potopení lodi s fotografy a neschopnost armádních důstojníků vypořádat se s technikou) odcestoval na Krym jeden z vůdčích fotografů britské scény Roger Fenton. Jeho snímky ukazují pustou krymskou krajinu, portréty velení i záběry z běžného dne prostých vojáků. Vyhýbá se scénám s utrpením, mrtvé ani raněné na fotografiích vidět není. Snad proto, aby vytvořil obraz pro britskou vládu lichotivý, snad z ostychu. Jeho fotografie jsou první, které kdy byly použity v národní propagandě. Jejich postavení značně nahrával fakt, že lidé stále viděli fotografii jako něco objektivního, jako zobrazení pravdy.

Pro masové rozšíření fotografických přístrojů je klíčové jméno Kodak. V roce 1881 ji jako Eastman Dry Plate Company založili vynálezce George Eastman a obchodník Henry Strong, později byla přejmenována na Eastman Kodak Company. Do názvu tak vstoupilo jméno jejich prvního a přelomového výrobku uvedeného v roce 1888 – fotoaparátu na svitkový film. Tento výrobek provázal jednoduchý slogan „*You press the button, we do the rest*“ (Vy stisknete tlačítko, my zařídíme zbytek) a tím plně vystihoval nabízenou službu. Zákazníci pouze zaplnili sto snímkový negativ a i s fotoaparátem jej poslali firmě. Zpět jim přišel i fotoaparát, i vyvolané fotografie. Díky tomuto jednoduchému přístroji, jež mohl ovládat prakticky každý, nastala éra momentek.

Fotografie původně vstoupila na scénu jako pomocnice umění, nástroj, jímž si malíři zachycovali realitu, kterou si nemohli odnést do ateliérů. Ale již velmi záhy se objevily hlasy tvrdící, že i fotografie sama je umění, ne jen jeho pouhý služebník. Francouzský kalotypický umělec Gustave Le Gray stál na počátku rozrůstajícího se zástupu zastánců fotografie jako umění, prosazoval tento názor teoreticky i prakticky. Právě on založil první fotografickou organizaci – Sociétés Héliographique (1851) a vydal

*Praktické pojednání o fotografii*, příručku pro umělce žádanou i v Anglii. Tak se tedy fotografie vydala nejen stezkou dokumentační, ale i čistě estetickou. Fotografovaly se krajiny, květiny, děti, ale i akty. A začal se prosazovat další způsob práce s obrazem, manipulace. Ač skládání negativů znala i jiná užití než umělecká, zde dosáhlo většího uplatnění. Už se neskládaly jen pro zvýraznění oblohy a pro podobné drobnosti, umělci z několika negativů skládali celé scény. Jako názorný příklad může posloužit fotografie *Odcházení* (1858) anglického fotografa Henryho Peache Robinsona, jedním z kritiků nazvaná „*vzácným obrazem bolestného námětu*.“<sup>2</sup> Na snímku vidíme umírající dívku, za hlavou postele stojí matka, v nohách postele na křesle sedí pravděpodobně babička, otec zdrcený žalem je k divákovi otočený zády, kouká z okna. Na první pohled přirozená scéna, kterou mohl tichý fotograf opravdu pořídít. Ve skutečnosti se však jedná o kombinaci pěti negativů, navíc s domluvenými modely. Dalším, méně napadaným způsobem manipulace, byla úprava focených modelů. Oblíbeným námětem umělců byly obrazy ze života některé z mnoha národnostních, sociálních a jiných skupin, které se snažili naturalisticky zdokumentovat, nicméně to jim nebránilo žádat po lidech, aby se převlékli do něčeho víc odpovídajícího jejich představě o skutečnosti, či nechávat je pózovat. Množství názorů a pohledů na fotografii – umění odpovídá i množství rozličných spolků, v nichž se příznivci té či oné filozofie sdružovali. Mezi nejznámější patří například *The Linked Ring Brotherhood* (Velká Británie, 1892), *Fotosecese* (1902, USA), z pozdějších pak *Group f/64* (1932, USA).

Konec starého a začátek nového století s sebou přinesly další rozvoj po technické stránce. Citlivější filmy, lepší objektivy, menší fotoaparáty, navíc bez nutnosti vlastnit temnou komoru (vyvolání i zvětšování fotografií se stalo obchodem samo o sobě), posunuly již tak vysokou oblibu fotografování ještě výš. A z pole pokusů se do praxe dostaly i barevné fotografie, díky bratřím Lumiérům, kteří v roce 1907 představili autochromní postup. I nadále vzrůstala důvěra ve fotografii jako očitého a nezaujatého svědka událostí, který přináší pravdu v její nezměněné podobě. Válečný konflikt již sice dříve na fotografiích zachycován byl, ale až v první světové válce hrála fotografie významnou strategickou roli. Nejenže byly pořizovány letecké snímky nepřátelských pozic, které sloužily k plánování bitev, ale své místo si našla zejména v propagandě. Kromě již klasických témat jako krajiny či portréty, které provázely fotografii od jejího počátku, rozmáhala se i nová či nepříliš stará, často ovlivněná komercializací fotografie. Své místo v časopisech si tak našly portréty slavných či obrázky propagující určité výrobky – reklama. Umělci i dál hledali krásu v technickém a průmyslovém pokroku,



jejich přístup k němu vystihuje výrok americké reklamní a průmyslové fotografky Margaret Bourkeové-Whiteové „*dynamo je stejně krásné jako váza.*“<sup>3</sup> Objevuje se dokumentární fotografie, za jejíhož otce je považován americký fotograf Lewis Hine (1874–1940). Tento žánr se snaží zachytit a často i změnit to, co je před objektivem fotoaparátu, vydat svědectví srozumitelné všem. V jejich publikování hrály nezanedbatelnou roli nově vznikající fotografické magazíny jako například londýnský *Picture Post*, francouzský *Paris Match*, berlínský *Arbeiter Illustrierte Zeitung*, *Berliner Illustrierte Zeitung*, americký *Life*, *Sports Illustrated* či *National Geographic*. Podstatnou novinkou a krokem vpřed byl pro fotografii přenos bez nutnosti fyzického transportu. První snímky byly telefonicky či telegraficky přeneseny již v roce 1907, ale rozmachu se princip zvaný „Bartlane“ dočkal až v letech dvacátých. Tato metoda, zavedená vedoucím umělecké redakce londýnského *Daily Mirroru* Harrym Bartholomewem a britským inženýrem Robertem McFarlanem, spočívala v převedení fotografie do perforovaného vzoru a následného přenosu na papír. Po druhé světové válce světlo světa spatřil nový fenomén – *street-photography*, tedy fotografování běžného života v ulicích. Objevil se i nový typ fotoaparátu, takzvaný instantní, jehož vynález se datuje do roku 1947 a je připisován americkému vědci Edwinu Landovi. Jeho první komerční fotoaparát nese označení *Land Camera*. Ve známost však tento typ vešel pod názvem firmy *Polaroid*, jež na trh uvedla komerčně nejúspěšnější modely. Výhoda tohoto přístroje spočívá v tom, že po vyfocení snímku jej fotograf má ihned k dispozici, film je samovyvolávací. Odpadá tak nutnost dlouhého čekání. Modely jako *SX-70* pak udělaly většinu práce za fotografa. Ten jen namířil a zmáčkl spoušť. Ostření, expozici, použití blesku i vyvolání fotografie pak zajistily film a fotoaparát.

Koncem šedesátých let byl prapůvodní spor o místo fotografie ve škatulce umění doveden do úspěšného konce. Prosadila se vedle malířství, začala být vyučována na školách, vystavovaná v galeriích, má svá zájmová sdružení. Diskutuje se o ní, je součástí života. A dál se vyvíjí.

## **1.2. Digitální fotografie**

Přelomovým krokem ve vývoji fotografie se stal objev a rozšíření digitálních fotoaparátů. Historie přístrojů bez filmu sahá až do padesátých let a má kořeny ve filmové technice. Prvním krokem vedoucím k současné podobě digitálních fotografií totiž byla filmová kamera z roku 1951 zaznamenávající děj před objektivem nikoliv na

klasický film, jež bylo třeba vyvolávat v temné komoře, ale na magnetickou pásku. Poprvé tak byla obrazová informace zaznamenána kódovaně, stále však analogově. V průběhu šedesátých let NASA při mapování povrchu Měsíce užila konverzi analogových dat ze sond na digitální, která bylo možno odeslat na Zemi. Posledním chybějícím krokem bylo již jen spojení obou technologií.

V průběhu sedmdesátých let pracovala na vývoji fotoaparátů bez filmu zejména firma Kodak, nicméně prvenství nezískala. První přístroj, který nezaznamenával obraz přímo, ale kódovaně, byl Sony Mavica (*Magnetic Video Camera*) z roku 1981, uvedený na trh firmou Sony. Ten však stále ještě nebyl digitálním fotoaparátem, jak jej známe z dnešních dnů. K zobrazení snímků bylo nutno připojit fotoaparát k televizi či je vytisknout na speciální tiskárně. Prvním digitálním fotoaparátem dle dnešních standardů byl Fujix DS-1P z roku 1988. Záznam dat zde obstarávala 2MB karta typu SRAM (*Static Access Random Memory*) s kapacitou 5–10 snímků, již bylo možno vyměnit a soubory na ní uložené zpracovávat počítačově. Oba fotoaparáty, stejně tak jako mnohé dnešní, snímaly obrazové informace CCD (*Charge-coupled device*) čipem, posledním pozůstatkem analogové technologie v digitálních přístrojích. Poprvé jej v roce 1969 zkonstruovali George Smith a Willard Boyle v Bell Labs. Nicméně i ten je v některých fotoaparátech, zejména značky Canon, nahrazován čipem CMOS (*Complementary Metal–Oxide–Semiconductor*). Nejznatelnějšími výhodami jsou přímý digitální výstup z čipu, čímž odpadá použití A/D převodníku, a menší spotřeba energie. Obecně lze říct, že veškerý další vývoj digitálních fotoaparátů je již jen zdokonalování zavedených principů.

Až do roku 1999 vládly na trhu digitálních fotoaparátů kompakty, tedy přístroje bez výměnných objektivů, často bez možností manuálního nastavení čehokoliv kromě zoomu. S rostoucí znalostí a oblíbeností digitálních technologií však rostla i poptávka po něčem pro náročnější uživatele. Reakcí byl Nikon D1, první masově rozšířená digitální zrcadlovka. Její úspěch předznamenal další vývoj zájmu spotřebitelů. V dnešní době se tak produkce přístrojů zaměřuje na dvě cílové skupiny – amatéry, kteří upřednostňují skladnost a nenáročnost kompaktních, a profesionály či nadšence, toužící po co nejdokonalejších fotografiích, jimž jsou určeny DSLR (*Digital single-lens reflex camera*).

Kompakty jsou přístroje sázející na skladnost a jednoduchost ovládání. Pořízovat jimi snímky může prakticky kdokoliv a kdekoliv, stačí zmáčknout spoušť na přístroji,

který svými rozměry odpovídá větší vizitce a jehož váha je prakticky zanedbatelná. Sice většinou neumožňuje složitější operace, jako je manuální nastavení clony, času a tak dále, na druhou stranu je s ním možno pořídit i video se zvukem. Dalším záporem, alespoň pro náročnější uživatele, je průhledový hledáček – fotograf se nedívá skrz objektiv, ale tělo fotoaparátu. Výsledkem je, že vidí něco jiného, než co fotí. Nezpochybnitelným plusem a důvodem úspěchu těchto fotoaparátů je jejich cena, která je činí přístupnými prakticky komukoliv. Masovost jejich rozšíření názorně dokumentuje fakt, že mnozí je již vidí téměř jako módní doplněk. A to nejen majitelé, ale i výrobci, kteří jejich design podřizují módním trendům.

Oproti tomu zrcadlovky kladou důraz na kvalitu snímků a spoléhají na to, že nadšený fotograf bude ochoten nést nějaký ten dekagram navíc. Totéž platí o investicích do techniky. Kompakt je vše v jednom, zákazník koupí přístroj a tím jeho starosti končí. Zrcadlovka je na tom přesně obráceně. Množství doplňků, ať už se jedná o objektivy, filtry, nebo externí blesk, je nepřeborné a vyžaduje po fotografech hlubší znalosti problematiky. I navzdory tomu se v posledních několika letech DSLR rozšířily i mezi amatéry, neboť jejich ceny klesly na takovou úroveň, kdy se téměř vyrovnají kompaktním cenou a předčí je kvalitou. Výsledkem tak je, že se původně elitní a profesionální technika dostupná jen málokomu dostává do rukou širokým masám. Množí se tak fotografové, jejichž povědomí o fotografii končí u přepnutí zrcadlovky na automat, nicméně jsou přesvědčeni, že jsou profesionálové. Nutným následkem tohoto vývoje je jistá devalvace profesionální fotografie.

Méně známým mezistupněm mezi výše zmíněnými typy fotoaparátu je tzv. „nepravá zrcadlovka“, EVF (*Electronic ViewFinder*). Na rozdíl od DSLR nemá sklopné zrcátko, manuální ostření je tak poněkud méně kvalitní. Společné s ní má pak hledáček zobrazující přesně to, co zachytí snímač a výměnné objektivy.

Pokud započítáme mezi fototechniku i stále rozšířenější mobilní telefony s vestavěným fotoaparátem, těžko bychom dnes hledali někoho, kdo není potenciální fotograf. Digitální fotografie zpřístupnila možnost zachycovat dění kolem sebe prakticky každému. Stále rostoucí pokrytí sítí pak umožňuje vzniklé snímky bleskovou rychlostí šířit kdykoliv, odkudkoliv a kamkoliv.

### **1.3. Srovnání klasické a digitální fotografie**

V současné době má fotograf na výběr ze dvou odlišných forem fotografie. Přesvědčivým důkazem o tom, která je populárnější, je i letný pohled na jakékoliv turisticky zajímavé místo. Od uvedení digitálních zrcadlovek na trh se podíl „klasických“ fotografií výrazně zmenšuje i mezi profesionály, analogové fotoaparáty zůstávají doménou zarytých konzervativců a nadšenců.

Digitální fotografie si získala své příznivce již velmi brzy po svém komerčním uvedení a se snižující se cenou a zvyšující se kvalitou přístrojů jejich počty stále narůstají. Důvodů je hned několik. Tím prvním, jenž má hlavní slovo již při nákupu, je cena. Ačkoliv v počátcích vývoje digitálních fotoaparátů cena samotného přístroje výhodnější nebyla, s postupujícím vývojem náklady na pořízení klesaly. Dnes na nákup kompaktu stačí tisícikoruna. Nicméně cenu fotografie neurčuje pouze cena přístroje, jímž byla pořízena, je nutno započítat i náklady na její vytvoření. Pro prezentaci snímku pořízeného na film je třeba vyvolat negativ i fotografie. Ať je toto prováděno svépomocí, nebo to fotograf nechá na fotolabu, cena narůstá. Oproti tomu digitální fotografii snadno s nulovými náklady zobrazíme na monitoru počítače či displeji samotného fotoaparátu. Při dnešních tendencích pořídit z jednodenního výletu několik desítek až stovek fotografií je tak výhodnost digitálního fotoaparátu velice nápadná. Z cen a oblíbenosti vyplývá i množství nabízených přístrojů. Ta je u kinofilmových fotoaparátů stále chudší, zatímco u digitálních je výrazný už i počet výrobců. Dalším důvodem je skladování. Zatímco klasické fotografie, byť o velikosti 9x13 nebo 10x15, zabírají nemálo místa, zvláště u nadšených amatérů neochotných vyhodit i rozmazané šmouhy, digitální fotografie zabírá prostor pouze virtuální. Navíc je, díky své nehmotné podstatě, mnohem odolnější vůči poškození. Pomineme-li zničení úložného média nebo nechtěné smazání, je digitální snímek prakticky nezničitelný. Nebledne vlivem okolních podmínek, nelze jej ohnout, přetřhnout, polít. Tím se tak vlastně vymaňuje z častého označení fotografie jako nástroje či posla smrti (Láb, Turek: 2009).

Posledním, z hlediska nových médií nejpodstatnějším, důvodem je následná práce s pořízenými snímky. Zatímco i nejjednodušší úpravy klasické fotografie vyžadovaly jistou dovednost a zručnost (nebo další platby ve fotolabu), u digitálních jsou požadavky minimální. Zkopírování snímku lze provést jednoduše stiskem kláves Ctrl+C a Ctrl+V. Navíc, na rozdíl od klasické fotografie vzniká dokonalá kopie, ba dokonce i kopie kopie. Při prvních několika kopiích toto možná není tak nápadné, ale

každým kopírováním kopie klasické fotografie se ztrácí něco z kvality, takže po několikanásobném kopírování je výsledný snímek mizerný (Mitchell: 2001). Jednoduchost kopírování není jediným ulehčením, to se týká mnoha dalších úprav. Výčet začíná u prostých ořezů a končí tam, kde končí dovednosti upravujícího a možnosti Photoshopu. Manipulace, které dříve nebyly myslitelné ani pro mistry na tomto poli, dnes dokáže teenager s trochou šikovnosti a manuálem z internetu.

Jednoduchost a přístupnost úprav digitální fotografie způsobila významnou změnu v pohledu na tento způsob zachycení obrazu. Základní charakteristikou digitální fotografie (a digitální informace obecně) se stal fakt, že může být a má být upravována, nelze ji chápat jako pouhé zachycení a vytisknutí (Mitchell: 2001). I sebelepší fotografie vyžaduje alespoň minimální úpravy jako jas či kontrast, u klasické fotografie považované za součást procesu vyvolávání. Zde však možnosti, zejména pro umělce, nekončí. Rozličné grafické programy v čele s notoricky známým Photoshopem, který se stal jakýmsi symbolem úprav, umožňují vytvářet situace, které nikdy před objektivem nemohly nastat. Rozšiřují možnosti retuší (kurzor či tablet jsou přeci jen citlivější než retušovací štětec klasického fotografa), úprav barev i skládání více fotografií. Žádný z principů není nový, úpravy fotografií provází po celou její historii. A to nejen ty drobné, ani výraznější zásahy, jako je odstranění nepohodlných osob ze snímků se státníky či naopak přidání záhadné figury na spiritistickou fotografii, nejsou ničím novým. Ale digitální technologie umožnily tyto změny dělat lépe, jednodušeji a v širším měřítku.

Zdánlivě má digitální fotografie ve všem navrch. Je levnější, pohodlnější, elegantnější a přístupnější. Stále se rozvíjí a výběr přístrojů k jejímu pořízení i nástrojů k další úpravě je každým dnem širší, oproti analogové fotografii, která pomalu vymírá. Přesto se však najdou aspekty, ve kterých je zatím nepřekonána. Ačkoliv se digitální fotografie rozvíjí velmi rychle, v některých technických ohledech stále zaostává. Obecně lze říct, že digitální fotoaparát pro amatérské focení lze pořídit levně, se zvyšujícími se požadavky na kvalitu výsledku ovšem cena roste mnohem rychleji než u analogových přístrojů. Tento rozdíl se však poslední roky stále více zmenšuje. Další, v čem mají klasické fotografie navrch, je citlivost. Zatímco pořídit film s citlivostí 1600 není takový problém, digitální fotoaparáty těchto hodnot dosahují až u dražších přístrojů. Navíc šum je při stejném ISO u klasických fotografií menší, byť se rozdíl stále zmenšuje. Na druhou stranu, zatímco analog má svou hranici relativně nízko, digitální citlivost přesahuje i sto tisíc, pokud je fotograf ochoten investovat ne zrovna malou

sumu. Ve prospěch klasických aparátů mluví i možnost dosažení menší hloubky ostrosti, zejména v porovnání s kompakty, a větší dynamický rozsah. Také spotřeba energie je plus pro fotoaparáty na film. Jsou méně náročné, často si vystačí s hodinkovou baterií, napájející expozimetr, a případně několika monočlánky pro externí blesk. Takové zdroje vydrží dlouho a většinou se dají snadno sehnat náhradní, i když dojdou v půlce dovolené. Prázdný akumulátor digitální zrcadlovky vyžaduje několikahodinové nabíjení nebo předchozí nemalou investici do náhradního. Rozlišení výsledných snímků je další, co mluví pro klasickou fotografii. Negativ je možno zvětšovat dle libosti a nikdy se nerozpadne na pixely, pouze rozostří. I tento jev však nové přístroje postupně smazávají, velmi výrazný však zůstává u velkých formátů. A konečně, klasický fotoaparát je výrazně odolnější proti vlivům nepříznivého počasí i mechanickému poškození. Digitální fotoaparát je především souhrn elektroniky, která je vždy citlivější než mechanické součástky tvořící analogový přístroj.

Nejnápadnějším rozdílem klasické fotografie oproti digitální je existence negativu. Ten hraje roli zejména při pochybnostech o autorství či autenticitě fotografie. Zpravidla ten, kdo jej vlastní, je též vlastníkem autorských práv, ať už je nabyt vytvořením fotografie, či koupí. Veškeré úpravy s výjimkou drobnějších retuší se dějí mimo negativ, takže ten zůstává jako důkaz původního záběru, a může tak vyřešit spory ohledně pravosti znázorněných událostí. Jako příklad závažnosti fotomontáže může posloužit případ demokratického prezidentského kandidáta Johna Kerryho. Dne 15. února 2004 se na internetu a posléze i v mnoha tištěných médiích objevil snímek, který tohoto válečného veterána z Vietnamu zachycoval s proslulou protiválečnou aktivistkou Jane Fondovou. V panujících politických podmínkách velmi diskreditující fotografie, výhodná pro opozici. Fotografie byla uváděna jako autentický novinový výstřižek ze sedmdesátých let. Negativní dopad odvrátil až autor Kerryho snímku, Ken Light, který fotografii pořídil klasickým způsobem a měl tak k dispozici negativ, z něžž bylo jasně patrné, že se jedná o podvrh (Lábová, Láb: 2009). Pakliže by oba složené snímky byly fotografovány digitálně, prokazování podvrhu by bylo daleko složitější. Stejně jako v jiných odvětvích falšování, i u digitálních manipulací se manipulátoři vždy snaží být o krok napřed, aby jejich podvrhy nebyly odhaleny. Montování hlav na cizí těla či přidávání lidí na místa, kde nikdy nebyli, se může zdát vcelku nevinné, objeví-li se v albu z oslavy někde na sociální síti, situace je však daleko závažnější, dojde-li k použití fotografie jako důkazu v soudním řízení. Jejich odhalováním se zabývá odnož digitální

forenzní analýzy (oboru, který se věnuje zkoumání digitálních dat), analýza obrazových dat. Mezi průkopníky a špičky tohoto oboru patří vědecká laboratoř Image Science Laboratory na univerzitě v Dartmouthu. Místní tým pod vedením profesora Hanyho Farida postupoval způsobem, kdy se jeho členové nejdříve sami učili fotografie falšovat, aby pak získané zkušenosti obrátili proti manipulátorům. Výsledkem jejich i dalších pracovišť jsou pak postupy a nástroje, umožňující rozpoznat klonování, zdroje osvětlení předmětů na snímku (například dle odrazu v očích), změny na úrovni pixelů oproti originální fotografii (uspořádání pixelů při výstupu ze snímače fotoaparátu je specifické) či kolikrát byla fotografie komprimována (Lábová, Láb: 2009).

I navzdory těmto snahám však fotografie jako taková ztratila oproti předdigitální době něco ze svého statusu objektivního svědka zachycené reality. Ač jsou stále spíše ojedinělé, přeci jen postupně přibývají případy výrazných zásahů do zpravodajských fotografií, tedy média, které by mělo na první místo stavět objektivitu a věrohodnost. I těch pár zdánlivě nevinných úprav vedených snahou o vylepšení dojmu, nikoliv klamání diváka, může mít překvapivě velký dopad na fotožurnalismus jako takový. Jednou je to přidaný kouř, podruhé gesto vojáka, potřetí liposukce francouzského presidenta, ale příště to může být něco mnohem závažnějšího. Důležité je, že si divák uvědomí, že zde taková možnost existuje, že fotografie nadále není neměnným médiem, jemuž může téměř bez výhrad věřit.

## **2. Změny v prezentaci fotografie**

### **2.1. *Nová média a galerie***

Nedílnou součástí každého uměleckého díla je jeho prezentace. Jakmile je jednou vytvořeno, bez ohledu na to, zda je obrazem, sochou, textem či souborem bitů, vyvstává otázka, jak a komu, či zda vůbec, bude prezentováno. Nástěnné malby pralidí či dřevěné idoly, stojící na počátku umění, sice nebyly ukryvány před lidským zrakem, nicméně jejich primární určení bylo směřováno k bohům či duchům. I ve středověku, kdy malířství a sochařství stále sloužilo zejména náboženským účelům, můžeme najít tyto rysy. Mnohé sošky či obrazy Madony bylo možno vidět pouze při zvláštních příležitostech procesí, poutí či významných svátků, jindy byly lidem skryty. Až s nástupem renesance se umění vydalo na cestu běžné komodity (Benjamin: 2009).

I navzdory této sekularizaci bylo pořízení si uměleckého díla velmi nákladnou záležitostí vyhrazenou spíše vyšším a movitějším vrstvám. Až fotografie znamenala změnu. Toto médium bylo první, které umožňovalo masové rozšíření jak mezi umělce, kterým se náhle mohl stát každý, tak i mezi konzumenty, neboť byla relativně levná. Nízkou cenu způsobily jednak nízké nároky na vstupní kapitál i čas, jednak široká nabídka umělců, kteří se jí věnovali. Náhle bylo možné ozdobit si obývací pokoj snímkem z druhé strany světa za cenu přijatelnou i pro méně majetné.

Vlivem rozšiřujících se možností reprodukce uměleckého díla narůstá jeho způsobilost k vystavování, nutné vlastnosti k rozvoji galerií. Díky novým technologiím má tak divák možnost obdivovat pečlivost a detailní práci da Vinciho na portrétu Mony Lisy, aniž by překročil francouzské hranice. Velmi významný je tento posun u fotografie, kdy hodnota vystavovací zcela zatlačuje hodnotu kultovní (Benjamin: 2009). Fotografie přestává být rituálním předmětem, jejím smyslem není naklonit si duchy či vyjádřit zbožnou úctu, ale být viděna. Příchod digitální fotografie a nových médií obecně znamenal konečnou fázi tohoto posunu. Rozšíření autorské základny a zlevnění umění jako takového umožnily vznik malých galerií, často v alternativních prostorách a soukromém vlastnictví. Pro českého návštěvníka takové prostory mají svou tradici z dob, kdy ne všichni umělci směli oficiálně vystavovat, a tak svá díla prezentovali po dvorcích, sklepích či vstupních halách.

S postupným opouštěním klasických a přechodu k digitálním metodám vyvstávala otázka, jak takové umění vystavovat. Možnost rychlého přenosu po internetu prakticky kamkoliv může naznačovat, že galerie je přežitek, vždyť by si každý mohl prohlédnout exponáty online, i placení vstupného je řešitelné. Ovšem fyzický výstavní prostor má nad kybernetickým stále v mnoha ohledech navrch. Při prohlížení z domácího počítače je uživatel limitován jeho softwarovými a zejména hardwarovými možnostmi. Limity programového vybavení je sice možné v některých případech obejít, nicméně sedmnáctipalcový monitor se nikdy nemůže rovnat velkoformátovým tiskům či 3D projekcím. Přesto jsou projekty koncipované přímo pro domácí prohlížení, ale u nich umělec již dopředu zohledňuje pravděpodobná omezení diváka.

Se změnou médií se tak musely změnit i galerie. Vytisknout a rozvěsit po starém způsobu digitální snímky je sice stále možné, přípustné a funkční, ale umělci se dávno neomezují na pouhé ploché a statické obrázky. Do výstavních sálů pronikají videa, projekce, audionahrávky, programy a mnohé další, dříve nemyslitelné formy. Navíc oproti dřívějším zvyklostem jsou mnohdy interaktivní. Z obligátního „Prosíme, nesahat“



se přechází k „Sáhněte si, prosím“. Ve výsledku se tak z dříve tichých prostor, naplněných posvátnou úctou a nábožným tichem, kde dotknout se byl přísně postihovaný zločin, stává místo plné zvuků, pohybu a osahávaných exponátů.

Možnosti se tak rozšiřují a může se zdát, že přilákat návštěvníka a upoutat jej je tak jednodušší, není to však samozřejmostí. Na rozdíl od klasických děl nová média často potřebují více času pro zasazení do kontextu. K náhledu či letmému pohledu na některé projekce postačí kolem nich projít, ale k hlubšímu pochopení je často třeba víc času, aby návštěvník zhlédl celou sekvenci či zjistil, odkud pochází data, na jejichž základě je dílo generováno. Příkladem takového projektu může být *Arch-OS, an "Operating System" for contemporary architecture* (operační systém pro současnou architekturu) (<http://www.arch-os.com>) vytvořený Institute of Digital Art & Technology a členy STAR a CNAS, výzkumnými skupinami působícími na School of Computing, Communications and Electronics University of Plymouth. Tento projekt umožňuje znázornit digitální data ve fyzickém světě. Mezi konkrétní aplikace patří *Flock (Dav)* a *Waterfall (Vodopád)*. Obě získávají data z fyzického světa, digitálně je zpracují a opět je převedou do podoby vnímatelné lidskými smysly. *Flock* snímá hluk davu ve vstupní hale galerie a převádí ji na zpěv ptáků. *Waterfall* monitoruje aktuální spotřebu vody v celé budově a zobrazuje ji jako vodopád. Samotný zvuk ptáků či obraz vody by na návštěvníka nejspíš nepůsobil tak, jako zapůsobí při znalosti kontextu.

Dalším, co může být na překážku, je nutnost spolupráce návštěvníka s uměleckým dílem, interaktivita. Ne všichni jsou ochotni na něco takového přistoupit. Alespoň ne hned, chtějí si nejdříve nastudovat sledováním jiných, jak s exponátem zacházet. U rozhraní směřovaného na jednoho uživatele může docházet při větším zájmu k frontám, jež mohou některé odradit a otrávit.

Role návštěvníka tak prochází určitou proměnou. Z pasivního diváka se stává spoluvůrcem díla, když je mu umožněno, či je po něm dokonce vyžadováno, aby nějak ovlivňoval vstupní data projektu. Některá, jako například *P-Soup* Marka Napiera či *Open Studio* Andyho Decka, jsou bez zásahu diváka jen prázdnou obrazovkou. Pro samotné kurátory i umělce tento posun od tradičního k novému znamená rozostření hranic jejich rolí. Kurátor si již nevystačí s pouhým opečováváním a věšením obrazů, které mu umělec dodá. Musí se mnohem významněji podílet na zajištění vhodného prostředí a prostředků, v nichž může být dílo předváděno. V ideálním případě jej konzultuje s umělcem ještě v průběhu tvorby díla, takže je šito galerii na míru. V opačném případě musí hledat alternativní řešení. Umělec pak často potřebuje ke svému

dílu přizvat další osoby, vědce, programátory, badatele či další umělce, ať už jako konzultanty, nebo přímo spoluautory, neboť sám nemusí být schopen obsáhnout všechny potřebné dovednosti (Paul: 2005).

Fakt, že nová média má smysl prezentovat nejen v kyberprostoru, ale i v galeriích, potvrzuje vysoká návštěvnost a obliba takových výstav a projektů. Do galerií míří i ti, kterým tento druh trávení volného času nikdy dřív k srdci nepřirostl. I navzdory zažitému zákazu dotýkat se exponátů je člověk tvor zvědavý a mnohem raději něco zkoumá a zkouší, než aby se jen pasivně díval.

## **2.2. Fotografie a internet**

Příchod digitální fotografie a rozmach internetu v domácnostech znamenal pro publikování snímků novou éru. V době klasických snímků a nevirtuálních alb, kdo chtěl někomu ukázat fotografie z dovolené, musel s ním být v jedné místnosti. Pokud chtěl ukázat, že na dotyčného během dovolené myslel, poslal mu pohled, nikoliv e-mail s příloženým JPEG souborem. A kdo chtěl, aby jeho snímky byly vidět, musel uspořádat výstavu. Dnes, dvacet let od zavedení internetu na území České republiky, je situace zcela odlišná. Prakticky v každé domácnosti je k dispozici vysokorychlostní internet, wifi pokrývá většinu veřejných prostor, jako jsou školy, kavárny či restaurace, dokonce i první tramvaje a meziměstské autobusy zajišťují cestujícím komfort „být online“. Notebooky, tablety, chytré telefony a další zařízení tak umožňují přistupovat do kyberprostoru téměř kdekoliv a kdykoliv. Čas, který dříve uplynul mezi pořízením obrázků z dovolené a jejich ukázkou známým, se měřil na dny až týdny. Dnes může být v řádu minut. A způsobů, jak fotografii zveřejnit, stále přibývá a jsou stále dostupnější. Na počátku rozvoje sdílení pomocí internetu byla tato možnost otevřena jen několika málo jedincům, schopným vytvořit vlastní webové stránky. Až později se objevila rozhraní, umožňující generování stránky bez větších znalostí programovacích jazyků či jednoduché nahrávání snímků. Vznikly fotoblogy a fotografická fóra. Posledním, relativně nedávným počinem jsou internetové sociální sítě, které umožnily zveřejňovat cokoli prakticky komukoli.

### **2.2.1. Fotografie a sociální sítě**

Ačkoliv se dnes při sousloví „sociální sítě“ většinou vybaví pojmy jako Facebook či Twitter, tento pojem pochází ještě z doby před internetem. Poprvé jej definoval

britský sociolog John Arundel Barnes v roce 1954, tedy několik let předtím, než Američané začali s prvními pokusy o dálkovou komunikaci pomocí počítačů. Jedná se tedy o termín čistě sociologický, popisující sociální struktury (skupiny a komunity), propojené pomocí nějakého společného rysu (přátelství, zájmy, náboženství, rasa atd.). Již svým narozením se každý jedinec zařadí do nějaké sociální skupiny, příslušnost k ní jej provází po celý život a formuje jeho city, chování i myšlení. Tyto skupiny mohou být formální či neformální. První mají pevný řád, jsou organizované – každý člen má pevně vymezená práva a povinnosti. Druhé pak jsou volnější, jejich pravidla nejsou tak přísná, vztahy jsou většinou dány přátelstvím a oblíbeností. Člověk je zpravidla členem několika skupin současně, přičemž ke každé přistupuje jinak, jinak se chová i komunikuje.

Nástup internetu přinesl do sociální interakce nový rozměr. Umožnil udržovat kontakty i sdílet informace na dálku. K tomu, aby o sobě členové skupiny měli přehled, nepotřebují se potkávat, mohou každý být tisíce kilometrů od sebe. Základní předpoklady sociální skupiny ale zůstávají zachovány – lidé spolu komunikují, udržují sociální vazby, vzájemně se obohacují o nové informace. Internetové sociální sítě tak přenášejí do digitálního prostředí vazby z reálného světa. Užitečnost takové sítě se dá vyjádřit pomocí Metcalfova zákona. Robert Metcalfe, jeden ze spoluvynálezců ethernetu, definoval vztah mezi počtem uživatelů a přínosem technologie pro každého z nich. Tento vztah by se dal vyjádřit jako  $\frac{n \cdot (n-1)}{2}$ , kde  $n$  je počet uživatelů sítě, nicméně nejpodstatnější je, že od jistého bodu tato užitečnost stoupá stejně rychle, jako druhá mocnina počtu uživatelů. Řečeno bez použití matematiky, čím více uživatelů, tím výrazně více užítka, neboť je možno navázat více kontaktů.

Sociální síť, ať ta digitální, či reálná, může být dle sociologické definice komunitou. Musí splňovat tři základní požadavky: doménu činností (cíl), mezilidské vztahy a sdílení informací. Pro internetové sítě je mnohem podstatnější upravený model C4P amerického profesora Christophera Hoadleyho z roku 2005. Komunitu dle něj charakterizují: Content (Obsah), Conversation (Komunikace), Connection (Propojení), Information Context (Informační kontext) a Purpose (Účel). Jakákoliv ICT technologie, která má být komunitou přijata, tedy musí všech pět bodů splňovat. Též z nich vyplývá, že většina těch webových technologií, které dnes nazýváme sítěmi, jsou vlastně z hlediska sociologie komunity. Z hlediska informatiky pak musí internetová sociální síť

poskytovat tři základní možnosti: vybudovat veřejný či poloveřejný profil uživatele, definovat seznam uživatelů, se kterými je daný jedinec v rámci sítě propojen, a procházet tyto seznamy u sebe i jiných.

Původní internetové sociální sítě typu classmates.com (1995) či SixDegrees.com (1997–2000) byly značně omezeny možnostmi tehdejšího připojení. Počet uživatelů internetu nebyl příliš vysoký, takže najít známé z reálného života bylo velmi obtížné. Nevelká rychlost připojení zase omezovala grafickou stránku, takže z hlediska sdílení fotografií byla tato doba nezajímavá. Přelom přišel až v roce 2003, kdy se sociální sítě staly obecně rozšířenou záležitostí. Tehdy vzniklo mnoho populárních sítí, fungujících dodnes, byť některé jen lokálně. Mezi nejvýznamnější patří například Orkut společnosti Google (dnes používán zejména v Brazílii), MySpace a MSN (Dnes Windows Live Spaces). Zejména MySpace získalo na popularitě, velký podíl na tom měly profily celebrit a možnost vzhledu stránky. Mnoho stránek, které původně sloužily pouze ke sdílení mediálního obsahu (Flicker, Youtube, Last.fm), implementovalo prvky sociálních sítí. Bylo nezpochybnitelné, že průměrný uživatel internetu chce být vidět, alespoň ve své skupině.

V současné době vrchol úspěšnosti sociálních sítí představuje Facebook. Stránka byla spuštěna v roce 2004 Markem Zuckerbergem na Harvardské univerzitě. O rok později se rozšířil i na další vysoké školy v Americe a Evropě a od 11. srpna 2006 se může dle licence připojit kdokoliv starší třinácti let. V roce 2008 se stal největší sociální sítí (měřeno počtem unikátních návštěvníků). Na konci prosince 2011 měla tato síť 845 milionů měsíčně aktivních uživatelů, z toho 483 milionů aktivních denně. 425 milionů uživatelů měsíčně se na svůj profil přihlásí přes mobilní telefon. Za šest let, které od spuštění stránky uběhly, byl Facebook přeložen do sedmdesáti jazyků a zhruba 80% uživatelů nepochází ze Spojených států či Kanady. Každá pátá zobrazená stránka internetu je facebooková. Mezi jeho uživateli existuje sto miliard propojení, každý den přibude 2,7 miliard tzv. „lajků“. A hlavně, denně uživatelé nasdílejí 250 milionů nových fotografií (Pavlíček: 2010).

Dle Benjaminova vystavovací hodnota fotografie převážila nad kultovní. Sociální sítě jsou toho důkazem. Už při zběžném pohledu na Zed' aktivního uživatele najdeme fotografie rozličné kvality i obsahu, od profesionálních krajiněk přes portréty rodinných příslušníků až po snímky dnešního oběda pořízené mobilním telefonem. Zejména mladší uživatelé mají sklony sdílet cokoliv bez nějaké autocenzury a ohledu na to, kdo

si jejich snímky může prohlížet. Na druhou stranu, své profily zde má i mnoho kvalitních a profesionálních fotografů, vznikají stránky a skupiny zaměřené na konkrétní žánr, kde se uživatel může pochlubit a získat nějakou odezvu či rady. Tímto Facebook víceméně okopíroval funkce starších typů stránek, jako jsou fóra či blogy.

Úspěch Facebooku jako internetové galerie je postaven v první řadě na jednoduchosti obsluhy. Nahrát a sdílet fotografii zvládne prakticky každý pomocí pár kliků myši. Jejich správa není o nic náročnější než uspořádání rodinného alba z dob klasické fotografie. Princip alba zůstal zachován, umožňuje uživatelům třídit fotografie dle libovolného systému, jediným omezením je 200 fotek na album, počet alb na uživatele však omezený není. Každé album je možno samostatně spravovat – popsat datem a místem pořízení, přidat popis a zejména nastavit viditelnost. To umožňuje album prezentovat konkrétnímu příteli, seznamu přátel i naprosto cizím uživatelům. S trochou opatrnosti je tak možno soukromé fotky učinit opravdu soukromými. Další nastavení umožňují jednotlivé fotky. Opět je to místo (se zobrazením na mapě), datum pořízení, kdo byl přítomen při pořízení a nejčastěji využívané označení uživatele na fotografii. Poslední dvě nastavení způsobí, že se označená fotografie publikuje i na Zdi označeného uživatele, druhá i zařazení do jeho alb (kategorie Fotky a videa s vámi). Což poukazuje na druhý důvod oblíbenosti této stránky – jednoduchost prezentace. Album po vytvoření je okamžitě prezentováno všem dle jeho nastavení na Zdi příslušných uživatelů. Označeným se ihned přidají do jejich alb. Pomocí tlačítka Sdílej snímek mohou rychle poslat dalším svým přátelům a ti dalším. Může se tak stát, že po zveřejnění fotografie se autorovi za čas snímek vrátí oklikou přes několik přátel. Nevýhodou pro plnohodnotné použití coby galerie je fakt, že velikost fotografie je limitována 720 pixely pro delší stranu obrázku a prochází kompresí. Důsledkem je tedy výrazný úbytek kvality. Což teenagerům s mobilními telefony nevádí, profesionálním fotografům to však silně omezuje možnost kvalitní prezentace. To je jedním z důvodů, proč podobné subjekty využívají Facebook maximálně jako podpůrný způsob prezentace.

Ve stejném roce, kdy se Facebook otevřel veřejnosti, vstoupil na trh Twitter, za jehož myšlenkou stojí americký softwarový inženýr Jack Dorsey. V dnešní době má přes 465 milionů účtů, denně přibude kolem 175 milionů tweetů (zpráv). Jeho nápad v sobě spojuje myšlenku sociální sítě a mikrobloggeru. Zatímco na Facebooku jsou svazky obousměrné (s kým přátelím já, ten se přátelí se mnou) a jsou z obou stran potvrzené,

Twitter primárně funguje na principu followerů. Tedy tak, že uživatel může sledovat jiného, aniž by ten toto potvrdil či jej též sledoval. Vzniklá síť je tak neproporcionální, jeden uživatel může sledovat tisíc jiných, aniž by jeho vlastní zprávy někdo četl. Mikroblogem je možno Twitter nazývat právě kvůli principu tweetů, jejichž délka je omezena na 140 znaků. Což je délka postačující k napsání krátké zprávy. Nutí tak uživatele vyjádřit své myšlenky stručně a jasně, zároveň poskytuje dostatečný prostor i pro používání odkazů, a to jak na webové stránky, tak na nasdílené fotografie. Takto publikované příspěvky uvidí všichni followeři, kteří je mohou tzv. retweetovat svým followerům, čímž se myšlenky mohou šířit i za okruh následovníků jednoho uživatele. Další možností je užívání hashtagů, uvozených znakem #. Ty odkazují na nějaké aktuální diskutované téma a jejich použití zveřejní příspěvek pro všechny, kdo téma sledují. Twitter kromě webového přístupu umožňuje i zasílání tweetů pomocí SMS, což napomáhá jeho přístupnosti. V České republice počet jeho uživatelů není příliš vysoký, v roce 2011 se pohyboval kolem 74 tisíc. Na rozdíl od Facebooku, který je všem přístupný a má pověst jakéhosi lidového média, Twitter se svou angličtinou si stále udržuje nádech něčeho pro „geeky, intelektuály a nadšence“. Jeho obliba však i u nás stoupá, zejména pod vlivem celebrit a institucí. Druhé jmenované jej využívají zejména k publikování novinek, jakési náhradě RSS. Pomocí odkazů informují své followery (bez toho, aby se musely obtěžovat sledováním jejich myšlenkových pochodů), co je na jejich webových stránkách hodného pozornosti. Klasickým příkladem, jak se Twitter dá využít, je profil prvního ryze internetového deníku, Neviditelného psa Ondřeje Neffa.

Samozřejmě součástí jsou fotografie. Twitter od loňského roku umožňuje umístit fotografie přímo k tweetu, bez nutnosti ji nejdříve někam nezávisle nahrávat. Fotografie je opět komprimována a omezena, maximální šířka je 600 pixelů, výška se přizpůsobí. Nicméně, tato funkce je novinkou, stále převažuje používání původních metod externího nahrávání, zejména přes službu Twitpic, vytvořenou za účelem zveřejňování obrázků na Twitteru v době, kdy to ten ještě samostatně neumožňoval. V říjnu roku 2010 se objevila aplikace pro mobilní telefony Instagram, původně určená pro platformu iOS, tedy zařízení Apple. Ta umožňuje nahrávat a upravovat telefonem pořízené snímky. Začátkem dubna 2012 byla uvolněna i verze pro Android. Oblíbenost této aplikace potvrzuje fakt, že během jediného dne pokořila tato verze jeden milion stažení. Aplikace se hlásí k odkazu polaroidů, které umožňovaly vidět vyfocený snímek hned a jejichž barevné podání mělo typickou atmosféru. Formát fotografií tak dodržuje

netypický čtvercový formát a onen šum a barvy dodává digitálně. Nicméně, použití tohoto filtru není nezbytné. Ačkoliv je Instagram samostatná sociální síť velmi podobná Twitteru, je těsně spojena s jeho existencí, když částečně převzala roli Twitpicu.

Instagram otevírá další významnou skupinu sociálních sítí – těch, které se zaměřují výhradně na fotografie. Nezanedbatelnou roli zde hraje síť spuštěná společností Ludicorp v únoru roku 2004, Flickr. Přes tento komunitní web zaměřený na sdílení fotografií bylo do srpna 2011 nahráno přes 6 miliard snímků a jeho popularita neklesá. Vlastníkem je firma Yahoo, primárně jsou tedy uživatelské účty propojeny s jeho e-mailovou adresou, umožňuje však i propojení přes Facebook či Google. Jako všechny sociální sítě splňuje zmíněné tři požadavky – profil, kontakty a možnost prohlížení cizích seznamů kontaktů. Stránka je navíc poměrně otevřená nezaregistrovaným návštěvníkům, umožňuje jim prohlížet si profily uživatelů a zejména jejich fotografie. Flickr byl také jedním z prvních serverů Webu 2.0 (etapa vývoje webu, v níž je možno se spolupodílet na obsahu stránek), který umožňoval použití štítků čili tagů. Uživatel, jenž fotografii nahrává, tak může kromě data, místa pořízení a komentáře uvést i klíčová slova umožňující vyhledávání daného snímku. To spolu s udáváním licence umožňuje této stránce fungovat i jako fotobanka.

Uvedené sociální sítě samozřejmě nejsou jediné svého druhu, ale reprezentují jejich hlavní typy. Obliba tohoto druhu stránek stále stoupá, takže jim vývojáři věnují nemalou pozornost. A to zdokonalování i vývoji nových. Facebook se od svého uvedení na trh stále mění, byť dle uživatelů ne vždy k lepšímu. Jako jeho alternativa se snaží profilovat relativně mladá služba Google+, těžící z oblíby Google jako celku. Obecně se všechny existující sítě snaží o širší záběr a integrovanost účtů (příkladem může být Youtube, které již vlastní registraci nahradilo gmailovým účtem) a funkcí. Prakticky pod každým článkem, fotografií či videem návštěvník webu nalezne tlačítko umožňující sdílet na té či oné síti. Své profily si zřizují průměrní uživatelé internetu, celebrity, politici i instituce.

### **2.2.2. Fotografie a další způsoby online prezentace**

Ne všechny oslovily možnosti sociálních sítí, a tak na internetu uživatel stále může nalézt i starší způsoby prezentace – blogy, fotoblogy, specializovaná fóra, galerie a osobní stránky. Důvodů pro zachování je několik. Sociální sítě nezaměřené na publikování fotografií jsou sice velice rozšířené, ale technické parametry sdílených

fotek nejsou vždy dostačující. Fotoweby typu photoextract.com zas zaručují určitou komornost bez přístupu nezaujatých uživatelů – zatímco u sociálních sítí se jejich přístupu musí zabraňovat různými omezeními práv přístupu a zapisování, zde k selekci dochází jaksí samovolně, uživatel musí hledat, nikoliv pouze kliknout na někým sdílený odkaz. A v neposlední řadě, osobní webové stránky působí, jsou-li dobře vytvořeny, mnohem seriózněji než profil na sebestopulárnější síti.

Koncem devadesátých let minulého století se na internetu objevil nový typ stránek – blogy (z anglického web log, tedy záznam na webu). Jedná se o jakési online deníky, kde většinou jeden autor publikuje své příspěvky, které se řadí od nejnovějšího k nejstaršímu. Někteří bloggeři umožňují i komentáře, díky čemuž může docházet ke vzniku komunit kolem blogů. Náplň může být různá, od zpravodajských článků po osobní záznamy. S rozvojem digitální fotografie a zrychlením připojení se začaly objevovat fotoblogy, tedy blogy, jejichž obsah tvořily nebo výrazně doplňovaly fotografie. Spolu se vzrůstající popularitou přibývalo nástrojů pro tvorbu těchto stránek, v dnešní době je možno si založit blog bez větších znalostí jakýchkoliv jazyků, jimiž jsou weby psány. Tím se zpřístupnily, podobně jako později sociální sítě, široké mase uživatelů. To výrazně ovlivnilo jejich kvalitu, v dnešní době se tak stal spíše doménou teenagerů a jejich osobních deníčků. Opačným směrem se vydaly blogy přidružené k nějakému médiu, kde se drží ve více intelektuální a informativní sféře, či se o to alespoň snaží. Přestože většinu funkcí blogu převzal a částečně zdokonalil Facebook, stále přetrvávají.

Kromě blogů je zejména s médii svázán další typ prezentace – internetová galerie. Většinou má podobu stránky s malými náhledy umístěných fotografií, jež je možno poklikem zvětšit do plného formátu, často s popiskem. Různé mutace pak umožňují zvětšenými snímky listovat, komentovat, umisťovat na mapu a samozřejmě sdílet. Nejčastěji se s nimi setká návštěvník zpravodajských serverů, kde v nich jsou umístěny snímky k článku, ale není to jediné použití.

Specifickou implementací fotogalerií jsou osobní stránky fotografů. Takové stránky slouží obvykle k prezentaci díla konkrétního fotografa. Jsou variací na nejstarší podobu webu – statické stránky, které tvořily obsah internetu před nástupem Webu 2.0. Nové technologie jen umožnily tvořit je graficky náročnější a propojit je s dynamickou částí webu reprezentovanou v první řadě sociálními sítěmi. Návštěvník, často potenciální zákazník, zde může najít informace o samotném fotografovi, ukázky jeho



práce či kontakt. Nové galerie umožňují komentovat vložené fotografie, součástí webu bývají i blogy, odkazy na sociální sítě či možnost odebírat novinky pomocí RSS kanálů. Podoby se liší, ale princip – sebezprezentace – zůstává zachován.

Pokud fotograf netouží mít vlastní stránky, přesto však chce, aby jeho fotografie byly vidět, může zvolit některý z fotowebů. Tyto servery většinou umožňují založení profilu, v němž se uživatel může dle své libosti představit, a řazení fotografií do kategorií. Nejčastějším cílem je získat zpětnou vazbu a kritiku snímků. Registrovaní uživatelé mají možnost fotografie hodnotit a komentovat, někdy dokonce navrhnout alternativní úpravy snímku. Dochází tak k výměně informací a zkušeností, díky čemuž se i začátečník má možnost poučit od profesionálních fotografů. Podobnou funkci zastávají diskuzní fóra, ta ale většinou mají omezené nebo žádné možnosti přímého nahrávání fotografií či úpravy profilů.

Nejméně samostatnou možnost prezentace fotografií tvoří hostiny, tedy úložny. Jejich princip spočívá v tom, že uživatel, často bez nutnosti registrace, nahraje data a obdrží přímý link, který dále někde umístí. Tyto služby tak neslouží k prezentaci, ale umožňují ji tam, kde z různých důvodů není přímé nahrávání možné. Typickým zástupcem této kategorie je Imageshack, specializovaný přímo na fotografie a videa.

Blogy, galerie, sociální sítě, to vše stále víc vychází vstříc lidské potřebě sdílet informace. Již dávno přišlo lidstvo na to, že obraz přitahuje lidské oči víc než strohý text, takže představit si v dnešní době vysokorychlostního internetu a příručních fotoaparátů v mobilních telefonech web bez fotografie je nemožné. Vývojáři informačních technologií si tento fakt velmi dobře uvědomují, takže velká část výzkumu je věnována právě objevení nových a zlepšení starých způsobů pořizování, úprav, sdílení a prezentace fotografií. A vědomi jsou si toho i uživatelé, kteří denně zaplavují své facebookové profily čtvrt miliardou nových obrázků.

## **3. Příklady změn**

### **3.1. *Agentura Magnum Photos***

#### **3.1.1. Historie agentury**

Dva roky po druhé světové válce, 27. dubna, založila v Paříži pětice fotografů, Robert Capa, David „Chim“ Seymour, Henri Cartier-Bresson, George Rodger a William

Vandivert, fotografickou agenturu, jejíž jméno je známé dodnes. Pojmenovali ji podle velké láhve šampaňského – Magnum – a jako základ její filozofie vyhlásili příběh.

Základy pro úspěch takové agentury byly položeny ještě v přednacistickém Německu, koncem třicátých let. Poté, co relativně malá skupina vydavatelů objevila pro své časopisy fotografii, začala její popularita prudce narůstat. Přinášela nový a neotřelý způsob informování, navíc s vysokou vírou v její objektivitu. Ještě před nástupem Hitlera k moci se němečtí fotografové vydávali i za hranice Výmarské republiky. Tento postup však s jeho svolením na post kancléře v lednu 1933 skončil. Mezi jeho první akce totiž patřilo uzavření redakcí liberálního a sociálního tisku a uvěznění redaktorů. Velká část vůdčích osobností nově vznikajícího žánru reportáže měla židovský původ, proto pokud to bylo možné, Německo opouštěla. Ti, kdo zůstali, skončili ve službách nacistické propagandy. Fotografie se v Evropě a Spojených státech stala populárním způsobem, jak masově šířit informace i názory. Ačkoliv mají snímky auru objektivitu, většina periodik, v nichž se objevovaly, je více či méně ovlivněna už jen tím, v jaké zemi vychází. Typickým příkladem je americký magazín Life (založen 1936).

Během 2. světové války zcela logicky hrála fotografie velkou roli na obou stranách, zkušenosti i jména tak získalo mnoho významných fotografů. Mezi nimi i všichni zakládající členové Magnum Photos. Kromě válečných zkušeností jim všem byla společná práce pro časopis Life, touha po volnosti tvorby, kterou jim tato práce neumožňovala, a poněkud anarchistické smýšlení. Life, jako ostatně mnohé další magazíny, svým fotografům zadával jakýsi obrys příběhu, který má být nafocen. Ten vypracovávali v redakcích editoři a redaktoři, většinou bez přítomnosti či zásahu samotného fotografa. Ne nutně, záleželo na síle osobnosti jednotlivých účastníků tvůrčího procesu, ale obecně platilo, že fotograf pouze zachycuje obrázky dle instrukcí. Ne všem tento princip vyhovoval. Vznikla tak myšlenka na samostatnou agenturu, kde nebudou kladena taková omezení. Tou se tak v roce 1947 stalo Magnum Photos s Robertem Capou jako vůdčí osobností, již agentura vděčí za svůj úspěch. První kanceláře byly založeny v Paříži a New Yorku, velmi záhy se přidal Londýn a Tokyo.

Základem práce jejich fotografů se stává nezávislost a tvorba příběhů. Oproti práci pro časopisy měla agenturní dva hlavní rozdíly. Prvním, zřejmým už z hlavní myšlenky, byla volnost tvorby. Nebyl zde editor, který by fotografům nařizoval, co, kdy, kde a jak mají fotografovat, pouze rozdělení regionů a témat dle zájmů samotných fotografů. Druhý spočíval v autorských právech. Práva k fotografiím pořízeným pro časopis vlastnil samotný časopis. U agenturních zůstával samotnému autorovi snímku.

To umožňovalo agentuře nafotit příběh pro konkrétní časopis a pak fotografie dále prodávat a budovat archiv. Ačkoliv Magnum od počátku staví svou filozofii na příběhu, už jeden ze zakladatelů, Henri Cartier-Bresson jej odmítá. Je zastáncem přístupu „co vidím, vyfotím“, bez nutné vidiny příběhu se začátkem, středem a koncem. S Capou jako editorem jej vyvažovali dodatečným popisem. Tento přístup pak sdílela i část další generace fotografů.

První velká rána postihla Magnum v roce 1954, kdy při dokumentování války v Indočíně zahynul po šlápnutí na minu Robert Capa. V téže roce v peruánských Alpách zahynul i další významný člen, Werner Bischof. O dva roky později byl u Suezského průplavu zastřelen i druhý zakládající člen, David „Chim“ Seymour. Do nové epochy tak Magnum vstupovalo zdánlivě oslabené. V druhé polovině padesátých let se začala rozmáhat televize coby konkurent obrazovému zpravodajství přinášnému fotografiemi a způsobila zánik některých obrazových magazínů. Pro Magnum to však paradoxně znamenalo vzestup. Přeživší časopisy byly nuceny hledat více a zajímavější témata, aby přilákaly čtenáře. V šedesátých až osmdesátých letech si tak agentura vedla velmi dobře. Množství otištěných fotografií jejích členů narůstalo, vybíraly se i poplatky za „první pohled“ na materiál osvědčených fotografů. Časopisy dokonce kupovaly víc příběhů, než byly schopny otisknout, jen proto, aby se nedostaly ke konkurenci. V průběhu této doby také Magnum do Ameriky úspěšně přineslo příběh jako způsob fotožurnalistiky.

V devadesátých letech se poptávka změnila, časopisy se zaměřily více na celebrity a fotografie se stávaly více ilustrací pro hezký vzhled. Magnum se rozdělení trhu postupně přizpůsobovalo. Již v roce 1981 byl přijat belgický kolorista a postsurrealista Harry Gruyaert. Jeho přijetí sice vyvolalo diskuze, nicméně své místo si našel. I další generace se postupně odchylovaly od původní čistě fotožurnalistické myšlenky tak, jak si žádal trh. Ale i tak v jejich řadách zůstávají někteří věrní tradicím. Mnozí se kromě agenturního fotografování projevují i na jiném poli, jako je módní či filmová fotografie, existuje dokonce i velmi silná skupina vázaná k National Geographic.

V dnešní době je agentura Magnum Photos plně přizpůsobena tomu, co si média žádají. Její úspěch dokládá i to, že po 65 letech od založení má jméno stále zvuk a snímky úspěch. Být přijat mezi její fotografy se považuje za čest. *A zatímco Capův způsob vytváření příběhů možná vyšel z módy, všichni fotografové Magnumu získali*

*něco z jeho příběhu neúspěšnějšího. Tedy pojetí, rukopis a uskutečnění nekončícího mýtu – Magnumu samotného.*<sup>[4]</sup>

### 3.1.2. Vývoj agentury vlivem internetu

Ani agenturnímu zpravodajství se digitalizace a nástup internetu nevyhnuly. Naopak zrychlení komunikace, které tyto technologie přinesly, agenturám, ať tiskovým, nebo fotografickým, svědčí. Umožňují ve velmi krátkém časovém úseku dostat data téměř odkudkoliv kamkoliv. Zejména pro agentury s celosvětovým pokrytím, mezi něž Magnum už od svého založení patří, je to významný posun kupředu.

Stejně jako je pro uživatele sociální sítě výhodou mít své rodinné album umístěné online, i fotoagentury z této možnosti těží. Rozsáhlé papírové archivy tříděné dle klíčových slov a dostupné jen na několika málo místech postupně nahrazují digitální. Umístěny kdesi na serveru jsou přístupné z kteréhokoliv místa, kam dosahuje internetové připojení, navíc třídění pomocí klíčových slov je mnohem jednodušší – jednu fotografii je bez kopírování možno umístit do libovolného množství kategorií. Agentura Magnum kromě originálně digitálních snímků postupně od devadesátých let převádí i ty klasické. Nespornou výhodou éry internetu je přístupnost. K prohlídce papírových snímků založených v archivech by se běžný smrtelník dostával jen těžko, byl odkázán na výstavní sály galerií a stránky ilustrovaných magazínů. I pro editory vybírající fotografie do časopisů byl tento způsob poněkud svazující. Internetové stránky magnumphotos.com přinesly změnu pro obě skupiny. V první řadě plní původní záměr agentury, tedy umožňuje nákup fotografií od jejích fotografů. Zaregistrovaní uživatelé mají možnost si vybírat z více jak půl milionu denně aktualizovaných snímků z celého světa.

Webové stránky se však neomezují na toto užití, díky nim se agenturní fotografie dostávají blíže běžnému návštěvníkovi. Přístupná jsou jak portfolia jednotlivých fotografů, současných i bývalých, tak i archivní snímky tříděné dle klíčových slov. Úvodní stránka slouží pro stručné informování o agentuře a coby rozcestník. První, co návštěvníka zaujme, je slideshow Magnum Photographers, promítající několik snímků vybrané události od jednoho z fotografů. Pro pohyb a orientaci po stránkách je však důležitější horní část stránky, rozdělená na tři lišty. Nejspodnější, doplněná náhledy snímků, odkazuje do několika kategorií: Archives, Magnum Showcase, Magnum Projects a Photographer Spotlight. První, jak název

napovídá, odkazuje na starší fotografie z archivů agentury. Zajímavé je její třídění. Pro každý měsíc každého roku je vybráno několik významných událostí, které mají v oné době výročí, a těm jsou věnovány samostatné galerie. Showcase je jakousi tematickou výkladní skříní, pro každý měsíc je zvoleno téma a pod tímto odkazem se skrývají k němu se vztahující snímky. Obdobně Spotlight odkazuje na jednoho z fotografů agentury. Magnum Project je kategorií pro prezentaci ucelených projektů jednoho či více fotografů. Odkazy jsou sice na hlavní stránce Magnum, odkazují však na samostatné stránky těchto projektů. Druhá lišta tvoří základní nástroj, vyhledávač. Právě díky ní je možno hledat fotografie v kompletním archivu dle určitých kritérií, ať už jsou to klíčová slova, autor, rok pořízení, barevné provedení, či žánr. Poslední, nejvýše položená lišta, odkazuje návštěvníka do obchodu, části pro platící, fotografy, události týkající se agentury (zejména výstavy) a zejména na studio In Motion.

Studio Magnum In Motion je odnož agentury Magnum založená v roce 2004 v New Yorku. Témata, která zde sdružení umělci (členové agentury) pokrývají, jsou totožná s tématy hlavní báze, liší se zpracováním. In Motion se zabývá multimédií. Jejich knihovna v současné době obsahuje přes stovku krátkých dokumentů, označovaných jako multimediální eseje. Ty jsou koncipovány pro online i offline prohlížení, autoři předpokládají jejich promítání v muzeích, na festivalech a workshopech. Jedná se o sérii uspořádaných fotek, doplněných hudbou či zvuky, kde pořadí ani rychlost promítání nejsou náhodné.

Ani této agentuře se nevyhnuly sociální sítě. Některé své fotografie sdílejí její fotografové na facebookových stránkách Magnum Photos, založených v roce 2008. Zde publikované příspěvky mají většinou charakter archivu, odkazují na nějakou významnou událost a ilustrují ji vybranou fotografií. Druhou sítí, kterou agentura využívá, je Twitter. Jako u mnohých jiných organizací a institucí, i ona zde upozorňuje na své projekty, ale sdílí i vybrané foto dne, výroky svých fotografů, upozornění na události i na významná výročí.

### **3.1.3. Magnum Blog**

Vzrůstající popularity blogů využili i členové agentury Magnum Photos a v prosinci roku 2006 založili Magnum Blog. Na rozdíl od oficiálních stránek inmotion.magnumphotos.com a magnumphotos.com je blog méně formálním prostředím pro prezentaci děl a zájmů agentury, které navíc umožňuje i zapojení

návštěvníků formou komentářů k uveřejněným příspěvkům. Blog tedy není stránkou jednoho bloggera, své příspěvky zde uveřejňují více jak čtyři desítky zaměstnanců agentury a příležitostně i několik organizací jako Malaria No More či Artprice.com. U těch se však jedná o jednorázové akce. První příspěvek vůbec je datován k 1. prosinci 2006 a vyjadřuje cíle tohoto blogu. *Magnum Photos vám s potěšením představuje Magnum Blog, on-line fórum pro diskuzi o fotografii a fotožurnalismu. Blog je nové médium, umožňující nám osvětlení příběhů stojících za obrazy, prozkoumat motivaci za projekty, diskutovat o systematických problémech, které ovlivňují všechny fotografie, a prozkoumat průmyslové a společenské změny, které udávají naše očekávání ve fotografii.*<sup>[5]</sup> Dále zde slibují příběhy i dalších zaměstnanců agentury, neboť tu netvoří pouze fotografové, ale i lidé v kancelářích, mezi jejichž náplň práce patřila i digitalizace. A zdůrazněn je zejména fakt, že záměrem blogu je rozpoutat debaty, vyzývají návštěvníky k aktivnímu komentování, sdílení zkušeností i kladení otázek.

Blog je možno procházet na základě tří kritérií – kategorie, data a autora. Třídění dle data je po měsících, první začíná prosincem 2006, poslední je červenec 2009. Konkrétně z 28. července s názvem *The Future of the Magnum Blog* (Budoucnost Magnum Blogu), ve kterém Maegan Young, manažerka webového obsahu, uvádí, že se chystá přepracování komunikačního portálu tak, aby vzniklo lepší prostředí pro prezentaci nové práce i komunikaci, a odkazuje prozatím na RSS kanál a Twitter. Oba tyto zdroje však o budoucnosti blogu mlčí. Díky tomu, že byl však archiv blogu zachován, i téměř tři roky po posledním příspěvku zde návštěvník najde mnoho zajímavého. Orientaci mu umožňují i další kategorie. Třídění dle autorů umožňuje nahlédnout do archivu jednotlivých příspěvatelů, počet příspěvků na autora nepřesahuje desítku, ostatně na webu je jich celkem uveřejněno 185. Nejzajímavějším a nejvíce vypovídajícím je dělení dle kategorií. Těch je dvanáct a pokrývají témata od pozadí fotografické práce přes vzdělávání až po fotografii týdne. Nejobsažnější kategorií je se 44 články *Behind the project* (Za projektem), kde autoři jednotlivých projektů (často ze studia In Motion) rozvádějí do větší hloubky myšlenky, které je vedly k utvoření oněch projektů. Druhé místo se třiceti články patří kategorii příběhů lidí, kteří pro agenturu pracují, tedy *Inside Magnum* (Uvnitř Magnum). Třetí příčku obsadily příběhy z celého světa, *From the field* (Z pole), a jejich 27 článků. Ostatní kategorie pak už výrazně zaostávají. Ať už pro svou specifičnost, nebo pozdější zřízení.

V současné době je blog neaktivní, nepřibývají příspěvky ani komentáře. O jeho budoucím vývoji se agentura nikde nezmiňuje. Z hlavních stránek na něj nevede přímý odkaz, ačkoliv vzhled horní lišty na samotném blogu, který jinak odpovídá té samé na hlavní stránce agentury, naznačuje, že tomu tak v minulosti bylo.

## **3.2. Respekt**

Tento týdeník vznikl v březnu roku 1990 z takzvaného Informačního servisu. Ten velmi krátce po revolučním 17. listopadu 1989 na pražské Národní třídě začali vydávat lidé ze samizdatových časopisů *Revolver Revue*, *Sportu* a *Lidových novin*. Mezi členy původní redakce patří Ivan Lamper, Jaroslav Spurný, Jan Brabec a Jan Ruml, který byl prvním šéfredaktorem. Respekt sám sebe nazývá „moderním názorovým časopisem, který ob stojí v konkurenci médií jednadvacátého století“. <sup>[6]</sup> Zároveň se však hlásí k tradici původního Respektu.

Původní formát Respektu byl klasický novinový, s barevnou úvodní stranou. K drobné změně došlo ve 14. čísle vydaném v prvním dubnovém týdnu roku 2007, kdy byl původní počet stran rozšířen z 24 na 32. Obsahově se toto dotklo zejména druhé části Respektu, důraz byl kladen na kulturu, zvláště pak literaturu. Přibyly esejistické texty od věhlasných autorů a týdeník též začal přebírat dva články ze zahraničního *The Economist*. Objevili se též noví autoři. Mnohem významnější změna médium potkala o pět měsíců později. Od zářijového 36. čísla vychází Respekt jako časopis. Změny se dotkly pouze vizuální stránky, obsah a členění zůstaly zachovány. Těch se dotkly až další změny v roce 2009, kdy Respekt jako jeden z prvních zrušil členění rubrik na domácí a zahraniční a nahradil je rubrikami *Politika* a *Společnost*.

V současné době má tak Respekt podobu plnobarevného magazínu o 68 stranách. Jeho šéfredaktorem je od roku 2009 Erik Tabery. Kromě většinou barevných fotografií je obsah magazínu doplněn množstvím ilustrací Pavla Reisenauera, který s Respektem spolupracuje již od dob jeho vzniku a svými kresbami mu dává charakteristickou a nezaměnitelnou podobu.

### **3.2.1. Respekt jako noviny**

Od roku 1989 do září 2007 vycházel Respekt v klasické novinové podobě se vším, co k tomu patří. Tedy zejména velký A3 formát, v půli překládaný, s minimem barev. Pro fotografie to znamená horší kvalitu a menší počet výskytů. Jejich celkový počet se v jednom čísle pohyboval mezi 40 a 50 obrázky, z toho zhruba deset bylo

kreslených ilustrací Pavla Reisenauera či infografiky. Barva se na stránky těchto novin dostala až později, původně byly černobílé celé. Jako první se vybarvila úvodní stránka, kterou vždy tvoří Reisenauerova ilustrace. Barevnými se pak stala i většina reklam uvnitř. Jako poslední se barevné začaly objevovat i fotografie, nicméně jen ve velmi malé míře a na nevýznamných místech – v malých náhledech vybraného článku na webu a na místě ilustračních fotografií k recenzím knih.

Na dvaatřiceti stránkách týdeníku mají největší zastoupení malé a střední fotografie, počty obou se pohybují mezi patnácti a dvaceti. Malé fotografie, zhruba do velikosti pasového snímku, většinou zachycují portrét vztahující se k článku – častěji autora, někdy osoby, o níž článek pojednává. V části kultura se pak vyskytují ilustrace k recenzovaným knihám či kulturnímu programu. Střední fotografie již vždy ilustrují obsah článku a zachycují nejčastěji účastníky popisované události v prostředí, které se k ní váže. Velké snímky, tedy takové, které zabírají více jak třetinu stránky, jsou vyhrazeny pro širší záběry, často krajiny. Zahraniční fotografie téměř stoprocentně pokrývají agenturní snímky. Mezi hlavní zdroje patří agentury Profimedia, ČTK, Reuters, Isifa a Corbis. Z ČTK pocházejí i některé snímky k českým událostem. Vše ostatní (vždy sekci Téma) pokrývají fotografové Tomki Němec, Karel Cudlín a Günter Bartoš.

### **3.2.2. Respekt jako časopis**

Třicátým šestým číslem z roku 2007 začala nová éra Respektu. Z podoby novinové přešel na časopiseckou. Ovlivněna tím nebyla jen velikost (cca A4), ale zejména styl. K magazínům neodmyslitelně patří lepší papír, barvy a kvalitní fotografie. Počet snímků se oproti novinám navýšil, v každém čísle jen počet fotografií převyšuje padesát, ilustrace a infografika se dostávají přes desítku. S občasnými výjimkami redakčních fotografií a portrétů u ankety jsou veškeré snímky i ilustrace barevné.

Oproti novinám mírně narostl počet malých a velkých fotografií, pro obě kategorie jsou čísla přes dvacet. Zvětšila se též jejich průměrná velikost a lehce změnil jejich obsah. Malé fotografie přibýly zejména v první části časopisu, kde doprovázejí ankety, rubriky Respekt/Despekt a Krátce. Střední formát, v novinách vyhrazený portrétům v prostředí, nyní zabírá i širší scény. Velkých fotografií se změny nijak výrazně nedotkly, obsah, rozměry i počty zůstaly zachovány. Zahraniční fotografie opět



pokrývají agentury, převažuje Isifa Image Service. Řady fotografií rozšířil Matěj Stránský.

Respekt za dobu své existence zažil dvě éry fotografických technologií – klasickou analogovou a digitální. Nezdá se však, že by jí cokoliv, kromě přechodu původně výlučných vyznavačů filmu k digitálním technologiím, bylo ovlivněno. Styl fotografií z počáteční novinové éry víceméně odpovídá tomu, jaký najde čtenář na stránkách čerstvého čísla. Což Respekt ve výsledku poněkud odlišuje od ostatních časopisů, neboť si do této formy přenesl právě novinový styl výběru fotografií a ilustrací. Už od počátku sloužily fotografie výhradně k doprovázení textu jako součást jeho informační hodnoty, okrasnou funkci plnily kresby Pavla Reisenauera. Ačkoliv Respekt již pět let není novinami, a fotografiemi tak nemusí tolik šetřit, tento přístup zůstal víceméně nezměněn. Týdeník se tak varuje používání fotografií, ať už vlastních, či agenturních, čistě za estetickým účelem či pro zaplnění volného místa. Podobně je na tom i barva. Snímky na stránkách Respektu jsou barevné pouze proto, že barevný byl zachycovaný objekt, nikoliv proto, aby byly líbivější a snadněji přitáhly oko čtenáře.

### **3.2.3. Respekt online**

Spolu se změnou formátu se upravoval i již existující web týdeníku [respekt.ihned.cz](http://respekt.ihned.cz). Změny se týkaly zejména designu, ale dotkly se i funkcí – například přeprogramování vyhledávače. Nový vzhled webu je založen na změně struktury rozložení jednotlivých objektů na stránce, nových grafických stylech i koncepci menu. Dalších menších změn web doznal i v průběhu dalších let, takže jeho současná struktura i podoba se poněkud liší od té z roku 2007, nicméně hlavní princip zůstává zachován.

Stránky se dají rozdělit na dvě části – volně přístupnou a pro předplatitele. Předplatitelská část zahrnuje kompletní články z aktuálního čísla a přístup do archivu. Náhledy těchto článků, blogy, fotogalerie a menší články jsou volně přístupné všem. Významným rozdílem oproti papírové verzi je volně přístupná sekce Multimedia. Ta je rozdělena na tři podsekce – Fotogalerie, Video a Audio. Zatímco v článcích v ostatních částech stránek je výskyt fotografií srovnatelný s časopisem, zde je prostor neomezený. Respekt plně využívá možností, které internet nabízí, a tato sekce je hojně zásobována. V části Audio si návštěvník může poslechnout komentáře k jednotlivým číslům týdeníku z úst jeho autorů. Video umožňuje shlédnout kratší spoty k rozličným aktuálním událostem politickým i kulturním. Rubriku má na starost Vojtěch Hönig. A

konečně Fotogalerie, která má nejbližší k samotnému časopisu, neboť její tvůrci se podílejí i na něm samotném. Návštěvník si tak může prohlédnout fotografie Karla Cudlína, Michaely Danelové, Milana Jaroše a Matěje Stránského. Zatímco stránky časopisu poskytují omezenou možnost prezentace snímků, zde jsou publikovány ve velkém množství a vysoké kvalitě. Většina galerií má více jak deset snímků. Jejich umístování není nijak pravidelné ani omezené.

Kromě webových stránek Respekt využívá i další způsoby online prezentace. Mezi nejtěsněji svázané se samotným webem patří blog ([blog.respekt.ihned.cz](http://blog.respekt.ihned.cz)), spuštěný roku 2006. Původně byl čistě redakční, ještě téhož roku byl však nahrazen blogy čtenářskými. Snahou redakce je vytvořit blogy zaměřené na společenskou debatu a udržet úroveň zveřejňovaných článků. Registrace nových bloggerů není automatická, probíhá pod dozorem administrátora. Aktivace nového blogu je podmíněna prvním článkem a řádně vyplněným profilem, doplněným profilovou fotografií. Odpadá tedy možnost anonymního zveřejňování nevhodných příspěvků. Naopak kvalitní příspěvky mohou být odkazovány přímo z hlavní strany webu Respektu, případně být publikovány v papírové verzi časopisu. Týdeník nepomíjí ani sociální sítě, profil na Twitteru používá k uveřejňování upoutávek na články z webu i komunikaci se čtenáři.

Respekt také využívá popularity tabletů a podobných zařízení. Umožňuje předplatit si verze pro iPad a iPhone, Kindle a pro flashový prohlížeč Floowie. Flashová verze je přesným převedením časopisu do elektronické podoby, včetně možnosti obracení stránek, Floowie (prohlížeč pro iPad) staví totiž na jakési virtuální realitě, kdy zakoupené časopisy uživatel vidí v poličkách, a v omezené míře s nimi tak pracuje jako s reálným předmětem. Verze pro iPad a iPhone dodržují strukturu papírové verze, samozřejmě s lehkými úpravami pro pohodlné prohlížení. Poslední podoba je určena pro čtečky e-knih, Kindle. Ta je omezena tím, že tento přístroj má displej pouze v odstínech šedé. Přizpůsobena je i velikost písma a dělení článků.

## **Závěr**

Na počátku práce byly položeny otázky, zda a jak nové technologie ovlivnily fotografii. Z předchozích kapitol celkem jasně vyplývá, že ke změnám došlo a že rozhodně nejsou zanedbatelné. Pomineme-li samotný fakt, že došlo ke změně celé technologie z chemické na elektronickou, nejpodstatnější je změna filozofie, s jakou se fotografie pořizují, třídí, prezentují, ale i prohlížejí.

Digitální fotoaparáty a jejich vývoj umožnily fotografii dostat se prakticky všude. Jejich stále se snižující cena je učinila dostupnými prakticky komukoliv, s érou mobilních telefonů se zabudovanými fotoaparáty je prakticky nemožné potkat někoho nevybaveného pro pořizování obrázků. Zlepšující se technické parametry zase přesvědčily profesionální fotografy, že i pro ně je tato technologie vhodná. Pokud tak někde, v časopise, galerii, na plakátě, vidíme fotografii z posledních několika let, můžeme téměř s jistotou prohlásit, že byla pořízena digitálně. Oproti klasickému filmu paměťové karty jsou výrazně méně omezeny místem – např. na 8GB SD kartu je možno pořídit přes tisíc fotografií ve velkém rozlišení. Navíc je oproti filmu použitelná opakovaně a náklady na následnou prezentaci fotografie jsou nulové. Tato fakta, spolu s všudypřítomností fotoaparátů, zapříčinila změnu v množství pořizování snímků. Oproti klasické éře je nárůst obrovský, a to i v případě, že bychom se soustředili pouze na ty fotografy, kteří berou tuto zálibu vážněji. Tam, kde dřív fotograf pečlivě zvažoval snímek, věda, že každý zkažený se prodraží, dnes pořídí snímků několik a nepovedené jednoduše smaže, bez přidaných nákladů.

Velmi viditelná je změna v prezentaci výsledných fotografií. Hlavním nositelem fotografií se stal internet. Všudypřítomné médium je, stejně jako digitální fotoaparát, dostupné každému, kdo je schopen pochopit základy práce s ním. Webové stránky a jiné způsoby zviditelňování se již dávno nejsou výsadou několika málo počítačových expertů, vytvořit si vlastní web je otázka několika málo chvil, založit si profil na sociální síti pak dokonce několika málo kliknutí. Málokterý majitel fotoaparátu pořizuje snímky pouze pro vlastní potěchu, trendem doby je zveřejňování. Existuje mnoho služeb umožňujících zveřejnit fotografie ať už anonymně, pod svým jménem, či rovnou na svém profilu. Neexistuje tak fotograf, který by nemohl být vidět, výsada vystavovat tak z profesionálů přešla i na ty největší amatéry.

Změny se pochopitelně ve velké míře dotkly i médií. Webové stránky novin a časopisů poskytují daleko více prostoru než omezené stránky papírové. Díky tomu je i černobílým novinám umožněno zveřejňovat tolik fotografií a v takové kvalitě, jaké byly i pro obrazové magazíny v jejich počátcích nepředstavitelné. Tištěná média se tak vymanila ze svazujících vlastností papíru a na svých webech prezentují nejen pouhé fotografie, ale i různé typy prezentací, ať už je to řazená galerie, či multimediální projekt doplněný o zvuky, hudbu či text. Naopak, téměř nezměněn zůstal styl těch fotografií, které čtenář nachází v tišené podobě média. Přechod z klasiky na digitální fotoaparáty jejich podobu ovlivnil jen minimálně.

Záplava barevných obrázků pochopitelně výrazně ovlivnila i náš způsob jejich vnímání. V dobách počátků fotožurnalistiky měla událost, která si v novinách vysloužila fotografické pokrytí, patřičně velký význam a čtenář o něm byl informován, vlastně ještě než si snímek vůbec prohlédl. Dnes je článek, který není doplněn alespoň ilustračním fotem, považován za něco méněcenného, bezvýznamného. Čtenář prostě očekává fotografie. Totéž platí o návštěvníkovi webových stránek bez ohledu na jejich zaměření. Stránka opatřená pouze textem má malou šanci na první pohled zaujmout. Reklamní sdělení jsou kapitolou samy o sobě.

Fotografie se tak stala nejen běžnou, ale dokonce nepostradatelnou součástí našeho života. Nedělíme svět na zajímavé a nezajímavé, ale na to, co stojí za vyfocení a co ne. Zvykli jsme si na fakt, že obrázky ze všech koutů světa a oborů lidského snažení na nás díky novým médiím útočí odevšad, a pokud něco není na fotografiích, téměř jako by nebylo.

## Summary

At the start of the work were asked questions whether and how new technologies affect the photography. From previous chapters it is clear that changes have taken place and certainly not negligible. Aside from the fact itself that has changed the technology of the electronic to chemicals, the most important change is the philosophy of taking photographs, their sorting, but their reception.

Digital cameras and their developments have made the photo to get everywhere. Their ever-decreasing price made them available to virtually anyone, with the era of mobile camera phones is virtually impossible to meet unequipped for capturing images. Improvement of technical parameters convinced professional photographers to use this technology too. Cards used in digital cameras instead of classical film make this technology cheaper – you can use them repetitively and also the space for pictures is bigger. These facts, together with the ubiquity of cameras, caused a change in the number of shots. Compared to the previous era the growth is enormous, and even if we focus only on those photographers who take this hobby seriously. Where carefully considered before a photographer shot knowing that every spoiled with expensive, now takes a few shots and poor simply deleted, without added costs.

Very visible is the change in the presentation of the resulting photographs. The main carrier of photographs became the Internet. Ubiquitous media, like digital camera, is available to anyone who is able to understand the basics of work with it. And trend is to post. There are many services allowing publishing photographs - anonymously or under your name right on your profile.

Changes also largely affected the media. Web pages of newspapers and magazines provide a far more limited space than paper pages. So is possible for black and white newspapers to publish as many photos and such a quality unimaginable for picture magazines in their beginnings. Print media can now also use various types of presentations like multimedia project gallery complete with sounds, music and text. On the other hand, transition from classical to digital cameras has only minimal affect to style of those photos.

A flood of color images has influenced our way of perception. In the early days of photojournalism, which event had in the newspaper photographic coverage, was important. Today an article that has no image is taken as insignificant. The reader expects photos; the same applies to the web site visitor, regardless of their orientation. Pages with the text only have little chance to take a glance. Photography has become not only common, but even an indispensable part of our lives. We got used to the fact that images from all over the world and fields of human endeavor for us, thanks to new media is attacking from everywhere and if something is not in the photographs, almost as if it was not.

## Použitá literatura

JOHNSON, William S, Mark RICE a Carla WILLIAMS. Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti. Editor Therese Mulligan, David Wooters. V Praze: Sloart, 2010, 766 s. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

LÁB, Filip a Alena LÁBOVÁ. Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 80-246-1647-5.

LÁB, Filip a Pavel TUREK. Fotografie po fotografii: manipulace fotografií v digitální éře. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2009, 130 s. ISBN 978-80-246-1617-9.

MITCHELL, William J. The reconfigured eye visual truth in the post-photographic era. 1. MIT Press paperback ed. Cambridge, Mass. [u.a.]: MIT Press, 1994. ISBN 978-026-2631-600.

PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální sítě. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2010, 181 s. ISBN 978-802-4517-421.

LISTER, Martin. New media: a critical introduction. 2nd ed. New York, N.Y.: Routledge, 2009, 446 s. ISBN 0-415-43160-3.

BENJAMIN, Walter. Výbor z díla. Vyd. 1. Překlad Martin Ritter. Praha: Oikoymenth, 2009, 335 s. Knihovna novověké tradice a současnosti, sv. 76. ISBN 978-807-2982-783.

BOOT, Chris. Magnum stories. London: Phaidon, c2004, 510 s. ISBN 07-148-4245-1.

Respekt. Praha: R-PRESSE, spol. s r.o., 2006 - 2008, 17.-19. roč. ISSN 0862-6545.

HÁJEK, Martin. Jak se vyvíjela a kam směřuje digitální fotografie?. In: Fotografovani.cz [online]. 04.12.2008 [cit. 2012-04-12]. Dostupné z:

[http://www.fotografovani.cz/art/df\\_trendy/where-points-DF-polemic.html](http://www.fotografovani.cz/art/df_trendy/where-points-DF-polemic.html)

SCHACHINGER, Roman. Okénko do historie 6.: Fujifilm. In: Fotografovani.cz [online]. 20.11.2007 [cit. 2012-04-12]. Dostupné z: [http://www.fotografovani.cz/art/df\\_trendy/okenko-do-historie-historie-6-fujifilm.html](http://www.fotografovani.cz/art/df_trendy/okenko-do-historie-historie-6-fujifilm.html)

Sony Mavica. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-04-12]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Sony\\_Mavica](http://en.wikipedia.org/wiki/Sony_Mavica)

Historie digitální fotografie. [Http://www.fi.muni.cz](http://www.fi.muni.cz) [online]. [cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>

BELLIS, Mar. History of the Digital Camera. In: About.com [online]. ©2012 [cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://inventors.about.com/library/inventors/bldigitalcamera.htm>

ZAVADIL, Karel Matouš. Soumrak galerie (Galerijní provoz v konfrontaci s tržními mechanismy). In: Artservis [online]. © 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: [http://www.artservis.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=311&Itemid=11](http://www.artservis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=311&Itemid=11)

PAUL, Christiane Paul. Challenges for a Ubiquitous Museum: Presenting and Preserving New Media. In: [online]. 2005 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.mediaarthistory.org/refresh/Programmatic%20key%20texts/pdfs/Paul.pdf>

Fact Sheet. In: Facebook Newsroom: Facebook's latest news, announcements and media resources [online]. 2012 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>

ANSON, Alexander. Facebook User Statistics 2012 [Infographic]. In: AnsonAlex.com: Technology, Tutorials and Infographics [online]. 20. 2. 2012 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://ansonalex.com/infographics/facebook-user-statistics-2012-infographic/>

Metcalf's law. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-04-25]. Dostupné z:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Metcalf's\\_law](http://en.wikipedia.org/wiki/Metcalf's_law)

BENNETT, Shea. Just How Big Is Twitter In 2012? [INFOGRAPHIC]. In: Mediabistro [online]. 23 .2. 2012 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z:  
[http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-statistics-2012\\_b18914](http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-statistics-2012_b18914)

Svět Androida. [online]. [cit. 2012-04-25]. Dostupné z:  
<http://www.svetandroida.cz/tag/instagram>

RESPEKT (20 let od založení názorového týdeníku). Český rozhlas [online]. 27. března 2010 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:  
[http://www.rozhlas.cz/vltava/dokument/\\_zprava/respekt-20-let-od-zalozeni-nazoroveho-tydeniku--721172](http://www.rozhlas.cz/vltava/dokument/_zprava/respekt-20-let-od-zalozeni-nazoroveho-tydeniku--721172)

O Respektu. Respekt.cz [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:  
<http://respekt.ihned.cz/o-respektu/>

Redesign webu časopisu Respekt a spuštění nových funkcí na Respekt.cz. NET servis [online]. 03.09.2007 [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:  
<http://www.netservis.cz/tz/Aktualizace-stranek/Redesign-webu-casopisu-Respekt-a-spusteni-novych-funkci-na-Respektcz.php>

Respekt (týdeník). In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-04-29]. Dostupné z:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Respekt\\_\(týdeník\)#cite\\_ref-vojirak\\_0-0](http://cs.wikipedia.org/wiki/Respekt_(týdeník)#cite_ref-vojirak_0-0)



History of Magnum. Magnum Photos [online]. [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://agency.magnumphotos.com/about/history>

About Magnum. Magnum Photos [online]. [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://agency.magnumphotos.com/about/about>

Magnum Photos [online]. [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://www.magnumphotos.com/>

Magnum In Motion [online]. [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://inmotion.magnumphotos.com/>

Magnum Blog [online]. [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://blog.magnumphotos.com/>

Magnum Photos. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Magnum\\_Photos](http://en.wikipedia.org/wiki/Magnum_Photos)

## Citace

[1] JOHNSON, William S, Mark RICE a Carla WILLIAMS. Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti. 1. vydání. V Praze: Slovart, 2010, s. 92. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

[2] JOHNSON, William S, Mark RICE a Carla WILLIAMS. Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti. 1. vydání. V Praze: Slovart, 2010, s. 358. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

[3] JOHNSON, William S, Mark RICE a Carla WILLIAMS. Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti. 1. vydání. V Praze: Slovart, 2010, s. 588. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

[4] BOOT, Chris. Magnum stories. London: Phaidon, c2004, s. 9. ISBN 9780714842455. (překlad: And while Robert Capa's story-making style might have

fallen out of fashion, all Magnum's photographers gain something from what's arguably his most successful story. That is, the conception, scripting and execution of an enduring myth—that of Magnum itself.)

[5] Welcome to the Magnum Blog. In: Magnum Blog [online]. 1. 12. 2006 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z:

[http://blog.magnumphotos.com/2006/12/welcome\\_to\\_the\\_magnum\\_blog\\_1.html](http://blog.magnumphotos.com/2006/12/welcome_to_the_magnum_blog_1.html)

(překlad: Magnum Photos is delighted to introduce the Magnum Blog, an online forum for discussing photography and photojournalism. The blog is a new medium for us to illuminate the stories behind the images, to explore the motivations behind the projects, to discuss the systematic issues that affect all photographers, and to explore the industrial and societal changes that inform our expectations of photography.)

[6] O Respektu. Časopis Respekt [online]. [cit. 2012-05-07]. Dostupné z:

<http://respekt.ihned.cz/o-respektu/>