

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Vítězné fotografie Danish Photo of the Year v kontextu  
zpravodajských hodnot**

Diplomová práce

Autor práce: Klára Zamouřilová

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Alena Lábová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2018

## **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. května 2018

Klára Zamouřilová

## **Bibliografický záznam**

ZAMOUŘILOVÁ, Klára. *Vítězné fotografie Danish Photo of the Year v kontextu zpravodajských hodnot*. Praha, 2018. 86 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová, Ph.D.

**Rozsah práce:** 117 609 znaků

## **Anotace**

Diplomová práce *Vítězné fotografie Danish Photo of the Year v kontextu zpravodajských hodnot* se věnuje analýze fotografií, které zvítězily v dánské národní fotožurnalistické soutěži v kategoriích Årets Pressefoto a Årets Pressefotograf od vzniku soutěže v roce 1974 až do roku 2017. Teoretická část představuje téma novinářské fotografie, jejích žánrů a také koncept zpravodajských hodnot a vizuálního gatekeepingu. Práce se poté zaměřuje na podrobnou historii dánského fotožurnalismu od sedmdesátých let a přináší informace o soutěži Årets Pressefoto, na závěr teoretické části představuje metodu obrazové obsahové analýzy. Empirická část práce používá metodu obsahové analýzy k aplikaci na výzkumný vzorek 241 fotografií a hledá odpovědi na výzkumné otázky týkající se přítomnosti vybraných zpravodajských hodnot ve fotografických materiálech. Po vyhodnocení výsledků jsou tato data diskutována v souvislosti se stanovenou hypotézou.

## **Annotation**

The diploma thesis called *Danish Photo of the Year award winning photographs in the context of the news values* focusses on analysis of press photographs winning the Danish national photojournalist competition since 1974 until 2017 in the categories called Årets Pressefoto and Årets Pressefotograf. The theoretical part presents the photojournalism in general, its genres and concepts of news values and visual gatekeeping. The thesis then focusses on the detailed history of Danish photojournalism from the seventies and presents information about the Årets Pressefoto competition. At the end of the theoretical part, a method of image content analysis are introduced. The empirical part of the thesis applies the method of content analysis to a research sample of 241 photographs and seeks answers to the research questions concerning the presence of selected news values in photographic materials. After the results are evaluated, these data are discussed in relation to the established hypothesis.

## **Klíčová slova**

Žurnalistická fotografie, fotožurnalismus, obrazová obsahová analýza, Årets Pressefoto, vítězné snímky, Dánsko, zpravodajské hodnoty

## **Keywords**

News photography, photojournalism, image content analysis, Danish photo of the year, winning pictures, news values

## **Title**

Danish Photo of the Year award winning photographs in the context of the news values

### **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Aleně Lábové za vedení a cenné rady při vzniku této práce. Děkuji Madsovi Grevemu a Sørenu Pagterovi za nabyté praktické zkušenosti a inspirující rozpravy, které mě vedly k výběru práce. Dále děkuji Mette Sandbye a Larsu Darebergovi za užitečné a zajímavé informace, které mi poskytli během rozhovorů.

# Obsah

<b>Úvod</b>	3
1 Novinářská fotografie	4
1.1 Žánry žurnalistické fotografie	6
1.1.1 Fotografická aktualita (Spot news)	6
1.1.2 Reportážní fotografie (General news)	6
1.1.3 Feature fotografie (Zajímavosti)	7
1.1.4 Sportovní fotografie	7
1.1.5 Portrétní fotografie	8
1.1.6 Ilustrační fotografie	8
1.2 Zpravodajské hodnoty fotožurnalistiky	9
1.2.1 Revize původního konceptu	11
1.2.1.1 <i>Kritika původního konceptu zpravodajských hodnot podle Harcupa a O'Neillové</i>	12
1.2.1.2 <i>Koncept Singletaryho a Lamba</i>	13
1.3 Vizuální gatekeeping	14
1.3.1 Obecně o gatekeepingu	14
1.3.2 Vizuální gatekeeperi a kritéria jejich výběru	15
2 Historie dánského fotožurnalismu	17
2.1 Dánský fotožurnalismus v sedmdesátých letech 20. století	17
2.1.1 Zlatý věk bulvárního tisku	18
2.1.2 Fotožurnalistický svaz Pressefotograförbundet	19
2.1.3 Dokumentární fotografie jako nezávislý žánr	20
2.1.3.1 <i>Fotografická skupina Delta Photos</i>	21
2.2 Dánský fotožurnalismus od osmdesátých let	21
2.2.1 Průlom ve formě a obsahu fotografií	22
2.2.2 Výchova fotožurnalistů v Dánsku	22
2.3 Úspěšná devadesátá léta pro dánský fotožurnalismus	23
2.3.1 Významné osobnosti dánského fotožurnalismu	23
2.3.1.1 <i>Joachim Ladefoged</i>	25
2.3.1.2 <i>Claus Bjørn Larsen</i>	26
2.3.1.3 <i>Tine Hardenová</i>	27
2.3.1.4 <i>Nicolai Fuglsig</i>	28
2.3.1.5 <i>Jan Dago</i>	29

2.3.1.6 <i>Jan Grarup</i>	31
3 Národní fotografická soutěž Årets pressefoto	33
3.1 Od papírových kopií k digitálním nosičům	35
3.2 Digitální úpravy a kritika soutěže	35
3.3 Soutěžní kategorie	36
4 Obsahová obrazová analýza	38
4.1 Praktická aplikace obsahové analýzy	39
4.2 Proměnné a hodnoty	40
4.3 Limity obsahové analýzy	41
II Výzkumná část	42
5 Obsahová analýza vítězných fotografií soutěže Årets Pressefoto	42
5.1 Výběrový soubor a operacionalizace proměnných	42
5.2 Vyhodnocení obsahové analýzy	46
5.3.1 Personalizace	52
5.3.2 Vztah k elitním národům	55
5.3.3 Vztah k elitním osobám	56
5.3.4 Negativita	58
Závěr	60
Summary	62
Použitá literatura	64
Seznam příloh	67
Přílohy	68



## Úvod

Výměnný program na Dánské škole médií a žurnalistiky pro mě byl cennou zkušeností a především seznámením se s reálnou fotožurnalistickou praxí. Výuka budoucích fotožurnalistů a s tím související vysoká úroveň snímků na mě velmi zapůsobily, stejně jako možnost diskuze nad snímky s mezinárodně oceňovanými fotografy. Půlroční pobyt mě inspiroval i při výběru tématu diplomové práce, která se bude zabývat vítěznými fotografiemi dánské soutěže Årets Pressefoto od roku 1974 do roku 2017, a to v kategoriích Årets Pressefoto a Årets Pressefotograf. Snímky v národních fotografických soutěžích lze chápat jako reprezentanty významných událostí, které se odehrály v uplynulém roce a předpokládám, že vítězné fotografie reflektují kvality, které porota vidí u zpravodajských fotografií jako žádoucí.

Teoretická část práce je strukturována do 4 kapitol. První kapitola se věnuje fotožurnalismu obecně a zahrnuje klasifikaci fotografických žánrů, koncept zpravodajských hodnot a vizuální gatekeeping. Ve druhé kapitole práce představí vývoj dánského fotožurnalismu od sedmdesátých let, kdy vznikla soutěž. Zaměří se na významné tendence a milníky, které znamenaly změny ve vnímání dánské fotografie. V souvislosti s tím vyzdvihne významné osobnosti dánského fotožurnalismu devadesátých let, které získaly mezinárodní uznání a ocenění a na jejich příkladu ukáže, jak tito fotografové s obrazovým materiálem pracují. Ve třetí kapitole práce přibližuje samotnou národní fotografickou soutěž Årets Pressefoto se zřetelem na její historický vývoj. Čtvrtá a zároveň poslední kapitola teoretické části se podrobně věnuje zvolené metodě výzkumu, obrazové obsahové analýze, a postupu při její aplikaci na fotografický materiál.

V empirické části je nejprve uveden výběrový soubor výzkumu a seznam proměnných s jejich operacionalizací, tyto hodnoty jsou pro přehlednost zobrazeny v kódovací tabulce. Následně jsou v souvislosti se zadanými výzkumnými otázkami interpretována výsledná data. Ta jsou v závěru práce shrnuta a díky tomu je vysloven i závěr v souvislosti s potvrzením či vyvrácením stanovené hypotézy.

Výzkumná část diplomové práce se částečně odlišuje od podaných tezí. Kromě čtyř kulturně vázaných zpravodajských hodnot jsem se rozhodla zařadit i další kritéria, která jsou vzhledem ke zkoumanému jevu relevantní a obohacují původně vybrané kategorie.

Protože jsem v průběhu teoretické přípravy zjistila, že se kategorie Årets Pressefoto a Årets Pressefotograf velmi liší a každá z nich klade důraz na jiné kvality, rozhodla jsem se je analyzovat odděleně. K těmto změnám jsem se uchýlila po detailním seznámení s problematikou a na základě zkušeností získávaných sběrem a zpracováním materiálu. Změny se ukázaly jako užitečné i proto, že přinesly zřetelně hlubší vhled do tématu.

## **1 Novinářská fotografie**

Fotožurnalismus je významnou součástí žurnalistiky, která veřejnosti zprostředkovává událost prostřednictvím fotografie. Obrazové zpravodajství disponuje především schopností přitáhnout pozornost čtenáře, který se jako první zaměří právě na fotografii. Ta tak zastává roli vizuálního poutače. Pomáhá s rozhodováním o tom, kterým novinám dá čtenář přednost nebo který článek si v rámci nich přečte a zda vůbec bude příjemce obsahu textu věnovat pozornost.

Pro kvalitní pokrytí události je důležitá vyškolená schopnost fotografa vidět vše detailně (Hoy, 1986, s. 31). Tento přístup fotografům umožňuje zachytit množství vizuálních možností ve scéně a výsledkem je rozmanitost při fotografování, která zahrnuje fotografie z různých úhlů, s širokou škálou použitých objektivů, s vertikální i horizontální kompozicí a velikostí záběrů od celkových pohledů po detaily. Tento velký rozsah poskytne editorovi řadu možností pro nejuvhodnější vyprávění příběhu.

Mezi hlavní kritéria, která by měla novinářská fotografie splňovat, patří aktuálnost, objektivita a narativita. To znamená, že snímek zobrazuje aktuální témata bez přikrášlení tak, jak se doopravdy stala. Je také schopen sdělit příběh pouze jedním záběrem. S tím souvisí fakt, že je nutné fotografii pořídit z dostatečné blízkosti, aby bylo možné rozpoznat jednání účastníků nebo účastníky samotné, ale zároveň i z dostatečné vzdálenosti, která naopak přinese pohled na vzájemný vztah aktérů mezi sebou i k jejich okolí. Například Margaret Bourke-White, významná fotografka pro magazín Life, vždy fotila celkové záběry i přesto, že nejspíš nebudou publikované. A to z toho důvodu, aby editor viděl lokaci a mohl interpretovat zbytek pořízených fotografií (Kobré a Brill, 2008, s. 14).

Žurnalistická fotografie přináší svědectví, které by samotný text nedokázal přesně popsat, pro sdělení informace je ale důležitá jejich vzájemná spolupráce. Text pomáhá doplnit detaily a okolnosti vzniku události zobrazené na fotografii a perfektní součinností těchto

dvou prvků přináší čtenáři věrný obraz události. Fotografie v médiích má především dvojí funkci, informační a ilustrační. V případě, že text zprávy zastává dominantní funkci a snímek je pouze doplňující k tomuto textu, má fotografie ilustrační funkci. V opačném případě se fotografie stává hlavním nositelem sdělení, které text pouze doplňuje, tehdy hovoříme o informační funkci fotografie.

Hoy (1986) v publikaci *Photojournalism: the Visual Approach* shrnuje osm bodů, kterými se fotožurnalismus vyznačuje:

1) Fotografie je **schopna komunikace**. Může vyjadřovat fotografův pohled na věc, ale komunikace by měla jít ještě dál za osobní pocity. Cílem fotožurnalisty je sdělit jednoznačnou zprávu, které může recipient rychle a snadno porozumět. *„Čím jednodušší kompozice, tím lepší fotografie. (...) Pokud dokáže fotožurnalista vytvořit vazbu mezi čtenáři a subjektem, pak svou práci odvedl správně. Víra v jasnou komunikaci je základním kamenem fotožurnalistiky jako povolání“* (Hoy, 1986, s. 5).

2) Žurnalistická fotografie je **médiem tisku** a jejími hlavními producenty jsou noviny, časopisy a tiskové agentury. Předpokládá se ale, že elektronická média budou hrát čím dál důležitější roli.

3) Fotografie přináší **svědectví o události**. Fotožurnalista se snaží podávat zprávy takovým způsobem, aby si čtenáři přáli být na místě (Hoy, 1986, s. 7).

4) Fotožurnalismus **spojuje obraz a slova**. I když je poměr mezi nimi flexibilní, i v působivé vizuální fotoeseji je potřeba doplnit poselství pomocí psaného textu a fotožurnalista by měl vědět, co bude v jeho práci dominovat, zda fotografie či slova. Ta by měla být k obrazovému materiálu přidána vždy, bez ohledu na efektivnost fotografie jako „umění“. *„Původní obrázek s přidanými slovy se stává balíčkem, který zajišťuje jasnou komunikaci. Wilson Hicks označuje fotografii a její popis jako ‚základní jednotku fotožurnalistiky‘. Na této základní jednotce může být postavena široká škála fotožurnalistických přístupů“* (Hoy, 1986, s. 7).

5) Úspěšný fotožurnalista musí umět **jednat s lidmi** a zajímat se o ně. Lidé stojí na obou koncích jeho práce, jsou subjekty, ale také diváky. I proto je tento vztah tak důležitý.

6) Fotožurnalismus **komunikuje k masovému publiku**, proto musí být sdělení schopné účinně komunikovat s nejširším publikem a být okamžitě pochopeno lidmi různého vzdělání, zaměření apod.

7) Fotožurnalistické materiály publiku **prezentuje editor**. Rozhoduje o tom, jakou formou a zda vůbec se fotografie dostanou na veřejnost, o ořezu, výběru fotografií nebo dokonce jejich opětovném nafocení. V rukou dobrého obrazového editora se sdělení stává ještě efektivnějším (Hoy, 1986, s. 9).

8) Poslední, osmý bod, který Hoy (1986) zmiňuje, je obecná víra ve fotožurnalismus jako prostředek k **informování veřejnosti**, což je v dnešním složitém světě naprosto nezbytné.

## **1.1 Žánry žurnalistické fotografie**

Úspěch každé jednotlivé fotografie závisí na typu zpravodajské události a jejím způsobu ztvárnění. Na základě toho rozlišujeme jednotlivé žánry žurnalistické fotografie. V publikacích teoretiků se tyto kategorie mísí, stanovení hlavních žánrů je však podobné. Například Hoy (1986) vychází z kategorií, které slouží k posuzování soutěže Pictures of the Year pořádané svazem National press photographers, podobné dělení přináší i teoretik Kenneth Kobre (2008) nebo Fred S. Parrish (2002).

### **1.1.1 Fotografická aktualita (Spot news)**

Fotografická aktualita společně s reportážní fotografií patří mezi nejdůležitější a aktuální žánry žurnalistické fotografie, které se liší především v možnosti přípravy na danou událost. „*Fotografická aktualita přináší neodkladnou, neplánovanou a často nepříjemnou či nevhodnou událost. (...) Fotografické aktuality obnášejí automobilové nehody, letecké havárie, tornáda, požáry, vraždy či bankovní loupeže*“ (Parrish, 2002, s. 166). Autory těchto fotografií bývají často amatéři, kteří se náhodou objevili na místě události.

Fotograf se nemůže na danou událost v předstihu připravit a na místě musí být pohotový a schopný rychlé orientace a reakce. Hlavními objekty bývají často lidé vystavení stresovým situacím, není tedy vždy snadné získat přímo na místě potřebné informace. V tom případě by si měl fotograf vzít kontakt na účastníka události nebo zasahujícího policistu a důležité informace získat poté, co se situace uklidní a bude známo více detailů (Hoy, 1986, s. 65).

Zhodnocením situace se dále musí fotograf rozhodnout, jakým způsobem událost zobrazí. V některých případech je u nepředvídané události lepší zvolit místo standardního doslovného zobrazení pouze zobrazení symbolické (Kobre a Brill, 2008, s. 41).

### **1.1.2 Reportážní fotografie (General news)**

Reportážní fotografie zachycuje události, které jsou předem naplánované a jejich

zachycení je tudíž méně hektické. Do této skupiny lze zařadit fotografování koncertů, oslav, debat politiků apod. (Hoy, 1986, s. 66). Jsou to události předem avizované a pořadatelé obvykle s přítomností médií a fotografů počítají.

*„Na rozdíl od fotografické aktuality dává reportážní fotografie podnikavému novináři možnost plánovat. Plánování může znamenat rozdíl mezi dostačujícím a vynikajícím pokrytím události“* (Parrish, 2002, s. 179). Fotograf zpravidla dorazí na místo dříve, aby si ho obhlédl a mohl zvolit nejlepší možnou pozici kamery, stejně jako se seznámil s programem. Měl by dopředu znát i příběh a aktéry, které bude fotografovat. Kvůli možnosti fotografů se na události připravit je kladen důraz na vysokou technickou kvalitu snímků. Na druhou stranu je v tomto žánru snadné spadnout do obrazového stereotypu.

### **1.1.3 Feature fotografie (Zajímavosti)**

Feature fotografie zastávají roli ilustrační. Na rozdíl od předchozích aktuálních žánrů, spot news a general news, není u feature fotografie kladen důraz na aktuálnost, novost nebo informační hodnotu zachycené události (Lábová in Osvaldová, Halada, 2007, s. 20). Fotografie tohoto žánru ukazují kreativním způsobem momenty a útržky ze života a snímky lidí ve všedních situacích. Proto je důležitá atraktivita obrazu, stejně jako jeho obsah. Parrish (2002, s. 182) feature fotografie nazývá *„obrázky s nulovou zpravodajskou hodnotou, které nezapadají do žádné zpravodajské kategorie“*.

Vznikají například v situacích, když fotožurnalista obhlíží místo události a sleduje vše, co se děje kolem (Hoy, 1986, s. 66). Tyto fotografie sice mohou vzniknout na stejném místě jako reportážní fotografie či aktuality, liší se však tím, že se nezaměřují na hlavní dění, ale spíše na zajímavé detaily a neobvyklé situace. Díky své nadčasovosti mohou být použity i týdny poté, co byly pořízeny (Hoy, 1986, s. 66).

Ve feature fotografii se často objevují optimisticky laděné snímky, které kladou důraz na grotesknost a vtip. *„Oblíbenými náměty feature snímků jsou děti imitující chování dospělých, zvířata, která se chovají jako lidé, zamilované dvojice v zapadajícím slunci a všechny záběry šťastných lidí v příjemných situacích a podobně“* (Lábová in Osvaldová, Halada, 2007, s. 20).

### **1.1.4 Sportovní fotografie**

Pro sportovního fotografa je klíčová schopnost předvídat dění a zachytit ho vizuálně zajímavým způsobem (Parrish, 2002, s. 196).

Hoy (1986, s. 68) tuto kategorii podle způsobu zobrazení dále specifikuje na:

- a) zastavení akce (stop action) – pohyb je zmrazen rychlou závěrkou ve svém vrcholu,
- b) rozmazání akce (blur of action) – pohybující se objekt je sledován a zachycen metodou panningu v případě, kdy je zachycení pohybu pro fotografii více efektivní,
- c) sportovní feature – jde o zachycení vedlejších objektů. *„I když je hlavním cílem fotografického pokrytí sportovních událostí fotografování klíčových momentů vizuálně zajímavými způsoby, publikace často využívají fotografií ze hry, které nezachycují samotnou akci“* (Parrish, 2002, s. 201). Fotograf se tedy zaměřuje například na fanoušky, tým roztleskávaček nebo trenéra.

### **1.1.5 Portrétní fotografie**

Dalším fotožurnalistickým žánrem je fotografie portrétní. Typy portrétů se významně liší, zatímco běžný portrét zblízka si všímá pouze zachycovaného bez větší důležitosti věnované okolí, pro environmentální portrét je naopak prostředí klíčové a přidává důležité detaily příběhu zobrazovaného. Environmentální portréty zpravidla bývají méně spontánní než close-up portréty (Hoy, 1986, s. 71). Vedle stylizovaného portrétu vzniká i portrét reportážní, který zachycuje osobu v přirozeném prostředí a využívá autentičnosti.

Celkovou náladu portrétu lze ovlivnit použitím různého typu osvětlení, úhlu kamery, ale i pozice těla, konkrétně rukou a obličeje, kterému by měla být věnována největší pozornost. *„Obličej je na portrétu ze všech zobrazených elementů nejvýznamnějším nositelem psychologického aspektu“* (Kobré a Brill, 2008, s. 108). Díky těmto prvkům si může divák vytvořit jasnější představu o zobrazovaném.

### **1.1.6 Ilustrační fotografie**

Ilustrační fotografie pracují s imaginací a lze je využít k ilustraci událostí, idejí, pocitů či produktů. Kromě ilustrací konkrétních objektů, jakými jsou jídlo, móda apod., sem lze zařadit i ilustrace editoriélní, které ilustrují koncept jinak obtížně znázornitelný pomocí běžné zpravodajské fotografie (Hoy, 1986, s. 72).

*„Dnešní fotožurnalisté si půjčují techniky reklamních fotografií, aby ilustrovali příběhy založené na problémech a abstraktních myšlenkách“* (Kobré a Brill, 2008, s. 335). Technika editoriélní ilustrace vznikla s posunem novin a magazínů od popisu toho, co se stalo včera, na hodnocení toho, co se může stát v budoucnu (Kobré a Brill, 2008, s. 335).

## ***1. 2 Zpravodajské hodnoty fotožurnalistiky***

Na novinářskou fotografii, která je jednou z kategorií žurnalistiky, a její publikovatelnost se váží podobná pravidla jako na psané texty. Aby se stala součástí mediálního pokrytí, musí nést, stejně jako text, důležité zpravodajské hodnoty. Díky nim bude pro média zajímavá a ta se spíše rozhodnou takovouto fotografií publikovat.

Teorii zpravodajských hodnot poprvé formulovali v roce 1965 norští analytici Johan Galtung a Mari Holmboe Rugeová (termín „zpravodajská hodnota“ však poprvé použil už v roce 1922 Walter Lippmann). Ačkoliv se autoři zabývali strukturou norského zahraničního psaného zpravodajství, jejich koncept lze chápat univerzálně. Výsledkem jejich bádání byla studie v časopise *Journal of Peace Research* s názvem *The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crise in Four Norwegian Newspaper*, v níž výzkumníci představili dvanáct faktorů, které přispívají k tomu, že se událost stane zprávou.

Mezi zmíněné faktory Galtunga a Rugeové (1965, s. 70-71) patří:

### **1. frekvence (frequency)**

Jde o časové rozpětí, které je potřeba pro rozvoj dané události. Čím je větší shoda mezi frekvencí a periodicitou média, tím spíše bude dané médium o události referovat.

### **2. práh pozornosti (threshold)**

Každá událost musí překonat určitý práh pozornosti, který je pro jednotlivá média jiný. Obecně čím vyšší je *absolutní intenzita* události nebo čím více na intenzitě nabývá, tím spíše se stane zprávou.

### **3. jednoznačnost (unambiguity)**

Pro událost je klíčová její jednoznačnost a možnost snadného pochopení odlišnými vrstvami společnosti.

### **4. význam (meaningfulness)**

Významnost předpokládá, že publikum zajímají události, které jsou mu blízké, ať už z etnocentrického či kulturního hlediska, a mohou mít přímý dopad na jeho život.

### **5. souznění (consonance)**

Čím více daná událost splňuje očekávání publika, tím spíše se stane zprávou.

## **6. neočekávanost (unexpectedness)**

Šestá kritérium neočekávanosti přináší jiný pohled k souznění a týká se nečekaných událostí. Tento bod říká, že čím překvapivější nebo vzácnější je událost, tím spíše se stane zprávou.

## **7. kontinuita (continuity)**

Pokud se událost již jednou stala zprávou, je pravděpodobnější, že o ní bude médium informovat i nadále. A to i v případě, že je vývoj události pomalý a informační hodnota nové zprávy nižší.

## **8. variace (composition)**

S požadavkem na vyvážené složení zpravodajské relace souvisí i výběr událostí, o kterých se bude referovat a které se stanou zprávou.

Výše zmíněné faktory považovali výzkumníci za univerzálně platné a neovlivněné odlišnými kulturními, společenskými a politickými pohledy na svět. Následující čtyři kategorie jsou podle nich kulturně vázané a mají vliv na přeměnu události ve zprávu přinejmenším v „západním“ prostředí<sup>1</sup>.

## **9. vztah k elitním národům (reference to elite nations)**

Pokud v určité události figurují vlivné a významné národy, zaujme širší společnost a má tudíž vysokou zpravodajskou hodnotu.

## **10. vztah k elitním osobám (reference to elite people)**

Podobně jako u předchozí kategorie, událost má vyšší možnost stát se zprávou, pokud v ní budou figurovat osoby známé široké společnosti, jako například politici, náboženští vůdci nebo umělci. Elitní osoby jsou pro příjemce objekty pro identifikaci a pozornost médií je jim nakloněna.

## **11. personifikace (reference to persons)**

Událost bude mít vyšší zpravodajskou hodnotu, pokud bude přiblížena prostřednictvím

---

<sup>1</sup> Termín „západní“ prostředí odkazuje na tehdejší polarizované dělení světa na „kapitalistický západ“ a „socialistický východ“.



jakékoliv osoby, na kterou je zaměřena pozornost. Podle Galtunga a Rugeové se to dá vysvětlit tím, že personifikace je výsledkem „kulturního idealismu“, kdy osud člověka závisí na něm samotném. Další příčinou využití personifikace může být potřeba identifikace nebo to, že s jedním člověkem se zachází snáze, než s velkou masou.

## **12. negativita (negativity)**

Čím je událost negativnějšího rázu, tím spíše zaujme publikum a má šanci dostat se do zpravodajství. Podle autorů vyhovují negativní rysy lépe kritériu frekvence, protože negativní událost se často stane za kratší časové období. Jsou také méně předvídatelné a často unikátnější a vzácnější, což publikum zaujme.

Zpravodajské hodnoty lze rozdělit do dvou velkých skupin – na hodnoty obecné a zpracovatelské. Zatímco obecné hodnoty zahrnují vlastnosti vyhledávaných, zpracovávaných nebo vybíraných událostí, zpracovatelské hodnoty poukazují na různé možnosti ztvárnění těchto událostí (Reifová a kol., 2004, s. 76). Výše zmíněných dvanáct hodnot patří v rámci tohoto dělení mezi hodnoty obecné. Zpracovatelské hodnoty by pak znamenaly různé možnosti zpracování události a organizační a technologické možnosti určitého média.

Koncept zpravodajských hodnot jako kritérií výběru událostí, které se mají stát zprávou, není univerzální. Proces se liší v rámci jednotlivých médií i odlišných kultur a jak ukazují výzkumy<sup>2</sup>, stanovit univerzální faktory pro všechna média lze jen obtížně.

### **1.2.1 Revize původního konceptu**

Teorie zpravodajských hodnot v podání Galtunga a Rugeové se stala vlivným konceptem, ze kterého ve svých studiích vychází další výzkumníci. Řada autorů v polemice s originálem sepsala nový soubor zpravodajských hodnot, který jich často obsahuje méně a jednotlivé aspekty původního konceptu podrobuje kritice.

Kritické myšlenky vychází například z toho, že původní teorie zkoumala pouze zahraniční zpravodajství v tištěném médiu a pouze události v rámci specifického kontextu své doby

---

<sup>2</sup> Výzkumem zpravodajských hodnot se zabývali Schramm (1949), Østgaard (1965), Boyd (1994), Bell (1991), Sande (1971), Hetherington (1985), Harcup a O'Neill (2001) aj.

(konžská, kubánská a kyperská krize). Zároveň tyto hodnoty vznikly analýzou demokratických médií, v totalitním tisku byly některé hodnoty potlačeny (Končelík in Trampota, 2006, s. 29). Jednalo se především o personalizaci, vztah k elitním osobám a negativitu.

*„Přes rozdíly v samotných jednotlivých hodnotách je z množství ohlasů a revizí patrné, že myšlenka existence konceptu jako takového dosáhla v mediálních studiích takřka všeobecného uznání“* (Gaar, 2011, s. 33). Nadčasovost teorie dokládá například současná revize McNaira (2004, s. 81), který na základě konceptu dua autorů tvrdí, že *„můžeme-li zpravodajské hodnoty považovat za vyjádření společenských hodnot, potom zpravodajské hodnoty převažující v liberální demokratické společnosti odkazují ke světu, který je etnocentrický, orientovaný na elity a soustředěný na negativní události“*.

#### **1.2.1.1 Kritika původního konceptu zpravodajských hodnot podle Harcupa a O'Neillové**

Teorie dvanácti zpravodajských hodnot Galtunga a Rugeové z šedesátých let 20. století se stala předmětem přezkoumávání a kritického zhodnocení ze strany dalších výzkumníků. Dvojice britských badatelů Tony Harcup a Deirdre O'Neillová publikovali v roce 2001 studii *What Is News? Galtung and Ruge Revisited*. Autoři zkoumají původní koncept s odstupem více než tři desítek let a upozorňují na jeho nedostatky. Jedním z nich je v nejširší rovině samotný analyzovaný materiál, konkrétně jeho omezená šíře, kdy se zabývá pouze zahraničním zpravodajstvím. Dalším omezením je podle autorů zaměření konceptu pouze na události, vynechávají lidské příběhy a jiné žánry. Kritickému myšlení rovněž podrobují každou z dvanácti hodnot.

- *Frekvenci* je dle Harcupa a O'Neillové (2001) složité aplikovat na jiné příspěvky, než jsou události.
- *Práh pozornosti* spočívá na subjektivní interpretaci v souvislosti s mírou překonání tohoto prahu.
- V kategorii *jednoznačnost* není podle autorů zcela zřejmé, zda se týká samotné zprávy či novinářské interpretace.
- *Význam* rovněž přináší spoustu prostoru pro subjektivní interpretaci.
- *Souznění* lze pouze odhadovat, nikoliv prokázat.
- U *neočekávanosti* zmiňují, že se nemusí nutně jednat o neočekávaný vývoj

události, ale i o nový úhel pohledu novináře.

- *Kontinuita* nezdůvodňuje, proč byla událost zpracována. To, že se objevila ve zpravodajství včera i dnes ještě nic neznamená.
- V souvislosti s *variací* zmiňují, že nelze určit, z jakého konkrétního důvodu došlo k zařazení zprávy.
- Faktor *vztahu k elitním národům* autoři nepodrobili důkladné kritické analýze, protože se v jimi analyzovaných materiálech příliš nevyskytoval.
- *Vztah k elitním osobám* je podle nich široce definovaná kategorie, která nespécifikuje, kdo je elitní osoba. Koncept se tedy pohybuje od celebrit showbusinessu až po politické elity.
- *Personifikace* může pocházet ze dvou zdrojů, buď ze samotného jádra tématu události, nebo z pouhého způsobu novinářského zobrazení.
- Koncept *negativity* je problematický v tom směru, že nelze jednoznačně určit, co je negativní. Pro jednoho negativní aspekty mohou pro druhého znamenat aspekty pozitivní.

Teorii zpravodajských hodnot Galtunga a Rugeové lze stejně jako zmíněné revize teorií vztáhnout i k obrazovému materiálu. Primárně na novinářskou fotografii se v souvislosti se zpravodajskými hodnotami zaměřili teoretici M. Singletary a Ch. Lamb, jejichž koncept nyní představíme.

### **1.2.1.2 Koncept Singletaryho a Lamba**

Zpravodajskými hodnotami ve fotožurnalismu se ve studii *News Values in Award-Winning Photos* zabývají Michael Singletary a Chris Lamb (1984). Výchozí skupinou pro jejich zkoumání byly fotografie americké soutěže *Monthly news clip contest*, které se mezi lety 1978 – 1981 umístily na prvních třech místech v kategorii News photos (zpravodajské fotografie) a Feature photos (zajímavosti). Podle autorů „*mohou být fotografie posuzovány podle měřítka tradičních hodnot a obvykle se zaměřují na úzký rozsah těchto hodnot*“ (Singletary a Lamb, 1984, s. 108). Analýzou 111 fotografií z každé ze zmíněných skupin dospěli ke klasifikování zpravodajských hodnot, na které se fotožurnalisté nejčastěji zaměřovali.

Singletary a Lamb vychází ze 7 základních hodnot, které se s původním konceptem

částečně překrývají. Těmito hodnotami jsou aktuálnost (timeliness), blízkost (proximity), závažnost (consequence), vztah k elitám (prominence), významnost (significance), konflikt (conflict) a personalizace (human interest). Analýzou vzorku zjistili, že u vítězných snímků v kategorii zpravodajské fotografie převažuje důraz na aktuálnost, blízkost a konflikt. Feature fotografie kladou důraz na blízkost a personalizaci.

Jako další důležitá kritéria hodnotí emoce, napětí a akci, které ve fotografii působí efektivněji, než v psaném textu. Svou charakteristikou se ale dají zařadit do rámce tradičních zpravodajských hodnot. Například emoce se přibližují personalizaci, která mimo jiné zahrnuje i kuriozitu či humor (Singletary a Lamb, 1984, s. 108).

### ***1.3 Vizuelní gatekeeping***

Ve fotografických projektech nezáleží výběr pouze na fotožurnalistech, kteří se rozhodují, kterou událost zachytí, jaký její aspekt a jakým způsobem. Výběru jsou podřízeny i jejich finální snímky a do médií se dostane pouze zlomek z nich. Proces schvalování fotografií pro publikování v médiích mají na starost tzv. gatekeeperi, neboli hlídači brány. Proces vizuelního gatekeepingu v praxi znamená, že fotografie prochází sérií bran a pouze ty, které se dostanou až na konec, mají potenciál objevit se v médiích. Mediální gatekeeperi tak rozhodují nejen o tom, které materiály se dostanou do médií, ale i o tom, které fotografie zůstanou očím publika skryté. Jedná se tak o konstrukci sociální reality, která ovlivňuje vnímání světa recipienty (Fahmy, 2005, s. 150).

#### **1.3.1 Obecně o gatekeepingu**

S konceptem gatekeepingu přišel v polovině 20. století americký sociolog David M. White. Svou studii *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News* (1950) postavil na editorovi regionálních novin, kterého nazval Mr. Gates neboli pan Brána. Mr. Gates měl zdůvodnit, které faktory ho vedly ke zpracování určitých typů informací, které dostal od agentur, a proč se některé události do média nedostaly. Nejčastější důvody pro neotištění obsahu byly obsahové, tedy že zpráva nestála za zveřejnění, anebo organizační, kdy na zprávu nezbylo v médiu místo, protože byla příliš obsáhlá nebo už byla otištěna podobná zpráva (White, 1997). Vyhodnocení studie tedy ukázalo, že výběr zpráv byl velmi subjektivní – dvě třetiny zpráv nebyly vytištěny z důvodu nedostatku místa a jedna třetina zpráv neprošla sítím pouze na základě jeho vlastního přesvědčení (White, 1997). Závěr z Whiteovy studie je tedy takový, že gatekeeping je individuální a rozhodování závisí na

zkušenostech, postojích a očekáváních daného gatekeepera (Trampota, 2006, s. 39).

Pamela Shoemakerová (1991) v publikaci *Gatekeeping* pohlíží na gatekeeping jako na proces, který zahrnuje každého, kdo se účastní procesu komunikace a tím vybírá, co bude a nebude sděleno. Hovoří o pěti fázích gatekeepingu, mezi které patří:

- individuální úroveň zahrnující postoje a hodnoty gatekeepera
- úroveň mediálních rutin včetně uzávěrky a profesních pravidel (sem patří výběr na základě zpravodajských hodnot)
- úroveň organizace, pod kterou zahrnuje hierarchii uvnitř mediální organizace nebo technologickou podstatu média
- externí úroveň pokrývající očekávání publika a konkurence
- ideologickou úroveň, tedy politické a kulturní aspekty, které hrají svou roli v procesu rozhodování o výběru a zpracování událostí v médiích (Trampota, 2006, s. 43 – 44; Fahmy, 2005, s. 150).

Hlavními tvůrci zpráv jsou podle Shoemakerové reportéři a editoři (Shoemaker in Berkowitz, 1997, s. 58), proces gatekeepingu ale podle ní ovlivňuje i publikum a jeho očekávání. Odlišný pohled na roli publika má Fahmyová (2005), podle které mediální obsah vzniká na základě úsudku editorů, kteří pouze vyvažují to, co podle nich publikum očekává. Očekávání publika jako takového ale mediální obsah neurčuje (Fahmy, 2005, s. 150). Gatekeepingu v souvislosti s publikem se věnoval i John T. McNelly, který přišel s modelem několikanásobného gatekeepingu. Na rozdíl od původního Whiteova pojetí dochází k posunu v otázce počtu gatekeeperů. Podle McNellyho ovlivňuje rozhodování o výběru témat k mediálnímu zpracování hned několik profesionálů v rámci mediální organizace a konečným gatekeeperem je samo publikum, které rozhoduje o tom, kterým zprávám chce věnovat svou pozornost a kterým nikoliv (Reifová a kol., 2004, s. 70).

Koncept gatekeepingu se může lišit v závislosti na jednotlivých typech médií. Odlišný způsob práce a rozhodování gatekeeperů byl sledován u televizního zpravodajství (Berkowitz, 1990) i u fotografického materiálu (Lowrey, 1999; Bissell, 2000; Fahmy, 2005), který bude předmětem následující kapitoly.

### **1.3.2 Vizuální gatekeeperi a kritéria jejich výběru**

Recipienti mají často možnost dostat se k informacím pouze prostřednictvím médií, a tak

vnímají svět tak, jak ho média prezentují. To klade na média i fotografie samotné velkou odpovědnost, protože vizuální materiály mnohdy přitáhnou pozornost jako první. Výběr fotografa spočívá v jeho volbě, jaký moment zachytí, jakou využije velikost záběru nebo úhel pohledu apod. Ke konstrukci sociální reality prostřednictvím médií pak přispívají především mediální pracovníci, kteří rozhodují o tom, které fotografie se v tisku objeví. Tito vizuální gatekeeperi zároveň rozhodují i o tom, které snímky publikum nebude mít možnost zhlédnout.

Při výběru a zpracování prochází vizuální materiály rukama několika gatekeeperů, z nichž ne všichni jsou členy fotografické produkce (Bissell, 2000, s. 81 – 82; Birks, 2009, s. 5). Ačkoliv se výběr fotografií řídí jistými pravidly, tento proces je podle mnohých výzkumných pracovníků (Bissell, 2000; Fahmy, 2005; Birks, 2009) značně subjektivní. I proto je častým úkazem, že navzdory stejným zdrojům fotografií, které mají obrazoví editoři k dispozici, se snímky publikované v různých médiích liší (Fahmy, 2005, s. 147).

Tématu vizuálního gatekeepingu se podrobně věnují studie K. M. Bissellové (2000) a S. Fahmyové (2005), které zkoumaly faktory mající v procesu výběru fotografií významný vliv. Kimberley M. Bissellová se ve studii *Return to Mr. Gates: Photography and Objectivity* (2000) vrací k původnímu konceptu. Podle ní zpravodajské fotografie, které jsou obecně považované za transparentní zprostředkovatele událostí, přináší pohled na skutečnost očima pouze několika málo lidí, neboli vrátných, kteří rozhodují o tom, které obsahy pustí dál a které zastaví před „branami“.

Z pěti úrovní gatekeepingu P. Shoemakerové zdůrazňuje Bissellová tři. Mezi nimi individuální úroveň rozhodování gatekeeperů, do které lze zařadit představu o očekávání publika, osobní názor na jednoznačnost a také politické přesvědčení gatekeepera, které je podle Bissellové (2000, s. 90) jedním z nejdůležitějších faktorů. Kromě individuální úrovně zmiňuje jako faktory výběru i rutiny daného média a vliv ze strany mediální organizace, čímž dochází ke shrnutí: „*Protože jsou gatekeeperi ovlivněni osobními názory, pravidly redakce a organizačními tlaky, objektivita je v některých případech ztracena*“ (Bissell, 2000, s. 90).

Praktický příklad vizuálního gatekeepingu přináší ve své studii i Shahira Fahmyová (2005), která se zabývala vizuálním pokrytím událostí 11. září a války v Afghánistánu. Fahmyová podrobila analýze anglický i arabský tisk a výsledkem analýzy bylo, že se na stránkách deníků objevovaly odlišné fotografie, i když je tiskoviny přebíraly od stejných

tiskových agentur. Závěr z její studie zní, že i v případě stejného zdroje informací závisí výběr fotografií na obrazovém editorovi a publikované snímky se tak mohou výrazně lišit (Fahmy, 2005, s. 147). Vizuální gatekeeperi ovlivňují výběrem fotografií a grafiky podobu médií a podle Fahmyové (2005, s. 160) si uvědomují své účinky na publikum.

Fahmyová si stejně jako Bissellová při analýze vizuálních materiálů všimla určité politické předpojatosti. Při výběru snímků z války v Afghánistánu podle ní byla tato politická vnímavost gatekeeperů důležitým činitelem výběru fotografií, důležitějším než u snímků z 11. září (Fahmy, 2005, s. 160).

V souvislosti s jednotlivými úrovněmi gatekeepingu Fahmyová (2007) hovoří o tom, že výběr fotografií na úrovni mediálních rutin nejvíce ovlivňují zpravodajské hodnoty. Jako nejdůležitější z nich ve fotožurnalistických materiálech zdůrazňuje především personalizaci a v souvislosti s touto hodnotou zmiňuje většinový důraz fotografií na emoční náboj (Fahmy, 2007, s. 549).

Jak je vidět ze studií jednotlivých teoretiků, úrovně gatekeepingu se v závislosti na okolnostech mění, a proto nelze stanovit všeobecně platná pravidla vizuálního gatekeepingu.

## **2 Historie dánského fotožurnalismu**

### ***2.1 Dánský fotožurnalismus v sedmdesátých letech 20. století***

Dánský fotožurnalismus prošel v posledních padesáti letech několika stádii, která významně přispěla k jeho dnešní podobě. K významným změnám v mediální oblasti došlo už v průběhu šedesátých a sedmdesátých let. Na tištěná média i žurnalistickou fotografii měla vliv především televize, která byla poprvé představena v roce 1951 a brzy se stala rovnocenným zpravodajským médiem a novým způsobem, jak vyprávět příběhy pomocí obrazu. První zpravodajské vysílání TV-Aktuel se na obrazovkách objevilo v roce 1965.

Vliv, který měl tento vývoj na tištěná média, ukazují i čísla. Zatímco v roce 1945 vycházelo v Dánsku 257 různých titulů, o dvacet let později už byl počet téměř poloviční, 137 titulů a pokles nadále pokračoval. Pro tento vývoj, známý jako „smrt listů“, existují dva hlavní důvody (Greve, 2012, s. 234). Prvním je soutěž ze strany elektronických médií,

rozhlasu a televize, za druhé novinový trh zasáhla změna v podobě přerodu stranického tisku čtyř hlavních politických stran na omnibusové noviny<sup>3</sup>.

Stranické noviny byly po celá léta schopny přežít na politickém a místním obsahu a pravidelných předplatitelích. Tento systém se však v průběhu šedesátých a sedmdesátých let rozpadl. Protože politika ve stále vyšší míře překračovala hranice obce, ztratily stranické noviny svůj místní význam a pro přežití byly nuceny změnit se na omnibusové noviny se smíšeným obsahem informací a zábavy, tudíž soutěžit na stejném trhu jako ostatní. Tyto noviny nebyly schopné zajistit dostatečně vysoký podíl reklamy, protože inzerenti nechtěli přispívat do upadajícího žurnalistického odvětví, a postupně ztrácely pozornost čtenářů.

Trend přerodu v omnibusové noviny podpořila i změna vnímání čtenářů. Začalo se o nich uvažovat jako o konzumentech obecných zpráv a zábavy, spíše než o občanech s politickými a ekonomickými zájmy. Jinými slovy média začala upřednostňovat obsah, který čtenáři chtěli, ne o kterém si mysleli, že ho potřebují (Greve, 2012, s. 234).

### **2.1.1 Zlatý věk bulvárního tisku**

Proměna médií a upřednostnění atraktivního obsahu před politickým zpravodajstvím vedly k rozvoji senzačního tisku. V letech 1965 – 1966 se prostřednictvím agresivního marketingu a efektivní distribuční strategie založené na volných prodejkách v pouličních stáncích dostaly do popředí bulvární noviny jako B. T. a Ekstra Bladet, které získaly celostátní dosah. Hlavním fotografickým materiálem byly snímky svateb, pohřbů, přírůstků do rodiny, ocenění, premiér nebo domácího dění. „*Byly to ‚snídaňové noviny‘ v praktickém formátu bulváru přizpůsobené každodennímu životu zaneprázdněných Dánů*“ (Greve, 2012, s. 237). Na rozdíl od velkoformátového seriózního tisku s rozměry 42x60 cm byly bulvární tiskoviny velké pouze 30x42 cm.

Typickým prvkem bulvárních novin jsou krátké články, podání zprávy jednoduchou a přímou formou a také specifické užití fotografií. Celých 80 – 90 % plochy bulvárních listů bylo ve zmíněném období pokryto obrazovým materiálem. Zpravodajské fotografie se na stránkách téměř nevyskytovaly, bylo jim uvolněno místo pouze tehdy, když byly opravdu velkolepé. Místo toho se objevovaly fotografie celebrit a pseudo-událostí, které média

---

<sup>3</sup> Omnibusové noviny jsou „tiskem pro všechny“, tedy takové, které jsou určeny širokému publiku s různými zájmy a vzděláním. Objevují se v nich různorodé informace, na rozdíl od stranického tisku tak jsou apolitické (Schultz, 2007).



sama iniciovala. Bulvární deníky se těšily vzrůstající oblibě, B.T a Extra Bladet měly v roce 1960 náklad 252 tisíc, v roce 1970 už to bylo 396 tisíc a v roce 1980 celých 479 tisíc. Dalším tiskovinám senzačního charakteru Billed-Stadet a Se og Hørs vyrostl náklad ze 347 tisíc v roce 1960, na 382 tisíc v roce 1970 a o deset let později dokonce na 608 tisíc (Greve, 2012, s. 237).

Populární obsah, jehož primárním cílem bylo zaujmout čtenáře a přimět ho ke koupi tiskoviny, ovládl stránky médií sedmdesátých i osmdesátých let. Fotografie v novinách měly spíše ilustrační charakter a zachycovaly lidem známé osobnosti. Mezi důležité přispěvatele fotografického materiálu do médií patřili členové Fotožurnalistického svazu (Pressefotografforbundet), kteří reprezentují jednu odnož dánské fotožurnalistiky, od které se distancovali fotografové na volné noze, jejichž fotografie měly naopak hluboký dokumentární charakter. Formování fotožurnalistických svazů na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let se stalo jedním z hlavních znaků tohoto období.

### **2.1.2 Fotožurnalistický svaz Pressefotografforbundet**

Důležitým aspektem formujícím dánskou fotožurnalistiku byly a doposud jsou fotografické svazy. Fotožurnalistický svaz (Pressefotografforbundet, dále jako PF) dánských fotografů patří mezi nejstarší národní organizace pro novináře na světě. U vzniku sdružení stálo šest významných fotografů, H. Damgaard, J. Aagaard, Rolstad, A. Michelsen, T. Larsen a A.W. Sandberg, kteří tento spolek založili 17. února 1912 v Kodani. Asociace se v průběhu let rozrůstala, v roce 1927 se členkou stala první žena a původně kodaňská záležitost se v roce 1941 rozrostla o první členy z provincií a počet stoupl na 25 členů. V roce 1987 počet členů vzrostl na 428 a k lednu roku 2018 jich bylo už více než dvojnásob, a to 889 (Pressefotografforbundet, © 2018).

Fotožurnalistický svaz je důležitou profesní organizací, která zajišťuje svým členům řádné pracovní a platební podmínky a zasazuje se o vzdělávání fotožurnalistů. Od roku 1990 například každoročně pořádá konferenci, na níž zve zvučná jména z oboru fotografie, a tak měli dánští fotožurnalisté příležitost získat přímou inspiraci od mezinárodních ikon fotožurnalistiky jako James Nachtwey, Sebastiao Salgado apod.

Pro přijetí do PF musí být fotograf zaměstnancem některého z médií anebo být schopen prokázat, že se živí jako profesionální fotograf. Z členství pramení výhody, které mají vliv na běžnou práci fotožurnalistů, zejména při pokrývání událostí jako stávky a demonstrace. Členové PF disponují mezinárodně uznávaným novinářským průkazem, který jim

umožňuje akreditaci na oficiálních akcích. V Dánsku také poskytuje přístup mezi policisty na vlastní odpovědnost a za předpokladu, že fotografové nebudou zasahovat do práce policie. Držení této karty tak může ovlivnit, na jaké straně konfliktu se fotograf ocitne a jaké snímky si odnese. Mezi členy byl zájem na tom, aby nepřijímali příliš mnoho nových členů a tím udrželi konkurenci pod kontrolou (Greve, 2012, s. 302).

To byl jeden z důvodů, proč se v průběhu sedmdesátých let začaly formovat kluby fotožurnalistů na volné noze, kteří se spojili a začali navzájem spolupracovat. Fotožurnalisté v těchto nových spolcích se vymezovali proti způsobu práce PF a pouhé fotografické ilustraci, měli naopak zájem tvořit rozsáhlé dokumentární projekty o sociálně závažných tématech.

### **2.1.3 Dokumentární fotografie jako nezávislý žánr**

Vedle populárního obsahu, který cílil na nejširší vrstvy společnosti, byla sedmdesátá léta obdobím, které mimo jiné reprezentovalo zhroucení hranic mezi vysokou kulturou a populární kulturou. Fotografie, které se objevovaly v médiích, neprošly velkou změnou a zůstaly v kategorii populární kultury. Hlavními úkoly, které noviny svým fotografům zadávaly, byla pouhá ilustrace události nebo fotografování čtenářům známé osobnosti, snímky byly jednoduše čitelné a často humorné. Fotografie dokumentární povahy, které vyžadovaly hlubší přemýšlení, se nejčastěji nacházely na zadní straně média.

Na druhou stranu ale získávala na síle rostoucí skupina fotografů, kteří měli smysl pro dokumentární fotografii a zaplnili tak vzniklou mezeru mezi vysokou a populární kulturou. Dokumentárním fotografům šlo o obsah i formu ztvárnění, ale nepovažovali se za „umělecké fotografie“ ani za „redaktory“ (Greve, 2012, s. 238). *„Inspirováni americkými a francouzskými fotografy, francouzskou novou filmovou vlnou a obecným smyslem pro vzpouru proti starým normám, popadli fotoaparáty a vyšli ven, aby zachytili to, co sami viděli – aniž by byli vázáni trvalými úkoly“* (Greve, 2012, s. 238). Jejich přístup byl více politický a výslednou práci spíše než skrze jednotlivé fotografie prezentovali v sériích snímků.

To, že tito fotografové pracovali na svých dokumentárních projektech, neznamenalo, že by zároveň netvořili pro média za účelem finančního příjmu. Například Jesper Høm, módní a reklamní fotograf, přispíval do médií Stern a Paris Match, zatímco Gregers Nielsen se stal fotografem pro Se og Hør, časopis zaměřený mimo jiné na život celebrit. Zmínění dva fotografové přinesli dánskému fotožurnalismu klíčovou změnu v podobě založení

fotografické skupiny Delta Photos, která v následujících letech významně formovala vizuální styl dánských fotografů.

### **2.1.3.1 Fotografická skupina Delta Photos**

Fotografická skupina Delta Photos vznikla v roce 1964 v opozici s tradičními pravidly a dogmaty a představovala novou a mezinárodně inspirovanou dokumentární a reportážní fotografickou praxi. Do povědomí dánského publika se dostala zveřejněním svých fotografických experimentů na zadní straně novin Politiken a hlavně v roce 1965, kdy debutovala v proslulé umělecké galerii Birch v Kodani.

Název skupiny pochází z řecké abecedy. „*Čtvrté písmeno řecké abecedy ‚Delta‘ obsahuje původní význam, který odráží úvahy o rozdílech v hodnotách a o významu těchto rozdílů pro identitu jednotlivých hodnot*“ (Greve, 2012, s. 246). Což jinými slovy znamená podporu toho, aby se fotografové z různých žánrů spojili a navzájem se od sebe učili. Tímto propojením, multi-estetikou a žánrovým lámáním skupina přispěla k dánskému vizuálnímu dědictví.

Sdružení představovalo novou éru, vizuální kulturu pod radikální změnou, necenzurovanou výstavní praxi a otevřenou pracovní komunitu, která dříve v Dánsku nebyla vidět. Členové zastávali boj za osvobození a vzpouru proti autoritám a kladli důraz na sociálně angažovanou reportáž. Inspirováni fotografickou skupinou Magnum Photos chtěli sami rozhodovat o svých fotografiích a o tom, jak budou v médiích prezentovány.

Delta Photos svými myšlenkami inspirovala následovníky, skupiny 2Maj, Ragnarok a Alfa, od osmdesátých let byli fotožurnalisté původní skupiny Delta do těchto nově vzniklých skupin institucionálně rozvětveni. Hlavním pojítkem sdružení fotografů na volné noze byla obecně spolupráce a vzájemná pomoc na projektech, fotografové se dělili o zakázky, aby měl každý z nich čas a finanční flexibilitu na dlouhodobé dokumentární projekty, výstavy a knihy.

Skupiny vymezující se proti mainstreamu, které se etablovaly v průběhu sedmdesátých let, tedy ukázaly, že se fotožurnalistika může vydat i jinou cestou, než pouhou ilustrační fotografií v tisku. Jejich nový způsob zachycení světa v následujících letech utvářel cestu, kterou se dánský fotožurnalismus vydal a to, kde se nachází dnes.

## **2.2 Dánský fotožurnalismus od osmdesátých let**

Dánská fotožurnalistika prošla v posledních třiceti letech revolučními změnami. V průběhu

osmdesátých let se průlom týkal především formy a obsahu fotografií, druhým důležitým faktorem, který přispěl ke změně a pomohl posunout dánský fotožurnalismus na vyšší úroveň, bylo vytvoření formálního vzdělávání (Greve, 2012, s. 302).

### **2.2.1 Průlom ve formě a obsahu fotografií**

Prvkem, který se v průběhu osmdesátých a devadesátých let značně proměnil, byl obsah a forma fotografií. Tento průlom se objevil v závislosti na potřebě změny stagnujícího stavu fotožurnalistiky. Fotožurnalisté si uvědomili, že existují i jiné způsoby zachycení událostí, než jaké se do té doby v dánských médiích používaly. Zesílená konkurence a vnitřní soutěž se podepsaly na odstartování revoluce ve fotožurnalismu (Greve, 2012, s. 307), který se vydal opačným směrem oproti zažité praxi.

Fotografické příběhy začaly disponovat vyšším stupněm subjektivity. Významný dánský fotograf Jan Grarup popsal změny ve fotožurnalistice oproti sedmdesátým létům takto: „*V té době jste byl tiskový fotograf a prostě musel pokrýt žurnalistický příběh nějakými obrázky. Dnes se nazýváme fotožurnalisté nebo reportující fotografové a naše snímky mohou stát samostatně jako nezávislé příběhy s trochou textu nebo souběžně s nezávislým novinářským článkem*“ (Nielsen, 2000, s. 96).

Začali více přemýšlet nad tím, jakou formou a vizuálním jazykem bude obsah doručen k divákovi. Inspirovali se fotografy agentury Magnum – širokoúhlými fotografiemi Nachtweye, Salgadovou humanistickou a pocitovou estetikou a schopností Peresse odvyprávět příběh jedním snímkem, který má mnoho plánů (Greve, 2012, s. 307). Za fotografiemi také začali více jezdit do zahraničí a tam fotit dramatické události a konflikty.

### **2.2.2 Výchova fotožurnalistů v Dánsku**

Vzdělání fotožurnalistů v Dánsku nemělo do osmdesátých let zakotvení v tradičním vzdělávacím systému, kvůli absenci kvalitního studia byli fotožurnalisté po dlouhá léta pouze „sebevzdělávající se amatéři“. I když první vzdělávací instituce pro žurnalisty byla v Dánsku otevřena v roce 1946, fotožurnalisté si museli na svůj první specializovaný vzdělávací program počkat až do roku 1984, kdy Dánská škola médií a žurnalistiky začala pro fotožurnalisty zajišťovat plnohodnotné vzdělání<sup>4</sup>.

Dánský systém vzdělávání fotožurnalistů je unikátní v propojení teorie s nácvikem

---

<sup>4</sup> Dánští žurnalisté mají možnost vzdělávat se na dvou kampusech v rámci Dánské školy médií a žurnalistiky – v Kodani a Aarhusu. Konkrétně fotožurnalistický program zajišťuje pouze Aarhuský kampus, a to v nově postavené budově na Olof Palmes Alle v severním Aarhusu.

praktických dovedností, součástí studia je i povinná dlouhodobá praxe, kdy se studenti vydávají do médií, ve kterých se stanou plnohodnotnými členy. „*Jejich stáž trvá většinou osmnáct měsíců. (...) Stážisté mají stejnou náplň práce jako kmenoví fotografové. Dostávají stejné úkoly, od sportovní fotografie po portréty, a také cestují do zahraničí. Dokonce někdy cestují i více, než kmenoví fotografové,*“ říká Thomas Borberg, šéfredaktor fotografického oddělení deníku Politiken (Kabátová, 2011, s. 135). Ten si rovněž myslí, že Dánská škola médií a žurnalistiky je jedním z faktorů, proč Dánsko produkuje tolik dobrých fotografů. Dalším faktorem je i to, že mezi dánskými fotožurnalisty funguje spolupráce, spíše než rivalita, a to i mezi fotografy napříč médii (Kabátová, 2011, s. 136). Stejný názor sdílí i porotci dánské národní fotografické soutěže roku 2017 Mette Sandbye (viz Příloha 9) a Lars Dareberg (viz Příloha 10), kteří kvalitní vzdělání vnímají jako jeden z hlavních důvodů přispívající k tomu, proč je dánská fotožurnalistika široce uznávanou.

Kvalitní vzdělání dánských studentů fotožurnalistiky dokládá i fakt, že se každoročně umisťují mezi vítězi národní fotografické soutěže. Například v posledním ročníku 2017 putovalo 6 z celkových 14 cen ke studentům Dánské školy médií a žurnalistiky. „*Mezi vítězi je i mnoho studentů možná proto, že více experimentují a někdy také investují do projektů více času, než profesionální fotografové, kteří musí rychle vyběhnout ven, pořídit snímek a vrátit se zase zpět,*“ říká porotkyně soutěže Mette Sandbye (viz Příloha 9).

## ***2. 3 Úspěšná devadesátá léta pro dánský fotožurnalismus***

Fotožurnalistika neměla v Dánsku po mnoho let dobré postavení, protože nebyla vhodným obrazovým stylem pro způsob, jakým byly dánské noviny organizovány. Obrazové tiskoviny se stávaly bulvárními a nebylo tak mnoho příležitostí, kde mohly být fotoeseje publikovány. To se však změnilo v devadesátých letech, kdy fotožurnalistika získala na větší pozornosti a začala se více objevovat v novinách, kde snímky rozšiřovaly čtenářskou zkušenost. Šlo o období důležitých světových událostí, které bylo potřeba vizuálně pokrýt, například pád Berlínské zdi, první válka v Zálivu, válka v Bosně, konec apartheidu a první svobodné volby v Jižní Africe, tragédie ve Rwandě a v neposlední řadě konflikty v Albánii a Kosovu. Tyto významné události v devadesátých letech dánské fotožurnalisty neminuly a jejich způsob pokrytí byl natolik unikátní, že neunikl ani světové pozornosti.

### **2.3.1 Významné osobnosti dánského fotožurnalistu**

Od poloviny devadesátých let se z řad dánských fotožurnalistů rekrutovala spousta talentů.

Začali sbírat mezinárodní ocenění včetně World Press Photo a stali se „světovou třídou“. Tímto termínem je nazývá Jens Møller Nielsen ve své knize *Pludselig i verdenklasse* (2000), kde představuje portrét šesti nejvíce oceňovaných fotožurnalistů v devadesátých letech, mezi které patří Joachim Ladefoged, Claus Bjørn Larsen, Tine Harden, Nicolai Fuglsig, Jan Dago a Jan Grarup.

Společným prvkem zmíněných šesti fotografů je fakt, že už během studií publikovali své snímky v médiích a často se do médií vydávali za praxí, později se stali běžnými zaměstnanci. Mezi médii, do kterých fotožurnalisté často míří, se objevují deníky *Politiken* (J. Ladefoged, Tine Harden), *Ekstra Bladet* (C. B. Larsen, J. Grarup), *Helsingør Dagblad* (N. Fuglsig, J. Grarup), *Jyllands Posten* (Jan Dago) a *Berlingkse Tidende* (C. B. Larsen). I když tito fotožurnalisté v některých případech přecházeli z jednoho média do druhého, po získání zkušeností se nakonec všichni rozhodli pro dráhu fotografů na volné noze, aby mohli pracovat na dokumentárních projektech, které jim jsou nejbližší. Což jim přinášelo prestižní národní i mezinárodní ocenění a uznání.

Úspěchy ve světové fotografické soutěži World Press Photo odstartoval v roce 1994 Søren Lorenzen, který získal za fotografie z Polska třetí místo v kategorii Každodenní život (Daily Life). V roce 1998 Joachim Ladefoged obsadil první a třetí místo v kategorii Lidé a události (People in the News) za fotografie z Albánie, kde pracoval na dlouhodobém projektu. A poté nastal klíčový rok 2000, který byl ve znaku dánských fotožurnalistů dobývajících svět. Dánští fotografové za své projekty z roku 1999 získali několik mezinárodních cen a ovládli soutěž World Press Photo. Cenu získali Jan Dago, Tine Harden a Jan Grarup, zatímco Claus Bjørn Larsen dosáhl na cenu nejvyšší. Jeho fotografie albánského uprchlíka z Kosova se stala celkovým vítězem jako jednotlivá fotografie (World Press Photo of the Year, prize singles) a obsadil rovněž třetí místo za celou sérii.

Ocenění v soutěži World Press Photo je uznáváno jako jedno z nejatraktivnějších po celém světě a úspěch dánských fotografů na konci devadesátých let byl tak masivní, že jejich společný znak, kontrastní a dramatické černobílé zobrazování, nemohl uniknout pozornosti. Dánští fotografové se často stylem zobrazování inspirovali tvorbou fotografů ze skupiny Magnum jako James Nachtwey, Sebastiao Salgado, Eugene Richards nebo Gilles Peress. A tak bylo jen otázkou času, než se některý z dánských fotožurnalistů přiblíží k tomu, aby se stal členem této mezinárodně uznávané fotografické skupiny. Jako vůbec první Dán byl na člena skupiny Magnum nominován Joachim Ladefoged v roce 2000. O

rok později získal nominaci Jan Dago, ani jednomu se ji však nepodařilo proměnit v plné členství. Jediným dánským členem uznávané skupiny je dnes Jacob Aue Sobol, který byl nominován roku 2007 a plnohodnotným členem se stal v roce 2012.

Následujících šest kapitol představí oceňované dánské fotožurnalisty a jejich způsob nahlížení na fotografii, které může být praktickým návodem, jak k fotografii přistupovat.

### **2.3.1.1 Joachim Ladefoged**

Joachim Ladefoged je považován za jednu z hnacích sil nové vlny dánského fotožurnalismu a „*jeho práce byla nejlepším projevem skutečnosti, že dánská mainstreamová fotografie zažívala přechod od pouhé registrace k osobní interpretaci*“ (Nielsen, 2000, s. 9). Ladefoged ve fotografiích využívá osobní vyprávění. Nevěří v absolutní objektivitu fotografů, protože každý fotograf si vybírá a divákům představuje svůj vlastní výřez reality. „*Rozhoduji o tom, který film chci používat, jaké zařízení chci používat, v jaké sezóně bych rád fotografoval – dávám přednost Albánii v období dešťů, protože je dobrá obloha a výborné světlo,*“ říká Ladefoged a zdůrazňuje, že takto se dá přemýšlet i o mnoha dalších aspektech (Nielsen, 2000, s. 16 – 20).

Právě za fotografie z Albánie se dočkal ocenění v Dánsku i v zahraničí, včetně hlavní ceny dánské národní soutěže Årets Pressefoto v roce 1997/1998 a světové uznání v soutěži World Press Photo, kde získal první cenu za sérii fotografií (Fotografie 1) a třetí cenu za jednotlivou fotografii v kategorii Lidé a události (People in the news).

Fotografie Joachima Ladefogeda mají často velmi komplikovanou strukturu. Claus Bjørn Larsen zmiňuje, že zatímco on má ve svých fotografiích zřídka tři plány a je jim proto vyčítána přílišná jednoduchost, Ladefoged naopak často pracuje s pěti až šesti plány (Nielsen, 2000, s. 20). Kromě popředí, středu a pozadí ve svých fotografiích vytváří i další, fotografie jsou komplexní, ale zároveň mohou být pro diváka obtížněji dekodovatelné.

Celkovým stylem se často inspiroval fotografii členů skupiny Magnum jako jsou J. Nachtwey, G. Peress nebo S. Salgado (Nielsen, 2000, s. 9). V roce 2000 se Ladefoged dočkal úspěchu, když byl jako vůbec první Dán nominovaný na člena skupiny Magnum. Nakonec bylo ale o jeden hlas přehlasováno jeho nepřijetí. V současné době je členem mezinárodní fotografické Agentury VII (VII Photo agency) a pracuje na volné noze.



**Fotografie 1: Joachim Ladefoged, 1997**

#### ***2.3.1.2 Claus Bjørn Larsen***

Claus Bjørn Larsen započal svou fotografickou kariéru v roce 1984 v dánském bulváru Extra Bladet. V roce 1996 přešel do periodika Berlingske Tidende, kde zůstal více než 10 let, aby se nakonec v roce 2009 stal fotografem na volné noze. Claus Bjørn Larsen pomohl zahájit dánskou vlnu, která na konci devadesátých let ovlivnila kvalitu fotografií po celém světě. Byl součástí skupiny mladých, ambiciózních fotografů, kteří kladli důraz na perfektně nakomponované snímky, které vypráví důležité příběhy. Larsen od roku 1989 zachycuje konflikty a silné příběhy po celém světě, od bývalé Jugoslávie a Sovětského svazu až po Izrael, Irák a Afghánistán.

Důležitým tématem devadesátých let, které se v portfoliu fotografů opakovalo, byla válka v Kosovu, právě za reportáž z této války získal v roce 2000 ocenění World Press Photo, celkové první místo za jednotlivou fotografii a třetí místo za sérii fotografií v kategorii Lidé a události. Vítězná fotografie (Fotografie 2) vznikla 4. dubna 1999, kdy Ladefoged, tenkrát jako fotograf Berlingske Tidende, stanul ve městě Kukës v Albánii, poblíž hranic s Kosovem. Město bylo zaplaveno uprchlíky a fotograf zachytil muže, který měl obličej omotaný obvazy. Protože muž nebyl schopný souvisle komunikovat, Larsen si nebyl jistý, zda byl muž zbit, i když všichni kolem tvrdili, že ano. Na místě byli pouze další dva až tři fyzicky zranění lidé, i proto si Larsen nemyslel, že by tento muž reprezentoval situaci.



„Ale najednou se rozešel, udělal jsem čtyři rychlé snímky a bylo to tam. Ty oči. Ty oči, které v té fotce říkají vše“, popisuje, jak vznikla vítězná fotografie (Nielsen, 2000, s. 28).



**Fotografie 2: Claus Bjørn Larsen, 1999**

### **2.3.1.3 Tine Hardenová**

Na rozdíl od mužských kolegů, kteří v devadesátých letech podávali svědectví převážně o válce v Kosovu, Tine Hardenová se snažila válečným zónám vyhýbat. Během fotografického pokrývání revoluce v Rumunsku si uvědomila, že stres ve válce a obava o vlastní život nejsou pro ni (Nielsen, 2000, s. 46).

Ráda si nachází svá vlastní témata a často vyhledává odlišná než ta, která se objevují ve zpravodajství (Nielsen, 2000, s. 48). Mezi příběhy, které zpracovala, patří reportáže z Irska, z ropných výbuchů v Turecku, z dětských domovů v Rumunsku a ze Španělska. Zabrousila také více do environmentálních a přírodních témat a portrétů, za fotografie tohoto typu získala mezinárodní rozpoznání. Příkladem je série fotografií ze španělské Galicie, za kterou vyhrála první cenu kategorie Příroda a životní prostředí ve World Press Photo roku 1999/2000. Ve Španělsku jsou každé léto chytány a značeny stovky divokých koní, jde o tradici z románských dob. Jedná se o dramatickou podívanou, kterou Harden zachytila na svých vysoce kontrastních černobílých snímcích (Fotografie 3). Temné zpracování, kdy fotografie vypadají jako tmavá malba, dodává snímkům na

hloubce. Temnota spojuje mnoho z jejích fotografií, tento vzhled jim Tine Hardenová dodává v temné komoře: „*Ráda kopíruji do temna. Přidává to tajemné atmosféře a dodává fotografii náladu. Tu fotku s divokým koněm bylo extrémně těžké nakopírovat, ale mám ráda, když mé fotky vypadají skoro jako kresby uhlem*“ (Nielsen, 2000, s. 52).

Tine Hardenová i s příchodem digitálních technologií zůstala věrna práci v temné komoře a využívat počítač je podle ní podvod. „*Jsem proti něčemu, co je jednoduché. Vytvořit perfektní fotografii by mělo být obtížné,*“ říká svůj názor na digitální nástroje (Nielsen, 2000, s. 44).



**Fotografie 3: Tine Hardenová, 1999**

#### ***2.3.1.4 Nicolai Fuglsig***

Mnozí dánští fotožurnalisté započali fotografickou dráhu již při studiích, stejně tak i Nicolai Fuglsig, který začínal prodejem fotek do Helsingør Dagblad. V 18 letech odjel do válkou zmítané Jugoslávie a i přes nebezpečí se držel v centru dění. Během fotografování k němu přiběhl muž se samopalem, odvedl ho do auta a odvezl na výslech k cizinecké policii. Vyšlo najevo, že Fuglsig fotil tajnou policejní stanici, na základě toho byl později vyhoštěn ze země. Fotoreportáž se poté objevila na stránkách Helsingør Dagblad a bulvární titulky typu „*Přečtěte si o dramatických zkušenostech mladého fotografa Helsingør Dagblad*“ (Nielsen, 2000, s. 62) přitahovaly pozornost čtenářů.

Slibnou dráhu fotožurnalisty rozvíjel i svým dalším projektem, za kterým odjel do ruské vesnice Muslumovo. Tam už desítky let žili obyvatelé vedle radioaktivní řeky Techa pramenící asi 35 kilometrů severně od vesnice, hned vedle chemické továrny pro tajnou výrobu plutonia postavené v roce 1945. Poté, co na počátku padesátých let továrna vypustila radioaktivní odpad, bylo šest vesnic podél řeky evakuováno, ne však Muslumovo. Výzvou pro fotografa bylo popsat prostředí postižené ekologickou katastrofou, která se dá jen stěží na fotkách ukázat. Po publikaci snímků z Muslumova ve fotografické knize z roku 1998 si vyslechl superlativa jako „virtuózní fotografie“ nebo „velký fotografický talent“ (Nielsen, 2000, s. 64). Za obrazovou sérii získal první cenu World Press Photo v kategorii Příroda a životní prostředí (Fotografie 4).



**Fotografie 4: Nicolai Fuglsig, 1998**

Kromě statických záběrů ale pozvolna propadal video tvorbě. Během fotografické mise v kosovské válce se Fuglsig rozhodl i natáčet a vznikl obsah pro 15 minutový dokument *Return of the Exiled*. Ten znamenal počátek jeho filmařské kariéry, kterou předznamenal i ocenění jeho videoprojektu v národní fotografické soutěži v letech 1999/2000.

#### **2.3.1.5 Jan Dago**

Jan Dago za fotožurnalistickými projekty cestoval do více než 20 zemí, jeho největší projekt vznikl v Afghánistánu, kam poprvé odjel v roce 1996, než Taliban převzal moc.

Cestování zahrnuje poznávání nových kultur, které mohou být od západní velmi odlišné, i s tím se fotografové musí při svých cestách umět vypořádat. Jan Dago si vytvořil návyk nesoudit to, co je správné a co špatné. Jako příklad zmiňuje narkomany sedící na ulici s jehlami zapíchanými v ruce, které fotografoval v Indonésii v roce 1999. Považuje za důležité neodsuzovat jejich způsob života, ale respektovat to, co vidí (Nielsen, 2000, s. 80). Jeho další fotografie z Indonésie zaujaly soudce dánské národní fotografické soutěže, kteří mu udělili první cenu za feature sérii, a dokonce i porotce World Press Photo, v prestižní soutěži získal za jednotlivý snímek třetí cenu v kategorii Reportáž (General news). Jednalo se o fotografii z prezidentské kampaně v Indonésii v roce 1999 (Fotografie 5).



**Fotografie 5: Jan Dago, 1999**

V poklidných volbách fakticky zvítězila Megawati Sukarnoputri, kterou však parlament odmítl usadit do prezidentského křesla kvůli tomu, že je žena. To spustilo vlnu nevole. Ve vítězné fotografii Dago zachycuje stojící dav, který Sukarnoputri vyjadřuje podporu, zatímco dynamiku snímku dodává prudký vítr, který způsobila přilétající helikoptéra. Během krátkého momentu na přistávací dráze helikoptéry nafotil celý film a jeden ze snímků mu vyhrál World Press Photo (Nielsen, 2000, s. 78). K zachycení vítězné fotografie využil širokoúhlý objektiv: „Teleobjektiv usnadňuje pořízení čistého snímku a zachycení situace. Když ale místo toho použiji širokoúhlý objektiv, mám vždy možnost

dostat se blíž. Samozřejmě, že si tím neusnadňuji práci. Myslím si ale, že tento způsob přináší lepší fotografie“ (Nielsen, 2000, s. 80).

### **2.3.1.6 Jan Grarup**

Dnešní dánští fotografové jsou stejně aktivní jako v minulosti, Jan Grarup od roku 1987 pokrývá především války a konflikty po celém světě a získává prestižní ocenění doma i v zahraničí. Ve válečných zónách se podle něj fotožurnalista musí pro dobrou fotografii obrnit proti strachu, „...protože když fotograf myslí více na svou vlastní bezpečnost, než na příběh, většinou nevznikne dobrá fotožurnalistika“ (Nielsen, 2000, s. 102).

Jeho zájem o válečnou fotografii probudil incident, který se stal v březnu 1987 v Severním Irsku. Když v Belfastu fotografoval na pohřbu členů Irské republikánské armády zabitých v Gibraltar, vybuchla během pohřbu bomba. A tak už v 18 letech jeho fotografie obletěly svět a otevřely mu dveře k novým příležitostem. Získal místo fotografa v Helsingør Dagblad, za několik měsíců přešel do listu Ekstra Bladet, který si ho vyhlédl na základě zmíněných fotografií.

K národním i mezinárodním oceněním se dostal skrze množství svých fotografických sérií. První série, se kterou uspěl na soutěži Årets Pressefoto v roce 1999, byla z války v Kosovu a pochází ze dne, kdy do Kosova vtrhly složky NATO (Fotografie 6). Fotografie nepořídil na první pokus, s hlavním motivem pracoval tak dlouho, dokud nezískal fotografii, na které byly v souladu všechny elementy. „Na některých negativech nebyly vidět zbraně. Na jiných se lidé otáčeli na špatnou stranu nebo nebyl vidět nápis ‚Vítejte v Kosovu‘“ (Nielsen, 2000, s. 102).

Fotografický styl Grarupa se v čase vyvíjel, je zřejmá tendence dostat do fotografie stále více vrstev a vedlejších příběhů. Jednou z nejdůležitějších věcí je podle něj rozpoznat kvality ve fotografiích ostatních autorů, říká, že on sám je ovlivněn především prací dánských fotografů. „Nezměnil jsem svůj obrazový styl proto, abych vyhrával soutěže. Změnil jsem své vidění, protože jsem viděl kvality ve fotografiích, které vytvořili Joachim Ladefoged, Nicolai Fuglsig a Søren Bidstrup. Vzít to nejlepší z různých aspektů ve fotografii je ve skutečnosti to, díky čemu se fotografie vyvíjí“ (Nielsen, 2000, s. 108).



**Fotografie 6: Jan Grarup, 1999**

Podle Jana Grarupa neexistuje objektivní fotografie, ale fotožurnalistika by se měla dostat k pravdivosti tak blízko, jak jen to jde. *„Nikdy jsem netvrdil, že moje práce je pravda, holá pravda a nic než pravda. Je to zlomek pravdy, jak ji vidím já. Když v Somálsku pořídím 10 000 snímků a zveřejním 150 z nich, vybral jsem to, co byste měli vidět. Když vyfotím dítě, které přede mnou pláče kvůli tomu, že má hlad, nevidíte těch deset dětí za mnou, které se smějí na bílého muže pořizujícího snímek,“* říká Grarup a dodává, že by se fotograf nikdy neměl stát součástí příběhu, děti by se kvůli němu neměly smát ani plakat (Benke, 2017).

V souvislosti s prací fotožurnalisty zmiňuje několik charakteristik, které jsou podle něj klíčové pro úspěch. Jedna z nich je oddanost svému povolání. Je potřeba si uvědomit, že prací fotožurnalisty člověk nezbohatne, stejně jako je velmi složité současně žít běžný život (Benke, 2017). Druhým faktorem je upřímný a osobní zájem fotografa o příběhy, které zachycuje, ne pouhé ilustrační fotografování a postupování podle zadání jen za účelem finančního příjmu. Ať už se jedná o fotografa, který se věnuje reportážním, sportovním nebo přírodním fotografiím, podle Grarupa (Benke, 2017) je vždy vidět těch 10% navíc, když se fotograf o téma osobně zajímá.

Zároveň by fotožurnalista měl mít stále otevřenou mysl. *„Nebezpečí pro fotografy je jít někam s konkrétní představou o fotografii, kterou chtějí vytvořit. Pokud procházíte kolem a*

*jen hledáte ten konkrétní snímek, můžete si nechat ujít 10 dalších důležitých fotografií. Vždycky musíte být přítomni tam, kde jste“ (Benke, 2017).*

Jak je vidět, zmínění fotografové nasbírali za desítky let své práce mnoho zkušeností, které vedly až k získání nejvyšších fotografických ocenění doma i ve světě. Jejich praktické rady a informace o vzniku vítězných fotografií zmíněné v této práci tak mohou posloužit další generaci fotografů ke zdokonalování svého způsobu práce.

### **3 Národní fotografická soutěž Årets pressefoto**

Soutěž o nejlepší fotožurnalistickou fotografii Årets pressefoto pořádá každoročně Fotožurnalistický svaz (Pressefotografforbundets), který cenu poprvé udělil v roce 1975. Dánsko tím následovalo další skandinávské země, Norsko a především Švédsko, které ocenilo fotožurnalisty poprvé v roce 1959.

Fotožurnalistický svaz zahájil soutěž, v níž byli všichni jeho členové vyzváni, aby předložili až dvě fotografie v každé ze tří kategorií a navíc pět snímků v rámci Allround-kollektionen, později přejmenované na Årets Pressefotograf (Fotograf roku). Všechny snímky byly pořízeny v roce 1974 a výsledkem bylo 360 fotografií vystavených ve Fyns Foru od 7. do 16. března roku 1975. Z tohoto počtu vybírali porotci pozvaní z ostatních nordických zemí vítěze. Výstava se všemi fotografiemi poté putovala po výstavních sálech napříč celým Dánskem.

Na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let byl každoroční počet předložených fotografií 700 až 1000, proto docházelo k selekci těch, které budou vystavené, a počet se redukoval na 100 až 125 snímků. Změnilo se i hlavní centrum zahájení výstavy, po prvním roce ve Fyns Foru se výstava na tři roky přesunula do Nordjyllands Kunstmuseum v Aalborgu, mezi lety 1979 a 1986 se stala výstavním centrem fotografií Kodaňská radnice, poté štafetu převzala Brandts Klædefabrik v centru Odense. V roce 2009 se výstava poprvé konala v nové budově Dánské královské knihovny, tzv. Černý diamant, v Kodani. Ta zůstala hlavním centrem výstavy a vyhlášení výsledků dodnes (Pressefotografforbundet, © 2018).

Porota se každoročně skládá z pěti členů. *„Obvykle jsou to 4 fotografové, někdy i 5 fotografů, kteří jsou součástí fotografické scény, a jedna osoba, která není fotografem.*

*Obvykle jí může být novinář nebo obrazový editor, ale letos to bylo vzácné, poprvé pozvali někoho z univerzity, někoho zvenčí,*“ říká o svém působení jako porotkyně ročníku 2017 akademička Mette Sandbye (viz Příloha 9).

Porotci se sejdou v průběhu ledna na mýtinku, kde vyberou vítězné fotografie. Nejprve projdou popořadě jednotlivé kategorie a v každé z nich po dlouhých debatách určí 3 snímky, které se stanou součástí výstavy a budou publikovány v závěrečné knize. Z těchto tří snímků v dané kategorii vyberou jeden vítězný a zbylé dva zůstanou nominovanými, bez rozlišení druhého a třetího místa. Fotografie předložené porotcům jsou anonymní, tudíž ani porotci sami nevědí, komu cenu udělují a zda například neocenili jednoho fotografa vícekrát, v odlišných kategoriích.

Po výběru vítězů v jednotlivých kategoriích přichází třetí den na řadu výběr celkového vítězného snímku soutěže. *„Poslední den, kdy jsme viděli všechny snímky už mnohokrát, jsme začali zamyslením nad tím, který z nich jsme si nejlépe zapamatovali. Posléze jsme počet zredukovali na asi deset fotografií, což bylo velmi obtížné. Dokud jsme neskončili, nemohli jsme opustit místnost,*“ popisuje proces výběru výherního snímku Mette Sandbye (viz Příloha 9). Lars Dareberg (viz Příloha 10) k tomuto tématu dodává, že *„nejtěžší na tom nebylo najít vítěze, ale neocenit zbylý skvělý materiál“*.

Všechny nominované fotografie jsou na velmi vysoké úrovni a porotci mnohdy stráví hodiny debatami nad tím, který snímek obsadí první místo. Kromě obsahu a technických parametrů kladou důraz i na titulky, které fotografie doprovází. Porotci jsou uznávaní nezávislí profesionálové a každý z nich o vítězi hlasuje z pohledu vlastních hodnot a přesvědčení. Porotkyně Mette Sandbye (viz Příloha 9) prozrazuje, která kritéria v jejím případě přispívají k tomu, že dá fotografii svůj hlas: *„Dobrá kompozice, dobrá myšlenka, povznesení klasické situace na novou úroveň, to jsou možná některé z věcí, které ve fotografii hledáme. Fotografie, která vzbuzuje empatii a možná i pomáhá lidem, čtenářům novin, lépe pochopit situaci.“*

Na rozdíl od praxe dřívějších let, kdy byli výherci vyhlášeni ihned po ukončení hlasování porotců, od poloviny devadesátých let se kvůli zvýšení napětí publikují pouze jména nominovaných. Výherci jsou vyhlášeni až na ceremoniálu v Dánské královské knihovně začátkem března a den po vyhlášení se otevírá výstava se všemi výherními a nominovanými fotografiemi.



### **3.1 Od papírových kopií k digitálním nosičům**

V prvních letech soutěže fotografové předkládali papírové kopie fotografií, u každého snímku jednu anonymní a jednu pojmenovanou. Anonymní kopie sloužila k hodnocení a pojmenovaná k vystavování. V jednu dobu bylo nutné také posílat originální negativy. Pro fotografie i komisi logisticky náročný postup se zjednodušil v roce 2000, kdy se hlavními nosiči staly CD a DVD. V roce 2004 měli účastníci soutěže poprvé možnost nahrát své příspěvky na centrální server, díky tomuto zjednodušení došlo k významnému zvýšení počtu zaslaných fotografií, v roce 2006 to například bylo 3526 snímků.

Díky digitalizaci se zjednodušil nejen způsob zapojení se účastníků do soutěže, ale i způsob výběru fotografií porotci. Od roku 2004 se už pracovalo pouze s digitálními soubory a výběr vítězných fotografií probíhal na počítači. Což přineslo značné zjednodušení oproti předešlým rokům, kdy porotci vybírali vítěze z fotografií rozložených na podlaze v Aurora sálu Jyllands-Posten (Pressefotografforbundet, © 2018).

Změny přicházely i v typu médií, na počátku soutěže se hodnotily pouze statické snímky, od roku 1988 se přidala kategorie televizních spotů. Jako první v kategorii Årets TV-fotograf (Televizní fotograf roku) zabodoval Carsten Reenberg, který v předešlém roce zvítězil jako Fotograf roku (Årets Pressefotograf).

Od roku 2003 se přidala nová kategorie, multimediální projekty, která počítala s velkým prostorem pro interakci díky internetu. V následujících letech ale docházelo ke stírání hranic multimediální kategorie a v mnoha případech mohly být tyto projekty zařazeny i do TV/video kategorií.

### **3.2 Digitální úpravy a kritika soutěže**

Digitální vývoj ve fotografování poskytl mnoho příležitostí, které nejsou kompatibilní s klasickou tištěnou fotografií. Možnost změnit fotografii v editoru způsobem, který je často obtížně identifikovatelný, vedlo k dalším úpravám pravidel. Ta například nově zmiňovala, že předkládané fotografie nesmí být kolážemi. V roce 2005 se tato fráze upravila: „*Fotografie předložené do Årets Pressefoto musí poskytnou důvěryhodné znázornění toho, co se stalo před fotoaparátem v době expozice*“ (Pressefotografforbundet, © 2018).

V některých případech, konkrétně v roce 2008, si porotci vyžádali od vybraných soutěžících soubory ve formátu RAW, protože měli dojem, že byly fotografie příliš digitálně upravovány. V roce 2011 se zase správní rada Fotožurnalistického svazu

rozhodla diskvalifikovat některé série, které podle jejich názoru nesplňovaly podmínky. To vedlo k delší diskusi mezi členy o pravidlech, která by měla v soutěžích typu Årets Pressefoto platit.

Soutěž se v průběhu let kromě problémů týkajících se digitální manipulace potýkala i s kritikou od fotografů, členů i nečlenů Pressefotograförbundet (Fotožurnalistický svaz). Kritika ze strany členů se běžně týkala toho, že je obtížné uspět v soutěži, pokud fotograf nevyjede do zahraničí a nefotografuje implicitně smrt a destrukci. Z tohoto důvodu se mnoho členů soutěže neúčastnilo (Pressefotograförbundet, © 2018). Jiní říkají, že nerozumí volbě porotců a neúčastní se, protože tím nic nezískají, ani výhru, ani vystavení fotografií na výstavě. Navzdory kritice prokázal průzkum v roce 2012, že většina členů považuje Årets Pressefoto za důležitou přehlídku fotografických prací, kterou si nechtějí nechat ujít (Pressefotograförbundet, © 2018).

Další kritika přichází v souvislosti s kategoriemi soutěže Årets Pressefoto a Årets Pressefotograf, protože jejich rozlišení může být matoucí a sama média se hlásí k hlavnímu vítězi v obou kategoriích v závislosti na tom, kde vyhrál jejich vlastní fotograf. Porotkyně Mette Sandbye ale vysvětluje, že za nejdůležitější snímek je považován ten v kategorii Årets Pressefoto, který porotci vybírají ze všech zaslaných snímků jako poslední a který je také jako poslední odhalen během slavnostního vyhlášení.

Obě kategorie se v předkládaných fotografiích velmi liší. Årets pressefoto se zaměřuje výhradně na jednu fotografii a její silný příběh, zatímco Årets pressefotograf oceňuje fotožurnalistu, který v daném roce vykonával svou práci nejlépe. Druhá zmíněná kategorie se hodnotí na základě předloženého souboru pěti fotografií dokazujících, že je fotograf všestranně zaměřenou osobností, která je schopná tvořit silné snímky napříč různými žánry a disponuje tak za poslední rok různorodým fotografickým portfoliem. Kategorie Årets pressefotograf může pro veřejnost ztrácet na logičnosti i kvůli tomu, že se nejedná o soubor fotografií vyprávějících příběh, ale o snímky, které spolu obsahově nesouvisí. Fotožurnalistický svaz tuto kritiku přijímá, zároveň ale kategorii Årets pressefotograf obhajuje s tím, že jejím odstraněním by byli zodpovědní za to, že se z fotografie vytratil konkurenční boj (Pressefotograförbundet, © 2018).

### ***3.3 Soutěžní kategorie***

V souvislosti s příchodem nových typů médií se přizpůsobovala i fotografická soutěž, která

vývojové tendence reflektovala. V prvních letech existovaly pouze 4 soutěžní kategorie, do kterých fotografové přispívali svými snímky. Již od prvního roku porota vybírala fotografii roku (Årets Billede) a fotografa roku (Årets Pressefotograf, původně se kategorie jmenovala Allround-kollektionen), stejně jako sportovní fotografii roku (Årets sportsbillede) a Spot news. Následovaly další kategorie jako nejlepší fotografie každodenního života (Årets bedste hverdagsbillede), portrét roku (Årets portræt) aj. V sedmdesátých letech existovala i zvláštní kategorie pro barevnou fotografii roku (Farvebillede). Roku 1994 počet kategorií pro statické snímky expandoval na 8, v té době se počet zaslaných fotografií od 200 fotografů vyšplhal na číslo 3000.

Statické snímky v roce 1988 doplnila televizní kategorie, ve které jako první uspěl Carsten Reenberg, oceněný v předešlém roce jako fotograf roku. S rozšířením přístupu k internetu a využívání jeho rozsáhlých možností interaktivity rostly na atraktivitě multimediální projekty, které se jako samostatná kategorie hodnotí od roku 2003. Počet všech kategorií tak vzrostl na 15. V následujících letech docházelo ke stírání hranic a mnohé projekty v rámci multimediální kategorie mohly být zařazeny i do video kategorie.

V historickém průřezu jsou patrné časté změny v názvech kategorií a jejich obměna, stejně tak jako jejich možné překrývání. Fotožurnalistický svaz, který fotografickou soutěž každoročně pořádá, přiznává, že kategorické rozdělení může být pro diváka matoucí a „*kategorie obecně by měly být zjednodušeny a měly by uvolnit místo pro nové, flexibilnější kategorie*“ (Pressefotografforbundet, © 2018).

Současné dělení statických snímků odpovídá následujícím kategoriím:

- **Årets Pressefoto** (fotografie roku)
- **Årets Pressefotograf** (fotograf roku)
- **Årets Nyhedsbillede – Danmark** (zpravodajská fotografie – Dánsko)
- **Årets Nyhedsbillede – udland** (zpravodajská fotografie – zahraničí)
- **Årets Portræt** (portrét)
- **Årets Sportsbillede – action** (sportovní fotografie – akce)
- **Årets Sportsbillede – reportage** (sportovní fotografie – reportáž)
- **Årets Reportagebillede – Danmark** (reportážní fotografie – Dánsko)
- **Årets Reportagebillede – udland** (reportážní fotografie – zahraničí)

## 4 Obsahová obrazová analýza

Se vzrůstajícím rozmachem vizuálů v médiích se k rozboru obrazu a toho, jakou roli hraje v procesu komunikace, obrací i zájem výzkumníků. Vizuálním informacím se „*přisuzuje zejména schopnost emotivního ovlivnění příjemců (čtenářů novin, časopisů nebo televizních diváků) a usměrnění jejich nahlížení na zveřejněné informace (např. fotografie zraněného dítěte z válečného konfliktu posiluje protiválečné postoje)*“ (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 156).

Metoda souhrnně nazývaná obsahová analýza byla původně navržena k analyzování psaného a mluveného slova, ale může být použita i pro analýzu obrazového sdělení, které je klíčové pro tuto práci. „*Vychází z obrazové textové analýzy, ale rozšiřuje ji o typické znaky vizuální komunikace*“ (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 155). Obsahová analýza je důležitou výzkumnou metodou pro svou možnost analyzovat velké množství dat. Je pro ni charakteristická vysoká míra strukturovanosti a ověřitelnosti (Schulz, 2004, s. 31), další výzkumníci mohou při zachování stejných metod výzkumu reprodukovat jeho výsledky.

Obsahová analýza je „*empirický (pozorovatelný) a objektivní postup pro kvantifikaci zaznamenaných ‚audiovizuálních‘ (včetně verbálních) reprezentací pomocí spolehlivých explicitně definovaných kategorií (hodnoty na nezávislých proměnných)*“ (Leeuwen a Jewitt, 2002, s. 13). Jinými slovy jde o systematickou metodu, na jejímž počátku stojí přesná hypotéza nebo výzkumná otázka s dobře definovanými proměnnými (Bell, 2002, s. 13). Tyto hypotézy se zaměřují na to, jakým způsobem jsou v médiích reprezentováni lidé, události, situace apod. (Leeuwen a Jewitt, 2002, s. 14). Bez explicitně vyjádřených hypotéz by byla zkoumaná oblast příliš diverzifikovaná, špatně definovaná a bylo by tudíž nemožné podrobit ji systematické analýze. Při analýze dochází k redukci mnohoznačných informací na ty, které jsou relevantní k úvodním hypotézám (Reifová, 2004) a výsledkem a cílem obsahové analýzy je kvantitativní popis obsahu médií a potvrzení či vyvrácení předem stanovené hypotézy.

Podle Heinze Bonfadelliho můžeme obrazovou analýzu členit na čtyři kategorie: frekvenční, valenční, argumentační a elektronickou obsahovou analýzu (Reifová, 2004, s. 22). V této práci bude využita analýza frekvenční, která si klade za cíl „*získat přehled o četnosti výskytu témat nebo aktérů*“ (Reifová, 2004, s. 22).

## 4.1 Praktická aplikace obsahové analýzy

Teoretici jako G. Rose (2007, s. 88) nebo W. Schulz (2004) popisují čtyři kroky, které jsou klíčové v procesu obsahové analýzy k dosažení validních a replikovatelných výsledků.

- Prvním krokem je výběr fotografií, které budou zkoumaným vzorkem. S tím souvisí výběr zkoumaného média, obsahů, které budeme v tomto médiu analyzovat a za jak dlouhé časové období. I když s obsahovou analýzou souvisí velké množství materiálu, který lze zkoumat, analýze se právě kvůli enormnímu počtu většinou podrobuje pouze vzorek fotografií. Ten musí být reprezentativní.
- Ve druhém kroku následuje vytvoření sledovaných kategorií ke kódování, neboli proměnných, které budeme ve vzorku sledovat. Kategorie by měly být vyčerpávající, exkluzivní a obohacující. Každý aspekt fotografie, jehož se výzkum dotýká, musí být zahrnut do jedné kategorie, ty zároveň musí být koherentní a nepřekrývat se (Rose, 2007, s. 65). Příkladem kategorií je pohlaví zobrazeného, jeho věk nebo země původu. Schulz (2004) rozlišuje dva typy proměnných – identifikační, sloužící pro identifikaci jednotlivých příspěvků a analytické, které zodpovídají dané téma. U nich je třeba dbát na přesnou operacionalizaci a definici proměnných tak, aby se daly při analýze jednoznačně určit.
- Třetím prvkem je samotné praktické kódování obrazového materiálu a zaznamenání formou číselných hodnot, neboli kódů. Kódováním Rose (2007, s. 64) rozumí „*připojení skupiny popisných označení daným fotografiím*“, tedy zařazení fotografie do všech pro ni vhodných kódovacích kategorií. Tyto kódy musí být co nejpřesněji definované a jednoznačné, aby bylo možné provést kódování opakovaně se stejným výsledkem. Podle Schulze (2004) je kódování dvoustupňový proces, při kterém se mediované obsahy nejprve rozdělí na jednotlivé kódovací jednotky a tyto jednotky jsou poté popsány pomocí stanovených proměnných.
- Jako čtvrtý a zároveň poslední krok přichází analyzování výsledku. Zde Rose (2007) zmiňuje dvě varianty. Prvním a podle ní nejjednodušším způsobem je spočítat četnost kódů. Ta může být vyjádřena jako absolutní hodnota, nebo vztažná,

kde je veličina udávána v procentech. Druhým způsobem, jak provést analýzu, je zhodnotit vztahy mezi jednotlivými kategoriemi (Rose, 2007, s. 68).

Sztompka (2007, s. 60) zdůrazňuje, že předmětem obsahové obrazové analýzy jsou pouze zjevné a pohledem zachytitelné prvky, skryté významy jsou při zkoumání pomínuty. Obsahová analýza je vhodná pro zachycení rozdílů a obecných i dobových tendencí (Sztompka, 2007, s. 60). Teoretik také přichází se sedmi kroky obsahové analýzy fotografií, které jsou v souladu s postupem Roseové (2007) a Schulze (2004).

Nejprve je podle něj nutné jednoznačně vymezit výzkumný problém. Následuje výběr média s fotografickým materiálem vhodným pro analýzu daného problému. Poté dojde ke stanovení výběrového souboru a následnému vymezení podstatných proměnných. Jako pátá fáze přichází samotný proces kódování. Následuje kvantitativní analýza, která zjišťuje četnost výskytu jednotlivých kategorií ve fotografiích. Poslední etapou je formulace závěrů a zobecnění, která z analýzy vyplývají (Sztompka, 2007, s. 61).

#### **4.2 Proměnné a hodnoty**

Druhý krok obsahové obrazové analýzy zmiňoval definování kategorií pozorovaného. Ty jsou dané proměnnými (variables) a těmto proměnným náleží určité hodnoty (values). Na jejich základě lze prvky zařadit do příslušné kategorie. Proměnnými může být „*škála možností podobného rázu, které mohou být nahrazovány mezi sebou – jako například zastoupení účastníci (muž/žena, dospělý/dítě)*“ (Van Leeuwen a Jewitt, 2001, s. 15). Proměnné neodkazují na skutečnost, ale na „*aspekty toho, jak je něco reprezentováno*“ (Van Leeuwen a Jewitt, 2001, s. 16).

Základní stavební jednotkou všech proměnných jsou jednotlivé hodnoty, které jsou stejného logického druhu a musí být úplné a vzájemně se vylučující (Van Leeuwen a Jewitt, 2001, s. 16). To znamená, že „*každý pozorovaný element reprezentovaného může být klasifikován pouze jednou hodnotou příslušející jedné proměnné*“ (Van Leeuwen a Jewitt, 2001, s. 14).

Tyto hodnoty by měly pokrývat všechny možné kategorizace příslušné proměnné, i proto se někdy mezi hodnotami vyskytuje možnost „ostatní“. Výzkumník vždy nemůže předvídat kompletní rozsah hodnot a do hodnoty „ostatní“ lze zahrnout aspekty, které se objevují pouze sporadicky nebo to, co není pro hypotézu tolik důležité (Van Leeuwen a

Jewitt, 2001, s. 16).

Při tvoření proměnných a jejich hodnot je nutné zvolit přesnou, jasnou a široce pochopitelnou definici, aby nedocházelo k uplatňování nekonzistentních kritérií různými kodéry. Důležité je ujistit se, že všichni kodéři chápou tyto definice stejně, což výzkumu zajistí reliabilitu, neboli opakovatelnost měření, kdy všichni kodéři dojdou ke stejným či velmi podobným závěrům.

### **4.3 Limity obsahové analýzy**

Pro obsahovou analýzu je stejně jako pro další kvantitativní výzkumné metody velmi důležitá objektivnost a spolehlivost. I když výzkumník všechny podmínky potřebné pro správné provedení analýzy splní, má obsahová analýza řadu limitů a nevýhod.

Zpochybňuje se především objektivita výzkumu, který je vykládán optikou výzkumníka a tím pádem je i kódovací systém selektivní a neúplný (Sedláková, 2014, s. 300). Metoda nemůže nahlížet na mediální obsah komplexně, ale zkoumá jednotlivé proměnné a hodnoty, které výzkumník předem vybral. Některé naopak možná záměrně nezařadil.

*„Principiální kritika analýzy obsahové a potažmo celého kvantitativního přístupu vychází z historického vývoje sociálních věd a tuto metodologii napadá jako skrytě autoritativní, falešně se vydávající za hodnotově neutrální. Žádná metodologie nemůže být kompletně neutrální, v analýze obsahové však osoba výzkumníka „bývá přítomna“ jen v počáteční fázi (a samozřejmě v závěrečné interpretaci)“ (Reifová, 2004, s. 22).*

Dalším omezením obsahové analýzy je absence hlubšího rozboru sdělení, které může zkoumaný jev nést. *„Stručně řečeno, obsahová analýza nemůže být použita tak, jako by bezproblémově a teoreticky odrážela společenský nebo ideologický svět mimo konkrétní kontext studovaného média“ (Van Leeuwen a Jewitt, 2001, s 24).* Právě z toho důvodu, že metoda nedokáže postihnout kontext, je často kombinována s dalšími typy výzkumu, což může přinést komplexnější pohled na zkoumaný jev.

## II Výzkumná část

### 5 Obsahová analýza vítězných fotografií soutěže Årets Pressefoto

Výzkumná část diplomové práce analyzuje vítězné fotografie dánské národní fotografické soutěže v kategoriích Årets Pressefoto (Fotografie roku) a Årets Pressefotograf (Fotograf roku). Cílem práce je zjistit, v jaké míře se vybrané zpravodajské hodnoty objevují ve vítězných fotografiích a na základě toho potvrdit či vyvrátit následující hypotézu:

- Předpokládám, že vítězné fotografie v dánské národní fotografické soutěži reflektují zpravodajské hodnoty, které jsou u žurnalistických fotografií žádoucí.

Splnit cíl práce a potvrdit hypotézu pomohou stanovené výzkumné otázky:

- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium personalizace?
- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium vztahu k elitním národům?
- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium vztahu k elitním osobám?
- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium negativity?

Kódovacími kritérii jsou vybrané zpravodajské hodnoty, tedy ty prvky, které jsou důležité pro zařazení obsahu do médií. Ze souboru dvanácti zpravodajských hodnot výzkumníků Galtunga a Rugeové budou fotografie zkoumány z hlediska těch hodnot, které jsou kulturně vázané. Jedná se o hodnoty personalizace, vztahu k elitním národům, vztahu k elitním osobám a negativity. Kromě vybraných zpravodajských hodnot jsem se na základě teoretického bádání oproti tezí rozhodla zařadit i další kritéria, která jsou vzhledem ke zkoumanému jevu relevantní, obohacují původně vybrané kategorie a přináší hlubší vhled do tématu. Tyto proměnné představím v následující kapitole.

#### 5.1 Výběrový soubor a operacionalizace proměnných

Zkoumaným vzorkem budou vítězné fotografie dánské národní fotografické soutěže v kategoriích Årets Pressefoto (Fotografie roku) a Årets Pressefotograf (Fotograf roku), a to od počátku vzniku dánské národní fotografické soutěže v roce 1974 do roku 2017. Zdrojem pro fotografie byla webová stránka Årets Pressefoto provozovaná Pressefotografforbundet. Kódovací tabulka bude při analýze kategorie Årets Pressefotograf



reflektovat pořadí snímků na této webové stránce. Některé fotografie ve zmíněném zdroji chybí a pokud je není možné dohledat v jiných dostupných zdrojích, do analýzy nebudou zahrnuty. Konečný výběrový soubor tvoří 44 vítězných snímků kategorie Årets Pressefoto a 197 fotografií kategorie Årets Pressefotograf, dohromady tedy 241 fotografií.

Protože jsem v průběhu teoretické přípravy zjistila, že se vítězné fotografie v jednotlivých kategoriích velmi liší, rozhodla jsem analyzovat tyto kategorie odděleně. Zatímco hlavní kategorie Årets Pressefoto přináší pouze jeden snímek, který tak musí nést veškeré aspekty výherní fotografie, Årets Pressefotograf klade velký důraz na různorodost portfolia v rámci pěti snímků, které fotograf předloží. Tyto dvě kategorie proto nelze slučovat, mohlo by tím dojít ke zkreslení výsledků.

Ve fotografickém materiálu budu sledovat několik parametrů. Mezi zkoumané technické parametry<sup>5</sup> fotografie patří **velikost záběru**. Ta naznačuje, jak blízko k sobě mají objekt a recipient a vychází ze sociální interakce.<sup>6</sup> Detailní záběr zachycuje hlavu zobrazovaného a zaměřuje se na mimiku. Může se ale týkat i jiných objektů, než pouze lidí. Detail se využívá ke „*zvýšení pozornosti a vyvolání empatie u příjemců*“ (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 159). Polocelek zachycuje postavu po pas a prostředí je upozaděné. Důraz na okolní prostředí naopak klade celek, ve kterém je většinou vyobrazena celá postava a pozadí je zřetelné. Na rozdíl od předchozích typů záběrů tento může symbolizovat odstup. **Úhel pohledu** odkazuje k tomu, z jaké pozice vůči hlavnímu objektu byl snímek pořízen a může rovněž vyjadřovat vztah recipienta k objektu. Při využití přímého pohledu je jejich vztah neutrální, podhledem se mnohdy fotograf snaží vyjádřit, že je daný objekt nadřazený a nadhledem ho naopak upozadit. Důležitou symboliku nese i **barevnost** fotografie. Barva může přitáhnout pozornost k určitým zobrazeným aspektům a barevné odstíny a teplota barev navozují žádanou atmosféru. Černobílé zobrazení může evokovat události z minulosti nebo zvýšit dramatičnost.

Ve fotografiích jsou dále zkoumány systemizující, neboli analyzovatelné proměnné. První je **žánrové zařazení** fotografie, jednotlivé žánry (spot news, general news, feature,

---

<sup>5</sup> Technické kódy vyplývají z podstaty vzniku obrazového sdělení a jsou významotvorné (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 159)

<sup>6</sup> Sociální interakce znamená působení jedince na dalšího jedince za vzniku reakce. „*Blížkost jedné osoby k druhé se považuje za akt přátelství. Velká vzdálenost může zase signalizovat bariéru mezi divákem a objektem.*“ (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 159)

portrétní fotografie) podrobně popisovala první kapitola. Kategorie **námět** rozlišuje, zda se na snímcích hlavní děj vztahuje k lidem, zvířatům a předmětům anebo zda jsou tyto prvky v rovnováze a fotografie si všímá obou stejně. V souvislosti se zobrazenými lidmi jsem si rovněž všímala **publicizace**, neboli toho, zda fotografie klade důraz na veřejnou nebo soukromou sféru aktérů, nebo zda se v ní vyskytuje obojí. **Hlavním tématem** se rozumí, o čem daná fotografie primárně zpravuje, kategorii jsem rozdělila na téma politiky, ekonomiky, kultury, zločinu a kriminality, společnosti a jejích problémů, zajímavostí a kuriozit, sportu, každodenního života, války a konfliktu, nehody a katastrofy. Další zkoumanou hodnotou, kterou jsem se rozhodla zařadit, je **lokalita**, kde sleduji, zda se jedná o snímek z prostředí domácího, tedy takový, který se vztahuje k Dánsku, anebo o fotografii zahraniční.

Jak bylo avizováno v tezích diplomové práce, primárními kategoriemi k analýze jsou vybrané zpravodajské hodnoty. Konkrétně ty, které patří do skupiny kulturně vázaných. Zbýlých osm obecných hodnot je ve fotografických materiálech obtížné operacionalizovat nebo ve velké míře souvisí s prezentací v médiích, tudíž pro tento výzkum nejsou relevantní. Mezi zkoumané zpravodajské hodnoty patří **personalizace**, která je sledovaná z hlediska toho, zda je událost prezentována prostřednictvím jednotlivce, nebo zobrazením celkové situace bez přítomnosti člověka. Dalším kritériem je **vztah k elitním národům**, elitními národy se v práci myslí takové země, které jsou mocné a významné na celosvětové úrovni, například USA, Německo, Velká Británie, Izrael apod. Zařazení do kategorie zároveň reflektuje životní úroveň obyvatelstva, na kterou lze nahlížet například z pohledu Indexu lidského rozvoje (HDI). Mezi elitní národy budu při kódování řadit i Dánsko, které se v žebříčku životní úrovně obyvatelstva dlouhodobě umísťuje na předních místech, v roce 2016 bylo páté (Human development report 2016, s. 198). Kritérium **vztah k elitním osobám** zkoumá, zda se ve fotografii vyskytují osoby, které disponují mocí, a to i jinou než diskurzivní. Jde o výkonné ředitele, představitele institucí, hlavy států, náboženské vůdce, ale i umělce a celebrity. Poslední zkoumanou zpravodajskou hodnotou je **negativita**, kterou je zvlášť obtížné určit, protože to, co jedna skupina vnímá jako negativní, může pro jinou přinášet pozitiva. Obecně sem ale spadají takové události, které aktérům ubližují, ať už fyzicky či duševně. Kromě negativity samotných událostí či jevů budu brát v potaz i emoce zobrazovaných a samozřejmě také titulky fotografií, které mi v případech nerozhodnosti pomohou v zařazení dané fotografie do příznačné skupiny.

Pro přehlednost zobrazuje proměnné a jejich hodnoty strukturovaná kódovací tabulka:

Pořadí	Název proměnné	Kód	Charakteristika proměnné
1	žánr	1	Spot news (fotografická aktualita)
		2	General news (reportážní fotografie)
		3	Feature fotografie (zajímavosti)
		4	Portrétní fotografie
2	Námět	1	Lidé
		2	Zvířata, předměty
		3	Kombinace 1+2
3	Hlavní téma	1	Politika
		2	Ekonomika
		3	Kultura
		4	Zločin, kriminalita
		5	Společnost a problémy dnešní doby
		6	Zajímavosti, kuriozity
		7	Sport
		8	Každodenní život
		9	Válka, konflikt a jeho důsledky
		10	Nehoda, katastrofa a jejich následky
		11	Jiné
99	Nelze určit		
4	Publicizace	1	Důraz na profesní rovinu aktérů
		2	Důraz na soukromou rovinu aktérů
		3	Směšená perspektiva
		99	Nelze určit
5	Lokalita	1	Domáci
		2	Zahraniční
6	Personalizace	1	Ano
		2	Ne
		99	Nelze určit
7	Elitní národy	1	Ano
		2	Ne
		99	Nelze určit
8	Elitní osoby	1	Ano
		2	Ne
		99	Nelze určit
9	Negativita	1	Ano
		2	Ne
		99	Nelze určit
10	Úhel pohledu	1	Přímý
		2	Podhled
		3	Nadhled
11	Velikost zobrazení	1	Celek
		2	Polocelek
		3	Detail
12	Barva	1	Černobílá
		2	Barevná

## 5.2 Vyhodnocení obsahové analýzy

Analýzou fotografického materiálu bylo zjištěno, jaké zpravodajské hodnoty se ve vítězných fotografiích dánské fotografické soutěže v letech 1974 – 2017 vyskytovaly nejčastěji a v jaké míře. Analytická část se bude postupně věnovat jednotlivým kategoriím prezentovaným v kódovací knize.

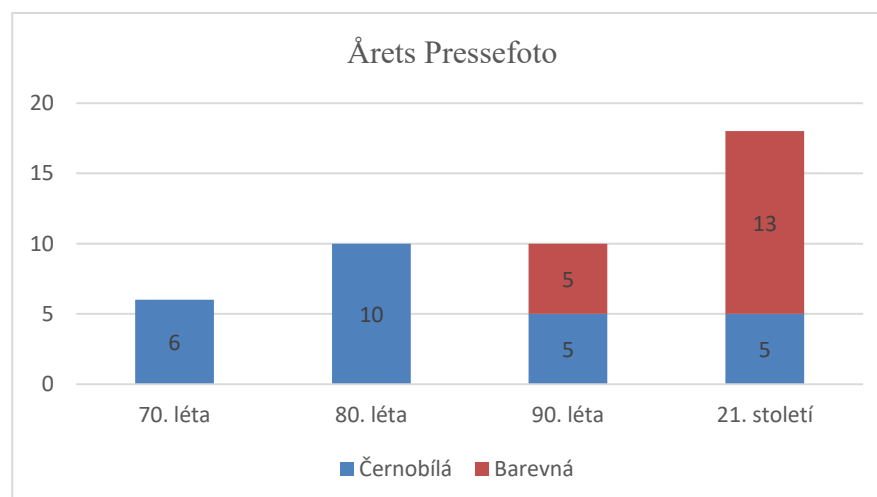
Na začátek je pro ilustraci vhodné zmínit základní technické parametry a jejich zastoupení, které poskytne obecnou představu o dominantním vzhledu snímků. Jak ukazuje tabulka (viz Tabulka 1), převažující zastoupení měly fotografie černobílé nad barevnými, a to v obou kategoriích.

**Tabulka 1: Barevnost fotografie**

Årets pressefoto	Četnost	Procenta	Årets pressefotograf	Četnost	Procenta
Černobílá	26	59,1	Černobílá	100	50,8
Barevná	18	40,9	Barevná	97	49,2
Celkem	44	100	Celkem	197	100

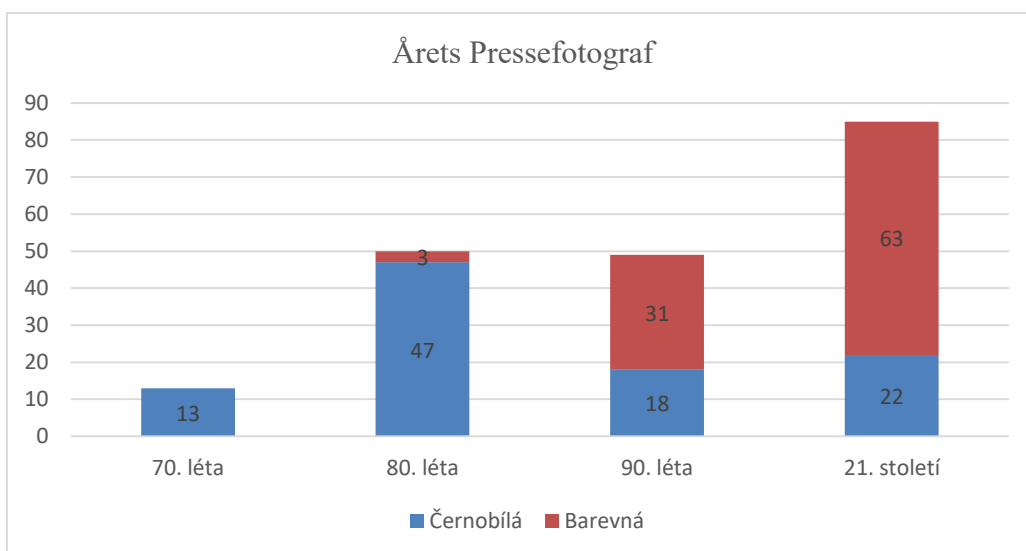
To je dáno především tím, že v průběhu sedmdesátých a osmdesátých let v kategorii Årets pressefoto vítězily pouze fotografie černobílé. V roce 1990 se hlavním vítězem poprvé stává barevná fotografie a v průběhu devadesátých let se jejich poměr vyrovnal (5:5). Od roku 2000 pak s širokým rozšířením barevného záznamu začala převažovat fotografie barevná, do konce sledovaného období (rok 2017) byl poměr černobílých vůči barevným fotografiím 5:13. Tento vývoj přehledně zachycuje graf (viz Graf 1a).

**Graf 1a: Historický vývoj četnosti černobílé/barevné fotografie**



Stejný vývoj lze pozorovat i u kategorie *Årets pressefotograf*, kde byly rozdíly ještě markantnější. S prvními barevnými snímky v roce 1989 jejich počet v průběhu devadesátých let značně převládal v poměru 18:31 a od roku 2000 do současnosti se v této kategorii objevilo pouze 22 černobílých snímků, zatímco barevných bylo 63 (viz Graf 1b).

**Graf 1b: Historický vývoj četnosti černobílé/barevné fotografie**



Ze sledování velikosti zachycené scény vychází, že nejčastějším způsobem, jak fotografové přistupovali k objektu, bylo jeho zachycení v kontextu prostředí (viz Tabulka 2). U obou kategorií jsou čísla vcelku podobná, celých 59 % fotografií kategorie *Årets pressefoto* si všímalo celku, bližší záběr ve formě poloceleku neslo 28 % fotografií a pouhých 11 % zvolilo detailní zachycení. U kategorie *Årets pressefotograf* se celkový záběr objevil na 67 % snímků, zatímco detail pouze na 10 %.

**Tabulka 2: Velikost záběru**

<i>Årets pressefoto</i>	Četnost	Procenta	<i>Årets pressefotograf</i>	Četnost	Procenta
Celek	26	59,1	Celek	131	66,5
Polocelek	13	29,5	Polocelek	46	23,4
Detail	5	11,4	Detail	20	10,2
Celkem	44	100	Celkem	197	100

Zhodnocení posledního technického parametru, kterým je úhel zachycení scény, ukazuje, že vítězné snímky příliš neexperimentují s úhlem pohledu. Zkoumané fotografie obou kategorií byly v téměř třech čtvrtinách případů pořízeny ze stejné výšky jako pozice

reprezentovaných aktérů (viz Tabulka 3). Pokud fotografové zvolili jiný úhel pohledu, byl to častěji nadhled. Ten fotografové použili v kategorii Årets pressefoto v 16 % případů, u kategorie Årets pressefotograf byl pohled shora použit u 19 % snímků. Naopak podhledovými záběry disponovalo v obou případech 9 % fotografií.

**Tabulka 3: Úhel pohledu**

Årets pressefoto	Četnost	Procenta	Årets pressefotograf	Četnost	Procenta
Přímý pohled	33	75	Přímý pohled	141	71,6
Podhled	4	9,1	Podhled	18	9,1
Nadhled	7	15,9	Nadhled	38	19,3
Celkem	44	100	Celkem	197	100

Volba úhlu zachycení patří mezi důležité výrazové prostředky fotografů. Může snímkům dodat na dramatičnosti, pomocí podhledu zobrazit účastníky jako silné a sebevědomé (viz Fotografie 7), či naopak nadhledem poukázat na jejich zranitelnost (viz Fotografie 8).



**Fotografie 7: Søren Lorenzen, 1993**



**Fotografie 8: Jan Unger, 1984**

Než přistoupíme k analýze z hlediska vybraných zpravodajských hodnot, zaměříme se předtím na fotografie z pohledu jejich žánru a dominantního tématu. Nejčastějším žánrem, který se objevoval ve vítězných fotografiích kategorie Årets pressefoto, byla aktualita, neboli spot news. Výrazně však nepřevažovala nad žánrem feature fotografie (viz Tabulka 4). Navzdory představám o nutné aktuálnosti ve zpravodajských fotografiích tak feature fotografie úspěšně konkurovala žánrům aktuálním, spot news (40,9 %) a general news (15,9 %). Zcela odlišně je na tom kategorie Årets pressefotograf, kde s přehledem dominuje žánr feature (41 %), který počtem procent následuje portrét (23 %) a upozadují tak oba dva aktuální žánry general news (19 %) a spot news (17 %).

**Tabulka 4: Zastoupení fotografií z hlediska žánru**

<b>Årets pressefoto</b>	Četnost	Procenta	<b>Årets pressefotograf</b>	Četnost	Procenta
Spot news	18	40,9	Spot news	33	16,8
General news	7	15,9	General news	38	19,3
Feature fotografie	16	36,4	Feature fotografie	81	41,1
Portrét	3	6,8	Portrét	45	22,8
Celkem	44	100	Celkem	197	100

Kategorii Årets pressefoto tematicky dominovala společnost a její problémy (viz Tabulka 5a), spadají sem témata jako uprchlická krize, prostituce, chudoba apod. Tato témata vysvětlují i vysokou četnost feature fotografií, protože se z velké části nutně nejedná o problémy, které byly aktuální v daném roce, ale o témata nadčasová. Feature fotografie se často spojují také se snímky každodenního života, které měly rovněž nezanedbatelné zastoupení (14 %). Kategorii aktuálních žánrů naopak zásobovaly fotografie s válečnou tematikou a konflikty (18 %), nehodami a přírodními katastrofami (14 %) a také témata politickými (11 %). Shodně po jedné fotografii se objevilo téma zločinu a sportu. U čtyř fotografií bylo jejich hlavní téma nejasné, především z důvodu absence nebo stručnosti titulku v počátcích soutěže.

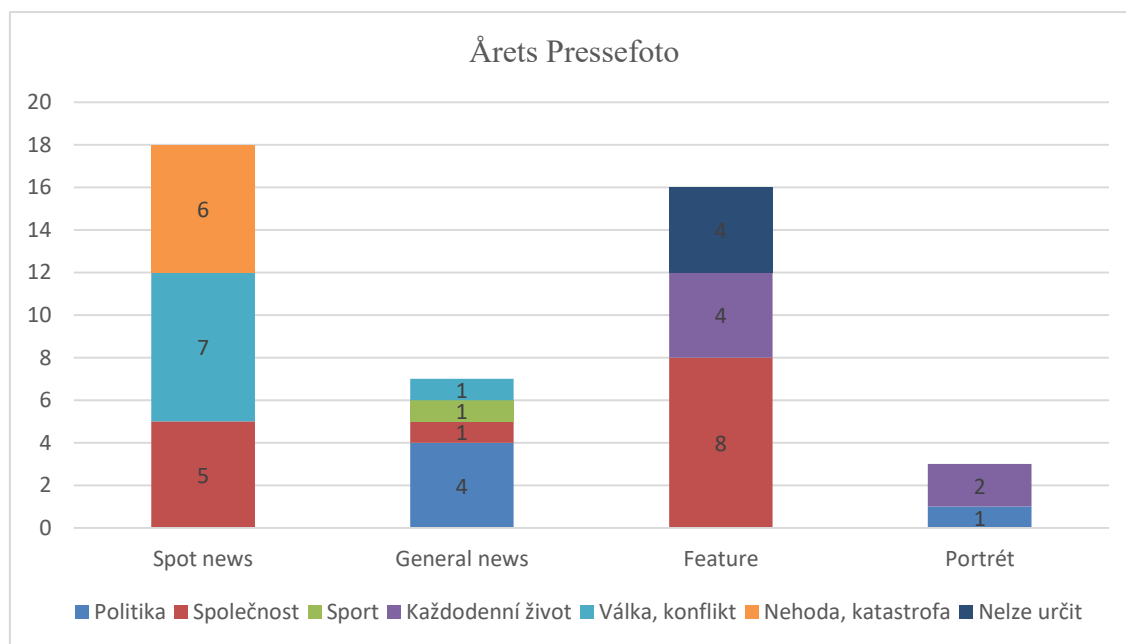
**Tabulka 5a: Hlavní téma**

Årets pressefoto	Četnost	Procenta
Politika	5	11,4
Ekonomika	0	0
Kultura	0	0
Zločin, kriminalita	1	2,3
Společnost a její problémy	13	29,5
Zajímavosti, kuriozity	0	0
Sport	1	2,3
Každodenní život	6	13,6
Válka, konflikt a důsledky	8	18,2
Nehoda, katastrofa a následky	6	13,6
Jiné	0	0
Nelze určit	4	9,1
Celkem	44	100

Kromě tabulky s obecnou četností jednotlivých témat přikládám i názorný graf (viz Graf 2a), který poukáže na to, jaká témata se v rámci jednotlivých žánrů objevovala nejčastěji a vizuálně tak propojí proměnnou žánr s tématem.



**Graf 2a: Četnost výskytu žánrů a témat v rámci nich**



Kategorie Årets pressefotograf, u které dominovala feature fotografie a portrét, do těchto žánrů přispívala především témata týkajícími se každodenního života (23 %), společnosti a jejími problémy (22 %), sportem (12 %) a kulturními tématy (9 %). Do aktuálních žánrů spadala témata války a konfliktu (11 %), politiky (8 %), nebo nehody a katastrofy (6 %). Na rozdíl od předchozí kategorie se zde vyskytovala i další témata, i když v malé míře (viz Tabulka 5b). Větší tematická různorodost kategorie Årets pressefotograf je dána především faktem, že se nehodnotí pouze jeden snímek, ale vítězí fotograf s nejlepším portfoliem. Autoři tak zasílají 5 fotografií, na jejichž obsahu ukazují, že jsou schopni poradit si s různými žánry i tématy.

**Tabulka 5b: Hlavní téma**

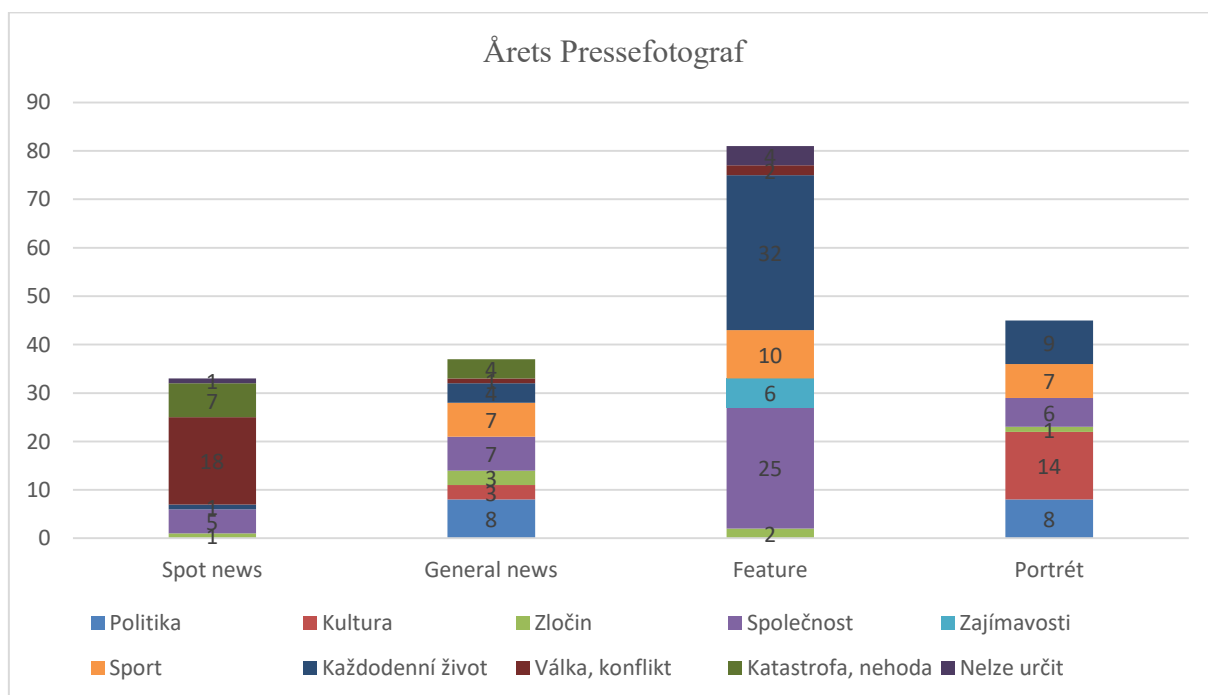
Årets pressefotograf	Četnost	Procenta
Politika	16	8,1
Ekonomika	0	0
Kultura	17	8,6
Zločin, kriminalita	7	3,6
Společnost a její problémy	43	21,8
Zajímavosti, kuriozity	6	3,0
Sport	24	12,2
Každodenní život	46	23,4

Válka, konflikt a důsledky	21	10,7
Nehoda, katastrofa a následky	11	5,6
Jiné	1	0,5
Nelze určit	5	2,5
Celkem	197	100

Jak prozrazují tabulky, ani v jedné soutěžní kategorii se neobjevilo ekonomické téma. Některé z fotografií by se mezi ekonomické mohly zařadit (například téma chudoby), ale tyto náměty více inklinovaly ke kategorii společnost a její problémy.

Pro přehlednost a úplnost výskytu témat v rámci žánrů znovu přikládám graf (Graf 2b) propojující četnost žánrů a témat fotografií.

**Graf 2b: Četnost výskytu žánrů a témat v rámci nich**



### 5.3.1 Personalizace

Přistupme nyní k analýze vítězných fotografií z hlediska výskytu či absence vybraných zpravodajských hodnot. První stanovenou výzkumnou otázkou je tato:

- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium personalizace?

Zaměříme se nejprve na hlavní kategorii Årets pressefoto. Lidé byli důležitou součástí 96 % snímků (42 fotografií z celkových 44). Pouze na dvou fotografiích se člověk vůbec

nevyskytoval, konkrétně na snímku z roku 1976 zachycujícím nehodu dvou nákladních aut (viz Fotografie 9) a na fotografii zpusťosené krajiny po tajfunu Haiyan na Filipínách z roku 2013 (viz Fotografie 10).



**Fotografie 9: Holger Bundgaard, 1976**



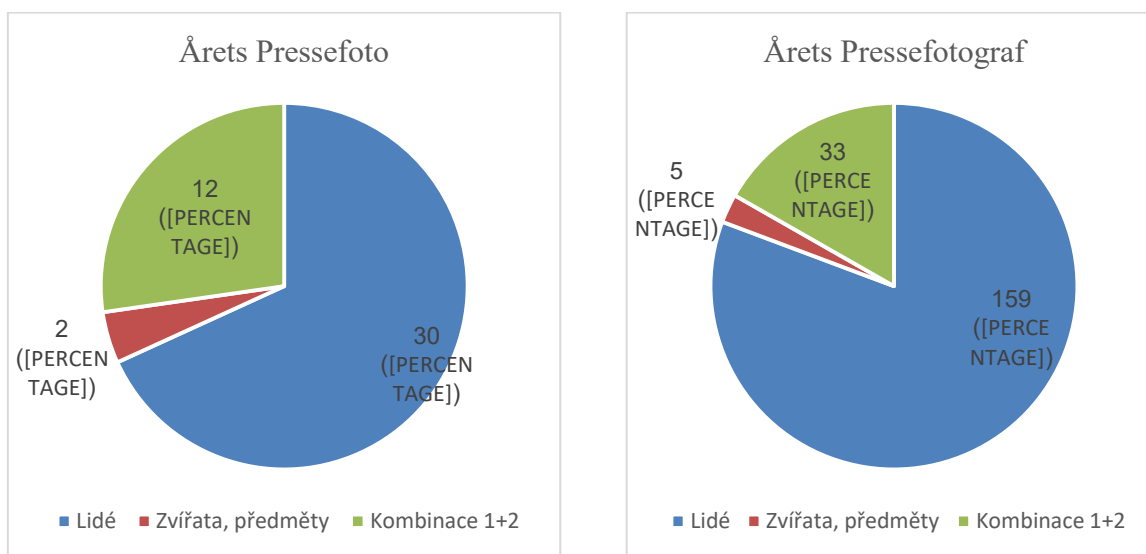
**Fotografie 10: Peter Hove Olesen, 2013**

Kategorie Årets pressefotograf přináší podobné výsledky, 98 % fotografií obsahuje lidský faktor (192 fotografií z celkových 197) a na pěti snímcích se člověk vůbec nevyskytuje.

V souvislosti se zachycováním lidí na fotografiích jsem materiál rozdělila do tří skupin.

V první skupině byly snímky, kde byl hlavním námětem člověk (u kategorie Årets pressefoto 68 %), druhou s hlavním námětem zvířaty a předměty, kam spadají zmiňované dvě fotografie a další skupinou je kombinace předešlých, tedy takové fotografie, ve kterých vedle lidí jako hlavních námětů hrají klíčovou roli i zvířata nebo předměty, do této kategorie jsem zařadila asi čtvrtinu fotografií. U vedlejší soutěžní kategorie Årets pressefotograf se z personalizovaných snímků 81 % soustředí pouze na lidi a 17 % na lidi v souvislosti s nějakým předmětem či zvířetem (viz Graf 3).

**Graf 3 (a, b): Personalizace a námět fotografií**



Zajímavé bylo rovněž zkoumat, zda fotografie preferují jedince v profesních nebo soukromých situacích. Celých 60 % snímků Årets pressefoto zachycovalo pouze soukromou rovinu aktérů, 18 % byly fotografie, na kterých se vyskytovali jak lidé vykonávající svou profesi, tak soukromý sektor, běžní civilisté. Nejméně fotografií se zaměřovalo primárně na profesní rovinu. Stejná dominantní hodnota u této proměnné zůstává i v kategorii Årets pressefoto, 57 % fotografií se zaměřuje na soukromou rovinu aktérů. Druhé místo ale odlišně zaujímá profesní rovina (9 %) a až poté fotografie se smíšenou perspektivou (viz Tabulka 6).

**Tabulka 6: Publicizace**

Årets pressefoto	Četnost	Procenta	Årets	Četnost	Procenta
Profesní rovina	5	11,4	Profesní rovina	49	24,9
Soukromá rovina	26	59,1	Soukromá rovina	113	57,4
Smíšená perspektiva	8	18,2	Smíšená perspektiva	17	8,6

Nelze určit	5	11,4	Nelze určit	18	9,1
Celkem	44	100	Celkem	197	100

Lze tedy říci, že personalizace je pro vítězné fotografie dánské fotografické soutěže velmi důležitá a člověk se na fotografii v obou případech vyskytuje v obzvlášť vysoké míře.

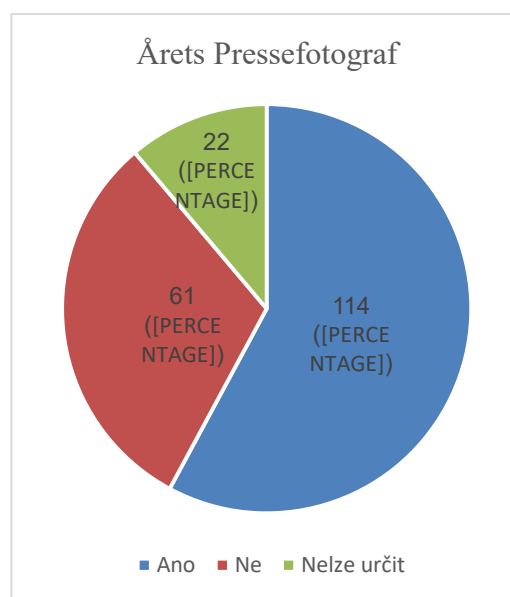
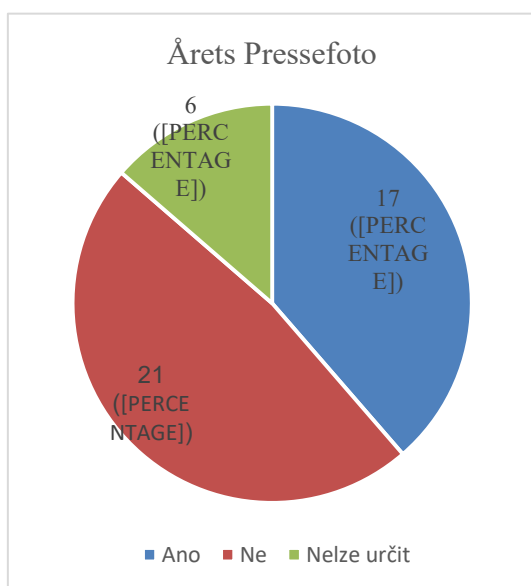
### 5.3.2 Vztah k elitním národům

Další kulturně vázanou zpravodajskou hodnotou, kterou jsem využila k analyzování snímků, je vztah k elitním národům. Výzkumná otázka zní:

- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium vztahu k elitním národům?

Kvantitativní analýza výherních fotografií v kategorii Årets pressefoto ukazuje, že zobrazování elitních národů není dominujícím přístupem. Téměř polovina fotografií se týká národů, které nelze označit elitními, necelých 39 % se týká národů elitních a u 14 % snímků nebylo možné určit, jakého národa se týkají, a to především z důvodu absence titulku. Opačný výsledek přinesla analýza kategorie Årets pressefotograf, ve které s 58 % převažovaly fotografie odehrávající se v elitních zemích nebo zachycující členy elitních národů. Téměř o polovinu méně snímků zachycovalo neelitní národy a u 11 % nebylo možné toto kritérium jednoznačně určit.

**Graf 4 (a, b): Vztah k elitním národům**



Více o této proměnné prozrazuje i zařazení snímků podle lokality. Zatímco u kategorie Årets pressefoto převažovaly snímky ze zahraničí, vysokou četnost fotografií zachycujících elitní národy v kategorii Årets pressefotograf vysvětluje to, že téměř polovina snímků je domácích a vztahují se tedy k elitní zemi Dánsku. Zastoupení elitních národů v rámci zahraničních fotografií bylo případem pouze 19 snímků (zatímco 59 zahraničních snímků zobrazovalo národy neelitní).

**Tabulka 7: Lokalita**

Årets pressefoto	Četnost	Procenta	Årets pressefotograf	Četnost	Procenta
Domácí	15	34,1	Domácí	98	49,7
Zahraniční	23	52,3	Zahraniční	78	39,6
Nelze určit	6	13,6	Nelze určit	21	10,7
Celkem	44	100	Celkem	197	100

Shrnutím analýzy lze říci, že mezi hlavními vítěznými snímky převažovaly národy neelitní, zatímco druhotná kategorie, Årets pressefoto, přinášela fotografie zachycující národy elitní, především Dánsko.

### 5.3.3 Vztah k elitním osobám

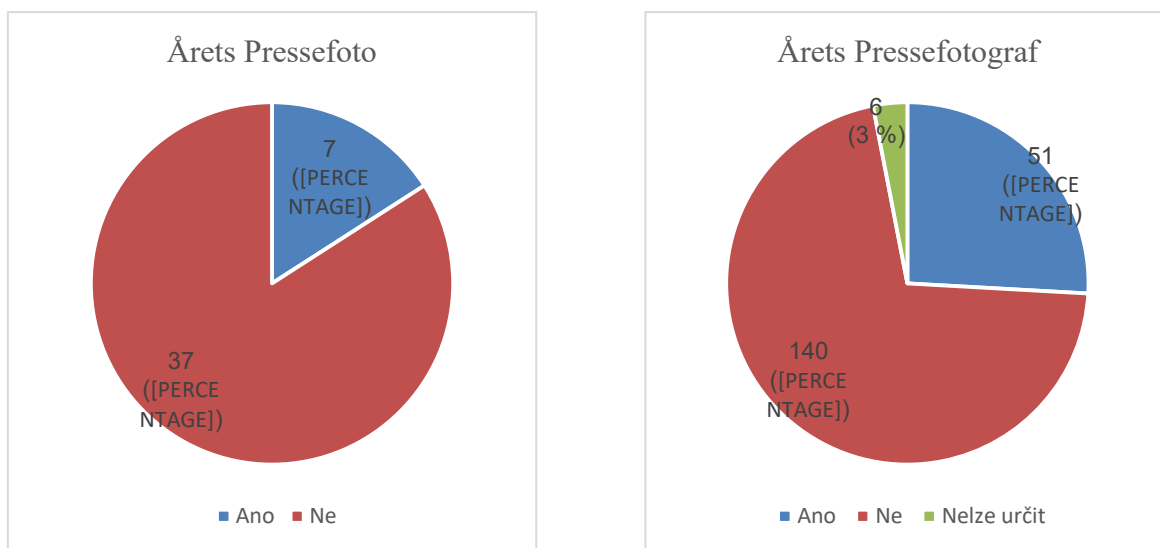
Určit dominantní zaměření výherních fotografií dánské národní soutěže pomůže i další kritérium, kterému se budeme věnovat v této podkapitole. Odpovíme na výzkumnou otázku:

- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium vztahu k elitním osobám?

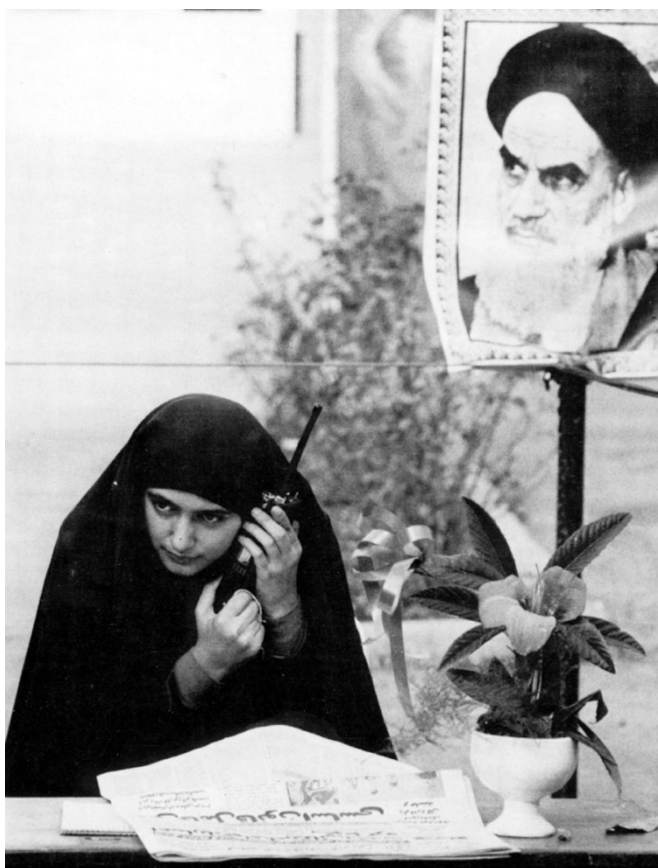
Podle Galtunga a Rugeové je i toto kritérium klíčové pro to, aby se událost stala zprávou, proto budeme zkoumat, zda je důležité i pro úspěch ve fotografické soutěži.

V obou kategoriích dánské národní fotografické soutěže vítězily převážně snímky, které nezachycovaly elitní osoby. U kategorie Årets pressefoto to bylo 84 % a u kategorie Årets pressefotograf o něco méně, 71 %. Ve zbylém počtu fotografií se elitní osoby vyskytovaly, pouze u druhé zmiňované kategorie jsem nebyla schopna na 6 fotografiích toto kritérium určit. Zachycené události na fotografiích naznačovaly, že by se na snímcích mohly vyskytovat elitní osoby, ovšem kvůli absenci vysvětlujícího titulku jsem z důvodu neznalosti dánského kulturního prostředí nebyla schopna rozhodnout, zda je daná osoba v Dánsku všeobecně známá či nikoliv.

**Graf 5 (a, b): Vztah k elitním osobám**



Není překvapivé, že přítomnost elitních osob často souvisí s přítomností elitních národů. Ze sedmi snímků kategorie Årets pressefoto, které obsahují elitní osoby, jich 6 pochází z elitních zemí. Vymyká se pouze jedna fotografie pocházející z Íránu, která, i když pouze na plakátě, zobrazuje elitní osobu Rúholláha Chomejního (Fotografie 5).



**Fotografie 11: Jan Jørgensen, 1979**

Podobný výsledek přinesla analýza kategorie Årets pressefotograf, kde z celkového počtu 51 fotografií s elitními osobami jich 44 pochází z elitních národů, 6 z národů neelitních a v jednom případě nebylo možné národ určit.

Vítězné fotografie nereflektují zpravodajskou hodnotu výskytu elitních osob, které se objevují na přibližně čtvrtině (kategorie Årets pressefotograf) a šestině (Årets pressefoto) snímků. Když už se elitní osoby na fotografiích vyskytují, jedná se ve většině případů o osoby z elitních národů (nejčastěji z Dánska), tato kategorie je tak na předchozí úzce navázána.

### 5.3.4 Negativita

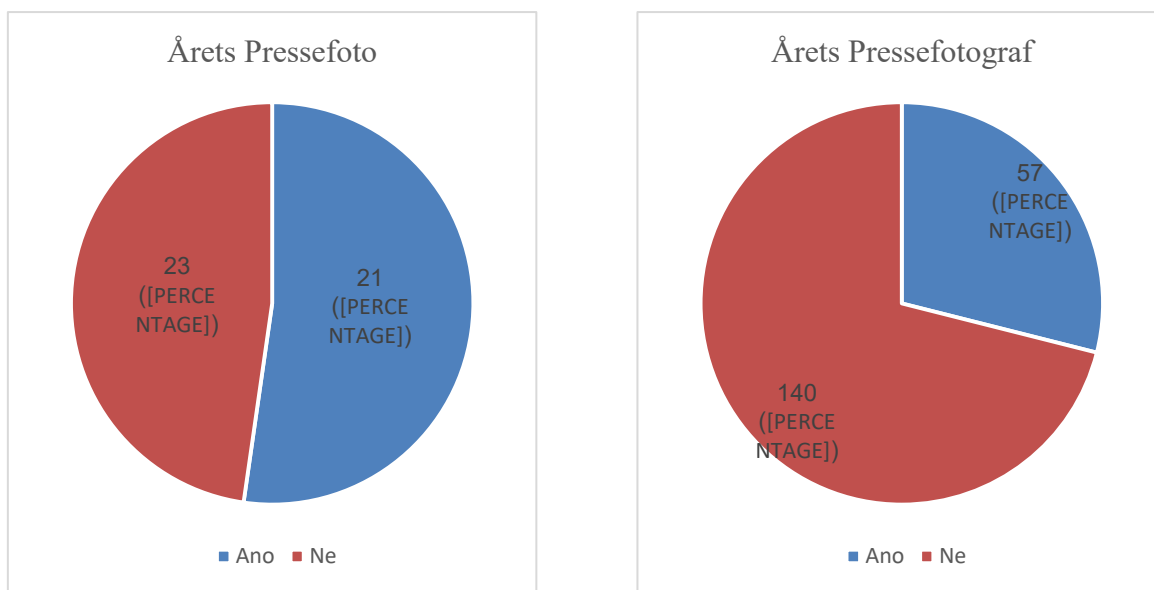
Poslední zpravodajskou hodnotou podrobenou analýze je negativita fotografií. Klasifikace negativity jako kritéria byla ze všech zpravodajských hodnot nejobtížnější a i přes snahu výzkumníka o objektivitu jí při zkoumání fotografických materiálů nelze zcela dosáhnout. Návod, jak k hledání negativity přistupovat, je popsán na začátku páté kapitoly a měl by posloužit k co největšímu přiblížení se shodných výsledků analýzou různými výzkumníky. V následujících odstavcích budeme zkoumat otázku:

- V jaké míře se ve vítězných fotografiích objevuje kritérium negativity?

Pohled na graf (viz Graf 6) prozrazuje, že v kategorii Årets pressefoto byl poměr snímků negativních vůči ostatním poměrně vyrovnaný, negativita se objevila v 52 % zkoumaného materiálu. Ještě radikálnější rozdíl lze pozorovat v kategorii Årets pressefotograf, kde procenta fotografií zachycujících negativitu klesla na číslo 29 %, zatímco neutrálních snímků je 71 %. Nepoměr v této kategorii je opět dán tím, že do ní fotografové přispívají různorodým portfoliem pěti snímků.



**Graf 6 (a, b): Negativita**



Poměrně nízký výskyt hodnoty negativity pro mě byl překvapující, u této hodnoty bych spolu s kritériem personalizace předpokládala vysokou četnost výskytu. Výzkum nicméně vykázal výsledky částečně odporující tomuto předpokladu. V kategorii Årets pressefoto sice negativita na fotografiích dominovala, ale pouze s nepatrnou převahou. Vítězné snímky Årets pressefotograf naopak kritérium negativity zcela upozaďují.

## Závěr

Vysoká kvalita dánského fotožurnalistiky a výpovědi světově uznávaných dánských fotografů s důrazem na jejich přístup k fotografii mohou posloužit jako všeobecný návod, jak přistupovat k fotožurnalistické tvorbě. Po pochopení teoretického rámce lze této oblasti ještě lépe porozumět prostřednictvím analýzy fotografického materiálu dánských autorů. Diplomová práce se zabývala vítěznými snímky dánské soutěže Årets Pressefoto v kontextu kulturně vázaných zpravodajských hodnot. Cílem bylo zjistit, v jaké míře se tyto zpravodajské hodnoty objevují ve vítězných fotografiích a tím přispět ke zkoumání toho, zda jsou stanovená kritéria u vítězných fotografií žádoucí.

Analýza kritéria personalizace nepřinesla žádné neočekávané výsledky. Lidé se vyskytovali na převážné většině vítězných snímků. Analýza dalších kritérií, které lze k personalizaci vztáhnout, zároveň prozradila, že nejčastěji byli lidé hlavním tématem fotografie sami o sobě, méně často už v kombinaci s nějakou věcí či zvířetem. Snímky rovněž kladly důraz především na soukromou rovinu aktérů.

Vztah k elitním národům ukazuje odlišné výsledky u dvou sledovaných soutěžních kategorií. Zatímco Årets Pressefoto elitní národy upozaduje, v kategorii Årets Pressefotograf se naopak vyskytují častěji, než neelitní. To je dáno především faktem, že velká většina snímků pochází z domácího prostředí, tudíž se vztahují k elitní zemi Dánsku. Autoři totiž do kategorie přispívají pěti snímky, které mají poukázat na jejich schopnost různorodého zachycení odlišných typů událostí, což znamená vyšší možnost dostat se mezi vítězné snímky i pro fotografie z domácího prostředí. Pro kategorii Årets Pressefoto, ve které vítězí pouze jeden snímek, platí jiná kritéria výběru.

Odlišný výsledek oproti předešlým kategoriím přinesla proměnná vztahu k elitním osobám. Analýza fotografií ukázala, že pro vítězství v dánské fotografické soutěži toto kritérium není podstatné, a to ani v jedné z analyzovaných vítězných fotografií. Elitní osoby se vyskytovaly na méně než čtvrtině všech snímků.

Posledním sledovaným kritériem byla negativita, která přinesla nejpřekvapivější výsledky a zároveň největší rozdíl mezi kategoriemi Årets Pressefoto a Årets Pressefotograf. V prvně jmenované negativita na snímcích převládala, ve druhé byla upozaděna. Tento rozdíl je opět dán skladbou výherních kategorií a nutností různorodosti v rámci druhé z nich (Årets Pressefotograf). Překvapující pro mě ale bylo i to, že ačkoliv v kategorii

Årets pressefoto negativita ve výsledku dominovala, tak pouze s velmi nepatrnou převahou.

Zodpovězením zmíněných čtyř otázek se lze dobrat shrnutí a rozebrat stanovenou hypotézu, která zní: „*Předpokládám, že vítězné fotografie v dánské národní fotografické soutěži reflektují zpravodajské hodnoty, které jsou u žurnalistických fotografií žádoucí.*“ Ukázalo se, že nejdůležitějším kritériem, které se na vítězných snímcích vyskytovalo, byla personalizace, ta jediná hypotézu zcela potvrzuje. Odlišně je na tom druhé kritérium, které hypotézu potvrzuje pouze částečně, elitní národy převažovaly pouze na snímcích v kategorii Årets Pressefotograf. Částečně hypotézu potvrzuje i kritérium negativity, které bylo naopak důležitější u fotografií kategorie Årets Pressefoto. Hypotézu naopak zcela vyvrací kritérium vztahu k elitním osobám, které se na snímcích obou kategorií vyskytovaly v malé míře. Lze tedy říci, že hypotéza nebyla ani potvrzena, ani vyvrácena, protože výskyt zkoumaných proměnných je vzhledem k fotografiím a jejich kategoriím zcela vyrovnaný. Jako správné se ukázalo rozhodnutí analyzovat jednotlivé výherní kategorie odděleně a potvrdilo se, že tyto kategorie vykazují odlišné výsledky.

## Summary

The high quality of Danish photojournalism and the answers of the world-renowned Danish photographers about their approach to photography can serve as a general guide of how to approach photojournalism. This area can be better understood by analysing the photographic material of Danish photographers. This diploma thesis focussed on the winning photos of the Danish competition Årets Pressefoto in the context of cultural news values. The aim was to find out to what extent these news values appear in the winning photographs and thus contribute to investigating whether these criteria are desirable for the winning photographs.

Analysing the *personalization* criteria did not bring any unexpected results. People appear on most of the winning pictures. The main topic of the photographs were people themselves, less often people in combination with objects or animals. The photographs also focussed on the private sphere of the people more often than on the professional level. *Reference to elite nations* criterion shows different results for the two competition categories examined. While Årets Pressefoto side-lines elite nations, in the Årets Pressefotograf category they are more common. This is due to the fact that the vast majority of the pictures come from the domestic environment, the elite country of Denmark. *Reference to elite people* brings different results. The analysis showed that this criterion is not important for success in the Danish photographic competition in both of the categories. Elite people appeared in less than a quarter of all pictures. The criterion of *negativity* brought the most surprising results and exposed the biggest difference between Årets Pressefoto and Årets Pressefotograf. In the Årets Pressefoto the negativity was predominant, while the second category brought the opposite result.

Answering the four questions helps to answer the established hypothesis: *"I suppose that the winning photographs in the Danish Picture of the Year reflect the news values that journalistic photography desires."* It turned out that the most important criterion was personalization, which is the only one that fully confirms the hypothesis. Two of the criteria confirm the hypothesis partially – reference to elite nations prevailed only in the Årets Pressefotograf category and negativity was more significant only in the Årets Pressefoto category. On the other hand, reference to elite people appeared in a small number of pictures in both categories. Thus, it can be said that the hypothesis has not been confirmed or refuted, because the presence of the examined variables is completely

balanced with respect to the photographs and their categories. The decision to analyse both winning categories separately has showed up to be appropriate, because it has been confirmed that these categories bring different results.

## Použitá literatura

### Monografické publikace

GREVE, I. *Vidnerne historien*. Aarhus: Forlaget Ajour. 2012. 399 s. ISBN: 9788792816054.

HOY, F. *Photojournalism: the visual approach*. New Jersey: Prentice-Hall, 1986. 258 s. ISBN: 0-13-665548-3.

KOBRÉ, K. a B. BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, 2008. ISBN 978-0-7506-8593-1.

McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.

NIELSEN, J. M. *Pludselig i verdensklasse: om dansk fotojournalistik*. Aarhus: Forlaget Ajour. 2000. 115. s. ISBN: 87-89235-34-7.

OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-807-2772-667.

PARRISH, F. S. *Photojournalism: an introduction*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning, 2002. 390 s. ISBN: 0-314-04564-3.

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ROSE, G. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: SAGE, 2007. 287 s. ISBN: 9781412921909.

SEDLÁKOVÁ, R. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. 539 s. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

SHOEMAKER, P.: A new Gatekeeping Model. In Berkowitz, D.: *Social Meanings of News: a Text-reader*. Sage, 1997.

SCHULZ, W., HAGEN, L. M., SCHERER, H. a I. REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

SZTOMPKA, P. *Vizuální sociologie: fotografie jako výzkumná metoda*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-86429-77-9.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

TRAMPOTA, T. a M. Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

VAN LEUWEN, T. a C. JEWITT. *Handbook of visual analysis*. London: SAGE, 2001. 210 s. ISBN: 0 7619 6476 2.

### **Elektronické články**

BISSELL, K. L. *A Return to 'Mr. Gates': Photography and objectivity*. Newspaper Research Journal. Summer 2000, 21, 3, s. 81-93.

FAHMY, S. *U.S. photojournalists' & photo editors' attitudes and perceptions*. In: Visual Communication Quarterly. Summer/Fall 2005, 12, s. 146-163.

GALTUNG, J. a M. RUGE. *The structure of foreign news*. In: Journal of Peace Research. 1965, 1, s. 64-91. ISSN 0022-3433.

HARCUP, T. a D. O'NEILL. *What Is News? Galtung and Ruge Revisited*. In: Journalism Studies. 2001, 2, s. 261-280.

SINGLETERY, M. W. a Ch. LAMB. *News Values in Award Winning Photos*. Journalism Quarterly. Spring 1984. 61, 1, s. 104-233.

SCHULTZ, I. *Fra Partipresse over Omnibuspresse til Segmentpresse*. In: Journalistica. 2007. 5, s. 5 – 26.

WHITE, D. M. *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News*. In: *Social meanings of news: A Text reader*. Berkowitz, D. 1. vyd. Sage, 1997. s. 63 – 71. ISBN 0-7619-0075-4.

### **Bakalářské a diplomové práce**

GAAR, D. *Koncept zpravodajských hodnot a jeho vliv na výběr témat v týdeníku Respekt*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. 2011. 138 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Tomáš Trampota, PhD.

KABÁTOVÁ, B. *Komparace obrazového zpravodajství v českých a dánských denících*. Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. 2011. 143 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová.

### **Internetové zdroje**

BENKE L. I. 2017. Interview with Jan Grarup. Denmark.dk [online]. Dostupné z: [https://denmark.dk/en/~media/Litauen/.../Other/Interview%20with%20Jan%20Grarup.pdf](https://denmark.dk/en/~/media/Litauen/.../Other/Interview%20with%20Jan%20Grarup.pdf)

Pressefotografforbundet, © 2018. Historien bag Årets Pressefoto. Årets Pressefoto [online]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné z: <http://www.aaretspressefoto.dk/index.php?page=historie>

Pressefotografforbundet, © 2018. Skal du være med til at udvikle Årets Pressefoto?. Pressefotografforbundet [online]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné z: <https://journalistforbundet.dk/pressefotografforbundet/nyhed/skal-du-vaere-med-til-udvikle-arets-pressefoto>

United nations development programme, © 2016. *Human development report 2016: Human development for everyone*. s. 198. Human development reports [online]. [cit. 2018-04-25]. Dostupné z: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016\\_human\\_development\\_report.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf)



## Seznam příloh

Příloha č. 1: První barevná fotografie v kategorii Årets Pressefoto, Miklos Szabo, 1990 (fotografie)

Příloha č. 2: Příklad užití detailního záběru, Mads Nissen, 2011 (fotografie)

Příloha č. 3: Příklad žánru feature fotografie s tématem sportu, Morten Langkilde, 1980 (fotografie)

Příloha č. 4: Příklad portrétu, Kim Larsen, 2010 (fotografie)

Příloha č. 5: Příklad námětu kombinujícího lidi, zvířata a věci, Erik Refner, 2003 (fotografie)

Příloha č. 6: Příklad zobrazení elitního národa v rámci zahraniční fotografie, Jacob Ehrbahn, 2012 (fotografie)

Příloha č. 7: Příklad propojení profesní a soukromé roviny aktérů, Teit Hornbak, 1990 (fotografie)

Příloha č. 8: Příklad negativy ve fotografii, Bjarke Ørsted, 1989 (fotografie)

Příloha č. 9: Rozhovor s Mette Sandbye, porotkyní soutěže Årets Pressefoto 2017 (text)

Příloha č. 10: Rozhovor s Larsem Darebergem, porotcem soutěže Årets Pressefoto 2017 (text)

Příloha č. 11: Kódovací tabulka obsahové analýzy v kategorii Årets Pressefoto (tabulka)

Příloha č. 12: Kódovací tabulka obsahové analýzy v kategorii Årets Pressefotograf (tabulka)

## Přílohy

Příloha č. 1: První barevná fotografie kategorie Årets Pressefoto, Miklos Szabo, 1990



Příloha č. 2: Příklad užití detailního záběru, Mads Nissen, 2011



**Příloha č. 3: Příklad feature fotografie s tématem sportu, Morten Langkilde, 1980**



**Příloha č. 4: Příklad portrétu, Kim Larsen, 2010**



**Příloha č. 5: Příklad námětu kombinujícího lidi, zvířata a věci, Erik Refner, 2003**



**Příloha č. 6: Příklad zobrazení elitního národa v rámci zahraniční fotografie, Jacob Ehrbahn, 2012**



**Příloha č. 7: Příklad propojení profesní a soukromé roviny lidí, Teit Hornbak, 1990**



**Příloha č. 8: Příklad negativity ve fotografii, Bjarke Ørsted, 1989**



## **Příloha č. 9: Rozhovor s Mette Sandbye, porotkyní soutěže Årets Pressefoto 2017**

**You were a jury of this year's press photography contest. What is usually the composition of the jury?**

It is five people in the jury and every year the jury is new. Of course that sometimes there are the same people in a jury as for example 10 years ago, or some of the photographers who have won the prize themselves before. But mostly the new ones. Normally it is 4 photographers or maybe even 5 photographers, who are a part of the scene and one person, who is not a photographer. It can typically be a journalist, a picture editor, but this time it was rare, it was the first time they invited someone from the university, someone who is very much from the outside. I am not a photographer and I don't do the research on press photography, I do more research on art photography. So I see myself more as a representative of the audience who meets the photographs in newspapers. I know a lot about photography and I'm used to look at it, but I still see myself as a representative of the audience.

**Why do you think they made this change?**

It was maybe because they want to be open up more, to have new voices and new glasses to look on Danish photography. To open up to the outside world a little bit more. It also have to do something with the purposes to not only praise, but actually raise more critical discussion that can bring Danish press photography into something new or different, push it a little bit with that critical discussion. And if you want to do that, it is necessary to have someone from the outside.

**Ok, and what do you think is the purpose of the competition in general?**

The purpose is to highlight the level of the press photography in Denmark in general so everyone can mirror themselves in a sense that this is the best and we should try to be as good as the best. That is one thing. The second is to praise all the photographers. Sometimes in the newspapers the journalists are the ones who have the leading role, but this day, in this exhibition and this competition we praise all the photographers. And third thing is to keep a discussion of what is press photography. Keep that discussion and maybe also to push the limits of what the press photography is. I would say that these three things are the most important.

**What do you think about the quality of photos winning the Årets Pressefoto and Årets Pressefotograf category? Is it comparable with the level of winning photos of World Press Photo?**

I think the level is very high. In the last more than twenty years Danish photography has been regarded as a photography on a very high level and I think it is on the level of the winning photos of the world press photo. And we can also see that from the fact that even if we are a very small country with not so many press photographers and not so many newspapers, many Danish photographers have won the world press photo competition as well. That's why I think they are at a very high level and one of the reasons is that we have a very good education, you have experienced it yourself.

**Can Danish internal events bring moments strong enough to win the Årets Pressefoto?**

There are already defined classes – international reportage, Danish reportage, sport, Danish everyday life, those boxes or classes that are already defined. And we start by going through them and find a winner, or find the three best pictures in each category. And then we take all the images and pick one image, which is as you said mostly from abroad, this year it was. The important question about the winning picture is how does it look and what is the story about. Is it political story or is it about people struggling with war or with disasters? These are the strong topics that of course are mostly happening in the world.

**Danish photojournalism is recognized and considered to be of high quality. Why?**

Education is very important, there is a very good education, and I I think also so that I mean the advantage of a small country is that a lot of people know each other and they inspire each other, I feel a very strong sense of community among Danish press photographers, they inspire each other and they're proud of each other and discuss and exchange ideas. And the other think is that newspapers are suffering to survive because the less people buy newspapers today than before, some photographers get fired, but actually many Danish newspapers have prioritized press photography.

**How does the process of selecting the winning pictures looks like?**

The photographers hand in the pictures digitally. And then we sit the five judges for three days in one room. The photographers send in a specific series, so we start with all those

series one by one. I think this year it was around 2000 images in general in something like 10 categories. For example, first we saw all the sports images and then we did a quick selection when we took half of them out, the ones that we don't think are good. After that we are selecting and discussing even more. And the important aspect is that texts are read aloud so we can read them and see them. They are also discussed a lot; the texts are important.

We choose three best in each category. So it's one winner and two nominees. We choose them when we have the meeting in early January and then all the photographers are told that they are nominated. Two months later there is award ceremony where the catalog is produced, the prizes are getting. Until the ceremony nobody but the juries know who is the winner. But it's also considered to be honor to be nominated. Because the nominees are also in the show and in the book.

And I have to say that sometimes it is easy to get rid of fifty percent and we can get down to maybe five, six or seven pictures, but then it gets hard. Because there are very different series. Good example is a Danish everyday life selection. There was one very tough image of illegal refugees, the other one with young people having school ball in some remote area in Jutland. That are two very different ones. And the third one is the image where you see the suburban environment, where everyone is in, all the children have left, because they are in to eat and all the children's toys are lying in the street, so that's a very good image of Danish welfare society. So these three together make up the image of what the Denmark is right now.

We also want the exhibition and the selection to mirror what happened in Danish society in 2017. For instance, we wanted all these immigrant gang shootings that has been occurring in Denmark and Aarhus especially to be represented, we also wanted the whole me-too campaign to be represented. And of the most debated things in the Danish media has been the submarine story about the man who built his own submarine and killed a journalist, so that's the most discussed news story in Denmark in 2017, also internationally. But how could that be represented, because it was very difficult to photograph, so we actually chose this almost conceptual, very simple image of the black submarine. So we wanted to have all these kinds of images, this selection was mirroring what had happened in Denmark.

### **What is more important – photography content or technical elaboration?**

The most of what we have chosen are always very technically good photographs, of course



it's very important to me. If you have a good situation, you are a good technician and it is taken under the right moment, you can see that the photographer has really thought about what he's doing. He has empathy and he is good at making the right content together with a text. But I have one example I mentioned before. It is the picture of the Danish teenage party in the category called Danish everyday life. It's a very bad photo in terms of the technical issues and we were having a lot of discussion but we ended up by actually choosing it as well because it has a fantastic content and it's composed in the fantastic way, it has so many stories. Two young people are kissing, and one is sad, and one is lonely, and one is tired... lot of things are happening in this image so the photographer has really seen the situation in a good way. Then the technique didn't matter so much.

### **What is the key category – Arets Pressefoto or Arets Pressefotograf?**

There are pre-selected categories, that are the same for many years. For the Pressefotograf category, photographers send 5 images that represent them, it also shows if you can curate your own work in a specific way, choosing the five best images, and it is the second last category we choose from at the end of the three days of the discussions. But then from all the images that has been sent we are supposed to pick one image which is considered the most important one. Which is the one on the front page and the one who during the price ceremony is the last one to be presented, so it's considered to be the finest one. And it's also the one that no photographer can send in, because we pick it up from all of the 2000 images. And that's what we do the last day. The last day we have seen all the images so many times, so we start by thinking which one did we actually remember the best and then we comprise it into maybe ten images or something but it is very difficult. And we are not allowed to leave the room until we are finished so we can go on the whole night, and we have a lot of discussion, but we then end up with the winner.

And what is important to mention is that it is anonymous so we don't know who the photographers are. We don't know if it's man, woman, student, professional, old, young,... nothing. And especially for me, because I don't come from the business so I didn't know any of them. There was a photographer from Politiken as a jury member and of course he would recognize his colleagues probably. But the whole competition is anonymous so we don't know if we have also given the price to the same photographer in two categories, we don't know anything about that.

And interesting thing, when you look at list of names, it was kind of half and half men or

women and we were told that's new. And many students are also among the winners, because maybe they experiment a little bit more and sometimes they invest more time in the projects than press photographer working in a newspaper who has to go out quickly and take an image and go back again.

### **What are the criteria that should winning picture meet?**

We don't have any criteria actually, it's totally up to judges, we can choose any photo we want to. I think every judge actually has his own criteria, but it's not that we formulate it in the room. We are respected as individual jury members and we can actually do whatever we want. A lot of discussion is about what a good photograph is but it's not like we formulate in the room, or the press union has formulated some criteria we should use.

It's difficult, but if we look at the one that won, it's a very dramatic situation and it has a human aspect of it and it's easy to read but at the same time you can see it many times and get new things from it. I think that's a very good combination. And it has an aesthetical level, very much of the same colors – brown, green... so it's a spectacle to look at it at the same time. It has also a very concentrated narrative with two persons, one is the soldier who is caught in a very dramatic position when he lifts his left hand and his right foot, so there is a drama in his posture versus the relaxedness of the very tired old woman being saved out of this war zone. So there is contrast, there is calmness, there are lots of things going on in the picture. Well composed, well thought, bringing classical situation to a new level, these are maybe some of the things that we look for. The photo that creates an empathy and maybe helps people, the newspaper readers, to understand a situation better.

### **Příloha č. 10: Rozhovor s Larsem Darebergem, porotcem soutěže Årets Pressefoto 2017**

#### **What is the purpose of the Årets Pressefoto competition?**

I think it's a good way to collect the best journalism pictures of the year and think about the aspects that contribute to choosing the best one. It also works as a historical preview, if you go back a couple of years, you may see what was important or modern back then. Both in technical issues and the content of the photography and stories included.

#### **What do you think about the quality of photos winning the Årets Pressefoto and Årets Pressefotograf category? Is it comparable with the level of winning photos of**

### **World Press Photo?**

The Danish photojournalism has a really high standard and it has been like that for a long time. Many of the Danish photographers have won different international prizes, World Press Photo included. That's the reason I think the winning pictures of the Danish competition are comparable.

### **Danish photojournalism is widely recognized and considered to be of high quality.**

#### **Why?**

One of the main reason is the education. The school in Århus provides a great environment for students to learn, especially the practical skills. The other reason is a big collective that have grown for a while among photographers. It seems that the Danish photographers are helping each other, it's not so competitive here I think.

### **Is the approach and a way of work of Danish photojournalists specific in some ways?**

Especially the editing is very good and serious; it was a main thing I noticed and I was thinking about during the jury meeting.

### **How the process of selecting the winning pictures looks like?**

This year we went through all the pictures in one category. And after that we voted and then we just had like 10 pictures or stories left. Then the hard time started and we discussed a lot. In a couple of hours, we only had 3 left and then all the jury members talked about his or hers favorites. The hardest thing wasn't to find the winners, it was to delete all the other good material.

### **What criteria should a winning photo meet?**

As a viewer I think its important to feel something if you look at the picture, it should awaken the emotions. That feeling grows when it is a story or something that you may recognize in your own life.

### **What is more important – photography content or technical elaboration?**

For me it depends on the subject or category that the picture competes in. Thus I can not say.

**Příloha č. 11: Kódovací tabulka obsahové analýzy v kategorii Ārets pressefoto**

	ŽÁ NR	NÁM ĚT	TÉ MA	PUB LIC.	LOK AL.	PERS ON.	EL.N ÁR.	EL. OS	NE G.	ÚH EL	VEL.	BAR VA
1974	3	3	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1
1975	4	1	8	2	1	1	1	1	2	1	1	1
1976	1	2	10	99	1	2	1	2	2	1	1	1
1977	1	3	10	2	1	1	1	2	1	1	1	1
1978	1	3	10	2	99	1	99	2	2	1	1	1
1979	3	1	99	99	2	1	2	1	2	1	1	1
1980	3	3	99	1	99	1	99	2	2	1	1	1
1981	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
1982	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	2	1
1983	3	1	8	2	99	1	99	2	2	2	2	1
1984	1	1	5	99	2	1	2	2	1	1	2	1
1985	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
1986	3	3	99	2	1	1	1	2	2	2	2	1
1987	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1
1988	2	1	7	2	99	1	99	2	2	3	1	1
1989	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	2	1
1990	1	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	2
1991	1	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	1
1992	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2
1993	1	1	9	2	2	1	1	2	1	1	1	2
1994	1	1	9	3	2	1	2	2	1	1	1	1
1995	3	1	8	2	2	1	2	2	2	1	1	2
1996	2	3	5	3	2	1	2	2	1	1	1	2
1997	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	1
1998	3	1	99	3	1	1	1	2	2	1	1	1
1999	1	1	9	3	2	1	2	2	2	1	2	1
2000	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	2	1
2001	4	3	8	3	99	1	99	2	2	1	1	2
2002	1	1	5	2	2	1	2	2	1	1	3	1

2003	1	3	10	2	2	1	2	2	1	1	1	1
2004	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
2005	1	3	10	2	2	1	2	2	1	2	2	2
2006	3	3	5	99	2	1	2	2	1	3	1	2
2007	2	3	9	2	1	1	1	2	1	1	1	2
2008	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	1
2009	3	1	5	2	1	1	1	2	1	3	1	2
2010	3	1	5	3	1	1	1	1	2	1	1	2
2011	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	3	2
2012	3	1	5	3	1	1	1	2	2	3	2	2
2013	1	2	10	99	2	2	2	2	1	3	1	1
2014	3	1	5	2	1	1	1	2	1	3	1	2
2015	1	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
2016	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	1	2
2017	1	1	9	3	2	1	2	2	1	1	1	2

**Příloha č. 12: Kódovací tabulka obsahové analýzy v kategorii Årets pressefotograf**

	ŽÁ NR	NÁM ĚT	TÉ MA	PUB LIC.	LOK AL.	PERS ON.	EL. NÁ.	EL. OS.	NE G.	ÚH EL	VEL.	BAR VA
<b>Ročník 1974 – Jørn Kjær Nielsen</b>												
1	3	1	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1
2	2	3	7	99	99	1	99	2	2	1	1	1
3	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	2	1
4 N/A												
5 N/A												
<b>Ročník 1975 – Heine Pedersen</b>												
1	2	1	7	99	99	1	99	99	2	1	1	1
2	3	1	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1
3	4	1	7	99	99	1	99	99	2	1	3	1
4	4	1	8	2	99	1	99	2	2	3	2	1
5	4	1	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1

<b>Ročník 1976 – 1978 N/A</b>												
<b>Ročník 1979 – Christian Mikkelsen</b>												
1	2	1	7	99	99	1	99	99	2	1	1	1
2	3	1	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1
3	1	1	10	3	1	1	1	2	1	1	1	1
4	1	3	10	2	99	1	99	2	2	1	1	1
5	3	3	8	99	1	1	1	2	2	1	1	1
<b>Ročník 1980 – Morten Langkilde</b>												
1	3	3	99	1	99	1	99	2	2	1	1	1
2	2	1	8	2	1	1	1	2	2	1	3	1
3	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
4	1	1	9	3	1	1	1	2	2	2	1	1
5	3	1	7	2	1	1	1	2	2	1	1	1
<b>Ročník 1981 – Ole Lind</b>												
1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
2	1	3	10	2	1	1	1	2	1	1	1	1
3	1	3	10	2	1	1	1	2	1	1	1	1
4	4	1	8	1	1	1	1	1	2	1	2	1
5	2	3	10	1	99	1	99	2	2	1	1	1
<b>Ročník 1982 – Carsten Reenberg</b>												
1	4	1	3	2	1	1	1	1	2	3	2	1
2	2	3	7	1	1	1	1	1	2	2	1	1
3	1	1	10	2	1	1	1	2	1	1	1	1
4	2	2	5	99	1	2	1	2	1	3	1	1
5	4	1	8	2	1	1	1	1	2	3	1	1
<b>Ročník 1983 – Per Daugaard</b>												
1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1
2	3	3	8	2	1	1	1	2	1	1	1	1
3	4	1	8	2	1	1	1	99	2	1	3	1
4	4	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1
5	1	1	8	2	1	1	1	1	2	3	1	1
<b>Ročník 1984 – Jan Unger</b>												
1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1

2	3	1	5	2	2	1	1	2	1	1	1	1
3	4	1	4	99	1	1	1	1	2	1	2	1
4	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	2	1
5	4	1	8	2	1	1	1	1	2	1	3	1
<b>Ročník 1985 – Henrik Saxgren</b>												
1	2	1	5	2	1	1	1	2	2	1	1	1
2	3	1	8	2	99	1	99	2	2	1	1	1
3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
4	3	1	8	3	99	1	99	2	2	1	1	1
5	3	1	8	2	99	1	99	2	2	1	2	1
<b>Ročník 1986 – Morten Langkilde</b>												
1	4	1	7	1	1	1	1	1	2	1	3	1
2	3	3	99	99	1	1	1	2	2	1	1	1
3	4	1	8	2	1	1	1	99	2	1	1	1
4	3	1	7	2	99	1	99	2	2	1	1	1
5	3	1	8	2	2	1	99	2	2	1	1	1
<b>Ročník 1987 – Jens Dresling</b>												
1	2	1	5	2	1	1	1	2	2	1	1	1
2	2	3	7	1	99	1	99	1	2	1	1	1
3	3	1	8	2	99	1	99	2	2	3	1	1
4	4	1	8	2	1	1	1	1	2	1	1	1
5	4	1	8	2	1	1	1	1	2	1	3	1
<b>Ročník 1988 – Henrik Saxgren</b>												
1	4	1	5	2	2	1	1	2	2	1	2	1
2	3	3	99	1	2	1	1	2	2	1	1	1
3	3	1	8	2	1	1	1	99	2	1	2	1
4	2	1	11	3	99	1	99	2	2	3	1	1
5	3	1	5	2	2	1	1	2	2	3	1	1
<b>Ročník 1989 – Claus Bjørn Larsen</b>												
1	3	1	7	99	1	1	1	2	2	1	1	2
2	2	1	8	1	1	1	1	1	2	3	1	2
3	2	1	4	2	1	1	1	2	1	1	2	1
4	2	1	7	99	1	1	1	2	2	2	1	1
5	1	1	9	2	1	1	1	2	1	1	1	2

<b>Ročník 1990 – Teit Hornbak</b>												
1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	3	1	2
2	4	1	5	2	2	1	2	2	2	1	3	2
3	1	1	9	2	2	1	2	2	1	3	1	2
4	1	1	9	3	2	1	2	2	1	3	1	2
5	3	1	8	3	2	1	1	2	2	3	1	1
<b>Ročník 1991 – Jan Grarup</b>												
1	1	1	5	2	2	1	2	2	1	3	1	1
2	4	1	5	2	1	1	1	2	1	3	3	2
3	1	3	9	1	2	1	2	2	2	1	1	2
4	1	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	1
5	3	1	6	1	1	1	1	2	2	2	1	2
<b>Ročník 1992 – Tine Harden</b>												
1	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	1	1
2	2	1	7	1	1	1	1	1	2	1	1	2
3	3	1	8	1	2	1	2	2	2	1	1	1
4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2
5	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	2
<b>Ročník 1993 – Søren Lorenzen</b>												
1	4	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2
2	3	1	8	2	2	1	2	2	2	1	1	1
3	1	1	9	99	1	1	1	2	1	1	1	2
4	4	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	1
5	N/A											
<b>Ročník 1994 – Jan Grarup</b>												
1	1	3	9	2	2	1	2	2	1	2	1	1
2	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	3	1
3	3	1	5	2	2	1	1	2	1	1	1	1
4	2	1	10	2	1	1	1	2	1	1	1	2
5	2	1	5	2	2	1	2	2	2	1	1	2
<b>Ročník 1995 – Jens Dresling</b>												
1	3	1	8	2	2	1	2	2	2	1	2	2
2	4	1	1	1	2	1	1	1	2	1	3	2
3	4	1	7	1	1	1	1	1	2	1	2	2



4	2	1	5	2	1	1	1	2	2	1	2	2
5	2	1	8	2	1	1	1	1	2	3	1	2
<b>Ročník 1996 – Nils Meilvang</b>												
1	3	1	5	2	2	1	2	2	2	1	1	2
2	3	1	8	2	2	1	1	2	1	1	1	2
3	4	1	7	1	1	1	1	1	2	1	1	2
4	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	2	2
5	3	1	9	3	2	1	2	2	2	3	1	2
<b>Ročník 1997 – Thomas Tolstrup</b>												
1	3	1	8	2	2	1	2	2	2	1	2	2
2	1	3	9	3	1	1	1	2	1	1	1	2
3	3	1	7	2	1	1	1	2	2	1	1	2
4	3	1	8	3	2	1	1	2	2	1	2	2
5	4	1	3	2	2	1	2	1	2	3	2	1
<b>Ročník 1998 – Anders Vendelbo</b>												
1	1	1	99	3	1	1	1	2	1	1	1	2
2	4	3	7	1	1	1	1	1	2	1	2	2
3	3	3	7	1	2	1	2	2	2	3	1	1
4	3	1	8	3	1	1	1	2	2	3	1	1
5	1	1	9	2	2	1	1	2	2	1	2	1
<b>Ročník 1999 – Tine Harden</b>												
1	3	3	8	2	1	1	1	2	2	1	1	2
2	3	1	7	2	2	1	1	2	2	1	1	1
3	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	1
4	3	3	8	2	99	1	99	2	2	3	1	1
5	2	1	3	1	2	1	1	1	2	2	2	1
<b>Ročník 2000 – Jan Grarup</b>												
1	1	1	9	2	2	1	2	2	1	3	2	1
2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2
3	1	1	10	2	1	1	1	2	1	1	2	2
4	3	1	99	1	1	1	1	1	2	1	1	2
5	2	3	5	2	1	1	2	2	1	2	1	2
<b>Ročník 2001 – Jacob Ehrbahn</b>												
1	1	1	5	2	2	1	2	1	1	1	2	2

2	3	3	8	1	2	1	2	2	2	2	1	1
3	3	3	8	2	1	1	1	2	2	1	3	1
4	3	3	4	99	2	1	2	2	2	3	1	2
5	3	3	5	2	2	1	2	2	2	1	1	2
<b>Ročník 2002 - Claus Bjørn Larsen</b>												
1	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	3	2
2	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	1	2
3	2	1	5	2	1	1	2	2	2	2	2	1
4	3	1	7	2	1	1	1	2	2	1	2	2
5	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1
<b>Ročník 2003 – Erik Refner</b>												
1	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	2	1
2	3	3	6	1	1	1	1	2	2	1	1	2
3	4	1	3	2	2	1	1	2	2	1	3	2
4	3	1	7	2	1	1	1	2	2	2	1	2
5	4	1	7	1	1	1	1	1	2	2	1	2
<b>Ročník 2004 – Jan Grarup</b>												
1	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	2	2
2	2	1	8	3	1	1	1	1	2	1	1	2
3	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
4	3	1	5	99	2	1	2	2	1	1	1	2
5	1	1	5	2	2	1	2	1	2	1	1	2
<b>Ročník 2005 – Peter Hove Olesen</b>												
1	3	2	5	99	1	2	1	2	2	1	1	2
2	3	1	5	3	2	1	2	2	2	1	1	1
3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
4	3	1	8	2	1	1	1	2	2	2	1	1
5	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
<b>Ročník 2006 – Linda Henriksen</b>												
1	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	1	2
2	4	1	7	1	2	1	2	1	2	1	3	1
3	3	1	7	2	1	1	1	2	2	1	1	2
4	3	1	5	2	1	1	1	2	2	1	1	2
5	3	1	5	2	1	1	2	2	2	1	1	2

<b>Ročník 2007 – Søren Bidstrup</b>												
1	3	1	9	1	2	1	2	2	2	1	2	1
2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2
3	4	1	3	1	2	1	1	1	2	1	3	2
4	3	1	7	99	1	1	1	2	2	1	2	2
5	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2
<b>Ročník 2008 – Jan Grarup</b>												
1	1	3	9	2	2	1	2	2	2	1	1	2
2	3	1	5	2	2	1	1	2	1	1	1	1
3	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	1	2
4	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
5	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
<b>Ročník 2009 – Mads Nissen</b>												
1	1	1	9	1	2	1	1	2	1	3	1	2
2	1	1	5	3	1	1	1	2	1	3	1	2
3	4	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	2
4	4	1	5	2	2	1	2	2	2	3	1	1
5	3	3	8	2	2	1	2	2	2	1	1	2
<b>Ročník 2010 – Peter Hove Olesen</b>												
1	2	2	10	99	2	2	2	2	1	1	1	2
2	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
3	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1
4	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	2
5	2	1	10	2	2	1	2	2	1	3	2	1
<b>Ročník 2011 – Mads Nissen</b>												
1	1	3	9	2	2	1	2	2	1	1	1	2
2	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1
3	4	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1
4	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	1	2
5	2	3	4	2	2	1	1	2	1	1	1	2
<b>Ročník 2012 – Jacob Ehrbahn</b>												
1	4	1	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2
2	2	3	4	2	1	1	1	2	1	1	1	2
3	3	3	6	1	1	1	1	2	2	1	1	2

4	4	1	5	2	2	1	1	2	2	1	1	2
5	2	1	3	2	2	1	2	2	2	3	1	2
<b>Ročník 2013 – Joachim Adrian Mikkelsen</b>												
1	3	1	5	2	1	1	1	2	2	1	1	2
2	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1
3	1	1	10	2	2	1	2	2	1	3	2	2
4	3	2	6	99	1	2	1	2	2	2	1	2
5	3	1	8	2	99	1	99	2	2	3	2	2
<b>Ročník 2014 – Jacob Ehrbahn (N/A)</b>												
<b>Ročník 2015 – Joachim Ladefoged</b>												
1	3	1	5	2	2	1	2	2	1	3	1	1
2	3	1	8	3	1	1	1	2	2	1	1	2
3	4	1	5	2	2	1	2	2	1	1	3	1
4	3	3	6	2	1	1	1	2	2	2	1	2
5	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	1
<b>Ročník 2016 – Asger Ladefoged</b>												
1	2	1	9	2	2	1	2	2	1	1	1	2
2	3	1	8	2	1	1	1	2	2	1	1	2
3	1	1	9	3	2	1	2	2	1	1	1	2
4	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	1	2
5	1	1	9	2	2	1	2	2	1	1	1	2
<b>Ročník 2017 – Mads Nissen</b>												
1	3	1	4	2	2	1	2	2	1	1	2	2
2	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
3	3	1	5	2	2	1	2	2	1	1	1	2
4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
5	3	2	6	99	2	2	2	2	2	1	1	2