



ÚSTAV INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ  
FF UK V PRAZE

Katrin Vodrážková

## Médium fotografie a obraz

Verze 1.0

Praha

2011

## 1. Uvedení do problematiky

Text představuje médium fotografie a pojem obrazu, a to jednak z pohledu dnešní informační společnosti, kultury a umění, jednak v souvislosti s náhledem k původním pramenům, to znamená ke klasickému obrazu, respektive malbě, textu a lineárnímu písmu.

Dříve se člověk snažil vysvětlit okolní svět za pomoci symbolů, které sestavoval do obrazů. Obrazy se však pro něj začaly postupně stávat příliš složitými. Následně se člověk tedy pokusil vysvětlit obrazy pomocí textů a linearity. Tento lineární charakter písma dodal do myšlení nový prvek – čas. Dále se však i texty moderní doby staly pro člověka složitými a z tohoto důvodu došlo k návratu obrazů. Objevil se vynález, kterým lze vysvětlit text – technický obraz. Jedná se o mechanismus, díky němuž lze nahlížet pod povrch takovým typům obrazu – především fotografii a filmu.

Tato dvě reflexivní média nesou důležitou funkci pro myšlení, jednání, pozná(vá)ní, vývoj a sebereflexi člověka a jeho konání v současné moderní společnosti. Médium fotografie jakožto specifický typ obrazu hraje významnou roli v životě člověka a má na něj nesmírný vliv, má pro něj přínos, figuruje v každodenním dění lidí, neboť obrazy se nacházejí všude kolem nás a člověk se ocitá zase neustále mezi obrazy.

### 1.1. Obraz

Nejprve je důležité uvést téma vyložením pojmu obraz. Obraz je základním kamenem elektronických a nových médií. Obraz je plocha nesoucí význam. Znamená to, že obraz již význam vždy má. Člověk přitom přistupuje k obrazu s tím úkolem, aby odkryl ten který význam obrazu, aby obraz dešifroval, aby jej rozpoznal a poznal do hloubky. V tomto směru a smyslu je nezbytné, aby se člověk nastavil do určitého typu myšlení, aby nahlížel obraz jaksi „zevnitř“, a začal tak myslet novým či jiným způsobem. K tomuto novému způsobu nahlížení a myšlení je člověk neustále dotlačován dobou, ve které žije, protože každá doba si také nárokuje a vyžaduje jiný typ myšlení. Pro tu dnešní dobu to potom znamená především: rychlost, dynamiku, abstrakci, což je pro člověka čím dál tím více náročnější, neboť sám člověk pocituje nepřeborné množství informací, požadavků, v neposlední řadě také člověk sám vznáší různé nároky.

Obraz je kód, který je možné rozložit. Člověk se vůči obrazu nachází v takovém vztahu, kdy jej má dokázat dekodovat. Obraz úzce souvisí s okem a zrakem. Význam obrazu zůstává na povrchu, oko jej vidí ihned, ale právě povrchově. Proto je nezbytné abstraktní vyjádření. K tomu, aby se význam obrazu prohloubil, je nutné dostat se pod povrch. To lze provést metodou skenování. Tento flusserovský pojem – scanning – převedl Flusser do češtiny jako ohledávání, což znamená mapování si terénu a snaha dostat se pod povrch obrazu, dostat se k hlubšímu významu. Obraz a jeho skládající se (skládání neboli komputování či komputace prvků; pozn. autorky) prvky poskytují vždy náznaky a něco

zůstává skryté. Vždy se však jedná o celek, celkový dojem včetně emocionálního prožitku.

Tradiční obraz vzniká tím způsobem, že abstrahuje z konkrétního světa. V tomto případě jde o první stupeň abstrahování. Tento typ klasického obrazu nese symbolickou povahu, a proto je také pro člověka snadno rozpoznatelný. Navíc je zde člověk také přítomen jako prostředník – například jako malíř – a ocitá se v rozhraní a prostředí celé filosofie krásna, umění a pravdy. Na tomto místě se hodí uvést zajímavou myšlenku a citát: *„Každý obraz je krásný ne proto, že by byl krásný sám o sobě, ale protože je září pravdy“* (Cassetti 2008: 33)

Na místo tradičního obrazu se však dostává technický obraz. Technický obraz funguje na bázi, kdy nahrazuje klasický obraz reprodukcemi. Takový typ reprodukce se uskutečňuje v podobě krouživého pohybu. Důležitý je zde tedy pohyb a s tím samozřejmě čas a prostor. Tyto tři entity jsou od sebe v zásadě neoddělitelné a působí společně. Univerzum technického obrazu přináší dokonce celé množství časů. Zejména v případě média filmu zaznamenáváme časovou perspektivu, přičemž realita (důležité je poznamenat, že pokud hovoříme o médium filmu, máme zde filmovou realitu, která se potom vztahuje a vymezuje vůči ostatním typům reality; pozn. autorky) ukazuje střídání časů.

Technický obraz je zcela nové médium. Jako příklad lze uvést elektronický nebo mediální technický obraz. Opouští se od linearity a nastupuje abstraktní forma myšlení. Společnost, ve které žijeme a která čím dál více spěje k abstrakcím, poukazuje na skutečnost, že právě obrazy postupně vytlačují texty. Vše, co stojí před člověkem, je svým způsobem obraz. Technický obraz se nadto současně podílí na tvorbě společenské paměti a pojímá celé dějiny.

## **1.2. Technický obraz**

Pojem technického obrazu („technický obraz“, stejně tak můžeme tento pojem používat také množné číslo, to jest „technické obrazy“; pozn. autorky) zavedl Vilém Flusser, jež se stal zakladatelem celé velké oblasti a oboru „filosofie médií“. Filosofie médií je sice více známá a rozšířená v německých zemích, ale Flusser svým původem sahá i do českého prostředí, ačkoli v našem prostředí nenalezneme mnoho zdrojů, překladů či výzkumů k tomuto oboru a jednotlivým médiím, jimiž se filosofie médií zabývá. Hned na začátku je nezbytné podotknout, že s pojmem technického obrazu je zapotřebí pracovat jako s faktem, chápat jej jako fakt, a vždy tak odkazovat k oblasti filosofie médií a autorovi Flusserovi; nelze jej tedy používat bez kontextu.

Pojem technického obrazu je jedním ze stěžejních pojmů celé oblasti filosofie médií. Technický obraz je takový typ obrazu, který byl vytvořen nějakým přístrojem. Vznikl z pokročilejších textů, ze kterých abstrahoval. Zásadním způsobem se odlišuje od tradičního obrazu, respektive klasické malby, od kompozice i její části. Technický obraz je pouze technickým ukázněním. Není to nic technického ve smyslu techniky, která se samotná

zaměřuje na cíl, respektive cíle – zatímco tyto filozofické metody ukázání a potažmo myšlení, vnímání, cítění, se orientují spíše na procesy – to znamená techniky jakožto způsoby myšlení a nahlížení, ačkoli samozřejmě oblast techniky a matematiky je spojena s filozofickým myšlením či bádáním a informační vědou. V případě technického obrazu se jedná o určitý způsob, náhled, metodu ukázání. Technický obraz je momentálním zobrazením bodů. A jako technika ukázání sama o sobě nic nevyjadřuje. To, co je myšleno jako to „ukázané“, to právě odkazuje ještě k něčemu dále.

Technický obraz nalezneme zejména v podobě média filmu, fotografie a televize. Přičemž prvním technickým obrazem se stala fotografie. Ze sekvenční fotografie se následně vyvinul film, který se až do dnešního dne neustále rozvíjí a člověk spolu s jeho působením zažívá a prožívá vývoj, změny, zlomy, posuny. Technický obraz je meta-kódem textů, to znamená, že je schopen vysvětlit text. Vzhledem k tomu, že mění se tempo a rychlost postihuje i celou oblast kultury a těchto kulturních technik, kdy dochází k podstatné změně ve struktuře kultury, stala se cílem technického obrazu idea, která zní: zabránit rozpadu dnešní kultury. Z toho důvodu je technický obraz považován také za kód vůbec celé společnosti. Zasahuje a pojímá takové projevy nebo ten typ projevů, se kterými se člověk setkává a potýká v dnešní době a společnosti. Mohli bychom tak prohlásit, že technický obraz je vlastně takový nadčasový pojem, který se dá využít a uplatnit pro výklady v rámci filosofie a sociologie médií, filozofického a systémového myšlení.

Technický obraz je plocha, přesněji řečeno fiktivní plocha. Taková plocha je složena z bodových prvků. Dřívější texty se právě skládaly z bodových prvků, které se následně rozpadaly a daly vznik technickému obrazu. Ten vzniká uměle – syntézou bodových prvků. Jedná se nejvyšší stupeň abstrakce, při které dochází ke skládání neboli komputování (komputace je další důležitý pojem ve filosofii médií a pojetí Viléma Flussera; pozn. autorky) bodových prvků. Na plochách se technický obraz dostává do podoby fotografie, videa, televizní obrazovky, počítačových terminálů. Získává funkci přenosu informací, kterou přebírá od lineárních textů, jež tento úkol zastávaly předtím.

Technické obrazy jsou projekce. Projektují významy, které se promítají v člověku. Základní povahu technických obrazů – fikce jakožto programovaný postup – má člověk prohlédnout a odkrýt tak program technického obrazu. Tím získává znovu možnost vrátit se do konkrétního jednání, prožívání, hodnocení, ale také do dalšího poznávání. Zajímá nás tedy, jak takový obraz funguje. To vyžaduje, aby se člověk nastavil do jiného myšlení a nahlížel věci do hloubky a ve směru z vnitřku ven. Na základě nového vědomí fantazie a syntetizaci počítačů žije člověk vlastně ve fiktivním světě technických obrazů. K člověku a do soukromé sféry se technický obraz dostává prostřednictvím různých kanálů či paprsků neboli médií – ať už se jedná o počítač, televizi, nebo například masové časopisy. Technické obrazy, stejně jako různá média, jsou poselstvím (technický obraz jako posel).

Technický obraz zasahuje abstraktní myšlení (na rozdíl od myšlení lineárního typu, kterým se vyznačuje text, kniha, písmo). Přitom se snaží o komplexní uchopení a sahá nad oblast symbolů. Snaží se uchopit abstraktní komplex symbolů. Je ze své povahy tedy symbolický, pouze zdánlivě by se mohlo zdát, že je nesymbolický. Technický obraz odkazuje do dnešní doby, ale tím, že je jaksi nadčasový, tak se snaží ukázat jinými slovy vlastně blízkou budoucnost. Myšlení a ten typ společnosti, na které technický obraz poukazuje, jsou charakterizovány elektronickými obrazy. Technický obraz tak postupuje ve směru elektronické kultury a elektronických médií. Představuje určitý typ technologie.

Jelikož technický obraz představuje neviditelné a neuchopitelné body, je tudíž zapotřebí tyto body nějak uchopit, pojmout, zachytit. K tomu nám slouží a jsou k dispozici aparáty, lépe řečeno aparáty s tlačítka. Neboť právě tato tlačítka představují uchopovací mechanismus a dovolují komunikaci mezi rozhraním nějakého přístroje a člověkem. Aparát nebo pojem aparátu (respektive by se dala opět použít možnost plurálu, tj. „aparáty“; pozn. autorky) bychom mohli definovat jako předpoklad pro tvorbu technických obrazů. Aparáty tedy stojí v základu technických obrazů. Produkuje technické obrazy, které tedy vznikají na základě působení a jako výsledek přístrojů, nikoli jako produkt člověka.

Slovo aparát pochází z latinského slova „apparatus“. Nejvhodnější český výraz nacházíme ve slovese „připravovat“, což ve filosofickém myšlení značí situaci nebo stav, že věc je na něco připravena. V praxi, například z hlediska fotoaparátu, to potom znamená, že fotograf je připraven – jinými slovy čeká – na fotografování. To je zajímavé i z důvodu, že se takový aparát neboli médium chová podobně jako člověk, živá bytost, má schopnost určitým způsobem myslet, něco o sobě vyprávět, vztahuje se k něčemu a zpětně k sobě samému. Aparáty a média se tak vyznačují reflexivní a sebe-referenční povahou. Typickou vlastností aparátů je právě také připravenost a dravost. Aparáty a přístroje mají dále informativní, kulturní a symbolickou. Vytvářejí informace, informují. Mění význam světa, nikoli však svět samotný. Jsou součástí kultury a kulturních technik, podobně jako dříve písmo. Jejich záměr je symbolický, neboť například fotoaparát vytváří symbolické plochy.

Technický obraz rozptyluje společnost na zrnka, ale aparáty dokážou technicky sloužit společnosti a dokážou tak zajistit organizaci a systém. Technické obrazy mají navíc magický charakter. Navozují dokonce magickou fascinaci. Život člověka naplňují magií a poznáváním. Hlavní je, aby člověk neviděl pouze vstupy (inbox) a výstupy (outbox), ale dostal se do hloubky a za pomoci dešifrování odkryl programy technického obrazu. Aparáty produkují technické obrazy na základě vědecké teorie. Proto je významné technické obrazy ve společnosti a pro společnost uchovávat, publikovat a umožnit, aby byly přístupné pro ostatní.

## **2. Médium ve filosofii a sociologii médií**

### **2.1. Filosofie médií**

Za zakladatele filosofie médií je považován Lorenz Engell, který působí na Univerzitě Bauhaus ve Výmaru. Zde nalezneme širokou škálu studijních programů v rámci celé oblasti a oboru filosofie médií, ale i mezinárodních aktivit a konferencí spojených se zdejším institutem pro mediální kulturu. S tím souvisí stěžejní zdroje pro výzkum v oblasti filosofie médií, které do českého prostředí ještě zcela neprostoupily nebo jich je v naší zemi poměrně velký nedostatek a člověk musí provádět vlastní překlady, především z německého jazyka do českého.

Co všechno spadá pod pojem „filosofie médií“, co všechno obsahuje a obnáší tento nový, respektive ještě zcela nebo stále neprobádaný výzkumný obor a celá tato filosofická oblast, oblast filosofického a mediálního myšlení? Pokud pojednáváme oblast filosofie médií, která úzce souvisí se sociologií médií, lze vždy hovořit o „filosofii a sociologii médií“.

Pojetí média ve filosofie médií nalezneme zejména u Lorenze Engella, ústředního myslitele filosofie médií a badatele jednotlivých médií (například se zabývá médiem schodů, médiem světla – lampa jako médium, atp.) na světové scéně. Významná je jeho aktuálnost a orientace v tématu. Hlavní myšlenka a myšlení médií (médium fotografie, médium filmu, atp.) tak spočívá v tom, že myšlení a poznání člověka není jen tak prostě dáno, ale má vždy materiální základ. Znamená to, že média a určité nástroje se podílejí na myšlení a poznání člověka. Média spoluvytvářejí myšlení a způsob myšlení, vnímání, vidění, citění. Nástroje slouží vždy s určitým záměrem a poskytují zpětnou vazbu.

Filosofie médií jakožto mediální věda se zaměřuje na výzkum libovolných objektů a používá k tomu vodítka, jako zejména medialitu. Média chápe jako celek a ekosféru. Filosofie médií klade otázky a z objektů, které mají různé vlastnosti, funkce a kvality, se stávají specifické objekty. Filosofie médií předkládá systematické myšlení, jedná se o systém sebereferece. Seberefrenční charakter média představuje východisko filosofie médií. Toto referování média o sobě samotném je novou technikou myšlení, vidění, vnímání, citění.

Reflexivní povaha média poskytuje nástroje pro myšlení v reflexivním rozhraní, v prostředí reflexe. Autonomní svět médií, jejich reflexivní a seberefrenční charakter ještě znásobují nové techniky a nové technologie. Člověk se nachází v jiném světě, ve kterém se vůči obrazu staví jiným, novým způsobem, taktéž má z obrazu jiné potěšení. S novými náhledy přichází nové uvažování, nové přemýšlení, nové vnímání a vidění. S fotografií, kinem a dalšími médii digitální revoluce v oblasti filosofie médií a elektronické kultury začíná člověk rozmýšlet jiným způsobem.

## **2.2. Médium, definice, etymologický význam**

Pokud zůstaneme na poli filosofie a sociologie médií a tuto oblast blíže odkryjeme, dozvíme se, že médium v pojetí filosofie médií má hned několik etymologických významů a lze jej chápat z různých hledisek. Ve vztahu k filosofickému myšlení představuje médium tělo myšlení, protože dokáže myšlení ztělesnit. Konkrétně se médium objevuje zejména v

podobě počítače a klávesnice, kamery, digitálního čipu, psacího stroje, ale také barevné pásky do psacího stroje, papíru i obyčejné tužky, neboť vždy něco zprostředkovává, a to ve směru odněkud někam spolu s určitým posláním. Médium může být tedy prakticky cokoli, co zprostředkovává.

Médium z hlediska filosofie médií má reflexivní a sebe-referenční povahu. To znamená, že se jednak dokáže vztahovat k sobě samému, umožňuje zpětnou vazbu vůči sebe sama, jednak o sobě samém něco vypovídat, referovat jakožto o médiu. Médium samo je vlastně jistým posláním, respektive poslem. Médium v rámci filosofie médií je chápáno jako něco živého, podobně jako existují a fungují živé bytosti nebo člověk jako jedinec. Neboť takové médium má díky své reflexivní povaze schopnost vůbec a teprve něco myslet, vidět, vnímat, cítit. Z toho vyplývá a můžeme tak prohlásit, že se jedná o myslící a vnímající médium.

S tím souvisí dále problematika a téma vidění, kde figurují a rozehrávají se nová témata, jako například médium očí nebo vztah zrcadlení. Důležité také je si uvědomit a dále pracovat s tím, že v rámci filosofie médií se myšlení mění, respektive je schopno změnit se právě na vidění. Proto je stěžejním pojmem a výkladem oko, zrak a obraz.

Charakteristické znaky médií z pohledu Sybille Krämer, zástupkyně filosofie médií:

➤ **Prostředek, prostředník, střed**

- médium funguje a je produkováno na základě své neviditelnosti
- médium zůstává v rámci svého fungování pod prahem vnímání
- provoz média není ničím rušen

➤ **Posel, poselství**

- vzorový model pro postavení člověka ve světě
- médium je soběstačné a jedná v pověření
- média jako autonomní producenti svých poselství
- tvorba, ovlivňování zkušenosti, komunikace a myšlení
- demiurgický aspekt (tvorba, umění, správa)
- přenáší text i strukturu
- buduje sociální vztah

➤ **Heteronomie**

- základní rys médií
- existuje vždy vně médií
- média jsou určována něčím vně (neurčují sama sebe)

➤ **Heterogenní domény**

- pole, světy, systémy
- média se nacházejí v meziprostoru a středu
- spojují média
- přenos a interakce mezi rozdílnými světy

➤ **Vzdálenost**

- zajištění existence komunikace
- umožnění průběhu komunikace

➤ **Vizualizace**

- posel zviditelňuje to, co je právě neviditelné a nepřítomné

➤ **Zprostředkování**

- zprostředkování poskytuje na základě toho, že odstoupí do pozadí, tj. posel zůstává v pozadí
- při přenosu poselství vystupuje člověk, přičemž člověk a stroj se navzájem prostupují a lze je vzájemně zaměnit
- média to, co zprostředkovávají, zároveň i vytvářejí

Ani z pohledu sociologie médií neexistuje základní definice pro pojem a problematiku média. Vystává a ukazuje se mnohost každodenních významů a existujících definic, přičemž nejprve je důležitá identifikace a



potom diferenciacie, tedy to, jak se rozrůžňuje. Současně se však nabízí mnohoznačné použití pojmu médií. V rámci sociologického chápání médií existuje pevná definice média jako společenského zřízení a takové technologie, která něco zprostředkovává, a to jak materiální, tak symbolickou formou. Médium nese také specifickou funkci, neboť představuje řešení pro určitý problém. Médium umožňuje a formuje vnímání, komunikační procesy, jednání, poskytuje materiální složku pro zespolečenštění a sociální řád.

Sociologie médií, kterou zastává například Ziemann, tedy rozlišuje média do pěti následujících úrovní:

➤ **Wahrnehmungsmedien**

- **média vnímání**
- infrastruktura pro operace psychického systému a sociálních procesů – média vnímání tak zahrnují smyslové orgány
- technicky řeší problém lidské zkušenosti a orientace
- tvoří, organizují, regulují prožívání jednotlivce i celku

➤ **Verständigungsmedien**

- **média dorozumění**
- lidské národní jazyky a sjednocené umělecké jazyky
- řeší překročení omezené oblasti toho, co lze vnímat
- řeší stav, kdy se z toho, co je nepřítomné či abstraktní, stane symbolicky to, co je přítomné

➤ **Verbreitungsmedien**

- **média šíření informací**
- rozšiřující média
- tento typ souvisí se sociologickými výklady a systémovou teorií Niklase Luhmanna, který také pojednával problematiku rozšiřujících médií a to, co znamená informace a ne-informace

➤ **Kommunikative Steuerungs-/Erfolgsmedien**

- **komunikačně řídicí média**
- komunikační média orientovaná na výsledek, úspěch

- popřípadě komunikační média orientovaná na zisk (v rámci masmediální kultury a kulturního /kulturně-zábavního/ průmyslu)

### ➤ **Städtebauliche Ordnungsmedien**

- **média územního uspořádání**
- organizace, sociální výstavba

## **2.3. Pojem mediality a její funkce**

Medialitu bychom mohli definovat jako způsob nebo techniku myšlení. Je to potenciál, který se stává uchopitelný teprve díky specifickým objektům. Specifické objekty jsou média, která zprostředkovávají to, že se medialita dostává do popředí. Ale sama medialita je také zprostředkováním. Specifickým způsobem dokáže zpřístupnit roviny zprostředkování mezi heterogenními světy a poskytuje tak přístupové body. Medialita je logika, systém a hierarchie uspořádání.

Představuje pro filosofické myšlení a myšlení ve filosofii médií pomyslná vodítka, která dopomáhají nasměrovat jednotlivá média ve směru odněkud někam a zprostředkovat tak určitou cestu nebo přenos informací (po Luhmannovsku bychom mohli dodat také potažmo neinformací; pozn. autorky). Medialita se vyznačuje a je zvláštní svou vnitřní hloubkou a významem. Pro člověka a fungování jednotlivých médií v systému je nezbytné právě zaměřit a změnit své nahlížení a myšlení směrem zevnitř ven, pohlížet na věci novým způsobem, zevnitř.

Medialita je společná obrazu i písmu, figuruje tak v celé oblasti filosofie médií a elektronické kultury. Je silným prostředkem a zprostředkovatelem při práci myšlení, a tak dopomáhá myšlení, aby mohlo myslet, protože myšlení není nikdy schopné myslet samo od sebe. Medialita jakožto zvláštní vodítka umožňuje přechod mezi různými formáty reálného a komplexity. Její působení se nejvíce projevuje na rozhraní komplexity a reálného (tedy toho, co je chápáno jako důvěrně známé prostředí, na rozdíl od virtuálního, které je neuchopitelné).

V rámci mediální vědy je typické, že média zahrnují medialitu. Odlišují se tak od toho, co lze pojmenovat jako ne-média. Pojem média charakterizuje medialita jako proces zdvojení. Prostřednictvím mediality lze jednak vůbec něco myslet – to je první aspekt týkající se prostředí (konkrétně sem patří například rozvažování, vnímání, sny), dále je důležité uvědomit si, v čem lze něco myslet – to je druhý aspekt, který je spojený s pojmy a obrazy.

### 3. Médium fotografie

#### 3.1. Fotografie jako médium a technický obraz

Slovo „fotografie“ pochází ze spojení řeckých slov „fós“, to znamená světlo a „grafis“, což můžeme přeložit jako štětec nebo psací hrot. Dohromady potom dostáváme pojem „kreslení světlem“, „zprostředkování pomocí obrysů“, jinými slovy zkratka „kreslení“. Poprvé termín „fotografie“ zřejmě použil John Herschel roku 1839. Vynález fotografie tedy spadá do 19. století. Fotografii nalezneme všude, ať vezmeme alba, knihy, časopisy, reklamní plakáty, výlohy obchodních domů nebo nákupní tašky. Obecně lze prohlásit, že veškeré dění směřuje v dnešním světě na fotografii, potažmo filmové plátno, obrazovku, a to způsobem, aby se stalo obrazem neboli věcnou konfigurací.

Fotografie jsou překódované pojmy, prvky nějakého programu, obrazy magické konfigurace. Jednotlivé fotografie vznikají díky působení dvojice „fotograf–aparát“. Navozují sice dojem, že se automaticky zobrazily ze světa na plochu, to je však způsobeno tím, že ony aparáty (s tlačítky) byly vynalezeny právě za tím účelem, aby fungovaly automaticky a bez lidského záměru. Výstavba bodových prvků je stejná jako u kteréhokoli jiného technického obrazu, odlišení nastává právě v jednotlivých obrazech. Fotografie jakožto první technický obraz a fotoaparát poskytují výklady a východiska pro celkovou analýzu aparátů. A fotoaparát obsahuje vlastnosti typické pro všechny přístroje.

Původ fotografie sahá do teorie optiky a výkladů pojmu obrazu. Fotografie je chemický obraz (na rozdíl kupříkladu od televize neboli elektronického obrazu). Fotografie plní v rámci kultur tradiční funkci. V tom viděl právě Flusser nevýhodu a snažil se médiem fotografie ukázat a posunout do popředí vidění. V souvislosti s tím a v rámci filosofie médií či mediální vědy se snažil nalézt nové formy vidění (respektive myšlení, vnímání, cítění). Fotografii rozumí a ukazuje ji jako komplexní společenský a kulturní jev. Fotografie je fenoménem, který má své zasloužené a důležité postavení v novodobé kultuře.

Vůbec první fotografie byly černobílé. Každou fotografii barevnou lze však převést do černobílé a naopak. Fotografické barvy jsou vlastně teoretickou záležitostí a jsou stejně tak teoretické jako černo-bělost ve fotografii. Něčím se však černobílá fotografie od barevné odlišuje. Černobílá fotografie navozuje větší pravdivost a je více konkrétní. Ukazuje tak blíže a do hloubky svůj teoretický původ. Barevná fotografie zase představuje vyšší rovinu abstrakce. Nejen po divákovi se tak vyžaduje abstraktní myšlení a tím pádem vlastně změna od lineárního k abstraktnímu myšlení v obrazech. Fotografie nutí člověka přemýšlet a získávat nové prožitky.

Od klasického obrazu se fotografie liší tím, že je vždy fotografií něčeho, prezentací něčeho, přičemž tento vztah fotografie k něčemu má kauzální povahu. Fotografie zobrazuje člověka, který skutečně existuje, a vše, co lze vidět na fotografii také reálně existuje (hrozí ovšem záměna fotografie s realitou; pozn. autorky). Samotná fotografie je neviditelná.

Pro fotografii je charakteristické, že je statická, nehybná, nemá. Zato sekvenční fotografie v sobě začíná vyvíjet dynamičnost a dává vznik dynamickému médiu filmu. Médium fotografie je rozporuplné, neboť všechno ukazuje najednou, ale divák je fascinován i detailem.

### 3.2. Fotograf a jeho praxe

V rámci média fotografie nese přední význam jak foto-aparát a vůbec výběr vhodného fotoaparátu pro dané fotografování, dále člověk jako model/modelka pro toho kterého fotografa a pro plánovanou či stanovenou kompozici a téma, člověk může hrát i roli jako divák ve fotografickém prostředí a sociálním, informačním, nebo dokonce i virtuálním prostoru (například fotografování postavy člověk pro postavičky v počítačových hrách; pozn. autorky), tak samozřejmě – a mnohdy v hlavní roli, kdy na něm všechno závisí – sám fotograf (respektive fotografka), který současně zastává roli režiséra a scénáristy, neboť nejvíce ovlivňuje plán, průběh i finální výsledek.

Fotograf při své práci používá hned několik doprovodných pomůcek, které jsou obecně důležitou součástí fotografické praxe. Při každém fotografování by měl správný fotograf používat – s ohledem na výběr lokality, prostředí, počasí – stojan, externí blesk a několik odrazných ploch. To se týká především fotografování v exteriéru, které je technicky náročnější. V interiéru, respektive ateliéru postačí pro optimální kompozici a světelné podmínky prostřídat černé a bílé plátno jakožto dva druhy různého pozadí, ve spojení se stojanem pro fotoaparát, dodatečného světla (velké fotografické světlo, respektive lampa) a externího blesku, v neposlední řadě odrazných desek neboli ploch.

Prostředí, ve kterých má fotograf možnost fotit:

#### ➤ **Exteriér**

- fotografování venku (město, velkoměsto, ulice, uličky, zákoutí, nádraží a železniční koleje, hory, lesy, parky, vodopády, moře, pláže, auto – kabriolet, příp. jakékoli jiné přistavené venku)
- zapotřebí: stativ, odrazné clony / plochy, kryt na aparát, externí blesk
- vhodné zejména pro styl: street, industry, fashion, life-style

#### ➤ **Interiér**

- ateliér, obytné prostory, obchody / prodejny, hotelové pokoje
- zapotřebí: černé a/nebo bílé plátno (pozadí), světla (popř. externí blesk), stativ, odrazné clony / plochy (zlaté, bílé)
- vhodné zejména pro styl: glamour, akt/umělecký akt, beauty
- níže uvádím pohled do jednoho z ateliérů včetně foto-potřeb

a)



b)



S čím se setkává při fotografování úplně každý? Každý má co dočinění při každém svém fotografování s hloubkou ostrosti. Jedná se o stěžejní pojem pro fotografickou praxi. Opravdu každý pracuje s hloubkou

ostrosti při fotografování čehokoli, i když si to třeba nemusí ani uvědomovat, nebo není technicky zaměřen či dokonce technicky zdatný.

Hloubka ostrosti představuje základní výtvarný prvek. Znamená prostorovou ostrost „od – do“, jejíž hodnoty se mění podle nastavení clonového čísla. Hloubka ostrosti jakožto zostrující mechanismus spočívá v pohybu čoček v objektivu, které mají dosáhnout vykreslení kontrastního obrazu na snímáči, popřípadě na kinofilmu. Největší kontrast získáme tehdy, když jsou fotografované objekty vykresleny jako nejmenší plošky, lépe řečeno miniaturní body. Když se objekt zastaví, může fotograf fotit. Ve skutečnosti ale fotografuje nekonečně mnoho bodů – například krajinu nebo sportovní akce. V případě portrétu představuje středobod člověk.

Nyní si uvedeme základní pravidla pro práci s hloubkou ostrosti:

- Čím více cloníme (tzn. máme vysoké clonové číslo), tím vyšší je hloubka ostrosti
  - pro ostré pozadí i popředí zaostříme na stupnici objektivu „mezi“ a použijeme vysoké clonové číslo
  - pro vyzdvižení objektu zaostříme na objekt a použijeme malé clonové číslo
- Hloubku ostrosti ovlivňuje:
  - **ohnisková vzdálenost objektivu** (čím je ohnisko objektivu vyšší neboli větší, tím je hloubka ostrosti nižší neboli menší)
  - **clonové číslo** (nastavení vysokého clonového čísla způsobí vysokou hloubku ostrosti, nízké clonové číslo vyvolá naopak malou hloubku ostrosti)
  - **vzdálenost, velikost průmětny / snímáče, respektive filmu** (pokud je objekt blíže objektu, je hloubka ostrosti menší, je-li velikost snímáče menší, pak je hloubka ostrosti vyšší)
    - ✚ shrneme-li tyto aspekty do praxe, budou například dva sloupy od sebe vzdálené půl kilometru ostré (jedná se o normální záběr), kdežto v případě dvou objekty, které jsou od sebe vzdáleny jeden centimetr, bude jeden ostrý a druhý už rozostřený (zde byla použita technika makro)

### 3.2.1. Fotografické žánry

Existuje mnoho druhů a stylů pro fotografická témata, které lze navzájem kombinovat a pro která je zapotřebí vymezit je, popřípadě odlišit je od sebe. Nejširší záběr a největší důležitost připadá zejména portrétu. Portrétem rozumíme ořez obličeje toho, kdo je fotografován. Portrét je spojen především s člověkem. Jedná se o těsný ořez, který

zahrnuje detaily – oči, nos, rty, popřípadě vlasy nebo jejich část. Někdy může být vidět například šperk nebo část náhrdelníků, náušnice, pokrývka hlavy nebo její část, popřípadě další jiné doplňky. Vzhledem k tomu, že se jedná o snímek člověka, respektive ořezu obličeje, hovoříme o portrétu jako o nejintimnější kompozici ve fotografii. Portrét totiž jasně a zřetelně ukazuje obličej fotografovaného včetně odhalení všech jeho nedostatků (pleť, vady na tváři, vrásky, nedostatky líčení, atp.), zachycuje výraz a rozložení očí nebo mimický pohyb očí v určité jejich fázi.

Oči jsou nejdůležitějším médiem v případě portrétu. Vždy musí být ostré a nesmí být nikdy rozostřené. Hranice mezi obličejem a rameny potom zůstává neostrá a pozadí jako takové je většinou správně rozostřené. Portrét si klade vysoké nároky na světlo, proto je nezbytné, aby fotograf používal odrazné clony a čelní světlo. Mezi nejčastější kompozice při focení portrétu patří zachycení celé hlavy a snímání na výšku, což ve výsledku představuje klasické a zároveň nejméně atraktivní fotografie. Naopak za zajímavou kompozici je považována fotografie, která je focena na šířku spolu s netradičním ořezem. Co se tématu týče, pro portrét se zpravidla využívá detail, fotí se jak skupiny osob (například svatba), tak i například děti, přičemž focení dětí je velmi náročné.

Pro další vymezení a odlišení stylů fotografování si tedy nyní představíme jednotlivé žánry fotografování. Použijeme krátký výčet spolu s definicí a přehledným popisem:

#### ➤ **akt / decentní akt**

- art nude
- čistý akt člověka (popř. dítě, těhotná žena, dvojice osob)
- práce a hra se světlem, stíny, pozadím

#### ➤ **beauty**

- důraz na detail – oči, rty, ruce, nehty
- může být doplněno rekvizitami – například ovoce, tekoucí čokoláda, tekoucí barva / barvy, okvětní lístky růží
- zejména se týká portrétu (obličeje) a ukázání či vyzdvižení krásy / krásna

#### ➤ **body-painting**

- malování na tělo (stříbrné, různobarevné, ornamenty)
- využití pro plakáty, reklamu /např. otevření nového klubu/, ale i pro uměleckou tvorbu (např. téma bájných zvířat či bohů)

#### ➤ **fashion**

- focení módy
- důraz na styl oblečení, barvy a kombinace

- často se jako doplněk používají sluneční brýle a pokrývka hlavy, kabát s velkými knoflíky na sebe nebo do ruky, kabelka
- zaměření na detail vs. okolí
- focení probíhá zejména v prostředí moderních či prosklených budov, v moderních městech a velkoměstech; schody, zábradlí

### ➤ **glamour**

- zvýraznění krásy člověka
- důraz na krásu jako celek i zaměření na detail
- použití různých doplňků – šperky, perly, krajkové doplňky či oděvy, luxusní prádlo, plesové rukavičky, plesové boty, atp.
- pro fotografie je oblíbená a technicky vhodná zejména bižuterie

### ➤ **instustry**

- industriální a kontrastní styl focení (průmyslové rozhraní vs. člověk v odlišném oděvu vůči takovému prostředí)
- staré a opuštěné budovy, továrny, stará nádraží, železnice, koleje, mosty a zábradlí, průmyslové město
- oděv a barvy modela/modelky by měly přímo „křičet“ opakem

### ➤ **life-style**

- zaměření na životní styl určité věkové skupiny
- ukázání aktuálně módních oděvů, doplňků, wellness aktivit
- nalezneme zejména v módních a bulvárních časopisech

### ➤ **produktová (reklamní) fotografie**

- focení pouze produktů pro reklamní a obchodní účely – například alkohol (čisté focení daného produktu)
- focení produktu ve spolupráci s člověkem jako modelem – například focení oblečení pro e-shopy a/nebo katalogy (konkrétně se může jednat například o focení džín určité módní značky, a to vždy v závislosti na ročním období, nabídce a poptávce, s čímž souvisí informační hodnota produktu)

### ➤ **přírodní, romantický**

- focení přírody a přírodních aspektů v živé přírodě
- důraz na lehkost, romantiku, přírodní živly a přírodní okolí
- les, louka, park, lesopark, cesta k vesnici, stezka, skála
- řeka, potok, voda, vodopád, moře, pláž, písčiná poušť
- lavička, strom, zřícenina, socha, kaplička v lese, kašna
- zahrnuje všechna roční období – například i nevšední pojetí romantické sibiřské fotografie (model/modelka má na sobě



bílé a světle šedé oblečení, tenké šaty, kabát s kožešinou nebo je dokonce naboso v ranní mlze u zamrzlé řeky)

➤ **retro**

- využití prostředků / rekvizit z historie pro pohled a náhled zpět
- focení probíhá v současném / moderním prostředí
- hra barev, hra s obrazci (čtverce, kruhy, aj.) a jejich využití

➤ **street**

- pouliční fotografování, ležérní až kontrastní
- ulice, uličky, pouliční lampy, schody, zábradlí, zákoutí města
- fotografování v noci ve starých a úzkých uličkách
- rekvizity (např. deštník), barevnost (oblečení různých barev)
- konkrétně například dívka s cigaretou, focení v dešti, atd.

➤ **secese**

- art nouveau
- využití prvků secese – pozadí, doplňky, šaty, zahradní plody
- detaily – malebná stěna, ovoce v ruce i ve vlasech, slunečník

➤ **svatební šaty**

- téma svatby i zaměření na detail (například ruce a prstýnky)

➤ **šperky**

- focení samostatných / jednotlivých šperků (produkt)
- focení šperků na model-ovi/ce (včetně vizáže model-a/ky)
- například někteří zlatníci jsou profesionální fotografové šperků

➤ **topless**

- součástí kompozice je podhalení horní poloviny těla model-a/ky, což také souvisí s filosofickým tématem sociologie těla
- používá se zejména pro focení reklamního/firemního kalendáře

➤ **umělecký akt**

- art nude / akt člověka v tematickém pojetí
- s kulisami, rekvizitami, doplňky
- mohou se zde střídat styly – např. fashion, glamour, industry
- případně zaměření pouze na detail
- technicky náročná práce pro kompozici
- práce a hra se symbolikou
- práce a hra se světlem

### ➤ **UV-focení**

- focení aktu člověka, na jehož tělo se nanáší UV-barvy
- efektivní a nová forma umění ve fotografii

Kombinace stylů – například:

### ➤ **glamour-akt**

- v tomto případě se jedná o stylizaci aktu do stylu glamour, hovorově nebo jazykem fotografů bychom mohli říci, že jde o akt stylizovaný do glamouru a s pojmem glamour tak zacházet jako s normálním podstatným jménem

Možných kombinací výše uvedených různých stylů pro focení se nabízí mnoho. Vedle toho existuje fotografování například v bazénu, respektive akvaparku, a to v kombinaci například s retro stylem – v tomto případě by měl model/modelka ponořený do vody černé rockerské nebo punkerské oblečení se cvoky a černé mohutné boty. Zajímavé a nevšední je také focení spojené s přírodou, kdy se fotograf věnuje fotografování kamenů, kterým dodává duši, hlas, zvuk a magickou fascinaci. Nadto lze aktuálně uvést focení vánoční tematiky – například focení s vánoční mašlí, která se v tomto případě stává dominantou celé fotografie a umění.

### **3.3. Existuje dobrá a/nebo špatná fotografie?**

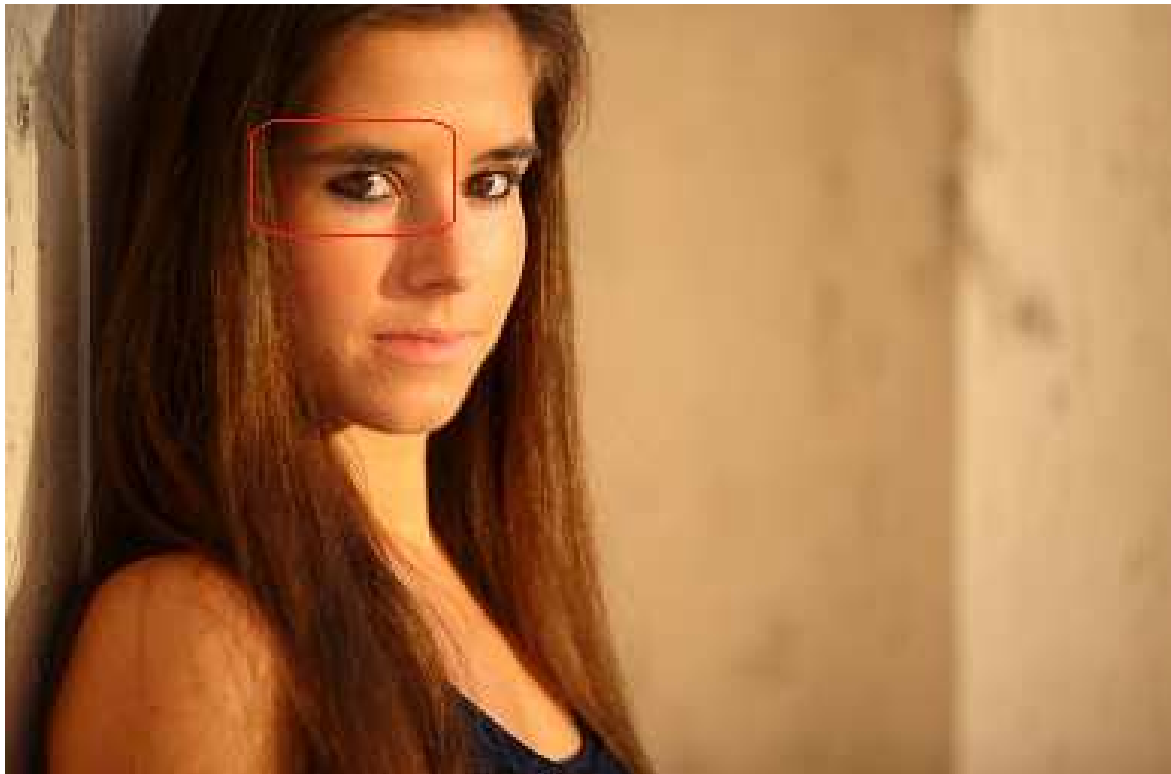
Tak, jako probíhají nesčetné diskuze o knihách, filmech, nebo také například o módě, polemizují lidé o dobrých a špatných fotografiích. V podstatě lze prohlásit, že neexistuje špatná fotografie, protože i ta „špatná“ fotografie může dost dobře posloužit a sloužit jako dobrý příklad. Vždy lze hovořit pouze o „chybě“, a to většinou ze strany fotografa, který zastává vlastně roli režiséra – pracuje s modelem, se světlem, fotografickými pomůckami nebo rekvizitami, tudíž ovlivňuje celou hru fotografických aspektů a dění v daném, většinou předem stanoveném či dohodnutém prostoru, respektive prostředí, tedy v rámci vymezeného rozhraní, a samozřejmě v určitém čase.

Nejčastější chyba vzniká při fotografování portrétu, a sice, že jedno oko zůstane neostré. To je zásadní a viditelná chyba, neboť obě oči mají být ostré – levé oko má být stejně ostré jako pravé. Pokud je jedno oko neostré, je potom špatný celý snímek, a ten už nevrátíme zpět – v daném prostoru a čase. Jako konkrétní a reálný příklad z vlastní zkušenosti na případu fotografování portrétu. Focení se uskutečnilo v Praze v lokalitě u Vltavy v odpoledních hodinách, přesněji dne 2.10.2011, v čase 17:35 hodin, kdy se toho dne v tuto dobu již schylovalo k západu slunce a fotograf neměl mnoho šancí vyrovnat světelný rozdíl a dotáhnout práci

s hloubkou ostrosti. Chyba, která vznikla ze strany fotografa a kterou dodatečně opravit již nelze, se fotografovi odhalila až na velkém monitoru.

Obr. (fotograf: Tomáš Pauko, modelka: Katrin Vodrážková):

c)



d)



## Literatura:

AUMONT, Jacques. *Obraz*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2005. ISBN 80-7331-045-7.

CASETTI, Francesco. *Filmové teorie 1945-1990*. Praha: AMU, 2008. ISBN 978-80-7331-143-8.

DELEUZE, Gilles. *Film 1. Obraz-pohyb*. Praha: Národní filmový archiv, 2000. ISBN 80-7004-098-X.

ENGELL, Lorenz. *Tasten, Wählen, Denken. Genese und Funktion einer philosophischen Apparatur*, in: *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Fischer: Frankfurt/M., 2003. s. 53–77. ISBN 978-3-8376-1486-2.

FLUSSER, Vilém. *Do universa technických obrazů*. Praha: OSVU, 2001. ISBN 80-238-7569-8.

FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Praha: Hynek, 1994. ISBN 80-85906-04-X.

*CS FOTOgrafie*. 07 / 2011. Praha: SEND, datum publikování. ISSN 1804-5200.

KOL.AUTORŮ. *Dějiny fotografie*. TASCHEN: Köln, 2010. ISBN 978-3-8365-2563-3.

*FotoVideo*. 10 / 2011. Praha: ATEMI, datum publikování. ISSN 9-771213-855008.

LUHMANN, Niklas. *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997. ISBN 978-3-51828-903-7.

METZ, Christian. *Imaginární signifikant. Psychoanalýza a film*. Praha: Český filmový ústav, 1991. ISBN 80-7004-064-5.

ZIEMANN, Andreas. *Soziologie der Medien*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2006. ISBN 978-3-89942-559-8.

Poděkování za spolupráci fotografům:  
Kateřina Hubová (alpyn fotostudio)  
Tomáš Pauko (exteriéry)