

# VIZUALITA V MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI: TÉMATA, PŘÍSTUPY A SOUVISLOSTI

## // **Visuality in Mediated Communication: Topics, Approaches and Contexts**

**Hanka Sládková**

FSV UK Praha

### ABSTRACT

*The text sums up topics connected with visibility and its role in communication, as described in contemporary professional journals. The context and themes that preceded and constituted the field known as visual studies or visual culture studies are briefly mentioned as well as the themes of early 21st century texts. The texts from mid-2000s shift to more particular subjects of visibility (convergence of different media, visual contents and meanings, design and patterns used in visual media) while the most recent texts focus on the wider context of visibility potential and its possible influence on society (visual means establishing identity, visual hyperreality, stereotypes, manipulation etc.). The summary, comparison and context of the texts on visibility and recapitulation of their thematic agenda should allow us to define the scope and other important features of the debate.*

### KEY WORDS

*visibility – visual content – picture – pictorial – media – visual communication*

*Vizualita, vizuální kultura a vizuální studia jsou pojmy, které v českém prostředí ještě stále hledají svou pozici v rámci humanitních a společenských věd, upřesňují svůj okruh témat a přístupů ke zkoumání vizuality a vizuální roviny komunikace. Jak dokládá následující text, situace v zemích, kde je vizuální kultuře věnována rostoucí pozornost už přes 20 let, není příliš odlišná. Šíře kontextu, v jakém lze vizualitu interpretovat a v jakém je přístup od přístupu vnímána, je zřejmá i z poslední publikace, která zatím k vizuální kultuře v České republice vyšla, *Studia vizuální kultury* od autorky Marity Sturkenové a Lisy Cartwright (Sturken – Cartwright 2010).<sup>1</sup> Vizuální obsahy jsou tu vysvětlovány v souvislosti s výtvarným uměním (které vzhledem k technologiím spojeným s jeho produkcí i recepcí častěji přejímá označení vizuální umění), mediálními studii a teorií kultury, a zejména prostřednictvím konceptů klíčových teoretiků, kteří se otázkám a problémům spojeným s vizuální sférou věnovali a věnují.<sup>2</sup> Při studiu vizuální kultury se tak střetávají sociologie, filosofie, teorie umění,*

1 Recenze publikace *Studia vizuální kultury* – viz *Mediální studia* 2011/01 (pozn. ed.).

2 Theodor Adorno (Sturken – Cartwright 2010: 188); Roland Barthes (Sturken – Cartwright 2010: 27); Jean Baudrillard (Sturken – Cartwright 2010: 313); Walter Benjamin (Sturken – Cartwright 2010: 202); John Berger (Sturken – Cartwright 2010: 14); Guy Debord (Sturken – Cartwright 2010: 245); Jacques Derrida (Sturken – Cartwright 2010: 118); Umberto Eco (Sturken – Cartwright 2010: 448); Michel Foucault (Sturken – Cartwright 2010: 102); Jürgen Habermas (Sturken – Cartwright 2010: 253); Stuart Hall (Sturken – Cartwright 2010: 81); Jacques Lacan (Sturken – Cartwright 2010: 137); Erwin Panofsky (Sturken – Cartwright 2010: 354); Charles Sanders Peirce (Sturken – Cartwright 2010: 37); Slavoj Žižek (Sturken – Cartwright 2010: 257) ad.

teorie kultury, antropologie, psychologie, estetika, kritika, sémiotika a mediální studia.<sup>3</sup> Zatímco na počátku 21. století byl předmětem zájmu samotný obrat k vizualitě a obrazovým sdělením, jeho konstatování a pojmenování průvodních souvislostí, příčin a možných důsledků (Jay 2002; Mitchell 2003; Mirzoeff 2002),<sup>4</sup> po roce 2005 se pozornost přesunula spíše ke konkrétním aspektům vizuality a její role pro fungování společnosti (např. Drechsel 2010; Hohl 2009; Najjar 2007). Cílem tohoto textu je pojmenovat přístupy a tematické okruhy spojené s vizualitou v komunikaci a zjistit tak, jak se uvedené obory prolínají s mediálními studii.

Už v roce 1997 vyšel v České republice sborník textů vybraných Ladislavem Kesnerem *Vizuální teorie* (Kesner 2005<sup>5</sup>), jeho vydání následoval o deset let později sborník *Možnosti vizuálních studií* editorů Marty Filipové a Matthewa Rampleye (Filipová – Rampley 2007). V roce 2004 Miroslav Vojtěchovský formuloval otázku, kterou řešila řada článků zahraničních odborných periodik, když v textu *Vizuální studia: Nový multidisciplinární obor, nebo pavěda* definoval, shrnul a rovnou také zpochybnil předmět dosavadního zkoumání vizuálních studií (Vojtěchovský 2004).<sup>6</sup> Možnost interpretace vizuálních sdělení označil za složitou<sup>7</sup> a přístupy, jež se zkoumáním vizuality zabývají, zhodnotil jako zaměnitelné.<sup>8</sup> S vizuální kulturou ve stávající podobě se v roce 2007 „rozloučil“ i James Elkins. Jeho kritika se vztahovala především na skutečnost, že přestože se vizuální studia snaží interpretovat veškeré vizuální objekty, zůstává jejich rámec velmi omezený. Nejčastěji

3 Výčtu oborů odpovídá i přehled textů zabývajících se vizualitou ve spojení s komunikací, které vyšly v posledním desetiletí v odborných periodících, jejichž výčet bude následovat.

4 Texty (publikace, články i příspěvky určené pro konference) vzniklé do roku 2005 jmenují Keith Kenney a Sandra Moriartyová ve *Visual Communication Bibliography*. Tento soupis vytvořili ve spolupráci s akademiky, které oslovili, a následně v *Taxonomy of Visual Communication and a Bibliography* provedli vyhodnocení obsahu těchto textů a vytvořili strukturu (a vyčíslili frekvenci) jejich témat a východisek, resp. výchozích oblastí a přístupů, které jsou určující pro jejich zaměření a metodu (Kenney – Moriarty 2005). 12 kategorií rozděluje dále do podkategorií a v rámci podkategorií dále podle jednotlivých konceptů.

5 2. vydání textu.

6 Zabývá se otázkou, jsou-li vizuální studia „parazitujícím oborem příbuzných věd, nebo naopak studium těchto věd spojují a prohlubují“, a řeší, „proč se vlastně máme studiem vizuality zabývat“ (Vojtěchovský 2004: 14).

7 „Studium společenských vazeb vizuální řeči i podpovrchových významů vizuální formy v sobě musí zahrnovat ještě mnohem širší okruhy, než jak si je představujeme i u té oblasti kritiky a interpretace uměleckého díla, která se soustřeďuje na běžné otázky recepce a vzniku významu vizuálního sdělení a v procesu adopce i na sociologii umění.“ (Vojtěchovský 2004: 17).

8 „Termín ‚vizuální kultura‘ v umělecko-historickém textu použil poprvé roku 1972 Michal Baxandall ve své práci *Malířství a zkušenost v Itálii 15. století*, avšak jako disciplína se tento obor objevil až koncem 80. a počátkem 90. let. [...] Vizuální studia – nejmladší z frekventovaných termínů se objevuje v odborné literatuře ze dvou zdrojů. Jednak na počátku 90. let v rámci názvu studijního programu Vizuální a kulturní studia na prestižní University of Rochester, o pár let později ho pak použil jeden z nejrespektovanějších odborníků na korelace obrazu a textu W. J. T. Mitchell pro vyjádření průniku několika významných oborů – dějin umění, kulturologie a literární teorie – do jednotného směru, který ve vazbě na ‚obrat ke kultuře‘ z počátku 2. poloviny 20. století nazval ‚obratem k obrazu‘. V zásadě se ale dá říci, že podobně jako v Rochestru začali i na dalších akademických pracovištích používat tento nový termín jako opis zejména proto, aby se vyvarovali přílišného zahlušení ‚vizuální kultury‘ sociálními aspekty na úkor všech ostatních okruhů, které v sobě vizuální studia spojují. Protože ale není podle mého názoru nějaký rozlišitelný rozdíl mezi náplní a významem pojmů vizuální kultura a vizuální studia, domnívám se, že není nutno je stavět proti sobě a že by bylo rozumné je používat substitutivně podle toho, jednalo se o subjekt pozorování (kultura) nebo o soubor metod (studia).“ Jejich význam ale vnímá podobně jako ostatní teoretici: „Vizuální studia by (v umělecko-historických a společenských vědách) aktuálností svých problémů měla působit jako katalyzátor, jako syntetizující [...] element.“ A shrnuje také posun od analýzy „vzájemných relací mezi obrazem a textem, mezi obrazem a společensko-kulturními institucemi“ k „vyčerpávajícímu výzkumu měnících se rolí obrazu v masmediální kultuře se specifickým důrazem na uměleckohistorické a kulturologické aspekty kódování, interpretace i dešifrování významu v moderních mechanických a interaktivních médiích“ (Vojtěchovský 2004: 27).

zkoumaná témata, jako „politický kontext obrazu, způsob jeho vytvoření a jeho funkce ve společnosti“, podle něj nevyčerpávají potenciál vizuálních studií (Elkins 2007: 244).<sup>9</sup> Negativně také zhodnotil, na jak omezenou část humanitních věd se vizuální studia zaměřují a jak málo pozornosti věnují nehumanitním oborům (Elkins 2007: 243). Součástí stejného sborníku přitom byly i texty Ladislava Kesnera, *Obrazy a modely ve vědě a medicíně* (Kesner 2007), a J. B. Harleye, *Mapy, vědění a moc* (Harley 2007), věnované přírodním a technickým oborům. Elkins zaměření vizuálních studií zpochybňoval už v roce 2003, když v rekapitulaci svého „skeptického úvodu“ ke knize *Vizuální studia* ironicky vyjmenoval vizuální objekty, které už byly pod hlavičkou vizuálních studií rozebírány (bójky, krajky, bonbóny, formuláře, mapy, suvenýry, kýče atd.) (Elkins 2003: 34; Elkins 2007: 246). Samotná možnost interpretace zjevných obsahů obrazů<sup>10</sup> ale podle Elkinse zůstává neřešena a vizuální stránka sdělení nebo objektu je interpretována jen tam, kde se jeví jednoznačně, zapadá do politického, společenského, genderového nebo uměleckého rámce, nebo ji lze zasadit do teoretických nebo empirických souvislostí. Přestože se v současnosti i vzhledem ke směřování technologického vývoje pozornost vizuálních studií posouvá k praktickému využití vizualizace,<sup>11</sup> souhrn témat a postupů textů věnovaných vizualitě, který je předmětem této práce, Elkinsovy závěry v mnoha ohledech dokládá.

## 1. Vzorek a metoda

Nevyhraněnost zdrojů a metod spjatých s vizuální oblastí, resp. přesah napříč humanitními, společenskými a uměleckými vědami vychází ze samotného chápání vizuality a její role pro zmíněné oblasti. Záběr zaměření periodik, z nichž následující analyzované texty pocházejí, je proto stejně široký. Jednak to jsou časopisy zaměřené na vizuální komunikaci a kulturu jako takovou – *Visual Communication; Journal of Visual Culture*; věnovaná mediální komunikaci – *Journal of Communication Inquiry; Media, Culture and Society; European Journal of Communication; The International Communication Gazette; Cultural Studies – Critical Methodologies; Convergence; Television and New Media; Journalism*; i specifickým oblastem mediální komunikace, jako např. *Marketing theory, Organization; Media, War & Conflict*, ale také periodika věnovaná vzdělání, jako například *Arts and Humanities in Higher Education*, nebo psychologii – *American Behavioral Scientist*. Periodika jsou vzhledem k předmětu práce vybírána z databáze nakladatelství SAGE,<sup>12</sup> kde vyšla řada klíčových textů z oblasti vizuální kultury.

Cílem textu je pojmenovat a typologizovat aktuální témata spojená s vizualitou, výběr textů je proto omezen na období posledních pěti, respektive deseti let (kvůli možnému naznačení posunu tematických okruhů). Některé starší texty jsou zařazeny kvůli kontextu vývoje témat, ale jsou zmíněny jen okrajově (např. Fischman 2001; Mirzoeff 2002; Mitchell; Natharius 2004),<sup>13</sup> stejně jako několik textů, jež se vizuality dotýkají jen vzdáleně nebo v příliš specifických souvislostech (Bartram 2004; Cooper 2006; Dauphinée 2007; Housley 2009; Giddings 2010), z výběru byly vyřazeny texty, které se týkají vizuality, ale

9 V textu shrnul různé pohledy na oblast vizuální kultury a systém jejího studia.

10 Což je pro Elkinse nejdůležitější problém spojený s vizualitou.

11 Např. oblast zpracování dat, možnosti manipulace a vlivu technologií na percepci vizuálních sdělení apod.

12 Vydává odborné knihy a periodika (dostupné on-line) z oblastí humanitních, sociálních, technických a přírodních věd a medicíny. Výběr vychází ze zaměření periodik, jejich čtenosti a dostupnosti v českém prostředí.

13 Texty starší než z roku 2000 uvedeny nejsou. Např. Shields 1990 nebo Lalvani 1990.

nikoli v souvislosti s komunikací.<sup>14</sup> Shrnutí je na padesát textů, přes třicet nebylo do výběru zařazeno.<sup>15</sup>

Vedle formulování témat, přístupů a pozice vizuálních studií, tedy abstraktních teoretických úvah na téma samotného vymezení postavení vizuality ve společenských vědách, se od poloviny první dekády 21. století objevuje pestré spektrum konkrétních témat, která se vizuality a jejích komunikačních možností dotýkají. Jsou to: percepce vizuální sféry (Roth 2009; Almeida 2009); vizuální stránka výtvarného umění (Castañeda 2009) a kulturní aspekty její proměny; vliv televizní kultury na představitost, mimiku, gestiku a její změny v důsledku vizuálního zprostředkování (Rolling 2007); vizuální diskurz válečného zpravodajství – vizuální typizace, stereotypy (Mellor 2009; Parry 2010; Fahmy 2010); vizuální rovina senzačních zpráv, její vliv na emocionální charakter zpravodajství (Uribe – Gunter 2007); kontrola vizuální složky mediálního obrazu a hyperrealita (Popp – Mendelson 2010; Glynn 2009; Goodnow 2010); vizuální prostředky vytváření identity (Najjar 2007; Siibak 2010); ustálené vzorce vizuální komunikace, účinky fotografie a důsledky proměny významu vizuálních prvků pro společnost v souvislosti s technologickými změnami (Andermann 2010; Lister 2007); vizuální stránka rámování událostí, vytváření a přejímání reality na základě vizuálních sdělení (O'Halloran 2008; Siibak 2010); výzkum vizuálních prvků a prostředků mediální komunikace (Pauwels 2010); vizuální vs. fyzická sféra (Hohl 2009); 3D charakter reality (Wojcieszak 2009); konvergence, prolínání vizuálních studií s filmovou vědou (Cartwright 2002); role vizuálních studií a umění v humanitních vědách apod.

Texty, které se k vizualitě vztahují a jejichž přehled bude následovat, je možné rozdělit na ty, jež se soustřeďují na vizuální sdělení samotné, a to buď na jeho význam, nebo na jeho užití (v politické komunikaci, občanské žurnalistice), a na ty, které řeší vztah vizuální a verbální složky sdělení. Další typ textů má povahu metatextů a řeší způsoby výzkumu vizuální komunikace. Posledním druhem textů jsou ty, jež mají aplikovanou či normativní povahu, věnují se vizuální gramotnosti nebo hledají oborové zarámování vizuality nebo vliv technologií na vizuální kulturu – viz tabulka 1. Přístup k tématu je deskriptivní a syntetický, většina textů totiž propojuje více okruhů nebo východisek,<sup>16</sup> kategorizace témat a metod přesto naznačuje zaměření a směřování vizuálních studií.

---

14 Mezi nezařazenými texty jsou např. Turner 1999; Amoore 2007; Druick 2009; Gournelos 2009; Roth 2009; Andermann 2010; Gómez-Barris 2010..

15 S tématem vizuality souvisely jen zcela okrajově. Zařazeno nebylo také téměř dvacet textů recenzí knih, které se k vizualitě v komunikaci vztahují.

16 Takové texty jsou řazeny k okruhu, k němuž se vztahuje jejich základní myšlenka, přesahy k dalším okruhům jsou ale zmíněny.

tabulka 1: Rozdělení vybraných textů podle východisek a zaměření

zaměření	východiska	texty	
vizuální sdělení – užití	interpretace vizuálních obsahů	Mellor 2009	
		Andén-Papadopoulos 2008	
		Parry 2010	
		Fahmy 2010	
		Uribe – Gunter 2007	
		Popp – Mendelson 2010	
		Glynn 2009	
		Goodnow 2010	
		Cooke 2005	
		Frosh 2011	
▼		Broersma 2010	
		Coleman 2007	
vizuální sdělení – význam		Wardle 2007	
		Siibak 2010	
▼		Lister 2007	
vztah obrazu a textu		Mendelson – Wolf 2009	
	▼	přesah do dalších humanitních oborů	Najjar 2007
vizuální sdělení – užití	▼		Cooper 2006
	▼	výzkum nástrojů vizuálních studií	Bal 2005
vizuální gramotnost		Hohl 2009	
		Giddings – Kennedy 2010	
		Banet-Weiser – Gray 2009	
	▼		Zwick – Dholakia 2006
		přesah do dalších humanitních oborů	Castañeda 2009
	▼		Housley 2009
		interpretace vizuálních obsahů	Chouliaraki 2008
			Cyphert 2004
	▼		Wojcieszak 2009
	výzkum vizuální komunikace		Drechsel 2010
		Rolling 2007	
		Roth 2009	
		Almeida 2009	
		výzkum nástrojů vizuálních studií	O'Halloran 2008
▼			Buckingham 2009
		přesah do dalších humanitních oborů	Pauwels 2010
▼		▼	Pauwels 2005

## 2. Vizuální sdělení: význam

Nejčastějším<sup>17</sup> typem textů je interpretace vizuálních obsahů, konkrétně fotografie. Martin Lister popisuje několik rovin interpretace fotografických obrazů. Zabývá se významy fotografií a hyperrealitou, kterou obrazová sdělení zprostředkovávají a vytvářejí. Ptá se, kdo jejich prostřednictvím vytváří obraz reality a nakolik tento obraz odpovídá skutečnosti. Lister propojuje teoretičtější otázky s technologickými (Lister 2007).<sup>18</sup> Vývoj vizuality zkoumá v souvislosti s proměnou fotografie a rozebírá odlišné postoje k její roli a k jejímu významu.<sup>19</sup> Upozorňuje, že fotobanky a databáze rozhodují, které obrazy zůstanou zachovány, stírají rozdíly mezi významy a zbavují fotografie kontextu a sdělení. V této souvislosti se zamýšlí nad tím, jakou hodnotu má vizuální informace v informační společnosti,<sup>20</sup> kde už není závislá na fyzickém médiu. Přestože lidé stále žijí ve fyzickém světě, a nikoli v informačním konstraktu, prostřednictvím vizuality se mu podle Listera stále více přibližují (Lister 2007: 266).

Nejpoužívanějším přístupem k vizuální stránce mediální produkce je ve sledovaných textech obsahová analýza (viz dále). Rodrigo Uribe a Barrie Gunter zkoumají úlohu vizuální části sdělení v souvislosti s proměnou formátů a jejich zpracování – vizuální prostředky bulvárních obsahů sledují v britském tisku (Uribe – Gunter 2004)<sup>21</sup> i v televizním vysílání (Uribe – Gunter 2007). Obsahová analýza britského televizního zpravodajství posuzuje atributy utváření zpráv a rozebírá sledovanost ve vztahu k emocionálním obsahům pořadů.<sup>22</sup> Odlišuje přitom vizuální prostředky od verbálních a zvukových, které je třeba analyzovat důsledně odděleně kvůli způsobům, jakými jsou používány. Proměnou užívaných vizuálních prostředků se zabývá také Claire Wardleová. Prostřednictvím kombinace obsahové analýzy konkrétních fotografií a kvantitativní analýzy nejobvykleji používaných vizuálních vzorců zkoumá vývoj vizuální reprezentace únosů a vražd dětí v americkém tisku ve 30., 60. a 90. letech 20. století (Wardle 2007).<sup>23</sup> Hodnocení provádí jen na základě obrazového materiálu, aby podpořila tvrzení, že obrazy jsou klíčové pro naše vnímání okolního světa, vytváření významů a komunikaci. Také se, podobně jako řada dalších autorů, zabývá možností objektivitu a „pravdivého“ zobrazení skutečnosti. Sílu a význam fotografií odvozuje z jejich dvojího působení – *denotativního*<sup>24</sup> a *konotativního*.<sup>25</sup> Realitu tak jednak zobrazují a jednak vytvářejí (Wardle 2007: 266) – jak dokládá texty dalších

17 Více než polovina konkrétních textů (viz 1.2.) a více než čtvrtina všech zařazených textů: Almeida 2009; Andén-Papadopoulos 2008; Broersma 2010; Coleman 2007; Cooke 2005; Drechsel 2010; Glynn 2009; Lister 2007; Mendelson – Darling-Wolf 2009; Popp – Mendelson 2010; Uribe – Gunter 2004; Wardle 2007.

18 Jako např. permanentní přítomnost fotoaparátů způsobená používáním nových typů médií, do nichž je aplikace fotoaparát vestavěna.

19 Zmiňuje myšlenky Paula Froshe, podle něhož obchod s vizuálními obsahy společně s televizními obrazy vytváří vizuální prostředí a aktualizuje definici fotografie Rolanda Barthesa jako „sdělení bez kódu“, když současné fotografie označuje za „kódy bez sdělení“ (Lister 2007: 262).

20 Interpretuje názory N. Katherine Haylesové, podle níž se s růstem důležitosti informací forma informace stává významnější než její obsah – reprezentace u vizuální informace (Lister 2007: 263).

21 Výzkum potvrzuje růst poměru vizuální složky vůči textové.

22 Např. záběry obětí živelných pohrom, zbrání nebo agrese, ale také záběry oslav, šťastných úsměvů a objetí.

23 Jedním ze závěrů studie je, že se zájem posunul od fotografií policejního zákroku a dopadení pachatelů k fotografiím rodiny obětí, což podle Wardleové musí znamenat i posun v samotném vnímání násilných trestných činů a jejich pachatelů (Wardle 2007: 280).

24 Zobrazují skutečný život.

25 Upevňují kódy, symbolické systémy a významy.

teoretiků<sup>26</sup> i vlastní analýzou. Růst počtu a změna charakteru fotografií se podle ní neodvíjí jen od technologického vývoje, ovlivňují je podobné faktory jako textovou část zpravodajství, které plynou z proměny charakteru kultury jako takové.<sup>27</sup>

Odlíšným tématem týkajícím se významu vizuálního sdělení je vizuální stránka identity a sebe prezentace prostřednictvím sociálních sítí, již se zabývá ve svém článku Andra Siibaková (Siibak 2010). Na základě kvantitativní obsahové analýzy zkoumá profilové fotky on-line komunity<sup>28</sup> a zabývá se profily jejích členů a vytvářenými on-line obsahy jakožto součástí identity, životního stylu a vztahů mladé generace. Shrnuje starší studie k tématu on-line identity i genderové stereotypy vizuálních sdělení a soustředí se na důvody a způsoby sebe prezentace uživatelů webových stránek Rate,<sup>29</sup> které mají v Estonsku značnou popularitu.

### 3. Vizuální sdělení: užití

Většina textů se zaměřuje na užití vizuálních sdělení, nejčastěji na využívání obrazů v politické komunikaci. V textech Kevina Glynn a Trischy Goodnowové je to konkrétně boj o politickou moc (Glynn 2009; Goodnow 2010). Glynn se zabývá tím, jakou roli hrála vizuální sdělení ve vládní politice George W. Bushe – klíčovým bodem jeho kampaně i vlády byla totiž kontrola a management mediálních obrazů. Při analýze těchto vizuálních sdělení se zaměřuje na odlišné přístupy uplatňované internetovými médii, nenasovým tiskem a mainstreamovými médii.<sup>30</sup> Hlavním předmětem jeho zájmu a analýz je válečné zpravodajství a hodnocení mediálního pokrytí války v Iráku. Goodnowová provádí sémiotickou analýzu fotografií Barracka Obamy a Hillary Clintonové, jež ve fotoesejích věnovaných oběma osobnostem uveřejnil během prezidentské kampaně v roce 2008 časopis *Time*, a poukazuje na odlišný způsob prezentace obou kandidátů i na vliv, jež na podobu fotografií má předpokládané očekávání čtenářů.

Úloha vizuální stránky sdělení při manipulování emocemi diváka je tématem textu Nohy Mellorové, v němž autorka shrnuje různé přístupy analyzující způsob vizuálního zprostředkování války a s ní spojeného utrpení, např. estetizaci ad. (Mellor 2009). Srovnání pokrytí války v Iráku arabskými a západními médii podle Mellorové poukázalo na význam etického přístupu ke zprostředkování utrpení zpravodajskými médii. Mellorová jmenuje i výsledky dalších analýz vizuálních a narativních aspektů informování o válce, které se objevují

26 Sontagová 1977; Barthes 1977; Zelizer 1995.

27 Téma obrazů násilí rozebírá ale například i text Elizabeth Dauphinéové, který vyšel v periodiku *Security Dialogue*. Vizualita je tu chápána jako klíčový prostředek zprostředkování smyslových vjemů – bolesti a utrpení, válečných zkušeností jiných (Dauphinée 2007).

28 Jedná se o komunitu, jejíž název Siibaková překládá jako „Damn, I am beautiful“ – v originále „Klubi AINULT, ilusatele inimestele. Sisemise ilu jutuga minge Said kinga? Tuff luck!“ (Siibak 2010: 420).

29 Členové/uživatelé stránek vzájemně hodnotí atraktivitu svých profilů, jejichž klíčovou složku tvoří právě fotografie.

30 Rozebírá, jak se kampaň promítla do zpravodajských i nezpravodajských televizních pořadů – seriálů a show a při jejich sdílení a parafrázování na internetu. Prezidentskou volbu označuje Glynn za souboj spektaklů. Mediální strategie (distribuce mediálních obrazů) tvoří hlavní složku kampaně, kterou podle něj dokázala Bushova administrativa vést mimořádně systematicky. Na konkrétních kauzách dokládá dynamiku vzájemného vztahu příběhů a spektaklů, jež se podle něj vzájemně doplňují a stimulují, a v souhrnu tak pojmu veškeré myslitelné kontexty (filmové zpracování, podpora popových hvězd apod.) i paralely s historickými událostmi (Glynn 2009: 225–227).

v médiích.<sup>31</sup> Také text autorů Mohameda Zayaniho a Muhammeda Ayishe (2006) se zabývá mediálním pokrytím pádu Bagdádu panarabským satelitním vysíláním a novinovým zpravodajstvím a také oni docházejí k závěru, že arabská média prostřednictvím vizuálních prvků zjednodušují pro- a proti-sadámovské dělení naprosto v souladu s převládajícím globálním mediálním pokrytím. V jiném smyslu zjednodušující je způsob estetizace války, jež zkoumají autorky Lilie Chouliarakiová a Nahawand Al Qadriová.<sup>32</sup> Obrazy škod a utrpení jsou podle nich v západních i arabských médiích pojímány z hlediska obrazové, nikoli informační hodnoty. Postup západních médií autoři zdůvodňují zaběhnutými mediálními strategiemi, které znemožňují objektivní válečné zpravodajství.

Možnosti pravdivosti a objektivity novinářského sdělení (a jeho vizuální části) se zabývá Marcel Broersma (Broersma 2010).<sup>33</sup> Mocenský diskurz a využití vizuality v politické komunikaci zahlcené obrazy rozebírá Paul Frosh (Frosh 2011). Shrnuje teoretický rámec tématu moci zprostředkované pohledem a obrazy; a přístup už klasických autorů (Lippmann, Foucault, Debord, Berger, Ricouer, Mitchell ad.) doplňuje výkladem vizuálních metafor (Frosh 2011). Využití i hodnocení vizuálních sdělení v politické sféře má, bez ohledu na dílčí odlišnosti nebo východiska konkrétního autora, podle Froshe poměrně jednotný přístup, který vizuální složce komunikace přikládá klíčový význam. Přestože širší pojetí vizuálních metafor sahá od reprezentace až k metakonceptům, téma zkoumání obrazů i jejich tvůrců a diváků stále zůstává důsledně oddělováno a převažujícím způsobem čtení zůstává sémantická analýza.

S tímto okruhem souvisí také téma vizuality v principech občanské žurnalistiky – tedy žurnalistiky zdůrazňující demokratické principy a občansky aktivní přístup. Text Renity Colemanové rozebírá obrazové prostředky, které uplatňují grafičtí designéři a fotografové zpracovávající témata a materiály, jež vycházejí z tohoto úzce provázaného vztahu mezi novináři a občany (Coleman 2007). Colemanová se snaží na základě hloubkových rozhovorů s fotografy a designéry odpovědět na otázky, jakou roli má hrát design a fotografie v občanské žurnalistice (zapojení občanů do žurnalistiky) a jaké konkrétní prostředky využívají fotografové a designéři k tomu, aby upozornili na určitá témata, vyvolali diskusi a aktivitu občanů. Jako jeden z hlavních problémů vidí autorka ignorování možností vizuální stránky sdělení a používání stále stejných postupů užití fotografií a grafického designu.

31 Zajímavá je informace, kterou Mellorová přebírá od Mohameda Shoumana, že panarabské noviny čerpají většinu fotografií ze zpravodajských agentur (AFP, Reuters a AP) – přestože jsou zkrslující a některé události a skutečnosti naprosto ignorují, k vyvolání sympatií k iráckému civilnímu obyvatelstvu naprosto postačují. Srv. Shouman 2005; Mellor 2009: 410.

32 Chouliarakí 2006; Al Qadri, Nahawand. 2004. "A Preliminary Reading in the Coverage of the War on Iraq" in *Al-Ithaaat al Arabiya (ASBU bulletin)*, 1. (dostupný pouze v arabštině, cituje z něj Nahawand Al Quadri).

33 Broersma považuje za překvapivé, že i přes informovanost a zkušenosti s mediálními sděleními a nemožnost objektivního zprostředkování skutečnosti se stále předpokládá, že žurnalistické výstupy a veřejná prohlášení (– jejich vizuální záznam) jsou pravdivá. A nejen že tak jsou vnímána širokou veřejností, ale požadavek pravdivosti se objevuje i u některých autorů – Broersma uvádí práci Nicka Daviese a Jorise Luyendijka, kteří ve svých knihách kritizují žurnalistiku za neschopnost přesného zprostředkování sociální reality. Pravdou a skutečností je přitom mediální interpretace reality, k té se veřejnost vztahuje, na tu reaguje. Odůvodnění, že se tak děje nikoli kvůli charakteru interpretovaných skutečností, ale kvůli samotné formě sdělení a interpretace reality – žurnalistickému stylu, a kvůli odůvodňování přesvědčovacího charakteru diskurzu profesionální rutinou a zvyklostmi, je podle Broersmy pouhou výmlouvou, která má maskovat subjektivní ráz zpravodajství, které je vždy výběrem a výkladem jednotlivců. Na základě dalších textů zpochybňuje také možnost objektivního a vyváženého válečného zpravodajství a zpravodajství z nedemokratických zemí (Luyendijk). Pochopení limitů a způsobů žurnalistické práce je možné pouze tehdy, bude-li vnímána nikoli jako diskurz popisu, nýbrž jako diskurz přesvědčování. Cílem je přesvědčit čtenáře a diváky o tom, že předkládaná sdělení jsou pravdivá. Broersma redefinuje žurnalistiku jako diskurz ovlivňování veřejného mínění, které má moc přesvědčit diváky, že jeho interpretace sociálních skutečností je oprávněná.



Třetí plochy, s nimiž se musí tvůrci nejen vizuální složky novinářských obsahů vyrovnat, zmiňuje tři<sup>34</sup> – organizace vs. jednotlivci (reálné možnosti uplatňování novinářských postupů, zásahy do novinářské rutiny, problém atraktivity témat občanské žurnalistiky apod.), vizuální vs. verbální (estetizace a prezentace témat občanské žurnalistiky nebo převaha textu nad obrazovou složkou – fotografie dokumentů namísto portrétů informátorů investigativních reportérů) a filosofické vs. praktické (obrazový materiál k abstraktním tématům nebo problém politické roviny témat). Tyto rozpory plynou z technologických změn i vlastní praxe novinářů (Coleman 2007: 31–37).<sup>35</sup> Větší účast veřejnosti na vytváření zpráv znamená větší zájem o jejich čtení, potenciál skutečné aktivizace veřejnosti se ale týká veškerých mediálních obsahů.

Konkrétní symboly a vizuální prostředky informování o válce v Iráku rozebírá také text Richarda K. Poppa a Andrewa L. Mendelsoona. Autoři se opírají o sémiotickou analýzu vizuálního zprostředkování smrti Abú Musaba al Zarkáviho časopisem *Time* v kontextu vzorce, který *Time* na obálce opakovaně využil – přeškrtnutí tváře.<sup>36</sup> Analýzu zasazují do kontextu teoretické reflexe síly obrazů, vizuálního pokrytí války v Perském zálivu a vizuální konstrukce středovýchodních nepřátel USA (Popp – Mendelson 2010). Obrazy se podle nich staly klíčovými pro porozumění zprávám a vytváření emocionálních postojů.<sup>37</sup> Chápání mediálních sdělení ovlivnily zejména nové způsoby propojení vizuálních sdělení. Fotografie díky novým postupům vytvářejí složité struktury, jež jsou navíc v důsledku technologických změn prezentovány za změněného vnímání času i prostoru. Jsou proto daleko účinnější a mohou zprostředkovat i to, co je slovy jen těžko sdělitelné – konotativní význam.<sup>38</sup>

K ustálenému rámování a grafickému zpracování témat a ke stereotypům v zobrazování se vyjadřuje analýza fotografií z věznice Abú Ghrajb (Andén-Papadopoulos 2008). Kari Andén-Papadopoulosová hodnotí ustálené způsoby vizuálních sdělení v amerických zpravodajských médiích a diskuzi, kterou fotografie rozvinuly. Hledá odpověď na otázku, jak obrazová zpravodajská média užívají obrazů při nastolování témat a vytváření zpráv – a tedy veřejného mínění. Andén-Papadopoulosová zdůrazňuje manipulativní charakter používání obrazů ve zpravodajství i záměrné využívání amatérských fotografií (kvůli vyšší míře působivosti). Původní koncept, ve kterém má vizualita pouze podporovat rámování zprávy, se podle autorky posunul k fotografii jako klíčovému sdělení.<sup>39</sup> Fotografie je dnes vnímána jako autonomní. Důvěra veřejnosti v pravdivost, průkaznost a důkazní hodnotu fotografií z nich tvoří prostředek vytváření agendy zpravodajství i veřejného mínění. Přesto je většina akademiků skeptických k tvrzení, že síla obrazů vynahradí kontext, a namísto toho se přiklání k názoru, že důležitý je způsob zařazení fotografií, jejich zpracování a použité narativní prostředky. Samy o sobě obrazy zjednodušující být nemusí, ale to, jak s nimi média

34 Ilustruje je konkrétními odpověďmi novinářů.

35 Prozatím se zdá být východiskem určitý „rastr“ (grid) uplatňovaný při strukturování informací a ilustrací, jenž umožňuje vzájemně porovnat vizuální složky témat a odpovídá vzrůstající provázanosti textové a grafické stránky sdělení.

36 Sadáma Husajna v roce 2003 a Adolfa Hitlera v roce 1945.

37 Vycházejí z publikace KG Barnhursta a J. Nerona z roku 2001. Barnhurst, KG. – Neron, J. 2001. *The Form of News: A History*. New York: Guilford Press (Popp – Mendelson 2010: 205).

38 Zatímco některé symboly jsou velmi zjednodušené, v jiných zobrazeních může hrát detail zásadní roli. Znakům, jejich znázornění a kulturním významům se proto autoři věnují v analytické části textu, kde rozebírají jednotlivé aspekty vizuálních sdělení (Mendelson 2010: 208–214).

39 V souvislosti se skandálem fotografií mučení vězňů americkými vojáky.

nakládají, je často zjednodušujícími činí (Andén-Papadopoulos 2008: 27)<sup>40</sup> – zpravodajství totiž dává přednost přehledným, zjednodušujícím fotografiím, jež mají spíše ilustrativní charakter, aby byl význam jednoznačný.<sup>41</sup> Na příkladu fotografií z Abú Ghrajb je navíc vidět, jak rozdílný efekt mají obrazy, které vznikají pro média, a obrazy, jež nemají za cíl být zřejměny prostřednictvím médií – a jak výrazný může být účinek neoficiálních záběrů v oficiálním kontextu.<sup>42</sup>

Analýzu fotografií zobrazujících válečný konflikt provádějí také Kate Parryové, jejíž text rozebírá zobrazení izraelsko-libanonského konfliktu v roce 2006 v britském tisku (Parry 2010), a Shahira Fahmyová, která porovnává vizuální zpracování války s terorismem po 11. září v anglicky a arabsky psaném tisku (Fahmy 2010).

Vzhledem k možnostem daným vývojem technologií a vzhledem k důsledkům jejich vlivu na veškeré oblasti života a komunikace je několik textů řešících vizualitu věnováno konvergenci médií. Patří sem například text Lynne Cookeové, jež analyzuje vývoj vizuality ve zpravodajských tištěných médiích, v televizních zpravodajských kanálech a na zpravodajských webech – jejich posun k rychlé vizuální prezentaci informací od 60. let 20. století až do roku 2002 (Cooke 2005). Výzkum dokládá právě sblížení vizuálních formátů různých typů médií. Cookeová rekapituluje velké množství titulů (mj. Manoviche, Nerona a Barnhursta), které se zabývají problémy, jako jsou stereotypy v zobrazování týkající se ideologií, pohlaví apod., jež se do zpravodajství promítají. Zabývá se jak strukturou – rozvržením stránky/obrazovky (layoutem), poměrem hustoty textu a ilustrací a bílého místa apod., tak grafikou – obrazy, fotografiemi, grafy, mapami, ilustracemi, tabulkami, animacemi atd. (Cooke 2005: 29).

#### 4. Text vs. obraz

Rozlišení vizuálních a verbálních prvků příběhů je tématem případové studie Andrewa L. Mendelsoona a Fabienne Darling-Wolfové. Na článku časopisu *National Geographic* o Saudské Arábii ukazují na základě reakce vzorku čtenářů vzájemné působení obrazů a textu (Mendelson – Darling-Wolf 2009). Výzkum probíhal formou focus groups se čtenáři, kteří měli k dispozici jen textovou, nebo jen obrazovou část, nebo kompletní článek. Závěrem je, že fotografie samy o sobě ani fotografie jako součást textu nepomáhají čtenářům vytvořit si souvislou a komplexní představu o popisovaném, ale právě naopak.<sup>43</sup> *National Geographic* přitom staví na fotoesejích/fotopříbězích jako na způsobu vytváření co nejintenzivnějšího „obrazu“ reality. Výzkum přitom ukazuje, že fotografie jsou často zavádějícím rozptýlením soustředěnosti, které čtenáři dosahují, pokud se mohou soustředit pouze na samotný text. Autoři charakterizují časopis *National Geographic* a využití formátu

40 Téma rozebírají také Martin Lister a Liz Wellsová v publikaci věnované vizuální analýze z roku 2001 (Lister – Wells 2001).

41 Andén-Papadopoulosová vychází z textů Barbie Zelizerové (2002, 2004), jež se dlouhodobě zabývá válečným zpravodajstvím (Andén-Papadopoulos 2008: 10).

42 Účinnost jakýchkoli takových fotografií, resp. obrazů zprostředkovaných médií, je ale možné posuzovat pouze tehdy, pokud je věnována dostatečná pozornost také obrazům a fotografiím, které nezobrazují vyhrocené, zpravodajsky zajímavé nebo informacemi nabitě sdělení, a jejich interpretaci (Andén-Papadopoulos 2008: 24).

43 Čtenáři, kterým byl předložen pouze text, považovali článek za soudržný. Čtenáři, jimž byly předloženy pouze fotografie, skákali mezi jednotlivými snímky bez náznaku lineárního postupu. Čtenáři, kteří pracovali s kompletním článkem – textem i fotografiemi zároveň –, se vyjádřili, že působí, jako by byl složený ze dvou vzájemně soutěžících (nikoli doplňujících se) prvků, které se vzájemně přetahují o jejich pozornost: čtení textu doprovázeného fotografiemi jim bylo nepříjemné, nemohli se plně soustředit ani na jednu ze složek. Dalším ze závěrů autorů je, že čtenáři, kteří pracovali pouze s fotografiemi, měli tendenci promítnout do jejich čtení stereotypní představy ve větší míře než čtenáři, kteří pracovali jen s textem (Mendelson – Darling-Wolf 2009: 808).

*fotoeseje*<sup>44</sup> a jmenují i další periodika, jež jej využívají.<sup>45</sup> Shrnují také teoretické postupy autorů, kteří se vyjadřují k dualitě textu a obrazu.<sup>46</sup> Vzhledem k tomu, že jsou fotografie pouhými výseky skutečnosti, může být ve výsledku jejich vnímání jako dokumentárního popisu reality důvodem zkreslené představy o ní. Představa vytvořená na základě textu je vyargumentovanější než dojem z fotografií, které pracují s abstrakcí a emocemi.<sup>47</sup> Největší problém fotografií spočívá podle autorů v tom, že jsou vnímány odděleně, aniž by v divákovi vyvolávaly představu o vztazích mezi nimi a vzájemných souvislostech mezi jednotlivými obrazy – a tedy mohly vytvořit reálný pocit skutečnosti. Přestože fotografie předkládané focus groups nezobrazovaly stereotypní představy o Saudské Arábii, jejich interpretace stereotypní byla, na rozdíl od představ vytvořených na základě textů. Důvodem může být způsob, jakým jsou fotografie zpracovány a zařazeny do textu na základě svých estetických kvalit. Fotografie ale usnadňují zapamatování, podobně jako u učení.<sup>48</sup> Každá ze složek tedy funguje zvlášť (a je zpracovávána zvlášť), a jejich kombinace proto není syntézou interpretace textu a interpretace fotografií.

Zajímavá je v souvislosti s možností nezjednodušující a nestereotypní interpretace vizuálních sdělení komiksová žurnalistika. Paradoxně zjednodušující obraz užívající větší míry abstrakce má možnost přiblížit realitu skutečnější než fotografie, protože používá dvojnásobné vizuální prvky a nutí čtenáře dotvářet obraz, a tedy i souvislosti mezi jeho částmi. Text není v komiksu dominantní (někde chybí úplně). Jeho vztah k obrazové části je specifický – nepopisuje, ale zprostředkovává dialog nebo vnitřní monolog. Otázce vizuálního zprostředkování identity prostřednictvím komiksu se věnuje Orayb Aref Najjarová, která se ve svém textu zabývá významem vizuality pro konstrukci identity palestinských uprchlíků (Najjar 2007).<sup>49</sup> Najjarová vysvětluje, že vzhledem k uměleckému způsobu ztvárnění vyžadují komiksy vnímání více vrstev sdělení, takže mohou naplno využít symboliky, zjednodušení a dalších prvků, a přitom zůstat nositeli politických názorů a kulturních hodnot (a jsou tedy důležité pro reflexi sociálního a politického dění). S výše uvedenými autory se Najjarová shoduje na tom, že emoční složku zprostředkovává obrazová část sdělení.<sup>50</sup>

44 Fotoesej je v textu definován jako žánr, který prostřednictvím fotografií – jejich výběru, formátu, řazení apod. – zprostředkovává subjektivní sdělení fotografa za pomoci minimálních textových prostředků.

45 *NGM, Picture Post, Berliner Illustrirte Zeitung, Vu, Life and Look* (Mendelson – Darling-Wolf 2009: 800). Rozebírají roli fotografií v příbězích kombinujících velkoformátovou dokumentární fotografii s textem namísto ilustrativního charakteru doprovodných obrázků obvyklých v jiných typech médií, kde text a fotografie fungují víceméně odděleně. Popisují způsob výběru a zpracování témat a význam fotografií v obrazovém časopise typu National Geographic.

46 Text interpretují v návaznosti na Johna Fiska a Paula Messarise jako symbolický systém znaků a fotografie jako ikony a indexy, jež mají význam důkazu o skutečnosti. (Fiske 1990; Messaris 1997).

47 Autoři navazují na starší texty k tématu. Hill, Charles A. 2004. "The Psychology of Rhetorical Images" Pp. 25–40 in *Defining Visual Rhetorics*. Hill, C. A. – Helmers, M. Eds. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. Lang, Annie. – Potter, Robert F. – Bolls, Paul D. 1999. "Something for Nothing: Is Visual Encoding Automatic?" Pp. 145–164 in *Media Psychology*, 1 (2) (Mendelson – Darling-Wolf 2009: 801).

48 „Texty vysvětlují, vyprávějí, popisují, označují a vykládají fotografie, které ilustrují, poukazují, upřesňují, dokládají a dokumentují text,“ shrnují citace W. J. T. Mitchella (1994).

49 Text by se proto dal zařadit také k tématu vizuálních sdělení, jejich významů a užití.

50 Rozebírá konkrétní výrazové prostředky užitě v komiksu a vysvětluje jejich význam a kulturní hodnoty. K upřesnění souvislostí využívá texty z oblasti antropologie, teorie kultury a mediální komunikace i vizuálních studií (Najjar 2007: 266).

## 5. Výzkum vizuální komunikace

Možnosti využití kreativních vizuálních metod hodnotí David Buckingham. Podobně jako ostatní zmiňovaní autoři zdůrazňuje rozšíření záběru výzkumu na vizuální složku sdělení, která je v čím dál větší míře zastoupena při kvalitativní analýze v rámci sociálněvědného výzkumu (využívá obrázků, fotografií, kresby nebo videa). Metoda výzkumu má korespondovat s jeho předmětem, zaměření na vizualitu se tedy přirozeně prosazuje zejména ve zkoumání vizuálních médií. Vizuální metody ale začínají nacházet čím dál širší uplatnění také v dalších oblastech – například v marketingové komunikaci, výzkumu trhu, hodnocení uměleckého vzdělání, v psychologii apod. Buckingham se snaží odpovědět na otázku, jsou-li data získaná vizuálními metodami přesnější a vhodnější než data získaná jinak a jaké jsou možnosti jejich interpretace (Buckingham 2009: 235). Zpochybňuje výhody empirických dat, ale zmiňuje i problémy vizuálního výzkumu. V rámci výčtu možností a specifík vizuální analýzy se objevuje např. větší autenticita a okamžitost reakce, jež u jiných typů výzkumů bývají omezeny.

Luc Pauwels se zaměřuje na výzkum on-line médií, konkrétně vizuálních možností a prostředků webových stránek (Pauwels 2005). Internet používá nejen jako předmět zkoumání, ale také jako prostředek svého výzkumu. V mnoha původních studiích je podle něj analýza on-line obsahů nejčastěji textová, což neodpovídá charakteru internetu jako média používajícího audio i vizuální prostředky. Prosazuje proto analýzu „hybridní“, jež by zohlednila veškeré složky sdělení i jejich vzájemné vztahy (Pauwels 2005: 610).<sup>51</sup>

Možnosti výzkumu prostřednictvím vizuálních metod a význam vztahu slova a textu o několik let dříve rozebrala v souvislosti s politickým diskurzem také Mieke Balová (Bal 2005). Za klíčový označuje Balová požadavek etického jednání přenesený na etické zobrazování. Stejně jako řada dalších autorů<sup>52</sup> odkazuje ke článku Toma Mitchella, který vyšel v druhém čísle periodika *Journal of visual culture*<sup>53</sup>, věnovaném problematice studia vizuální kultury. Vznik periodika i Mitchellovy texty byly pro ustavení vizuálních studií v počátcích první dekády 21. století i jejich pozdější reflexi zásadní.

Velká část textů zkoumajících vizuální prvky sdělení vychází ze sémiotické analýzy, kterou společně s dalšími přístupy využívá i řada autorů hodnotících význam vizuálních sdělení. Kay L. O'Halloranová posuzuje různé typy analýz vycházející ze zkoumání jazyka a textu – multimodální analýzu mediálního diskurzu srovnává O'Halloranová s dalšími teoretickými i praktickými přístupy<sup>54</sup> (O'Halloran 2008: 470). Vizuální sémiotickou analýzu marketingové strategie reklam na panenky provádí Danielle Almeidaová, podle níž design, reklamní obrazy a marketing promítají do hraček aktuální sociální obsahy a dělají z hraček ikony konzumního způsobu života, zosobňující stereotypní představy o trendech, kulturách i sociálních skutečnostech (Almeida 2009). V textu se dotýká také vizuální gramotnosti (viz 6.), která je podle ní jedinou možností, jež může vést k odhalení těchto stereotypů a kritickému vnímání mediální produkce. Benjamin Drechsel využívá sémiotickou analýzu k prozkoumání vizuálních prvků utváření politické mediální ikony – Berlínské zdi

51 V textu z roku 2010 se Pauwels zabývá potenciálem vizuálního výzkumu plynoucím z propojení různých přístupů, technik a interpretačních rámců. Snaží se provést co nejpřesnější výčet zdrojů a materiálů, způsobů jejich zpracování, vyhodnocení a prezentace, i veškerých metodologických hledisek, nezaměřuje se ale na mediální obsahy, prosazuje komplexní využití vizuálního výzkumu v sociálněvědních oborech (Pauwels 2010).

52 Jay 2002. Jay 2005. Castañeda 2009. Banet-Weiser – Gray 2009. Drechsel 2010.

53 Mitchell 2002. Bal 2005: 146.

54 Užítí digitální technologie umožňující detailnější sémantickou a ideologickou interpretaci – při analýze manipulace obrazu, při analýze uplatnění konkrétních programů zpracovávajících obrazovou, grafickou a stříhovou složku apod.

(Drechsel 2010). Moc vizuálního sdělení plyne z jeho významu pro kolektivní paměť. Drechsel pracuje s pojmem *mediální ikona*,<sup>55</sup> kterou definuje jako společensky sdílený obraz spojený s formou přijetí, rituály a kolektivním vnímáním. Vychází z kulturních studií, jež se dlouhodobě zabývají kolektivní pamětí a jejím utvářením.

## 6. Vizuální gramotnost

Dalším širším okruhem témat spojených s vizualitou je vizuální gramotnost, možnosti a meze interpretace vizuálních sdělení a povědomí o způsobech jejich využití, manipulace a stereotypizace. Etická hlediska zkoumá Lilie Chouliarakiová. Shrnuje významné teoretické texty o úloze vizuality v kritickém pohledu na média (Jeana Baudrillarda a Jürgena Habermase)<sup>56</sup> a rozebírá roli vizuality v současné kultuře a její význam pro etiku mediální komunikace (Chouliaraki 2008). Chouliarakiová považuje za důležité neoddělovat představy o podobě světa od otázek jejich studia. Cílem by podle ní mělo být vytvořit analytický jazyk použitelný pro analýzu televizní produkce a hyperreality, kterou televizní produkce vytváří tím, že zprostředkovává vztah diváků ke vzdáleným skutečnostem a vytváří jejich estetické i etické citění, aniž by vyvolávala jakoukoli aktivní účast (Chouliaraki 2008: 848).

Nástroji analýzy komplexních vztahů médií a jednotlivců, a ekonomických vazeb, které je ovlivňují, se zabývají Sarah Banet-Weiserová a Herman Gray (Banet-Weiser – Gray 2009). Význam růstu role vizuality dokládají výši investic plynoucích do nových technologií, jež podporují vizuální prvky sdělení – jejich produkci i mediaci. Technologie způsobují zahlcení obrazy a vytvářejí nejistotu (není jisté, co znamenají ani jaký k nim mají diváci vztah). Banet-Weiserová a Gray proto hledají ukotvení pro model reprezentace. Jako vhodný teoretický rámec nabízejí politickou, resp. kulturní ekonomii, protože produkované obrazy mají výrazný vliv na realitu, resp. hyperrealitu. Lidé už nevnímají obrazy jako reálné a autoři se proto ptají, čemu diváci věří, když nevěří tomu, co vidí. Pokud má vizualita v současné společnosti dominantní postavení, je třeba se ptát, koho, kdy a za jakých podmínek ovládá.<sup>57</sup>

Konkrétní důsledky virtuální reality a jejího vlivu na vnímání fyzických specifik, jako jsou tělo, prostor nebo pohyb, rozebírají Seth Giddings and Helen W. Kennedyová (Giddings – Kennedy 2010). Jde jim zejména o vliv videoher na televizní kulturu, zkoumají, jak herní konzole, které pracují s pocitem prostoru a pohybu v něm, proměnily vizuální obsahy televize. Problematiku zasazují do kontextu fenomenologie tělesnosti Maurice Merleau-Pontyho.

Různé dimenze mediálního sdělení analyzuje také Magdalena E. Wojcieszaková (Wojcieszak 2009). Rozlišuje vizuální, jazykovou a zvukovou stránku televizního zpravodajství, jejichž kombinace vytváří dojem prožitku. Vizualitu je podle jejího názoru potřeba posuzovat vždy v kontextu jazyka a zvuku, jež spoluvytváří sdělení a jeho vjem. Problematiku řeší v kontextu fotožurnalistiky a v rámci hlubšího teoretického rámce<sup>58</sup> vývoje významů a funkce obrazů v mediálních sděleních. Mediální obsahy posuzuje na základě

55 Ikonizace Berlínské zdi podle něj probíhala prostřednictvím jejího architektonického, kinematografického, fotografického a vizuálního pojetí.

56 Zmiňuje také výklady dalších teoretiků, kteří k Habermasovi nebo Baudrillardovi odkazují.

57 Zejména kvůli množství obrazů je třeba redefinovat jejich význam. Navazují na Nicolase Mirzoeffa a W. J. T. Mitchella a rozebírají konkrétně, jaký je vztah mezi médií a okrajovou kulturou, médií a válkou, tělem a jeho zobrazením (Mirzoeff 1999; Mitchell 1987; Mitchell 2006; Banet-Weiser – Gray 2009: 15).

58 Barnhurst 1994. Becker 2003. Berger 1980. Craig 1999. Darling-Wolf 2004. Hartley 1992. Newton 2001. Schwartz 1999. Zelizer 2005.

obsahové analýzy rámování útoku z 11. září a hurikánu Cathrine v amerických zpravodajských stanicích.<sup>59</sup> Otázky zůstávají stejné jako u Andrewa L. Mendelsoona a Fabienne Darling-Wolfové nebo Richarda K. Poppa: jaký je vztah fotografií ke skutečnosti a textu a nakolik jejich působení ovlivňuje čtení textu a naopak? Otázky se ale týkají většího množství výrazových prostředků, jako titulků a textu v audiovizuálním formátu, dění v pozadí a roli reportéra, použití statické fotografie a pohyblivých obrázků, poměru audio-, narativní a vizuální složky apod. Stejně jako Elizabeth Dauphinéová dochází k závěru, že obrazy mnohdy vypovídají o tom, co by slovy bylo sdělitelné jen těžko.

Detlev Zwick and Nikhilesh Dholakia zdůrazňují úlohu televize a potřebu zkoumat vizuální stránku sdělení audiovizuálních formátů namísto tisku (Zwick – Dholakia 2006). Zabývají se vlivem internetu na vývoj vizuality, konkrétně možností sledování vývoje trhu. Permanentní zobrazení vývoje trhu na obrazovkách televizí a počítačů trh „ontologicky zpřístupnilo“.<sup>60</sup> Autoři se také zabývají estetizací vizualizace a manipulací pozorností a říkají, že vizualita vytváří samostatný nezávislý svět, živoucí organizmus vztahů a dějů, který je následně předmětem pozorování. Jak se jeví, záleží na tom, jestli je analyzován jako celek, nebo po částech (Zwick – Dholakia 2006: 55).

Zatímco otázka studia vizuální kultury a potenciálu vizuálních studií vzhledem k možnosti interpretace mediálních obrazů širokými vrstvami obyvatelstva zajímala mediální studia už v samém počátku, kdy se jejich rámcem působení teprve ujasňoval (např. Fischman 2001), v současnosti získává možnost vzdělání v oblasti vizuality odezvu v širším okruhu humanitních věd. Nutnost prozkoumat možnosti a způsoby vytváření vizuální gramotnosti je tak tématem nejen na média orientovaných periodik. Iván Castañeda se zabývá vztahem vizuální kultury, dějin umění a humanitních věd, resp. způsobem jejich propojení pro účely výuky a kritiky kultury (Castañeda 2009). Vizuální gramotnosti se věnuje celá řada starších textů (například celé číslo časopisu *American Behavioral Scientist* z r. 2004),<sup>61</sup> jež zdůrazňují potřebu mediálního vzdělávání – způsobů percepce, povědomí o možnostech manipulace, vnímání estetických stránek atd. Praktické aspekty vizuality a vizuální gramotnost, jako schopnost využívat vizuální nástroje a následně je také interpretovat, řeší například Dale Cyphertová, která rozebírá různé možnosti vizualizace a jejich význam pro (ne)srozumitelnost komunikace (Cyphert 2004).

Možností vizualizace informací a jejich prožitku, konkrétně vyvoláváním „fyzických“ zážitků prostřednictvím vizuálních prvků využitých v designu webových stránek, se zabývá Michael Hohl. Hohl zkoumá možné důsledky různého využití vizuálních prvků (Hohl 2009). Zabývá se zejména digitálními technologiemi a tvrdí, že i přes předpoklady postupného zneviditelnění elektronických médií v důsledku vývoje technologie zůstává vizuální stránka klíčová. Proti očekávání je tak například vizualizována hudba a naprosto zásadní potenciál získává grafický design.<sup>62</sup> Hohl se zabývá i konkrétními aplikacemi, webem 2.0, vztahem vyváženosti informační a estetické kvality, interaktivitou, vytvářením virtuálních prostředí a aktivit, a zdůrazňuje potřebu zvýšit povědomí o vizualitě, která bez ohledu na množství a podobu předávaných informací zprostředkovává vždy spíše emotivní než kognitivní zážitky.

---

59 CNN, MSNBC a FOX News (Wojcieszak 2009: 459).

60 Stalo se tak díky „vizuální logice“ obrazovky (Zwick – Dholakia 2006: 41).

61 Natharius 2004. Galician 2004.

62 Navazuje na články Lva Manoviche (Manovich 2002; Manovich 2007); Hohl 2009: 254.

## 7. Vizuální studia: rámec a role

Rozsáhlejším okruhem témat je také oblast vizuální kultury, což je aktualizované označení výtvarného, resp. vizuálního umění. Například William Housley analyzuje vizuální narativitu ve výtvarném umění z pohledu sociologického (Housley 2009). Zmiňovanou národní identitu a její zobrazování prostřednictvím komiksu<sup>63</sup> analyzuje v rámci uměleckých a narativních postupů a jejich interpretace. Vizualita jako reprezentace dominantní kultury i prostředek jejího odmítání je také tématem Nicholase Mirzoeffa. Zasaduje pojem vizuality do kontextu historie vizuální kultury, rozebírá její definice, připomíná zásadní teoretiky i texty a předkládá zhodnocení dosavadního vývoje teorie vizuality a vizuálních studií (Mirzoeff 2006). Na reflexi prapočátků vizuálních studií navazuje formulováním klíčových témat spojených s vizualitou, které plynou z pojetí vizuality v moderní západní kultuře a vizuální studia hodnotí ve vztahu k teorii umění.

Významná část textů k otázkám posunu od výtvarné teorie k vizuálním studiím, resp. od výtvarné kultury k vizuální, vyšla už v první polovině první dekády 21. století. Většina teoretiků vnímá tento vývoj jako přirozený, zmiňují různé roviny zkoumání vizuality a souvisejících témat, od obecných konstatování rámce spojeného s vizualitou až po konkrétní otázky specifických typů médií nebo důsledků pro vnímání.<sup>64</sup> Právě takovým tématem se zabývají také dva další texty, jež rozebírají vizualitu ve vztahu k tělesnosti a vnímání času. Je to jednak text Roberta Coopera, jednak starší text Roba Bartrama (Cooper 2006; Bartram 2004). Coopera zajímá *sebekonstituace*, vnímání sebe sama prostřednictvím tělesnosti a její vizualizace – hermeneutické zpřítomňování a rekonstruování člověka prostřednictvím vizuality; Bartram vychází z fenomenologie a spojuje vizualitu a tělesnost s vnímáním času.

Aktuální zůstává vztah vizuálních a kulturních studií, pro která je analýza vizuální sféry v souvislosti s médii zásadní, vzhledem k vlivu médií na společnost, její rituály, normy i výtvoř. Důležitý je v tomto ohledu text Jamese Haywooda Rollinga, jež rozebírá otázku konstrukce identity v rámci dominantní vizuální kultury. Rolling se zabývá vlivem vizuální kultury na utváření představ jedince o sobě i o svém okolí, zkoumá vizuální rovinu sebe prezentace, znovupotvrzování stávajícího uspořádání společnosti prostřednictvím vizuálních kódů a vlivy přenášenými na společnost skrze vizualitu (Rolling 2007).<sup>65</sup> Text opírá o řadu pro vizuální studia zásadních teoretických prací a ve velké míře tak rekapituluje problematiku vizuality v médiích.

## 8. Shrnutí

Problematika vizuality a vizuální složky komunikace v posledních letech zaznamenala posun od teoretických ke konkrétnějším tématům.<sup>66</sup> Namísto ujasňování rámce, přístupů a postavení vizuálních studií a předmětu jejich zkoumání, které se na začátku 21. století zdálo být nevyčerpatelné, se mediální vědci, odborníci na vizualitu, sociologové, psychologové, antropologové i teoretici umění pustili do analyzování specifických otázek, jež

63 Viz Najjar 2007: 11.

64 Např. Mitchell 2003; Mitchell 2002; Jay 2003; Mirzoeff 2002; Fischman 2001; Bell 2004.

65 Důležité je pro něj porozumění společnosti, resp. její vizuální kultuře, podložené vzděláním v oblasti vizuality provázané se zkoumáním každodennosti – archeologií vizuální kultury.

66 Více jak polovina ze zařazených textů: Almeida 2009. Andén-Papadopoulos 2008. Bell 2004. Coleman 2007. Cooke 2005. Dauphinée 2007. Drechsel 2010. Fahmy 2010. Giddings 2010. Glynn 2009. Gómez-Barris 2010. Goodnow 2010. Harley 2007. Hohl 2009. Housley 2009. Chouliaraki 2008. Kesner 2007. Lister 2007. Mellor 2009. Mendelson – Darling-Wolf 2009. Najjar 2007. Parry 2010. Popp. 2010. Rolling 2007. Roth 2009. Siibak 2010. Uribe – Gunter 2007. Uribe – Gunter 2004. Wardle 2007. Wojcieszak 2009. Zwick 2006. Texty věnované výzkumu vizuálních prvků sdělení: Buckingham 2009. O'Halloran 2008. Pauwels 2005.

jsou s vizualitou spojeny. Přesto lze souhlasit s Jamesem Elkinsem, že se teorie vizuální kultury a komunikace, ať už je konkrétní postup a teoretické zázemí jakékoli, v naprosté většině nepouští do skutečně nových nebo překvapivých témat – jak dokládá tento text a příložená tabulka. Zůstává u společensky zajímavých otázek vztahu vizuality a politické komunikace, stereotypů zobrazování a potvrzování stávajícího uspořádání společnosti, věnuje se analýze metod zkoumání vizuálních sdělení a vztahu obrazové a textové (případně zvukové) složky, vizuální gramotnosti a možnosti kritické reflexe percepce vizuálních sdělení, vizuální kultuře jako rozšířenému poli výtvarného umění nebo problematice konvergence v rovině technologické i společenské.<sup>67</sup> Přestože je analýze těchto témat věnována pozornost opakovaně, většina textů na problémy a jejich souvislosti pouze upozorňuje a do jakéhokoli přesahu, kritických teorií nebo odvážnějších formulací konkrétních řešení a možného vývoje se nepouští. Posun lze zaznamenat spíše v zaměření na specifické technologie, vizuální zprostředkování dat a reálné důsledky rostoucího významu vizuální složky sdělení. Pozitivní je pak rostoucí míra pozornosti, jež je věnována oblasti pro mediální studia klíčové – je jí vizuální gramotnost jako stále významnější součást mediální gramotnosti.

**PhDr. Hanka Sládková** (1981) je doktorandkou na Katedře mediálních studií Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Zabývá se výtvarnou kritikou a výtvarným uměním v médiích. Její doktorský projekt je zaměřený na proměnu české výtvarné publicistiky po roce 1989.  
E-mail: hankasladkova@gmail.com

## Literatura

- Almeida, Daniele. 2009. „Where have all the children gone? A visual semiotic account of advertisements for fashion dolls.” Pp. 481–501 in *Visual Communication*, 8 (4). <http://vcj.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/4/481> (4. 5. 2010).
- Amoore, Louise. 2007. „Vigilant Visualities: The Watchful Politics of the War on Terror.” Pp. 215–232 in *Security Dialogue*, 38 (2). <http://sdi.sagepub.com/cgi/content/abstract/38/2/215> (19. 5. 2010).
- Andén-Papadopoulos, Kari. 2008. „The Abu Ghraib torture photographs: News frames, visual culture, and the power of images.” Pp. 5–30 in *Journalism*, 9 (1). <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/1/5> (4. 5. 2010).
- Andermann, Jens. 2010. „State Formation, Visual Technology and Spectatorship: Visions of Modernity in Brazil and Argentina.” Pp. 161–183 in *Theory Culture Society*, 27 (7–8). <http://tcs.sagepub.com/content/27/7-8/161> (20. 7. 2011).
- Asthana, Sanjay. 2003. „Patriotism and its Avatars: Tracking the National-Global Dialectic in Indian Music Videos.” Pp. 337–353 in *Journal of Communication Inquiry*, 27 (4). <http://jci.sagepub.com/content/27/4/337> (20. 7. 2011).
- Bal, Mieke. 2005. „The Commitment to Look.” Pp. 145–162 in *Journal of Visual Culture*, 4 (2). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/4/2/145> (19. 5. 2010).

---

67 Politická témata jsou formulována médii a jsou předmětem umělecké reflexe i teorie kultury.



- Banet-Weiser, Sarah – Gray, Herman. 2009. „Our Media Studies.” Pp. 13–19 in *Television New Media*, 10 (1) (publ. online 14. 10. 2008). <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/refs/10/1/13> (4. 5. 2010).
- Bartram, Rob. 2004. „Visuality, Dromology and Time Compression: Paul Virilio’s New Ocularcentrism.” Pp. 285–300 in *Time Society*, 13 (2/3). <http://tas.sagepub.com/cgi/content/refs/13/2-3/285> (18. 5. 2010).
- Bell, Desmond. 2004. „Practice Makes Perfect? Film and Media Studies and the Challenge of Creative Practice.” Pp. 737–749 in *Media Culture Society*, 26 (5). <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/refs/26/5/737> (4. 5. 2010).
- Broersma, Marcel. 2010. „The Unbearable Limitations of Journalism: On Press Critique and Journalism’s Claim to Truth.” Pp. 21–33 in *International Communication Gazette*, 72 (1). <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/refs/72/1/21> (4. 10. 2010).
- Buckingham, David. 2009. „‘Creative’ visual methods in media research: possibilities, problems and proposals.” Pp. 633–652 in *Media Culture Society*, 31 (4). <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/refs/31/4/633> (4. 10. 2010).
- Cartwright, Lisa. 2002. „Film and the digital in visual studies: film studies in the era of convergence.” Pp. 7–23 in *Journal of Visual Culture*, 1 (1). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/1/1/7>. (19. 5. 2010)
- Castañeda, Iván. 2009. „Visual Culture, Art History and the Humanities.” Pp. 41–55 in *Arts and Humanities in Higher Education*, 8 (1). <http://ahh.sagepub.com/cgi/content/refs/8/1/41> (19. 5. 2010).
- Chouliaraki, Lillie. 2004. „Watching 11 September: The Politics of Pity.” Pp. 185–198 in *Discourse and Society*, 15 (2–3).
- Chouliaraki, Lillie. 2006. *The Spectatorship of Suffering*. London: Sage.
- Chouliaraki, Lillie. 2006. „The Aestheticization of Suffering on Television.” Pp. 261–85 in *Visual Communication*, 5 (3).
- Chouliaraki, Lillie. 2008. „The media as moral education: mediation and action.” Pp. 831–852 in *Media Culture Society*, 30 (6). <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/refs/30/6/831> (4. 10. 2010).
- Coleman, Renita. 2007. „Picturing civic journalism: How photographers and graphic designers visually communicate The Principles of Civic Journalism.” Pp. 25–43 in *Journalism*, 8 (1). <http://jou.sagepub.com/cgi/content/refs/8/1/25> (19. 5. 2010).
- Cooke, Lynne. 2005. „A visual convergence of print, television, and the internet: charting 40 years of design change in news presentation.” Pp. 22–46 in *New Media Society*, 7 (1). <http://nms.sagepub.com/cgi/content/refs/7/1/22> (4. 10. 2010).
- Cooper, Robert. 2006. „Making Present: Autopoiesis as Human Production.” Pp. 59–81 in *Organization*, 13 (1). <http://org.sagepub.com/cgi/content/abstract/13/1/59> (4. 10. 2010).
- Cyphert, Dale. 2004. „The Problem of PowerPoint: Visual Aid or Visual Rhetoric?” Pp. 80–84 in *Business Communication Quarterly*, 67. <http://bcq.sagepub.com/cgi/content/refs/67/1/80> (19. 5. 2010).
- Dauphinée, Elizabeth. 2007. „The Politics of the Body in Pain: Reading the Ethics of Imagery.” Pp. 139–155 in *Security Dialogue*, 38 (2). <http://sdi.sagepub.com/cgi/content/refs/38/2/139> (19. 5. 2010).
- Davis, Lennard J. – Smith, Marquard. 2006. „Editorial: Disability–Visuality.” Pp. 131–136 in *Journal of Visual Culture*, 5 (2). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/5/2/131> (19. 5. 2010).
- Drechsel, Benjamin. 2010. „The Berlin Wall from a visual perspective: comments on the construction of a political media icon.” Pp. 3–24 in *Visual Communication*, 9 (1). <http://vcj.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/1/3> (4. 5. 2010).

- Druick, Zoë. 2009. „Dialogic Absurdity: TV News Parody as a Critique of Genre.” Pp. 294–308 in *Television New Media*, 10 (3). <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/3/294> (4. 5. 2010).
- Elkins, James. 2003. *Visual Studies: A Skeptical Introduction*. New York: Routledge.
- Elkins, James. 2007. „Sbohem vizuální kulturo.“ Pp. 241–254 in *Možnosti vizuálních studií, Obrazy – texty – interpretace*. Eds. Filipová, Marta – Rampley, Matthew. Brno: Barrister a Principal.
- Fahmy, Shahira. 2010. „Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism.” Pp. 695–717 in *International Communication Gazette*, 72 (8). <http://gaz.sagepub.com/content/72/8/695> (20. 7. 2011).
- Filipová, Marta. 2007. „Úvod.“ Pp. 8–20 in *Možnosti vizuálních studií, Obrazy – texty – interpretace*. Eds. Filipová, Marta – Rampley, Matthew. Brno: Barrister a Principal.
- Filipová, Marta – Rampley Matthew. 2007. *Možnosti vizuálních studií, Obrazy – texty – interpretace*. Brno: Barrister a Principal.
- Fischman, Gustavo E. 2001. „Reflections About Images, Visual Culture and Educational Research.” Pp. 28–33 in *EDUCATIONAL RESEARCHER*, 30. <http://www.aera.net> (19. 5. 2010).
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Frosh, Paul. 2011. „Framing Pictures, Picturing Frames: Visual Metaphors in Political Communications Research.” Pp. 91–114 in *Journal of Communication Inquiry*, 35 (2) (publ. online 22. 6. 2011). <http://jci.sagepub.com/content/35/2/91> (20. 7. 2010).
- Galician, Mary-Lou. 2004. „Introduction: High Time for ‘Dis-illusioning’ Ourselves and Our Media: Media Literacy in the 21st Century, Part II: Strategies for the General Public.” Pp. 143–151 *American Behavioral Scientist*, 48 (2). <http://abs.sagepub.com/cgi/content/refs/48/2/143> (19. 5. 2010).
- Giddings, Seth – Kennedy, Helen W. 2010. „Incremental Speed Increases Excitement: Bodies, Space, Movement, and Televisual Change.” Pp. 163–179 in *Television New Media*, 11 (3). <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/3/163> (4. 5. 2010).
- Glynn, Kevin. 2009. „The 2004 Election Did Not Take Place: Bush, Spectacle, and the Media Nonevent.” Pp. 216–245 in *Television New Media*, 10 (2) (publ. Online 7. 10. 2008) <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/2/216> (4. 5. 2010).
- Gómez-Barris, Macarena. 2010. „Visual Testimonies of Atrocity: Archives of Political Violence in Chile and Guatemala.” Pp. 409–419 in *Journal of Visual Culture*, 9 (3).
- Goodnow, Trischa. 2010. „Visual Bias in Time’s ‚The Great Divide‘: A Semiotic Analysis of Clinton and Obama Photographs.” Pp. 406–416 in *American Behavioral Scientist*, 54 (4). (publ. online 5. 10. 2010) <http://abs.sagepub.com/content/54/4/406> (20. 7. 2011).
- Gournelos, Ted. 2009. „Othering the Self: Dissonant Visual Culture and Quotidian Trauma in United States Suburbia.” Pp. 509–532 in *Cultural Studies – Critical Methodologies*, 9. (publ. online 19. 3. 2009). <http://csc.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/9/4/509.full.pdf+html> (20. 7. 2011).
- Harley, J. B. 2007. „Mapy, vědění a moc.“ Pp. 185–212 in *Možnosti vizuálních studií, Obrazy – texty – interpretace*. Eds. Filipová, Marta – Rampley, Matthew. Brno: Barrister a Principal.
- Hartley, J. 1992. *The politics of pictures: The creation of the public in the age of popular media*. New York: Routledge.
- Hohl, Michael. 2009. „Beyond the screen: visualizing visits to a website as an experience in physical space.” Pp. 273–284 in *Visual Communication*, 8 (3). <http://vcj.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/3/273> (4. 5. 2010).
- Housley, William. 2009. „Visions of Wales: Visual Artists and Cultural Future.” Pp. 147–164 in *Cultural Sociology*, 3(1). <http://cus.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/1/147> (19. 5. 2010).

- Jay, Martin. 2002. „Cultural relativism and the visual turn.” Pp. 267–278 in *Journal of Visual Culture*, 1. <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/abstract/1/3/267> (19. 5. 2010).
- Jay, Martin. 2005. „Introduction to Show and Tell.” Pp. 139–143 in *Journal of Visual Culture*, 4(2). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/4/2/139> (19. 5. 2010).
- Kenney, Keith – Moriarty, Sandra E. 2005. *Visual Communication: A Taxonomy and Bibliography. Visual Communication Bibliography*. <http://www.ivla.org/resources.htm>.
- Kesner, Ladislav. 2005. *Vizuální teorie*. Jinočany: HH.
- Kesner, Ladislav. 2007. „Obrazy a modely ve vědě a medicíně.“ Pp. 155–183 in *Možnosti vizuálních studií, Obrazy – texty – interpretace*. Eds. Filipová, Marta – Rampley, Matthew. Brno: Barrister a Principal.
- Lalvani, Suren. 1990. „Photography and the Industrialization of the Body.” Pp. 86–105 in *Journal of Communication Inquiry*, 14 (2). <http://jci.sagepub.com/cgi/content/refs/14/2/86> (4. 5. 2010).
- Lister, Martin – Wells, Liz. 2001. „Seeing Beyond Belief: Cultural Studies as an Approach to Analysing the Visual.” Pp. 61–91 in *Handbook of Visual Analysis*. Eds. Van Leeuwen, T. – Jewitt, C. Londýn: Sage.
- Lister, Martin. 2007. „A Sack in the Sand: Photography in the Age of Information.” Pp. 251–274 in *Convergence*, 13 (3). <http://con.sagepub.com/cgi/content/refs/13/3/251> (4. 5. 2010).
- Manovich, Lev. 2002. „The Anti-Sublime Ideal in Data Art.” [http://www.manovich.net/DOCS/data art2.doc](http://www.manovich.net/DOCS/data_art2.doc) (7. 4. 2008).
- Manovich, Lev. 2007. „TATE Lecture.” [http://www.manovich.com/TEXTS\\_07.HTM](http://www.manovich.com/TEXTS_07.HTM) (27. 4. 2008).
- Mellor, Noha. 2009. „War as a Moral Discourse.” Pp. 409–427 in *International Communication Gazette*, 71 (5). <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/refs/71/5/409> (4. 5. 2010).
- Mendelson, Andrew L. – Darling-Wolf, Fabienne. 2009. „Readers’ interpretations of visual and verbal narratives of a National Geographic story on Saudi Arabia.” Pp. 798–818 in *Journalism*, 10 (6). <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/6/798> (4. 5. 2010).
- Messariss, Paul. 1997. *Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising*. Thousand Oaks: SAGE.
- Mirzoeff, Nicolas. 1999. *An introduction to visual culture*. New York: Routledge.
- Mirzoeff, Nicholas. 2002. „Ghostwriting: working out visual culture.” Pp. 239–254 in *Journal of Visual Culture*, 1 (2). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/abstract/1/2/239> (20. 7. 2011).
- Mirzoeff, Nicholas. 2006. „On Visuality.” Pp. 53–79 in *Journal of Visual Culture*, 5 (1). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/5/1/53> (18. 5. 2010).
- Mitchell, W. J. T. 1987. *Iconology: Image, text, ideology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. 1994. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. 2002. „Showing Seeing: A Critique of Visual Culture.” Pp. 165–181 in *Journal of visual culture*, 1 (2). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/1/2/165> (19. 5. 2010).
- Mitchell, W. J. T. 2003. „Responses to Mieke Bal’s ‘Visual Essentialism and the Object of Visual Culture’: The Obscure Object of Visual Culture.” Pp. 165–83 in *Journal of visual culture*, 1 (3). <http://vcu.sagepub.com/cgi/content/refs/2/2/249> (19. 5. 2010).
- Mitchell, W. J. T. 2006. *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press
- Najjar, Orayb Aref. 2007. „Cartoons as a Site for the Construction of Palestinian Refugee Identity: An Exploratory Study of Cartoonist Naji al-Ali.” Pp. 255–285 in *Journal of Communication Inquiry*, 31 (3). <http://jci.sagepub.com/cgi/content/abstract/31/3/255> (4. 5. 2010).
- Natharius, David. 2004. „The More We Know, the More We See: The Role of Visuality in Media Literacy.” Pp. 238–247 in *American Behavioral Scientist*, 48 (2). <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/2/238> (18. 5. 2010).

- Newton, J. 2001. *The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- O'Halloran, Kay L. 2008. „Systemic functional-multimodal discourse analysis (SF-MDA): constructing ideational meaning using language and visual imagery.” Pp. 443–475 in *Visual Communication*, 7 (4). <http://vcj.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/4/443> (4. 5. 2010).
- Parry, Kary. 2010. „A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebanon conflict.” Pp. 67–85 in *Media, War & Conflict*, 3 (1).
- Pauwels, Luc. 2005. „Websites as visual and multimodal cultural expressions: opportunities and issues of online hybrid media research.” Pp. 604–613 in *Media Culture Society*, 27 (4). <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/refs/27/4/604> (4. 5. 2010).
- Pauwels, Luc. 2010. „Visual Sociology Reframed: An Analytical Synthesis and Discussion of Visual Methods in Social and Cultural Research.” Pp. 545–581 in *Sociological Methods & Research*, 38 (4). <http://smr.sagepub.com/content/38/4/545> (20. 7. 2011).
- Popp, Richard K. – Mendelson, Andrew L. 2010. „‘X’-ing out enemies: Time magazine, visual discourse, and the war in Iraq.” Pp. 203–221 in *Journalism*, 11 (2). <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/2/203> (4. 5. 2010).
- Rolling, James Haywood, Jr. 2007. „Visual Culture Archaeology: A Critical/Political Methodology of Image and Identity.” Pp. 3–25 in *Cultural Studies – Critical Methodologies*, 7 (1). <http://csc.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/1/3> (4. 5. 2010).
- Roushanzamir, Elli Lester. 2004. „Represent Iran Chimera Veil of ‘Iranian Woman’ and Processes of U.S. Textual Commodification: How U.S. Print Media.” Pp. 9–28 in *Journal of Communication Inquiry*, 28 (1). <http://jci.sagepub.com/content/28/1/9> (20. 7. 2011).
- Roth, Lorna. 2009. „Home on the Range: Kids, Visual Culture and Cognitive Equity.” Pp. 141–148 in *Cultural Studies – Critical Methodologies*, 9 (2) (publ. online 31. 12. 2008). <http://csc.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/2/141> (4. 5. 2010).
- Schwartz, D. 1999. „Objective representation: Photographs as facts.” Pp. 158–81 in *Picturing the past: Media, history and photography*, Ed. Brennen, Bonnie – Hardt, Hanno. Urbana: University of Illinois Press.
- Shields, Vickie. 1990. „Advertising Visual Images: Gendered Ways of Seeing and Looking.” Pp. 25–39 in *Journal of Communication Inquiry*, 14 (2). <http://jci.sagepub.com/cgi/content/refs/14/2/25> (4. 5. 2010).
- Shouman, Mohamed. 2005. „Photos of the Iraq Invasion in Arab Newspapers.” Pp. 410–427 in *The American Invasion of Iraq: Images and Destiny*. Ed. Belqaziz, Abdellah. Beirut: Centre for Arab Unity Studies.
- Siibak, Andra. 2010. „Constructing masculinity on a social networking site.” Pp. 403–425 in *Young, Nordic Journal of Youth Research*, 18 (4). <http://you.sagepub.com/content/18/4/403> (20. 7. 2011).
- Sturken, Marita – Cartwright, Lisa. 2010. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál.
- Sontag, Susan. 1977. *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Turner, Grame. 1999. „Tabloidization, journalism and the possibility of critique.” Pp. 59–76 in *International Journal of Cultural Studies*, 2 (1). <http://ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/2/1/59> (4. 5. 2010).
- Uribe, Rodrigo – Gunter, Barrie. 2004. „Research Note: The Tabloidization of British Tabloids.” Pp. 387–402 in *European Journal of Communication*, 19 (3). <http://ejc.sagepub.com/cgi/content/refs/19/3/387> (4. 5. 2010).
- Uribe, Rodrigo – Gunter, Barrie. 2007. „Are ‘Sensational’ News Stories More Likely to Trigger Viewers’ Emotions News than Non-Sensational News Stories?: A Content Analysis of British TV.” Pp. 207–228 in *European Journal of Communication*, 22 (2). <http://ejc.sagepub.com/cgi/content/refs/22/2/207> (4. 5. 2010).

- Vojtěchovský, Miroslav. 2004. „Vizuální studia: Nový multidisciplinární obor, nebo pavěda, Studie o kořenech vizuální kultury a o jejích vazbách na teorii kultury a dějiny umění a o vazbě vizuálního umění na společnost.“ Pp. 14–28 in *Disk*, 8. <http://casopisdisk.amu.cz/cs/archiv/rocnik-2004/disk-8-cerven-2004/disk-8-cerven-2004/view> (2. 8. 2011).
- Wardle, Claire. 2007. „Monsters and angels: Visual press coverage of child murders in the USA and UK, 1930\_2000.“ Pp. 263–284 in *Journalism*, 8 (3). <http://jou.sagepub.com/cgi/content/refs/8/3/263> (4. 5. 2010).
- Wojcieszak, Magdalena E. 2009. „Three Dimensionality: Taxonomy of Iconic, Linguistic, and Audio Messages in Television News.“ Pp. 459–481 in *Television New Media*, 10 (6) (publ. online 1. 9. 2009). <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/6/459> (4. 5. 2010).
- Zayani, Mohamed – Ayish, Muhammad. 2006. „Arab Satellite Television and Crisis Reporting.“ Pp. 473–497 in *The International Communication Gazette*, 68 (5–6).
- Zelizer, Barbara. 1995. „Words against Images: Positioning Newswork in the Age of Photography.“ Pp. 135–59 in *Newsworkers: Towards a History of the Rank and File*. Eds. Hardt, Hanno – Brennen, Bonnie. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Zelizer, Barbara. 2002. „Photography, Journalism, and Trauma.“ Pp. 48–68 in *Journalism After September 11* Eds. Zelizer, Barbara – Allan, Start. Londýn: Routledge.
- Zelizer, Barbara. 2004. „When War Is Reduced to a Photograph.“ Pp. 115–135 in *Reporting War. Journalism in Wartime*. Eds. Zelizer, Barbara – Allan, Start. Londýn: Routledge.
- Zelizer, Barbara. 2005. „Journalism through the camera's eye.“ Pp. 167–76 in *Journalism: Critical issues*. Ed. Allan, S. Maidenhead, UK: Open University Press.
- Zwick, Detlev – Dholakia, Nikhilesh. 2006. „Bringing the market to life: screen aesthetics and the epistemic consumption object.“ Pp. 41–62 in *Marketing Theory*, 6 (1). <http://mtq.sagepub.com/cgi/content/refs/6/1/41> (19. 5. 2010).