

Emoce ve fotografii

Moderní evropská civilizace (a nejen evropská) je civilizací rozumu. Jsme pyšní na technické vymoženosti, na pokrok, na „ovládnutí“ přírody, na počítače, mobily, auta, satelity atp. Pojmy jako Gigabyty, Megapixely, GSM, SMS či PC se stávají synonymy pokroku, schopností, úspěchu či moci. A v každodenním životě je to právě rozum, který nás „neomylně“ vede na cestě k lepším, bezpečnějším a bohatším zítřkům. Je to ale opravdu tak? Při podrobnějším zkoumání se ukazuje, že ač to tak nevypadá, tak náš rozum je v područí našich emocí (pocitů). I když si to neuvědomujeme a často si to i odmítáme přiznat, tak ve skutečnosti se rozhodujeme na základě emocí a toto rozhodnutí prochází následně přes rozum, který jen hledá, jak emoční rozhodnutí zdůvodnit a obhájit.

Nikdy se vám nestalo, že se týden rozhodujete, který televizor (video, auto, byt, foťák, ...) koupit, shromáždíte tisíce tabulek, dat, údajů, parametrů, a pak se stejně rozhodnete pro ten, který z tabulek a faktů nevypadá nejlíp? Prostě se rozhodnete citem (emocemi). Potom už jenom hledáte, jak si své rozhodnutí za použití shromážděných dat „zdůvodnit“.

Poslední dobou často přemýšlím, co dělá dobrou fotografii opravdu dobrou. Existuje mnoho fotek od věhlasných fotografů, které jsou zvládnuté technicky bezchybně, ale ani trochu mě neosloví. Jiné bych si naopak nechal na zdi v pokoji pověšené roky. Fotografie, na které se rádi díváme, bývají většinou ty, které sdělují nějaký příběh a vyvolávají v nás emoce. Pro mě je toto největší rozdíl mezi, řekněme, objektivní fotografií a abstraktním uměním. Ačkoli jsou mnohé abstraktní obrazy či fotografie jistě vizuálně a obrazově velmi poutavé, připadají mi většinou obsahově prázdné, emočně nezajímavé. Výborně se ale hodí například jako dekorace do moderních interiérů.

Zamyslete se nyní nad fotografií, kterou máte skutečně rádi. Pravděpodobně ve vás vyvolává jistý druh emoce, ať již radost, pocit štěstí, vzrušení, smutek, nebo něco jiného. Naproti tomu si představte tuctovou fotografii průměrného facebookového alba, budete cítit nějaké emoce? Pravděpodobně nikoliv. A to z mnoha důvodů, pomineme-li to, že nad fotografií nikdo dlouho nepřemýšlel (ovšem i ryze amatérské fotografie mohou vyvolávat řadu emocí), hlavním problémem je zejména obsah. Často lidé, které neznáme, na večírku, na kterém jsme nebyli; obyčejné nudné momentky. Podobným

příkladem jsou situace, kdy nám přátelé ukazují fotky z dovolené. U většiny z nich si řeknete: Hm - pěkné, ale vypadá to tam jako u Mácháče a ten rozmazaný prcek uprostřed fotky je asi Mářa. A nic... Žádná emoce. Přesto ale oni při vyprávění a ukazování fotek evidentně pookřejí a na chvíli se při vyprávění octnou ve svých myšlenkách opět „na dovolené“.

„Jeden obraz vydá za tisíc slov“ je otřepaná fráze a možná ne tak docela přesná, spíše by měla znít: „Jeden obraz vydá za tisíc slov, ale pouze přimějeme-li člověka se na něj vůbec dívat.“ Reklamní a marketingové agentury to dobře ví a snaží se upoutat pozornost spotřebitele a vyvolat v něm emoce jako jsou chamtivost, závist nebo pýcha, aby si nakonec inzerovaný výrobek koupil.

Fotografie jsou jako stroje času, zachycují nás na cestě životem. Po letech tak můžeme při odpolední siestě nad šálkem kávy zavzpomínat na doby dávno minulé, naše mládí a vůbec vše pěkně, co bylo zachyceno na fotografiích v našich albech. Fotografie jsou ale také skvělým komunikačním médiem, které pomáhá spojit lidi a pochopit jejich životy a kultury. Jednou z výhod fotografie jako takové je skutečnost, že vyprávěný příběh je většinou vnímán stejně a to bez ohledu na původ diváka. Je tomu tak proto, že základní emoce vnímají lidé stejně na celém světě – jsou jednou z esencí lidského bytí.

Podíváme-li se na vítězné, nebo prakticky jakékoliv oceněné fotografie ze soutěže World Press Photo, všechny nás do jisté míry zasáhnou. Donutí nás zastavit se a přemýšlet, použít naši představivost a empatii, abychom se vtělili do pocitů druhých. A nemusí se zrovna jednat o fotky válečných konfliktů, ale i fotografie v kategoriích jako je Příroda jsou takové. Jsou tedy obsah a emoce hlavním kritériem úspěchu fotografie? Domnívám se, že ano. Důkazem jsou fotografie v nejrůznějších soutěžích či nejlepší fotografie na různých hodnotících serverech, často ani nejsou technicky bezchybné, to ale není důležité. Emoce vše převáží...