

Humor v současné fotografii

BcA. Vendula Knopová

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Reklamní fotografie
akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Vendula Knopová**
Osobní číslo: **K11416**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Reklamní fotografie**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **1. Teoretická část:**
Humor v současné fotografii

2. Praktická část:
a) reprezentativní publikace:
Výchovný tutorial
b) volný výstavní soubor:
Výchovný tutorial

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 35 stran textu + předepsané přílohy. Součástí obhajoby práce i hodnocení je přednáška na téma teoretické části diplomové práce v rozsahu maximálně 25 minut. Součástí přednášky je obrazová prezentace. Přednáška není reprodukováním obsahu práce!

2. Praktická část:

a) reprezentativní publikace na zvolené téma: cca 20 fotografií, odevzdává se definitivní podoba – vázaná publikace včetně grafické úpravy titulní strany, řešení jednotlivých stran či kapitol, doporučený formát min. A4 nebo formát odvozený. Současně se odevzdává 5 ks zdrojových originálních fotografií ve formátu 30x40 cm nebo odvozeném + artist's statement (400 – 500 slov).

b) volný výstavní soubor: ucelený, koncipovaný soubor fotografií, odevzdává se min. 9 ks fotografií uceleného výstavního souboru, vlastního projektu, výstavní formát, archivní kvalita fotografií, adjustované + artist's statement (400 – 500 slov).

c) prezentační CD (2 ks): obsahuje všechny teoretické i praktické části diplomové práce. Teoretická v .pdf formátu a dále všechny fotografické práce v uvedených technických parametrech, včetně artist's statementu obou částí diplomové práce, vždy cca 400 – 500 slov.

Dále na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce v minimálním počtu 10 kusů pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce: **viz Zásady pro vypracování**

Rozsah příloh: **viz Zásady pro vypracování**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/umělecké dílo**

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

veškerá dostupná odborná literatura a webové stránky vztahující se k tématu po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí teoretické části:

Mgr. Vendula Tůmová
Ateliér Reklamní fotografie

Vedoucí praktické části:

MgA. Michal Reichstätter

Datum zadání diplomové práce:

3. listopadu 2014

Termín odevzdání diplomové práce:

15. května 2015

Ve Zlíně dne 1. prosince 2014

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

děkanka



doc. MgA. Jaroslav Prokop

vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- беру на ве́домі, же бакала́рская/дипломовá práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně12. 12. 2014.....

BcA. Vendula Knopová

.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji. Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS / STAG jsou totožné.

V Praze dne 10.5.2015

Vendula Knopová

Poděkování

Díky za každé nové ráno a mámě.

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá humorem v současné a umělecké fotografii. Kapitola *Humor v současné fotografii* obsahuje využití humoru v reklamě, na internetu a popis autorčina vztahu k humoru. Důraz je kladen především na kapitolu *Humor v současné umělecké fotografii*, která je rozdělena do kategorií: *Humor jako téma tvorby*, *Humor jako vizuální hra*, *Absence vtipu* a *Archiv*.

Klíčová slova

humor, komika, smích, ironie, reklama, internet, současná fotografie, archiv

ABSTRACT

This work's focus is to explore the humour and a relation between the humour and art photography. Chapter *Humour in contemporary photography* describes the use of humour in the commercials, on the internet and explains author's attitude to these themes. The work accentuates especially the chapter *Humour in contemporary photography* that is divided among following categories: *Humour as the theme of the work*, *Humour as visual game*, *Absence of humour* and *Archive*.

Keywords

humour, comic, laughter, irony, advertising, internet, contemporary photography, archive

Obsah

Úvod	11
1. Humor v současné fotografii	14
1.1 Osobní přístup	14
1.2 „Just kidding“	18
1.3 Reklama	25
2 Humor v současné umělecké fotografii	32
2.1 Humor jako téma tvorby	33
2.2 Humor jako vizuální hra	40
2.3 Absence vtipu	47
2.4 Archiv	53
Závěr	60
Seznam citací	62
Seznam použité literatury	63
Seznam použitých elektronických zdrojů	64

**Haha často
vede k aha!**

ÚVOD

*Smích, humor a hravost je cosi, oč člověka nemůže připravit inflace, stárí ani nemoc.*¹ Karel Nešpor

Humor je druh emoce, která zaplavuje všechny naše oblasti společenského života, je formou relaxace, sebepřijetí i komunikace. Humor se stává vlastností, kterou často od druhých požadujeme. Humor je reakcí intelektu, smích reakcí tělesnou a veselost emoční. Tyto reakce se vzájemně podporují a při každé z nich se aktivují jiné části v mozku. Komická situace se tedy nerovná humoru, je to schopnost našeho vidění a popisu skutečnosti.

Nyní si můžeme pomoci několika faktorů, které jsou buď vrozené nebo nás v průběhu času ovlivňují, kategorizovat „smysl pro humor“. (IQ, temperament, věk, rodinné zázemí, podnebí, pohlaví, politická příslušnost, pracovní zařazení, kultura, etnikum...).

Širší kontext a myšlenkovou konstrukci vtipu vyžadují lidé s vyšším inteligenčním kvocientem. Ve složitějších životních situacích si dokážou vytvořit odstup, povznést se a brát problém s humorem, avšak v běžných situacích už se smějí méně. Intelekt jim občas brání dostatečně se uvolnit. Naopak lidé s nižším IQ se nechají rozesmát jednoduchým vtipem nebo sexuálním dvojsmyslem a v krizových situacích se smějí méně.

Větší rodiny s harmonickým vztahem rodičů jsou vhodným podhoubím pro humorný apetit dítěte. Vzájemná komunikace mezi sourozenci je ideální – víc názorů znamená víc pohledů na danou věc. Když je dítě jedináček, často nemá od koho odkoukat humorná paradigmata a ve společnosti někdy zbytečně rychleji stárne. S narůstajícím věkem si uvědomujeme významy, příčiny a spouštěcí mechanismy smíchu. Kvalita smíchu se s ohledem na věk nemění, mění se kvantita, která s věkem mírně klesá.

Dynamika prožívání neboli temperament člověka, který se objevuje záhy po narození a v dospělosti ho lze pouze korigovat nebo vyvíjet, také ovlivňuje náš smysl pro humor.

Cholerik má humor rád, jeho odezva je mrštná, hlasitá a někdy i agresivní. Citlivějším lidem může svým humorem ublížit.

Sangvinik je srdečný, uvolněný a směje se rád s druhými. Má rád jednodušší humor a dokáže se bavit dlouho. Melancholik humor potřebuje. Vyznačuje se blaženým úsměvem, který nepatří do zakouřených hospod. Rád se směje v soukromí a špatně nalézá nadhled. Flegmatikův humor je jemný, často ironický, inteligentní a směje se ze všech nejdéle.

Humor je dvojsečnou zbraní, společně s ním dokážeme překonat mnoho problémů, vybudovat nové vztahy, ale stejně tak můžeme snadno poranit lidskou osobnost a bavit se na úkor druhých. Existují i nebezpečné druhy humoru a to, jakým stylem humor používáte, vypovídá nejen o vztahu k ostatním, ale i k sobě. Někteří intuitivní lídři mají schopnost oslovit velkou skupinu lidí, jsou rádi středem pozornosti a kritizují ostatní pomocí ironických poznámek. Lidé často používají sarkasmus ke kritizování a manipulaci s druhými. Tato zbraň je často schovaná agresivita. Ten, kdo takový typ humoru používá, si své výroky plně uvědomuje.

Sebezraňující humor se vyskytuje u lidí, kteří jsou nejistí a nedokáží navazovat kontakty s ostatními. Neví, jak získat přízeň ostatních, záměrně se snižují a dehonestují. Humorem zakrývají své slabosti a slouží jim jako obrana.

Humor pro někoho může být také vyjadřovacím prostředkem, skrze něj demonstruje svoji odlišnost. Tvořit a chápat humor je umění.

situační, interní,
naivní, elitářský, lidový

anglický, nesmyslný,
dětský, drsný,
sarkastický, elegantní,
trapný, otřepaný,
originální,

sofistikovaný, fekální,
židovský, šibeniční,
církevní, suchý,
laskavý

cynický, černý,
odvážný

1. Humor v současné fotografii

1.1 Osobní přístup

Smát se a nebo posmívat?
Asi jsem se ještě nerozhodla.

Včera jsem si četla z Freuda. Dnes jsem byla poprvé na hokeji. Ted' v tom hledám souvislost. Žádnou otázku si ale nepokládám, to mi není vlastní. Ale vlastně by mě zajímalo, jestli bude někdy v budoucnu možnost prozvonit klíče?

Humor a nadsázka se v 21. století výrazně dostaly do popředí, ať už se jedná o uměleckou tvorbu nebo mediální reklamní kampaně určené pro širokou veřejnost. Médium fotografie pomalu ztrácí exkluzivitu a masivně se rozšiřuje mezi populací.

Fotografie už není o fotografii, ale o fotografech. Neprodávají se snímky, ale jména.

Nemám ráda čekání, hlubokou vodu, motivační knihy, rebarboru, rozhovory o vaření a svoje nohy. Ale zato mám ráda outsidersy, Raffaello, lidi, co vstávají brzo, vůni jara, CandyCrash, song Amanita od Animal collective, svobodu a sentiment, co je ukrytý v mých slabínách. A když se mi to hodí jsem perfekcionista.

Má fantazie je jako kypřící prášek. Nutila jsem babičku, ať mi před spaním dokola vypráví „pohádku“ o Meresijevovi, letci z druhé světové války, který po pádu svého letadla bojoval o život v mrazivé krajině. Amputovali mu nohy. Měla jsem moc ráda ten dřevěný interiér nemocnice. Velká očekávání z dětství se bohužel později stávají stereotypem.

Občas lžu sama sobě. Celé dětství jsem měla potřebu někomu se zavděčovat. Kvůli Janě jsem si v páté třídě ostříhala ofinu. Potlačovala jsem svoji pubertu kvůli učitelce z dramatického kroužku, díky které jsem do deváté třídy nosila na vystoupení kamaše. Jedla rybí polévku a předstírala, že miluji sport a vědomostní hry. Sebevědomí si to tehdy žádalo. Máma mi vždycky říkala, ať se nechovám jako ostatní a možná proto mě také ráda oblékala do věcí, co vypadaly jako župan. Nikdy jsem si nemyslela, že ji za tuhle „šikanu“ budu vděčná. Jediný prostor, kde se nenechám nikým omezovat je tvorba. Dosáhla jsem stupně vítězů v kategorii vnitřní svobody. Cesta nebyla jednoduchá.

Pro moji práci je nejdůležitější vývoj. Posun. Malá gesta dělají svět šťastnějším. Mám ráda dlouhodobé projekty, na kterých je vidět proces a jednoduché sdělení. Forma i obsah se v každé mé práci drží za ruku. Satisfakcí je pro mě vlastní spokojenost. Neuzavírám staré věci s novými, ráda vše nechávám přirozeně plynout (například i placení složenek).

Humor a nadsázka pro mě bude zřejmě věčným tématem. A platí to i pro komerční zakázky. Možná je to určitá obrana nebo distanc od současné české fotografické scény.

Co se týče komerční tvorby, nerozlišuji mezi dobrým a špatným zadáním. Na každé zakázce si najdu něco užitečného, co můžu dál využít například pro volný soubor. Je mi nakonec vlastně jedno, jestli se fotí luxusní šperky nebo ponožky.

Smysl pro humor je intimní záležitost. Poklad. S lidmi, kteří ho postrádají neumím komunikovat. Provází mě v životě, v řešení problémů, při hledání partnerů, ve snech... Vážím si těch lidí, kteří umí humor nejen vyslat, ale i přijmout.

Důležitým mezníkem (ediktem milánským) v mé tvorbě se stal objev práce Davida Shrigleyho. Práce britského umělce Davida Shrigleyho (1968) má určitě velký potenciál stát se základem humoru 21. století. Každá doba si hranice humornosti nastavuje po svém a vždy najdeme několik jedinců, jejichž limity se vymykají běžným mezím. Popularita kresby na knižním trhu výrazně vzrostla. Karikatura je úmyslné zesměšnění tvarů postavy, obličeje nebo povahových rysů člověka. Může být také prostředkem pro společenskou kritiku. Svými rysy má nejbližší k parodii. Karikaturista je něco jako kulturista, ale to sem nepatří.

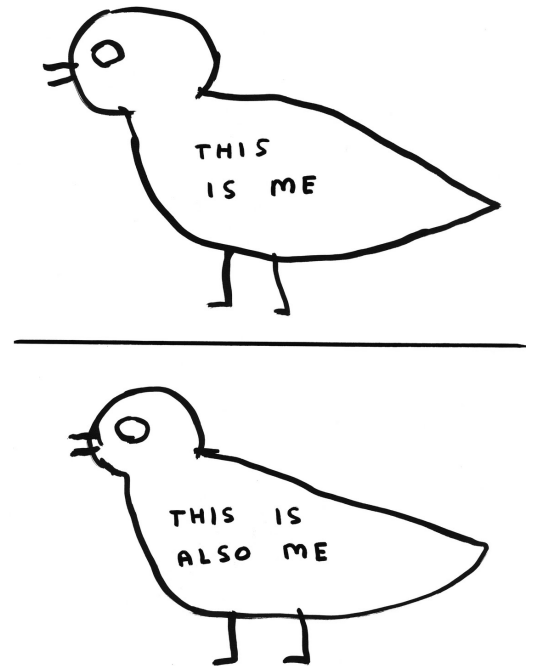
Shrigley se nenechává svazovat žádnými škatulkami. Nečekané formy, nonsens, symboly a kritika jsou jeho předností. Jeho často agresivní malůvky a bizarní poznámky nemají pouze typografickou kvalitu, ale zejména prvotřídní obsah. Jeho náklonnost k intelektuální pokleslosti není náhodným výkřikem. Prvoplánové vtípky, parafráze a silná poselství dohromady.

Na formální dokonalost neklade přílišné nároky, v podstatě by ho mohlo napodobit i pětileté dítě, které však bohužel nezná kontexty, které jsou asi nejdůležitějším prvkem ve Shrigleyho díle. Zároveň k pochopení nemusíme být žádnými filozofy.

Funguje na bázi umělce, pracuje sám za sebe bez jakéhokoliv zadání. Přesahuje i do mnoha jiných uměleckých disciplín, jakými jsou například fotografie, koláž, sochařství, mluvené slovo nebo animace. Vytváří i objekty, které jsou v podstatě jeho kreslené ideje přenesené do prostoru. I přes široký záběr si celé dílo uchovává soudržnost a charakteristický rukopis.

← David Shrigley
2004

→ David Shrigley
2007



← David Shrigley
2010

→ David Shrigley
2007



„Two walks and the middle one falls down.“

Je název mého souboru z roku 2013, který je poctou Davidu Shrigleymu a zároveň také vznikl jako reakce na současný mainstream internetových memů. Český název „Jdou dva a prostřední spadne“ je typický vtip, který ve svém významu balancuje na hraně trapnosti, stejně jako moje snímky.

Hojně zde využívám interního humoru, vzpomínek z dětství, humor mých sester nebo tradici českého vtipu. Významnou částí je také cílená legrace. Ráda tomu dávám přezdívku „zábava na klíč“. Takzvaná sranda pro všechny, kterou demonstruji na produktových snímcích roztodivných věcí z humorshopů.

Často také inscenuji situační humor, který je trapný, když ho někdo vykládá v jakékoliv podobě znova. Estetizují si humor podle sebe a místy se tím znevažují. Mísím svoji fantazii s frky nebo se situacemi, které zažívám každý den. Důležitým prvkem v tomto souboru jsou texty nebo hesla, které jsou často naprosto banální. Někdy diváka napadnou hned při pohledu na fotografii.

„Kdo viděl fotografie ze souboru Jdou dva a prostřední spadne (2013), ten ví, že se tu na scénu vrátila fotografka bez skrupulí, přílišné autocenzury a ohledů na spořádanou obec příznivců fotografie. Na úrovni nekorektních dětských vtipů obvykle šponuje humor až k prahu trapnosti. Nutí nás vracet se k tomu, k čemu jsme se v dětské partě bez zábran smáli, ale co dospělost rázně smázla, neboť se to jaksí nehodí.“² Tomáš Pospěch

← Vendula Knopová
Jdou dva a prostřední
spadne,
2013

→ Vendula Knopová
Jdou dva a prostřední
spadne, Papež
2013



1.2 „Just kidding“

Málo co tak podléhá módě jako vtipy.

Internet. Mutant mezi rájem inspirace a atomovou bombou.

Epicentrum instantního humoru. Virtualita jako latentní zbraň.

Blogová stoka. Zábava pro masy. Relax.

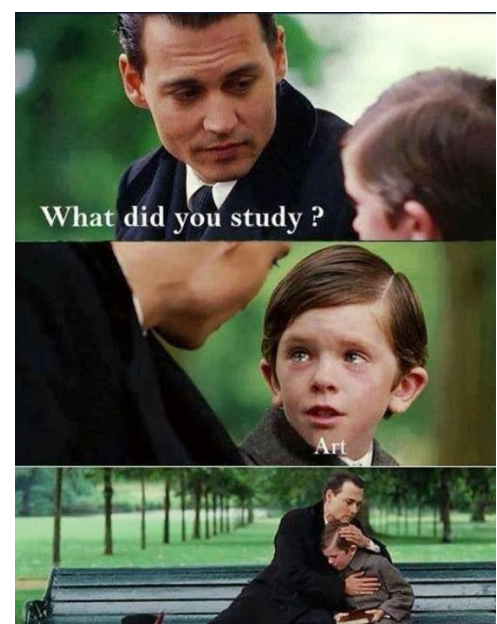
Situační vtipy a jejich vzácná mimická performance nahrazují instantní frky, které už se nedají tak snadno fyzicky glosovat. Osobní prožitky s druhými se dostávají do pozadí. Příspěvky jsou díky anonymitě uživatelů odváznější, někdy až za hranicí publikovatelnosti.

V této době není většího trendu než kult MEME (z řeckého *mimema* – napodobovat). Série vtípků, s poměrně jednoduchým obsahovým sdělením, zažívají boom na sociálních sítích už řadu let. Šíří se často na virální bázi. Můžeme je rozdělit do několika kategorií – zábavné, životní, politické, aktuální nebo motivační. Popularita tkví v příbězích a situacích, které se nás v reálném životě nějak dotýkají. Víme o určitém osobním problému, který je nastaven jako stará známá pravda a meme jakoby nás ujistily, že v tom nejsme sami.

Nejčastěji ale glosují aktuální veřejné události jako politickou scénu, sportovní prohry, celebrity, úmrtí a nebo děj seriálů. Často také slouží jako podklady pro marketingovou kampaň. Tento způsob je levný a účinný, zejména když je cílová skupina zaměřená na mládež. Podpora a oblíbenost memů se zatím nemění. Jaká bude jejich budoucnost? Nezačne nás tento jednotvárný druh zábavy časem nudit? Tyto montáže se šíří světelnou rychlostí a se stejnou rychlostí také upadají v zapomnění.

← Anonymní uživatel
rok neznámý

→ Anonymní uživatel
2014



Blogy

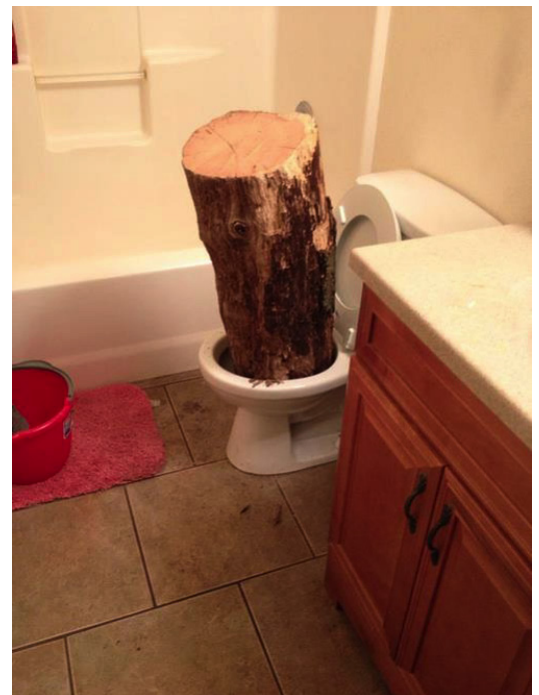
V této kapitole se všeobecně pozastavuji zejména nad prostou lidskou kreativitou. Jedinec versus strávený čas. Čas hledání i vytváření. Sociální sítě jako facebook jsou zahlceny, zakládají se specializované blogy, od kterých se člověk nerad odtrhává.

➡ Teorie hlubokého
chápání věcí

„Theories of the deep understanding of things“ ➡ je denně aktualizovaný blog, mix absurdity, internetového odpadu a současného umění. Hodnotná díla nebo virtuální zmetci? Jak v tomto kontrastu působí umělecká díla? Můžeme zde pomoci „Like“ snadno vypořádat, že vtipné snímky mají daleko vyšší hodnocení než umělecká tvorba, které v této záplavě FUNNY pictures, působí jako pokus o nedobrovolné školní vyučování. Sranda v balíčku. Jedná se o záběry, které jsou poskládány především z amatérských, nepovedených, naivních nebo nečekaných snímků. Popularita těchto fotografií je ukryta v pochopení a outsiderství zároveň. V každém z nás je trochu škodolibosti a vidět druhé, v absurdní nebo ponižující roli, bezesporu přitahuje.

← Anonymní uživatel
Theories of The Deep
Understanding of
Things
2013

→ Anonymní uživatel
Theories of The Deep
Understanding of
Things
2013



➡ Je bydlení v NY
opravdu tak
šílené, nebo je
to jen přehnané?
Je to skutečné,
kámo.

„Is housing really this crazy in NY or is this just an exaggeration?

It's real, dude.“³ ➡ Podobně skromnou myšlenku má i blog „The worst room“. Jak už název napovídá, jde o snímky pokojů z New Yorku, které jsou především cenově dostupné. Bizarní inzeráty dohromady se snímky vytvářejí velmi lukrativní nabídky.

→ Queens New York.
\$500.00



Další sekci jsou obsáhlé archivy snímků na totožná témata. **Hot-dog legs.** Toto davové selfie šílenství poslední doby spočívá v jednoduchém kouzlu. Nohy nebo párky? Poznáte rozdíl? Dovolenkářské kliše pohádkového obzoru současně se stupněm opálení, horčicí a jednoduchou pointou dokáže stále překvapovat. Prostoduchá realita je pořád v kurzu.

← Anonymní uživatel
2012

→ Anonymní uživatel
2012



Pro představu dalších atraktivních příkladů virálních zlomyslností uvádím pouze názvy blogů, jejichž názvy jsou přeloženy z angličtiny. (*Důvod proč moje dítě brečí, Otřesné fotografie realitních agentur, Selfie na pohřbech, Věci, které krásně padnou do jiné věci, Herci bez zubů*)

Kolektivním příkladem absurdit z českých zemí jsou stránky s názvem „*Cedule, nápisy & vizuální (ne)kultura*“, kde obsah tvoří samotní uživatelé. Pozorovatelé veřejného prostoru vizuálně glosují tento folklor hnusu, který má u nás hluboké kořeny. Vtahují nás do atmosféry kuriózních sloganů, plakátů nebo situací, které nás denně obklopují. Většina těchto fotografií je pořízena mobilním telefonem.

← Anonymní uživatel
2014

→ Anonymní uživatel
2014

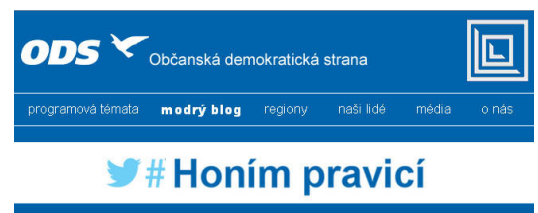


Češi milují černý humor a také ironizování aktuálních témat. Jedno z nejvděčnějších témat je politika. Nejlepšímu českému baviči, prognostikovi, klaunovi a zároveň i prezidentovi České republiky Miloši Zemanovi stačil jen jeden pád na to, aby se stal nekonečným terčem pro nejrůznější obrazové vtipy recesistů. Stránka na facebooku „Ovary Miloše Zemana“ prezentuje hlavu státu jako tanečníka na nekonečno variant. Myslím to upřímně... Humor, rozpaky, sliby. Politické předvolební kampaně. Jednou za čas se náš veřejný prostor naplní ve většině případů vizuálně neakceptovatelnými agitkami politických příslušníků. Spojením portrétu zpoceného muže s často utopickým heslem je přímo hřištěm pro koláže a antireklamy.

Češi už mají dost politiky, slibů a zkorumpovaných příslušníků, odpovědí je často drsný, až ponižující humor. Někdy tento druh humoru taktně používají politické strany jako zbraň vůči opozici. Sociální sítě jsou vhodným prostředím pro šíření těchto antikampaní. Tento nový styl komunikace a propagace využila ve své předvolební kampani v roce 2013 strana ODS, která vsadila na minimalistické pojetí billboardů s heslem „Volím pravici“ a logem twitteru s příslušným hashtagem. Překvapivě se ani tento čistý tah strany ODS neobešel bez zásahu lidové tvořivosti a nespočetných parodií.

← Anonymní
uživatel
2013

→ Anonymní
uživatel
2013



Reklama na obyčejný sprchový gel Old spice vyvolala spoustu pozitivních reakcí, začala se masivně šířit prostředím sociálních sítí a tvůrci tak pohotově zareagovali dalšími vtipnými kousky. Isaiah Mustafa, hlavní aktér spotů nezůstal v anonymitě a získal vlastní účet na různých sociálních sítích. (samotní účastníci internetové diskuze mohli prostřednictvím hlavního herce nepřímo komunikovat s ostatními). Tato videokampaň se stala nejrychleji šířící se v historii. Krátké a nepředvídatelné vtipy bez střihu v měnícím se prostředí nás neomrzí. Tvůrce hlavní ideje je mladý americký reklamní režisér Tom Kuntz (1972). Všechny jeho reklamy a videoklipy jsou založeny na humoru, kvůli kterému si ho právě potenciální klienti vybírají. Nezáleží mu na propagovaném produktu, je schopen vytvořit z každé reklamy fenomén. Tom Kuntz má spíš blíže k filmovému pojetí. Tento nezaměnitelný rukopis promítá i do jeho videoklipů jako je například klip pro skupinu Avalanches a jejich píseň Frontier Psychiatrist. V jeho poslední klipu pro slavnou americkou kapelu MGMT využívá statických momentů, samotné záběry se objeví jen velmi krátce a jejich podstata a vtip tkví v detailech

V současné době je velmi těžké odlišit se od ostatních a současně tak na sebe přitáhnout pozornost. Existuje spousta obyčejných lidí, kteří si prostřednictvím internetu vytvořili kariéru a následně se z nich stali uznávané celebrity. Mám na mysli tzv. vlogery, kteří komunikují pomocí rozličných video performance. Tato skupina se každým dnem rozrůstá. Jednoduchá a levná forma toho jak se zviditelnit láká zejména mladší generaci. Není to ale na první pohled tak jednoduché jak se zdá. Jednotlivec musí mít ojedinělý nápad jak své fanoušky upoutat. Jako současné mistry vlogingu bych označila francouzské přeborníky v komentování běžného života jako jsou *Norman*, *Cyprien*, *Mister V* nebo *Hugo Tout Seul*. Zábavným způsobem popisují jak osobní věci, tak problémy každého z nás (oblékání, narozeniny, domácí zvířata, fekální motivy, mobilní telefony, rodinné večere, cestování apod.)

Nejstarší francouzskou video ikonou je bezesporu originální Rémi Gaillard (1975), performer s velkým P. Pracoval jako obyčejný prodavač obuvi, ale roku 1999 dostal vyhazov z práce a čas si začal krátit „legrací“ v ulicích. Jeho úplně první video bylo sprchování v myčce aut, do podvědomí se dostal ale až díky mediálním výstupům. Například r. 2002 se objevil mezi fotbalovými hráči a před televizními kamerami s nimi zpíval hymnu a slavil vítězství.

Dále nelegálně soutěžil mezi kulturisty, narušil politickou konferenci, postavil se na stupně vítězů Tour de France a nebo jen tak sebral lidem

limonádu. Často se dostává do potyček s napálenými lidmi, mnohokrát ho zatkla policie a na svém kontě má už několik stovek žalob. Naštěstí je rychlý běžec.

→ Gailard jako kulturista Mister Universe 2008
Printscreen z video performance



Virtualita je zbraň, která je schopna i nebezpečně ublížit. Cenzura? To slovo svět fotografie v podstatě už nezná. Drogy, sex, drogy, rozchody, uvolnění, soukromí, sex a drogy... Jinak řečeno osobní deníky, které se často předbíhají ve veřejné intimitě. Když je něčeho příliš, odchází exkluzivita a my jsme podvědomě nuceni hledat jinde.

Trolling

Relativně nové odvětví lidského zájmu kombinující činnosti jako integrovat, narušit, rozdrobit nebo objevit. Obdobně jako existence rockových hvězd eliminuje množství diktátorů, existence internetového trollingu filtruje energii všech záškodníků, nepřátel státu a paradoxně i těch nejosamělejších kolaborantů.

Internetový troll může mít mnoho podob, ale nejčastěji se zjevuje jako účastník internetové diskuze. Jeho cíl je často maskován. Záleží na osobních dovednostech trolla, s jakou elegancí dokáže seriózní diskuzní vlákno rozložit do posledního uživatele. Můžeme se setkat s relativně levnou verzí trollu, kdy je celé vlákno infikováno posty „out of context“. Naopak ti nejsofistikovanější trollové jsou schopni vzbudit důvěru svým falešným zájmem o téma a dokonce od administrátorů převzít správcovství ve skupině. Ideálním cílem trollů jsou všechny seriózní zájmové spolky – konverzační skupiny mladých modelářů či kosmetiček. Oblast trollingu je z pohledu společenských věd teprve objevovaný terén a můžeme se jen domnívat kam až dojdou jeho nejkreativnější mutace nebo zda –li se zahubí sám ve své vlastní pokleslosti.

V tuto chvíli se dá s jistotou říci, že globální trolling posunul internetový slovník o několik nových termínů:


DNFTT (Do not feed the trolls)

Nekrmte trolly. Nedělejte to, co si troll přeje.

YHBT. YHL. HAND. (You have been trolled. You have lost. Have a nice day)

Byl jste potrollen. Prohrál jste. Hezký den

→ printscreen
z neoficiální
stránky: Marek
Eben mi dluží
peníze
2015

 **Marek Eben mi dluží peníze**
2 leden · 🌐

Marka Ebena nenávidíme celým svým srdcem, ale zároveň chceme zůstat féroví a objektivní. Objevuje se spousta zločinů, s kterými je Eben spojován, bohužel, ne vždy je to pravda. Některé pomluvy jsou jen snaha autora se zviditelnit. Pro přehlednost uvádíme přehled zločinů, se kterými Marek prokazatelně nemá nic společného:

Vyhynutí dinosaurů
Genocida ve Rwandě
Zarostlý nehet pratety Danuše z Davle

U ostatních zvěstev nemůžeme zatím s jistotou potvrdit, ani vyvrátit zda v nich tento výtečník a zlosyn nemá také prsty. Ale pracujeme na tom a děkujeme našim fanouškům za pomoc!

Mezi další oblíbené kybernetické války patří tzv. Hoaxy. Jedná se o poplašné či falešné zprávy, které příjemce obtěžují a zneužívají je k poskytnutí osobních informací nebo o další šíření. Nejčastěji to jsou smyšlené prosby o pomoc pro postižené děti, nabídka snadných zisků, petiční podpisy nebo nabídka štěňat před utracením. Vtipným zneužitím lidské důvěry je „projekt“ Bonsai Kitten.

„Jakýsi Japonec v New Yorku pěstuje a prodává kočky, kterým se říká BONSAI KOŤÁTKA. Nevypadalo by to tak špatně, kdyby tyto kočky nekrmil prostředky na uvolnění svalů a nestrkal je do lahví, kde jsou zavřeny celý život !!! Kočky se krmí trubičkou a druhou trubičku mají na vyměšování. Jak rostou, jejich kosti se formují podle tvaru láhve. Kočky se nemohou pohybovat. Používají se jako ozdoby – dekorace. Tyto zvrátnosti jsou posledním výkřikem módy v New Yorku, Číně, Indonésii a na Novém Zélandu.“⁴

→ Anonymní
uživatel
2011



1.3 Reklama

Pijavice? Sluha? Zbraň? Opička na klíč? Manipulační nástroj?

„*Reklama je uměním hovna*“⁵ tak ji označil český prozaik, publicista a fejetonista Ludvík Vaculík.

Reklama je součástí kultury odedávna. Proč je v dnešní době vnímaná jako slizký had? Protože dolárky v očích. Věrohodnost. Triky. Sliby. Řezník Krkovička. Jsme vystaveni jejímu působení bez možnosti výběru. Firmy začínají své zákazníky získávat jinak. Jako Mohamed a hora. Kdo teda ke komu přišel?! Základ úspěchu jsou minimální pocity tlaku na zákazníka u zákazníka. Žádná sladká marketingová hypnóza.

Požadavky na reklamu začínají být stále více náročnější. Propracované reklamy vytvářejí kladnou corporate identity firmy a spojením náležitých kreativců a kvalitních idejí vznikají kampaně, které jsme si schopni zapamatovat roky. Počátky humoru v marketingu byly složité. Trvalo dlouho než se na humor začalo pohlížet jako na důvěryhodnou reklamní techniku.

Tištěná reklama je stále nejpoblárnější. Její efektivnost spočívá v tom, že se k ní čtenář může kdykoliv vrátit. Orientuje se přímo na cílovou skupinu čtenářů podle druhu periodika. Za nebezpečnou reklamu považují billboardy. Jsou častou příčinou dopravních nehod, umístění hyzdí veřejnou krajinu, nejsou kontaktní a doba působivosti je krátká. Televizní a filmová reklama je nejnákladnější, zároveň však působí současně na zrak i sluch diváka. Nejmnějším komunikačním nástrojem je bezesporu internet. Reklama v online prostředí je velmi účinná, zejména pro mladší generaci. Virální pole působnosti je anonymní a intimní zároveň. V podstatě neexistuje žádná cenzura. Využívá velmi sofistikovaných možností, často je nevyžádaná a to například formou emailového spamu. Zdaleka nejodpudivější podobou reklamy je tzv. pop-up. Jedná se o vizuální elementy, které se nečekaně objeví na libovolném místě obrazovky.

Základem kvalitní a efektivní reklamy je slušnost, důvěryhodnost, inteligence, vizuální přitažlivost. V neposlední řadě pak nesmí lidi nudit a to ani při nabídce „výhodného“ úvěru nebo práciho prášku. Jak tedy dosáhnout pozornosti spotřebitelů? Emocí a vtipem. Humor zvyšuje efektivitu reklamy. Přesvědčivost značky se však často dostává do pozadí. Zhruba polovina reklam na světě využívá téma humoru k propagaci.

Často si zapamatujeme vtipnou reklamu, ale za 10 minut už nevíme, jestli byla na sýr nebo banku. Pokud je tedy branding slabý, aplikovaný humor vnímáme nezávisle ke značce. Podstata vtipu by měla být úzce spojena s produktem, jestliže je tedy sdělení složité a kampaň vytvořená pouze k účelu pobavit, reklama ztrácí na účinnosti.

Vtipné reklamní spoty nebo snímky mají i svá úskalí. Časem zevšední a tím pádem nás mohou nudit. Opakovaný vtip totiž není vtipem. Je velmi snadné ztratit drive a jedinečnost. Musí se tedy buď připravit víc mutací a nebo trh neznásilňovat natolik, aby propagace nepřišla o atraktivnost. Humor v reklamě má tedy své výhody i nevýhody. Může poškodit značku, často odvádí pozornost od nabízeného produktu a také nemusí být univerzálně srozumitelný. Na druhou stranu podporuje zapamatovatelnost, zvyšuje pozornost a humorný kontext může posílit kladný vztah spotřebitele ke značce.

Kam až můžeme s humorem ve veřejné reklamě zajít? Postupně se bourají hranice publikovatelnosti. Osobně tvrdím, že humor patří kamkoliv kromě sexu. Erotická tematika je paradoxně vděčným motivem. Bezesporu přitahuje pozornost. Například k firmám, u kterých by nikdo použití perverze nečekal – výrobcům oken nebo pomazánkových másel. Co se týče spojení primitivních dvojsmyslů a sexuálních podtextů, umístěných do veřejného prostoru, Češi jsou mistři. Tyto kampaně hraničí z lascivností. Sexismus se vztahuje k určitému pohlaví, které je postaveno do role méněcenného. Terčem už se nestávají pouze ženy, ale i muži. Není to pouze o nahotě, ale o využívání sexuality jako propagace výrobku, který s tím nesouvisí. Za humornou parodii pořadatelů považují soutěž „*Sexistické prasátečko*“, kterou organizují osobnosti věnující se problematice genderu na akademické rovině a lidé z veřejných médií. Záměrem soutěže není poškodit výrobce, ale upozornit na to, že sexistická reklama může mít závažné dopady. V současné době proběhl pátý ročník. Samotné zobrazení nahé osoby není tak šokující jako spojení s textem, které sdělení posouvá za hranice běžného vkusu. Ostatně sebezesměšnění a parodie je českým národním sportem.

← Záclony a design
Ostrava 2013

→ MPL stavebniny
2011



Důležitým aspektem reklamy je kreativita, originalita a překvapení. Pomocí humoru můžeme zmírnit příjemcův odpor vůči marketingu samotnému. Sblížení spotřebitele se značkou pomocí kvalitní reklamy můžeme docílit osobnějším kontextem souvislostí, které jsou charakteristické pro danou cílovou skupinu. Souznění zájmů. Prvotřídním příkladem je holandská agentura **KESSELSKRAMER**, kterou založili v roce 1996 Johan Kramer a Erik Kessels. V roce 2005 Johan Kramer agenturu opustil a stal se filmových režisérem. Reklamní agentura a knižní nakladatelství stále vystupuje pod jménem KesselsKramer.

Hlavní rezidence a současně i kreativní ráj sídlí v jednom z Amsterodamských kostelů. Další pobočky, galerie a prodejny jsou v Londýně a Los Angeles. V rámci osvětlení firemního PR pořádají výstavy známých umělců nebo se hojně angažují v neziskových projektech, které doplňují svým nezaměnitelným vizuálním rukopisem.

Vytvářejí kvalitní reklamy moderní doby, ale jejich hlavním cílem a zájmem je určitá osvěta. Podporují ostatní v bourání zaběhlých hranic na trhu, které demonstrují na příkladech z jejich vlastní praxe. Mají rádi chyby, jednoduchá sdělení a jsou mistři ve zpochybňování zaběhlých paradigmat.

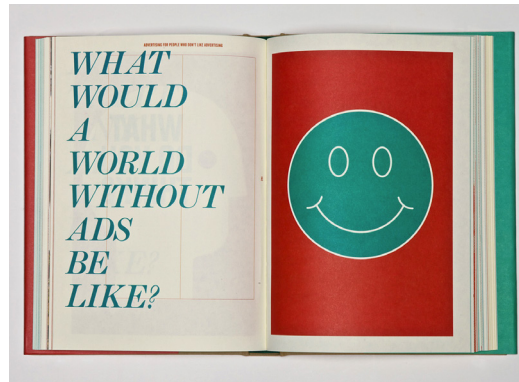
„Advertising for people who don't like advertising.“ 2012, tak zní název knihy, kterou vydali v roce 2012 a je biblí zejména pro ty, kteří o reklamě přemýšlejí jinak. Každodenní „míting a brífung“ ideamakerů nemusí být jen otravnou prací. Neobsahuje žádné pohádky pro hledače trendů. V knize není uvedeno žádné know-how, jak by mohl někdo čekat, ale jedná se o popis jednotlivých přístupů ke konkrétním zakázkám a situacím. Práce v reklamní agentuře už nemusí být pro absolventy uměleckých škol za trest.

(Nesleduj ostatní. Nikdy nebrainstormuj. Nevytvářej nové značky. Pochybnost je dovednost. Tvoje koníčky jsou na prvním místě. Tvůj první instinkt byl správný. Věnuj se jenom smysluplným věcem.)

Vtipné podtexty obsahují nejen jejich vedlejší nekomerční projekty (kterým se budu věnovat v další kapitole), ale na humoru jsou ve většině případů také založeny i jejich reklamní mainstreamové zakázky (Absolut vodka, Mtv, Diesel...). Osobně mě lákají firmy, které udržují dlouhodobé spolupráce s jednou značkou nebo klientem a současně s ní vyvíjejí i její celkový vizuální styl.

← Erik Kessels

→ Ukázka z knihy:
*Advertising for
 people who don't like
 advertising*
 2012



Nejstarším klientem agentury KesselsKramer je proslulý Hans Brinker Budget hotel v Amsterdamu. Stále vyvíjející se spolupráce trvá již od roku 1996, identický až avantgardní přístup aplikují přes více než 17 let. Autenticitou, vtipem a antipropagací úspěšně přilákali mnoho turistů z celého světa do zcela průměrného hotelu jen díky vtipné kampani, která byla natolik úspěšná, že se hotel rozhodl letos otevřít i pobočku v Lisabonu, která zajišťuje stejnou úroveň služeb i s pravděpodobností spálení sluncem. Hotel veřejně nabízí služby nevrlych nosičů kufrů, neužitečných recepčních, upřímného postoje k zákazníkům a hlavně nedostatek pozornosti k detailu. Občas se tedy v rámci kampaně vyplatí prohnat kance bučinou.

„Welcome to Hans Brinker, the cheapest, the worst, the best... no swimming pool, no roomservice, no pick-up service, no bridal-suite, no gym, no spa, no bellboy, but cheaprooms, a restaurant, a nice bar, a club, 24 hour reception and 500 beds.“⁶

← Hans Brinker
 Budget Hotel
 KESSELSKRAMER
 2015

→ Hans Brinker
 Budget Hotel
 KESSELSKRAMER
 2013



← Hans Brinker
Budget Hotel
KESSELSKRAMER
2009

→ Hans Brinker
Budget Hotel
KESSELSKRAMER
2009



← Hans Brinker
Budget Hotel
KESSELSKRAMER
2011

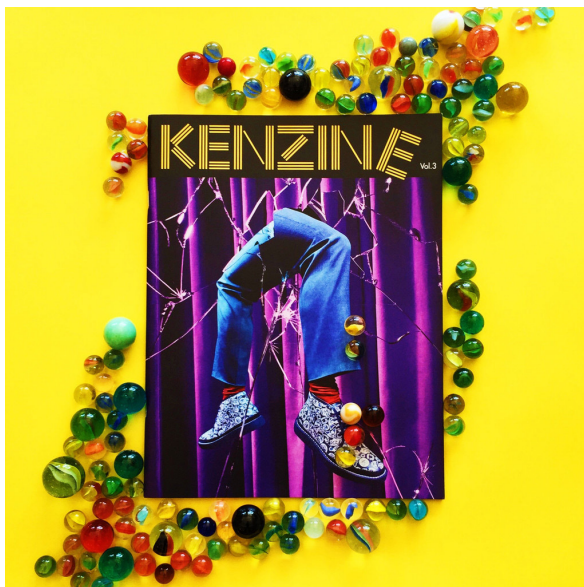


Mauricio Cattelan a Pierpaolo Ferrari

Kenzo. Renomovaný japonský módní návrhář Takada Kenzō (1939) má nejen smysl pro humor, ale také smysl pro dramatická vystoupení. V roce 1979 uspořádal svoji přehlídku v cirkusovém stanu, kde jezdil společně s krasojedkyněmi v průhledných uniformách na slonu. Jeho vášní je spontánnost a zábava. Uvádím ho zde právě proto, že s ohledem na jeho věk 75 ti let, dědictvím značky vytváří stále čerstvější a odvážnější kampaně. Důkazem je jeho spojení s kuriózním Toilet paper magazinem, který byl založen r. 2010 v čele s Maurizio Cattelanem (1960) a Pierpaolem Ferrari (1971). Spoluprací Kenza, Cattelana a Ferrariho vznikl Kenzine. Populární forma zinu posouvá značku na jinou rovinu a rozšiřuje cílovou skupinu. Magazín nemá informovat o cenách, ani o názvech jednotlivých produktů, ale slouží jako umělecká publikace, kterou chcete mít v knihovně.

← Obálka magazínu
Kenzine
2014

→ Maurizio Cattelan
a Pierpaolo Ferrari
Kenzo 2014



Zato estetika *Toilet paper magazínu* připomíná atmosféru 50. let, vyzařuje surrealistickou a ironickou lidovou tvorbou, kde se mísí prvky erotiky a absurdity. Tvorba příspěvků dvojice autorů diváky neustále překvapuje, ač je vizuální stránka od roku 2010 skoro identická, rozhodně neomrzí a stále překvapuje. Magazín neobsahuje žádné texty, jedná se pouze o fotografický materiál, který je plný metafor, kde se mísí design a svět módy s vnitřní fantazií autorů. Každé číslo je spojeno se zdánlivě vyčpělým tématem jako je láska nebo chamtivost, avšak ve vizuálním podání dvojice nedochází k žádnému náznaku banálnosti nebo klišé. Odvážně, leč po špičkách provokují a improvizují zároveň. Jejich snímky jsou nadčasové, protkané vášní k historii fotografie a je z nich cítit určitá neseříznost, která mě vlastně láká ze všeho nejvíc.

← Obálka Toilet paper
magazine
2013

→ Obálka Toilet paper
magazine
2011



Autor **Maurizio Cattelan**, Ital působící v New Yorku, začínal jako novinový karikaturista a dnes je známým produktem globálního uměleckého trhu. Pomocí umění vyvolává různé kontroverze, provokuje publikum a posouvá vizuální kulturu komerčním směrem až k zábavě. Pracuje za plné podpory uměleckých institucí, zároveň je velkým příznivcem sebeironie, a tak skoro vždy objeví nějaký způsob, jak si udělat legraci i z lidí, kteří ho živí (příkladem je Karibské bienále, kde poukazoval na inflaci různých bienále a umělců, kteří se jich účastní tím, že uspořádal prázdniny na pláži pro celebrity umělecké scény). Velice trefně ho označil americký malíř, kurátor a spisovatel Alexi Worth jako „art scene's joker“. Jeho pole tvorby je široké, působí i jako kurátor nebo galerista a i v těchto polohách si udržuje stejně výsměšný přístup. The Wrong Gallery, tyto malé galerijní prostory, přibližně velké jako dveře, zpřístupnil v Londýně, New Yorku a Chelsea. Ve výklencích nechal vystavovat renomované umělce. „Fuck Off We're Closed“, upozornění nebo umění?

Paradoxně roku 2012 ohlásil retrospektivní výstavou v Guggenheim muzeu konec své umělecké činnosti. Do volného prostoru muzea zavěsil všechny svá díla, diváci tak mohli pozorovat těchto 123 děl v životních velikostech ze všech úhlů. Tento mrak z předmětů byl skvělým instalačním řešením, jímž Cattelan jakoby mumifikoval celoživotní způsob své práce. Je znám především pro své realistické figury lidí a zvířat, které uvádí do dráždivých souvislostí a tím kritizuje současnou společnost. Z jeho práce můžeme cítit i velkou fascinaci smrtí (papež zasažený meteoritem, modlící se Hitler, mrtvý John Kennedy, sebevražednou veverku nebo kostry koček velikosti dinosaura).

← Ukázka z instalace
v Guggenheim muzeu
Maurizio Cattelan
2012



→ Ukázka z instalace
v Guggenheim muzeu
Maurizio Cattelan
2012



2 Humor v současné umělecké fotografii

Dnešní humor netouží být zdvořilostní ani hlubokomyslný.

Dřívější obranně –kritická fáze se proměnila v současný relax a vynalézavost. Nyní už nemusíme bojovat, pouze dáváme výstražná upozornění. Trvalo mi dlouho než jsem pochopila, že mé soubory svět nezachrání.

Někdo se rád pomocí humoru ve fotografii vyjadřuje k politické nebo společenské situaci, někdo humor bere jako druh rebélie a někdo ho využívá jenom jako prostředek k uvolnění.

Tato kapitola je zasvěcena autorům, kteří fotografii neberou jako image nebo sociální status, ale jako médium, jehož pomocí sdělují svoje interní myšlenky. Neberou fotografii jako produkt trhu. Vášnivý introverti, kteří tvoří bez kalkulu. To, že občas nemají ani na jídlo je daní jejich životní i produktivní svobody.

Ve většině případů jsou to autoři, kteří celou svoji tvorbu zasvětili humoru. Náhoda je pro ně životním postojem. Využívají absurdity místo tradičních uměleckých projevů, často tím popírají sami sebe a na závěr si dají koupel ve spontánnosti. Jejich osmou čakrou je mystifikace.

Elitáři, kteří často nechápou ani sami sebe. Jejich hodnoty jsou jinde. Mají silný charakter, dokážou vyčkat na správnou chvíli, netouží po slávě a neustále se vyvíjí. Něco mezi dítětem předškolního věku a vědcem.

„Prostě jsme se bavili v hospodě, vznikaly fantastický situace, artificiální, ale nikdy na to nebylo zvaný publikum, nikdy to nebylo prezentovaný jako umění a tak dále. Ale nebyl to exhibicionismus, byla to soukromá vnitřní zábava party, přehnaně řečeno, milujících se lidí.“⁷ Ivan Martin Jirous (Magor), Křižovnická škola čistého humoru bez vtipu

2.1 Humor jako téma tvorby

Martin Paar (1952) je první autor, který mně napadne, když se řekne humor ve fotografii. Kronikář naší doby. Svými snímky i osobností ovlivnil řadu fotografů. Inovátor, satirický antropolog, sběratel, esteta, kurátor, vydavatel, profesor a člen skupiny Magnum. Jeho snímky zobrazují reálné fragmenty života, které v nás mohou vzbudit zároveň emoce smíchu i pláče. Humor je jeho vyjadřovacím prostředkem. K realitě se staví s odstupem, ironizuje zaběhlé přístupy a přiřazuje jim tak nové významy. Sociální témata se v jeho tvorbě dostanou do pozadí a místo nich dostává prostor banalitu, kterou ale neukazuje v naivním světle.

Thomas Mailaender

Tento francouzský autor narozen roku 1979 v Paříži je přesný prototyp pro tuto kapitolu. Sféra jeho umělecké činnosti je samotnou planetkou, kde se rád nechává unášet mimo osobní kontrolu. Je uchvácen vlastními vtipy, kterými zpochybňuje pojem umělecké legitimacy. Co si představuje pod pojmem svoboda umělce? Jít na ryby a popíjet se svými přáteli.

Mailaender je nenasytný a kompulzivní sběratel fotografií a různých sociologických vzorů. Když dostane impuls, že by mohl být králem světa, začíná pracovat na svém novém díle. Pracuje v ateliéru, který se nachází v průmyslové oblasti Paříže a přirovnává ji k patriarchální jeskyni, protože ho sdílí s dalšími 16ti muži. Ateliér považuje za dětské hřiště, kde je vše možné (kromě přítomnosti žen a alkoholu, v jejichž přítomnosti prý dochází ke ztrátě soustředění). Nedávno ve svém ateliéru postavil rybník v rozměrech 12 × 2 m, kde se chystá vytvořit největší kyanotypii světa.

Tento pirát se vrhá do typologických průzkumů, které se týkají zejména vedlejší zábavné činnosti obyčejných lidí. Latentně tak listuje svým inventářem lidského chování, které po nocích studuje ve svém ateliéru. Pro rozvoj jeho praxe čte knihy jako „Jak se stát profesionálním kaskadérem do týdne“ a nebo tolik oblíbenou Guinnessovu knihu rekordů. Rád se inspirovat špatnými vtipy, internetovou stokou a amatérismem na jakýkoliv způsob. V současné době přemýšlí, že odejde do fotografického důchodu.

← Thomas Mailaender
ze souboru *Items*
2009

→ Thomas Mailaender
ze souboru *Items*
2009



← Thomas Mailaender
ze souboru *Extreme
tourism*
2008

→ Thomas Mailaender
ze souboru *Extreme
tourism*
2008



← Thomas Mailaender
Monkey
2008

→ Thomas Mailaender
The lumberjack
2007



Sasha Kurmasz

Sasha Kurmasz je kyberbunkový jezdec nasávající každodenní realitu, který se narodil roku 1985 v Kyjevě, kde žije dodnes. Další ze serie lidí komentující neutěšenou politickou situaci na Ukrajině se svým revolučně vztyčeným penisem. Živě a otevřeně komentuje její dnešní zběsilost. S tajuplným výrazem posměváčka zachycuje okolní dění, které se však nesnaží nijak radikálně nebo angažovaně měnit. S čím ale Sasha tvrdě bojuje je předvídatelnost. Everyday life Ukrajiny je osobitý folklor, kde není nouze o kvalitní podněty ke zpracování. (nahé mladé ženy, lajny kokainu ve tvaru svastiky, penis kamaráda nebo srdíčko na dlani).

V některých projektech, podobně jako u nás Ztohoven, napadá reklamu ve veřejném prostoru a snaží se ji přetvořit k obrazu svému. Na ulicích Kyjeva můžeme najít jeho citylighty s fotografií hořících aut nebo peněz. Mixuje kontext reality a virtuálního světa. Plakáty přinášejí informaci o tom, že fotografie je dočasně nedostupná, s výmluvným odkazem na logo internetové databanky Flickr nebo piktogramy z webového prohlížeče, představující chybějící obsah. Zbojnicky vyřezává detaily fotokrajiny z billboardu na minerální vodu a instaluje je jako příjemné pozadí mezi šedé paneláky a dětská hřiště.

← Sasha Kurmasz
Hacking Advertising
2010–2014

→ Sasha Kurmasz
Graffiti
2014



Thomas Rousset

Francouzský autor, absolvent švýcarském ECALU si svůj osobitý styl definuje na základě inspirace tématy je film, internet, DiY a pop kultura. Je fascinován objekty denní potřeby a velmi přirozeně je integruje do své tvorby tak, aby vytvořil fotografie ležící přesně na hranici světa volného umění a módy.

V nedávné době společně grafickým designérem Raphaellem Veronou vydal knihu, zachycující jejich cestu do Bolívie a netušený svět tajuplných čarodějů, lidových léčitelů a lokálních doktorů. Objevili tak nejen podivuhodný rituál, takřka jako z učebnice pradávnej mytologie. Neexistuje zde rozdělení světa na „dobré“ a „zlé“, což zásadně ovlivňuje myšlení všech. Napojení na vesmírný řád je tu stejně přirozené jako v naší kultuře vysokorychlostního internetu.

V posledních desetiletích zde docházelo k obrovskému rozmachu starodávných praktik pro uctívání předků. Mladá generace je hlavním aktérem kultury. Bolívie má velmi vysoké procento mladých lidí. V klubech, barech a diskotékách se hrají mezinárodní „hity“ vedle tradičních rytmů. Tradice zde nezastarávají, protože jsou neustále obnovovány. Výsledná kniha fotografií diváka napíná mezi světem zapomenutým a novým a světem spirituálním a fyzickým. Kniha nese název *Waska Tatay*.

Jeho diplomový soubor *Praberians* byl inspirován rodným městem, kde líčil smyšlené venkovské komunity na francouzském venkově. Vše nabralo až surrealistický nádech. Pohanské symboly na melounech, stříbrné zátky od Moet láhví jako šperky, rituální tetování ze žvýkačkových nálepek. Tím, že zachycuje zdánlivě bizarní náhodné činy Rousset zpochybňuje každodenní rituály a moderní společenské chování. V současné době připravuje Rousset nový projekt na Kubě, ve kterém se chce zaměřit na kulturu Voodoo.

← Thomas Rousset
Ukázka z instalace
na festivalu Mode et
de Photographie
à Hyères
2015



← Thomas Rousset
ze souboru *Prabérians*
2014

→ Thomas Rousset
ze souboru
Waska Tatay
2014



Křištof Kintera

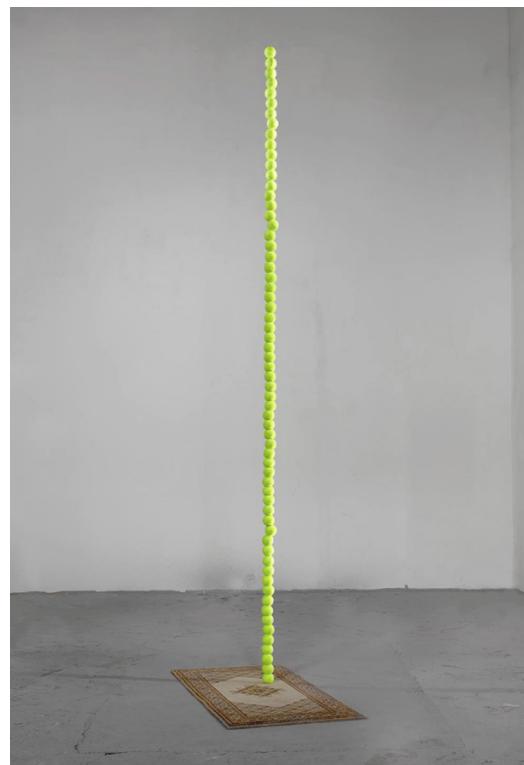
„Není to k smíchu, k smíchu.“⁸

Jedna z nejznámějších českých osobností mladé generace konceptuálních umělců je bezpochyby Křištof Kintera (1973), který hned po studiu na pražském AVU absolvoval i na slavné Rijksakademie van Beeldende Kunsten v Amsterdamu. Zařazují ho do této kapitoly nejen proto, že výstup jeho prací jsou fotografie, se kterými pracuje i ve svých objektech, ale v podstatě celou svoji tvorbu zasvětil kritickému humoru vůči společnosti. Celá jeho tvorba je založena na krédu *„Dostat fatalitu do banality“*. K jeho východiskům práce patří zejména spotřební svět, výrobky současných megastorů a oblasti, které jsou označovány jako kulturní průmysl. Zajímá se o povrchní věci, u kterých zkoumá, co je uvnitř nebo jejich spojení s okolím. Obal pro něj skrývá pointu, osobním protestem tak zpochybňuje značky, které vládou současnému obchodnímu prostředí (taška Ikea vyplněná syrovými vnitřnostmi nebo krabice od bot firmy Baťa s vlastním exkrementem).

Jeho tvorba analyzuje a reflektuje svět kolem nás, podvědomě nám tak klade otázky, které se týkají společenských problémů. *„Výsledky analýzy“*, tak zní název jeho zatím nejkomplexnější výstavy, kterou vytvořil speciálně pro Galerii Hlavního Města Prahy v roce 2012, kde představil výsledky své patnáctileté analýzy. Výstava byla založena na konfrontačním principu, na pozitivní a negativní energii. Komunikaci. Vytváří objekty, které nenechávají diváka v klidu, pohybují se, světélkují, vyrušují, mluví a současně v nás vzbuzují určité pochybnosti, což bylo jeho záměrem (jeho zásahem se galerie proměnila v prostor, kde vznikají tajné chodby, díky kterým do galerie po letech proniklo denní světlo). Odhaluje nové stránky věcí, narušuje stereotypy a občas se jeho humor transformuje až do sarkastických poloh.

← Krištof Kintera
*Relicts for Holy
 Monday*
 2012

→ Krištof Kintera
*One for all and all
 for one*
 2013



David Helán

„Nejprve jsem uměl všechno, jinými slovy -dařilo se mi, na co jsem sáhl. Potom naopak nic-ve všem absolutně nejhorší. A pak už jsem byl jenom umělec.“⁹

David (1979) je nihilista a pábitel, který dokáže strhnout. V roce 2004 nastoupil na pražskou Akademii výtvarných umění na ateliér intermedia, který byl, podle jeho slov, jeden z mála ateliérů, který mu umožnil zůstat tím, čím je. Prošel i Middlesex University v Londýně a Cooper Union v New Yorku, přesto ale jeho nejoblíbenější rezidencí zůstává byt kamarádových rodičů v Brně, v době jejich dovolené. Jeho práce byly nominovány na ceny jako je český Starpoint nebo Henkel Art Awards.

David není fotograf, je intermediální průzkumník vlastní tvorby a vesmíru, který médium fotografie používá pouze jako záznam reality. Jeho fotografie nejsou pouze dokumentačním materiálem, mají i individuální výpověď. Má slabost pro hledání formy, která ho nebude omezovat. Improvizace a vystupování před publikem mu nedělá problém. Podle Helána je umělec jediný, kdo musí tomu, co dělá, rozumět. Kdo tomu naopak nemusí rozumět, jsou diváci.

Často má pocit, že je mnohem těžší umělcem nebýt. Mezi životem a uměním vidí bariéru, kterou se snaží posunout dál. Jeho zájem poslední dobou směřuje k textu, kterému se věnoval i před nástupem na Akademii.

Konstantně si vytváří slovník vlastní tvorby (halabalast, čomorous, degenius...) a snaží se s ním pracovat jako s určitým druhem hmoty. Rád by v budoucnu vydal slovník s překladatelskou verzí. Svou jazykovou kreativitu občas zužitkuje i v próze.

Jeho dílo s ohledem na věk je velmi rozsáhlé, proto vyberu jen několik málo projektů. Často ve svých performance spolupracuje se svým bývalým profesorem Milošem Šejnem nebo se studentem AVU Davidem Hřivňackým. Společně využívají dadaistických principů, bezprostřednosti, experimentů, humoru a oscilací mezi úplnou nesrozumitelností.

Mezi ty srozumitelnější patří pokusy o zimní koupačku na křižovatce, při které došlo i na zásah policie, sjíždění zábradlí ve vestibulu metra, dobývání Nitranské galerie beranidlem nebo hra na varhany pomocí jeho pozadí. Odhodlaně se také rád pomocí performance pokouší o reformu umění, což dokládají jeho akce, u kterých stačí uvést pouze název (Gauguinheim, Biskupy kubismu, Mucha Tsetsese).

← David Helán
bez názvu
2014



→ David Helán
z cyklu *Duchampionát*
2012



→ David Helán
záznam z performance
Důkaz kruhem
2011
(Pomyslné odstředění
špatných myšlenek
a odkaz k posled-
ním kruhům
Archimédovským,
jež stály se mu také
osudnými.)



2.2 Humor jako vizuální hra

Trend je výkřikem do tmy, který má kvasící vývojovou tendenci. Módě podléhá skoro vše, co se nás dotýká. Trend je virus, můžeme z něj čerpat nebo mu naprosto podlehnout. Blogy jsou encyklopedií inspirace, ale často také přehlídky oborových klišé. Anonymní instantní kaše, která je ale věrným otiskem doby. Ale i pán Prvoplán by si měl udržet jistou rovnováhu.

Trendem poslední doby je spojení obrazu a textu. Text může fotografii popisovat, doplňovat, komentovat nebo uvádět do jiných souvislostí. Tato forma byla hojně využívána už v období avantgardy, kde slovní hříčky používali především k provokaci. Ty se poté pozvolna proměnili v dnešní propagandu a elektronické tabule (osobně bych do budoucnosti popřemýšlela o grafické policii).

Sen každého autora je punc pomyslné nadčasovosti. S trendy se musíme naučit zacházet. Můžeme se jim vyhnout, což je v dnešní době v podstatě nemožné a nebo podrobit hlubší analýze. Například podrobným rozбором zobrazovaného klišé.

Antika, mramor, drapérie, zlato, květiny, dívky, sportovní tenisky, barvy, zátiší, modré vlasy, matrace, neon, 3D tisk, ananas, beton.

Tvůrci, které zmiňuji v této podkapitole, hrají tak kvalitní vizuální hry, že nám nemusí vadit, že obsah se plně podřizuje formě. Necháávají se inspirovat surrealismem nebo dadaismem, který se ale paradoxně snažil vymezit vůči modernismu založenému na formě. Samotné Dada nebere věci vážně, odpoutává se od všedního vnímání věcí a je nezanedbatelnou predispozicí pro užití humoru v umění. Dada vneslo do umění nejasnost a provokaci, která má v dnešní době zanedbatelný význam. Provokace už není tolik exkluzivní a autoři neočekávají odpověď.

Belgická umělkyně Heidi Voet (1972) ve svém souboru *Fruit and vegetables* z roku 2010 demonstruje trvanlivost pomocí transformace mezi zeleninou a erotickými fotografiemi. V celé její tvorbě můžeme zaznamenat stejný princip práce, kterou spojuje prosté sdělení nepostrádající inteligenci. Fotografie dobře fungují i na solitérské bázi, jejichž humor často umocňuje variantou založenou na stejném principu.

← Heidi Voet
ze souboru *Fruit
& Vegetables*
2010

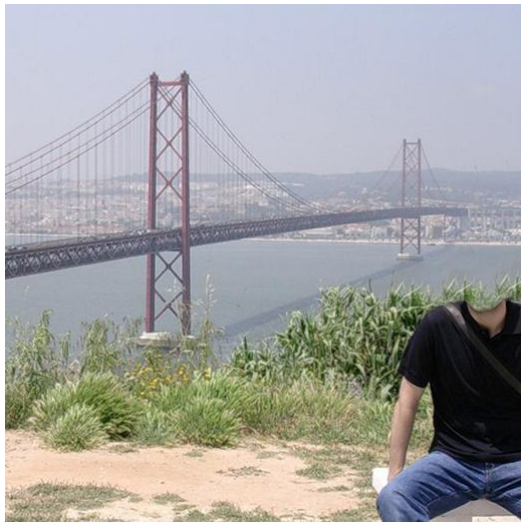
→ Heidi Voet
ze souboru *Fruit
& Vegetables*
2010



Ewoudt Boonstra je kreativcem v reklamní agentuře, která sídlí v Amsterdamu a současně také spolupracuje s již zmiňovaným nakladatelstvím KesselKramer, u kterých vydal dvě publikace. Své alternativnější myšlení promítá i do reklamních zakázek a videoklipů. V souboru *Anonymous* (2009) se zabýval tím, do jaké míry si udržujeme anonymitu. Jeho zkušenosti v reklamě uplatnil i v publikaci s názvem *Bad Food Gone Worse*, kde s ironickým nadhledem zobrazuje pomocí nelichotivých snímků pokus o propagaci majitelů restaurací. Vyžívá se v lhostejnosti kuchařů, které svoje speciality nechávají v klidu exponovat sluncem.

← Ewoudt Boonstra
ze souboru
Anonymous
2009

→ Ewoudt Boonstra
ze souboru *BAD FOOD
GONE WORSE*
200



Švýcarský multidisciplinární umělec Beni Bischof (1976) kombinuje ve své tvorbě fotografii s malbou i sochařstvím. S elegancí škodolibě využívá triviální literatury a každodenních předmětů pomocí, kterých digitálně nebo mechanicky modifikuje identitu zobrazovaných postav. Je impulzivní, ale zároveň si drží svůj ironický odstup. Tento manipulátor s posedlostí pro primitivní techniku nechce šokovat a ani poukazovat na sociální témata. Možná je jen trošku zvrhlík.

➔ Nemám rád, když v tom lidi vidí jen genitálie. Jsou to jen prsty. Nezapomínejte. Perferzní diváci, tahle idea ke mně přišla, když jsem byl v letadle do Berlína. Neměl jsem pero a žádný papír, ale měl jsem svůj fotoaparát a prsty, takže když jsem prostrčil svůj prst skrze palubní časopis, byl jsem fascinován, že jsem měl hotovou tak kvalitní práci během několika sekund...

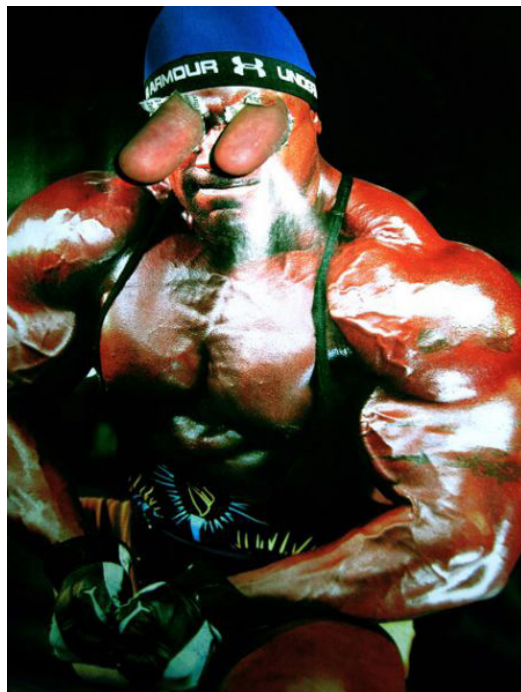
← Beni Bischof
Talk to the hand!
2012

→ Beni Bischof
Meta-fingers
2009

← Beni Bischof
Meta-fingers
2009

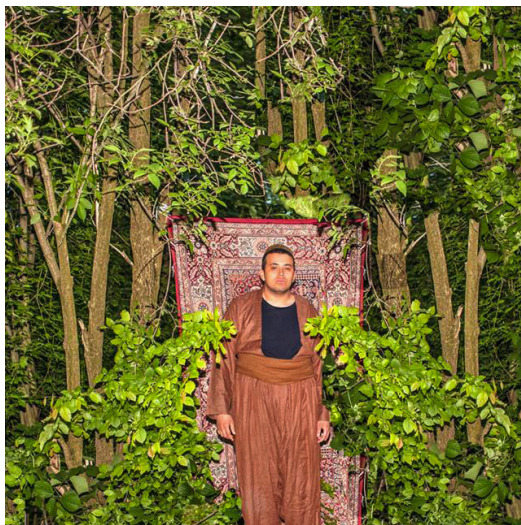
→ Beni Bischof
Meta-fingers
2009

I don't like when people only see genitals in it. They are only fingers. Don't forget. Perverse viewers This work came to me when I was in a plane flying to Berlin. I had no pen and no paper, but I had my camera and my fingers, so I put my fingers through a cheap plane-magazine ad. I was fascinated that I had a good work in a fewseconds...¹⁰



Aso Mohammadi (1991) začal fotografovat v 15 ti letech, když se vrátil ze Švýcarska, kde vyrostl, do rodného Íránu. Byl vychován v moderní švýcarské kultuře, ale kurdskou tradici v sobě rovněž nezapře (Kurdistán označuje oblast, jež je obydlená většinou populací Kurdů. Indoevropským národem, který žije na území pěti samostatných států jako je Turecko, Sýrie, Irák, Írán a Arménie). Fotografování je pro něj druhem terapie proti nudě a jak sám uvádí, pomáhá mu zorganizovat chaos v mysli a životě. Rozpolcená kulturní identita je hlavním rysem jeho tvorby. Podle něj vše může být předmětem fotografie, proto také věnuje velkou pozornost objektům, které jsou často vytržené z kontextu a na snímku můžou působit banálně. Má rád modrou barvu, vesmír, Paula Klee, hokej, asijské jídlo a hudbu 80. let.

← Aso Mohammadi
test
2015



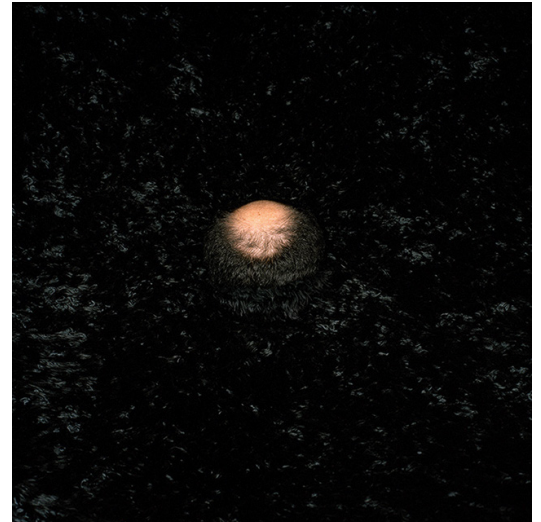
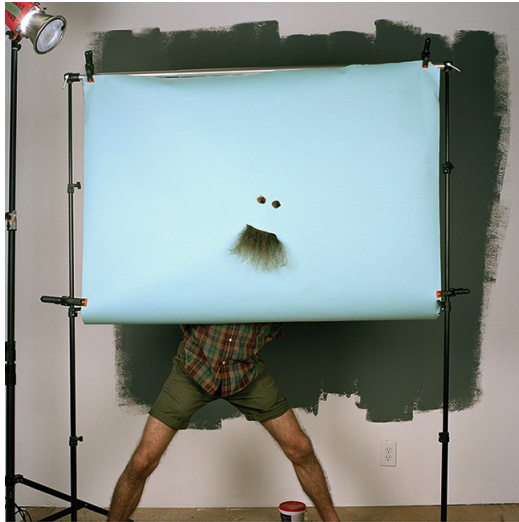
→ Aso Mohammadi
test
2015



Alex Kisilevic z Toronta (1983) nevytváří cykly, ale jednotlivé snímky, ke kterým, jak sám uvádí, přistupuje jako kouzelník tahající králíka z klobouku. Fascinuje ho lidská interakce, smrt, izolace a psychologická dramata, které dokáže ve výsledku jemnou formou proměnit v humor. Hlavním motivem jeho tvorby je iluze a maskování. A kdy je nejvíc produktivní? Když je blízko deadlinu.

← Alex Kisilevic
Figure
2012

→ Alex Kisilevic
Something about Tom
2013



Jimmy Limit (1982) z Kanady je mistr spekulace. Přenáší si techniku a metody z komerčních zakázek a podvratně je využívá ve své tvorbě. Místo jasného a srozumitelného produktu zobrazuje nejasné a těžko srozumitelné dadaistické útvary. Na dovolenou jezdí do internetové fotobanky. Jako správný vetešník skládá všechno co najde a z nekropole předmětů remixuje své hyperbarevné koláže. To ho baví a nutí dělat zářivé a nekonfliktní prostoupené fotografie o jejichž obsahu se dá jen spekulovat. Vyškolen hledáčkem fotoaparátu nestaví sochy v prostoru jen tak. Výsledná instalace působí jako do prostoru vstupující fotografie.

→ Jimmy Limit
bez názvu
2015



Fast food, znuděné hospodyňky, lajdáctví, umělá barviva, ráj emulgátorů, želatiny, magické mušle, fialové brambory...

Za projektem LAZY MOM stojí umělec Josie Keef a stylistka Phyllis Ma z New Yorku. Nečekejme však recepty pro líné matky nebo návod na přípravu večeře za 15 sekund. Vzájemnou spoluprací transformují pomocí ironických zátiší tolik oblíbený kult jídla. Nepříliš kriticky tím reagují na současný instagram boom. Nemocné jídlo zobrazují roztomilým způsobem. Jejich paradoxní variace dávají jídlu lidskou tvář. I meloun se může tvářit jako člen rodiny. Netradičními recepty spojené s blyštivě přelakovanou aranží lákají i děti, které tolik nerady školní jídelny. Tuto inovativní hru a jejich potravinářské plastiky nejraději přenášejí do gif. obrázků nebo jsou k zakoupení jako nástěnné tapety.

← LAZY MOM
bez názvu
2015

→ LAZY MOM
bez názvu
2015



Leo Postma (1988), mladý holandský autor, který právě dokončil studia na Institute of the Arts v Utrechtu má velký smysl pro detaily. Tvoří v cyklech, které zahaluje osobním a totožným kódováním obrazu. Vnímá souvislosti, které jeho dílu dávají smysl a kontinuitu. Méně je často více. Ke svým fotografiím nepřirazuje žádné texty a tím je nechává mluvit za sebe. Obsahují prvky, které nás zastaví a máme potřebu je zkoumat. Všednost dokáže zachytit originálně. Na svém webu se neprezentuje úspěchy, ale zdánlivě nedůležitými, zato velice vypovídajícími textovými útržky jeho poznatků. Reflektuje tak svůj celkový přístup, který se zřetelně odráží v jeho tvorbě.

← Leo Postma
ze souboru *Under*
2012

→ Leo Postma
ze souboru *Under*
2012



2.3 Absence vtipu

Pointa, neboli řešení je ústředním bodem každého vtipu nebo anekdoty. V humorných žánrech má ten nejdůležitější význam, protože odkrývá spojitosti, které se nám zprvu mohli zdát nejasné. Podstata pointy je kontrast myšlenky, názoru nebo určitého jevu. Každá anekdota v sobě schovává určitý druh napětí a očekávání.

Do této kapitoly jsem zařadila pouze tři autory, jejichž tvorba je ukázkovou absencí vtipu pro ty, kteří neznají potřebné souvislosti a vjemy k porozumění. Obsahová část je v jejich tvorbě vysoce nadřazená nad formální. Ve všedním životě bych výše uvedenou větu přirovnala ke snaze o autentické podání interního vtipu.

Smích, jakožto emotivní reakce vyvolaná komickým podnětem, se vyskytuje výhradně v lidské sféře. Tím, že věcem a zvířatům připisujeme vlastnosti lidské, se pro nás stávají komickými. Až lidský zásah všemu dodá tvář.

*„Krajina může být krásná, půvabná, jedinečná, bezvýznamná nebo ošklivá, ale nikdy nebude směšná.“*¹¹ Bergson Henri

Lukáš Jasanský (1965) a Martin Polák (1966)

Umělecký tandem, který spolu funguje již od 80. let nepatří k fotografům, ani k nefotografům. Jak sami uvádějí, fotografie je pro ně pouze zástupcem skutečnosti. Dnes tito příznivci „čisté fotografie“ patří k nejvlivnějším umělcům své generace. Nenechávají se omezovat oborovými principy a tím ignorují zaběhlé postupy a kritéria fotografie, kterou neuctívají, ale pouze využívají jako názorový prostředek. Černobílá fotografie je jejich hlavním médiem, pracují s velkým formátem a vytvářejí obrazové cykly dokumentaristického rázu.

Nedílnou součástí jejich konceptuálního přístupu je samozřejmě ironie a nadsázka. Jasanský a Polák nám rozšiřují povědomí o krajině našich životů, zbytečně svoji práci nekomentují a nechávají interpretaci na samotném divákovi. Udržují si od 80. let stejný rukopis, jejich snímky jsou mimořádně nadčasové, mají vytríbenou banálnost a můžeme z nich cítit specifické „prázdnost“. Ve své práci zacházejí s humorem tak křehce, že to často vede až k absenci vtipu.

„(...) byli jsme jejich výtvary mírně šokováni a nic nás neupoutalo. Fotografie byly ‘prázdné’, bez jakékoliv invence a jiskry, přestože se autoři nechali slyšet, že jde o tvůrčí záměr.“¹² Tomáš Pospiszyl

Čerstvý přístup se však na začátku jejich „kariéry“ nesetkal s pochopením, starší generace kolegů se pozastavila nad jejich novými pravidly. Ani jeden z nich také nedokončil studia na pražské FAMU, jejich praktická diplomová práce „Jokes“ z roku 1992 byla sice i přes svou kontroverzi přijata, avšak kámen úrazu byla teoretická část, kterou pojali jako osobní manifest.

Legrace? Pouze pro někoho... Tyto absurdní snímky z roku 1992–1993 doprovázejí popisky, které mají atmosféru nepovedeného nebo naivního vtipkování, kde se občas mihne i linie fekálního humoru.

„Dílo dvojice se za čtvrtstoletí proměnilo. Klíčovým zážitkem z něj však pořád zůstává napětí mezi reprezentací svévole či náhody a pointovaným snímkem, přesným nálezem středu terče uprostřed banality. Oba póly přitom na sebe vrhají významový stín. Připomínají, že i v plynutí světa koexistují náhoda a záměr, nepochopitelné a smysl: měli bychom být připraveni těžit z obojího, což předpokládá, že přijmeme odpovědnost za dostatečně pozorný pohled.“¹³ Tomáš Pospiszyl

Jejich dílo bylo zatím představováno pouze fragmentárně, izolovanými cykly. Od března r. 2013 připravovali svoji první retrospektivní výstavu pro Moravskou galerii v Brně (10/2013 – 1/2014). Už zpočátku ale věděli, že nechtějí konvenční výstavní formát retrospektivy.

„Rozhodnutím nevystavit na své retrospektivní expozici žádnou starou fotografii a místo toho pořídit nové snímky takřka všech předchozích cyklů se Martin Polák a Lukáš Jasanský přihlásili k tradici institucionální kritiky, a přitom dodrželi principy své práce, které spočívají v analýze žánrů ‘umělecké fotografie’ a v odhalování skutečnosti v její bezútěšné podobě,“¹⁴ vysvětluje Karel Císař (autor výstavního projektu)

← Lukáš Jasanský
a Martin Polák
ze souboru *Jokes*
1992–1993

→ Lukáš Jasanský
a Martin Polák
ze souboru *Jokes*
1992–1993



Posiloval's, dobrá. Ale teď už dej činky k ledu,
nebo z tebe bude to, co vidíš na fotografii.

You've been working out? Fine, but now put the weights
away or else you're going to turn into what you can see
on the photograph.



Abeceda věcí

Alphabet of things

← Lukáš Jasanský
a Martin Polák
New & Arranged
1986–1988

→ Lukáš Jasanský
a Martin Polák
ze souboru *Jokes*
1992–1993



Hrnečky vařte.

Cups, boil!

← Lukáš Jasanský
a Martin Polák
New & Arranged
1986–1988



← Lukáš Jasanský
a Martin Polák
New & Arranged
1986–1988



Petr Strouhal

Tak tady jsem ti něco k tomu napsal, jako není to nic vážného, kdybych to psal zítra tak by to bylo úplně jiný, takže si do toho hrábní jak chceš.

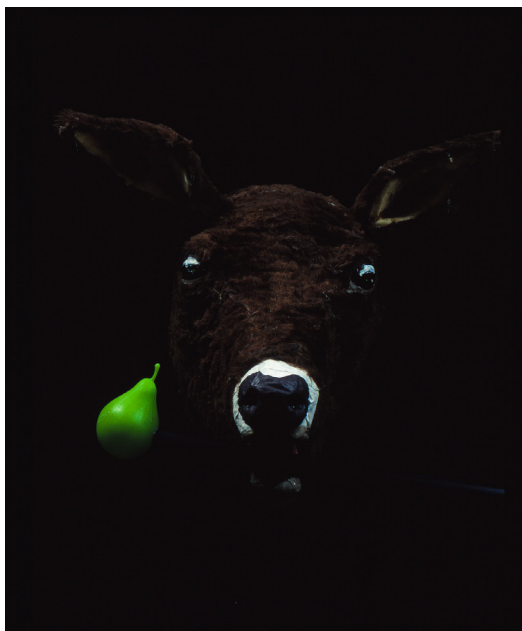
První fotky co jsem začal dělat byly čistě jen z důvodu vytvoření nějakých lepších poznámek a zkoušek pro filmy, no ale později mi z toho vznikl archiv. A v archivu se musí hrabat. Jak jsem se tak prohrabával tak mi to nejednou přišlo příjemně pohodlný z něčeho udělat skoro nic a naopak všechno narvat do krabice. Mám vždycky takový vnitřní pocit jistoty že jsem si splnil nějakým způsobem to co jsem si řekl na začátku a vycpal jsem tu díru co jsem měl v tom jako archivu. To se asi odráží ve všech těch věcech, jak k přístupu a principu uvažování. Tak možná jestli můžu říct k neúčtě v podstatě k ničemu a hlavně ne k tomu výsledku. Což je do jisté míry poznamenáno tím čím jsem začínal nebo odkud jsem k fotografii přišel a vlastně jsem tam vůbec nepřišel protože jsem v podstatě samouk amatér (strojařina, malba, animace...)

V těch věcech co jsem ti poslal je zase ta vnitřní motivace uspokojení sebe, nebo spíš pobavení, ikdyž se to nikomu nemusí zdát zábavné tolik jako mě. Když si odmyslíš okolnosti za kterých třeba ty věci vznikly, že proto abych je vyfotil jsem jel třeba např. do New Yorku na nějaké tuctové české místo a „čekal až majitel půjde do kuchyně nebo na záchod že si tam jen něco vyfotím“, si za normálních okolností toho vůbec nevšimneš, jako že věci co si říkáš, že jsou jen nějaké malé mrchy a ve skutečnosti jsou velké jako kráva a že je to trochu všechno šejdrem a křivé, nebo že tam něco leze a jsem to asi nějaké neořezané, tak to jsou společný prvky které někde více a někde zase méně to spojují a připadají mi vtipné. Nemyslím si že by to byly nějaké abstrakce, ikdyž ty abstraktní prvky se tam objevují, ale vždycky je to v právě v nějaké rovině pohyblivé ironie jak v samé té tvarovosti a nebo nějaké té hranici mezi reálným a fiktivním, mezi malým a velkým, živým, mrtvým a jejich motivací působení. Ty věci jsou budovány, aby v určitém tvaru právě neměly logickou funkci (ale to je hodně silný slovo) je to úplně stejné jak klaun, kdy ta trapnost toho okamžiku je vykompenzována a schována za ten jeho „nos“ a je to buď velká sranda nebo žalostně smutný, no ale klaun se nerovná trapné, je to normální klaun.

Vlastně nemám rád bílé rukavice, i když si je v nějaké fázi musím vzít. Ta fotografie má předem stanovenou strukturu a vždycky se tam najde nějaký ten zbloudilý reálný tvar a i archiv má svůj archiv zkoušek a poznámek. Technologicky a materiálově je často používáno nějakých modelářských klasických materiálů, jako papír, polystyrén hodně plastelína, atd. a hodně věcí by se mohlo zdát, že je svíceno nebo jsou různé

víceexpozice, ale jsou tam používány malé projekce přes malé projektory a něco je foceno přes velký formát. Někdy je to přímo na fotopapír a někdy je místo té kazety s filmem použitý skener, ale nic není nějak postprodukčně upravovaný nebo něco podobného je normální čistá ruka klasika. Sakra to je dlouhý.¹⁵

← Petr Strouhal
ze souboru
6843_FUJ100_BRON
2012



→ Petr Strouhal
ze souboru
710_2012_0006
2012



← Petr Strouhal
ze souboru
5907_KOD400_
CA30_0003
2011

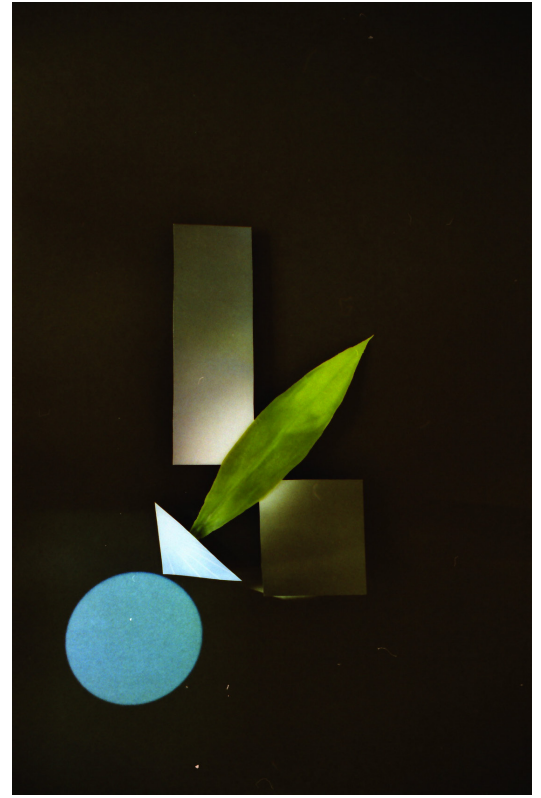


→ Petr Strouhal
ze souboru
7907_FUJI_PEA
2013



← Petr Strouhal
ze souboru
5907_KOD400_
CA30_0003
2011

→ Petr Strouhal
ze souboru
7907_FUJI_PEA
2013



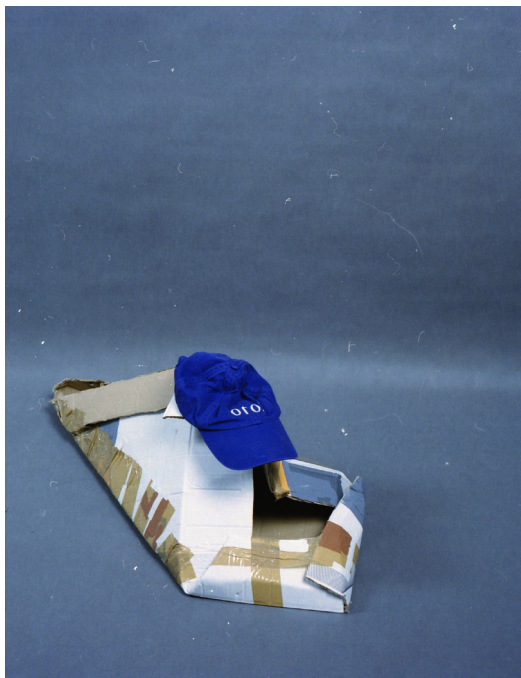
← Petr Strouhal
ze souboru
6843_FUJ100_BRON
2012

→ Petr Strouhal
ze souboru
710_2012_0006
2012



← Petr Strouhal
ze souboru
6843_FUJ100_BRON
2014

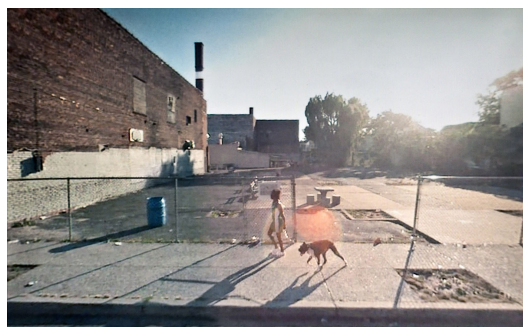
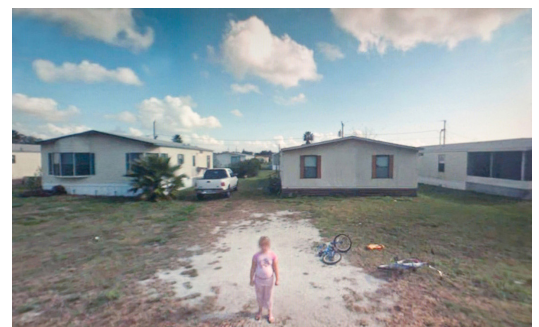
→ Petr Strouhal
ze souboru
710_2012_0006
2014



2.4 Archiv

V této kapitole chci ukázat dva možné přístupy k práci s nalezeným archivem. Americký autor Doug Rickard (1968) pracuje s virtuální a zároveň volně dostupnou formou obrazu a tím je google street view. Jeho soubor „*A new American picture*“ z roku 2009 obsahuje printcreeny z ekonomicky slabých částí Ameriky jako je Dallas, Detroit nebo Fresno. Strávil tisíce hodin hledáním vhodných záběrů. Tím, že je našel a následně zveřejnil chtěl vyjádřit nesmyslné předsudky médií vůči těmto postiženým místům. Rickardova práce je na jednu stranu výpovědí o určitém sociální problému, ale zároveň má uměleckou hodnotu, která si tím drží jistou míru pokory. Výsledné printscreeny totiž výrazně připomínají tvorbu velikanů ze 70. let, jako byli Stephen Shore nebo William Eggleston.

Doug Rickard
A new American picture
2009



Projekt *In almost every picture*, který vzniká systematicky a dlouhodobě pod hlavičkou knižního nakladatelství KesselsKramer publishing (které jsem uváděla už v kapitole reklama) je vždy zaměřen na jedno ucelené téma. Toto nakladatelství a reklamní agentura v jednom zpracovává nejen komerční zakázky, ale věnuje se i vedlejším neziskovým projektům.

Vše začalo roku 2002 fascinací Erika Kessela nalezenými archivy na bleších trzích nebo internetu. Vkládá do nich nový život a bez ironie oslavuje amatérské umění. Jejich původní kontext subjektivní editací transformuje a snímky tak dostávají nové rozměry a souvislosti. Rekonstrukce života druhých. Kessels je odpůrce digitálních knih, tvrdí že fyzická kniha působí na všechny smysly člověka a je stále mnoha způsobů jak s nimi experimentovat i překvapovat.

Tato neustále rozrůstající se edice menších funzinů obsahuje už 14 čísel. Příběhy vyprávěné prostřednictvím at' už chronologického nebo estetického toku jsou vtipnou antropologickou studií, ve které jsou hlavními aktéry jak lidé tak zvířata. Jemné linky všedních situací editoři umocňují objemem snímků totožného významu, na kterém je v podstatě založen celý princip magazínu. Ve finále zjistíme, že se smějeme vlastně sami sobě.

→ KESSELSKRAMER
publishing
ukázka celé edice
In almost every picture
2003–2015



In almost every picture# 1

Touto sbírkou fotografií, kterou v roce 2002 Kessels našel v Barceloně na bleším trhu vše začalo. Zpočátku archiv ukazoval pouze přátelům, avšak z tohoto vzájemného nadšení se rozhodl pro veřejné sdílení a následnou publikaci. Sbíрка obsahuje pouze snímky ženy, kterou její manžel fotografoval v průběhu let 1956 a 1968. Osobně by mě zajímal názor manžela na současný mainstream selfie tyče.



In almost every picture# 2

Kdo to byl? Proč cestoval takhle? Holandský taxikář a jeho postižený spolujezdec nás prostřednictvím různých turistických destinací v okolí Alp obrazově provází snad každou zastávkou jako jsou parkoviště, odpočívadla, západy slunce i přetížené silnice. Cestují spolu několik let, což můžeme zaznamenat na měnící se palubní desce automobilu, kterou si taxikář opakovaně zvětčuje. Na konci vyjde najevo, že postiženým spolujezdcem je matka.



In almost every picture #3

Třetí číslo zobrazuje noční selfie snímky jelenů a jiných lesních zvířat pomocí fotoaparátu, který detekuje pohyb. Tyto snímky pomáhají myslivcům při mapování zvířat v terénu. Při kombinaci nečekaného setkání a blesku vypadají zvířata jako kreatury z jiného světa.



In almost every picture #4

Dvě sestry, jednovaječná dvojčata znovu ožívají a vyrůstají zde přímo před našima očima. Fenomén dvojčat je pro fotografa vizuální třešinkou. Identické šaty, kabáty, opasky i účesy. Většina materiálu obsahuje fotografie z promenády po Barceloně během druhé světové války. Na konci je divák postaven do role detektiva. Jedna ze sester na zbývajících snímcích chybí, co bylo příčinou můžeme pouze spekulovat.



In almost every picture#5

V pátém vydání sledujeme, jak milovaný člen rodiny v tomto případě dalmatin roste a doprovází své majitele během jejich životní cesty. Zvířecí role zde působí jako posedlost nebo touha po dítěti. V každém snímku je ústředním motivem, což také odkazuje na současný psí foto alibismus (zde nechávám prostor pro libovolnou interpretaci).



In almost every picture#6

Tento zin obsahuje 75 černobílých oficiálních neboli pasových fotografií neznámé ženy, kterými by (ač jen pro sebe) deklarovala vlastní existenci. Tato minimalistická autobiografie je monotóním leč zábavným průřezem 60ti let života jedné ženy.



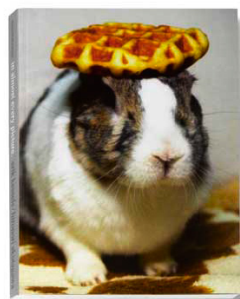
In almost every picture #7

Tato chronologická série začíná v roce 1936, kdy 16letá Ria van Dijk z Tilburgu v Holandsku, střílí na cíl ve střelnici. Její výhra je pořízená fotografie. Dalo by se to přirovnat k celoživotnímu románku. Tato série je zajímavá tím, že se i my stáváme svědkem doby, kdy můžeme sledovat měnící se prostředí střelnic, okolní lidi a hlavně proměnu fotografického média. Tyto autoportréty z neobyčejné perspektivy střelnice Ria tvořila každý rok až do svých 88 let.



In almost every picture #8

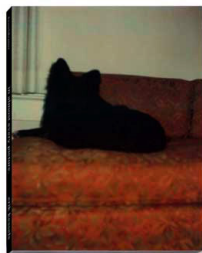
Další archivní vodotrysk líčí blízké přátelství mezi japoncem Hironori Akutagawou a jeho králičím mazlíčkem Oolongem. Od roku 1999 se Hironori baví jeho neobyčejně plochou lebkou, která je ideální k vyrovnávání libovolných předmětů jako je toust, koláč, toaletní papír nebo keramická konvice.



In almost every picture #9

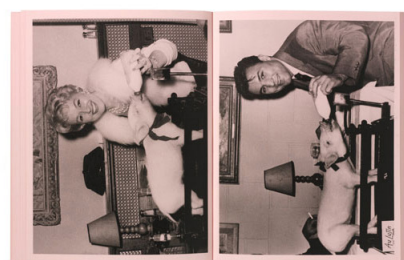
Déváté vydání je podivným portfoliem jedné rodiny a jejich pokusů o zvětšení jejich černého mazlíčka. Vzhledem k expozici se v tomto

případě pes, jeví jako neidentifikovatelné amorfní klubíčko. Silueta psa bez jakéhokoli náznaků očí vypadá jako divadelní kulisa, kterou však rodina sebevědomě dokumentuje ve všech domácích situacích.



In almost every picture #10

Tento epos vznikl z iniciativy fotografa Michela Campea, který při vyklízení domu své matky objevil její portrét, kde v honosné restauraci napájí sele. O něco později narazil i na další a tak se rozhodl hledat dál. Nakonec jeho pátrání přineslo okolo 200 snímků. Všechny snímky nakonec pocházeli pouze z jedné restaurace v Montrealu v rozmezí let 1938 až 1973 a byli zhotoveny místním fotografem Jeanem Paulem Cuerrierem. Tato série bezstarostné interakce usměvavých mecenášů a roztomilých selat je přirozeně vytištěna na růžovém papíře.



In almost every picture #11

Fred a Valerie z Floridy, pár který sdílí vášeň pro mokré dobrodružství. Voda je pro ně médium bez ohledu na formu užití nebo ročního období. Při společných cestách Fred využívá každé příležitosti vyfotografovat Valerii ve veřejných subjektech jako je kašna, fontána nebo koupaliště. Nejsympatičtější na celé sérii je spontánnost Valerie, která skočí kamkoliv aniž by přemýšlela nad tím co má zrovna na sobě.



In almost every picture #12

Dvanácté číslo obsahuje snímky muže jménem Larbi Laaraichi z Maroka, který se živí jako svatební kameraman. Na fotografiích je vždy sám a s kamerou v ruce. Původně mu tyto snímky sloužily jako amatérská sebepropagace v jeho obchodě s filmařskými potřebami. Z chronologické linky můžeme sledovat progres jeho osobní techniky. Kessel si tento příběh neinterpretoval sám, s Larbim se setkal a ten mu sbírku doplnil o další snímky.



In almost every picture #13

Sýýýr. Tento díl vzdává hold jedné z nejčastějších amatérských chyb fotografa. Prst nebo rovnou celá dlaň před hledáčkem fotoaparátu. Poklidné rodinné momentky jsou narušeny podivnými tvary připomínající duchy. Tajemné střely byli zvlášť v analogovém věku těžko předvídatelné. Není divu, že nám nečekané ufo zkazí očekávaný záběr z rodinné dovolené. Masité rozostření stínů a úplného pohlcení fotografovaného předmětu může být ve výsledku v podání Kessela nejen zlověstné, ale i zábavné.



In almost every picture #14

Kdo usekal hlavy všem těm milovníkům slunce? Polonahý detektivní příběh s volnou interpretací.



Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zaměřila na téma humoru a jeho uplatnění v současné fotografii. Sama jsem si na začátku kladla otázku, jestli jsou věci z k zasmání něco méně hodnotného?

Vyrovnaří se například tématům sociální dokumentární fotografie? Humor je možné využít jako metodu k získání širší pozornosti a k jinak těžko srozumitelným nebo obtížně proniknutelným tématům jako mohou být společenské konflikty nebo intimní vztahy v rodině.

Humoru se ve službách reklamy dostává stále více sofistikovanějšímu podání i sdělení a virtuální internetová černá díra dosáhla určité hranice v přímocarosti sdělení. V obou těchto sférách nás nevhodný nebo špatný humor může jako tvůrce morálně dehonestovat na tu nejnižší pozici.

Opakovaně jsem docházela k názoru, že zlehčení, nesmyslnost a moment překvapení jsou důležité výrazové prostředky, které nepodléhají časovému opotřebení a trendům. Humor se tak stává pouze metodou sdělování a distribuce obsahu a její vhodné vystavění je přirozeně velmi obtížné a riskantní.

Pochopila jsem, že humor jako forma nahlížení na konkrétní témata nesnižuje jejich opravdovou hloubku a také, že neexistuje nic jako seriózní a neseriózní umění. Humor se stal globálně přívětivým tématem.

Opakovaný vtip není vtipem.

Vendula Knopová
celá diplomová práce
byla napsána
v boxerských
rukavicích
2014



Seznam použitých citací

- 1 NEŠPOR, Karel. Léčivá moc smíchu. / Vyšehrad / 2002 / ISBN 80-7021-581
- 2 POSPĚCH, Tomáš, Úvodní text kurátora k výstavě Venduly Knopové, galerie Fiducia, Ostrava, únor 2015
- 3 The worst room/blog [cit.10.5.15][online] Dostupný z [www:http://www.worstroom.com/page/2](http://www.worstroom.com/page/2)
- 4 Anonymní uživatel [cit.07.5.15][online] Dostupný z <http://www.hoax.cz/cze/index.php?>
- 5 VYSEKALOVÁ, Jitka. Jak dělat reklamu. / Grada, Praha, 2010, ISBN 978-80-247-3492-7 / str. 34
- 6 Oficiální web hotelu Hans Brinker Hotel, Amsterdam. [cit.13.5.15][online] Dostupný z <http://www.hansbrinker.com/amsterdam/#information>
- 7 JIROUS, Ivan. pořad Alternativní kultura, díl 5, Česká televize, 1998.
- 8 SRP, Karel. Z úvodního textu monografie / KINTERA, Krištof. Arbor Vitae/2012 ISBN 978-80-87164-96-9 / str.13
- 9 Art+Antiques magazín, Únor 2014, vydavatel Ambit media, rozhovor: Radek Wohlmuth, str. 24
- 10 BISCHOF, Beni. Interview, The Ground magazine. [cit.06.5.15][online] Dostupný z <http://www.thegroundmag.com/beni-bischof-an-interview-with/>
- 11 BERGSON, Henri. Smích. /Naše Vojsko / 2011 / ISBN 978-80-206-1249-6 str.16
- 12 POSPISZYL, Tomáš. Z časopisu Československá fotografie (1989) [cit.29.4.15][online] Dostupný z <http://klusak.blogspot.cz/2013/03/vedlejsi-priznaky-jasansky-polak.html>
- 13 POSPISZYL, Tomáš. Článek Vedlejší příznaky / Jasanský & Polák [cit.29.4.15][online] Dostupný z <http://klusak.blogspot.cz/2013/03/vedlejsi-priznaky-jasansky-polak.html>
- 14 CÍSAŘ, Karel. Autor výstavy Fotografie Lukáše Jasanského a Martina Poláka, Moravská galerie Brno, 2014 / Tisková zpráva MG / [cit.28.4.15][online] Dostupný z <http://www.moravska-galerie.cz/moravska-galerie/o-galerii/tiskovy-servis/2013/jasansky-polak.aspx>
- 15 STROUHAL, Petr. Ze soukromé emailové konverzace

Seznam použité literatury

- BERGSON, Henri. Smích. /Naše Vojsko / 2011 / ISBN 978-80-206-1249-6
- BORECKÝ, Vladimír. Odvrácená tvář humoru. /Dauphin/ 1996/
ISBN 80-86019-21-7 1996
- BORECKÝ, Vladimír. Teorie komiky. / Hynek / 2 / ISBN 80-86202-65-8
- CRITCHLEY, Simon. On Humour. /Routledge / 2002
ISBN 13: 978-0415251211
- ELKINS, James. Proč lidé pláčou před obrazy. / Academia/ 2007
ISBN 978-80-200-1509-9
- FLUSSER, Vilém. Za filosofii fotografie. / Fra / 2013/
ISBN 978-80-86603-79-7
- Fotograf #22 / Obraz a text. / 2013
- FREUD, Sigmund. Vtip a jeho vztah k nevědomí. / Psychoanalytické nakladatelství / 2005 / ISBN 80-86123-21-9
- FROM HERE ON. /Joan Fontcuberta, Erik Kessels, Martin Parr and Joachim Schmid / Arts Santa Monica / 2013/ ISBN 9788415118459 2013
- HAŠEK, Jaroslav. Osudy dobrého vojáka Švejka. / XYZ / 2008 /
ISBN 978-80-7388-094-1
- HONZÁK, Radkin. Jak žít a vyhnout se syndromu vyhoření. / Vyšehrad / 2013 / ISBN: 978-80-7429-331-3
- JASANSKÝ Lukáš, POLÁK Martin. Monografie / JRP / 2013 /
ISBN 978-3-03764-312-9
- KesselsKramer, ADVERTISING FOR PEOPLE WHO DON'T LIKE ADVERTISING
Laurence King Publishing / 2012 / ISBN 978-1-85669-825-2.
- KINTERA, Krištof. Arbor Vitae / 2012 ISBN 978-80-87164-96-9
- Mr. Bingo, Hate mail / Michael Joseph / 2012 / ISBN-10 0718159039
- NEŠPOR, Karel. Léčivá moc smíchu. / Vyšehrad / 2002 / ISBN 80-7021-581
- PLACHÝ, Jakub. Velká kniha o čůrání. / Labyrint / 2013 /
ISBN 978-80-86803-23-4
- SEDARIS, David. Naháč / Argo / 2013 / EAN 9788025710326
- SHRIGLEY, David.
Kill Your Pets / Redstone Press /2004 / ISBN-10: 187 3047
- Let's Wrestle / Chronicle Books / 2007 / ISBN-10: 0811856232
- Red Book / Chronicle Books / 2010 / ISBN-10: 0811874303
- How are You Feeling? / Canongate Books / 2012 / ISBN-13: 978-0857867216
- SUS, Oleg. Metamorfózy smíchu a vzteku. / Blok / 1965
- TEIGE, Karel. Svět, který se směje. /AKROPOLIS / 2004/ ISBN 8073040425
- TOILET PAPER. / Maurizio Cattelan & Pierpaolo Ferrari / Freedman Damiani / 2012 /ISBN 9788862082105

Seznam použitých elektronických zdrojů

<http://www.kesselskramerpublishing.com>
<http://www.mediaguru.cz>
<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura>
<http://www.psychologie.cz>
<http://www.drnespor.eu>
<http://www.dylanmoran.com>
<http://www.thomasrousset.com>
<http://www.bbc.co.uk/czech>
<http://www.epravo.cz/>
<http://www.kenzo.com/en>
<http://www.interviewmagazine.com/art/maurizio-cattelan/>
<http://www.zenskaprava.cz>
<http://www.toiletpapermagazine.org>
<http://www.hansbrinker.com>
<http://www.bonsaikitten.com/bkintro.php>
<http://www.theories-of.tumblr.com>
<http://www.yearinreview.tumblr.com>
<http://www.remi-gaillard.com>
<http://www.rushmoreacademy.com>
<http://www.davidshringley.com>
<http://www.artmuseum.cz>
<http://www.sashakurmaz.com>
<http://www.kristofkintera.com>
<http://www.citygalleryprague.cz>
<http://www.designboom.com>
<http://www.jasansky-polak.svitpraha.org>
<http://www.avu.cz>
<http://www.fotografmagazine.cz>
<http://www.klusak.blogspot.cz>
<http://www.martinparr.com>
<https://www.facebook.com>
<http://www.leopostma.com>
<http://www.dougrickard.com>
<http://www.heidivoet.net>
<http://www.thisisabrowserwindow.com>
<http://www.alexkisilevich.com>
<http://www.interventionsjournal.net>
<http://www.lememe.com>
<http://www.asomohammadi.tumblr.com>
<http://www.thomasmalaender.com>

<http://www.jimmylimit.com>

<http://www.goodworkgallery.com/lazy-mom/>

<http://www.schmid.wordpress.com>

<http://www.rencontres-arles.com>

<http://www.artmap.cz/petr-strouhal>