

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM
2010 – 2013**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Václav Komárek

Kontroverzní osobnosti pop music pohledem médií

Praha 2013

Vedoucí bakalářské práce: Bc. Šárka Volemanová

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES
2010 - 2013**

BACHELOR THESIS

Václav Komárek

Controversial pop music celebrities in the view of the media

Prague 2013

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Bc. Šárka Volemanová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 25. března 2013

Václav Komárek

Poděkování

Chtěl bych poděkovat paní Bc. Šárce Volemanové za vedení mé bakalářské práce a za její připomínky k jejímu obsahu.

Anotace

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá problematikou médií a kontroverzních osobností pop music. Rozebírá historii mediální komunikace, znaky seriózního a bulvárního média, etiku novinářské činnosti, mediální publikum a mediální hvězdu. Praktická část na základě hloubkových rozhovorů a vnitřní studie odpovídá na otázku: Do jaké míry média zaznamenávají realitu a do jaké míry se jedná o manipulaci mediálního obrazu.

Klíčové pojmy

Bulvarizace, bulvární médium, kontroverzní osobnosti pop music, média, mediální etika, mediální hvězda, publikum, seriózní médium.

Annotation

The Bachelor's Thesis in its theoretic part deals with the issues of media and controversial pop music celebrities. It analyses the history of media communication, characteristic signs of respectable media and tabloid, the journalism ethics, media audience and media star. Based on depth interviews and internal studies, the practical part answers the question: To what extent do the media record reality, and to what extent is it about media image manipulation.

Key words

Audience, controversial pop music celebrities, media, media ethics, media star, respectable media, tabloidization, tabloids.

OBSAH

ÚVOD.....	9
-----------	---

TEORETICKÁ ČÁST

1	VYMEZENÍ POJMU KONTROVERZNÍ OSOBNOST POP MUSIC.....	11
2	HISTORIE MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE.....	13
2.1	Historie mediální komunikace ve světě	13
2.1.1	Významná data	14
2.2	Historie mediální komunikace v Čechách.....	15
2.2.1	Významná data	16
2.3	Počátky rozhlasového vysílání	17
2.4	Počátky televizního vysílání	19
3	POP MUSIC	21
4	SROVNÁNÍ SERIÓZNÍCH MÉDIÍ S BULVÁRNÍMI MÉDIÍ.....	23
4.1	Funkce médií	24
4.2	Bulvarizace médií.....	26
5	MEDIÁLNÍ ETIKA.....	27
5.1	Hranice mediální etiky	27
5.2	Etický kodex.....	28
5.3	Srovnání veřejnoprávního a soukromého média.....	30
6	PUBLIKUM	32
6.1	Vliv médií na děti a mládež	32
7	MEDIÁLNÍ HVĚZDA	34
7.1	Podmínky vzniku mediální hvězdy	34
7.2	Kontroverze jako základ úspěchu	35

PRAKTICKÁ ČÁST

8	VZTAH MÉDIÍ A KONTROVERZNÍCH OSOBNOSTÍ POP MUSIC.....	38
8.1	Spolupráce osobností s bulvárem pohledem hudebních publicistů Petra Korála a Jana Šídy	39
8.2	Pohled kontroverzního zpěváka Mira Šmajdy	40
8.3	Vliv médií na život kontroverzní osobnosti pop music	42

8.4	Podíl médií na vzestupu a následném pádu kontroverzních osobností pop music	43
9	KONTROVERZNÍ OSOBNOSTI POP MUSIC	45
9.1	Klub 27.....	48
10	REALITA VERSUS MANIPULACE MEDIÁLNÍHO OBRAZU.....	50
11	PUBLIKUM KONTROVERZNÍ OSOBNOSTI POP MUSIC	53
ZÁVĚR	55
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	57
SEZNAM PŘÍLOH	59

ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá problematikou vztahů médií a kontroverzních osobností pop music. Autor bakalářské práce si toto téma vybral proto, že hudba je významnou součástí života člověka. Bez její existence si lidé svůj život téměř nedokážou představit. Právě kontroverzní osobnosti pop music jsou a budou, pro média neoddiskutovatelně přitažlivé. Vztah mezi nimi a to, jak média na hudební celebrity nahlíží, je jedním z mnoha důležitých kroků, které nám pomohou přiblížit si profesi žurnalisty. Cílem bakalářské práce, je odpovědět na otázky, do jaké míry média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o manipulaci mediálního obrazu.

Média jsou rozdělena na bulvární a seriózní. Bulvární média jsou postavena na kauzách známých osobností a jsou senzacechtivá. Opakem jsou média seriózní, která by se bulvárním kauzám měla vyvarovat. Nutno však podotknout, že celebrita ke své slávě a propagaci média potřebuje a ve velké míře se jedná právě o média bulvární, s nimiž také často spolupracuje.

V teoretické části jsou popsána důležitá historická data, hlavní znaky bulvárního a seriózního média, etika a jejich působení na publikum. Definován je pojem kontroverzní osobnost pop music a pojem pop music.

V praktické části jsou použity rozhovory se známými osobnostmi, které jsou analyzovány s cílem posoudit, do jaké míry média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o manipulaci mediálního obrazu. Autor práce analyzuje odpovědi vybraných osobností na základě těchto otázek: Mají média vliv na život kontroverzních osobností pop music? Potřebují ke svému úspěchu média kontroverzní osobnosti pop music a je tomu i naopak? Existuje mezi osobností a médiem dohoda? Musí být osobnost kontroverzní k tomu, aby byla slavná? Co hudebníky ke kontroverznímu chování přivedlo a jak velkou zásluhu mají média na jejich vzestupu a často i na následném pádu? Jak moc se lidé kontroverzním chováním celebrity nechají ovlivnit? Jak manipulace ze strany médií ovlivňuje umělcovo publikum?

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ POJMU KONTROVERZNÍ OSOBNOST POP MUSIC

Pojem kontroverzní osobnost pop music představuje zpěváka, zpěvačku, nebo i celou hudební kapelu pohybující se ve světě pop music (populární hudby), která se svým chováním, názory, texty v písních, oblékáním, nebo třeba i životním stylem vymiká běžným společenským standardům. *„Kontroverze je vnitřní napětí, které umělce nutí, se vyjádřit. Když umělec nebude kontroverzní, nikam se nedostane. Tu vnitřní kontroverzi, nebo nějaké trauma, vyjadřuje právě ve své tvorbě.“¹*

Synonymem slova kontroverzní může být také slovo sporný. Umělec má potřebu se vyjádřit a vymezit se vůči většinové společnosti a veřejnost tím samozřejmě provokuje. Na jeho tvorbu a vystupování tak jen minimálně zaznívají neutrální ohlasy. Vždy jsou buď pozitivní, nebo negativní. Pozitivní jsou v případě, že je danému publiku svým přístupem k životu a k hudbě blízký. Negativní zase, když jej lidé nemohou kvůli jeho vlastnostem vystát. Právě tím se liší od ostatních osobností pop music, u kterých ke kontroverzi buď nedochází vůbec, nebo jen ve velmi malé míře.

Otázkou však zůstává do jaké míry má určitý sklon k odlišnostem v sobě a do jaké míry je kontroverzní pouze kvůli tomu, aby přilákal pozornost médií. V kontroverzním chování se tak u některých osobností pop music může skrývat kalkul. Podle hudebního publicisty Petra Korála je to velmi individuální. *„Někdo má sám v sobě kus určitého exhibicionismu, touhu provokovat a je to v podstatě jeho přirozenost. Čím se zvyšuje jeho postavení v popularitě na hudební scéně, tím třeba má tu potřebu větší. Někomu jinému poradí okolí, že by bylo vhodné v zájmu toho, aby se o něm, nebo o skupině kde působí, více mluvilo, něco někde říci, nebo něco takzvaně kontroverzního provést.“²*

Ke druhé variantě se přiklání i psycholog Tomáš Morávek, který také doplňuje, že velmi často taková osobnost neunes tlak ze strany médií. *„Většina pop – autorit*

¹Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

²Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

je „závislá“ na zájmu médií. Mít článek v bulvárním tisku znamená větší možnost získat nějakou zakázku. Z pohledu „hvězdy“ je potřeba s médii umět pracovat, například být jiný a něčím se zviditelnit. Pokud se ale trvalý a intenzivní zájem novinářů „potká“ s nezralou nebo nějak narušenou osobností, tak tento nápor nemusí zvládnout.“³

S tím souvisí, že velká spousta kontroverzních osobností pop music umírá předčasně. Mnozí spáchají sebevraždu, protože neunesou tlak na svou osobu, nebo zemřou kvůli užívání nejrůznějších návykových látek.

³Rozhovor s Tomášem Morávkem, příloha C

2 HISTORIE MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

V 15. století je Johannesem Gutenbergem objeven způsob, jak sestrojít tiskařský lis, u něhož je možné měnit jednotlivé litery a tisknout tak více kopií. Začíná historie prvních tisků: „*Možnost výroby většího počtu víceméně shodných kopií byla ve srovnání s opisováním manuskriptů zcela zásadní proměnou možností komunikace. „Vláda nad písmem“, a tedy nad vzdělaností kterou až do té doby měla církev a její kláštery, se rázem staly dostupnými podstatně většímu počtu lidí.*“⁴ Díky Gutenbergovu vynálezu se tak tisk poprvé výrazně dostává k masovému publiku.

2.1 Historie mediální komunikace ve světě

Od padesátých let 15. Století, začínají v Evropě vycházet knihy. Trvá však dalších 70 let, než se objevuje první předchůdce dnešních novin a časopisů. Jednoduché tisky se zabývají bitvami, přírodními katastrofami, nebo loupežemi a popravami. Tyto zprávy jsou označovány jako Novina o ..., Zpráva o ..., Historia, Copia, Lettera, Epistola. V Německu v 16. století vychází asi 600 000 výtisků novin s názvem Neue Zeitung, jejichž rozsah se pohybuje do 20 stran. Mezi další předchůdce dnešních novin se řadí ještě Korespondence, psané zpravodajství, kde korespondent informuje o situaci v důležitém městě, či na burze.⁵

Korespondenství je vzorem německým bratrům Fuggerovým, kteří vytváří Fuggerovské noviny, zabývající se obchodním a politickým zpravodajstvím. Fuggeri jsou neustále informováni o situaci na burzách, v přístavech a válečných taženích. Poslovské noviny zase ve Francii využívají nejrůznějších poštovních zpravodajů.

Čím se vyznačují první periodické noviny popisuje McQuail takto: „*První noviny se vyznačovaly periodicitou, komerční podstatou (byly volně v prodeji),*

⁴JIRÁK, J., B. KÖPPOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 74. ISBN 978-807-3674-663.

⁵NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace, VŠ JAK: 2006.

*mnohostranným využitím (sloužily k informování, zaznamenávání, inzerování, rozptýlení i k šíření klepů) a veřejným, čili otevřeným charakterem.*⁶

2.1.1 Významná data

1597 - Samuel Dilbaum vydává v menších časových odstupech list, který mění názvy

1605 - Johann Carolus vydává první tištěné noviny Relation

1609 - Johann Carolus štrasburský knihkupec, vydává list Relation aller Fürnemmen und gedenckswürdigen Historien

1609 - Julius Adolphus von Söhne - neperiodický týdeník - Aviso, Relation oder Zeitung (Wolfenbüttel)

1620 - Abraham Verhoeven, vydává týdeník Nieuwe Tydinghen, předtím vychází nepravidelně od r. 1616, později 3x týdně, který má privilegium k tisku ve všech nizozemských provinciích

1622 - první anglický titul Weekly Nevves, který vydávají Nicholas Bourne a Nathaniel Butler

1631 - francouzští tiskaři Jean Martini a Louis Vendosme začínají vydávat Nouvelles Ordinaires de Divers Androits - zpravodajský týdeník se zaměřením na zahraniční informace

1631 - La Gazette - oficiální francouzský list je vydáván na základě královského privilegia

1665 a 1672 - vznikají časopisy Le Journal des Scavants resp. Le Mercure Galant zabývající se francouzskou kulturou, zvláště literaturou, vědou a divadlem

1690 - první pokus o americké noviny Publick Occurences, Both Foreign end Domestic - vydavatelem je Benjamin Harris

1695 - v Anglii je s pádem tiskového zákona zrušena předběžná cenzura

1702 - první anglický deník Daily Courant, který vydává Samuel Buckley

1704 - Američan John Campbell vydává týdeník The Boston News - Letter, který je publikován se souhlasem koloniální správy. Opozičním listem je pak New England Courant, který vydává James Franklin

1710 - Jonathan Swift se stává vydavatelem anglického listu The Examiner

⁶MCQAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. s. 34. ISBN 80-717-8714-0.

1749 - první německý divadelní časopis Beiträge zur Historie und Aufnahme des Theaters, vydávaný G. E. Lessingem

1762 - John Wikes, uznávaný vůdce anglických žurnalistů v boji proti cenzuře začíná vydávat list The North Briton

1771 - vznik pařížského listu Le Journal de Paris, který obhajuje slovo Voltaire

1789 - první rok francouzské revoluce, během něhož je jen v Paříži založeno 150 nových listů. Politické proudy jsou reprezentovány především listy: konzervativní proud 1789 - Munitel universel (M. Panckoucke), třetí stav - Journal des États Généreux (hrabě Honoré de Mirabeux), girondisté - Patriote francais (Jean Pierre Brissot), liberálně demokratický proud - Révolutions de France et de Brabant (Camille Desmoulins), radikální proud jakobínů - L'Ami du peuple (Jean-Paul Marat)

1833 - vznik bulvárních novin New York Sun

1851 - v New Yorku začíná vycházet deník The New York Times⁷

2.2 Historie mediální komunikace v Čechách

Karel František Rosenmüller tiskne a vydává 4. února 1719 první číslo českých periodických novin – Český postilión, nebo Noviny české, vychází každé úterý a v sobotu. Noviny mají kvalitní grafickou úpravu a vychází až do roku 1772. *„Z obsahu zaujmou zprávy ze zahraničí, přepsané Rosenmüllerem z vídeňského tisku. Významné události dokázal popisovat reportážním stylem (korunovace). Noviny obsahovaly někdy i úvodník.“*⁸ Kvůli nedostatku předplatitelů však v roce 1772 noviny zanikají. Obnoveny jsou v roce 1782 pod názvem Pražské české noviny. Tyto noviny kupuje Jan Ferdinand, šlechtic ze Schönfeldu, který je v roce 1786 svěřuje Václavu Matěji Krameriovi, který *„se stal představitelem vznikající obrozenecké inteligence, mužem národního obrození“*⁹.

⁷NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace, VŠ JAK: 2006.

⁸NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace. s. 10. VŠ JAK: 2006.

⁹Tamtéž

V roce 1789 začíná Kramerius vydávat vlastní noviny. Krameriusovy c. k. poštovské noviny jsou týdeník a jejich náklady se šplhají až na 1 500 výtisků. Noviny jsou rozděleny do rubrik a články jsou řazeny podle významu.

Za zakladatele moderního českého politického novinářství je považován Karel Havlíček Borovský, který se stává jednou z klíčových osobností českého národního hnutí v roce 1848. V témže roce vznikají Národní noviny, ze kterých Havlíček vytváří politický deník.¹⁰

„Nejvýznamnějším liberálním listem druhé poloviny 19. století byly Národní listy, které vedl dr. Julius Grégr. Národní listy na počátku 60. let reprezentovaly celou národní stranu, národní hnutí, ale v postupné diferenciaci hnutí na mladočechy a staročechy staly se Národní listy mluvčím a listem mladočechů.“¹¹

2.2.1 Významná data

1719 – první periodické noviny Český Postyilion, známé také jako Noviny české, které tiskne a vydává Karel František Rosenmüller.

1772 – Pražské české noviny navazují na svého zaniklého předchůdce. Redaktorem je František Kozury. Tyto noviny jsou od roku 1786 svěřeny Václavu Matěji Krameriovi.

1789 – Václav Matěj Kramerius začíná vydávat vlastní noviny Krameriusových cís. král. poštovské noviny.

1791 – Václav Matěj Kramerius vydává Krameriusovy c. k. vlastenecké noviny, které mají stálé rubriky a zprávy v nich jsou řazeny dle důležitosti.

1806 – čtvrtletně vydávaný a uznávaný vlastenecký časopis Hlasatel český, který vydává Jan Nejedlý.

1827 – vzniká vědecký a vlastenecký Časopis Českého muzea, který vychází do dnes. Mezi jeho hlavní postavy patří František Palacký.

¹⁰NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace. s. 10. VŠ JAK: 2006.

¹¹NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace. s. 18. VŠ JAK: 2006.

1835 – začíná vycházet časopis Květy. Ty se mají podle Josefa Kajetána Tyla stát časopisem pro české národní hnutí. Mezi další osobnosti časopisu patří, například František Vladislav Hek, Magdalena Dobromila Rettigová, Karel Jaromír Erben, Karel Hynek Mácha. Květy vychází do dnes

1848 – vychází noviny Pražský posel, které jsou redaktorovány v duchu revolučního roku

1848 – po císařském patentu je zrušena cenzura a Karel Havlíček Borovský vytváří z Národních novin politický deník

1848 – první časopis pro dělnictvo založen F. C. Kampelíkem je Hlásník.

1861 – začínají vycházet Národní listy, které jsou nejvýznamnějším liberálním listem druhé poloviny 19. století. V jeho redakci se schází špička českých novinářů, jako například: Karel Sladkovský, Jan Neruda, Vincenc Vávra Haštalský, Josef Barák a další

1869 – vychází nejvýznamnější katolický týdeník Čech, který se od roku 1871 stává deníkem

1872 – začínají vycházet socialisticky orientované Dělnické listy

1897 – vzniká první dělnický deník Právo lidu

1918 – je založena Československá tisková kancelář (ČTK)¹²

2.3 Počátky rozhlasového vysílání

Pravidelné rozhlasové vysílání se rozvíjí od prvního desetiletí 20. století. Dán Valdemar Poulsen a Američan Reginald A. Fessenden v roce 1903 realizují první pokusné rozhlasové vysílání. *„Fessendenův hudební a slovesný program odvysílala 24. prosince 1906 stanice Brant Rock v americkém státě Massachusetts, toto datum je pokládáno za počátek rozhlasového vysílání jako veřejného média. Pravidelné rozhlasové vysílání zahájila jako první americká stanice KDKA společnosti Westinghouse v East Pittsburghu 2. 11. 1920, tehdy vyhlásila výsledky amerických prezidentských voleb. V Evropě se uskutečnily první pokusy s rozhlasem před*

¹²NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace, VŠ JAK: 2006.

1. světovou válkou, v Německu v roce 1913 a v Praze na Vysoké škole technické též v roce 1913.“¹³

První pravidelné rozhlasové vysílání začíná provozovat britská BBC v listopadu 1922. 18. května se jako druhá v pořadí připojuje česká stanice Radiojournal. „*Rozhlas postupně zakládal po Praze i další stanice v Brně (1924), Bratislavě (1926), Košicích (1927) a v Moravské Ostravě (1929). Radiojournal zajišťoval zpravodajství, které bylo dodáváno ČTK, vzdělávací a osvětové pořady.*“¹⁴ První přenos divadelního představení se uskutečňuje v roce 1925. Jako zrod rozhlasové reportáže je označován přenos všesokolského sledu v roce 1926. Téhož roku se uskutečňuje i první přenos fotbalového utkání.

Největší rozvoj rozhlasu nastává po 2. světové válce, i když i v jejím průběhu je zaznamenán velký zájem o zahraniční vysílání v nacisty okupované Evropě. V roce 1968 se rozhlas staví proti okupaci Československa, což vede k propuštění téměř všech zaměstnanců. Mnozí z nich reagují emigrací a začínají provozovat vysílání v exilu, ve vysílání rádia Svobodná Evropa. „*Velký ohlas u českých a slovenských posluchačů vyvolaly nejen informace ze světa, ale i zprávy o vnitropolitickém vývoji Československa. Hlas Ameriky, Svobodná Evropa a BBC podporovaly úsilí o demokratizaci Československa, zaujaly rychlostí a přesností informací z domácí politické scény.*“¹⁵

Po roce 1989 se v Československu uzákonila svoboda slova. V současné době si k veřejnoprávnímu Českému rozhlasu můžeme přičíst více než 70 soukromých rozhlasových stanic.

¹³NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace. s. 35. VŠ JAK: 2006.

¹⁴Tamtéž

¹⁵NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace. s. 36. VŠ JAK: 2006.

2.4 Počátky televizního vysílání

Za skutečného vynálezce televize se považuje britský vědec John Logie Baird, který žil v letech 1888 až 1946. Při svých pokusech však naráží na nedostatky finančních prostředků a také na nezájem ze strany veřejnosti. Svůj produkt proto Baird umístí v obchodním domě Selfridge ve Westendu. Tato propagace zapříčiňuje, že se o Bairdův produkt začínají zajímat první podnikatelské kruhy. V roce 1927 je založena společnost Baird Television Development Company.¹⁶ „*Tímto způsobem Baird dokázal vyvést televizi z laboratoří do povědomí ostatních občanů a vyvíjel tak nátlak na kompetentní činitele, aby uznali televizi médiem, se kterým je třeba do budoucna počítat a proto pomáhat s jejím vývojem.*“¹⁷

První pravidelné vysílání spouští 2. listopadu 1936 britská BBC. Televize však 1. září 1939 přestává vysílat poté, co Anglie vyhláší válku nacistickému Německu. Vrací se až o 7 let později a prvním pořadem je pohádka Mickey Mouse.

Před začátkem 2. světové války začínají vysílat i další země včetně USA, Německa, nebo Francie. Samotná válka však celý vzestup televizního vysílání značně zpomalila. Po jejím skončení se ale díky novým vědeckým poznatkům a celkovému zdokonalení vysílací techniky zpřístupnila široké veřejnosti.¹⁸ „*Nejmasovější rozvoj televizního vysílání však spadá do padesátých let dvacátého století, do období, které je nazýváno televizní explozí.*“¹⁹

V červnu 1948 je v rámci pražské výstavy MEVRO, české veřejnosti představeno televizní vysílání. Veřejné televizní vysílání je oficiálně spuštěno 1. května 1953. „*Program prvního dne byl vysílán ze záznamu na filmovém pásu. Diváky z obrazovky přivítal populární herec Jaroslav Marvan. Poté mohli diváci vidět*

¹⁶JACYSZYN, V. *Od Nipkova k druhé světové válce, aneb počátky televize*. [online]. © 2012 [cit. 2013–02–02]. Dostupné z: http://tele.tym.cz/zajimavosti/pocatky_tv/pocatky_tv.htm

¹⁷Tamtéž

¹⁸ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

¹⁹ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. s. 78. ISBN 978-80-86723-73-0.

„Filmové aktuality“ (např. záběry z návštěvy prezidenta Zápotockého u vojáků).²⁰

V prvních letech televize vysílá hudební pásma, inscenace, filmy a zábavné pořady. První reklamní vysílání se objevuje v roce 1966. O 4 roky později je spuštěn druhý program a v roce 1973 je zahájeno barevné vysílání.²¹

O počátcích televizního zpravodajství v Československu hovoří pamětník Martin Glas takto: „Od roku 1955 jsem šest let pracoval jako produkční ve zpravodajské redakci ÚTS Praha. V té době jsem mimo jiné zažil vysílání první denní aktuality, zahájení pravidelného denního zpravodajského vysílání, pracoval také na prvních zpravodajských přenosech ze zahraničí, prvním přenosu pro Eurovizi a na mnohých dalších počinech našeho televizního zpravodajství, které lze označit jako průkopnické.“²²

V dobách totality je zpravodajství především prostředkem k propagaci tehdejšího režimu. Po sametové revoluci v roce 1989 je ústavou uzákoněna svoboda slova. V současné době je kromě veřejnoprávních kanálů České televize i několik desítek dalších českých soukromých televizí.

²⁰BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 271. ISBN 978-802-4730-288.

²¹BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4730-288.

²²GLAS, M. *Vzpomínky Martina Glase*. [online]. © 1996-2013 [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/vzpominky-pametniku/martin-glas/pocatky-zpravodajstvi/>

3 POP MUSIC

Pojem pop music může být označením dvou různých významů. V prvním případě se jedná o hudební styl, který vzniká v šedesátých letech 20. století. Výrazným prvkem tohoto stylu je zpěv do melodie s moderními prvky. V takové melodii nejsou až na výjimky použity klasické hudební nástroje, kterými jsou například kytara, bicí, nebo basa. Melodie je vytvořena elektronicky. Mezi hlavní představitele hudebního stylu pop patří podle autora bakalářské práce, Michael Jackson, Madonna, Lady Gaga, Robbie Williams, Justin Timberlake, Britney Spears a další. V České republice je to například Michal David, Lucie Vondráčková, Golden Kids, Ilona Csáková, nebo Lunatic. Tento styl je používán v klubech a diskotékách.

Autor bakalářské práce bude pojem pop music uvádět jako označení pro celý hudební průmysl. Ten obsahuje všechny hudební styly, jako je již zmiňovaný pop, dále pak rock, rock and roll, hip hop a další.

Rock and roll

Žánr rock and roll vzniká v padesátých letech 20. století smícháním country a černošské hudby a začíná se v něm objevovat elektrická kytara. Na začátku 60. let však rock and roll začíná ustupovat rocku a lidé o něj přestávají mít zájem. Autor práce se domnívá, že osobnosti, jako Elvis Presley, Buddy Holly a Carl Perkinson, patří mezi nejuznávanější umělce historie.

Rock

Hudební styl rock vzniká stejně jako pop v šedesátých letech 20. století a má kořeny ve svém předchůdci, rock and rollu. Mezi hudební nástroje, které se v rockové hudbě objevují nejčastěji, patří elektrická kytara, basa a bicí. Charakteristickým prvkem rocku jsou kytarová sóla. Z rocku se časem vyvíjí dalších několik podžánrů, jako je hardrock, punkrock, alternativní rock, nebo také surf rock a s ním související big beat. Mezi představitele žánru rock, patří například The Beatles, The Rolling Stones, Jimmy

Hendrix, Nirvana, Green Day, The Doors, Foo Fighters, Red Hot Chili Pappers a další. V České republice žánr rock zastupují například Olympic, Daniel Landa, Tři sestry, Harlej, nebo Charlie Straight.

Hip Hop

Tento hudební styl vzniká v osmdesátých letech 20. století. Původně je označován jako žánr amerických černošských ghet. Svou popularitu si ale brzy vydobuje po celém světě. Základem této hudby je DJ a rapper. První jmenovaný mixuje hudbu a rapper do ní následně veršuje text. Texty jsou často provokativní a kontroverzní. Velmi podobným a stejně populárním žánrem, který s hip hopem často splývá je rhythm and blues. Mezi uznávané rappery patří podle autora práce Eminem, 50 Cent, 2Pac, Lil Wayne, nebo Snoop Dog. Našimi známými rappery jsou PSH, SuperCrooo, Hugo Toxxx a Ektor.

4 SROVNÁNÍ SERIÓZNÍCH MÉDIÍ S BULVÁRNÍMI MÉDIÍ

Podle Petra Švece můžeme rozlišit seriózní médium od bulvárního pomocí dvou zásadních kritérií:

Seriózní médium: úsilí vydavatele vytvářet nezkreslené masové zpravodajství.

Bulvární médium: zisk vydavatele pocházející přímo z masového zpravodajství.²³

Abychom co nejlépe rozlišovali rozdíl mezi seriózním a bulvárním médiem, musíme určit, které kritérium stálo u zrodu nového média jako prvotní. Pokud médium vzniklo za účelem podávat publiku nezkreslené informace, jedná se o seriózní médium. Jestliže se zpráva stává hlavním prostředkem k dosažení zisku, nepochybně jde o médium bulvární.

Serióznímu médiu se samozřejmě může stát, že podá milnou, či zkreslenou informaci. Nikdy v tom však nesmí být záměr. Naopak bulvární média si často vytváří úplně novou realitu a vše podřizují následnému zisku ze zpráv.

Seriózní médium

Karel Hvižd'ala definuje seriózní médium takto: „*Seriózní médium (někdy také prestižní, standardní médium) je označení sdělovacího prostředku, kde klíčovou roli hraje objektivita, analýza a kontext, a obecně informace, jejichž význam roste s časovou vzdáleností od popisované události.*“²⁴

K tomu ještě přidáme, s čím takové médium pracuje: dlouhodobě sleduje společenské procesy a jevy, oslovuje odborníky, pracuje s významnými tématy,

²³ŠVEC, P. *Média bulvární a média seriózní*. [online]. [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: http://cz.altermedia.info/uvahy-a-komentare/mdia-bulvrn-a-mdia-serizn_490.html

²⁴ŠNAJDROVÁ L. *Na pravou míru*. [online]. © 2000-2012 [cit. 2012-12-28]. Dostupné z: <http://www.tribune.cz/clanek/19212-na-pravou-miru>

umožňuje polemiku a diskusi. „Klíčovou roli hraje neutralita, lakoničnost, odkazování na reference a jejich ověřování.“²⁵

Bulvární médium

Slovo bulvár je francouzské označení pro širokou ulici. Právě na ní kameloti ve 30. letech 19. století prodávají noviny francouzským dělníkům.

„Bulvární médium je označení masového sdělovacího prostředku, v němž hrají klíčovou roli emoce (krev, sex) a aktualita, jejíž význam postupem času klesá.“²⁶ Taktéž se vyznačuje „provinčností, navozováním paniky, skandalizací, personalizací, populismem, povrchností, negativismem, jednoduchostí, jasností, vytvářením celebrit a prací s nimi, předstírání autoritativnosti a blízkosti konzumentovi. Provádí interpretaci jevů na základě zákulisních informací a drbů.“²⁷

Bulvár má také až pětkrát větší náklady než je tomu u seriózního média. Taktéž je důležité, že se jedná o vůbec první masové médium.

Jeden z nejkontroverznějších zpěváků v historii pop music, Michael Jackson, bulváru věnoval píseň s názvem „Tabloid Junkie“, ve které zpívá, že ne vše, co lidé čtou, vidí, nebo slyší v médiích, je pravda. Také v ní popisuje, že bulvár mnoha lidem ničí život.

4.1 Funkce médií

V rámci této problematiky existuje velké množství interpretací, názorů i argumentací. Třeba Herold Lasswell uvedl tři základní funkce: informační, korelační a kontinuační. Robert Merton funkce médií klasifikoval jako pozitivní a negativní, nebo

²⁵ŠNAJDROVÁ L. *Na pravou míru*. [online]. © 2000-2012 [cit. 2012-12-28]. Dostupné z: <http://www.tribune.cz/clanek/19212-na-pravou-miru>

²⁶MICHAEL JACKSON FOREVER. *Problematika médií*. [online]. © 2011 [cit. 2012-12-28]. Dostupné z: <http://www.michaeljacksonforever.cz/problematika-medii->

²⁷Tamtéž

zjevné a skryté. Zatím poslední do této problematiky přispěl Denis McQuail, který jako hlavní funkce médií uvedl:

„Informování

- *poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě,*
- *naznačování mocenských vztahů,*
- *podpora inovací a pokroku, usnadňování adaptace.*

Korelace

- *vysvětlování, vykládání a komentování významu událostí a informací, poskytování podpory, ustaveným autoritám a normám,*
- *socializace,*
- *koordinace izolovaných činností,*
- *vytváření konsenzu,*
- *nastolování posloupnosti priorit a signalizace relativního statusu.*

Kontinuita

- *přenášení dominující kultury a objevování subkultur a nových trendů v kulturním vývoji,*
- *prosazování a udržování všeobecné přijatelnosti hodnot.*

Zábava

- *zdroj pobavení, obveselení a rozptýlení, prostředek uvolnění,*
- *oslabování sociálního napětí.*

Získávání

- *agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce a někdy i náboženství.²⁸*

²⁸MCQAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. s. 103 ISBN 80-717-8714-0.

4.2 Bulvarizace médií

Zejména v České republice už prakticky neexistuje seriózní médium, kterého by se bulvarizace vůbec nedotkla. Bulváru tu zcela chybí protiváha, kterou by seriózní médium představovalo.²⁹ Dříve byla slovem „seriózní“ označována například Mf Dnes. I ta se však, podle autora práce, bulvárním článkům nevyhýbá. Bulvarizací se média snaží buď přilákat, nebo udržet čtenáře. S tím souvisí i pohled Tomáše Trampoty: *„Bulvarizace může být naopak poslední snahou starých médií zabránit přechodu publik k novým komunikačním platformám a paradoxně tento přechod ještě urychluje – proč číst pomalé tištěné informace deníků, které se tematicky stále více podobají lifestylovým časopisům a jen mají vyšší periodicitu?“*³⁰ K bulvarizaci českých médií dochází na dvou úrovních – *„na úrovni deníkového trhu růstem podílu čtenářů bulvárních titulů, na úrovni obsahu médií proměnou typů událostí, které se do nich dostávají. Ta první rovina je srovnatelná s trendem ostatních zemí Visegrádu, kde hrají prim bulvární deníky. Ve srovnání například s německými tištěnými médii je bulvarizace českých deníků intenzivnější, dochází například k jejich silnější vizualizaci, což je dáno mimo jiné malým českým trhem.“*³¹

Bulvarizace médií se samozřejmě dotýká i života kontroverzních osobností pop music, protože média přestává zajímat samotný přínos hudebnímu průmyslu, ale spíše se ve svých rozhovorech zaobírají jejich soukromým životem.³² Hudební publicista Petr Korál říká, že *„bulvarizace už překročila hranice slušnosti a dobrého vkusu. Bulvár by měl být především zábava. Nemyslím si, že bulvarizace nějak extrémně pokročila v poslední době, ale že je tady už dlouho. Řekl bych, že nejvíce jí ovlivnila televize Nova, která ať chce, nebo ne, posunula celkové vnímání celebrit.“*³³

²⁹Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

³⁰POVOLNÝ, D. *Bulvarizace médií je už příliš daleko*. [online]. © 2005-2013 [cit. 2012-10-24].

Dostupné z: <http://www.online.muni.cz/udalosti/1567-trampota-bulvarizace-medii-je-uz-prilis-daleko>

³¹Tamtéž

³²Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

³³Tamtéž

5 MEDIÁLNÍ ETIKA

Novinářskou etiku můžeme shrnout do pěti pojmů, kterými by se měl novinář řídit. Jedná se o správnost, objektivnost, vyváženost, nestrannost a nezávislost.³⁴ Právě těmito pojmy se však podle autora práce, média ve vztahu ke kontroverzním osobnostem pop music příliš neřídí. „*Předpojatostí, neobjektivností se rozumí záměrné zkreslení reality, preferování určitého výkladu, zdůrazňování jedněch názorů na úkor jiných, jedněch sociálních skupin na úkor jiných, manipulace s pojmy apod.*“³⁵

Problematiku novinářské etiky popisuje Petr Korál: „*Etika se nedá nějak blíže definovat, je to pocitová záležitost a každý to může mít trochu jinak. Já sám jsem v tomto opatrný a myslím si, že je spousta témat, která na papír nepatří. Jiný novinář, který může být i ze seriózního média, to může mít trochu posunutě a může mít pocit, že by tam taková témata mohla být.*“³⁶ Lživá, nebo neetická zpráva tak celebritě způsobuje problémy v soukromém životě. V mnohých případech dochází například i k rozpadu manželství. Novinář si proto musí být vědom své odpovědnosti a nesmí překračovat hranice, které by mohly celebritě ublížit.

5.1 Hranice mediální etiky

Kam až může novinář ve vztahu ke kontroverzní osobnosti pop music dojít a kde jsou hranice, které by neměl ve svých zprávách překročit, je velmi diskutabilní otázka. Podle Petra Korála by „*tím, jak formuluje článek, neměl osobnost tlačit do intimních otázek a vést tak manipulativně rozhovor. Neměl by ji dostat do situace, ve které by ohrožoval její soukromý život a funkčnost rodinných vztahů, nebo kdy ohrožuje její bezpečnost. Bulvár zapříčinil rozpad několika manželství, protože šťoural tam, kam by se šťourat nemělo.*“³⁷

³⁴MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-807-4520-020.

³⁵OSVALDOVÁ, B., A. LÁBOVÁ. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001. s. 13. ISBN 80-246-0248-2.

³⁶Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

³⁷Tamtéž

Nepochybně záleží i na osobnosti novináře samotného. O bulvárních novinářích si podle autora práce mnozí myslí, že jsou to lidé bez svědomí, kteří si následky a hranice mediální etiky vůbec neuvědomují. „Některé z nich jsem poznal a pro ně platí, že vůbec nedomýšlí, že člověku, o kterém píší, mohou velmi ublížit a znepríjemnit mu život i na několik let dopředu. A je jim to jedno. Pak je druhá kategorie bulvárních novinářů, kteří to dělají jako svou práci a v podstatě je to až tak moc nebaví a snaží se to dělat tak, aby na osobnost našli něco kontroverzního, ale zároveň se snaží být slušní.“³⁸ Aby se rizika lživých, nebo zkreslených zpráv co nejvíce minimalizovala a určily se i hranice, kam až může novinář dojít, vytváří si média etický kodex, kterým se snaží řídit.

5.2 Etický kodex

První etický kodex si v roce 1989 zřídila Česká televize. Valná hromada Syndikátu novinářů ČR přijala etický kodex jako otevřený dokument v roce 1998. Později jej na návrh Komise pro etiku Syndikátu novinářů ČR v roce 1999 aktualizovala.

Vybraná pravidla z Etického kodexu Syndikátu novinářů ČR:

„1. *Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace*

- a) *zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám, nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami,*
- b) *respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu, i přes překážky,*
- c) *dbát na rozlišování faktů od osobních názorů,*

2. *Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice*

- a) *nést osobní odpovědnost za všechny své uveřejněné materiály,*
- b) *vyloučit všechny činnosti, které by jej mohly kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů,*

³⁸Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

- c) *nepřijímat žádné hodnotné dary nebo výhody, které by měly souvislost s jeho novinářskou činností, zvláště pak z důvodů zveřejnění nebo zatajení nějaké informace,*
- d) *nezneužívat povolání novináře k činnosti reklamního pracovníka a nepřijímat žádnou odměnu přímou nebo nepřímou od zájemců o reklamu, odmítnout podílet se na publikování skryté reklamy,*

3. *Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu medií*

- a) *nic neomlouvá nepřesnost nebo neproověření informace, každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena,*
- b) *jestliže si zdroj informací přeje zůstat utajen, novinář je povinen zachovávat profesionální tajemství, i kdyby mu z toho měly vzniknout potíže.* ³⁹

Trestní zákoník

I v trestním zákoníku nalezneme záležitosti, které se přímo dotýkají profese žurnalisty. Poškozená celebrita, nebo konkrétně i kontroverzní osobnost se tak může falešným a zkresleným informacím bránit.

„§ 184 Pomluva

- (1) *Kdo o jiném sdělí nepravdivý údaj, který je způsobilý značnou měrou ohrozit jeho vážnost u spoluobčanů, zejména poškodit jej v zaměstnání, narušit jeho rodinné vztahy nebo způsobit mu jinou vážnou újmu, bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok.*
- (2) *Odnětím svobody až na dvě léta nebo zákazem činnosti bude pachatel potrestán, spáchá-li čin uvedený v odstavci 1 tiskem, filmem, rozhlasem, televizí, veřejně přístupnou počítačovou sítí nebo jiným obdobně účinným způsobem.*

§ 180 Neoprávněné nakládání s osobními údaji

- (1) *Kdo, byť i z nedbalosti, neoprávněně zveřejní, sdělí, zpřístupní, jinak zpracovává nebo si přisvojí osobní údaje, které byly o jiném shromážděné v souvislosti s výkonem veřejné moci, a způsobí tím vážnou újmu na právech nebo oprávněných zájmech osoby,*

³⁹SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ. *Etický kodex novináře*. [online]. © 2008 [cit. 2012–11–04]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

*jíž se osobní údaje týkají, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta nebo zákazem činnosti.*⁴⁰

5.3 Srovnání veřejnoprávního a soukromého média

Veřejnoprávní médium (Médium veřejné služby) je sdělovací prostředek, který má právně definovaný obsah a povinnosti. Veřejnoprávní média jsou v České republice tři: Česká televize, Český rozhlas, které jsou financovány z takzvaných koncesionářských poplatků a Česká tisková kancelář „*kteřá je financována převážně z prodeje výsledků vlastní činnosti.*“⁴¹

Zásady, kterých by se veřejnoprávní médium mělo držet, jmenoval Karel Hvížd'ala:

„pluralisticko-stranicky neutrální — nezávislost na politických stranách a hospodářských korporací, přístup do média umožněn všem za stejných podmínek.

objektivita — míra kvality zprávy, jako věrnost reprodukované zprávy skutečné události. Mimo jiné vyžaduje nejméně dva nezávislé zdroje. Objektivní zpravodajství má být nestranné, věcné a věrné skutečnosti.

vyváženost — prostor média je určen nejen pro majoritní názory, ale i relevantní menšinové. Uplatňuje se tzv. Okrentův zákon: "Snaha dosáhnout (v komentáři) rovnováhu může vést k nerovnováze, protože někdy je taková i skutečnost.

etický kodex média a redaktora — vychází ze zásad Mezinárodní federace novinářů z roku 1954 a rezoluce Rady Evropy. Řeší odpovědnost za pravdivost, práce se zdroji, respektování soukromí, vztah k politickým stranám, vystupování v jiných médiích, reklamách a jiné komerci.“⁴²

Oproti tomu soukromá média mají za cíl vytvářet zisk, či poskytovat své služby určitému segmentu. „*Podstatou ekonomického fungování soukromého média a hlavním*

⁴⁰Zákon č. 40/209 Sb. ze dne 8. ledna 2009, Trestní zákoník. § 184 Pomluva. Dostupné také z: <http://trestnizakonik.cz/trestni-zakonik-textova-verze.txt>

⁴¹REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 138. ISBN 80-717-8926-7.

⁴²HVÍŽD'ALA, K. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vyd. Praha: Máj, 2003. s. 236-242. ISBN 80-865-6970-5.

*zdrojem jejich příjmů je výnos z reklam, tj. prodej tiskové plochy či vysílacího času inzerentům, resp. prodej budoucí předpokládané pozornosti publika.*⁴³

Proti veřejnoprávním médiím se soukromá odlišují i tím, že jsou velmi často bulvární. Mezi česká soukromá média patří například TV Nova, TV Prima, Deník Blesk, Mf Dnes a další.

⁴³REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 137. ISBN 80-717-8926-7.

6 PUBLIKUM

Publikum je skupina jedinců, kteří pravidelně, či nepravidelně užívají média, nebo třeba i poslouchají hudbu. Publikum je pro média, ale i pro kontroverzní osobnosti pop music, tím nejdůležitějším faktorem jejich úspěšnosti.

6.1 Vliv médií na děti a mládež

Pro média i kontroverzní umělce pop music, představují děti a mládež velmi důležitou cílovou skupinu *„jednak jako spotřebitelé svého specifického trhu, jednak s ohledem na možnost vtištění jistých vzorců chování, které se zhodnotí v okamžiku vstupu mladého diváka mezi ekonomicky aktivní vrstvy. Při hodnocení vlivu médií je třeba vycházet z toho, že napodobování je psychologickým základem učení.“*⁴⁴

S napodobováním souvisí jak riziko sledování násilných filmů a koncertů kontroverzních zpěváků pop music, tak třeba *„s nápodobou fyzických vzorů (snaha dosáhnout vyzábělých proporcí současných modelek prezentovaných v médiích může vést k narušení stravovacích návyků ústících až do anorexie.)“*⁴⁵

Násilí a kriminalita zobrazovaná v médiích (zpravodajství, hudební klipy, či koncerty) může u dětí a mládeže vyvolat pocit, že se jedná o něco „normálního“. Významnou roli zde hrají rodiče mladistvého, kteří by měli své dítě upozornit, že to, co vidí v médiích a na koncertech není realita. *„Není-li v rodině závažnější výchovný problém, patrně vliv takových idolů bude zřejmě menší či krátkodobý. V opačném případě se zamýšlejme nad stylem výchovy a vytvářením otevřeného rodinného prostředí s blízkými vzájemnými vztahy.“*⁴⁶

⁴⁴MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. s. 126. ISBN 978-807-4520-020.

⁴⁵JIRÁK, J., B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 361. ISBN 978-807-3674-663.

⁴⁶Rozhovor s Tomášem Morávkem, příloha C

To se týká především rvaček, nejružnějších loupežných přepadení, či vyloupení banky. Hrozí tak, že se tyto zločiny „naučí“. „*Velmi přitom záleží na způsobu, jakým je násilí včleněno do kontextu mediálního sdělení. Riziko může zvyšovat např. to, když je násilník líčen jako přitažlivá osoba, když je násilí prezentováno jako samozřejmé řešení sporu.*“⁴⁷

Právě média mají velký podíl na tom, že v České republice bylo v roce 2001 stíháno 9 000 dětí a mladistvých.⁴⁸

⁴⁷JIRÁK, J., B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 361. ISBN 978-807-3674-663.

⁴⁸MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-807-4520-020.

7 MEDIÁLNÍ HVĚZDA

Mediální hvězda je osoba, která se těší velké mediální a veřejné pozornosti. Taková osoba se leckdy musí vyrovnat se ztrátou soukromí (všichni vidí, jak se obléká, jaké má zájmy, kde se nachází, kdo je její partner/ka). Může se jednat o celebritu z mnoha oborů. Nejpopulárnější jsou podle autora bakalářské práce zpravidla herci, hudebníci, sportovci a modelky.

Autor práce se ve své práci zaměří především na hudebníky. Ti se mediální hvězdou stávají po vydání úspěšné skladby, či alba. Mohou se jí stát třeba i díky své kontroverzi, kterou předvádí mimo jiné na svých koncertech, či ji obsahuje nějaký text ve skladbě, nebo styl jejich oblékání.

Taková hvězda má tak velký vliv na své publikum. Mnozí se jí snaží napodobovat a dosáhnout tak přinejmenším stejného úspěchu jako jejich vzor. Zde rozhoduje sama celebrita, která by si měla uvědomit, že by neměla podněcovat ke kriminálním činům, které by pro fanoušky mohly být napodobitelné a mohlo by jim to přijít „normální“.

Taková mediální hvězda se musí smířit s enormním zájmem ze strany bulváru, který se zpravidla snaží využít každého menšího podnětu k vyvolání „senzace“.

7.1 Podmínky vzniku mediální hvězdy

Poté, co autor práce definoval, kdo je mediální hvězda, popíše, jaké jsou podmínky jejího vzniku.

Někdo se mediální hvězdou stává od narození. Většinou jde o potomky slavných (herců, zpěváků, králů/královen). Jiní se mediální hvězdou nenarodí a teprve se jí musí stát. K tomu jim ve většině případů pomůže spolupráce se slavnou osobností, či účast na nejrůznějších konkurzech nebo castingách (talentové soutěže). Pomoci samozřejmě

může i obyčejná náhoda – být ve správný čas, na správném místě, nebo kontroverzní chování.

Chvilková popularita

Chvilkovou celebritou tzv. „rychlouška“ se stávají jedinci, kteří nemají dostatečnou vůli a talent, nebo ti, kteří svou dovednost nedokážou opakovat. Jejich nadání není tak rozvinuté, aby si pozici celebrity dokázali udržet.

Hudebníci, kterých se toto týká, jsou většinou výherci talentových soutěží, či tvůrci jednoho hitu (Lukáš Adamec, Projektil a další). Vždyť ne nadarmo se říká, že těžší, než dostat se na vrchol je, se tam udržet.

Image a trendy

Hvězda udává image a trendy. Když si celebrita oblékne krásné šaty, poptávka po nich, či po podobných, velmi vzroste. To samé můžeme říci jak o účesech, tak i o přejímání některých názorů a vzorců chování, které celebrita prezentuje (její názor na společnost, vyjádření podpory politické straně a tak dále). Příjemce si tak v takových případech ke svému idolu utvoří osobní vztah. *„Každý zpěvák slavné kapely by měl mít nějaký svůj originální styl oblékání. Je tak lépe rozpoznatelný a fanoušci ho mohou napodobovat. Někdy se z toho stává i kult. Na depešácké koncerty všichni chodí v černé, snad každý fanoušek Jamiroquai má něco od Adidas, věrnému posluchači Michaela Jacksona zase v šatníku nechybí bundička s trojí řadou knoflíků a flitrové rukavičky.“*⁴⁹

7.2 Kontroverze jako základ úspěchu

Podle Jana Šídy musí být umělec kontroverzní k tomu, aby byl úspěšný: *„Kontroverze je základem umění, které bez ní nebude fungovat, protože právě ta je nutí,*

⁴⁹JAMZONE. *Zpěváci a jejich image*. [online]. © 2010 [cit. 2012–12–10]. Dostupné z: <http://jamzone.blog.cz/1007/frontmani-a-jejich-styly>

*nahlížet na svět z jiných úhlů a přesně o tom umění je.*⁵⁰ Některé osobnosti kontroverzní chování staví nad hudební stránku a základ jejich samotného úspěchu se tak nachází právě v něm. Často jim tak ani nejde o samotnou tvorbu, jako spíš o potřebu veřejně a otevřeně sdělit, co si myslí. Právě takový způsob komunikace volily před sametovou revolucí v roce 1989 i některé osobnosti Československé hudební scény.⁵¹ *„Celá sláva Pražského výběru a kapel podobného ražení, kterým se říkalo „nová vlna“, spočívala v tom, že začaly používat provokativní kostýmy, které do té doby nebyvaly zvykem a k tomu měly i docela odvážné texty. Ano, to byla velká kontroverze a samozřejmě to lidi lákalo. Zvláště když byla kapela ze strany tehdejších úřadů zakázána.*⁵²

Podle Korála, ale některé osobnosti kontroverze využívají hlavně z toho důvodu, že ve své hudební tvorbě nemají příliš co nabídnout. V médiích se tak často prezentují provokativními výroky, kterými se snaží být veřejnosti stále na očích. *„Interpret začne házet špinu na nějaké konkurenční záležitosti. To je strašně jednoduché, ale zároveň účinné, protože tím pádem se to ten „napadený“ dozví, začne se bránit a vzniká mediální kauza.*⁵³

⁵⁰Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁵¹Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁵²Tamtéž

⁵³Tamtéž

PRAKTICKÁ ČÁST

8 VZTAH MÉDIÍ A KONTROVERZNÍCH OSOBNOSTÍ POP MUSIC

Cílem praktické části bakalářské práce je zjistit, do jaké míry média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o manipulaci mediálního obrazu. K odpovědím na tyto otázky, které jsou součástí praktické části bakalářské práce, autor využívá rozhovorů s lidmi, kteří mají s touto problematikou velké zkušenosti. Jedná se o hudební publicisty Petra Korála a Jana Šídu, psychologa Tomáše Morávka a kontroverzního zpěváka Mira Šmajdu.

V první části praktické části se autor práce zabývá problematikou vzájemných vztahů médií a kontroverzních osobností pop music. Popisuje, jak média ovlivňují životy a kariéru osobností, jak moc častým jevem je jejich spolupráce s bulvárem a jaký vliv mají média na vzestup a také na následný pád umělce.

Podle Petra Korála má umělec komplikovaný vztah především s novinářem bulvárního typu. U novináře, kterého zajímá jeho samotná hudební stránka, nebývá ve většině případů závažný problém, i když i tam se někdy projevuje žurnalistův subjektivní názor, který umělce může popudit. Novinář, by se ve vztahu ke kontroverznímu umělci měl oprostít od osobních sympatií, nebo apatií, které do novinářiny nepatří. „*Projevuje se to třeba v tom, že o někom novinář udělá článek raději a o někom ho udělá s nechutí, nebo se tomu raději vyhne.*“⁵⁴ Jako výstižný příklad Korál uvádí kontroverzního českého zpěváka Daniela Landu: „*Jsou publicisti, kteří ho téměř bytostně nesnáší a publicisti, kteří ho mají rádi, kterým to přijde zajímavé a tvrdí, že to k tomu patří. Pak je několik málo dalších, kteří jsou mimo obě kategorie a tam patřím třeba i já. Těm je to v podstatě jedno. Mě jejich kontroverzní chování nezajímá.*“⁵⁵ Novináři tak často nepřístupují ke všem osobnostem stejně, což podle autora práce může být problém z toho důvodu, že někteří jsou v médiích vykreslováni hůře než ti ostatní a veřejnost je tak manipulována tím, že se o některých informacích nedozví. Podle Korála stejný přístup ke všem osobnostem ani není možný, protože

⁵⁴Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁵⁵Tamtéž

záleží na typu média: „Ještě je nutné oddělit pohled novináře, který se tím zabývá z hlediska uměleckého, nebo jestli jde o novináře bulvárního typu. Toho pochopitelně zajímá něco úplně jiného. Tím pádem si nemyslím, že by se dalo obecně říci, že všechna média na někoho nahlíží jedním pohledem.“⁵⁶ K někomu si však žurnalisté nedovolí nic bulvárního, už jen z toho důvodu, že patří mezi vážené umělce a mediální publikum by to ani moc nezajímalo. Umělci, o kterých si novinář dovolí zveřejnit více, než k někomu dalšímu, jsou většinou vůči médiím nad věcí a berou to jako součást života. Žurnalista toho využívá a může být tvrdší, protože ví, že mu nic nehrozí. Opakem jsou však tací, kteří mají vztah s médii přesně opačný.⁵⁷ „Někteří umělci jsou však velmi hákliví a jsou schopni ztropit šílenou scénu a dokonce jsou i tací, kteří si novináře najdou a v extrémních případech ho i inzultují.“⁵⁸ Autor práce se domnívá, že žurnalista by měl v takovém případě zastávat a ctít novinářskou etiku a neměl by svým kladným, nebo rozdílným vztahem některou z osobností zvýhodňovat, či znevýhodňovat, což Korál potvrzuje: „Myslím si, že pro novináře by mělo být prvořadé, co ten člověk nabízí ve své hudbě, v textech, v celkovém názoru. To, co je kolem toho, by nemělo být až tak důležité.“⁵⁹

8.1 Spolupráce osobností s bulvárem pohledem hudebních publicistů Petra Korála a Jana Šídy

Spolupráce kontroverzních osobností s bulvárem není podle hudebních publicistů nic neobvyklého. Většinou jde o takové umělce, kteří toho hudebně příliš nenabízí. Pro ty je mediální publicita důležitá, protože jen skrze ně je o nich stále slyšet a navíc si tím mnozí i přivydělávají. „Dlouho jsem si myslel, že žádná dohoda mezi umělcem a médii neexistuje. Po mnoha letech, co dělám svojí práci, jsem však zjistil, že to není až tak výjimečné. Někdy takové dohody a smlouvy s bulvárem, někteří umělci mají. Není to úplně rozšířená praxe, ale vím sice ne o zpěvákovi, ale o velmi slavném herci, který má exkluzivní smlouvu s Bleskem, že když kolem něho bude něco nového,

⁵⁶Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁵⁷Tamtéž

⁵⁸Tamtéž

⁵⁹Tamtéž

tak jim sám zavolá, aby to měli první, a oni mu za to dají peníze.“⁶⁰ Podle autora této práce, ale takový umělec záměrně manipuluje čtenáře, protože ten většinou z konkrétní aféry obviňuje médium. To, však zprávy „pouze“ zveřejňuje a přitom tomu není tak, že by samo vyhledávalo informace z umělceva soukromí.

Hudební publicista Jan Šída uvádí spolupráci osobnosti s bulvárem na konkrétním příkladu kontroverzního umělce Marilyn Manson: *„On není blázen, nebo deviant, on je bývalý novinář a ví, jak se má prodat. Lidi po skandálech osobností jdou a až to pro ně přestane být zajímavé, tak to osobnosti nebudou dělat. Když se osobnost dohodne na spolupráci s bulvárem, tak ten o nich dokáže vymyslet legendy, které lidé čtou. Bulvár je hra, nadsázka, a když se mu některá z hvězd brání, tak je podle mě infantilní.*“⁶¹ Šída ještě dodává, že spolupráce osobností s bulvárem je zcela „normální“. Podle autora bakalářské práce z jeho odpovědi vyplívá, že spolupráce s bulvárem mnohým pomůže a oproti ostatním umělcům jsou ve výhodě, a proto by se jí neměli bránit ani ostatní. Veřejnost to však za „normální“ nepovažuje. Zveřejnění jmen osobností, které spolupracují s bulvárem, by tak mnozí jistě přivítali a médium s osobností by tak své publikum přestalo manipulovat. Celebrita by však k ničemu takovému nesvolila, protože by jí to mohlo zdiskreditovat.

Taktéž je důležité pozastavit se nad Šídovým tvrzením, podle kterého konzumenti rádi čtou o problémech celebrit. Takový lidé si tím často vynahrazují vlastní neúspěch a dělá jim dobře, když vidí, že se trápí i známý a v jejich očích bohatý umělec.

8.2 Pohled kontroverzního zpěváka Mira Šmajdy

Miro Šmajda je společně s rapperem Rytmusem považován za jednu z nejkontroverznějších osobností pop music na Slovensku. Do světa pop music se dostal prostřednictvím talentové soutěže Česko Slovenská SuperStar. Jako jeden z mála soutěžících se po jejím skončení prosazuje i nadále. Na otázku, proč ho média tak často

⁶⁰Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁶¹Rozhovor s Janem Šidou, příloha B

titulují slovem „kontroverzní“, odpovídá takto: „Myslím, že status „kontroverzný“ nie je o tom, že som sa jedného dňa rozhodol pri pohľade do zrkadla a povedal si: „Hmm, Šmajda, tak odteraz buďeš kontroverzný“. Skutočne neviem prečo, nezaoberám sa tým, no ľudia a médiá ma za kontroverzného považujú možno pre to, že nie som konzistentný. Nikdy som nebol, nie som, a nechcem byť. Mám rád prekvapenie, nepredvídanosť života, rozhodnutí, spontánnosť a slobodu. V mojom prejave je vždy sloboda, a je mi uprdele, kto si čo myslí o tom, že jedného dňa vystúpim v TV zmaľovaný s hentai účesom a vychrtlou postavou s punk rockovým songom a o pol roka vystúpim o 20 kg svalov ťažší s metalcorovým songom, a o mesiac som znova iný.“⁶² Šmajda tak predstavuje typický príklad kontroverzného umelca, ktorý ostatní provokuje svým vzhľadom a názory. Sám priznáva, že niektorí lidé ho uznávajú a jiní ho nemohou vystát.

Vztah kontroverzní osobnosti s novinářem v některých případech popisuje Petr Korál jako takřka válečný. Miro Šmajda, však patří do skupiny těch, kteří novináře berou jako nutnou součást svého života a příliš je neřeší, nicméně potvrzuje tvrzení Petra Korála, že velmi záleží na osobnosti novináře samotného.⁶³ Na otázku, jaký vztah má s novináři a jestli převažují spíše pozitivní, nebo negativní věci, tak odpovídá: „Moja skúsenosť je v podstate prirodzená. Médiá sa vyvinuli, hlavne bulvárne, do pozície darcov konzumnej potravy pre konzumentov, ktorí radi riešia cudzie životy, rozoberajú, nadávajú, kritizujú – hlavne v negatívnom zmysle slova, to ľudia dnes chcú, pretože ich to médiá naučili. Dnes máloktoré bulvárne médium o niekom napíše v zmysle vyzdvihnutia jeho pozitívnej vlastnosti, danosti, kvality jeho osobnosti, ale naopak, zaujíma ich, kto s kým spal, kto koho podrazil, kto koho podviedol, kto koho okradol, kto je gay... Teda ak človek prijme fakt, že je to všetko iba hra, a zmieri sa touto mediálnou perverznosťou, tak nerieši, či to je pozitívne alebo negatívne.“⁶⁴ Šmajda se v této odpovědi pozastavuje i nad tím, že konzumenti rádi čtou o problémech celebrit, čímž potvrzuje tvrzení Jana Šídy.

I spolupráci s bulvárem Šmajda vnímá jako běžnou součást své kariéry. Podle jeho slov je spoluprací už jen poskytnutí rozhovoru. „Je to predsa určitý pracovný

⁶²Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

⁶³Tamtéž

⁶⁴Tamtéž

*vzťah, ktorý je naprosto prirodzený. Mne ide vždy prioritne o to, aby sa písalo o muzike, pretože to je to, čo ma naplňa. A popri tom nemám problém odpovedať aj na mnoho iných otázok ohľadom mojej osoby. Ved' moja hudba ide predsa zo mňa, takže je to prepojené občas aj s nejakými nezmyslami, ktoré sa občas napíšu. A je to často takto divne nastavené.*⁶⁵

8.3 Vliv médií na život kontroverzní osobnosti pop music

Autor bakalářské práce se domnívá, že umělec, který se stane slavným a tím pádem i veřejně známým, musí počítat se ztrátou soukromí. To potvrzuje i Miro Šmajda, který se v rámci talentové soutěže stal slavným během několika málo měsíců. Na otázku, jak média ovlivňují jeho život, odpovídá: „*Můj život ovlivnili velmi výrazně. Niečo som stratil, niečo som získal. Poznajú ma milióny ľudí v ČR a SR. Prišiel som o súkromie, no naopak som získal možnosť robiť muziku na omnoho vyššej úrovni ako som ju robil v dobe, kým som nebol mediálne známy. Prestáhoval som sa do Prahy, kde som práve dokončil svoj 2. album.*“⁶⁶ S tlakem médií a s tím související ztrátou soukromí, se podle autora práce, mnozí kontroverzní umělci nedokáží vyrovnat a propadají závislosti na drogách, alkoholu, nebo na antidepresivech. Mezi takové umělce patří, nebo patřili Kurt Cobain, Amy Winehouse, Michael Jackson, nebo česká zpěvačka Iveta Bartošová.

O tématech, kterým by se média měla vyvarovat a o možných následcích hovoří Petr Korál: „*Bulvární novináři se na ně snaží vytáhnout něco, co umělec vůbec nechce, aby se zveřejňovalo. Jsou to většinou osobní věci, což může být nebezpečné, protože může dojít třeba i k ohrožení manželství.*“⁶⁷ Bulvár má v životě kontroverzního umělce velkou moc. Někteří bulvární novináři sledují nejen umělce samotného, ale třeba i jeho děti, ženu a rodiče.

To, že jsou zprávy ze soukromého života umělce pro bulvár důležité, závisí jak na publiku, tak i na době, ve které žijeme. „*Speciálně v současné době, kdy čtenost,*

⁶⁵Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

⁶⁶Tamtéž

⁶⁷Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

sledovanost a poslechovost neroste, ale spíše klesá, jsou takové osobnosti potřeba. Přiláká to člověka, který je trochu povrchní a jde po senzacích. Ten „normální“, kterého zajímá samotná tvorba, tohle nevyhledává. Ale to bohužel není obecně čtenářská, nebo divácká obec.“⁶⁸ Kontroverzní osobnost pop music tak bulváru slouží jako prostředek k uspokojení konzumentů. Miro Šmajda, ale bulvární články mířené proti němu neřeší. „Většinou skutečně moc nerieším, či píšu pozitivně alebo negativně. Beriem to pragmaticky, je to ich práca.“⁶⁹

Jak média ovlivňují život kontroverzních osobností pop music v zahraničí, odpovídá Jan Šída: „V Anglii je třeba bulvár mnohem, mnohem tvrdší. To si české celebrity ani neumí představit.“⁷⁰

8.4 Podíl médií na vzestupu a následném pádu kontroverzních osobností pop music

V teoretické části bakalářské práce autor popisuje „kontroverzí, jako základ úspěchu“. S tím souhlasí i Jan Šída, který tvrdí, že „každý slavný umělec musí být kontroverzní. Kdyby nebyl, bude si hudbu skládat doma ve sklepě. Bez kontroverze by jinak takové osoby seděli v bance a počítaly peníze.“⁷¹ Právě kontroverzní osobnosti média vyhledávají. Když je umělec kontroverzní, má větší šanci se prosadit a média z něj mohou uměle vytvořit celebrity, aniž by jeho umělecká vyzrálость byla nějak vysoká.⁷²

S tím však nesouhlasí Petr Korál, podle něhož není pro hudební průmysl kontroverze nějak příznačná a umělec tak nemusí být kontroverzní.⁷³ „Role médií v tom, aby se někdo stal hvězdou, trochu upadá. Je rozhodně nižší, než byla třeba před dvaceti lety. Média už v dnešní době uměle z někoho nevytvoří hvězdu, pokud to lidi samotné nezajímá. Jen to, že se o někom všude píše, až na některé výjimky, nestačí. Ale pokud

⁶⁸Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁶⁹Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

⁷⁰Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁷¹Tamtéž

⁷²Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁷³Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

už ten člověk v nějaké pozici je a publikum ho přijalo a bere ho za zásadní postavu hudebního showbusinessu, tak média jsou důležitá a dokáží o takového člověka udržet zájem, nebo respektive mohou pomoci tomu, aby se ten zájem udržel. Myslím si, že pokud se nějaké médium někoho rozhodne zlikvidovat, tak v podstatě nemá šanci.“⁷⁴

Korál tak uvádí, že lepším měřítkem popularity umělce, je jeho publikum. Také uvádí, že médium nemůže nikoho zlikvidovat, což ukazuje na příkladu české kapely Kabát, „o které se léta nepsalo nic pozitivního, a přesto mají obrovskou obec posluchačů a jsou jednou z největších kapel u nás. Bez přízně novinářů se tak úplně v pohodě obešli.“⁷⁵ Autor práce s jeho tvrzením nesouhlasí. Podle jeho názoru si část veřejnosti myslí, že za nynějším špatným stavem již zmiňované Ivety Bartošové stojí hlavně média, která ji likvidují.

⁷⁴Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁷⁵Tamtéž

9 KONTROVERZNÍ OSOBNOSTI POP MUSIC

Podle autora bakalářské práce v pop music existuje celá řada osobností, které hudbě přinesly něco nového a zajímavého. Většina takových osobností je zároveň i kontroverzní. „Každá doba má své nejkontroverznější osobnosti. Dříve to byl Jimmy Handrix, v dnešní době to bude Lady Gaga. V období mezi nimi to byl Michael Jackson, Kurt Cobain a Madonna.“⁷⁶ Petr Korál vidí jako jednoho z nejkontroverznějších umělců právě Michaela Jacksona. Podle jeho názoru je v České republice tím nejkontroverznějším umělcem Daniel Landa.⁷⁷

Michael Jackson

Michael Joseph Jackson se narodil 29. 8. 1958 v USA. Už jako dítě vystupoval v jedné z prvních chlapeckých kapel, Jackson 5. Na své účinkování v kapele ale nevzpomíná rád, protože byl pod přísným dohledem a drilem svého otce, který ho negativně poznamenal i do budoucna, což sám přiznal ve své biografii. Největší slávu a ohlas měla píseň Thriller ze stejnojmenného alba z roku 1983, po které se mu začalo říkat „král popu“. Jacksonovy další hity se jmenovaly Billie Jean, Bad, nebo Black or white. Kontroverzní byl už svým oblékáním – bílé rukavice s flitry, bílé ponožky a černý klobouk posazený hluboko do čela.⁷⁸ Nejkontroverznější a médií tolik propíraný byl ale zejména kvůli údajné pedofilii a plastickým operacím. „Michael Jackson byl hodně kontroverzní, ale nesouviselo to moc s jeho hudbou. Bylo to spíše těmi věcmi kolem. On byl prostě zvláštní, měl rád ty malé děti, což nemyslím nějak ve zlém. Nemyslím si, že by byl vyloženě pedofil. Jackson neustále dával najevo něco, o čem se dalo psát a co přesně zajímá bulvár. Začal si zesvětlovat kůži, měl již zmiňované problémy s dětmi, které třeba byly vymyšlené a někdo je uměle nafoukl, protože když se o tom mluví, tak je to důležité.“⁷⁹ Kontroverzní je i jeho smrt. Do dnes média spekulují o možných příčinách. Michael Jackson zemřel 25. 6. 2009.

⁷⁶Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁷⁷Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁷⁸HANDWERKER, M. *100 hvězd rock: portréty nejznámějších osobností historie populární hudby*. 2. vyd. Čestlice: Rebo, 2009. ISBN 978-80-255-0053-8.

⁷⁹Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

Jimi Hendrix

James Marshall Hendrix se narodil 27. 11. 1942 v USA. Nejlepší kytarista všech dob se proslavil jak svou dokonalou hrou a neustálou touhou po porozumění a uznání, tak i vášní k drogám. Jeho kytarový um byl tak dokonalý, že každý pokus o jeho napodobení vypadal jako karikatura. Mezi jeho nejslavnější hity patří písně jako Hey Joe, nebo Purple haze. Kontroverzní byl svým extravagantním oblékáním, tak svou show, ve které nejednou neváhal rozmlátit svou kytaru a její kousky naházet z pódia na diváky. Kolem roku 1969 ho začala přemáhat jeho závislost na drogách. V témže roce byl s heroinem přistižen na letišti v Torontu a 18.9. 1970, v pouhých 27 letech, umírá na udušení vlastními zvrátky.⁸⁰

Madonna

Madonna, občanským jménem Madonna Louise Ciccone, se narodila 16. 8. 1958 v USA a je považována za královnu popu. Mezinárodní průlom u Madonny nastal po nazpívání hitu Like a virgin z roku 1984. Už tehdy zaujala svými extravagantními módními kreacemi. Kritici Madonně dodnes vyčítají její zpěv, který pro ně nikdy nebyl nijak zajímavý a považují ho za nevýrazný. Kontroverzní je Madonna nejen díky svému oblékání, když si například neváhala vzít Gaultierův korzet se špičatou podprsenkou, ale i kvůli svému vystupování. Při jednom z jejích koncertů proti sobě popudila křesťanskou církev tím, že se nechala ukřižovat. Na předávání MTV Music Awards v roce 2003 zase zaprovokovala vášnivým polibkem s Britney Spears a Christinou Aguilero. Madonna však ve svých 54 letech stále patří mezi nejrespektovanější a nejuznávanější osobnosti pop music.⁸¹

⁸⁰HANDWERKER, M. *100 hvězd rock: portréty nejznámějších osobností historie populární hudby*. 2. vyd. Čestlice: Rebo, 2009. ISBN 978-80-255-0053-8.

⁸¹Tamtéž

Kurt Cobain

Kurt Cobain, zpěvák kapely Nirvana, která patří mezi nejvýznamnější představitele rockového stylu, byl génius a rebel zároveň. V roce 1991 přišla Nirvana s hitem Smells like teen spirit a vrátila rocku jeho pravou tvář. Všechny texty vymýšlel právě charismatický Cobain, který se stal mluvčím mládeže své doby. Z jeho výrazu při vystupování sršel vztek a vzdor. Dával tím najevo, že nebude ustupovat nejrůznějším konvencím. Většina vystoupení Nirvany končila Cobainovým rozmlácením kytary. Ve skrytu duše byl ale Cobain zranitelný a trpěl depresemi, které zaháněl alkoholem a drogami. K tomu se ještě nedokázal vyrovnat s nečekaným úspěchem Nirvany a obrovským tlakem ze strany médií. 5. 4. 1994 si Kurt Cobain bere poslední dávku heroinu a prostřelí si hlavu. Umírá v pouhých 27 letech.⁸²

Lady Gaga

Vlastním jménem Stefani Joanne Angelina Germanotta se narodila 28. března 1986 v USA. Již ve čtyřech letech se naučila improvizovat a skládat písně na klavír. V roce 2008 vydala své první album s hity jako Poker face, Paparazzi, nebo Just dance. Ihned po vydání se z ní stala mediální hvězda a tento status si drží do dnes. Lady Gaga je kontroverzní především svými výstředními kostýmy a obličejovými implantáty. Na svých koncertech se objevila v kostýmu, který byl celý z masa.⁸³

Daniel Landa

Zpěvák Daniel Landa patří mezi nejkontroverznější osobnosti české pop music. Na začátku devadesátých let založil kapelu Orlík, která svými nacionalistickými a rasistickými texty pobuřovala společnost. Píseň Bílá liga je dodnes oblíbená mezi ultrapravicovými extremisty. Po rozpadu Orlíku, Landa startuje sólovou kariéru. Nazpíval několik hitů, jako jsou Chcíplý dobrý víly, nebo Pozdrav z fronty. Diskuzi vyvolal i přezpíváním skladeb Karla Kryla v rámci řádu Ordo Lumen Templi, který na

⁸²HANDWERKER, M. *100 hvězd rock: portréty nejznámějších osobností historie populární hudby*. 2. vyd. Čestlice: Rebo, 2009. ISBN 978-80-255-0053-8.

⁸³Tamtéž

přelomu let 2007 a 2008 opustil. Na konci roku 2012 svým kontroverzním projevem na předávání cen Český Slavík, ukončil svou hudební kariéru. V projevu mimo jiné prohlásil, že se již nejmenuje Daniel Landa a začíná si říkat kouzelník Žito 44. Odborníci se tak začali ptát, jestli Daniel Landa nezačal trpět psychickými problémy, kterými by mohl být pro veřejnost nebezpečný.

9.1 Klub 27

Klub 27, někdy uváděný jako Forever 27 Club, je skupinou známých hudebníků, kteří neočekávaně zemřeli ve věku 27 let. V seznamu jsou i jména uváděna v bakalářské práci – Kurt Cobain, který spáchal sebevraždu, Jimi Hendrix, který se udusil vlastními zvratky a Amy Winehouse, u níž zatím není příčina smrti zcela známa, a média o ní stále spekulují. Oficiální stanovisko lékařů ale zní, že se otrávila alkoholem. Z dalších kontroverzních umělců jsou zde uvedeny jména jako Jim Morrison, který zemřel na selhání srdce, nebo Janis Joplin, která se předávkovala heroinem. Celý seznam čítá 29 jmen.

Nejvíce je v Klubu 27, jako příčina smrti uváděna závislost na drogách, alkoholu a práškách. Takto zemřelo 10 osobností pop music. Další 4 umělci zemřeli následkem autonehody. Totožný počet zemřelých spáchalo sebevraždu, nebo bylo zavražděno. U některých umělců dochází i na kuriózní příčiny smrti. Třeba Brian Jones, zakladatel a kytarista kapely The Rolling Stones se utopil ve vlastním bazénu. Luka Lukynnen, kytarista populární skupiny SaiPa, zase zemřel kvůli tomu, že následkem unavenosti spadl z pódia. Nebo zpěvák D. Boon, člen punkové skupiny Minutemen, zemřel při autonehodě, když ležel na korbě nákladáku. Les Harvey, kytarista skupiny Stone the Crows, byl zase usmrčen proudem z mikrofonu.⁸⁴

Na otázku, jestli svůj podíl za smrt umělců nesou média, odpovídá Petr Korál, že „to nesouvisí s médii. Je to náhoda. Umělci umírají mladší i starší.“⁸⁵ Jan Šída vidí smrt umělců jako daň za úspěch: „Všechny osobnosti spadající do tohoto klubu byly

⁸⁴COMFORT, D. *Rocková kniha mrtvých: sedm osudových cest k nesmrtelnosti*. 1. vyd. Brno: Jota, 2010. ISBN 978-80-7217-742-4.

⁸⁵Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

*velmi napřed, splnily, co měly a tím to pro ně skončilo. Je to daň za úspěch.*⁸⁶ Zároveň však dokáže vysvětlit, proč došlo k úmrtí právě ve věku 27 let a svou odpověď se tak liší od Petra Korála, který vše považuje za náhodu: „*Nemyslím si, že je to náhoda. Těch 27 let může být pro takové osobnosti kritický věk. Když jim je 18, tak jdou nahoru a těch zbylých 9 let může být tak akorát, pro ten jejich sebedestruktivní způsob života.*“⁸⁷ Sebedestruktivním způsobem života Šída myslí právě jejich závislost na nejrůznějších návykových látkách. To se však stále týká „jen“ deseti z nich.

V médiích dokonce kolují informace, že někteří hudebníci se do Klubu 27 chtěli dobrovolně přidat. I Kurt Cobain podle své biografie, svojí sestře přiznal, že se vždy chtěl stát členem tohoto klubu.⁸⁸ Podle autora bakalářské práce je Klub 27 jedno z nejdiskutabilnějších témat světa pop music.

⁸⁶Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁸⁷Tamtéž

⁸⁸CROSS, R. *Těžší než nebe: životopis Kurta Cobaina*. 1. vyd. Praha: Volvox Globator, 2003. ISBN 80-720-7495-4.

10 REALITA VERSUS MANIPULACE MEDIÁLNÍHO OBRAZU

Podle Petra Korála je míra reality a manipulace mediálního obrazu populární osobnosti, ovlivněna typem média, „Záleží na typu médií. Skutečně existují média seriózní, pak média, která si na seriózní pouze hrají, a samozřejmě i média, která se žádnou seriózností neohání a jsou čistým bulvárem. Ale kategorie dvě a tři, jsou samozřejmě špatně. Oni se snaží vytvářet vlastní realitu, nebo si realitu přizpůsobí, což je velmi nebezpečné. Tak jako jsem říkal, že umělec má obrovskou zodpovědnost vůči svým posluchačům, tak i novinář má obrovskou zodpovědnost vůči svým čtenářům.“⁸⁹ Podle Korála jsou v převaze spíše média neseriózního typu. Zastává názor, že celkově převažuje snaha mapovat skutečnost.⁹⁰ Jan Šída na stejnou otázku odpovídá tak, že jádro všech mediálních lží je většinou pravdivé. Každý by si tak měl informaci ověřovat z více zdrojů.⁹¹

Podle autora bakalářské práce, mnoho mediálních lží vyplývá z toho, že se médium potřebuje prodávat. Tím pádem musí svému publiku nabídnout přitažlivý obsah. Petr Korál má právě s tímto příkladem osobní zkušenost: „Já jsem byl tři týdny zaměstnancem Blesku. Odešel jsem naprosto zhnusen, protože se mi stalo, že jsem udělal článek, který byl slušný, ale tím pádem pro bulvár nezajímavý. Druhý den jsem přišel do práce a volá mi dotyčný umělec, který měl vztek, že jsem napsal něco, o čem jsme se vůbec nebavili. Otevřel jsem noviny a ve svém článku jsem dvě třetiny nepoznal, protože můj nadřízený to změnil a dal tam úplně něco jiného.“⁹² V takovém případě je možné tvrdit, že v médiích funguje autocenzura ze strany, editora, šéfredaktora, nebo vydavatele. Se stejným názorem se na základě svých zkušeností ztotožňuje i Miro Šmajda: „Aj keď novinár napíše niečo negatívnejšie, podlieha šéfredaktorovi, ktorý na ňho tlačí s nejakou hrozbou, aby to niečo zlé napísal, ten novinár zasa musí živiť rodinu, tak proste musí konať svoju prácu tak, ako to od neho žiada vedenie. Takže to chápem. Proste ak sa píše pozitívne, je to super, ak negatívne, tak sa z toho

⁸⁹Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁹⁰Tamtéž

⁹¹Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

⁹²Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

nezblázním.“⁹³ Z odpovědi Mira Šmajdy vyplývá, že převažuje spíše manipulativní složka. V rozhovoru se Miro Šmajda pozastavuje nad tím, že osobnost může být v zájmu médií z protekce: „*Slávny dnes môže byť takmer hocikto, kto má bohatého fotriku. A nevadí, že nemá žiaden talent a nevymakal si to.*“⁹⁴ Podle Šmajdy tím média své konzumenty manipulují. Ti totiž nemohou vědět, kdo a jakým způsobem se dostal do popředí mediálního zájmu.

Kontroverzní osobnosti pop music jsou kvůli svým provokacím vděčným nástrojem médií k tomu, aby se jim zvýšila čtenost. „*Pak jde samozřejmě o to, jestli jsou to věci pravdivé, nebo jsou to uměle vytvořené aféry, což bulvár samozřejmě dokáže. Nebudeme si dělat iluze, funguje to stejně v Čechách, tak i v zahraničí.*“⁹⁵ I do seriózního média se však v této době vinou bulvarizace dostává obsah, který seriózní není a novináře tak začíná více zajímat soukromý život kontroverzní osobnosti pop music, než její samotný přínos hudebnímu průmyslu. „*Nenápadně se z nich snaží vytáhnout něco trochu jiného. Když je to dělané s nějakým citem a s určitou mírou vkusu, tak proti tomu nic nemám, ale ta hranice je tam strašně tenká.*“⁹⁶

Podle autora bakalářské práce pro média platí, že čím je kontroverzní umělec populárnější, tím častěji se o něm musí psát. Média tak musí zjistit, jaká osobnost je konzumenty nejvyhledávanější. To potvrzuje Petr Korál: „*Úplně nejvíce musí fungovat nějaká novinářská intuice. Odhaduje se to třeba podle toho, jak daná osobnost zajímá lidi na koncertech, nebo jak prodává desky. Myslím si, že do určité míry se i média pozorují navzájem a když se zjistí, že se někdo začíná objevovat častěji, tak ho zbytek médií chce mít také. Je to takové automatické, až směšné, ale funguje to tak.*“⁹⁷

Internet, je podle Jana Šídy v současné době hlavním médiem. Autor bakalářské práce se domnívá, že ten je však považován za médium, kde záleží na atraktivitě a aktuálnosti. Zprávy se tak v mnoha případech ani neověřují a manipulace čtenářů je tak velmi častým jevem. „*Není pravda, že lidé nečtou. Není pravda, že mladí nečtou.*“

⁹³Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

⁹⁴Tamtéž

⁹⁵Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

⁹⁶Tamtéž

⁹⁷Tamtéž

*A není pravda, že média zaostávají. Tištěná ano, ale ty se také přesouvají na internet. Vždycky je nejdůležitější informace. Nezáleží na tom, jestli je na papíře, nebo je vyrytá na hliněné tabulce. Když už se budeme zaobírat tím, jak média lžou, tak lidé říkají, že lžou hlavně na internetu. To, však není pravda, protože lži jsou všude.*⁹⁸ Právě k internetu se upíná i velká spousta umělců, kteří se svými fanoušky komunikují osobně, přes sociální sítě, kde si zakládají oficiální profily.⁹⁹ Podle autora bakalářské práce se tak fanoušek dotyčné osobnosti může dozvědět vše, co osobnost prohlásí a nemusí se tak spoléhat na zprávy z médií. Vzhledem k tomu, že velká spousta umělců takové stránky provozuje sama, pravděpodobnost manipulace ze strany médií není buď žádná, nebo minimální.

⁹⁸Rozhovor s Janem Šídou, příloha C

⁹⁹Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

11 PUBLIKUM KONTROVERZNÍ OSOBNOSTI POP MUSIC

Podle autora bakalářské práce, každá osobnost, která se chová kontroverzně, musí cítit zodpovědnost za své publikum, které se může skládat z nevyspělých a nezralých jedinců. *„Zjednodušeně řečeno: kdo něco umí a má určité širší uznání, lehce se může stát vlivnou autoritou pro mladší populaci. Velký vliv rovněž v tomto období hraje roli fakt, že máme poměrně silnou potřebu si plnit dětské sny. A ty nám pop – autority zosobňují.“*¹⁰⁰ Často se tak stává, že lidé svůj vzor slepě napodobují a dochází tak k tomu, že se u nich nevyvíjí jejich autentická osobnost.¹⁰¹ Jako nejzranitelnější vidí právě publikum v pubertálním věku: *„Nepochybně v tom hraje roli životní období (puberta), pro které je mnohdy typické určité hledání, kladení otázek, ale také „přílnavost“ ke vzorům a autoritám.“*¹⁰² Petr Korál popisuje vliv kontroverzní osobnosti, na fanouška takto: *„Pokud je fanoušek dotyčného interpreta už trochu duševně vyspělý, tak by ho to příliš ovlivnit nemělo. Ale je pravda, že kontroverzní chování vždycky ovlivňovalo a ovlivňuje do dneška. Speciálně teenagery ve věku těsně postpubertálním, kteří ještě nejsou natolik vyzrálými osobnostmi a nemají to sobě zatím úplně srovnané. Umělec má v rukou obrovskou sílu, když má mladé publikum.“*¹⁰³ Tímto tvrzením potvrzuje názor Tomáše Morávka.

Podle autora bakalářské práce je důležité, aby umělec uměl pracovat s davem a nebezpečným situacím tak mohl předcházet. *„Musí si uvědomit, že spousta fanoušků jsou nezralí lidé, kteří takové chování neberou jako nadsázku a hru. Na druhou stranu ale umělec nesupluje rodinu. Rodiče by měli s dítětem pracovat a vysvětlit mu, že pokud je zpěvák pomazaný krví, tak jde pouze o napodobeninu.“*¹⁰⁴ S tímto názorem souhlasí i Petr Korál, který navíc dodává, že *„v podstatě to, co řekne, nebo udělá, pro ty lidi může hodně znamenat a mohou se podle toho chovat. Když je to něco hodně kontroverzního, tak se to umělci může vymknout z rukou a může způsobit něco, co třeba*

¹⁰⁰Rozhovor s Tomášem Morávkem, příloha C

¹⁰¹Tamtéž

¹⁰²Rozhovor s Tomášem Morávkem, příloha C

¹⁰³Rozhovor s Petrem Korálem

¹⁰⁴Rozhovor s Janem Šídou, příloha B

ani nechtěl.¹⁰⁵ I podle Tomáše Morávka je práce s davem a vědomí odpovědnosti umělce za své publikum, tím nejdůležitějším, ale zároveň dodává: „*Na nějaké hlubší vědomí odpovědnosti u zpěváka bych příliš nesázel.*“¹⁰⁶ Toto však vyvrací Miro Šmajda, který tvrdí, že si je své odpovědnosti za publikum vědom: „*Moja zodpovednosť spočíva v tom, aby som svoju muziku robil úprimne, aby som to bol ja, aby v nej nebolo nič negatívne, čo by mohlo niekomu ublížiť. Moje texty síce mnohí považujú za kontroverzné, novoromanticko-nihilistické, filozoficky provokačné, no robím to preto, že to tak cítim, chcem aby ľudia premýšľali nad tým, čo sa v tomto zvrhlom svete deje. Je to jedno z mojich poslani.*“¹⁰⁷ Zároveň dodává, že každý se musí sám rozhodnout, koho bude poslouchat a aby si vzal jen to, co ho bude pozitivně ovlivňovat.¹⁰⁸ Podle autora bakalářské práce, ale fanoušci někdy nedokáží rozpoznat, co je pozitivní a co negativní. Někteří třeba zkoušejí napodobovat životní styl svého vzoru. Berou drogy, stávají se závislými a v nejhorších případech umírají.

¹⁰⁵Rozhovor s Petrem Korálem, příloha A

¹⁰⁶Rozhovor s Tomášem Morávkem, příloha C

¹⁰⁷Rozhovor s Miro Šmajdou, příloha D

¹⁰⁸Tamtéž

ZÁVĚR

Autor se ve své práci pokouší zjistit, do jaké míry média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o manipulaci mediálního obrazu. V odpovědi na tuto otázku vidí i hlavní přínos celé bakalářské práce.

Už jen často problematický vztah novináře ke kontroverzní osobnosti pop music a s tím související riziko, že se ve svých zprávách nevyvarová subjektivních názorů a sympatií značí, že se dopouští manipulace a ke čtenáři se tak dostává zkreslená informace.

Sami kontroverzní osobnosti si uvědomují, že média mají obrovskou moc a vliv na jejich život a kariéru. Vzájemná, někdy i smluvně vázaná spolupráce, tak není ničím výjimečná a profitují z ní obě strany. Média kontroverzní osobnosti potřebují, aby měla o čem psát a hlavně aby zaujala své konzumenty. Právě takový umělec bývá pro čtenáře největším lákadlem, protože se od něho dá čekat nějaká provokativní a z řady vybočující kontroverze. Sami osobnosti zase potřebují média k tomu, aby se skrze ně dostaly do povědomí veřejnosti. Bez médií by tak, až na některé výjimky, ani ony nemohly fungovat, což platí zvláště v případech, kdy toho po hudební stránce tolik nenabízí. I zde tak dochází k manipulaci mediálního obrazu. Médium totiž raději upřednostní osobnosti, které s ním spolupracují. To vše na úkor jiných, třeba i zajímavějších, nicméně žádnou dohodou nevázaných umělců. To vše má vliv i na umělcovu kariéru a na samotnou kupní sílu. Autor práce se domnívá, že v budoucnu může osobností spolupracujících s bulvárem přibývat. Konzumenti totiž často upřednostní osobnost, která má větší mediální publicitu, než tu, o které se tolik nepíše.

Patrný je i negativní vliv médií na umělcovo soukromí. Ten se velmi často potýká s neodbytnými bulvárními novináři, kteří se na něho pokouší získat kompromitující materiály. I s těmi je však posléze velmi často manipulováno. Ke konzumentovi se tak dostává obsah, který je samotným redaktorem, editorem, šéfredaktorem, nebo i vydavatelem „zatraktivněn“. V očích čtenáře je tak kontroverzní

osobnost vykreslována mnohem negativněji, než tomu ve skutečnosti je, což může mít vliv i na její soukromý život.

Snaha o mapování skutečnosti by měla převládat zvláště v médiích seriózního typu. Zde však hraje velký význam bulvarizace, která má za následek, že i ta se postupně mění na média s bulvárnější tematikou. V současné době jsou bulvární média nad těmi seriózními v převaze. Tím pádem tak převládá i mediální mystifikace nad snahou mapovat realitu.

Své publikum však svou kontroverzností často manipulují i samotné osobnosti. Ty se totiž v některých případech kontroverzními teprve stávají, byť to nikdy sami nepřiznají. Činí tak právě kvůli mediální publicitě. Pokud však umělec produkuje kvalitní materiál, publikum si ho najde.

Osobnosti svým kontroverzním chováním ovlivňují velkou část, obzvláště mladistvých fanoušků. Právě oni totiž ve svém idolu spatřují symbol popularity a uznání. Sami osobnosti si svou odpovědnost v mnoha případech neuvědomují. Týká se to především těch, kteří na veřejnosti vystupují pod vlivem návykových látek. Fanoušek pak svůj vzor často napodobuje.

Autor bakalářské práce je toho názoru, že manipulace mediálního obrazu převyšuje snahu o mapování skutečnosti. Svůj názor obhajuje na základě výše uvedených zjištění. Zároveň se domnívá, že následkem bulvarizace bude manipulace nad realitou v budoucnu převažovat ještě více, než je tomu v současné době.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4730-288.

COMFORT, D. *Rocková kniha mrtvých: sedm osudových cest k nesmrtelnosti*. 1. vyd. Brno: Jota, 2010. ISBN 978-80-7217-742-4.

CROSS, R. *Těžší než nebe: životopis Kurta Cobaina*. 1. vyd. Praha: Volvox Globator, 2003. ISBN 80-720-7495-4.

HANDWERKER, M. *100 hvězd rock: portréty nejznámějších osobností historie populární hudby*. 2. vyd. Čestlice: Rebo, 2009. ISBN 978-80-255-0053-8.

HVÍŽDALA, K. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vyd. Praha: Máj, 2003. ISBN 80-865-6970-5.

JIRÁK, J., B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-807-3674-663.

MCQAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-717-8714-0.

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-807-4520-020.

OSVALDOVÁ, B., A. LÁBOVÁ. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0248-2.

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8926-7.

ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

Seznam použitých internetových zdrojů

GLAS, M. *Vzpomínky Martina Glase*. [online]. © 1996-2013 [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/vzpominky-pametniku/martin-glas/pocatky-zpravodajstvi/>

JACYSZYN, V. *Od Nipkowa k druhé světové válce, aneb počátky televize*. [online]. © 2012 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: http://tele.tym.cz/zajimavosti/pocatky_tv/pocatky_tv.htm

JAMZONE. *Zpěváci a jejich image*. [online]. © 2010 [cit. 2012–12–10]. Dostupné z: <http://jamzone.blog.cz/1007/frontmani-a-jejich-styly>

MICHAEL JACKSON FOREVER. *Problematika médií*. [online]. © 2011 [cit. 2012–12–28]. Dostupné z: <http://www.michaeljacksonforever.cz/problematika-medii->

POVOLNÝ, D. *Bulvarizace médií je už příliš daleko*. [online]. © 2005-2013 [cit. 2012–10–24]. Dostupné z: <http://www.online.muni.cz/udalosti/1567-trampota-bulvarizace-medii-je-uz-prilis-daleko>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ. *Etický kodex novináře*. [online]. © 2008 [cit. 2012–11–04]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

ŠNAJDROVÁ, L. *Na pravou míru*. [online]. © 2000-2012 [cit. 2012–12–28]. Dostupné z: <http://www.tribune.cz/clanek/19212-na-pravou-miru>.

ŠVEC, P. *Média bulvární a média seriózní*. [online]. [cit. 2013–01–14]. Dostupné z: http://cz.altermedia.info/uvahy-a-komentare/mdia-bulvrn-a-mdia-serizn_490.html

Seznam ostatních zdrojů

NOVÁK, O. *Historie masové komunikace*. SMK – Sociální a masová komunikace, VŠ JAK: 2006.

Zákon č. 40/209 Sb. ze dne 8. ledna 2009, Trestní zákoník. § 184 *Pomluva*. Dostupné také z: <http://trestnizakonik.cz/trestni-zakonik-textova-verze.txt>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Rozhovor s Petrem Korálem.....	I
Příloha B – Rozhovor s Janem Šídou.....	X
Příloha C – Rozhovor s Tomášem Morávkem.....	XIII
Příloha D – Rozhovor s Miro Šmajdou.....	XV

PŘÍLOHA A

Rozhovor s Petrem Korálem

(4. února 2013, osobně)

Petr Korál, hudební publicista, editor časopisu Rock and Pop, redaktor časopisů Muzikus a Spike, autor, či spoluautor publikací jako Ohlasy písní českých, nebo Vzpomínky plíživé aneb Jasná zpráva o Olympicu. Korál je častým hostem v pořadech České televize a působí, nebo působil i v dalších médiích, jako je Rádio Beat a Rádio 1. V roce 2011 se stal vítězem ankety hudebních publicistů, Osobnost scény.

Co zpěváky, zpěvačky, nebo i celé kapely vede ke kontroverznímu chování? Jde o jejich touhu vyjádřit tak svůj názor, nebo se především snaží o získání pozornosti médií?

To je strašně individuální. Někdo má sám v sobě kus určitého exhibicionismu, touhu provokovat a je to v podstatě jeho přirozenost. Čím se zvyšuje jeho postavení v popularitě na hudební scéně, tím třeba má tu potřebu větší. Někomu jinému poradí okolí, že by bylo vhodné v zájmu toho, aby se o něm, nebo o skupině kde působí, více mluvilo, něco někde říci, nebo něco takzvaně kontroverzního provést. Někdy je to zase v podstatě nechtěné. Někdo se třeba na nějaké akci, nebo po koncertě opije, a pak se chová trochu jinak, než by chtěl. Nedá se to nějak zobecnit. Nemyslím si, že by pro českou populární hudbu, nebo vůbec pro populární hudbu v celosvětovém kontextu, byla úplně příznačná nějaká kontroverze. Myslím si, že to tak není a že někdy je to trochu umělé, že k tomu přispívá bulvár a třeba i jiná média.

Jaká kontroverze je současné době u hudebníků nejčastější? Je to například styl oblékání, nebo provokativní texty?

Myslím si, že kontroverze se týká hlavně mladších interpretů. Lidé, kterým je 40 a více, už ji nějak nevyhledávají. Samozřejmě až na výjimky typu Daniel Landa. Základem kontroverze je, se nějak vymezit vůči někomu jinému. Dát najevo, že „my jsme lepší, novější, nebo zajímavější“. Kontroverze může spočívat i v tom úplně nejjednodušším. Interpret začne házet špínu na nějaké konkurenční záležitosti. To je strašně jednoduché, ale zároveň účinné, protože tím pádem se to ten „napadený“ dozví, začne se bránit a vzniká mediální kauza.

Musí být hudebník kontroverzní k tomu, aby byl slavný?

Ne. V dobách komunismu ani nebylo možné nějakou kontroverzi dělat. Přesto tu byly hvězdy různé kvality, což asi není potřeba rozebírat. Někdo zaslouženě, někdo byl tlačěn režimem a tak dále. Šlo to i bez té kontroverze. I když třeba celá sláva Pražského výběru a kapel podobného ražení, kterým se říkalo „nová vlna“, spočívala v tom, že začali používat provokativní kostýmy, které do té doby nebyvaly zvykem a k tomu měly i docela odvážné texty. Ano, to byla velká kontroverze a samozřejmě to lidi lákalo. Zvláště když byla kapela ze strany tehdejších úřadů zakázána.

Můžete jmenovat tu úplně nejkontroverznější osobnost? Byl jí Michael Jackson?

Michael Jackson byl hodně kontroverzní, ale nesouviselo to moc s jeho hudbou. Bylo to spíše těmi věcmi kolem. On byl prostě zvláštní, měl rád ty malé děti, což nemyslím nějak ve zlém. Nemyslím si, že by byl vyloženě pedofil. Jackson neustále dával najevo něco, o čem se dalo psát a co přesně zajímá bulvár. Začal si zesvětlovat kůži, měl již zmiňované problémy s dětmi, které třeba byly vymyšlené a někdo je uměle nafoukl, protože když se o tom mluví, tak je to důležité. Nemyslím si, že by byl úplně nejkontroverznější, ale musel bych hodně přemýšlet, kdo byl ještě více. U nás to bude Daniel Landa.

Jak média nahlíží, na takové hvězdy, jakými jsou, nebo byli například Kurt Cobain, Amy Winehouse, Michael Jackson, Lady Gaga, Daniel Landa, nebo Richard Muller?

Každý novinář má svůj subjektivní názor a ještě je nutné oddělit pohled novináře, který se tím zabývá z hlediska uměleckého, nebo jestli jde o novináře bulvárního typu. Toho pochopitelně zajímá něco úplně jiného. Tím pádem si nemyslím, že by se dalo obecně říci, že všechna média na někoho nahlíží jedním pohledem. Speciálně třeba u Daniela Landy, je to mezi novináři půl na půl. Jsou publicisti, kteří ho téměř bytostně nesnáší a publicisti, kteří ho mají rádi, kterým to přijde zajímavé a tvrdí, že to k tomu patří. Pak je několik málo dalších, kteří jsou mimo obě kategorie a tam patřím třeba i já. Těm je to v podstatě jedno. Mě jejich kontroverzní chování nezajímá.

Proč jsou tyto osobnosti pro média zajímavé, má na tom hlavní zásluhu především jejich kontroverzní chování, nebo i jejich neoddiskutovatelný přínos celému hudebnímu průmyslu?

Opět záleží na konkrétním umělci, protože pokud se budeme bavit o kvalitě a přínosnosti jeho hudebního počínání, tak někdo, vzdor tomu, že je kontroverzní a pronáší nějaké provokativní výroky a dějí se kolem něj provokativní věci, tak tím nezastírá, že v hudbě rozhodně má co nabídnout. U něj může být velká spousta věcí, které stojí za pozornost a on to svým chováním více zviditelňuje. Jsou tu však i ostatní provokativní a kontroverzní umělci, kteří toho z mého pohledu, zase tak moc k nabídnutí nemají. Myslím si, že pro novináře by mělo být prvořadé, co ten člověk nabízí ve své hudbě, v textech, v celkovém názoru. To, co je kolem toho, by nemělo být až tak důležité. Nicméně je to důležité, když novinář chce o osobnosti udělat článek, který by byl zajímavý.

Média tedy ke kontroverznímu chování osobnosti přihlíží i z toho důvodu, aby se zvýšila celková čtenost článku?

Sto procentně to tak funguje. Pak jde samozřejmě o to, jestli jsou to věci pravdivé, nebo jsou to uměle vytvořené aféry, což bulvár samozřejmě dokáže. Nebudeme si dělat iluze, funguje to stejně v Čechách, tak i v zahraničí.

Hrají média zásadní roli při jejich vzestupu a pádu? Jak moc ovlivnila jejich životy?

Role médií v tom, aby se někdo stal hvězdou, trochu upadá. Je rozhodně nižší, než byla třeba před dvaceti lety. Média už v dnešní době uměle z někoho nevytvoří hvězdu, pokud to lidi samotné nezajímá. Jen to, že se o někom všude píše, až na některé výjimky, nestačí. Ale pokud už ten člověk v nějaké pozici je a publikum ho přijalo a bere ho za zásadní postavu hudebního showbusinessu, tak média jsou důležitá a dokáží o takového člověka udržet zájem, nebo respektive mohou pomoci tomu, aby se ten zájem udržel. Myslím si, že pokud se nějaké médium někoho rozhodne zlikvidovat, tak v podstatě nemá šanci. Může o něm psát špatně, ale pokud lidi tvorba dotyčného umělce zajímá, tak si ho nenechají znechutit. Příkladem je kapela Kabát, o které se léta nepsalo nic pozitivního, a přesto mají obrovskou obec posluchačů a jsou jednou z největších kapel u nás. Bez přízně novinářů se tak úplně v pohodě obešli.

Velkým tématem médií je Klub 27. Je náhoda, že tolik muzikantů zemřelo právě ve věku 27 let? Nesou svůj díl odpovědnosti za smrt těchto zpěváků i média?

Já si myslím, že to nesouvisí s médii. Je to náhoda. Umělci umírají mladší i starší.

Takže si myslíte, že média z toho pouze uměle vytváří kauzu?

Ano, protože to je opět téma a média mohou tvrdit, že to není náhoda. Mezi jednotlivými úmrtími se snaží najít nějakou návaznost, ale ta neexistuje.

Jak chování kontroverzních osobností ovlivňuje fanoušky a vůbec celou společnost?

To je strašně sporná otázka. Pokud je fanoušek dotyčného interpreta už trochu duševně vyspělý, tak by ho to příliš ovlivnit nemělo. Ale je pravda, že kontroverzní chování vždycky ovlivňovalo a ovlivňuje do dneška. Speciálně teenagery ve věku těsně postpubertálním, kteří ještě nejsou natolik vyzrálými osobnostmi a nemají to sobě zatím úplně srovnané. Umělec má v rukou obrovskou sílu, když má mladé publikum. Toho by si měl být vědom a v podstatě to, co řekne, nebo udělá, pro ty lidi může hodně znamenat a mohou se podle toho chovat. Když je to něco hodně kontroverzního, tak se to umělci může vymknout z rukou a může způsobit něco, co třeba ani nechtěl.

Když se řekne kontroverzní osobnost pop music, tak hlavně slovo „kontroverzní“ naznačuje, že jejich vztah s médii nemůže být úplně ideální, je to tak?

Většinou není ideální. Málokdy se stane, že by takové osobnosti měli úplně bezproblémový vztah přinejmenším s hudebními publicisty. Ale to platí i obecně, protože s bulvárními novináři většinou také nemají ideální vztah. Bulvární novináři se na ně snaží vytáhnout něco, co umělec vůbec nechce, aby se zveřejňovalo. Jsou to většinou osobní věci, což může být nebezpečné, protože může dojít třeba i k ohrožení manželství. V horším případě může být vztah mezi umělcem a novinářem takřka válečný. Ale myslím si, že za to mohou obě strany.

Potřebují ke svému úspěchu více média kontroverzní osobnosti pop music, nebo je tomu naopak?

Média, kontroverzní osobnosti potřebují. Speciálně v současné době, kdy čtenost, sledovanost a poslechovost neroste, ale spíše klesá, jsou takové osobnosti potřeba. Přiláká to člověka, který je trochu povrchní a jde po senzacích. Ten „normální“, kterého zajímá samotná tvorba, tohle nevyhledává. Ale to bohužel není obecně čtenářská, nebo divácká obec. I kontroverzní osobnosti samozřejmě vědí, že média potřebují. Na média hodně spoléhají ti, kteří umělecky nenabízí tolik, ale ne vždy jim to pomůže.

Existuje mezi médiem a osobností dohoda? Jak častým jevem je, jejich spolupracuje s bulvárem, jako je tomu například u Ivety Bartošové?

Dobrá otázka. Dlouho jsem si myslel, že žádná dohoda mezi umělcem a médiem neexistuje. Po mnoha letech, co dělám svojí práci, jsem však zjistil, že to není až tak výjimečné. Někdy takové dohody a smlouvy s bulvárem, někteří umělci mají. Není to úplně rozšířená praxe, ale vím sice ne o zpěvákovi, ale o velmi slavném herci, který má exkluzivní smlouvu s Bleskem, že když kolem něho bude něco nového, tak jim sám zavolá, aby to měli první, a oni mu za to dají peníze.

Jak zjišťujete to, jaká osobnost u čtenářů vyvolá největší zájem?

Úplně nejvíce musí fungovat nějaká novinářská intuice. Odhaduje se to třeba podle toho, jak daná osobnost zajímá lidi na koncertech, nebo jak prodává desky. Myslím si, že do určité míry se i média pozorují navzájem a když se zjistí, že se někdo začíná objevovat častěji, tak ho zbytek médií chce mít také. Je to takové automatické, až směšné, ale funguje to tak.

Přístupují novináři ke všem osobnostem hudebního průmyslu stejně, nebo si k některé osobnosti dovolí více?

Určitě druhá možnost, protože jednak tam funguje to, co v běžném životě, že je někdo někomu více sympatický, někdo méně a někoho člověk takzvaně nedává. Každý je jenom člověk. Byť špičkový novinář by měl dát osobní sympatie a antipatie stranou. Projevuje se to třeba v tom, že o někom novinář udělá článek raději a o někom ho udělá s nechutí, nebo se tomu raději vyhne. K někomu si novináři opravdu dovolí více i z toho důvodu, že tu osobnost znají a vědí, že je vůči médiím malinko flegmatik a že se nerozčiluje, když o něm napíše něco ošklivého, nebo třeba i nepravdivého. Někteří umělci jsou však velmi hákliví a jsou schopni ztropit šílenou scénu a dokonce jsou i tací, kteří si novináře najdou a v extrémních případech ho i inzultují.

Do jaké míry vůbec média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o pouhou manipulaci mediálního obrazu?

Záleží na typu médií. Skutečně existují média seriózní, pak média, která si na seriózní pouze hrají, a samozřejmě i média, která se žádnou seriózností neohání a jsou čistým bulvárem. Ale kategorie dvě a tři, jsou samozřejmě špatně. Oni se snaží vytvářet vlastní realitu, nebo si realitu přizpůsobí, což je velmi nebezpečné. Tak jako jsem říkal, že umělec má obrovskou zodpovědnost vůči svým posluchačům, tak i novinář má obrovskou zodpovědnost vůči svým čtenářům.

Když vezmeme všechna média dohromady, tak to celkově vyznívá spíše tak, že je obraz manipulovaný, nebo jde médiím stále více o to, podávat pravdivé informace?

Možná jsem idealista, ale pořád věřím tomu, že převládá snaha mapovat skutečnost.

Jak na takové celebrity nahlíží bulvár a jak naopak seriózní médium? Seriózní médium by se přeci nemělo zabývat jejich osobním životem. Myslíte si, že bulvarizace médií došla až příliš daleko?

Já si myslím, že bulvarizace už překročila hranice slušnosti a dobrého vkusu. Bulvár by měl být především zábava. Nemyslím si, že bulvarizace nějak extrémně pokročila v poslední době, ale že je tady už dlouho. Řekl bych, že nejvíce jí ovlivnila televize Nova, která ať chce, nebo ne, posunula celkové vnímání celebrit.

Myslíte si tedy, že seriózní médium stále více zajímá samotná hudební stránka umělců, než jejich soukromý život?

Jak kdy, protože jsou osobnosti, na kterých média nehledají nic bulvárního, ne proto, že by byly nějak slušní a nekonfliktní, ale ono to k nim ani nějak nesedí. Jsou to vážení umělci a asi by to ani nikoho nezajímalo. Přesto i média, které mají v titulu seriózní, se s nimi snaží dělat rozhovory, které nejsou o muzice, ale o jejich životě. Nenápadně

se z nich snaží vytáhnout něco trochu jiného. Když je to dělané s nějakým citem a s určitou mírou vkusu, tak proti tomu nic nemám, ale ta hranice je tam strašně tenká.

Existuje vůbec nějaká hranice, kam až může novinář ve vztahu ke kontroverzním osobnostem dojít?

Měla by být. Každý novinář by ji měl mít v sobě a měl by mít vyvinutou novinářskou etiku. Ta se nedá nějak blíže definovat, je to pocitová záležitost a každý to může mít trochu jinak. Já sám jsem v tomto opatrný a myslím si, že je spousta témat, která na papír nepatří. Jiný novinář, který může být i ze seriózního média, to může mít trochu posunutě a může mít pocit, že by tam taková témata mohla být.

Jakou hranici tedy novinář nesmí překročit?

Novinář by tím, jak formuluje článek, neměl osobnost tlačit do intimních otázek a vést tak manipulativně rozhovor. Neměl by ji dostat do situace, ve které by ohrožoval její soukromý život a funkčnost rodinných vztahů, nebo kdy ohrožuje její bezpečnost. Bulvár zapříčinil rozpad několika manželství, protože šťoural tam, kam by se šťourat nemělo.

Myslíte si, že ještě stále existuje novinářská etika?

Teoreticky ano. Dokonce se snad pořád vyučuje na vysokých školách. Ale nakolik se tím novináři řídí, to je otázka...

O bulvárních novinářích se traduje, že jsou to lidé bez svědomí, souhlasíte?

Platí to zčásti. Některé z nich jsem poznal a pro ně platí, že vůbec nedomýšlí, že člověku, o kterém píše, mohou velmi ublížit a znepríjemnit mu život i na několik let dopředu. A je jim to jedno. Pak je druhá kategorie bulvárních novinářů, kteří to dělají jako svou práci a v podstatě je to až tak moc nebaví a snaží se to dělat tak, aby na osobnost našli něco kontroverzního, ale zároveň se snaží být slušní. Ovšem dodávám

k tomu to, co jsem zažil i já. Já jsem byl tři týdny zaměstnancem Blesku. Odešel jsem naprosto zhnusen, protože se mi stalo, že jsem udělal článek, který byl slušný, ale tím pádem pro bulvár nezajímavý. Druhý den jsem přišel do práce a volá mi dotyčný umělec, který měl vztek, že jsem napsal něco, o čem jsme se vůbec nebavili. Otevřel jsem noviny a ve svém článku jsem dvě třetiny nepoznal, protože můj nadřízený to změnil a dal tam úplně něco jiného. To byl důvod, proč jsem odešel.

Dá se tedy stále ještě v současnosti mluvit o nějaké novinářské cenzuře?

Spíše autocenzuře. Nemusí být nutně ze strany autora, i když i to funguje. Je to spíše ze strany nadřízeného, vedoucího, editora, nebo přímo od šéfredaktora.

PŘÍLOHA B

Rozhovor s Janem Šídou

(5. února 2013, osobně)

Jan Šída je redaktor a fotograf časopisů Rock and Pop a Muzikus.cz. Šída patří mezi dlouholeté špičky obou zmiňovaných časopisů. Jako redaktor napsal stovky recenzí a reportáží z koncertů.

Musí být umělec kontroverzní k tomu, aby byl slavný?

Každý slavný umělec musí být kontroverzní. Kdyby nebyl, bude si hudbu skládat doma ve sklepě. Kontroverze je vnitřní napětí, které umělce nutí, se vyjádřit. Když umělec nebude kontroverzní, nikam se nedostane. Tu vnitřní kontroverzi, nebo nějaké trauma, vyjadřuje právě ve své tvorbě. Takoví byli Kurt Cobain, Amy Winehouse, nebo i Michael Jackson. První dva jmenovaní to popohnali ještě tím, že pili Absinth a kouřili hašiš. Kontroverze je základem umění, které bez ní nebude fungovat, protože právě ta je nutí, nahlížet na svět z jiných úhlů a přesně o tom umění je. Bez kontroverze by jinak takové osoby seděli v bance a počítaly peníze. Umělec může být slavný i pouze kvůli své kontroverzi.

Kdo byl tedy podle vás úplně nejkontroverznější?

Každá doba má své nejkontroverznější osobnosti. Dříve to byl Jimi Hendrix, v dnešní době to bude Lady Gaga. V období mezi nimi to byl Michael Jackson, Kurt Cobain a Madonna, která už je teď spíše taková tetka, ze které mají mladí legraci.

Již jste zmínil jméno Amy Winehouse, která zemřela ve 27 letech a zařadila se tak mezi další osobnosti pop music, které zemřeli právě v tomto věku a spadá tak do klubu 27. Co si o něm myslíte? Právě klub 27 je pro média velké téma.

Má odpověď je jednoduchá. Koho bohové milují, umírá mladý. Všechny osobnosti spadající do tohoto klubu byly velmi napřed, splnily, co měly a tím to pro ně skončilo. Je to daň za úspěch.

Jde tedy podle vás spíše o náhodu, že jich tolik zemřelo ve stejném věku?

Nemyslím si, že je to náhoda. Těch 27 let může být pro takové osobnosti kritický věk. Když jim je 18, tak jdou nahoru a těch zbylých 9 let může být tak akorát, pro ten jejich sebedestruktivní způsob života.

Do jaké míry podle vás média zaznamenávají realitu a do jaké míry jde o manipulaci mediálního obrazu?

Jádro většiny mediálních lží, je většinou pravdivé a média si to tím obhajují. Dnes mají obrovský význam a tím hlavním je internet. Není pravda, že lidé nečtou. Není pravda, že mladí nečtou. A není pravda, že média zaostávají. Tištěná ano, ale ty se také přesouvají na internet. Vždycky je nejdůležitější informace. Nezáleží na tom, jestli je na papíře, nebo je vyrytá na hliněné tabulce. Když už se budeme zaobírat tím, jak média lžou, tak lidé říkají, že lžou hlavně na internetu. To, však není pravda, protože lži jsou všude. Když jste například v knihovně, tak je tam naleznete také. Vše si musíte ověřovat z několika zdrojů a je úplně jedno, jestli je to kniha, nebo internet.

Zdá se vám normální, že osobnosti více, či méně často, spolupracují s bulvárem?

Zdá. Klasická postava je Marilyn Manson. On není blázen, nebo deviant, on je bývalý novinář a ví, jak se má prodat. Lidi po skandálech osobností jdou a až to pro ně přestane být zajímavé, tak to osobnosti nebudou dělat. Když se osobnost dohodne na spolupráci s bulvárem, tak ten o nich dokáže vymyslet legendy, které lidé čtou. Bulvár je hra, nadsázka, a když se mu některá z hvězd brání, tak je podle mě infantilní.

Existuje ještě vůbec seriózní médium, které by více zajímala samotná stránka umělcovi hudební tvorby, než jeho soukromý život?

Jeden mediální analytik řekl, že jediné, co u nás funguje skvěle, je bulvár. A právě s tím souvisí má odpověď na vaši otázku. Je totiž chybou, že zde opravdu neexistují seriózní noviny, které by se bulvárním zprávám vyvarovaly. Není tu pak žádná protiváha. V Anglii je třeba bulvár mnohem, mnohem tvrdší. To si české celebrity ani neumí představit.

Může kontroverzní chování celebrity ovlivnit jedince, nebo i třeba celou společnost?

Může a to jak pozitivně, tak negativně. Umělec musí umět zacházet s davem. Musí si uvědomit, že spousta fanoušků jsou nezralí lidé, kteří takové chování neberou jako nadsázku a hru. Na druhou stranu ale umělec nesupluje rodinu. Rodiče by měli s dítětem pracovat a vysvětlit mu, že pokud je zpěvák pomazaný krví, tak jde pouze o napodobeninu.

PŘÍLOHA C

Rozhovor s Tomášem Morávkem

(15. února 2013, email)

Tomáš Morávek je vystudovaný klinický psycholog na Filozofické Fakultě UK v Praze. Ve své psychologické praxi se zaměřuje na řešení osobních a pracovních problémů a témat souvisejících s osobním rozvojem. Zkušenosti má s výukou prevence sociálně patologických jevů na základních školách.

Můžete pojmenovat hlavní rizika, která jedinci hrozí, když je jeho idolem kontroverzní osobnost, která provokuje svými názory, stylem oblékání, nebo užíváním drog?

U osobnostně nezralých jedinců vidím hlavní riziko ve slepém kopírování chování a názorů jejich „vyvolené autority“. Nerozvíjí se tím jejich autentická osobnost.

Většina lidí, která se svým hudebním idolem nechá ovlivnit, je v pubertálním, nebo postpubertálním věku. Jsou lidé v této věkové kategorii „nejzranitelnější“? Proč tomu tak je?

Nepochybně v tom hraje roli životní období (puberta), pro které je mnohdy typické určité hledání, kladení otázek, ale také „přilnavost“ ke vzorům a autoritám. Zjednodušeně řečeno: kdo něco umí a má určité širší uznání, lehce se může stát vlivnou autoritou pro mladší populaci. Velký vliv rovněž v tomto období hraje roli fakt, že máme poměrně silnou potřebu si plnit dětské sny. A ty nám pop – autority zosobňují.

Co v případě, že je nezralý jedinec příliš ovlivněn svým kontroverzním idolem, zможou jeho rodiče? Není již pozdě na nějaké vysvětlování, že to, co vidí u svého idola, není správné?

Není-li v rodině závažnější výchovný problém, patrně vliv takových idolů bude zřejmě menší či krátkodobý. V opačném případě se zamýšlejme nad stylem výchovy a vytvářením otevřeného rodinného prostředí s blízkými vzájemnými vztahy.

Dokáže kontroverzní osobnost sama o sobě změnit celkový životní postoj jedince?

Asi nikoli, k tomu dochází spíše v prostředí sekt a podobných skupin.

Může taková osobnost přispívat k jednoduššímu začleňování jedince do společnosti, nebo je tomu spíše naopak? Sociální skupiny, jako punkery, nebo emo, společnost přeci stále příliš nepřijímá.

Myslím, že to nemá na sebe vzájemný vliv.

Jak moc je důležité, aby osobnost uměla pracovat s davem? Myslíte, že si jsou vědomi odpovědnosti, kterou za své publikum bezesporu mají?

Zvláště u zpěváků je to určitě důležité. Na nějaké hlubší vědomí odpovědnosti u zpěváka bych příliš nesázel.

Proč se vlastně osobnost stane nějakým způsobem kontroverzní? Může za to její povaha, nebo pouze touha, se nějakým způsobem lišit, nebo zviditelnit?

Jedná se o širší otázku. Většina pop – autorit je „závislá“ na zájmu médií. Mít článek v bulvárním tisku znamená větší možnost získat nějakou zakázku. Z pohledu „hvězdy“ je potřeba s médii umět pracovat, např. být jiný a něčím se zviditelnit. Pokud se ale trvalý a intenzivní zájem novinářů „potká“ s nezralou nebo nějak narušenou osobností, tak tento nápor nemusí zvládnout.

PŘÍLOHA D

Rozhovor s Miro Šmajdou

(17. února 2013, email)

Miro Šmajda se v roce 2009 účastnil soutěže Česko Slovenská SuperStar, kde skončil na 2. místě. Od té doby vydal dvě alba. Šmajda svými názory a stylem vystupování patří mezi nejkontroverznější umělce Slovenska. Právě kvůli své kontroverzi musí často čelit novinářům, se kterými má bohaté zkušenosti.

Jaké máte vy osobně zkušenosti s médii? Převažují spíše pozitivní věci, nebo ty negativní?

Čo je to negatívne, a čo je naopak pozitívne? Moja skúsenosť je v podstate prirodzená, médiá sa vyvinuli, hlavne bulvárne, do pozície darcov konzumnej potravy pre konzumentov, ktorí radi riešia cudzie životy, rozoberajú, nadávajú, kritizujú hlavne v negatívnom zmysle slova, to ľudia dnes chcú, pretože ich to médiá naučili. Dnes málokteré bulvárne médium o niekom napíše v zmysle vyzdvihnutia jeho pozitívnej vlastnosti, danosti, kvality jeho osobnosti, ale naopak, zaujíma ich, kto s kým spal, kto koho podrazil, kto koho podviedol, kto koho okradol, kto je gay... Teda ak človek prijme fakt, že je to všetko iba hra, a zmieri sa touto mediálnou perverznosťou, tak nerieši, či to je pozitívne alebo negatívne.

V čem vám média nejvíce ovlivnila život?

Môj život ovlivnili veľmi výrazne. Niečo som stratil, niečo som získal. Poznajú ma milióny ľudí v ČR a SR. Prišiel som o súkromie, no naopak som získal možnosť robiť muziku na omnoho vyššej úrovni ako som ju robil v dobe, kým som nebol mediálne známy. Presťahoval som sa do Prahy, kde som práve dokončil svoj 2.album, ktorý výjde 28.2., a od 7.3. začíname československé TOUR.

Vás média často tituluji slovem kontroverzní. Souhlasíte s tím? Případně, co vás ke kontroverzi přivedlo?

Myslím, že status kontroverzný nie je o tom, že som sa jedného dňa rozhodol pri pohľade do zrkadla a povedal si: „Hmm, Šmajda, tak odteraz buďeš kontroverzný“. Skutočne neviem prečo, nezaoberám sa tým, no ľudia a médiá ma za kontroverzného považujú možno pre to, že nie som konzistentný. Nikdy som nebol, nie som, a nechcem byť. Mám rád prekvapenie, nepredvídanosť života, rozhodnutí, spontánnosť a slobodu. V mojom prejave je vždy sloboda, a je mi uprdele, kto si čo myslí o tom, že jedného dňa vystúpim v TV zmaľovaný s hentai účesom a vychrtlou postavou s punk rockovým songom a o pol roka vystúpim o 20 kg svalov ťažší s metalcorovým songom, a o mesiac som znova iný. Rád robím rozmanité veci, a naopak idem si za svojim, nepodlieham žiadnemu manažmentu, nie som nikým ovládaný, riadený, a hodne ľudí z biznisu a médií seriem aj tým. Ale u verejnosti a bulváru hlavne tá nekonzistentncia a atypická cesta, kroky a rozhodnutia, to mnohých serie, aj keď nechápem prečo. Preto sa občas cítim ako kôprovka. Polovica ľudí ma miluje, a ja milujem ich. A druhá polovica nenávidí, a mne sú samozrejme u prdele.

Co říkáte na názor hudebního publicisty, který tvrdí, že osobnost musí být kontroverzní k tomu, aby byla slavná?

Haha. Má právo na svoj názor, ale s realitou sa úplne nezhoduje, slávny dnes môže byť takmer hocikto, kto má bohatého fotríka alebo ten, kto si to vysexuje ... a nevádi, že nemá žiaden talent a nevymakal si to.

Potřebuje vůbec zpěvák ke svému zviditelnění média, nebo se bez nich dokáže obejít?

Médiá sú veľmi podstatné v dnešnej materiálnej konzumnej dobe. Či už je to tlač, televízia, rádio, internet alebo ľudia. Najlepšie médium je ale určite internet, hlavne facebook.

Myslíte si, že média převážně zaznamenávají realitu, nebo si takřkajíc píší, co chtějí?

Chlape, toto je hodne subjektívna záležitosť, vždy to záleží od serióznosti konkrétneho novinára, resp.šéfredaktora pri tom-ktorom článku, prípadne od vzťahu novinára a subjektu, o ktorom píše.

Jak je tomu konkrétně u vás?

Rôzne a veľmi subjektívne. Väčšinou skutočne moc neriešim, či píšu pozitívne alebo negatívne. Beriem to pragmaticky – je to ich práca. Aj keď novinár napíše niečo negatívnejšie – podlieha šéfredaktorovi, ktorý na ňho tlačí s nejakou hrozbou, aby to niečo zlé napísal, ten novinár zasa musí živiť rodinu, tak proste musí konať svoju prácu tak, ako to od neho žiada vedenie. Takže to chápem. Proste ak sa píše pozitívne, je to super, ak negatívne, tak sa z toho nezbláznim.

Jaký názor máte na osobnosti hudebního průmyslu, které spolupracují s bulvárem? Stalo se vám někdy, že vám taková spolupráce byla nabídnuta?

Spolupráca s bulvárom znamená už len to, že poskytnete rozhovor. Je to predsa určitý pracovný vzťah, ktorý je naprosto prirodzený. Mne ide vždy prioritne o to, aby sa písalo o muzike, pretože to je to, čo ma naplňa. A popri tom nemám problém odpovedať aj na mnoho iných otázok ohľadom mojej osoby. Veď moja hudba ide predsa zo mňa, takže je to prepojené občas aj s nejakými nezmyslami, ktoré sa občas napíšu. A je to často takto divne nastavené.

Cítíte určitou zodpovědnost za své publikum? Lidé se totiž často nechají svým idolem ovlivnit.

Cítim, samozrejme, no svojim spôsobom je to veľmi relatívna otázka. Každý človek sa môže predsa slobodne rozhodnúť, koho muziku počúva, koho názormi sa riadi, kým sa nechá ovplyvniť. Ja nikoho do ničoho nenútim, robím to slobodne, muziku milujem,

koncerty milujem, a robím to slobodne preto, že to chcem, a to očakávam aj od svojich fanúšikov, ľudí, priateľov, aby prišli na koncert slobodne, bavili sa, užili si to, zbavili sa trápení, nechali sa unášať a slobodne si vzali z toho to, čo ich môže pozitívne ovplyvniť. Moja zodpovednosť spočíva v tom, aby som svoju muziku robil úprimne, aby som to bol ja, aby v nej nebolo nič negatívne, čo by mohlo niekomu ublížiť. Moje texty síce mnohí považujú za kontroverzné, novoromanticko-nihilistické, filozoficky provokačné, no robím to pre to, že to tak cítim, chcem aby ľudia premýšľali nad tým, čo sa v tomto zvrhlo svete deje. Je to jedno z mojich poslaní.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Václav Komárek

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční studium

Název práce: Kontroverzní osobnosti pop music pohledem médií

Rok: 2013

Počet stran textu: 46

Celkový počet stran příloh: 18

Počet titulů českých použitých zdrojů: 11

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 8

Vedoucí práce: Bc. Šárka Volemanová