

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2012 – 2014

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Kateřina Hrabáková Gregorová

Vznik filmové a televizní hvězdy

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Soňa Štroblová

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2012 – 2014

DIPLOMA THESIS

Kateřina Hrabáková Gregorová

The Constitution of Film and TV Star

Prague 2014

The Diploma Thesis Work Supervisor: PhDr. Soňa Štroblová

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 24. února 2014

Kateřina Hrabáková Gregorová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí diplomové práce paní PhDr. Soně Štroblové za metodické vedení, odbornou pomoc a cenné rady.

Anotace

Diplomová práce na téma *Vznik filmové a televizní hvězdy* se zabývá problematikou vzniku filmové a televizní hvězdy, objasňuje status hvězdy, její tvorbu v průřezu času, dává nahlédnout, v čem spočívá tržní hodnota slavného jména, mapuje ocenění hvězd a v neposlední řadě dokládá vliv médií. Na základě kvantitativní obrazové a obsahové analýzy konkrétního případu zpěvačky Ivety Bartošové řeší problém vzniku a vývoje hudební hvězdy, představuje, jak se vyvíjela její kariéra, nabízí analýzu mediálního obrazu, rozebírá mediální realitu i to, jak velký vliv měla bulvární média na její osobní život. V neposlední řadě ukazuje, jak vysoká je v případě této popové zpěvačky daň za slávu.

Klíčové pojmy

Bulvár, celebrita, čtenář, film, hvězda, Iveta Bartošová, média, mediální obraz, mediální realita, noviny, publikum, televize, tisk, vliv.

Annotation

The diploma thesis called *The Constitution of Film and TV Star* reflects the formation of film and TV stars as well as it clarifies their status and recognition. Moreover, the thesis covers the question of media impact. It also presents a quantitative analysis of media content while it uses the story of the singer Iveta Bartošová as a specific example. The analytical part of the thesis deals with the issue of constitution and career development of the singer. It also offers the analysis of the way the mass media construct and present reality. Last but not least, the analytical part addresses the impact of tabloid media on the life of this pop singer.

Key words

Celebrity, film, impact, Iveta Bartošová, media presentation, media reality, newspaper, press, reader, star, tabloid media, television.

OBSAH

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČÁST	10
1. VZNIK FILMU	10
1.1. Francouzské prvenství	11
1.2. Filmová Amerika, vznik Hollywoodu	13
1.3. Zrod filmové hvězdy.....	15
1.4. Světový triumf filmu.....	16
2. PŘÍCHOD TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ	18
2.1. Televizní žánry a jejich hvězdy	19
3. FILMOVÁ VERSUS TELEVIZNÍ HVĚZDA	25
3.1. Status hvězdy.....	26
3.2. Tržní hodnota hvězdy	27
3.2.1. Image hvězdy prodává	28
3.2.2. Image hvězdy pomáhá	29
3.1. Ocenění televizních osobností.....	30
3.2. Ocenění filmových osobností.....	31
4. KULT MARILYN MONROE	33
4.1. Příběh s nekonečnými možnostmi	35
4.2. Démon pod povrchem mýtu	36
5. TVORBA HVĚZDY V PRŮŘEZU ČASU	38
5.1. Stálice a komety na hvězdném nebi.....	39
5.2. Vliv médií na celebrity.....	41
5.2.1. Publikum jako zdroj zisku.....	42
PRAKTICKÁ ČÁST.....	45
6. ZROD HVĚZDY JMÉNEM IVETA BARTOŠOVÁ.....	46
6.1. Zlatá éra Ivety Bartošové	48
6.2. Mateřství a návrat na scénu	50
6.3. Tvůrčí pauza a léčba	52
6.4. Návrat do světa showbyznysu	53
6.5. Pád v přímém přenosu	54
6.6. Dílčí závěr	56
7. ANALÝZA MEDIÁLNÍHO OBSAHU	57
7.1. Iveta Bartošová stvořená médii	59
7.2. Obrazový materiál jako důkaz.....	62
7.3. Tvorba příběhu s lákavým titulkem.....	62
7.4. Dílčí závěr	64
8. ÚSPĚCHY I PÁDY POD DROBNOHLEDEM MÉDIÍ	66
8.1. Bulvární příběh o lidském neštěstí	68
8.2. Realita za přítomnosti kamer.....	70

8.3. Dílčí závěr	76
9. DAŇ ZA SLÁVU A TLAK MÉDIÍ.....	77
9.1. Příběh, který varuje.....	79
9.2. Dílčí závěr	80
ZÁVĚR	81
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	84
SEZNAM OBRÁZKŮ	92
SEZNAM PŘÍLOH	93

ÚVOD

„Nevěřím bez výhrad na ten život, bojím se, že podlehnu pokušení a vyměním duši za čest a slávu, prodám svůj život za obdiv a handrkování o zisk,“¹ uvádí ve své knize *Proměny* norská hvězda Liv Ullmann. Ve dvacátých letech minulého století se staly filmové a televizní hvězdy důležitým tržním artiklem, v němž masová média sehrála hlavní roli. Hvězdné obsazení filmu lákalo diváky a pro producenty sloužilo jako záruka zisku. Fanoušci o svých idolech chtěli vědět víc, toužili poznat jejich život a nahlédnout jim do soukromí. Články o filmových rolích nahradily informace z privátního života herců. Slavné osobnosti začínaly plnit stránky novin, s příchodem rozhlasu, televize a také internetu postupně zaujaly v každém z těchto médií významné místo. Sláva hvězd začíná být přímo úměrná jejich mediální prezentaci, tištěným médiím senzační zpráva ze soukromí hvězdy umožňuje lepší prodejnost, atraktivní příběh celebrity pomáhá uspět televizním pořadům v konkurenci a přilákat k obrazovkám diváky. Popularita herců a zpěváků zvyšuje jejich cenu na trhu a stává se zárukou lepších nabídek i financí. Vztah slavných lidí a médií začíná být oboustranně velmi výhodný.

Cílem diplomové práce je definovat a vymezit vznik filmové a televizní hvězdy, přičemž důraz bude kladen zejména na psychologické a typologické vlastnosti, na prostředky a způsob mediální komunikace. Práce se snaží řešit problém vzniku a vývoje hvězdy na konkrétním příkladu popové zpěvačky Ivety Bartošové, klade si za cíl představit komunikační strategii médií, současný trend v bulvárních ale i seriózních médiích a také způsob, jakým dokáží média manipulovat s informacemi, s masovým publikem i s životem celebrity. Důraz bude kladen také na popsání stylistických postupů a definování významů konkrétních sdělení bulvárních deníků. V neposlední řadě se diplomová práce pokusí z psychologického hlediska určit, jaký vliv může mít na slavnou osobnost život pod drobnohledem médií.

K potvrzení nebo vyvrácení výzkumných hypotéz bude využita kombinace kvantitativní obsahové a obrazové metody, osobní hloubkové rozhovory s odborníky z mediálního,

¹ ULLMANN, Liv. *Proměny*. 1. vyd. Praha: Práce, 1989, 196 s. s. 79.

hudebního a psychologického oboru (všechny rozhovory budou součástí diplomové práce). Průzkum vychází také z několikaletého zúčastněného pozorování televizního a novinového prostředí autorky práce, v rámci kterého poznávala styl práce novinářů, jejich postupy při získávání kontaktů, způsob zpracování informací, styl psaní textů a komentářů pro různá média s důrazem na použitý obrazový materiál apod. Důležitou součástí je analýza písemných i ústních zdrojů, výsledných článků a televizních reportáží i tematicky zaměřených pořadů (dokument mapující kariéru zpěvačky Ivety Bartošové natočený pro celoplošnou digitální *Televizi Barrandov* je součástí přílohy diplomové práce). K hlavním zdrojům patří i odborná literatura týkající se masové komunikace, historie vzniku filmu a televize a v neposlední řadě odborné internetové stránky zabývající se mediální problematikou.

Přínosem práce má být rozkrytí mediální reality týkající se zpěvačky Ivety Bartošové, analýza jejího mediálního obrazu a cena, kterou popová hvězda musela zaplatit za svoji slávu. Diplomová práce *Vznik filmové a televizní hvězdy* odhalí skutečný přínos Ivety Bartošové pro českou uměleckou scénu, pro její fanoušky i veřejnost a v neposlední řadě pro bulvární novináře. Může posloužit jako základ pro diskusi, kam v současnosti může kariéra zpěvačky směřovat a jak dlouho ještě bude její příběh atraktivní pro bulvární média. Závěrečná kapitola praktické části nabídne názory psychologů na osobnostní rysy zpěvačky, na to, jakým způsobem Iveta Bartošová vnímá neustálou pozornost médií a které typy bulvárních zpráv dokáží ovlivnit její soukromý život nejsilněji.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Vznik filmu

Film *Příjezd vlaku* Louise a Augusta Lumiérových skýtal mimořádné umělecké možnosti, které si na konci 19. století ještě nikdo neuvědomoval. Diváky, kteří na filmovém plátně sledovali v *Grand Café* na Boulevard des Capucines v Paříži blížící se lokomotivu zprvu ovládla hrůza a strach. Naprostá novost pohyblivého obrazu v neznalém publiku vyvolala úžas a zděšení. „*A právě v tomto ztotožnění diváka s kamerou spočívá nový způsob vidění, nový způsob pohledu na svět, neznámý a v jiných oblastech umění nepoužívaný.*“² Kinematograf bratrů Lumiérových byl v roce 1895 pouze technickou zajímavostí a Louis ani August nepředpokládali, že se jejich vynález stane zárodkem mocného průmyslu. Obliba filmu rostla především mezi urozenými a bohatými, kromě *Příjezdu vlaku* se promítaly snímky *Rodinná snídaně* nebo *Pokropený kropič*. Film se stal módou a ovládl všechna hlavní města, od Paříže, Londýna a Petrohradu až po New York. I přes hrozící nebezpečí požáru, které bylo bezprostředně spojeno s projekcí filmu, zvítězila touha po zachycení a následném promítání autentického života na projekčním plátně. Za první hraný film na světě můžeme označit film *Pokropený kropič*. Děj je velmi prostý: nezbedný chlapec stoupne zahradníkovi, který kropí záhon, na hadici. Muž se snaží najít důvod, proč přestala téct voda a detailně si prohlíží otvor hadice. V tu chvíli chlapec zvedne nohu a voda vystříkne zahradníkovi přímo do tváře. Rozhněvaný muž chlapci nařeže. I přes banální zápletku je *Pokropený kropič* „...pravzor hraného filmu (...) natočeného podle scénáře a v hereckém (byť ochotnickém) obsazení.“³

² TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 28.

³ TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 33.

1.1. Francouzské prvenství

Film se téměř okamžitě stal skutečným masovým médiem, velmi rychle zasáhl značný podíl obyvatelstva. Přes počáteční éru, kdy byl pouze zajímavou technickou podívanou hlavně pro buržoazii, následovalo období jeho úplné degradace na pouhou pouťovou zábavu (1900 – 1907). Filmové publikum se teprve utvářelo a ve společnosti se rodila potřeba filmových projekcí. Skladba filmových představení na celém světě byla velmi podobná: „1. – hudební číslo; 2. – aktuality; 3. – humoristický snímek; 4. – drama; 5. – komediální snímek; (...) 6. – přírodní snímek; 7. – komediální snímek; 8. – velká atrakce; (...) 9. – naučný snímek; 10. – fraškovitá groteska.“⁴ Na filmového diváka působily pouze situace, které v něm vyvolávaly údiv, zděšení a nebo veselí. Cenzura v té době v podstatě neexistovala, tvůrci tak skrze své dílo mohli k publiku promlouvat jakkoli. Film v době pouťových biografů uměním ještě nebyl, určité umělecké prvky však vykazoval. Jeho proměna z pouťové atrakce v umění s sebou přinesla i změnu repertoáru. Filmy začaly vznikat na stejných principech jako divadlo a obracely se tak k publiku podobně jako divadelní hry. Za přelomový můžeme v tomto směru označit snímek *Zavraždění vévody de Guise* (premiéra 17. listopadu 1908 ve Francii), který byl napsán profesionálním spisovatelem a hráli v něm herci. Nebylo však možné, aby němý film suploval divadelní hru, aby se v něm podařilo zachovat všechny hodnoty jevištního projevu. Přesto snímek *Zavraždění vévody de Guise* přinesl přelom ve scenáristické a převážně pak herecké tvorbě. Trvalý přínos do vývoje filmového umění lze připsat společnosti *Film d'Art*, která pozvedla prestiž filmového herce. „Až do té doby platila v začátcích filmu zásada anonymity; s nástupem *Film d'Art* začala vláda hvězd, nezbytných pro získání obecnstva elegantních divadel.“⁵ V období, které předcházelo první světové válce, najdeme ve francouzském filmu i komedii, grotesku (například Jean Durand). Hlavním světovým hybatelem byl v době před první světovou válkou francouzský film.

⁴ TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 52.

⁵ SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963, 616 s. s. 66.

- První kroky italského filmu

Itálie se stala ideální zemí pro realizaci historických témat. Režiséři se opírali o éru antického Říma, renesanci a o osvobozené boje. Při tom jim pomáhalo denní světlo a slunce a v neposlední řadě i levná pracovní síla. V roce 1914 definitivně ovládly italský film hvězdy. Mezi nimi například Lina Cavallieri, Mary-Cleo Tarlarini, Lydia Borelli nebo Maria Jacobini. „Nyní již platila víc přítomnost slavné divy než scénář či senzační „zlatý hřebík“. Vědomy si své ceny, měly divy své scenáristy a režiséry, připoutané k jejich produkčním společnostem.“⁶ V italských filmech se odrazil vliv opery (přepychové dekorace) i komedie dell'arte (přehnaná gestikulace a mimika).

- První kroky dánského filmu

V dánském filmu se odrážela skutečnost, že země zažívala období prosperity. Ročně se vyrobily stovky filmů. Společnost *Nordisk* (založená roku 1906 Ole Olsenem) se soustředila hlavně na export, snímky vyvážela třeba do Německa. Dánsko bylo první zemí na světě, která přešla na výrobu dlouhometrážních filmů. Dánská kinematografie vycházela z divadla; nejlepší režiséři, herci a výtvarníci přešli k filmu právě z divadla. V dánských filmech se také poprvé objevil un-happy-end, který se stal velmi populárním. Lidé už nechtěli vidět pouze snímky s dobrým koncem. „*Styl nového dánského filmu se stává směsicí naturalismu v charakteristice prostředí i celé jeho atmosféry a psychologismu, projevujícího se ve vykreslení postav.*“⁷ Popularitu si získaly i dánské erotické filmy, obrovskou proměnou prošel také filmový polibek. Již nestačil pouhý letmý dotek. Polibky v dánském filmu budily pohoršení a ve Francii byly dokonce považovány za pobožující a chlípné.

⁶ SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963, 616 s. s. 84.

⁷ TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 89.

- První kroky ruského filmu

V Rusku se první filmy promítaly již v květnu 1896 a vyvolaly obrovský zájem. O novinku se zajímali zámožní návštěvníci kaváren, carský dvůr si dokonce najal kameramana. První adaptace klasických děl ruské literatury nutily diváka, aby si přečetl knihu a zpětně pak pochopil útržkovité části filmu, které v kině viděl. Velkým přínosem ruských filmů byl jejich ryze národní charakter, lidé v Rusku měli dost cizího divadelního repertoáru. Počáteční období ruské kinematografie však nepřináší výrazné snímky, které by nesly známky umělecké tvorby. Později se do popředí zájmu dostává milostné psychologické drama. V jedné oblasti však ruský film exceloval – šlo o trikové a kombinované snímky a zejména pak o loutkový film. Herce představovaly papírové nebo dřevěné loutky. Průkopníkem tohoto druhu byl Wladyslaw Starewicz. Starewiczovy filmy byly prvními ruskými snímky, které se před rokem 1914 promítaly v amerických kinech. K období němého filmu v Rusku patří i režisér Sergej Michajlovič Ejzenštejn, a to především svým nejslavnějším snímkem *Křižník Potěmkin*. Film je dokonalý nejen střihem, ale i sledem jednotlivých záběrů a scén a Ejzenštejn je díky němu považován za jednoho z mistrů filmového jazyka. „*Pojetí významu záběru zblízka, kterým se informativní detail mění v jednotlivost schopnou vyvolat v divákově vědomí a pocitech celek, je v mnohém spjata s tímto filmem.*“⁸ Film dosáhl celosvětového úspěchu, Ejzenštejn dostal i mnoho nabídek na působení v USA.

1.2. Filmová Amerika, vznik Hollywoodu

Pro americký film je důležitý rok 1905, kdy bylo v Pittsburghu otevřeno první kino nazvané *Nickelodeon* (zakladatelé John P. Harris a Harry Davis). Stalo se atrakcí samo o sobě, počet nickelodeonů rychle rostl a brzy byl ve Spojených státech větší počet kin

⁸ ÈJZENŠTEJN, Sergej Michajlovič. *Kamerou, tužkou i perem*. 1. vyd. Překlad Jiří Taufer. Praha: Orbis, 1959, 370 s., ca 100 s. obr. příl. Filmové publikace. s. 370.

než ve všech evropských zemích dohromady. „Došlo k určitému posunu od průmyslového (buržoazního) modu k modu založenému na masové produkci.“⁹ V kinech se promítaly filmy z domácí produkce, ale i zahraničních firem, které měly v USA své pobočky. Objevily se první duplikáty bez ohledu na autorské právo (jedním z mistrů plagiátu byl Siegmund Lubin), americký filmový průmysl se začal ubírat cestou korupce, bezpráví, krádeží. Americká studia se rozhodla nastolit pořádek a „...pod vedením tří nejstarších a nejdůležitějších společností – Edison Manufacturing Company, Biographu a Vitagraphu založila v roce 1908 monopolní trust Motion Picture Patent Company.“¹⁰ Trust přistupoval k filmu jako ke zboží, neohlížel se na rozdíly v umělecké nebo divácké hodnotě. K požadavkům majitelů kin se stavěl odmítavě, hájil pouze zájmy producentů a půjčoven. Jinak tomu bylo s nezávislými společnostmi, jejichž příjmy úzce korespondovaly s existencí nickelodeonů. Producenti této skupiny dobře znali vkus publika a bouřili se proti diktátu trustu. Boj mezi oběma tábory vyvolal růst kvantitativní i kvalitativní filmové výroby. Tato válka způsobila také emigraci filmového průmyslu na západ. Produkce se posouvala co nejdále od New Yorku, dosavadního centra výroby filmů, z dosahu agentů trustu. Nejvýhodnějším místem byla Kalifornie, realizaci usnadňovaly blízké hory a moře, ale i lidé, kteří tu žili. A tak se zrodila legenda s názvem Hollywood. Rozvoj americké kinematografie byl v letech 1905 – 1914 bouřlivý, takzvané *Nickelodeony* se staly nejpopulárnější formou masové zábavy. Specifickým filmovým žánrem se stal kovbojský film, který zpopularizovali až nezávislí (jako první produkovala kovbojské filmy společnost *Essanay*, která byla členem trustu). Kovbojský film se odpoutal od nálady buržoazního filmu, neuznával autoritu peněz ani původu. Ve své skladbě měl cosi z lidové podívané, měl punc autentičnosti a národní specifiky. Oproti tomu grotesky byly jiným světem, neměly složitý děj a u diváků usilovaly pouze o vyvolání salvy smíchu. S groteskou úzce souvisí největší herec němého filmu Charlie Chaplin – „...*buřinka, knírek, nadměrně velké boty, klátivá chůze, malá pružná bambusová hůlka, příliš široké kalhoty, ubohé úzké sáčko, potrhaná barevná vesta.*“¹¹ (cestoval po celé Evropě). Ve filmech se začíná

⁹ SZCZEPANIK, Petr. *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Herrman & synové, 2004, 528 s. s. 242.

¹⁰ TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 95.

¹¹ SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963, 616 s. s. 99.

objevovat americký filmový styl, a to jak ve filmech Jamese Stuarta Blacktona (společnost *Vitagraph*) tak ve snímcích dalšího velikána světové kinematografie Davida Warka Griffitha (společnost *Biograph*). Griffith začal používat nové vyprávěcí postupy, vytvořil novou řeč filmového umění, způsobil revoluci ve filmovém dramatu. „*Reformoval systém hereckého projevu, metody románové skladby přenesl do kompoziční výstavby filmu a filmové kameře svěřil roli vypravěče.*“¹² Průkopnické období americké kinematografie uzavírají celovečerní filmy, anonymní herce střídají herecké hvězdy často zpopularizované reklamou, pobírající obrovské honoráře.

1.3. Zrod filmové hvězdy

Až do roku 1910 byli herci ve filmech více méně anonymní. Podnět k tomu, aby se z bezejmenných herců staly oslnivě zářící filmové hvězdy, dali sami diváci. Hercům začaly chodit první dopisy plné chvály a obdivu. „*Postupem doby začali diváci herce sledovat i v soukromí a kolem roku 1913 se zprávy o hercích přestaly omezovat pouze na profesionální život a začaly směřovat i na jejich osobní život. Začaly se vytvářet hvězdy.*“¹³ Francouzská kinematografie ztrácí v době první světové války svoji uměleckou nadvládu, vůdčí postavení získává Amerika. A americký a spolu s ním i francouzský film začíná stavět na hvězdách. Skromnost dosud bezejmenných protagonistů se stává hercům úplně cizí. Populární herci se stávají nástrojem podnikání a ochrannými značkami. Producent zůstává ve stínu, navenek se prezentuje hollywoodská hvězda a hvězdný systém. „*Nadšení citelů hvězd bylo udržováno rozepisováním fotografií s osobním věnováním a reklama vytvářela kolem idolů diváků legendární atmosféru.*“¹⁴ Předmětem veřejného zájmu se stává láska slavných,

¹² TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0. s. 104.

¹³ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 164 s. ISBN 978-80-86723-73-0. s. 65.

¹⁴ SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963, 616 s. s. 177, 178.

jejich neshody a rozvody, vybavení jejich bytů nebo domácí mazlíčci. Příběhy o slavných se objevují nejen ve fanouškovských nebo ženských časopisech, ale především v bulvárním tisku. Jejich životy tak, jak je líčí masmédia, jsou „...nezbytné pro porozumění v sociální sémiotice obrazu celebrity ve spojení s jejími rolemi a tím, co může značit pro různé sociální skupiny.“¹⁵ Od doby, kdy si Hollywood uvědomil mezinárodní prvenství v kinematografii, se proměnily i osobnosti některých amerických hvězd. Herci jako Mary Pickfordová, Douglas Fairbanks, Glorie Swansová nebo Lona Chaney byli povýšeni na filmové bohy. A samozřejmě Charlie Chaplin, který později soupeřil s Mary Pickfordovou například o to, kdo první podepíše smlouvu na milion dolarů. „Máme sklon snižovat význam tohoto fenoménu, ale přitom hvězdy jsou neobyčejné psychologické modely takového druhu, jaký nikdy předtím neexistoval.“¹⁶ I když vývoj fenoménu celebrit můžeme najít už v devatenáctém století (Charles Dickens a Mark Twain), o opravdovém fenoménu můžeme hovořit až s příchodem zvukového filmu. Do té doby zasáhla jejich postava malý počet lidí. Hvězdy utvářela veřejnost, a i když se studioví mágové pokoušeli divákům vnutit svoji představu o filmové hvězdě, neuspěli. Režiséři, kteří se nechtěli podřídit hvězdám a jejich manýrům, byli vzácnými výjimkami. Kult hvězd začínal přerůstat v posedlost, herec často realizoval scénáře psané přesně na míru, takové, které odpovídají jeho představě. Slavný herec získal hlavní slovo při výběru spoluherců, režiséra i producenta a své „...individualitě nejednou podřizuje i původní smysl filmu.“¹⁷

1.4. Světový triumf filmu

Film nabídl široké veřejnosti v první řadě podívanou, příběhy, hudbu, dramata a také technické triky. Okamžitě se stal masovým médiem, vyplňoval lidem volný čas a nabídl

¹⁵ SZCZEPANIK, Petr. *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Herrman & synové, 2004, 528 s. s. 99.

¹⁶ MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. Albatros Plus. ISBN 80-000-1410-6. s. 263.

¹⁷ PŁAŻEWSKI, Jerzy. *Filmová řeč*. 1. vyd. Překlad Zdeněk Smejkal. Praha: Orbis, 1967, 461 s., příl. Filmové publikace. s. 305.

široké dělnické třídě kulturní zábavu, ze které se dříve mohla těšit jen bohatá vrstva lidí. Kina pronikla i do nejuvzdálenějších koutů země, síť půjčoven ovládla celý svět, tisíce lidí našly v novém průmyslovém odvětví práci a pro miliony lidí představovala společensky přijatelnou formu zábavy. Film před první světovou válkou má na diváky daleko větší vliv než divadlo nebo denní tisk.

Léta 1913 – 1927 zahrnují období němého filmu. Synchronizace zvuku a obrazu trápila vynálezce filmu až do roku 1926, kdy se zrodil zvukový film. První úspěšný zvukový film, ve kterém se poprvé objevila hudba a několik mluvených sekvencí, byl film bratří Warnerů *Jazzový zpěvák* (říjen roku 1927, v hlavní roli Al Jolson). Do té doby hlučné a rozměrné zařízení, nutné k nahrávání zvuku na place, filmařům spíše překáželo. Hvězdná sláva herců sice započala již v době němého filmu, s nástupem zvuku se ale „...stávají nositeli konkrétnějších společenských, kulturních a politických postojů a hodnot.“¹⁸ Herci a herečky jsou ikonami, ženy obdivují jejich půvab, dokonalou postavu, úsměv, ztotožňují se s jejich problémy a rozplývají se nad jejich rodinami. Mnohé z nich se stávají jejich vzory, které napodobují. A to se netýká pouze žen, své ideály ve filmu měli i muži (luxusní životní styl, sofistikovaná zahálka). Zájmem filmového průmyslu se stala tvorba hvězdných obrazů, které zaujmou a oslní masové publikum. To samo o sobě nevyvíjí žádnou činnost, „...je různorodé (heterogenní), nesmírně početné a jeho členové pocházejí z nejrůznějších společenských vrstev a demografických skupin, ale je stejnorodé (homogenní) v tom, že si jeho příslušníci vybírají určitý stejný předmět svého zájmu.“¹⁹

¹⁸ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 164 s. ISBN 978-80-86723-73-0. s. 65.

¹⁹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745. s. 68.

2. Příchod televizního vysílání

Počátky televizního vysílání byly stejně jako počátky kinematografie závislé na vývoji techniky. Spolu s možností přenášet zvuk se začaly objevovat i pokusy s přenosem obrazu. V roce 1843 formuloval Alexander Bain tři principy přenosu obrazu na dálku, významný byl i objev světelné citlivosti selenu a jeho schopnosti měnit světelnou energii na elektrickou (1873). Němec Paul Gotlieb Nipkow v roce 1883 vynalez elektrický teleskop, jeho systém byl označen jako mechanická televize. Rok 1923 přinesl další zásadní vývoj, kdy Američan Vladimír Kosma Zworikyn (narozen v Rusku) získal patent na snímací elektronku – ikonoskop a na obrazovku – cienescop. Tím byl položen základ elektronického systému. Oba principy, elektrický i mechanický (P. Nipkow) si začaly konkurovat. Za skutečného vynálezce televize se považuje britský vynálezce Skot John Logie Baird, který roku 1928 představuje v Londýně mechanickou televizi. Jako první na světě bylo roku 1936 ve Velké Británii zahájeno pravidelné televizní vysílání *BBC*. O prosazení televize v tehdejší *Československu* se nejvíce zasloužil Jaroslav Šrámek, který v roce 1937 „...přihlásil k patentování svůj ‚Způsob a zařízení pro barevnou televizi‘.“²⁰ Další pokusy zastavila nacistická okupace. Skutečný rozvoj televize u nás nastal v roce 1945. Pravidelné zkušební vysílání *Československé televize (ČST)* se uskutečnilo 1. května 1953. Za počátek pravidelného televizního vysílání u nás bylo prohlášeno datum 25. února 1954. První půlrok vysílala televize postupně až čtyři dny v týdnu, od 29. prosince 1958 vysílala každý den. Velkou část výroby zajišťovala filmová technika, chybělo záznamové zařízení, a proto se veškeré původní pořady vysílaly živě. „*Koncesionářský poplatek byl zaveden od počátku roku 1955 a byl relativně nízký, a tak měla na rozšiřování televizního publika výrazně restriktivní vliv především cena televizních přijímačů.*“²¹ První přístroje se prodávaly za čtyři tisíce korun československých. Masivnější rozšíření televize u nás přineslo až snížení ceny přístrojů na polovinu, na přelomu 60. a 70. let dvacátého století již téměř každá domácnost, která vlastnila rozhlasový přijímač, měla i televizi.

²⁰ KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. V Praze: Karolinum, 2003, 461 s. ISBN 80-246-0632-1. s. 186.

²¹ KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 310 s. ISBN 978-807-3676-988. s. 160.

Po skončení druhé světové války televize prakticky zaujala první místo na mediálním trhu a začala mít vliv na životní styl a myšlení lidí. Za nejmasovější rozvoj televizního vysílání můžeme označit padesátá léta dvacátého století. Toto období je také nazýváno televizní explozí. Narůstá počet zpravodajských pořadů, přibývají sportovní přenosy, soutěže, rozvíjí se talkshow. „*Televize nabízí zvláštní typy obsahů, např. televizní inscenaci (televizní drama), reality show (soutěžní pořad využívající televizního přenosu reálně probíhajících, byť často inscenovaných dějů, popř. obsahy příznačné i pro další masová média, ovšem v neopakovatelné podobě.*“²² Základní jednotkou se stává seriál. Televize je zdrojem zábavy, diváci si ji nepouštějí proto, aby se dozvěděli novinky, ale aby strávili čas se svými oblíbenými postavami, pobavili se s nimi a zbavili se na chvíli každodenní všednosti v zábavnější mediální realitě.

2.1. Televizní žánry a jejich hvězdy

Televize je mocným nástrojem, který dokáže ovlivnit názory a chování řady lidí, má nezpochybnitelný politický a mocenský vliv. Pro ty, kteří jsou její součástí, je také klíčem k bohatství a slávě. „*Trvalá přitažlivost televize spočívá ve skutečnosti, že se jedná o médium, jež umožňuje lidem sdílet stejné zkušenosti i mimo rodinný okruh v jinak roztržité a individualizované společnosti.*“²³ S rostoucím počtem televizních kanálů, vysílacích hodin, televizních produktů, studií nebo producentů se zvyšuje i tlak na skladbu programu. Každý pořad je obklopen dalšími pořady rozličných žánrů, které navzájem ovlivňují jak složení publika, tak i sledovanost. Naopak stejné žánry vysílané ve stejný čas na dvou rozdílných televizních kanálech spolu soupeří. „*Pokud je cílem především zaujmout diváka, pak žánr je prostředkem k dosažení tohoto cíle.*“²⁴ Populární žánrový pořad je pro televizi atraktivní, protože funguje jako obchodní

²² REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7. s. 259. 260.

²³ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745. s. 47.

²⁴ ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466. s. 40.

značka. Stejně tak je tomu i u obsazení slavné televizní osobnosti nebo herce. Často lze ve skladbě pozorovat prolínání žánrů, řada pořadů překračuje žánrové hranice (protiklad legálnosti a kriminality v krimiseriálech), což samozřejmě přitahuje pozornost. Na stranu druhou jsou ale oblíbené i ty pořady, které žánrové hranice striktně dodržují. Spolu s vývojem televizních žánrů se zrodila i televizní hvězda, protože několik minut před objektivem kamery mnohdy znamená více, než náročná role ve filmu nebo divadle.

- Soap opera

Je stabilní žánr, který se vyznačuje četnými dějovými linkami soustředěnými kolem skupiny lidí žijící na jednom místě. Každá epizoda soap opery se odehrává během krátkého časového úseku (jednoho dne, hodiny), dialogy mezi postavami jsou krátké, nenáročné, v divákovi podněcují především zvědavost, nutí ho spekulovat o dalším vývoji. Dnes je soap opera širokým pojmem, rozlišujeme denní soap operu, telenovelu a prime-time operu. Jmenovat můžeme například *Cesty domů*, *Gympl*, *Ošklivka Katka*, *Zoufalé manželky*, *Ulice*, *Dr. House* nebo *Ordinace v růžové zahradě*. V některých seriálech se mohou objevit odlišnosti, a to zejména ve stupni narativní uzavřenosti jednotlivých epizod. Televizní seriály jsou atraktivní především u starších diváků, kterým často nahrazují jejich vlastní život a dokáží vyplnit prázdnotu, kterou v životě pociťují. Se svými seriálovými hrdiny prožívají jejich starosti, lásky i zklamání a stávají se tak součástí děje. S tím úzce souvisí vznik seriálových celebrit, tedy hlavních protagonistů, ale i výrazných vedlejších rolí. Typickým příkladem je například Lukáš Hejlík z *Ordinace v růžové zahradě* nebo Radúz Mácha ze seriálu *Cesty domů*. Tyto hvězdy se často dostanou do popředí zájmu pouze v souvislosti s úspěšným seriálem, a pokud scénárista jejich roli zruší, jejich sláva obvykle mizí.

- Sitcom (situační komedie)

Představuje jeden z nejpůvodnějších a nejvytrvalejších televizních žánrů, zaujímající důležitou pozici v programových schématech. Sitcomy jsou zasazeny do určitého prostředí (dům, pracoviště), kde se odehrává veškerý děj. Umělý smích ve studiu dává divákům jakousi nápovědu, která situace má být legrační. „Žánr sitcomu je specifickou kombinací prvků, jako je fikční příběh podle scénáře, sebereflexivní herecké výstupy, vtipy, fyzické komično a studiový smích.“²⁵ Jednotlivé díly sitcomu na sebe nenasazují, nevyžadují tudíž od diváka kontinuální sledování děje. Velmi oblíbenými sitcomy jsou *How I Met Your Mother*, *M.A.S.H.*, *The Big Bang Theory*, *My Family*, *Přátelé*, *Simpsonovi*, *Comeback*, *Drahá tchyně* nebo *PanMáma*. Díky sitcomu se proslavil třeba Matěj Ruml (*Comeback*) nebo Jakub Žáček a Martin Sobotka (*PanMáma*).

- Krimi seriál

Je divácky velmi oblíbenou kategorií, jejímž základem je napínavý příběh a charismatická postava policisty, případně týmu dvou či více kriminalistů. Hlavní postavy mezi sebou mohou vést dialogy, které divákovi pomohou vysvětlit zápletku, lépe porozumět vyšetřování a spolu s nimi může hodnotit důkazy a chování svědků. Kriminální příběhy také nastolují řadu dalších otázek týkajících se především zákona, povahy trestu a často řeší dilema mezi zákonným trestem a osobní mstou. Nejznámějšími krimiseriály jsou *Kriminálka New York*, *Colombo*, *Komisař Rex*, *Sherlock*, *Třicet případů majora Zemana* nebo *Malý pitaval z velkého města*. Díky tomuto žánru se známými stali například Michal Pešek (*Malý pitaval z velkého města*) nebo Vladimír Brabec (*Třicet případů majora Zemana*).

²⁵ ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466. s. 43.

- Talk show

Televizní obdoba veřejné debaty věnovaná různorodým tématům, od aktuálních zpravodajských věcí přes různé zdravotní problémy až po vydání nové knížky nebo pohled do soukromého života pozvaných hostů. Talk show získala věhlas s příchodem Oprah Winfrey, která svým „...způsobem komunikace zavedla termín ‚vztahový rozhovor‘.“²⁶ Díky ní mohli diváci nahlédnout do soukromí gayů a lesbiček, zjistili, co trápí drogově závislé lidi nebo černošské matky. *Oprah Winfrey Show* se stala nejsledovanějším pořadem americké televize, vedle ní usedla i řada osobností od Billa Clintona, Davida Beckhama po Rihannu, která například poprvé na veřejnosti otevřeně promluvila o tom, jak jí bil její přítel Chris Brown. U nás podobného stylu požívala Halina Pawłowska v talk show *Banánové rybičky*. K dalším úspěšným pořadům patří *Uvolněte se, prosím* s Janem Krausem, *Otázky Václava Moravce*, *Partie*, *Tabu*, *Cafe X*, *Krásný ztráty* aj. Díky talk show se mediálně výraznější osobou stal Václav Moravec (*Otázky Václava Moravce*), Roman Šmucler (*Tabu*), Luboš Xaver Veselý (*Cafe X*), Michal Prokop (*Krásný ztráty*) nebo Jan Punčochář (*Partie*). Ani jeden z moderátorů však nedosáhl stejného věhlasu jako Oprah Winfrey.

- Soutěžní pořady

Podporují především účast diváka, umožňují mu zapojit se do soutěže a aktivně se tak podílet na obsahu televizním pořadu. „Moderátor provádí diváky starým a známým příběhem o soupeření a o úspěchu,“²⁷ přičemž soutěžící je hlavní aktér. V historii *Československé televize* patřily k neúspěšnějším soutěže *Deset stupňů ke zlaté* nebo *Šest ran do klobouku*. Většina soutěží je vědomostních, jako například *Videostop*,

²⁶ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 164 s. ISBN 978-80-86723-73-0. s. 119.

²⁷ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6. s. 183.

Nejslabší! Máte padáka., Riskuj, Chcete být milionářem nebo AZ-kvíz. Řada soutěží je vysílána v licenci, musí se tedy striktně řídit uzavřenou smlouvou a z ní vyplývajících pravidel. Moderování těchto soutěží přineslo popularitu třeba Vladimíru Čechovi (*Chcete být milionářem*), Zuzaně Slavíkové (*Nejslabší! Máte padáka.*) nebo Aleši Zbořilovi a Evě Machourkové, rozené Brettschneiderové (*AZ-kvíz*).

- Reality show

Žánr, který si na začátku 21. století podmanil všechny, od jeho tvůrců, přes diváky a účinkující až po odborníky a kritiky. Reality show se podobá snad všem žánrům, je v ní talk show, soutěž, drama, prvky sitcomu i dokumentu. Je příkladem prolínání televizních žánrů, která má přesah i do kultury. Tím, jak jsou soutěžící pod neustálým dohledem kamer a televizní tvůrci z nich postupně dělají hvězdy, se stávají součástí světa celebrit. Formují tak „...představy veřejnosti o osobnostech, jako jsou filmové a fotbalové hvězdy nebo zpěváci pop-music.“²⁸ To, že televize dokáže vytvořit hvězdu pouhým poskytnutím prostoru ve svém vysílání, dokazují i reality show vysílané u nás. Jmenujme *Vyvolené, Česko hledá SuperStar, Jste to, co jíte, Hotel Paradise, Big Brother, Výměna manželek, Trosečník, Bailando, Pošta pro tebe, Jak se staví sen, Česko Slovensko má talent*, ze kterých vzešly mediálně sledované osobnosti jako například Vladko Dobrovodský, Regina Holásková, Jozef Pavlusík, Aneta Langerová, Ewa Farná, Sámer Issa, Ben Cristovao, El Nino aj. A stejně jako soutěžící, tak i moderátoři úspěšných reality show jsou v době jejich vysílání středem pozornosti, například Tereza Pergnerová, Ester Janečková, Pavel Cejnar, Kateřina Cajthamlová nebo Martina Gavriely.

²⁸ ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466. s. 47.

- Zpravodajství

Tvoří jeden z prvních televizních žánrů, který vždy hrál významnou roli. Zpravodajství prošlo nejen technologickým, ale i obsahovým vývojem a řadí se k nejsledovanějším pořadům na všech stanicích. Moderátor (moderátoři) provází diváky důležitými událostmi celého dne, po dramatických reportážích následují klidnější, líbivější informace. Jednotlivé reportáže mají různou dramatickou linku, zpravidla „*obsahují konflikt, nabízejí více možných rozuzlení a často i „pokračování příště“.*“²⁹ Reportáže často bývají konstruované a hodnotová sdělení musejí v některých případech ustoupit efektům a přehnané dramtizaci příběhu. Podle některých mediálních odborníků se televizní zpravodajství „...*stává kombinací divadla, zábavné show a politického svádění.*“³⁰ Televizními hvězdami se kromě moderátorů hlavních zpravodajských relací stávají i redaktoři a respondenti (politici, hasiči, policisté i obyčejní lidé, o kterých jsou reportáže točeny). K moderátorským hvězdám u nás patří například Lucie Borhyová, Rey Koranteng, Markéta Fialová, Jakub Železný, Jolana Voldánová, Emma Smetana nebo Karel Voříšek. Z reportérských hvězd pak Ladislav Hruška, Lenka Pastorčáková, Karel Rožánek, Patrik Kaizr aj.

²⁹ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6. s. 184.

³⁰ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4735-634. s. 82.

3. Filmová versus televizní hvězda

To, jak televize ovlivnila během velmi krátké doby životy milionů lidí na celém světě, se vůbec nedá srovnávat s postupným začleňováním filmu nebo rozhlasu do kulturní sféry. I když nový technický vynález všechny fascinoval, tvůrci a distributoři filmu přijali příchod televize velmi nevraživě. Zpočátku napjatý vztah postupně přerostl v silnou konkurenci. Lidé přestávali chodit do kina, dávali přednost sledování filmu z pohodlí domova. Filmoví producenti se spojili a chtěli televizi a její masovou přitažlivost zničit. I když tento spor měl vliv na televizní i filmovou tvorbu, nezdá se, „...že by ani v budoucnu mohla televize objevit něco, co by se od filmového vyjadřování podstatně odlišovalo.“³¹ Základem práce televizní hvězdy je kontakt s divákem. Televizní moderátor, bavič, redaktor, moderátor musí diváka svým projevem přesvědčit, divák musí poznat, že je to profesionál a že rozumí svému oboru. „*Publikum očekává, že vzhled a vystupování aktéra si budou odpovídat a že budou mít i logickou souvislosti se scénou.*“³² Důležitou součástí jsou, kromě vizáže, také sympatie a charisma. Jen tak se z běžného reportéra či moderátora může stát opravdová hvězda. Většina televizních produktů závisí na známých osobnostech, které v tomto případě slouží jako nástroj k tomu, aby se pořad stal u diváků oblíbený a měl co největší sledovanost. Na tom, aby se seriálové, moderátorské hvězdy či hvězdy z reality show co nejvíce objevovaly v médiích a tím se jejich sláva a potažmo popularita televizního produktu udržela, pracuje jak PR oddělení jednotlivých televizí, tak i hvězdy samotné, případně jejich manažeři. Jejich společným zájmem je co největší publicista v médiích, přičemž v televizi jsou to zejména vlastní pořady televizních stanic, jejichž obsahem jsou zprávy ze světa slavných. Mediální realita, která se okolo hvězd vytváří, je základem šoubyznysu. Televizní hvězdy, které se v tomto prostředí již naučily pohybovat, mohou na své popularitě jenom získat. Čas, který televize věnuje lidem na obrazovce, jen násobí zájem o ně. Pro slávu a její udržení jsou důležité kontakty, které mohou pomoci dostat se neznámému člověku do středu pozornosti. Nejčastěji se tato realita projevuje

³¹ FORMAN, Zdeněk. *Výrazové prostředky filmu a televize*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1983. s. 38.

³² *Média a realita: sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU Brno*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2002, 270 s. ISBN 80-210-3083-6. s. 241.

v šoubyznysu, kdy se před objektivy kamer dostávají lidé, kteří mají za sebou někoho vlivného nebo jsou nějakým způsobem zajímaví, extravagantní. Nablýskaný svět showbyznysu je v tomto případě velmi neobjektivní. V televizích jsou speciální pořady, zaměřené na svět slavných (*TV Nova* týdenní formát *Prásk*, *TV Prima* denní formát *VIP zprávy* a týdenní formát *Top Star Magazin*, *TV Barrandov* denní formát *Prominenti*) a ve snaze zaujmout diváka a také se odlišit od konkurence dávají prostor i těm, kteří si nálepku VIP často nezaslouží. Toto je velmi silný nástroj televize, jejíž vliv můžeme označit za masový.

3.1. Status hvězdy

Samo označení „hvězda“ pochází z filmového a hudebního prostředí a herci si toto společenské uznání získali díky postavám, které ztělesnili ve filmu. Jejich role jim také postupem času přisoudily určité vlastnosti, vytvořily o nich jisté stereotypy a hvězdy se tak staly „...ztělesněním archetypů či mýtů“³³. Mýtus, tedy „...představa o někom nebo o něčem nekriticky přijímaná, uctívaná a zbožňovaná“³⁴ pak může hvězdu pronásledovat i mimo filmové plátno nebo objektivy kamer. Řada lidí se jen těžko dokáže odpoutat od vlastností sledované postavy, kterou hvězda ve filmu ztvárňuje a tyto vlastnosti má pak tendenci hvězdě přisuzovat i v běžném životě. K tomuto obrazu dopomáhají média, která prostřednictvím svých článků či reportáží neváhají hvězdě přiřazovat dominantní vlastnosti role, kterou aktuálně představuje. Tento fakt se odráží zejména u seriálových herců, kteří se pravidelně objevují v televizi a divák si jejich role lépe zapamatuje. Druhým příkladem může být dominantní postava herce ve velmi oblíbeném filmu, který televize pravidelně nasazuje. Jako příklad můžeme uvést Vladimíra Brabce ze seriálu *Třicet případů majora Zemana*, kterému postava majora Zemana přisuzovala vlastnosti komunistického pohlavára, francouzská herečka Michèle

³³ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6. s. 201.

³⁴ *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2. s. 544.

Mercier se díky Angelice stala pro většinu lidí pohádkově krásnou, chytrou a oddanou ženou, americký herec Steven Segal je díky rolím v akčních filmech ochráncem dobra, utiskovaných postav. Ze současných seriálů jmenujme například Otu Jiráka ze seriálu *Ordinace v růžové zahradě*, kde hraje dětského lékaře, tudíž jsou mu přisuzovány vlastnosti milého a ochotného pediatra. Role lékaře ze seriálu *Sanitka I. a II.* navždy přisuzuje Jaromíru Hanzlíkovi vlastnosti obětavého záchranáře, který se snaží nemocným lidem pomoci. Dětská role Vikiho Cabadaje pro Jana Antonína Duchoslava v komedii *Sněženky a machři* navždy znamená obraz dětského uličníka s dobrým srdcem, který nezkazí žádnou legraci. Na vznik hvězdy má značný vliv i kultura společnosti. Každá známá osobnost musí ztělesňovat představy a hodnoty společnosti v dané době. Ve své konstrukci musí mít „...něco, co oslovuje hodnoty uznávané publikem a poskytuje mu potěšení či uspokojení.“³⁵

3.2. Tržní hodnota hvězdy

Každá hvězda má svoji tržní hodnotu, dokáže nalákat investory a pomoci médiu k úspěchu. Slavné jméno dokáže prodat film, nalákat diváky do kina a televizním pořadům zajistit sledovanost. Většina filmů a televizních pořadů dnes již vzniká s tím, že se v projektu objeví minimálně jedno slavné jméno. Tvůrci jsou si dobře vědomi toho, že pro publikum je známá tvář přitažlivá a divák si mnohdy dílo vybere jen díky ní. Hvězda se stává nástrojem marketingu, její jméno a fotografie se objevuje na plakátech, poskytuje rozhovory o novém projektu (tento fakt bývá často součástí smlouvy), vystupuje v televizních pořadech a propaguje tak nejenom sebe, ale také svoji práci (ve filmu, v televizi, v divadle, nahrávání nové desky aj.). Hvězdy na televizních obrazovkách pomáhají médiu zvítězit v konkurenci stejných žánrů (zpravodajství vysílané na *TV Nova* vítězí nad zpravodajskými relacemi v *TV Prima* a v *České televizi*; diskusní pořad *Otázky Václava Moravce* vítězí nad *Partií* v *TV Prima* aj.), některé

³⁵ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6. s. 202.

pořady jsou na moderátorovi přímo závislé. Tím, že moderátor jako jediný hovoří do kamery, udržuje s publikem přímý kontakt, přičemž ostatní hosté se smí dívat pouze na moderátora. Tržní hodnotu hvězd odrážejí i tištěná média, titulní stránky časopisů a bulvárních deníků vsázejí na známá jména, která jim zajistí prodej. Příběh, ať už vymyšlený či reálný, spojený s celebritou je zárukou vysokého zájmu publika. „*Mediace je proces zvýznamňování, který dokáže vytvářet sociální skutečnosti nového druhu, odlišné společenským postavením od skutečností, jež se staly inspirací či materiálem pro mediaci.*“³⁶

3.2.1. Image hvězdy prodává

Zjišťováním vlivu celebrit na veřejnost se zabývají i reklamní agentury, které si sestavují speciální žebříčky jejich popularity. Podle nich jednotlivým produktům nebo všem výrobkům jedné značky přiřazují známá jména (jeden z nejvýraznějších byl například americký basketbalista Michael Jordan, který propůjčil svoji tvář firmě *Nike – Air Jordan*, zpěvačky Britney Spears nebo Christina Aguilera zaštitují známou značku *Coca Cola*, věhlasný rybář Jakub Vágner podporuje *ČSOB* a herec a moderátor Jan Kraus propaguje *Mattoni*). Zpočátku se hvězdy účinkování v reklamních šotech bránily, nechtěly, aby jejich jméno bylo spjato s konkrétním výrobkem. Postupně si začaly uvědomovat, že příjmy z reklamy pro ně mohou představovat nemalou částku a nabídky reklamních agentur začaly přijímat. Jedním z těch, kdo dlouho nechtěl propůjčit svou image žádné značce, byl Karel Gott, v roce 2011 své jméno ale nakonec spojil s *Aquilou*. Podmínky, které reklamní agentury uzavírají se známými osobnostmi, bývají velmi přísné. V reklamním šotu je pak důležité respektovat osobnost celebrity, její profesní zaměření a sociální status. Zároveň slavná tvář nesmí zastínit propagaci produktu, což bývá pro tvůrce reklamy mnohdy velmi obtížné. Propagace výrobku celebritou se ale nemusí objevovat jen v podobně televizní reklamy. Znamé oděvní

³⁶ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7. s. 45, 46.

značky mají své vybrané filmové nebo sportovní hvězdy, které oblékají, a kdykoliv známé osobnosti vystoupí před publikem, mají na sobě oblečení konkrétní značky (David Beckham – *Armani*, Zidenine Zidane – *Adidas*). Značný vliv známého jména značku reprezentuje a pomáhá jí udržet svoji sílu na trhu. Kupující důvěřují svým hvězdám, sympatizují s jejich životním stylem a koupí výrobku spojeného s oblíbenou tváří se s hvězdou ztotožňují, preferují stejný výrobek a mají stejný vkus.

3.2.2. Image hvězdy pomáhá

Masovou oblibu hvězd si uvědomují i politici, kteří známé tváře často využívají k propagaci svých politických názorů. S ČSSD se v minulosti například ztotožnila Jiřina Bohdalová, Kateřina Brožová nebo Daniel Hůlka. ODS zase vsadila na Lucii Bílou nebo Jana Kalouska. Předseda *Hnutí ANO* Andrej Babiš se spojil s hokejistou Jaromírem Jágrem. Se slavnými jmény se ztotožňují i různé dobročinné organizace, například světovou organizaci *UNICEF* podporují Audrey Hepburn, Angelina Jolie nebo Whoopi Goldberg, českou sekci *UNICEF* pak Patrik Eliáš nebo Karel Voříšek. Z českých neziskových organizací také jmenujme například *Nadaci Naše dítě*. Tu významně podporuje Helena Vondráčková nebo Karel Gott. I tady populární osobnosti pomáhají upoutat pozornost a upozorňují skrze své slavné jméno na problémy, které společnost sužují a ke kterým by neměla být lhostejná. Sociální kampaně prezentované slavnými tvářemi jsou veřejností vnímány pozitivně, organizace pak snadněji nacházejí dárce a dobrovolníky. Stejně tak je tomu u charitativních akcí, kde celebrity většinou vystupují bez nároku na honorář. Pro začínající umělce to může být způsob, jak se zviditelnit po boku slavnějšího kolegy a upoutat tak na sebe pozornost médií.

3.1. Ocenění televizních osobností

U nás i v zahraničí existuje řada anket, které rozdělují celebrity podle jejich profesního zaměření a vytvářejí jejich žebříčky. Z českých je nejpobulárnější anketa *TýTý* o nejoblíbenější tváře a pořady televizních obrazovek. Od roku 1991 ji pořádá časopis *Týdeník Televize*. V roce 2012 se volilo do těchto kategorií: Osobnost televizního zpravodajství (Lucie Borhyová), Osobnost televizní publicistiky (Josef Klíma), Osobnost televizní zábavy (Karel Šíp), Sportovní moderátor (Vojtěch Bernatský), Herec (Ondřej Brzobohatý), Herečka (Veronika Freimanová), Zpěvák (Karel Gott), Zpěvačka (Lucie Vondráčková), Pořad roku (*Partička*), Seriál roku (*Vyprávěj*), Objev roku (Martin Kraus). Nechybí ani kategorie Absolutní vítěz (Josef Klíma) a každoročně je také jedna osobnost uvedena do Dvorany slávy (Lubomír Lipský).³⁷

To, co je pro televizní tváře anketa *TýTý*, je pro hudební sféru *Český slavík Mattoni* (dříve *Zlatý slavík*), anketa popularity českých zpěváků, zpěvaček a skupin. Je vyhlašována od roku 1996. V roce 1999 se spojil *Zlatý slavík* s novým generálním partnerem a od té doby se nejlepší hudebníci vyhlašují pod záštitou *Český slavík Mattoni*. V roce 2013 se hlasovalo v těchto kategoriích: Zpěvák (Karel Gott), Zpěvačka (Lucie Bílá), Skupina (*Kryštof*), Objev roku (Adam Mišík), Skokan roku (*ABBA STARS*), Hvězda internetu (Johnny Machette), Absolutní slavík (Karel Gott), MTV videoklip roku (*Cesta* od skupiny *Kryštof* a Tomáše Kluse), Nejoblíbenější píseň posluchačů rádia Impuls (*Cesta*), Slavíci bez hranic (skupina *No Name*).³⁸

³⁷ Televize.cz: Týtý [online]. © 2010 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.televize.cz/tyty/2012>

³⁸ Český Slavík MATTONI [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.ceskyslavikmattoni.cz/>

3.2. Ocenění filmových osobností

Od roku 1929 se v Americe každoročně udělují prestižní ceny *Academy Awards of Merit*, a to v různých oblastech filmů. *Oscar*, tedy označení hlavní ceny, je považován za nejprestižnější filmovou cenu. Slavnostní večer patří k největším společenským událostem roku. K nejdůležitějším kategoriím patří Nejlepší film (roku 2013 snímek *Argo*), Nejlepší režie (roku 2013 Ang Lee – *Pí a jeho život*), Nejlepší herec v hlavní roli (roku 2013 Daniel Day – Lewis ve filmu *Lincoln*), Nejlepší herec ve vedlejší roli (roku 2013 Christoph Waltz – *Nespoutaný Django*), Nejlepší herečka v hlavní roli (Jennifer Lawrence – *Terapie láskou*), Nejlepší herečka ve vedlejší roli (Anne Hathaway – *Bídníci*) aj.³⁹

Z filmových festivalů pořádaných v České republice je nejprestižnější *Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary*. První ročník byl uspořádán v Mariánský lázních v roce 1946, o rok později se festival přesunul do Karlových Varů. Festival využil bývalý komunistický režim k propagaci svých politických názorů, po Sametové revoluci nebyla nálada ve společnosti filmovému svátku příliš nakloněna. Od roku 1994, kdy se organizace festivalu ujali Jiří Bartoška a Eva Zaoralová, začal být festival v Karlových Varech opět uznávanou filmovou přehlídkou. Festival se koná již tradičně začátkem července a každoročně je na něm promítáno na 180 celovečerních filmů a několik desítek krátkých filmů z celého světa. V roce 2013 si například Cenu za mimořádný umělecký přínos světové kinematografii převzali režisér Oliver Stone, herec John Travolta a výtvarník Theodor Pištěk, Cenu za režii získal Jan Hřebejk za snímek *Libánky* aj.⁴⁰

Od roku 1993 se uděluje česká filmová cena *Český lev*, ocenění symbolizuje křišťálová soška lva. Filmy hodnotí porota, která se skládá z členů *České filmové a televizní akademie*. Jsou mezi nimi zejména filmový tvůrce, kritici a herci. Slavnostnímu vyhlášení předchází také nominační večer a hodnotí se ty filmy, které měly premiéru

³⁹ The Academy of motion picture arts and sciences [online]. © 2013 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: <http://www.oscars.org/>

⁴⁰ Karlovy Vary: Mezinárodní filmový festival [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.kviff.com/cz/aktualne/>

v předchozím roce. V roce 2012 byl nejúspěšnějším filmem snímek *Ve stínu*, který dostal zároveň ocenění za nejlepší režii, scénář, hlavní mužský herecký výkon (Ivan Trojan), zvuk, hudbu, nejlepší výtvarné řešení filmu, střih, kameru a nejlepší filmový plakát. Nejlepší herečkou se stala Gabriela Míčová za roli ve snímku *Odpad město smrt*. Za nejlepší zahraniční film roku 2012 vyhlásila porota film *Nedotknutelní*.⁴¹

⁴¹ Český lev: kinobox.cz [online]. © 2009-2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.kinobox.cz/ceskylev/>

4. Kult Marilyn Monroe

Marilyn Monroe, vlastním jménem Norma Jeane Mortenson, patří k největším a zároveň také nejtragičtějším legendám Hollywoodu. Narodila se 1. června 1926 ve veřejné porodnici Všeobecné okresní nemocnice v Los Angeles Gladys Monroe, průměrné střihačce filmů v hollywoodských studiích. Otce nikdy nepoznala. Když bylo Normě Jeane Mortenson osm let, byla její matka umístěna do Státní psychiatrické léčebny (paranoidní schizofrenie). Dětství strávila v různých pečovatelských rodinách a v sirotčinci. Již jako malá snila o tom, že se stane hvězdou, toužila po slávě a obdivu. V šestnácti letech se provdala za Jima Doughertyho. Ten v roce 1944 vstoupil do armády a odjel bojovat do zámoří. Norma Jeane Mortenson si našla práci na výrobní lince v továrně na letadla, kde vykonávala typicky mužskou práci. První krok ke slávě udělala za pomoci fotografa Davida Conovera, který si všiml její fotogeničnosti a poradil jí, aby se stala modelkou. Norma Jeane Mortenson ho poslechla, začala pózovat pro fotografie, našla si agenta a vyletěla na špičku modelingového byznysu. „*Dobře spolupracovala, byla horlivá a veselá, blýskala modrozelenýma očima, radostně se usmívala, dívala se do fotoaparátu, ani nemrkla, ani v nepříjemném postoji nejevila známky netrpělivosti a nepohodlí.*“⁴² V srpnu 1946 úspěšně absolvovala kamerovou zkoušku pro společnost *20th Century Fox*, změnila si jméno na Marilyn Monroe (Marylin po Marilyn Miller, hvězdě kabaretu *Ziegfeld Follies* a Monroe bylo dívčí jméno její matky). Rozvedla se s Jimem Doughertym a zdálo se, že na cestě k vrcholu jí již nic nebrání.

Trvalo šest let, než se stala opravdovou hvězdou. Proslavily ji až filmy *V osidlech noci* a *Don't Bother to Knock*. V listopadu 1952 začala natáčet snímek *Páni mají radši blondýnky*. Hollywoodská scenáristka a spisovatelka (autorka knižní předlohy k filmu *Páni mají radši blondýnky*) Anita Loosová, tvrdila, že v Marilyn Monroe „...byl jakýsi rozpor. Byla neobyčejně citlivá a citová, ale bála se zranění, a tak se snažila tyto city

⁴² SPOTO, Donald. *Marilyn Monroe: životopis*. Vyd. 1. Překlad Pavel Dufek. Praha: Ikar, 1996, 477 s. ISBN 80-717-6261-X. s. 79.

maskovat.“⁴³ I přesto, že Marilyn Monroe byla zpočátku odmítnuta hned třemi významnými hollywoodskými studii, pěstovala si velmi intimní vztahy s vlivnými producenty a šéfy. Pro slávu byla ochotná udělat cokoliv. Sex ale nebyl její jedinou zbraní. Přátelila se s novináři a publicisty, vždy byla k dispozici pro studiové reklamní fotografování a rozhovory. Velmi dobře také ovládala publicitu. Aby se jí dostalo pozornosti, chodila na večírky oblečená do odvážných šatů s hlubokými výstřihy, přetělila se v nejméně sexy herečku Hollywoodu. V květnu 1949 pózovala Marilyn Monroe nahá fotografovi, který chtěl snímek do kalendáře s akty (fotografie se také objevila v roce 1953 v časopisu *Playboy*). Tím Marilyn Monroe porušila všechna pravidla slušné hollywoodské herečky. Toužila se stát sexuálním ideálem a dělala pro to vše. Novináři Earlu Wilsonovi se například svěřila s tím, že nenosí spodní prádlo (tento zvyk se stal její značkou, kterou převzala od herečky Jean Harlow, sexuální bohyně 30. let), začala nosit jehlové podpatky hned poté, co se poprvé objevily (tvrdila, že jí prodlouží nohy a tím se stane pro muže atraktivnější) a šokovala hlubokými výstřihy, někdy prostřiženými až do pasu. „*Šlo o ženství a ženskost, kterou jsou pro muže tím přitažlivější, že se v nich svůdnost jako cosi apriorně nebezpečného k nerozeznání mísí s poddajností a dokonce bezbranností, naléhavě se dožadující mužské ochrany.*“⁴⁴ Marilyn Monroe si ale uvědomovala, že vedle role sexuální královny je také důležité mít hereckou přípravu. Přemluvila nejlepší učitele herectví, aby ji přijali jako studentku. Studovala tak na divadelní škole *Actors Lab*, Natasha Lytess se stala její soukromou učitelkou, herectví studovala také s Michaelem Chekhovem (synovec Antona Pavloviče Čechova), který byl považován za nejlepšího učitele herectví v zemi (spolu s Lee Strasbergem). Studovala i pantomimu (u komičky Lotte Goslar), zpěv (Phil Moore a později Hal Schaefer) a také tanec (Jack Cole). K úspěchu pomohl Marilyn Monroe i agent Johnny Hyde, získal pro ni role ve filmech *Šťastní v lásce*, *Lístek do Tomahawku*, *Asfaltová džungle*, *Vše o Evě*. Zařídil jí články v časopisech, smlouvu se studiem *Fox* a donutil ji studovat filmy Charlieho Chaplina, aby zlepšila komediantské schopnosti. Po ukončení sporů s Darrylem Zanuckem jí Zanuck nabídl role, kde vynikly její tvary, například ve filmu *Let's Make It Legal*, *Niagara*, *Páni mají radši*

⁴³ FRANCL, Gustav. *Galérie hvězd filmového plátna*. Praha: Výběr, 1992, 125 s. ISBN 80-854-9710-7. s. 76.

⁴⁴ VOSTRÝ, Jaroslav. *O hercích a herectví: osobnost a umění*. Vyd. 1. Praha: Achát, 1998, 274 s. ISBN 80-902-2217-X. s. 180.

blondýnky, Jak si vzít milionáře. Zanuck jí odmítal obsazovat do charakterních rolí, jeho názor nezměnil ani sňatek Marilyn Monroe s baseballovou hvězdou a národním hrdinou Joe DiMaggiem v lednu roku 1954. Obsadil ji do filmu *Slaměný vdovec* do role přihloupělé blondýny. Marilyn Monroe se rozhodla vymanit se z vlivu Zanucka a definitivně skoncovat s minulostí – odstěhovala se do New Yorku, aby si vytvořila vlastní produkční společnost s fotografem Miltonem Greenem nazvanou *Marilyn Monroe Production (MMP)*. A v říjnu 1954 se také rozvedla s Joem DiMaggiem. Marilyn Monroe se v různých variacích od dětsky roztomilé až po smyslnou krásku objevovala ve většině svých dalších filmů, jmenujme *Zastávka v Kansasu, Princ a tanečnice, Někdo to rád horké, Pojd', budeme se milovat.* „*Vznášela se půl metru nad svými obdivovateli a nad těmi, kteří z ní vytvářeli tržní artikl.*“⁴⁵ Svoji produkční společností MMP světu dokázala, že není jen tupá blondýnka, nová Marilyn Monroe v New Yorku byla také elegantní, vkusná a decentní. Oblékali jí jedni z nejlepších návrhářů, nosila modely od Johna Moorea, Jacka Hansena nebo návrhářky Anny Klein. Marilyn Monroe učarovala každému, koho potkala, její kouzlo bylo neodolatelné.

4.1. Příběh s nekonečnými možnostmi

V červnu 1956 se provdala za Arthura Millera a proměnila se v hospodyňku. Stala se z ní vynikající kuchařka, měla psa, kočku a dva papoušky a stala se dobrou nevlastní matkou pro Millerovy děti Roberta a Jane. Nadále studovala herectví, zajímala se o svou kariéru, pravidelně chodila k psychiatrovi. A také pod Millerovým vlivem vyhodila Milтона Greena z produkční společnosti *MMP*. Rozhodla se mít dítě, ale kvůli endometrióze třikrát potratila. Poprvé během natáčení filmu *Princ a tanečnice* v létě 1956, podruhé v srpnu 1957 a potřetí v prosinci 1958 po dokončení snímku *Někdo to rád horké*. Během tohoto období se také několikrát předávkovala. Domácí život ji začal nudit, navíc na ni Arthur Miller naléhal, aby vydělávala víc peněz. Práce s Marilyn

⁴⁵ CAMONTE, Tony S. *Hollywood včera a dnes*. 1. vyd. Překlad Ljubomír Oliva. Praha: Český filmový ústav, 1992, 110 s. ISBN 80-700-4075-0. s. 99.

Monroe začala být obtížná (snímky *Někdo to rád horké*, *Pojď, budeme se milovat*, *Mustangové*, *Slaměný vdovec*), měla spory s režiséry, chodila pozdě na natáčení a brala drogy. Během snímku *Pojď, budeme se milovat* prožila krátký románek s Yvesem Montandem, to už ale bylo její manželství s Arthurem Millerem v troskách. Kvůli závislosti na lécích musela být hospitalizována a podstoupit detoxikaci v nemocnici v Los Angeles. Vrátila se do New Yorku, oznámila odloučení od Artura Millera, se kterým se pak v lednu roku 1961 rozvedla. V té době se již tajně, i když ne příliš často, stýkala s Johnem Fitzgeraldem Kennedym. „Z různých zaznamenaných svědectví je možné soudit, že ani Kennedyho vzplanutí nevyvolal a neudržel jen její tělesný zjev, ale zejména mužská potřeba ochraňovat dívku, která si o takovou ochranu říká celým svým projevem.“⁴⁶ Rozvod jí velmi ublížil, proto se později začala opět vídat s Joe DiMaggiem, který jí také pomohl, když se opět zhroutila a chybou lékařů skončila na psychiatrické klinice. I když byla Marilyn Monroe DiMaggiovi vděčná, nikdy se k němu nevrátila. Podstoupila intenzivní psychiatrickou léčbu u slavného psychiatra Ralpa Greensona a v červnu 1961 se vrátila zpět do Hollywoodu. I když tady potkala řadu přátel a nově si snadno udělala, stala se z Marilyn Monroe spíše samotářka. Chodila na psychiatrická sezení, pila alkohol, brala drogy, aby se zbavila nespavosti a deprese. V prosinci 1961 jela na večírek na počest Jacka Kennedyho, o několik dnů později se v Hollywoodu opět předávkovala. Následovalo domácí léčení a detoxikační program, dvacet čtyři hodin denně ji hlídaly ošetřovatelky.

4.2. Démon pod povrchem mýtu

Opět se dala dohromady, v lednu 1962 si koupila dům, v březnu převzala *Zlatý globus* od Hollywoodské asociace zahraničního tisku jako nejpoblárnější filmová osobnost světa. V dubnu začala točit film *Something's Got to Give*. Přestože byla závislá lécích, „...zdálo se, že jí maří život jenom nárazově – a to je asi důkaz její životní síly,

⁴⁶ VOSTRÝ, Jaroslav. *O hercích a herectví: osobnost a umění*. Vyd. 1. Praha: Achát, 1998, 274 s. ISBN 80-902-2217-X. s. 181.

odhodláni překonávat překážky v minulosti i přítomnosti.“⁴⁷ V květnu odletěla do New Yorku, aby zaspívala na oslavě narozenin Johna Fitzgeralda Kennedyho, oblékla si průhledné světle béžové látky, které jí těsně přiléhaly k tělu. Její svůdné vystoupení bylo považováno za skandální. Jejich velmi krátký milenecký vztah skončil v době, kdy se Kennedy rozhodl, že bude opět kandidovat na prezidentský úřad. Po návratu zpět do Hollywoodu k natáčení filmu *Something's Got to Give* na ni čekaly další problémy. Tvůrci filmu tvrdili, že jí nedali povolení odjet na oslavu narozenin, herečka se ale bránila, reagovala na jejich obvinění a rozdávala rozhovory médiím. Vyjednala si se společností *Fox* novou smlouvu, podle které měl být přepsán scénář a najat nový režisér. V noci ze 4. na 5. srpna 1962 herečka v důsledku nadměrného požití barbiturátů zemřela. Přátele její smrt šokovala, nebyla ale překvapením. V minulosti se léky předávkovala už mnohokrát. O posledních detailech týkajících se Marilyn Monroe rozhodl Joe DiMaggio. Názory na to, zda si Marilyn na život sáhla sama, nebo byla zavražděna, se různí. Po její smrti se objevila řada svědectví, které stvrzovaly jednu či druhou teorii. Za vraždu Marilyn Monroe v minulosti ale nikdo souzen nebyl.

Marilyn Monroe prožila celý život v záři publicity. Lidé ji kritizovali a zároveň obdivovali, fandili jejímu snu a milovali příběh o ztracené holčičce, která si vlastní píli vydobyla slávu. Byla ztělesněním amerického snu, ale také důkazem toho, jak je člověk zranitelný a jak snadno ve chvílích beznaděje a smutku sáhne po lécích a alkoholu. Marilyn mířila vysoko a chtěla mít všechno, přesto řešila stejné dilema, jako většina žen, které chtějí v životě něco dokázat: jak skloubit kariéru s osobním životem a manželstvím. „*Sláva a popularita nedokázaly zřejmě plně uspokojit ženu, která hledala pevné citové zázemí.*“⁴⁸ Ani v jednom ze tří sňatků nenašla to, co potřebovala. Nesmírná popularita a obrovské úspěchy nedokázaly přehlušit pocit prázdnoty a neúspěchu v osobním životě.

⁴⁷ SPOTO, Donald. *Marilyn Monroe: životopis*. Vyd. 1. Překlad Pavel Dufek. Praha: Ikar, 1996, 477 s. ISBN 80-717-6261-X. s. 420.

⁴⁸ FRANCL, Gustav. *Galérie hvězd filmového plátna*. Praha: Výběr, 1992, 125 s. ISBN 80-854-9710-7. s. 76.

5. Tvorba hvězdy v průřezu času

Hvězdnou kariéru mohou začínajícímu herci nebo zpěvákovi pomoci vybudovat jediné média. Ta jsou „...nástrojem výroby slávy a celebrit, ať už ze světa politiky, sportu, nebo zábavy, a jsou jimi také uhranuta.“⁴⁹ Kvůli velké konkurenci podobně zaměřených novin, časopisů, televizí i rádií se tvůrci snaží hledat a vytvářet vlastní objekty slávy (televize vysílají své reality show nebo talentové soutěže, bulvární média vyhláší soutěže krásy aj.). Takové jméno je zpočátku příliš spjaté s konkrétním médiem a ostatní o něm v rámci konkurenčního boje informují jen velmi sporadicky. Pokud se ale přece jen prosadí na modelingovém, hudebním nebo hereckém poli a jeho talent nezapadne pár měsíců po skončení soutěže, může se z něj stát hvězda napříč všemi konkurenčními pořady. V této souvislosti jmenujme například Anetu Langerovou (zvítězila v prvním ročníku *Česko hledá SuperStar* na TV Nova). Stejně tak je tomu u hereckých hvězd, například Roman Zach na sebe nejvíce upozornil v seriálech *Redakce* a *Ordinace v růžové zahradě* na TV Nova. Jeho kariéru média ostře sledovala, stal se velmi populárním hercem. V současné době hraje v seriálu *Cesty domů* na TV Prima. Podobně je na tom Karel Voříšek, kterého diváci 14 let vidali jako moderátora *Hlavní zpravodajské relace* na TV Nova. Od května roku 2013 moderuje Karel Voříšek po boku Kláry Doležalové *Hlavní zpravodajskou relaci* v TV Prima. V případě Karla Voříška a Romana Zacha využila TV Prima hvězdy konkurenční stanice TV Nova k tomu, aby přilákala ke svým obrazovkám jejich příznivce. Zatímco TV Nova z nich hvězdy udělala, TV Prima pouze vyučila jejich slávu a publikum. Podobně tomu tak bylo i v případě investigativních novinářů Josefa Klímy a Janka Kroupy. V okamžiku, kdy se TV Nova rozhodla zrušit úspěšný publicistický pořad *Na vlastní oči* (rok 2009), publicistické duo Josef Klíma a Janek Kroupa odešlo do TV Prima s obsahově stejným pořadem *Soukromá dramata* (rok 2010). Popularitu našich investigativních špiček tedy využila TV Prima. A celý kolotoč se zopakoval ještě jednou, kdy v květnu 2012 přešel Josef Kroupa s Jankem Klímou zpět na obrazovky TV Nova, aby se v listopadu roku 2013 rozhodla TV Nova pořad *Na vlastní oči* z úsporných důvodů opět zrušit.

⁴⁹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745. s. 343.

V současné době se publicistický pořad opět vrátil na obrazovky *TV Prima* pod názvem *Očima Josefa Klímy* a jak je z názvu patrné, televize *Prima* se dohodla pouze s jedním z dvojice investigativních novinářů, a to Josefem Klímou. Tento mediální přesun je zajímavý ze dvou hledisek. Tím prvním je určitá prestiž, kterou investigativní pořad takovýchto kvalit celostátní televizi přináší, druhým pak, že publicistickým pořadům zůstávají diváci věrni a oblíbený formát provázený dvojicí uznávaných novinářů si diváci vyhledají napříč všemi stanicemi. Ve většině případů si ale televize své hvězdy hýčkají a snaží se si je na obrazovkách udržet. V praxi tak nebývá obvyklé, aby herci hráli v konkurenčních seriálech, stejně tak televizní pořady věnované zprávám ze společnosti primárně nezviditelňují hvězdy jiných médií.

5.1. Stálice a komety na hvězdném nebi

Skutečnou hvězdu, tedy „...*věhlasnou, ve společnosti nebo ve svém oboru váženou osobnost*“⁵⁰ odděluje od chvilkové komety především talent a píle. Opravdová celebrita musí svoji profesi dobře ovládat, musí umět zaujmout režiséra, producenta, nakladatele a v neposlední řadě publikum. Čím častěji se o ní v médiích píše a mluví, tím více oslovuje své příznivce a upevňuje své postavení na profesním i mediálním trhu. Způsobů, jak se v záři reflektorů udržet co nejdéle, existuje řada, přesto je důležité si předem uvědomit, kam až je člověk ochoten ve snaze zviditelnit se zajít.

- Popularita bez talentu

Řada lidí má obrovskou touhu zviditelnit se, stát se hvězdou, a to i přes absenci talentu. Chvilkových komet, které na hvězdném nebi zazáří a zase zhasnou, je spousta. Stačí mít

⁵⁰ *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2. s. 129.

dost odvahy, zaujmout veřejnost a novináře (v tomto případě spíše bulvární) opravdu za každou cenu. Ze světového šoubyznysu jmenujme například Paris Hilton, o které se mluví pouze v souvislosti se skandály, kterými šokuje. Z českého hvězdného rybníčku je takovým příkladem Agáta Prachařová nebo Nicky Tučková. Do záře reflektorů se může obyčejný člověk dostat i díky nejrůznějším reality show (viz kapitola Televizní žánry a jejich hvězdy) a v neposlední řadě to mohou být i hanlivě označované „zlatokopky“, tedy atraktivní mladé ženy, které si svoji „chvilku slávy“ užijí po boku nebo ve stínu mediálně zajímavé osoby. A nemusí to být jen ženy, které se takto dostanou do hledáčku médií. V této souvislosti jmenujme například Josefa Rychtáře a Zdeňka Macuru (oba spojuje jméno Ivety Bartošové), Ornellu Štikovou (otěhotněla s manželem Gábiny Partyšové Josefem Koktou), Petra Makovičku (přítele Lucie Bílé) nebo Janu Vopěnkovou (prezentovanou jako milenkou Karla Schwarzenberga). V mediální realitě se hvězdy bez talentu mohou nějaký čas objevovat, novináře a čtenáře bulváru mohou zaujmout svými excesy na večírcích, vyhraněnými názory nebo pikantními snímky ze soukromí. *„Jen málokterá kometa přeletí do oblaku skutečných hvězd. Tam už platí jiná kritéria.“*⁵¹

- Stálice hvězdného nebe

Opravdové hvězdy, které v hudební, filmové, sportovní či jiné oblasti září dlouho. Jsou to lidé, kteří mají talent, kteří tvrdě pracují, podporují svůj mediální obraz a uvážlivě s ním nakládají, jsou vstřícní ke svým obdivovatelům a zároveň i k novinářům. Většinou nevytvářejí umělé kauzy, pokud se něco nepříjemného v jejich kariéře či soukromém životě objeví, komentují situaci rozvážně, nemají zapotřebí rozehrávat hry ani s novináři, ani se svými fanoušky. Mezi skutečné světové hvězdy patří Angelina Jolie, Madonna, Leonardo DiCaprio, Lionel Messi nebo Robbie Williams aj., z českých pak Karel Gott, Hana Zagorová, Karel Roden, Jaromír Jágr aj. A zapomenout v této

⁵¹ SIDOVSKÝ, Janis. Jak se stát hvězdou. Díl první - komety. In: [online]. 5. 8. 2007 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: <http://sidovsky.blog.idnes.cz/c/8035/Jak-se-stat-hvezdou-Dil-prvni-komety.html>

souvislosti nesmíme ani na ty, které již svět oplakal: Emil Zátopek, Václav Havel, Marlene Dietrich, James Dean, Michael Jackson nebo Marilyn Monroe.

5.2. Vliv médií na celebrity

Stejně tak, jak mohou média hvězdě pomoci, mohou jí i ublížit. Zejména bulvární média mohou hvězdu poškodit, a to jak v pracovní sféře, tak i v soukromí. Negativní a zlé články mohou mít vliv i na fyzické a duševní zdraví hvězdy. Nejcitlivěji dokáží zasáhnout nelichotivé fotky ze soukromí, důvěrné informace o zdraví slavné osoby nebo jejich blízkých, velmi choulostivou skupinu tvoří děti slavných. Stává se, že hvězda přestane s médii komunikovat a začne se vyhýbat společenskému životu. O to více se ale začnou média předhánět ve zprávách z jejího soukromí. Málokdy z tohoto nekonečného boje vyjde hvězda jako vítěz. Sílu médií si hvězdy dobře uvědomují, vědí, že spolupráce s nimi jim může pomoci zviditelnit se a tím získat i lukrativnější nabídky. Proto s novináři často spolupracují a informace o sobě nebo dokonce o svých kolezích jim sami sdělují. Mohou „...získat osobní prospěch, posílení své moci, peníze nebo poškození či ‚zneškodnění‘ protivníka“⁵² a pro novináře je pochopitelně důležité dostat exkluzivní informaci, díky které napíše článek. Bohužel bulvár může celebritě způsobit i krach manželství (Gábina Partyšová a Josef Kokta), intimní informace ze života hvězdy jsou tématem předních stránek novin a často úplně zastíní profesní část jejich života (kauza kolem Ivety Bartošové, ze zahraničí například domácí násilí u Rihanny a Chrise Browna, extravagantní oblečení Lady Gaga aj.). Pokud se hvězda drží na výsluní pouze za pomoci bulvárních kauz, je to velmi krátkozraké. Skutečná hvězda využívá bulváru pouze, jak se lidově říká „jako šafránu“, tudíž málo a pokud možno vždy k propagaci své práce.

Prostřednictvím medializovaných sdělení lidé získávají o svých hvězdách téměř všechny poznatky, které je zajímají. Aniž se kdy se svým idolem setkali, vědí, jaké má zájmy, jaké oblečení nosí, znají jeho rodinu a také to, na čem právě pracuje a jak

⁵² FRANK, Tomáš a Věra JIRÁSKOVÁ. *K mediální výchově*. 1. vyd. Praha: Občanské sdružení SPHV, 2008, 120 s. ISBN 978-809-0418-745. s. 22.

úspěšný byl například jeho poslední koncert. Lidé si mohou na základě informací z médií svou celebritu zidealizovat, vytvořit si o ní jakoukoliv představu, přičemž je v podstatě nic neomezuje. Tento vztah se může vyvinout i v určitou formu závislosti, v níž se lidé „...začnou upínat na někoho, kdo se stává předmětem uctívání právě proto, že není přítomen a je zcela nedosažitelný.“⁵³ Herci, zpěváci i moderátoři se díky médiím stávají snadno rozpoznatelnými postavami, jejich práce i soukromí jsou často tématem debat, přičemž lidé mají pocit, že je díky všem informacím znají, že jsou součástí jejich života. Často je také oslovují křestním jménem. Zatímco pro fanouška jsou informace o jeho hvězdě samozřejmostí a téměř součástí každodenního života, opačně tato výměna informací nefunguje. Být ale fanouškem určité hvězdy nebo sportovního klubu přináší určité sociální výhody. Nejdůležitější je možnost kontaktu s podobně smýšlejícími lidmi, stát se členem společenství, které obdivuje stejný idol (nejpočetnější fanouškovskou základnu v českém showbiznysu má Lucie Vondráčková), zažívat pocity spříznění a radosti, utvrdit se v tom, že jeho volba je správná aj.

5.2.1. Publikum jako zdroj zisku

Vliv masové kultury se nejvýrazněji projevil u jejího publika, ať už hovoříme o čtenářích daného deníku, o rozhlasových posluchačích nebo o filmových a televizních divácích. Publikum se formuje také kolem konkrétních pořadů nebo hvězd, přičemž hlavní kategorizací publika je hlavně typ média, „...*délka existence daného publika, míra jeho angažovanosti ve vztahu ke konzumovaným obsahům a v neposlední řadě i typy vzájemných vztahů mezi členy publika.*“⁵⁴ Hodnocení publika, jeho zájem a názory jsou tou nejdůležitější zpětnou vazbou každého mediovaného sdělení. Na velikosti publika každému médiu záleží, svým příznivcům se snaží nabídnout to, co

⁵³ THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004, 219 s. ISBN 80-246-0652-6. s. 167.

⁵⁴ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7. s. 201.

očekává, co chce, o každého jednotlivce bojuje a snaží se jeho přízeň udržet. Zároveň to, jakým způsobem publikum média využívá, hodně napovídá o jeho zájmech, prioritách, životním stylu aj. Publikum lze definovat různými způsoby, podle místa, podle lidí (jejich věku, pohlaví či politického přesvědčení), dále podle typu média nebo kanálu, podle obsahu sdělení, které publikum preferuje, podle času (denní publikum, noční publikum) a hovořit můžeme také o krátkodobém publiku jako protikladu stálých diváků.⁵⁵

Každé médium má přitom celou řadu rozdílných publik, které se odlišují typem pořadů. Jiné publikum bude sledovat pořad pro kutily, jiné dětské pořady a zcela jiné diváky přiláká publicistický pořad. Každá televize nebo časopis má o svém publiku informace, tvůrci televizních pořadů či čtenáři určitého typu časopisu vědí, pro jaké publikum pořady vyrábějí, pro koho píší (věk, příjmy, sociální skupina, rod aj.). Publikum je do jisté míry ovlivnitelné, lze je zformovat a částečně si jeho pozornost pojistit (například seriály). Mezi médiem a publikem „...*existuje dynamický, vzájemně se ovlivňující vztah, který probíhá v kontextu určité kultury a významů touto kulturou vytvářených.*“⁵⁶ Početné publikum znamená velké zisky. Každé mediální publikum představuje důležitý spotřebitelský trh, v němž má kvalita zážitků pro majitele médií a manažery menší význam než zisky z reklamy. Představuje pro ně soubor konzumentů, které se snaží co nejlépe poznat a podle toho jim nabídnout produkt. Všechny výzkumy se orientují na zařazení, rozčlenění publika do různých kategorií, přičemž nejdůležitější je jeho velikost a struktura. Rozhlas a televize uvádějí sledovanost čili rating (procentuálně vyjádřený podíl diváků nebo posluchačů, kteří sledovali konkrétní program ze všech, kteří vlastní přijímač) nebo podíl na trhu tedy share (procentuálně vyjádřený podíl diváků nebo posluchačů, kteří sledovali určitý program ze všech, kteří měli zapnutý přijímač). Tištěná média prezentují svou úspěšnost nákladem (počet vydaných výtisků), prodaným nákladem (počet skutečně prodaného čísla, zpravidla se uvádí z remitendy, tj. počet neprodaných výtisků) nebo čteností (odhadovaný počet lidí, kteří si přečtou jedno konkrétní číslo). Tyto techniky měření ale nic nevyovídají o povaze publika. Inzerenti tedy chtějí znát, kolik příjemců sleduje konkrétní obsah nabízený médiem,

⁵⁵ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745. s. 407.

⁵⁶ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6. s. 335.

jakou naději mají, že jejich produkt uspěje u cílové skupiny vybraného pořadu nebo média a nakolik mohou ovlivnit chování publika při výběru výrobku nebo služby.

PRAKTICKÁ ČÁST

Cílem praktické části diplomové práce je za pomoci hloubkových rozhovorů s odborníky, odborné literatury a vlastního poznání a pozorování novinového a televizního prostředí, které vychází z několikaleté praxe autorky diplomové práce na konkrétním případě, tj. životě zpěvačky Ivety Bartošové, představit komunikační strategii médií, trend současné doby zejména v bulvárních médiích a na konkrétních případech dokázat, jak média manipulují s masovým publikem a celebritou. V neposlední řadě by měly z hloubkových rozhovorů vyplynout faktory, které nejvíce ovlivnily mediální obraz zpěvačky, způsob, kterým bulvární novináři vytvářeli mediální realitu, jaké prostředky využili, aby přilákali masové publikum a jak ovlivnili soukromý život Ivety Bartošové.

Pro hloubkové rozhovory jsme oslovili odborníky z oboru psychologie, tj. Jana Cimického, Michaelu Dvořákovou a Pavlínu Holubovou, hudebního publicistu, rozhlasového dramaturga a specialistu na hudební avantgardu Josefa Vlčka, mediálního analytika, zakladatele a bývalého šéfredaktora týdeníku *Marketing & Media* a v současné době ředitele redakcí vydavatelství *Empresa Media* Daniela Köppla a publicisty a novináře zabývající se životem českých i zahraničních celebrit, tj. Petra Macka, Andreu Košťálovou, Lenku Špillarovou a Barboru Hlaváčkovou. Využity byly také názory odborníků publikujících na odborných internetových stránkách zabývajících se mediální problematikou (*Mediaguru.cz*, *Mediar.cz* aj.) a dokumentární pořad pro *Televizi Barrandov*, *Pravdivý příběh Ivety B.*, který podrobně mapuje celou kariéru zpěvačky. Pro účely této práce vzniklo celkem devět hloubkových rozhovorů, které byly vedeny tváří v tvář a autorka práce je zaznamenala na nahrávací zařízení, a to v průběhu ledna a února 2014. Jejich doslovný přepis bude přiložen v příloze této práce. Všem respondentům ze stejného oboru byly pokládány stejné otázky, které byly individuálně rozšířeny o doplňující otázky.

6. Zrod hvězdy jménem Iveta Bartošová

Skutečná hvězda svou popularitu získá na základě svého talentu, který plně využívá v například v umělecké oblasti. O jejím nadání informují masová média. Ta podle svého zaměření publiku přiblíží pracovní úspěchy hvězdy, její výjimečnost ve svém oboru a často i životní styl, který je pro veřejnost neméně zajímavým. Fakt, že je osoba všeobecně známá, média zpětně využijí k získání a především k udržení pozornosti svého publika. Hvězdy se stávají součástí každodenního života lidí, a to i přesto, že část veřejnosti s nimi sympatizuje a část se o ně nemusí zajímat vůbec. Masová média, která slouží k celospolečenské komunikaci, dokáží díky procesu mediace hledat a vytvářet nové skutečnosti, ovlivnit názory mas, významně se podílet na vnímání a spoluvytváření kultury i hvězd.⁵⁷ Soukromí hvězd a zejména pak jejich skandály jsou hlavním tématem pro bulvární tisk (v českých zemích se rozšířil ve druhé polovině dvacátých let 20. století), jehož hlavními znaky jsou jednoduchá větná stavba, velké emotivní titulky, šokující nebo tajně pořízené fotografie apod., přičemž hlavním úkolem bulvárního zpravodajství je soukromý život hvězd učinit co nejveřejnějším. Nepostradatelným je fotograf, „...*fotografující bez dovolení známé osobnosti a shánějící pikantní, bulvární informace.*“⁵⁸ Bulvární periodika potřebují slavné jméno k přilákání publika, zvýšení prodejnosti a sledovanosti a následně i zisku, hvězdy naopak potřebují prostor pro vlastní propagaci a zviditelnění, které jim přináší více pracovních nabídek v oblasti showbyznysu a možnost získat lepší finanční odhodnocení. Dochází tak k vzájemné, oboustranně výhodné spolupráci. Pojem celebrita se u nás rozšířil až po roce 1989, dříve se pro důležité lidi využíval pojem elita, tj. skupina jedinců „...*zaujímajících v důsledku svého společenského aj. zařazení privilegované postavení.*“⁵⁹ Význam pojmu celebrita se v průběhu času proměňoval, v dnešní době je již celebritou v podstatě každý, kdo je mediálně známý. Jako příklad můžeme uvést moderátory, účastníky reality show, modelky, miss apod.

⁵⁷ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7. s. 45, 46.

⁵⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 80-859-8376-1. s. 32.

⁵⁹ *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2. str. 205.

Všichni bulvární novináři se v rozhovorech shodli, že životní příběh Ivety Bartošové nabízí pestré škálu témat, a to jak pro bulvární, tak i pro seriózní média: Nešťastné dětství, láska, smrt, sláva, strach o dítě, zklamání, závislost na alkoholu i lécích, snová svatba v bílém, únos, evidence v databázi hledaných osob. Iveta Bartošová se narodila 8. dubna 1966 v Čeladné u Frenštátu pod Radhoštěm. Podle dostupných informací měla Ivetina matka raději její starší jednovaječné dvojče – sestru Ivanu. Té prý všechno tolerovala a odpouštěla, zatímco Iveta Bartošová si musela svá přání a touhy v rodině velmi těžce vydobýt. Její intenzivní pocit, že je nechtěné dítě, byl impulsem k tomu, že i přes protesty rodičů začala zpívat a později odešla do Prahy. V Lidové škole umění studovala tři obory - kytaru, klavír a zpěv - a v patnácti letech začala zpívat s amatérskou skupinou *Dianthus*. Po účasti na několika soutěžích mladých talentů se dostala v roce „...1984 na jihlavský festival *Mladá píseň, kde získala Cenu za osobitý výkon a Cenu publika*.“⁶⁰ Na festivalu mladých talentů potkala Petra Sepěšiho, se kterým později začala vystupovat a během krátké doby spolu nazpívali spoustu duetů. K těm největším patří *Knoflíky lásky, My to zvládnem, Medové dny* a *Červenám*. Za obrovským úspěchem této mladé dvojice zpěváků stojí Jaromír Vašta, Felix Slováček a Pavel Vaculík. Muzikant Felix Slováček ve spojení právě těchto dvou mladých zpěváků viděl velký potenciál: „*Tam si myslím, že byla spousta hitů, která právě v jejich podání a v té době a v jejich věkové kategorii zasáhla neuvěřitelné množství teenagerů*.“⁶¹ Kromě práce úspěšný pěvecký pár spojovala i láska. Na vizuální dokonalost Ivety Bartošové a Petra Sepěšiho upozorňuje i hudební publicista Josef Vlček. Jak vyplývá z rozhovoru, podle jeho názoru tvořili sympatický a vychovaný pár, který velmi dobře zapadal do tehdejší představy socialistické společnosti. Po tragické smrti Petra Sepěšiho (zahynul při nehodě na železničním přejezdu ve Františkových Lázních 29. 7. 1985) začala Iveta Bartošová zpívat sólově.

⁶⁰ ROHÁL, Robert. *Populární slovník českých zpěváků*. Vyd. 1. Praha: Erika, 2004, 133 s. ISBN 80-719-0542-9. s. 11.

⁶¹ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

6.1. Zlatá éra Ivety Bartošové⁶²

Po krátké tvůrčí pauze začíná Iveta Bartošová spolupracovat se skupinou *Balet*, mění repertoár a místo zamilovaných duetů zpívá chytlavý pop. Z tohoto období pochází velký hit *Hej, pane diskžokej*. Její proměna zaujala popového krále Františka Janečka a mladá zpěvačka se dostává do takzvané Janečkovy „líhně talentů“, do velmi populární skupiny *Kroky*. Jejich spolupráce přinesla například megahit *Léto*. Hudební producent František Janeček o odchodu Ivety Bartošové z *Kroků* říká: „*To, že ode mne Iveta odešla, toho jsem nelitoval, protože je to svobodná volba a myslím si, že není důvod nikdy nikoho držet. Nezlobil jsem se na ni, nezlobím se na ni, mám ji rád, měl jsem ji rád a to je moje trvalá výpověď.*“⁶³ V soukromém životě zpěvačky se po Petru Sepěším objevuje druhý muž, slavný zpěvák 80. let Michal Penk. I když to byla pouze krátká milostná epizoda v životě obou, Michal Penk pro Ivetu Bartošovou složil velké hity *Útoč láskou*, *Závod s mládím* a *Tichá píseň*, spolu pak nazpívali píseň *Zpívej*. Z jejich vztahu dlouho těžila bulvární média a ještě dnes se v souvislosti s Michalem Penkem často píše i o jeho vztahu se zpěvačkou. V roce 1986 Iveta Bartošová získává svého prvního *Zlatého slavíka* (pak ještě v letech 1990 a 1991). Zpěvačka tehdy v prestižním ocenění viděla hlavně závazek: „*Pro mě to znamenalo, že příští rok bych měla zas, že to lidi čekají, že nesmím zklamat A pro mě nezklamat lidi je zásada číslo jedna.*“⁶⁴ Za první sólové album nazvané *I. B.* získává Iveta Bartošová o rok později *Zlatou desku* (rok 1987). Do života zlaté slavice vstupuje hudební boss Ladislav Štáidl, který se na dlouhou dobu stává nejen profesním, ale i životním partnerem zpěvačky. Podle hudebního publicisty Josefa Vlčka měl Ladislav Štáidl oproti Františku Janečkovi velkou výhodu v tom, že uměl psát lepší a zajímavější texty, což Ivetě Bartošové pomohlo. Následovala velmi úspěšná série v životě Ivety Bartošové, vyprodané koncerty, statisíce prodaných alb *Natur*, *Václavák* a *Blízko nás* s hity *Málo mě zná*, *Dva roky prázdnin*, *Dej mi ruku*, *Když láska schází*, *Útoč láskou* aj. Hudební publicista Josef Vlček v rozhovoru uvádí, že Iveta Bartošová má ke konci osmdesátých let dobré písničky, konkrétně upozorňuje na hit *Dva roky prázdnin*. Podle jeho názoru je to dobře

⁶² Iveta Bartošová: Oficiální stránky [online]. © 2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.iveta.cz/>

⁶³ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

⁶⁴ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

napsaná písnička. Zároveň dodává, že v dnešní době již málokdo chápe, že je vlastně o vojně. Iveta Bartošová vítězí v nejrůznějších anketách a hitparádách a zatímco hudební kritiky a milovníky její hudby zajímá především její práce, bulvární média opakovaně řeší skutečnost, že Ladislav Štaidl je ženatý. V roce 1990 vychází Ivetě Bartošové první CD s lidovými písněmi *Zpívání s Ivetou*. Během natáčení romantické komedie *Svatba upírů* (režie Jaroslav Soukup, rok 1993) s Ivetou Bartošovou a Rudolfem Hrušínským nejmladším v hlavních rolích se spekuluje o milostném románu mezi oběma protagonisty. Pro bulvární média je to téma na dlouhou dobu. Na hudební scéně Iveta Bartošová kraluje s ústřední písní z filmu *Já se vrátím* z Verdiho opery *Nabucco*. S partnerskou krizí Ivety Bartošové a Ladislava Štaidla přicházejí i první zmínky o alkoholu a prášcích, po kterých Iveta Bartošová v té době poprvé sáhla. Na jaře roku 1994 zpěvačka záhadně zmizela, uvěřila již dříve trestanému Romanu Třískovi, který se vydával za odborníka v telekomunikacích a Ivetě Bartošové namluvil, že jí od Ladislava Štaidla (v té době byl v USA) hrozí nebezpečí. Odvezl ji z domu a ukrýval ji na chalupě blízko Českých Budějovic a později i v jednom bytě v Praze. Podle dostupných informací ji měl opakovaně sexuálně zneužívat, podávat jí drogy a prášky na spaní. Jak v rozhovoru uvedl bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek, byla celá kauza s Romanem Třískou pouze „...slabý odvárek“⁶⁵ proti tomu, co se zpěvačce později za přítomnosti médií stalo. Iveta Bartošová na toto období vzpomíná s velkou nechutí. „Znásilňoval mě a nemohla jsem se ani hýbat. Nemohla jsem dělat vůbec nic. Dělal si se mnou, co chtěl. Bylo to strašný.“⁶⁶ Celý případ se později dostal i k soudu, Roman Tříška byl ale všech obvinění zproštěn. Podle tvrzení rodinné přítelkyně a později i chůvy syna Ivety Bartošové Artura Zlaty Goldy Dvořákové se zpěvačka z hrůzy, kterou tehdy zažila, dodnes psychicky nevzpamatovala a od té doby potřebuje léky na uklidnění. „Nechá se snadno zmanipulovat, proto věřím její verzi. Většinou bezmezně důvěřuje lidem, kteří se v jejím životě objeví nově a mažou jí med kolem úst, nebo ji postraší, jako v tomto případě.“⁶⁷ V období let 1993 – 1997 vydává Iveta Bartošová alba *Tobě, Malé bílé cosi, Čekám svůj den* a kolekci singlů 1984–89 *Medové dny* a absolvovala také velké koncertní turné *Tour 94 – 96*.

⁶⁵ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

⁶⁶ REMEŠOVÁ, Michaela. *Iveta Bartošová: Neměla jsem se narodit*. Praha: Fany, 2011, 208 s. ISBN 978-80-254-9042-6. s. 68.

⁶⁷ DVOŘÁKOVÁ, Zlata Golda a David ZÁPÁL. *Iveto, sbohem...: Iveta Bartošová očima důvěrnice*. V Praze: XYZ, 2010, 232 s. ISBN 978-80-7388-331-7. s. 28.

V populární anketě *TýTý* získala v kategorii zpěvačka v letech 1991, 1992 a 1993 první místo. V době prvního úspěchu v anketě *TýTý* natáčel Jaroslav Soukup s Ivetou Bartošovou již zmiňovaný film *Svatba upírů*. Na spolupráci se zpěvačkou vzpomíná takto: „*Opravdu to byla hvězda, já bych ji nazval, pracovitá, skromná hvězda.*“⁶⁸

6.2. Mateřství a návrat na scénu⁶⁹

Jak vyplývá z rozhovorů s bulvárními novináři, každý úspěch i klopýtnutí Ivety Bartošové, každý úsměv i náznak smutku, to vše spolu se zpěvačkou prožívají nejen její blízcí, ale ve zprostředkované mediální realitě i celý národ. Iveta Bartošová je celebrita se vším, co k tomu patří. Pod drobnohledem médií je její práce i soukromí. Za obrovské mediální pozornosti se 11. října roku 1996 v pražské nemocnici u Apolináře narodil Ivetě Bartošové a Ladislavu Štaidlovi syn Artur. Zpěvačka se stáhla na půl roku z uměleckého života, plně se věnovala péči o syna. Přijala až nabídku Karla Svobody na účinkování v muzikálu *Dracula*, kde ztvárnila dvojroli Adriany a Sandry (premiéra s Ivetou Bartošovou byla 21. července 1997) a bravurně se začala vracet na výsluní české pop music. V roce 1998 můžeme v souvislosti s Ivetou Bartošovou hovořit o největším comebacku, který kdy česká hudební scéna zažila. „...*stala se populární u generace silného populačního ročníku. Logicky tedy v době, kdy tato skupina dospívá do věku první nostalgie, tak logicky opět roste poptávka po celebritách z doby jejich ‚mládež‘.*“⁷⁰ hodnotí comeback Ivety Bartošové mediální analytik Daniel Köppl. Hudební publicista Josef Vlček zastává názor, že v okamžiku, kdy její fanoušci zestárli, přestala je hudba Ivety Bartošové zajímat. I když v rozhovoru přiznává, že pár úspěšných pokusů dostat ji zpět na popovou scénu ještě bylo.

Zpěvačka během osmi let nazkoušela i další muzikály, například *Mrazík* (1998), *Pomáda* a *Monte Cristo* (2000), *Johanka z Arku* (2003), *Miss Saigon* (2004), *Bídníci* (2005). Sama přiznává, že se musela naučit zpívat úplně jinak: „*Navštěvovala jsem*

⁶⁸ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

⁶⁹ Iveta Bartošová: Oficiální stránky [online]. © 2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.iveta.cz/>

⁷⁰ Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014. (viz příloha)

častěji hodiny zpěvu, ale byl to zpěv jiný, byl to zpěv něco mezi operním a pop zpěvem. Spojení hraní s tancováním a zpíváním mě začalo velmi bavit.“⁷¹ Iveta Bartošová žila a spolupracovala s Ladislavem Štáidlem třináct let, za tu dobu byla na výsluní popularity, nazpívala své největší hity, vydávala alba, bodovala v hudebních anketách. Protipólem slávy byly pak pády na dno a obrovské problémy s alkoholem. Návrat na špičku české pop scény jí přineslo album *Ve jménu lásky* (rok 1998) s hity *Tři oříšky*, *Ve jménu lásky*, *Nekonečná*, za které dostala *Zlatou* a *Platinovou desku*. V tu dobu Iveta Bartošová velmi intenzivně spolupracovala s textařem Vladimírem Kočandrlem, který na dobu, kdy vznikala deska *Ve jménu lásky*, vzpomíná takto: „*Jestliže ji všichni měli rádi jako nevinnou princeznu, která trpí a všichni mají chtít jí pomáhat, tak proč tu postavu nevyrobít na sto procent.*“⁷² *Zlatou desku* dostala i za další alba *Bílý kámen* (rok 1999), za album pohádkových melodii *Jedna jediná* (rok 2000), také za upravenou verzi svých starších hitů na albu *Hej pane diskžokej* (rok 2002) a tanečně laděné album *Dráhy hvězd* (rok 2003). V květnu 2000 absolvovala velké koncertní turné s názvem *Deník Ivety*. Posledním albem před její tvůrčí pauzou bylo album *Vánoční Iveta* (rok 2005) a výběr hitů *Scházíš mi...* (rok 2006). I přes obrovské tvůrčí úsilí popularita zpěvačky postupně klesala, za což mohly i skandály v jejím osobním životě (zmiňovaný alkohol a prášky). Tlaky z obou stran sílily a hvězdný pár Ladislav Štáidl a Iveta Bartošová se definitivně rozešel. Iveta Bartošová hovoří o Ladislavu Štáidlovi mnohdy s úctou, neváhá ale ani zveřejnit intimní detaily ze společného života. „*Nejvíce mě Láďa začal psychicky týrat právě po jeho (pozn.: syna Artura) narození. A když už to nešlo psychicky, tak začal s fyzickým. Pak mě jednou dokonce shodil ze schodů, protože jsem se z muzikálu vrátila o deset minut později.*“⁷³ Na konci roku 2006 Iveta Bartošová vyhláší tvůrčí pauzu.

⁷¹ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrllová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

⁷² Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrllová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

⁷³ REMEŠOVÁ, Michaela. *Iveta Bartošová: Neměla jsem se narodit*. Praha: Fany, 2011, 208 s. ISBN 978-80-254-9042-6. s. 93.

6.3. Tvůrčí pauza a léčba

V první polovině roku se Iveta Bartošová prakticky vůbec neukazovala na veřejnosti, vystoupila pouze na bezvýznamných akcích. Veřejnost se o problémech zpěvačky dozvídá z bulvárních deníků, opět se do popředí zájmu bulvárních novinářů v souvislosti s Ivetou Bartošovou dostávají prášky, alkohol, psychické problémy a také pokus o sebevraždu. V létě a na podzim roku 2007 plní stránky novin, a to i seriózních, zpěvačkina jediná dlouhotrvající hospitalizace v Psychiatrické léčebně v Kroměříži. Léčila se zde ze závislosti na antidepresivech a alkoholu. „*Iveta Bartošová nyní plní úlohu ‚špatného osudu‘. Tedy osoby, se kterou se spotřebitelé mohou identifikovat a svým způsobem se uklidňovat, že nedopadli tak hrozně,*“⁷⁴ doplňuje k mediálnímu obrazu mediální analytik Daniel Köppl. V době léčení i v nejhorších chvílích Ivety Bartošové se o syna Artura starala jeho chůva a rodinná přítelkyně Zlata Golda Dvořáková, která o tomto těžkém období hovoří takto: „*Loučení s Ivetou bylo smutné. Věděla jsem, že dělá správnou věc, že si v podstatě zachraňuje život a snaží se o to, aby nepřišla o syna.*“⁷⁵ Prakticky okamžitě po návratu Ivety Bartošové z Psychiatrické léčebny v Kroměříži začíná mezi Ladislavem Štáidlem a zpěvačkou soudní boj o tehdy jedenáctiletého syna. Komu bude Artur svěřen do péče, to bylo téma pro bulvární spekulace nejen ke konci roku 2007, ale také v následujících letech. U Ivety Bartošové se střídají období, kdy se kaje, tvrdí, že nemá problémy s alkoholem, a pokouší se znovu naplno pracovat. Pak přichází doba, kdy opět sahá po práscích, alkoholu a výmluvách. Iveta Bartošová opakuje stále stejné chyby, což potvrzuje i český psychiatr Jan Cimický: „*Potřebuje větší vytrvalost, aby byla schopna dlouhodobě překonávat nepříznivé situace.*“⁷⁶

⁷⁴ Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014. (viz příloha)

⁷⁵ DVOŘÁKOVÁ, Zlata Golda a David ZÁPAL. *Iveto, sbohem...: Iveta Bartošová očima důvěrnice*. V Praze: XYZ, 2010, 232 s. ISBN 978-80-7388-331-7. s. 95

⁷⁶ Osobní rozhovor s Janem Cimickým, Praha, 6. ledna 2014. (viz příloha)

6.4. Návrat do světa showbyznysu

Na jaře roku 2008 vychází kompilační 3 CD *Platinum Collection* a na Slovensku výběrové album *Gold*; v té době Iveta Bartošová vyráží na své comebackové turné nazvané *Jsem zpátky*. U společnosti EMI vydala album nazvané *22 s hity Jako Fénix a Pohádka*.⁷⁷ 5. září 2008 si Iveta Bartošová za obrovské mediální pozornosti bere na jihočeském zámku Hluboká producenta Jiřího Pomeje. Pohádková svatba s rozzářenou Ivetou Bartošovou je hlavním tématem nejen bulvárních médií. Rodinná přítelkyně Zlata Golda Dvořáková tvrdí, že se Iveta Bartošová začala cítit díky tvrdohlavosti Jiřího Pomeje opět dobře: „*Nejenže ji vytáhl ze srabu, několik týdnů ji ‚mučil‘ v tělocvičně a z utržené baculky opět udělal sebevědomou sexbombu, navíc si zcela podmanil její srdce.*“⁷⁸ Jiří Pomeje převzal za Ivetu Bartošovou také téměř všechnu komunikaci s novináři. Začátkem roku 2009 zpěvačka tančí ve slovenské taneční soutěži *Let's Dance 3*. Umístila se na čtvrtém místě, což je historicky nejlepší umístění ze všech účinkujících z České republiky. Na začátku roku 2009 také boduje v anketě *Český slavík* za rok 2008, kdy byla vyhlášena *Skokanem roku* v kategorii zpěvačky, a ve stejné kategorii vyhrála po šestnácti letech v anketě *TýTý*, což dokazuje, že v určité kategorii lidí patřila stále k nejoblíbenějším zpěvačkám. Iveta Bartošová také dostává nabídku na účinkování v muzikálu Bohouše Josefa a Michala Davida *Mona Lisa*. Začíná zkoušet a připravovat se na svoji roli. Vše ale záhy končí a Jiří Pomeje oznamuje, že Iveta Bartošová v muzikálu nevystoupí. Hudebník Michal David přiznává, že v tu dobu už měla Iveta Bartošová velké problémy: „*Tam byl ten problém, že ona nedocházela na zkoušky, jak měla. Režisér Libor Vaculík byl z toho velmi rozčarován a nakonec to dopadlo tak, že jsme se oboustranně dohodli, že v muzikálu Mona Lisa zpívat nebude.*“⁷⁹ Na prvních stránkách novin se objevuje její vůbec první nahá fotka z bazénu na dovolené v Egyptě (viz obr 1: Titulní strana deníku *Blesk*). Pověst Ivety Bartošové klesá a producent a odborník v oblasti public relations v showbyznysu Janis Sidovský, který zpěvačku v letech 1996 – 2008 mediálně zastupoval, na svém blogu píše: „*Její příběh je sledován bulvárem a čas od času i kriminální policií dvě desetiletí. Naučila se*

⁷⁷ Iveta Bartošová: Oficiální stránky [online]. © 2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.iveta.cz/>

⁷⁸ DVOŘÁKOVÁ, Zlata Golda a David ZÁPÁL. *Iveto, sbohem...: Iveta Bartošová očima důvěrnice*. V Praze: XYZ, 2010, 232 s. ISBN 978-80-7388-331-7. s. 160.

⁷⁹ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

s obrázkovým tiskem žít, patří k němu jako Bolek k Lolkovi. S elegancí madam Thrénardier z muzikálu *Bídníci* ukázala čtenářům, co mělo být skryto.⁸⁰ V pražském divadle *Goja Music Hall* začíná Iveta Bartošová zkoušet muzikál *Děti ráje*, ve kterém nakonec kvůli údajným zdravotním problémům nevystoupila. Na podzim roku 2009 vychází její vánoční album *Když ticho zpívá*. Soukromý život se zpěvačce opět začíná hroutit, média píší o hádkách mezi manželi, o násilí, vydírání. Oba aktéři poskytují médiím pikantní informace ze svého soukromí. Koncem listopadu 2009 Iveta Bartošová oficiálně oznamuje veřejnosti manželskou i profesní odluku s Jiřím Pomeje. Od té doby probíhá jejich vzájemný kontakt jedině přes média. V roce 2009 se od Ivety Bartošové také definitivně odklání rodinná přítelkyně a chůva Artura Zlata Golda Dvořáková. O důvodech rozpadu dlouholetého přátelství informují bulvární média, rozpoutal se kolotoč ublížených článků, krutých nařčení, polopravd. Rok 2009 v anketách popularity *Český slavík* a *TýTý* již pro Ivetu neznamenal triumfální vítězství, i když by se šesté místo a třetí místo dalo považovat za úspěch, Iveta Bartošová spokojená nebyla. V říjnu 2010 definitivní konec manželství Ivety Bartošové a Jiřího Pomeje stvrzuje i Obvodní soud pro Prahu 10.

6.5. Pád v přímém přenosu

V roce 2011 soud definitivně rozhodl, že Artura bude vychovávat až do jeho osmnácti let jeho otec Ladislav Štaidl. Zpěvačka má dluhy, bojuje s alkoholem, závislostí a prášky. Na veřejnosti se prezentuje písní *Heja, Heja* (vyšla na albu *Děkuji Vám, andělové*, které obsahuje čtyři nové písničky, již zmiňovanou píseň *Heja, heja*, stejnojmenný song *Děkuji Vám, andělové, Až, až, až* a *S tebou se neloučím*),⁸¹ která již tak špatnému mediálnímu obrazu Ivety Bartošové nahrává. V soukromém životě zpěvačky se objevuje italský hrabě Domenico Martucci (mj. zpěvák, který v roce 2008 neuspěl v talentové soutěži *X Factor*), se kterým dokonce nazpívala dvojjazyčný duet *Amore Mio*. Profesní dráhu Ivety Bartošové překrývají skandály, které se kolem ní odehrávají. Po jejím boku se snaží zviditelnit ne jeden samozvaný ochránce

⁸⁰ SIDOVSKÝ, Janis. Nadra Ivety B. a jiné kauzy bulváru. In: [online]. 14.3.2009 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://sidovsky.blog.idnes.cz/c/74601/Nadra-Ivety-B-a-jine-kauzy-bulvaru.html>

⁸¹ Iveta Bartošová: Oficiální stránky [online]. © 2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.iveta.cz/>

(nejvýraznější je Zdeněk Macura). Řadu měsíců plní stránky novin výroky těch, kteří si myslí, že mají k životu Ivety Bartošové co říct. Bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek k tomu dodává: „*Lidé z jejího okolí mají velké tendence se k ní vyjadřovat, ti, co z toho kolotoče vypadnou, zase mají potřebu se vůči ní vyhranit.*“⁸² Zpěvačka se pozornosti médií vyhýbá a uzavírá se domě v Praze – Uhřetěvesi. V jejím soukromém životě se objevuje další výrazný muž, Josef Rychtář. Stejně jako Jiří Pomeje se staví do role jejího ochránce. Bulvární novinářka Andrea Košťálová v této souvislosti upozorňuje, že nejvíce intimních informací o Ivetě Bartošové médiím poskytoval Domenico Martucci, Josef Rychtář a zpěvaččin velký obdivovatel Zdeněk Macura. Bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek ještě připojuje jméno Jiřího Pomeje. V září 2011 dostala Iveta Bartošová opět šanci na obnovení kariéry, a to nazpívat vokály k písni pro film *Hranáři*. Během galavečera *Česká hvězda 2012 v Hudebním divadle Karlín* převzala Iveta Bartošová ocenění za *Návrat roku*.

Kam až zašly u Ivety Bartošové problémy s alkoholem a prášky mohla veřejnost sledovat doslova na vlastní oči. Dalo by se mluvit o jejím pádu v přímém přenosu. Zpěvačka se objevovala v různých pořadech, média jako by se předháněla v tom, kdo ji ukáže v horším světle. Od října 2012 se objevovala v televizní reality show o svém životě s názvem *Iveta*, který živě vysílala televizní stanice *Pětka* (zanikla v únoru 2013). Koncem roku 2012 vychází zpěvačce album *Best of*. Začátkem roku 2013 již nevystupuje na veřejnosti, následuje operace, zdravotní problémy, závislost na alkoholu, na práscích. Spekulovalo se o dalším pokusu o sebevraždu, média předpovídala dokonce i její smrt. Vše završil její útěk do Itálie se Zdeňkem Macurou (červenec 2013), psalo se o únosu, média plnila fotografie zubožené zpěvačky, Iveta Bartošová byla v databázi pohřešovaných osob. „*Je svým způsobem archetypálním příkladem ztroskotance, jehož mediální obraz se posouvá od škodolibosti k soucitu,*“⁸³ dodává mediální analytik Daniel Köppl. Média píší také o Josefu Rychtářovi, který se vydal zpěvačku do Itálie hledat; ostře sledovaný je také rozvod Josefa Rychtáře s manželkou Darinou. „*Příběh jejího italského únosu Zdeňkem Macurou, dramatické vysvobození Josefem Rychtářem z vily exmilence Martucciho a následná série půtek těchto tří pánu. A to vše prakticky v přímém přenosu televizních kamer. Proti tomu je celá kauza*

⁸² Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

⁸³ Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014. (viz příloha)

s Romanem Třískou jen slabý odvárek,⁸⁴ shrnuje atraktivitu celé kazy bulvární novinář a v současné době šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek. Vše, co má jen zdánlivou spojitost s Ivetou Bartošovou média zajímá, profesní dráha zpěvačky je úplně zapomenuta. A sama Iveta Bartošová si toho je dobře vědoma: „*Cokoliv se napíše o Bartošové, tak je hodně prodávané, takže já je mám denně před domem, kamkoliv jedu a jdu, mám je pořád za sebou.*“⁸⁵ 24. září 2013 se Iveta Bartošová podruhé vdává, na radnici v Praze – Uhřetěvesi si bere Josefa Rychtáře. Od té doby jako by chtěla dokázat sobě i světu, že její druhé manželství byl krok tím správným směrem. Z Ivety Bartošové se stává usměvavá žena, pro kterou je zpěv a přízeň fanoušků smyslem života. Začíná pracovat a ač by se zdálo, že veřejnost už má dost neustále se opakujících zpráv o Ivetě Bartošové, ona na sebe svoji proměnou opět strhává veškerou pozornost.

6.6. Dílčí závěr

Iveta Bartošová měla všechny předpoklady k tomu, aby se stala hvězdou na české hudební scéně. V době, kdy začínala a byla idolem pro dospívající mládež, byla její kariéra slavné zpěvačky spojena s nejlepšími hudebními manažery a textaři té doby, tj. Františkem Janečkem a Ladislavem Štáidlem. První comeback v roce 1998 byl tehdy přirozeným vývojem doby, spolu s ní si návrat na scénu a profesní „přerod“ prožili i například Michal David nebo Hana Zagorová. Iveta Bartošová byla navíc stále krásná a působila velmi křehce, což jejímu pozdějšímu image „zranitelné dívky“ jenom nahrávalo (období vydání desky *Malé bílé cosi*). Její atraktivitu využili i filmoví režiséři. Zpěvačka prožila období velké slávy, kdy byla idolem mnoha dívek, vyprodávala koncertní haly, její písničky se hrály ve všech rádiích, byla hostem nejrůznějších televizních pořadů, stala se i muzikálovou hvězdou. Její život provázely ale i senzace a obrovské skandály, které plnily stránky bulvárních médií. Její partnerské neshody, problémy s alkoholem a prášky i rozepře s manažery a kamarády, to vše tvoří mediálně velmi zajímavý příběh, který podle bulvárních novinářů i mediálních odborníků v podstatě nemá v českém showbiznisu srovnání.

⁸⁴ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

⁸⁵ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

7. Analýza mediálního obsahu

V médiích se odráží poptávka společnosti po informacích i zábavě, přičemž důležitá je zejména jejich rozmanitost; čím více různých zdrojů, obsahů a názorů ve společnosti, tím lépe. Pestrost titulů by měla korespondovat s potřebami a zájmy publika. Bulvární zpravodajství, pro které jsou zprávy ze života slavných stěžejní, je založeno především na neověřených, často smyšlených informacích doplněných emotivními výpověďmi a palcovými titulky, které mají čtenáře nalákat. Nejviditelnější výpovědi o principu fungování masových médií a jejich produktů je studium mediálního obsahu. To nám umožní nejen popsat výstupy médií, ale také srovnat publikovaný obsah s realitou, zhodnotit jednání a záměr médií a v neposlední řadě získat představu o publiku.⁸⁶ Média tvoří významnou roli v každodenním životě lidí, neboť informují o věcech, které se udály, vymezují pozici některých subjektů a svými obsahy ovlivňují své příjemce, neboť čtenář je schopen vnímat realitu tak, jak mu ji média předkládají. Záleží na tom, jakým způsobem je redaktoři a moderátory informace prezentována, záleží na množství populistických hesel, na obrazovém pojetí zprávy a především pak na zvolených jazykových prostředcích, které mohou u veřejnosti vyvolat velmi emotivní způsob přijetí informace a ovlivnit celkovou náladu ve společnosti.⁸⁷

Bulvární novináři se často chytají fám, které se ve společnosti slavných šíří. Fámy stojí „v pozadí záměrných i neúmyslných efektů mediální sdělování“⁸⁸ s tím, že v důsledku z nich bulvární média finančně profitují. Soukromý život Ivety Bartošové je z hlediska vzniku fám a jejich využití v médiích ideálním případem, přičemž nelze „hledat příčinnou souvislost mezi charakterem mediovaného obsahu a jednáním lidí.“⁸⁹ Její opakující se problémy s alkoholem a prášky dávají velký prostor smyšleným případům. Není jasné, kdy a kde se zpěvačka přesně opila nebo kolik toho vypila. Spekuluje se

⁸⁶ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745. s. 91, 307, 350, 351.

⁸⁷ HUBINKOVÁ, Zuzana. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. Vyd. 2. přeprac. Praha: Oeconomica, 2005, 228 s. ISBN 80-245-0889-3. s. 62, 63, 64.

⁸⁸ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7. s. 62.

⁸⁹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7. s. 118.

i o tom, jaký alkohol pije a co to s jejím zdravotním stavem dělá. Předpokládá se, že jediné Iveta Bartošová sama ví, jak to doopravdy s alkoholem a prášky bylo. Bulvární média proto situaci ještě více vyhroťí.

Př.:

Iveta Bartošová: Dala si pár dvojek a zmizela na čtyři dny!⁹⁰

Bartošová se znovu léčí: Ohrožovala i Artura⁹¹

Iveta Bartošová v slzách. Skončila v muzikálu! Nezvládla svoje texty; sesypala se na zkoušce; pohádala se s režisérem. (deník Šíp, 11. 2. 2009, s. 1)

Bulvární noviny využívají toho, že hranice mezi fámou a informací je nejasná, k napsání článku stačí mnohdy nepravdivé svědectví sousedky nebo čtenáře, který si do redakce sám zavolá nebo napíše. Bulvární zpravodajství získává informace tzv. „klíčovou dírkou“, čtenář se při čtení bulvárních textů nemusí příliš soustředit na obsah. V textech novináři často zmiňují očitě svědky a tajné zdroje z okolí celebrity, které „si nepřály zveřejnit své jméno“ nebo „nechtěly být jmenovány“. Někdo popisuje událost, kterou na vlastní oči viděl, a média jeho „nevyvratitelné přímé svědectví“ využijí. Stejně tak působí i používaná spojení „jak se nám podařilo zjistit od zdroje“, „zpráva přišla do redakce“, „podle důvěryhodných tajných zdrojů“ nebo „zdroj přímo z vily v Uhříněvsi“ aj. Tato spojení, ze kterých je velmi dobře čitelný neprůhledný způsob získávání informací, ale dělají příběh živější, emocionálnější a pomáhají dokreslit atmosféru. Neserióznost bulvárních článků maskují autoři i tím, že využívají k potvrzení své vlastní skutečnosti různé odborníky, například psychiatry, lékaře či policejní experty. Využití těchto expertů posiluje důvěryhodnost článku.⁹²

⁹⁰ Iveta Bartošová: Dala si pár dvojek a zmizela na čtyři dny!. [online]. 2012 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/184393/iveta-bartosova-dala-si-par-dvojek-a-zmizela-na-ctyri-dny.html>

⁹¹ Bartošová se znovu léčí: Ohrožovala i Artura. [online]. 2011 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-vse-o-bartosove/153049/bartosova-se-znovu-leci-ohrozovala-i-artura.html>

⁹² DANEŠ, František. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997, 292 p. ISBN 80-200-0617-6. s. 45, 59, 60, 62.

Př.:

Lékaři vyslovili krutou diagnózu Bartošové: Demence z alkoholu⁹³

7.1. Iveta Bartošová stvořená médii

S příchodem bulvárních novin (deník *Expres* – leden 1990, politický bulvár *Špigl* říjen 1990, deník *Blesk* – duben 1992, deník *Super* – duben 2001, deník *Aha* – listopad 2004 aj.), které zaujaly na mediálním trhu výjimečné postavení, se o Ivetě Bartošové přestalo psát v superlativech a objevují se články, které naplňují podstatu bulvárních zpráv, tedy že „nedodržují řemeslná a etická pravidla a nadbíhají vkusu nenáročných čtenářů.“⁹⁴ Mediální obraz Ivety Bartošové se začíná měnit. V novinách se objevují první skandály a Iveta Bartošová na titulní straně začíná být pro vydavatele zárukou toho, že si deník čtenář koupí. Bulvární novinářka Andrea Košťálová v rozhovoru říká, že Iveta Bartošová si za svůj mediální obraz může částečně sama a přisuzuje to zejména partnerům, které si zpěvačka vybírá a kteří pak ochotně komunikují s bulvárními novináři. To potvrzuje i bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek a dodává, že podle jeho názoru je Iveta Bartošová typem člověka, který se nikdy nepoučí ze svých vlastních chyb. Jak dále z rozhovoru vyplývá, nelze se proto divit, že jí média postupně přisuzují roli podivínky (po aféře s Romanem Třískou), opakovaně získává nálepku člověka závislého na alkoholu a prášcích, nechybí ani role nevěrnice, špatné matky aj. Bulvární novináři se shodují, že Iveta Bartošová je z velké míry posuzována na základě svých partnerů, a to nejen životních, ale i pracovních. U čtenářů i fanoušků začíná vzbuzovat rozporuplné reakce a koncem minulého století startuje příběh, ve kterém „se stále děje něco nového, co je v ten okamžik silnější než děj předchozí.“⁹⁵

⁹³ Lékaři natvrdo vyslovili krutou diagnózu Bartošové: Demence z alkoholu. [online]. 2013 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/trapasy/88631/lekari-natvrdo-vyslovili-krutou-diagnozu-bartosove-demence-z-alkoholu.html>

⁹⁴ HVÍŽDALA, Karel. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vyd. Praha: Máj, 2003, 268 s. ISBN 80-865-6970-5. s. 208.

⁹⁵ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

Ze strany bulvárních deníků dochází také často k vykreslování negativního charakteru, píše se o tom, že Iveta Bartošová je necitlivá, sobecká, že není dobrá matka, že je špatná manželka aj. Objevují se spekulace o jejím duševním a fyzickém stavu, které zpěvačku v očích čtenářů poškozují. Hlavním záměrem je působit na čtenáře, ovlivnit jeho pocity, postoje, vědomí a především emoce; přimět ho, aby si zakoupil i další číslo periodika nebo se podíval na další díl relace v televizi, aby se dozvěděl víc a aby se tento postup opakoval co možná nejdéle. „Publikum by mělo mít možnosti ztotožnit se s postavami a situacemi, s nimiž se postavy vyrovnávají, a sdílet emoce, jež jsou hybnými momenty jejich jednání.“⁹⁶ Ivetě Bartošové dali novináři již řadu nálepek a invektiv, často si v souvislosti s ní pomáhají zjednodušenými definicemi a přívlastky, a to bez ohledu na to, jestli jde o označení pravdivé, nebo ne. Taková přezdívka se čtenáři sice na jedné straně snadno vryje do paměti, ale na straně druhé může narušit lidskou důstojnost a takto zavedená označení mohou manipulovat představami lidí.⁹⁷

Z osobních rozhovorů s bulvárními novináři vyplývá, že bulvární novináři se staví do role soudců a získávají si pozornost a zájem většinového publika tím, že Ivetu Bartošovou za její problémy s alkoholem a prášky odsuzují, vyvolávají spekulace, co by jí mohlo pomoci, navrhuje řešení i léčbu aj. Ivetě Bartošové přisoudila bulvární média roli zlomené zpěvačky, která bojuje nejen se svým okolím, ale především sama se sebou. Tento fakt vyplývá i z rozhovorů se všemi oslovenými psychology, kteří zároveň upozorňují na to, že média o Ivetě Bartošové často píšou bez respektu, překračují hranice empatie i slušnosti a útočí na ni všemi prostředky, které se dají v souvislosti s ní použít. (podrobněji v kapitole Tlak médií, daň za slávu). Často také dochází až k familiárnímu postoji bulvárních deníků, které hovoří o Ivetě Bartošové jako o „Ivetě“ nebo o „Ivetce“ (uvádějí její jméno bez příjmení), což vyjadřuje určitou nadřazenost a velkou míru přivlastnění si jí jako osoby. Čtenář se tak snadněji se zpěvačkou ztotožní nebo ji za její činy prezentované v médiích naopak odsoudí. Tento fakt pramení ze skutečnosti, že lidé často raději prožívají osudy slavných, svůj život porovnávají s jejich životem, v určité chvíli se s celebritou ztotožní, v jiné ji zase odsoudí a prožívají určité uspokojení z toho, že se někomu jinému daří mnohem hůř. Prostřednictvím svých článků bulvární novináři

⁹⁶ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7. s. 142.

⁹⁷ ŁOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008, 120 s. ISBN 978-80-86723-50-1. s. 87 – 89.

nabízejí čtenářům svoje názory a soudy o Ivetě Bartošové, sdělují jim svoji verzi toho, jak se věc stala a jak má čtenář text chápat. Nechybí hodnotící komentáře, čímž se snižuje objektivita jejich sdělení. V některých případech využívají novináři v textu uvozovky jako prostředek k vyjádření ironie nebo výsměchu. Ironie články oživuje a dělá je čtivější, její využití ale staví osobu nebo celý příběh do situace, ve které se nemůže bránit. Ironii je možno vyjádřit také použitím zdvořilých.

Př.:

Bartošová je zpět ve formě a vypadá božsky: "Čucíků" se už ani nedotkne. Smrdí jí!⁹⁸

Co pomůže Ivetě Bartošové? Sebereflexe, pevná láska nebo kolaps⁹⁹

Iveta je jako vyměněná: Bartošová po svatbě zhubla, ale ztratila zub¹⁰⁰

Mediální analytik Daniel Köppl se pozastavuje nad otázkou, zda o Ivetě Bartošové vůbec někdo může psát pozitivně. Upozorňuje na hlavní benefit, a to, že v jejím příběhu jsou všechny čtyři základní emoční koncepty, tj. emoční zvrát (negativní emoce se náhle zvrátí v pozitivní), pozitivní přechod (emoční stav se ze stavu nízké úrovně přesune do vyšší úrovně), upevňování (stále se zvyšující tok pozitivních pocitů, které vyvrcholí v emočním hřebu) a posílená emoce (vysoký pozitivní či negativní kontinuální tok emocí). Mediální hodnotu příběhu spatřuje právě v tom, že bez většího intelektuálního výdaje ze strany novinářů dovoluje příběh Ivetě Bartošové použít všechny tyto přístupy.¹⁰¹

⁹⁸ Iveta Bartošová je zpět ve formě a vypadá božsky: "Čucíků" se už ani nedotkne. Smrdí jí!. [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.super.cz/229224-iveta-bartosova-je-zpet-ve-forme-a-vypada-bozsky-cuciku-se-uz-ani-nedotkne-smrdi-ji.html>

⁹⁹ Co pomůže Ivetě Bartošové? Sebereflexe, pevná láska nebo kolaps. [online]. 2013 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/iveta-bartosova-alkoholismus-dkp-zdravi.aspx?c=A130718_174129_zdravi_jup

¹⁰⁰ Iveta je jako vyměněná: Bartošová po svatbě zhubla, ale ztratila zub!. [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/216291/iveta-je-jako-vymenena-bartosova-po-svatbe-zhubla-ale-ztratila-zub.html>

¹⁰¹ Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014. (viz příloha)

7.2. Obrazový materiál jako důkaz

Všechny bulvární listy sázejí na snahu upoutat čtenářovu pozornost především obrazovým materiálem, který patří k jejich zásadnímu prvku komunikační strategie. V případě Ivety Bartošové a jejích snímků z doby, kdy bojovala se svou závislostí na alkoholu a prášcích, se do médií se dostávají fotografie, na kterých zpěvačka vypadá velmi špatně, je oteklá, má rozostřený pohled a obyčejné, mnohdy i špinavé oblečení. Pro zvýšení kontrastu média neváhají hned vedle nelichotivých snímků Ivety Bartošové použít fotografie, kde vypadá zpěvačka výborně a je nalíčená. V případě, že chtějí otisknout o Ivetě Bartošové něco negativního a „ilustrovat“, že má opět problémy s alkoholem, použijí starou fotografii, která událost dokreslí (jistý typ časofotomontáže). V tomto případě má snímek nulovou informační hodnotu, není nositelem žádných podstatných informací a význam dostane teprve až ve spojení s titulkem článku nebo popiskem pod fotografií. Celkové vyznění je tedy plně v rukou novinářů a záleží na nich, jaký význam mu přidělí, přičemž ověřit pravdu není prakticky možné. Iveta Bartošová je nejvíce zobrazována ve dvou různých polohách. Jednou z nich je úspěšná popová princezna, která je navíc velmi krásná. Tou druhou, působící jako protipól, je zlomená trpící zpěvačka s nepřičetným pohledem a oteklou tváří (viz obr 2: Fotografie z deníku *Blesk*).

7.3. Tvorba příběhu s lákavým titulkem

Titulky, které čtenáře lákají, pomáhají mu při orientaci v textu a přiřazují článku důležitost, často odhalí i celý obsah bulvárního článku. K získání informace čtenáři často stačí přečíst si pouze titlek a podívat se na fotografii, tím je uspokojena jeho touha po získání informace. Mnozí lidé si lépe zapamatují titlek než samotný obsah článků. Stejně tak si snadněji vybavují avíza zpráv v televizních novinách, úvodní informace a první obrazy.¹⁰² Bulvární titulky jsou navíc výrazné svojí grafickou úpravou, velikostí, sklonem a především barvou písma. V případě Ivety Bartošové často

¹⁰² IŁOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008, 120 s. ISBN 978-80-86723-50-1. s. 89, 90.

bulvár používá expresivní a emoční titulky, objevuje se zvolání v titulku, často využívá i citátového titulku. Nechybí hodnotící soudy, výzvy, vzkazy nebo údiv, apelativní a hovorové výrazy nebo superlativy. Většina titulků obsahuje otazník nebo vykřičník, což u čtenářů podněcuje zájem o věc a vyvolá emoce a otázky. Zejména na titulních stranách dochází k vkládání titulků do fotografie tak, aby spolu korespondovaly a podpořily výraz osob na snímkách.

Př.:

Iveta Bartošová: Jan Tříska zastřelil dva agenty! (Deník Express, 28. 2. 1995, s. 1)

Příbuzní Ivety Bartošové si jdou tvrdě za svým: Sňatek neplatný! (Časopis Pestrý svět, 2. 10. 2013, s. 1)

Macura slaví, Bartošová slzí: Rychtář i jeho syn byli za napadení odsouzeni!¹⁰³

Bulvární novináři často a záměrně používají fráze, tj. „*nadnesené, bezobsažné, neopravdové, otřelé vyjádření*“¹⁰⁴ k zakrytí nízké informační hodnoty textů. Používání frází u čtenáře vyvolává pocit, že novinář problematiku dobře zná, navíc článek zjednoduší a tím umožní jeho lepší pochopení a dějově jej posune kupředu, aniž by si to čtenář uvědomoval. Čtenáře pomůže emocionálně naladit, což je zejména pro bulvární média velmi důležitým prvkem.

Př.:

Neuvěříte, jaké to byly kamarádky: Takhle Bartošová s Gottovou řádily na svobodna na horské dráze¹⁰⁵

Neméně důležitá je také atmosféra celého článku, novináři využívají přítomný čas pro popis děje, který už proběhl v minulosti, tím se stává text dynamičtější a čtivějším. Příběh Ivety Bartošové se dá z pohledu médií rozdělit do několika období (podrobněji

¹⁰³ Macura slaví, Bartošová slzí: Rychtář i jeho syn byli za napadení odsouzeni!. [online]. 2014 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/trapasy/93713/macura-slavi-bartosova-slzi-rychtar-i-jeho-syn-byli-za-napadeni-odsouzeni.html>

¹⁰⁴ *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2. s. 260.

¹⁰⁵ Neuvěříte, jaké to byly kamarádky: Takhle Bartošová s Gottovou řádily za svobodna na horské dráze. In: [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.super.cz/226624-neuverite-jake-to-byly-kamaradky-takhle-bartosova-s-gottovou-radily-za-svobodna-na-horske-draze.html>

v následující kapitole), která se vzájemně proplétají a až na výjimky plní stránky bulvárních médií již řadu let několikrát týdně. Jednotlivá média různým způsobem podporují jejich životnost a vytvářejí dojem, že se kolem zpěvačky „stále něco děje“, že je důležité se zajímat o „další vývoj“ v její kauze. Vytvářejí nové příběhy, které se točí kolem Ivety Bartošové, ve kterých nechybí ani hrdinové ani ti zlí, kteří zpěvačce chtějí ublížit. Zajímavé je pozorovat skutečnost, že se jejich role postupem času mění. Zatímco Ladislav Štáidl byl zpočátku v souvislosti s Ivetou Bartošovou zobrazován jako její ochránce a životní i pracovní partner, v pozdějších letech to byl tyran, který ji v mediální realitě bil a vzal jí syna. Stejně tak můžeme v této souvislosti jmenovat Jiřího Pomeje. Z role pohádkového prince na bílém koni (viz obr 3: Producent Jiří Pomeje) se proměnil taktéž v tyrana, který se chce na slávě Ivety Bartošové přiživit. A v neposlední řadě to byla rodinná přítelkyně a chůva Artura Zlata Golda Dvořáková. Ta se z přítelkyně a kamarádky stala zrádkyní, která se chce pomocí důvěrných informací ze života zpěvačky zviditelnit v médiích. Jednotlivé příběhy týkající se Ivety Bartošové jsou vystavěné na konfliktu „dobra“ a „zla“, na vyhocenosti jednotlivých situací, do kterých se zpěvačka dostala, na hodnocení toho, co se stalo. Postupem času se jednotlivé epizody z jejího života posouvají na okraj a v celkovém mediálním obraze se Iveta Bartošová stává „jedinou celebritou, která je na tom v očích čtenářů hůře než oni.“¹⁰⁶

7.4. Dílčí závěr

Komunikační strategie vyplývá z bulvární povahy deníků, které využívají neuvěřitelného životního příběhu odehrávajícího se kolem Ivety Bartošové. Panuje předpoklad, že čtenáře tato kontroverzní osobnost české hudební scény stále zajímá a že o ni zájem neztratili. Informační hodnota článků o Ivetě Bartošové je vesměs velmi malá, obsah textů většinou plně vystihuje nadtitulek a hlavní titulek. Záměrem článků není informovat, tedy přinést nové poznatky, ale mít na titulní straně pokračování příběhu Ivety Bartošové, který zajistí prodejnost daného čísla. Při malém množství informací se bulvární deníky snaží udržet téma co nejdéle, přičemž opakuji informace

¹⁰⁶ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

i své závěry a přinášejí informace, které s případem na první pohled vůbec nesouvisejí. Bulvární deníky v případě Ivety Bartošové přeměňují pochybnost nebo fámu na pravdu, kterou píší a obhajují na svých stránkách. Často využívají opakování slov nebo slovních spojení, která je již „osvědčená“, nechybí hodnotové zabarvení, výrazný podíl emocí a expresivních slov. Otazníky na konci titulků nebo vět vyvolávají ve čtenáři zvědavost a otázky a podbízivě se spolu s ním ptají na pravdu. Výrazné grafické titulky ve spojitosti s nelichotivými fotografiemi vnímání Ivety Bartošové veřejností jenom umocňují. Hodnotící slova v sobě většinou nesou negativní konotace, které mají zpěvačku v očích čtenáře zobrazit v negativním světle. Použitím nespisovných a hovorových slov chtějí autoři přiblížit příběh popové královny co nejširším masám, pomocí řečnických otázek zlepšují čtenářovo vnímání textu. Ve svých textech a komentářích často překračují hranice slušnosti, spekulují o velmi citlivých tématech a v neposlední řadě zpěvačce prostřednictvím svých článků dávají rady, jak by se měla chovat. Neváhají ji odsoudit a použít všechny dostupné prostředky, aby zaujaly co nejširší publikum. Pro umělé zvýšení prestiže svého článku používají často slovo *exkluzivní*, spojení *otevřená zpověď*, *skandální fotografie*, *víme první* aj.

8. Úspěchy i pády pod drobnohledem médií

Slavné osobnosti plní stránky bulvárního i seriózního tisku, objevují se v rozhlasových pořadech, na obrazovkách televizí a na webových stránkách. Dnes již nikdo nepochybuje o tom, že vliv médií je obrovský a že sláva hvězd stoupá úměrně s jejich mediální prezentací. Popularita pomáhá hercům k rolím ve filmech či muzikálech, zpěvákům vyprodat koncert a v neposlední řadě i moderátorkám nebo modelkám k získání práce. Slavné jméno spojené s nějakou senzací příběhem zajišťuje novinám prodejnost, televizním stanicím sledovanost, rádiím poslechovost a webovým portálům návštěvnost. „*Mediální realita je obraz reality, který lidé vidí v médiích, zejména v televizi, ve filmu, na fotografiích nebo internetových stránkách.*“¹⁰⁷

Pro vznikající bulvár navíc nebylo na konci minulého století nic zajímavějšího než příběh krásné popové hvězdy žijící s o dvacet jedna let strašim ženatým hudebníkem, který pro ni k tomu skládá hit za hitem. Navíc se v roce 1994 objevil mediálně velmi zajímavý případ únosu a údajného sexuálního znásilnění zpěvačky bývalým trestancem Romanem Třískou. To vše jejich pozornost ještě umocnilo a Iveta Bartošová se stává bulvárními médii nejsledovanější českou celebritou. A tuto skutečnost potvrzují i všichni vybraní novináři, se kterými autorka práce vedla rozhovor. I přes to, že posledních několik let již není na výsluní české hudební scény, je ukázkovým příkladem toho, jak se mediální pozornost dá udržet i přes to, že pracovní nabídky výrazně ubývají. Její soukromí se stalo mediálně ostře sledovanou záležitostí, její rodinné poměry jsou několik let z velké části věci veřejnou. Přestože je jakékoliv sledování slavné osoby nebo její obtěžování při získávání informací z pohledu mediální etiky nepřípustné, v případě Ivety Bartošové jako by bulvární média ztratila všechny zábrany. Na jejich obranu je v této souvislosti nutno dodat, že sama zpěvačka mediální pozornost vyhledává a často jsou to právě lidé z jejího blízkého okolí, kteří sami novinářům informace poskytují. Bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek označuje Ivetu Bartošovou za typ celebrity, která s novináři spolupracuje, „sama aktivně

¹⁰⁷ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4735-634. s. 168.

informace ze svého soukromí sděluje, nezřídka za honorář. Tomu, že vedle toho zajímá média i v situacích, kdy si to ona nepřeje, se za těchto okolností není asi proč divit.¹⁰⁸ Bývalá hvězda showbyznysu se řadu let potýká s obrovskými osobními problémy, všichni o nich vědí a mají je neustále na očích a nikdo jí vlastně nedokáže a nebo ani nechce pomoci. I tak se dá charakterizovat mediální obraz Ivety Bartošové. Hvězdy, která patří zhruba k dalším třiceti, které ať udělají či řeknou cokoliv, dostanou se na titulní stranu bulvárních listů. Celebrity, o kterou se společnost zajímá a chce o ní vědět úplně všechno.

Jak můžeme konstatovat z rozhovoru s hudebním publicistou Josefem Vlčkem, Iveta Bartošová se stala populární nejen díky svému zpěvu, ale i díky své vizáži krásné a křehké dívky, která dokonale zapadala do tehdejší představy o kráse. S Petrem Sepěšim tvořili ideální pár, který mohl prakticky okamžitě na obrazovky *Československé televize*. Tvorba hvězdy byla v té době, samozřejmě za předpokladu „správných“ konexí, jednodušší, protože existovala pouze *Československá televize* a dvě stanice *Československého rozhlasu*, které sledoval prakticky každý v zemi. V případě Ivety Bartošové na začátku sehrál velkou roli hudební producent František Janeček, který měl v té době velmi dobré kontakty jak v *Československé televizi* a *Československém rádiu*, tak i v *Supraphonu*. To potvrzuje i hudební publicista Josef Vlček: „*František Janeček byl velmi mazaný, tehdy se pracovalo s metodou hudebních redaktorů, kteří vybírali muziku přímo na place k vysílání. A řada z nich byla na Janečkově výplatní listině.*“¹⁰⁹ Iveta Bartošová se v počátcích své kariéry stala vzorem pro řadu žen, které se jí chtěly vyrovnat krásou i půvabem, byla ztělesněním ideálu pro chlapce, kteří si dokonce vybírali za partnerky dívky, které se zpěvačce podobaly. Hudební producent František Janeček toto období shrnuje takto: „*Je velmi atraktivní, celá řada lidí ji považuje za takový typ princezny. Vlastně se s ní trochu ztotožňovali v rámci svých dcer a vnuček, ona byla těm lidem velmi blízká.*“¹¹⁰ Iveta Bartošová měla ve své mediálně konstruované osobnosti to, co oslovovalo hodnoty uznávané publikem a skrze média se stala součástí společnosti a kultury a do jisté míry ovlivnila i myšlení řady lidí. A svému mediálnímu obrazu na začátku kariéry musela zůstat věrná

¹⁰⁸ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

¹⁰⁹ Osobní rozhovor s Josefem Vlčkem, Praha, 4. ledna 2014. (viz příloha)

¹¹⁰ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrllová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

i v reálném životě. Počáteční úspěch zpěvačky se obešel bez přítomnosti bulvárních novin, na mediální scéně byly tehdy například časopisy *Vlasta*, *Květy* a *Naše rodina*, které Ivetu Bartošovou zobrazovaly jen jako mladou, nadějnou zpěvačku. Média s ní v podstatě soucítila, když zemřel Petr Sepěši a protože byla prototypem „mladé, nadějně a poslušné“, všechny články byly v pozitivním duchu. Na druhé straně je třeba zdůraznit, že Iveta Bartošová si díky rychlé popularitě také velmi rychle plnila svůj dětský sen o slavné zpěvačce a dostala se do vysněné hudební branže. A to přiznává i Iveta Bartošová: „*Ty první úspěchy přišly strašně brzo, strašně, až moc.*“¹¹¹

8.1. Bulvární příběh o lidském neštěstí

Všichni oslovení bulvární novináři i hudební analytik Daniel Köppl se shodují, že zájem, který média věnují dění kolem Ivety Bartošové, lze označit za mimořádný. A dokládají to nejen bulvární noviny a internetové bulvární servery, ale také televizní a rozhlasové stanice a v neposlední řadě i seriózní tisk, který se článkům o zpěvačce také nevyhýbá. Jak v rozhovoru uvedl bulvární novinář a šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek, celý mediální obraz je nastaven tak, že kdysi velmi úspěšná hvězda českého showbyznysu Iveta Bartošová má problémy, které sleduje celý národ. Z podstaty nastavení příběhu každý ví, co Ivetu Bartošovou momentálně trápí, kdo jí ubližuje, a část publika zná i řešení jejích problémů. Profesně i v partnerském životě se jí snažil pomoci Ladislav Štáidl (po ztrátě Petra Sepěšihho a několika krátkých románcích), kterého epizodně střídá Zdeněk Podhůrský, pak i producent Jiří Pomeje. Přes italského hraběte Domenica Martucciho a samozvaného ochránce týraných žen Zdeňka Macuru (který má ke zpěvačce velmi intenzivní osobní postoj) se dostává Iveta Bartošová k Josefu Rychtářovi. Mediální analytik Daniel Köppl upozorňuje na to, že pro média jsou partneři zpěvačky velmi atraktivní, protože jsou to muži, kteří se mediální pozornosti nevyhýbají a svým způsobem Ivetu Bartošovou využívají ke svému vlastnímu zviditelnění. Z obsahového hlediska je to pro média také přínosné, protože to rozšiřuje obsahové možnosti a bulvární novináři opět mohou pracovat s city. Příběh

¹¹¹ Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

Ivety Bartošové vidí Daniel Köppl jako nekonečný seriál, ve kterém čtenář čeká již jen na dobrý konec.¹¹²

Z osobních rozhovorů s bulvárními novináři vyplývá, že mediální příběh o Ivetě Bartošové má šanci oslovit téměř každého diváka. Nabízí řadu různých zápletek a vyústění, nechybí ani zainteresovanost odborníků, personifikace, negativní pohled a překvapení. Díky Ivetě Bartošové a lidem, kteří se kolem ní točí, mají bulvární média o čem psát dvanáct měsíců v roce. Kauza Ivety Bartošové je v rámci českého bulváru unikátní, a to především svoji délkou a zvraty, ke kterým v jejím průběhu dochází. Dá se říci, že ve způsobu, jakým se o ní informuje, spíše připomíná reality show než jakkoliv obsáhlou bulvární zprávu. Podle bulvárních novinářů není kauzu kolem Ivety Bartošové třeba jakkoli uměle přiživovat, na stranu druhou ale přiznávají, že „*v souvislosti s Ivetou je zajímavý i její pes.*“¹¹³ Navíc těch, kteří ochotně o bývalé hvězdě pop music vyprávějí nejrůznější historky je hodně, od anonymních pozorovatelů přes bývalé kamarády, přátele i partnery až po našťvané spolupracovnice nebo pořadatele různých akcí, kam zpěvačka slíbila přijet a nepřijela. A nebo naopak přijela a nedodržela to, co slíbila.

Psycholog Jan Cimický míní, že Iveta Bartošová si fakt, že je součástí poměrně dobře rozehrané mediální hry uvědomuje, těžko se jí ale z toho kolotoče vystupuje. I ona ví, že média potřebuje a stejně jako většina celebrit je vnímá jako měřítko své úspěšnosti. „*Na jedné straně se říká, že „o kom se nemluví, zemřel“ a tedy i špatná reklama je reklama, na druhou stranu však ulpívavě upřený a sveřepý zájem především bulvárních médií může člověka významně traumatizovat,*“¹¹⁴ říká Jan Cimický a zároveň varuje, že v některých případech může pokus o útěk před paparazzi skončit tragédií (smrt princezny Diany).

¹¹² Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014. (viz příloha)

¹¹³ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

¹¹⁴ Osobní rozhovor s Janem Cimickým, Praha, 6. ledna 2014. (viz příloha)

8.2. Realita za přítomnosti kamer

Televize zaujímá v běžném životě lidí velmi důležité místo, divák si často organizuje svůj život podle jejího vysílacího schématu. Televizní divák je významnou součástí masové komunikace a tvůrci vysílání (především komerčního) se snaží svoje produkty co nejvíce zatraktivnit a přizpůsobit je co nejširší vrstvě diváků. Televize v dnešní době v podstatě představuje alternativu reálného života, kterému divák může snadno podlehnout. Přítomnost na televizních obrazovkách pomáhá k zviditelnění, k nárůstu popularity, k prodeji CD a návštěvnosti divadelních představení a muzikálů.

V začátcích kariéry Ivety Bartošové sehrála významnou roli její přítomnost na obrazovkách tehdy *Československé televize*. Byla hostem hudebních pořadů *Telegramiáda* (1986, 1988, 1989, 1990) *Galašarada* (1985) *Písničky včera, dnes a na zítřek* (1985), v zábavním pořadu *Dejte děti Brzo spát* (1986), *Ve víru tance a zpěvu* (1986), hudebních pořadech *Hity 87* (1988), *Medúza* (dvakrát v roce 1999), *Hity 88* (1989), *Hity 89* (1990). Byla jedním z prvních hostů hudebního pořadu *Triangel* (1983), soutěžního pořadu *Dva z jednoho města* (1984), hudebních pořadů *Vůně jehličí* (1987) a *Dnes večer z Ostravy* (1987), účinkovala v zábavním pořadu *Silvestr aneb Jak jsme to neviděli*, talk show *Klip Klap* (1988), dětském pořadu *Marmeláda* (1994), spolu s Vilémem Čokem moderovala *Mezinárodní hudební festival Děčín 2001*, přišla i do pořadu *Uvolněte se, prosím* (2005), patří jí obrazový životopis slavných *Po stopách hvězd* (2008). Nechyběla ani u Haliny Pawlowské v pořadu *Banánové rybičky* (2009), ve *Všechnopátý* Karla Šípa (2008), noční talk show Luboše Xavera Veselého *Café X* (2008), zahrála si v hudební pohádce *Plaváček*, kde vystoupily i další známé tváře populární hudby (1986), v pořadu *Neváhej a toč* (2003), přišla i do pořadu Vladimíra Hrona *Jsou hvězdy, které nehasnou* (2004), nechyběla ve vzpomínkovém pořadu na siláka Frantu Kocourka *Kocourkova dvanáctka* (2001), filmu *Hadí pohledy* (1993), v přímém nočním přenosu na ČT 2 *Velká noční hudba I.* (2005), pořadu *Vypadáš skvěle* (2005), zábavním pořadu *Guinnessův svět rekordů* (2005), pořadu *Šance* s Josefem

Dvořákem (1998), vystoupila i narozeninovým koncertu Karla Gotta v O2 aréně (2009), jehož záznam pak vysílala *České televize* pod názvem *Karel Gott 70*, aj.¹¹⁵

S příchodem komerčních stanic *TV Prima* (začala vysílat v listopadu roku 1992, do roku 1997 vysílala pod názvem *Premiéra*) a *TV Nova* (začala vysílat v únoru roku 1994, licenci získala již v roce 1993) se i působení Ivety Bartošové na televizních obrazovkách zintenzivnilo. V *TV Nova* Iveta Bartošová účinkovala například v hudebně zábavním pořadu *Silvestr* (2001), v pořadu Pavla Novotného *Novoty* (1997) a *Zlatá mříž* (1999), v hudební hitparádě *Eso* (1994), *Horoskopičiny* (1999), narozeninové show *Pět let s vámi* (1999), přišla i do *Snídaně s Novou* (1997), zazpívala v *Doremi* (1999), uváděla hudebně zábavný pořad *Deníček Ivety B.* (2000), přišla i do pořadu Hany Zagorové a Štefana Margity *Hogo Fogo* (2003), do pořadu Michala Suchánka a Richarda Genzera *Mr. GS* (2008) aj.¹¹⁶ Na obrazovkách televize Prima se Iveta Bartošová pravidelně objevovala zejména v lifestylovém pořadu *Prima Jízda* (1998, 2000, 2001, 2002 a 2003), dále *Caruso Show* (1996, 1998, a 2002), *Mňam aneb Prima vařečka* (1998 a 2005), *Kapka naděje* (2002), *Velké ucho* (2000), *Prima Nový rok* (1998), *Nikdo není dokonalý* (2003, 2005 a 2008), *Znáte se* (1999), *Telebazar* (2003), *To je fór!* (2000), *Čápi s mákem* (2010). S příchodem magazínu o českých celebritách *Top Star magazín* (první díl se vysílal v říjnu 1997) se Iveta Bartošová pravidelně objevuje i v něm, stejně tak její život od července roku 2010 mapují v rámci informační hodiny televize Prima *VIP zprávy*.¹¹⁷ *Televize Barrandov* (začala vysílat v lednu roku 2009), založená s cílem nabídnout divákovi alternativu ke stávajícím komerčním televizím, si Ivetu Bartošovou pozvala na svoji velkou zahajovací show, na které vystoupila špička českého showbyznysu. Objevila se také v pořadu *Prominenti* (2010), který divákům pravidelně odhaloval životy celebrit. Dokument nazvaný *Pravdivý příběh Ivety B.* (v premiéře vysíláno 2. dubna 2012), který o zpěvačce natočila *Televize Barrandov*, se stal druhým nejsledovanějším pořadem zmíněné televize. Padesátiminutový pořad, který mapoval celou kariéru popové hvězdy, sledovalo 601

¹¹⁵ MAZÁK, Luděk. ČESKÁ TELEVIZE. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 20. 1. 2014.

¹¹⁶ ŠKÁBOVÁ, Marcela. TV NOVA. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 7. 1. 2014.

¹¹⁷ KRÍŽKOVÁ, Hedvika. FTV PRIMA. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 10. 1. 2014.

tisíc diváků, získal 15,5% share a 6,8% rating. V roce 2013 se objevila zábavním pořadu *Barrandovský Silvestr*.¹¹⁸ *Televize Pětka* (začátek vysílání – říjen 2012, konec vysílání – únor 2013) s ambiciózním cílem vyrábět vlastní zábavní pořady na zájem o Ivetu Bartošovou vsadila hned na začátku. Pořady nazvaný jednoduše *Iveta* a živý přenos *Iveta live* (viz obr 4: Iveta Bartošová v televizi *Pětka*) byly vlajkovou lodí televize a Iveta Bartošová za pomoci Jana Antonína Duchoslava v živém přenosu pořadu *Iveta live* odpovídala na otázky diváků. Byla to v podstatě reality show ze života zpěvačky, která za pomoci *TV Pětka* plánovala velký návrat do vyprodané Lucerny.¹¹⁹

„Proces růstu pěvecké osobnosti je už tak zorganizován, že bez současné spolupráce rozhlasu, televize a *Supraphonu* se zpěvák do povědomí lidí nedostane, kdyby zpíval jako skřivan.“¹²⁰ Z osobního rozhovoru s hudebním publicistou Josefem Vlčkem můžeme zkonstatovat, že Iveta Bartošová měla na začátku své kariéry všechno, zpívala v *Československém rozhlase*, natáčela videoklipy v *Československé televizi* a díky Karlu Janečkovi se dostala do *Supraphonu*. Televizní produkce ji využívali jako zpěvačku, později ji zvali jako hosta do různých hudebně zábavných pořadů jako hosta. Do role moderátorky se Iveta Bartošová nikdy nedostala, režiséři ji využívali jako hosta, její přítomnost na obrazovkách vycházela z její profese zpěvačky. Její poloha popové princezny byla znát napříč všemi pořady i televizemi, ať účinkovala v jakémkoli typu zábavního pořadu, vždy to byla milá, usměvavá a lehce naivní žena. A její krásu využili i filmoví režiséři. Trend obsadit populárního zpěváka do filmu a zajistit tak snímku publicitu a přilákat publikum, využili filmoví režiséři i v případě Ivety Bartošové.¹²¹

K filmové práci se zpěvačka poprvé dostala v roce 1986, kde zazářila po boku Stanislava Hložka v pohádkové pop opeře na motivy pohádky *Tři zlaté vlasy děda Vševěda* Karla Jaromíra Erbena *Plaváček*. V roce 1988 se Iveta Bartošová objevila v komedii *Láska na inzerát* a ve stejném roce pak ve filmovém pásmu videoklipů nazvaném *F.T.* Nejvýraznějším filmovým snímkem byla v roce 1993 *Svatba upírů*, kde

¹¹⁸ SPĚVÁČEK, Jaroslav. TV BARRANDOV. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 27. 1. 2014.

¹¹⁹ Médiář.cz: denně o médiích, reklamě a marketingu [online]. Praha: Médiář.cz, © 2011-2013 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/>

¹²⁰ ČERNÝ, Jiří. *Zpěváci bez konzervatoře*. 1. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1966, 195 s. Život kolem nás, sv. 61. s. 155

¹²¹ Osobní rozhovor s Josefem Vlčkem, Praha, 4. ledna 2014. (viz příloha)

po boku Rudolfa Hrušínského nejmladšího zazářila v hlavní roli. Režisér filmu Jaroslav Soukup si ji vybral nejen na základě kamerových zkoušek, ale také proto, jak vypadala: „*Viděl jsem, že je velmi pracovitá, dochvilná, přesná, opravdu makala. Tak jsem dělal velký zkoušky na tenhle film a ona vyšla jaksi typově k Rudlovi Hrušínskému nejmladšímu nejlíp.*“¹²² Objevila se i v české komedii *Věrní abonenti* a naposledy v roce 2012 v hororovém snímku *Poslední výkřik*. V něm je patrné, že autor využil pouze slavné jméno zpěvačky k přilákání mediální pozornosti. Iveta Bartošová byla populární i na Slovensku, i tam jí televize dávaly prostor v lifestyleových pořadech, například *Smotánka* nebo *Na streche*. Na Slovensku se také poprvé objevila v taneční soutěži *Let's Dance*, představila nejen své taneční nadání, ale také silnou vůli překonat problémy, které měla.¹²³

Jak v rozhovoru uvedl hudební publicista Josef Vlček, Iveta Bartošová měla tu výhodu, že byla krásná a později na veřejnosti fungovala i její image princezny, do které ji koncem 90. let stylizoval hudebník a textař Vladimír Kočandrle. Ten později stál i za její další proměnou: „*K její desce se hodí, když z ní uděláme chudinku pronásledovanou zlým Štáidlem. Takže dáme do Blesku články, jak ji trápí.*“¹²⁴ Jak dokazuje tato historka, která vyšla i v knize rozhovorů publicisty Honzy Dědka *Zub času*, na vytváření mediální reality kolem Ivety Bartošové se podílela nejen sama zpěvačka, ale i tým manažerů kolem ní. Lze konstatovat, že zatímco bulvární noviny se po celou kariéru Ivety Bartošové většinou zabývaly pikantními zprávami ze soukromého života zpěvačky, televizní pořady tento „bulvární trend“ v podstatě až do roku 2010 nekopírovaly (podrobněji dále v textu). Jak vyplývá z interních informací o vysílacích pořadech *České televize* a komerčních stanic *Nova* a *Prima*, zpěvačka, ač byla hostem řady pořadů jak ve veřejnoprávní televizi, tak i v komerčních stanicích, prakticky v žádném z hudebně zábavních pořadů nebylo v minulosti hlavním tématem její soukromí a skandály. Většinou se také jednalo o pořady vysílané ze záznamu (kromě například *Snídaně s Novou*). Zpěvačka byla stejně jako ostatní interpreti nalíčená, učesaná a nasvícená studiovou technikou, její vystupování v televizích mnohdy

¹²² Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012. (viz příloha)

¹²³ ČSFD: Česko-Slovenská filmová databáze [online]. POMO Media Group s.r.o., © 2001-2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/>

¹²⁴ DĚDEK, Honza a JOSEF VLČEK. *Zub času: rozhovor*. 1. vyd. Editor Miloš Voráč. Praha: Galén, 2012, 269 s. Olivovníky. ISBN 978-80-7262-883-4. s. 178.

působilo až kontrastně vůči zprávám z bulvárního tisku. Nejinak tomu bylo i v týdenních magazínech, které se zabývaly životy slavných (*Top Star Magazin, Extra, Prominenti, Prásk* aj.). Předtočené reportáže, ve kterých Iveta Bartošová vystupovala, byly za předem dohodnutých podmínek. Pokud se v televizích objevily nelichotivé snímky zpěvačky, většinou to byly fotografie převzaté právě z bulvárních médií, které ilustrovaly komentáře reportérů. Tento fakt je dán i tím, že bulvární zpravodajství se v televizi dělá obtížněji než v tištěných médiích. Píšícímu redaktorovi stačí k napsání poutavé bulvární zprávy dobrý titulek, fotografie (nemusí být aktuální) a tvrzení „zdroje z blízkého okolí“. V televizi se reportér bez atraktivních obrázků a vyjádření respondenta na kameru neobejde. V televizích se sice objevují reportáže, ve kterých reportér použije ilustrační nebo archivní záběry a jako respondent může posloužit mediální odborník, psycholog aj., ale tyto reportáže nikdy nedosáhnou takové atraktivity, jako článek napsaný na stejné téma v bulvárním médiu. Tento fakt potvrzuje v rozhovoru i bulvární novinářka Lenka Špillarová, která uvádí, že v souvislosti s Ivetou Bartošovou v televizních reportážích týkajících se problémů zpěvačky často využívá sousedy, bývalé spolupracovníky a také psychology. Potvrzuje také skutečnosti, že v tištěném bulvárním zpravodajství se dá využít v souvislosti s Ivetou Bartošovou každá informace, v případě televizní reportáže je pak zpracování stejné zprávy mnohem těžší.

V podstatě až s rozmachem videí na internetu (dnes již bulvární weby přinášejí kromě fotografií i video) může masové publikum sledovat příběh Ivety Bartošové nejen na fotografiích, ale i na videu. Snadno lze i zpětně dohledat například obě svatby zpěvačky, nevydařené koncerty, nelichotivé záběry z útěku do Itálie, komunikaci zpěvačky s lékaři apod. Velmi intenzivně se v poslední době věnuje pádům a opětovným vzestupům zpěvačky pořad *FTV Prima VIP zprávy* (vysílaný od roku 2010). Ten přináší denní zpravodajství z českého i zahraničního showbyznysu a svým nasazením nemá v českých elektronických médiích konkurenci. Spolu s bulvárním zpravodajstvím v tištěné podobě téměř denně sleduje vše, co se kolem Ivety Bartošové děje. Reportéři *VIP zpráv* například jako jediní zachytili odchod Ivety Bartošové se Zdeňkem Macourou do Itálie (vysíláno 4. července 2013, *FTV Prima, VIP zprávy*). Video, které tehdy zkoumali i kriminalisté s podezřením, že jde o únos, zachycuje Ivetu Bartošovou v nedůstojné situaci, kdy s lahví alkoholu v ruce a ve špinavém domácím

oblečení opouští svůj dům v Praze – Uhřetěvesi a nasedá se Zdeňkem Macurou do vozu. Z rozhovoru bulvární novinářky Barbory Hlaváčkové vyplývá, že novináři často zprávami o Ivetě Bartošové pokrývají dobu, kdy se v českém i zahraničním šoubyznysu děje málo aktuálních věcí a reportéři musejí i přesto vymýšlet různá témata, kterými by bulvární noviny a pořady naplnili. Všichni oslovení bulvární novináři se shodli, že útek Ivety Bartošové se Zdeňkem Macurou do Itálie byl z jejich pohledu zatím nejzajímavější, z toho, co se v životě Ivety Bartošové odehrálo. V této souvislosti nutno dodat, že kauza zaměstnala bulvární novináře na téměř dva měsíce. Záběry, které dokazují, jak na tom zpěvačka byla špatně, jsou dodnes k dohledání na internetu. Stejně intenzivně se od roku 2012 věnuje případu Ivety Bartošové *Hlavní zpravodajská relace televize Nova* a znovuobnovený bulvární magazín *TV Nova Prásk*. Jak v rozhovoru uvedla bulvární novinářka Lenka Špillarová, byla to právě televize *Nova* ve spolupráci s deníkem *Blesk*, kdo zaplatil Josefu Rychtáři cestu do Itálie, kam jel hledat Ivetu Bartošovou a Zdeňka Macuru. Celý národ pak denně mohl z obrazovek televize *Nova* a z titulních stran deníku *Blesk* sledovat tuto záchrannou misi Josefa Rychtáře. Tím se životnost konkrétně tohoto skandálu prodloužila o další měsíc. Zatímco týdenní formát pořadu *Prásk* k podobným zprávám svým zařazením nahrává, *Hlavní zpravodajská relace televize Nova* již má k informacím o zdravotním stavu zpěvačky a jejím eskapádám podstatně dál. V této souvislosti nutno podotknout, že ani *Hlavní zpravodajství televize Prima* a ani *Události České televize* se Ivetě Bartošové úplně nevyhýbají. O obou relacích se objevily zprávy o tom, že policie České republiky zařadila Ivetu Bartošovou do databáze hledaných osob (začátek července 2013). V tomto směru můžeme ještě hovořit o zpravodajské hodnotě, v případě televize *Nova* je to spíše touha přilákat diváka, a to za každou cenu. V touze zaujmout najala zpěvačku i začínající televize *Pětka*, která si od reality show s Ivetou Bartošovou slibovala sledovanost a tím pádem rychlejší vstup na mediální trh. Tím, že se jednalo o živý, nesestříhaný pořad, si každý mohl utvořit o Ivetě Bartošové obrázek. Byly dny, kdy zpěvačka odpovídala zpomaleně a unaveně, jiné pak špatně artikulovala a pletla si slova. V některých dílech naopak působila sebevědomě. Toto tříměsíční působení zpěvačky v komerční televizi ještě zhoršilo mediální obraz zpěvačky a řada lidí ji odsoudila úplně. „Já si myslím, že podobné problémy měli i jiní zpěvačky v okamžiku, kdy vypadly ze své role mladých krasavic. Některý se s tím dokázaly vyrovnat, třeba

Hana Zagorová, ale obávám se, že Bartošová to vůbec nezvládla – a to nemluvíme o osobním životě, jen čistě o tom pracovním.¹²⁵ 26. října 2013 po delší pauze Iveta Bartošová spolu s Josefem Rychtářem vystoupili naživo ve *VIP zprávách* televize *Prima* a od té doby se zdá, že Iveta Bartošová opět zkouší nalézt cestu zpět na hudební scénu.

8.3. Dílčí závěr

Příběh Ivety Bartošové se na předních stránkách bulvárních novin drží více než patnáct let. Čtenáře i samotné novináře nepřestává její život fascinovat, její pokusy dostat se na vrchol hudební scény s železnou pravidelností střídají pády na samé dno, které vždy doprovází alkohol a velké množství prášků. Stejně tak se v jejím příběhu postupně zjevují a zase u něj odcházejí ti, kdo se jí po nějaký čas snaží zdánlivě chránit před ataky novinářů i před ní samotnou. Bulvární novinář a v současné době šéfredaktor sekce *Blesk TV* Petr Macek k tomu dodává: „*Někteří ji chtěli ovládat, někteří se vedle ní zviditelnit, někteří po konfrontaci s její skutečnou osobností raději rychle utekli.*“¹²⁶ Zatímco v bulvárních médiích se vše už řadu let opakuje, na televizních obrazovkách se podobný příběh odehrává teprve posledních pět let. Televize totiž přestávají vsázet jen na hudebně zábavní pořady, do kterých Iveta Bartošová pravidelně chodila jako host, a do vysílacích schémat zařazují pořady, které se přímo zabývají soukromím slavných. Pokud hovoříme o týdenních, předtočených formátech, tam se informace o skandálech Ivety Bartošové nedostávají s takovou intenzitou, s jakou o ní hovoří denní formáty a potažmo pak tištěná média. Kariéru Ivety Bartošové provázejí média od jejího úplného začátku, kdy si ji pro její krásu vybrali i filmový režiséri. Iveta Bartošová je typem hvězdy, která stejně jako každá celebrita posuzuje svoji úspěšnost dle zájmu médií, a to se vším pozitivním i negativním, co k tomu patří.

¹²⁵ Osobní rozhovor s Josefem Vlčkem, Praha, 4. ledna 2014. (viz příloha)

¹²⁶ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

9. Daň za slávu a tlak médií

Média mají značný dopad na život jednotlivce i celé společnosti, dokáží ovlivnit názory, postoje, životní styl, chování, mají sílu vzdělávat, ale také klamat a vyvolat nepřijatelné chování. Každý člověk vnímá realitu prezentovanou médii jinak, záleží nejen například na životní zkušenosti nebo vzdělání, ale také na tom, jaké médium si čtenář nebo divák vybere a jaký mu přikládá význam. Existují různé typologie účinků medií, přičemž nejjednodušší je rozdělení na krátkodobý a dlouhodobý dopad (zpráva o narození dítěte vyvolá něhu; čím déle je člověk vystaven působení médií, tím méně se jeho představy řídí nezprostředkovanou realitou), mohou mít přímé a nepřímé působení (posílení rasové nesnášenlivosti nebo ovlivnění mravního vývoje; přijetí mediálního obsahu zprostředkovaně přes prostředníky) a také plánované a neplánované působení (účinky reklamy, vzdělávání nebo různé typy kampaní; dopady mediální násilí nebo sexuální obsahy). Média dokáží zpochybnit nebo naopak posílit postoje, podnitit dosud nevyhraněné názory, u slabších jedinců vyvolat pocity smutku, radosti, zuřivosti i nostalgie (emociální působení). Pod vlivem médií může jedinec změnit své chování, tzn. koupí si jinou značku oblečení, své vystupování přizpůsobí vzorci jednání, které viděl např. v televizi, hlavním tématem jeho konverzace se stane událost, o které se dozvěděl z médií aj.¹²⁷

Vztah slavných lidí s médii je považován za spojené nádoby, nejvíce je výhodnost tohoto vztahu patrná mezi bulvárními novináři a celebritami. Náklad bulvárních plátek a tím i zisk se úměrně zvyšuje se senzačností a skandálností informace, sláva a popularita hvězdy je pak úměrná její mediální prezentaci. Jak vyplývá z osobních rozhovorů s psychology, život pod neustálým tlakem médií je dvousečný. Na straně jedné pozornost médií celebritě pomáhá udržet se stále v povědomí lidí a tím zvyšovat svoji cenu na trhu, na straně druhé je život pod drobnohledem médií mnohdy traumatizující. Na labilního jedince mohou mít mediální ataky velmi špatné dopady

¹²⁷ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7. s. 322, 329, 325, 335, 336.

a mohou ho dohnat až k sebevraždě. V tomto případě záleží podle psychologů na zázemí a podpoře blízkých lidí.¹²⁸

Na skutečnosti, že je Iveta Bartošová labilní osobnost, tj. „*nepevná, nestálá, kolísavá, vratká*“¹²⁹ se shodli všichni odborníci, které autorka v souvislosti s diplomovou prací oslovila. Jak v rozhovoru uvedl hudební publicista Josef Vlček, z osobního kontaktu s Ivetou Bartošovou měl pocit prázdnoty, zpěvačka podle jeho názoru byla jenom manipulovatelnou loutkou, která fungovala jen pod vedením Františka Janečka a Ladislava Štáidla. Stejně tak Josef Vlček hodnotí její hudební dráhu; jak vyplývá z rozhovoru, Iveta Bartošová nikdy nevymyslela žádnou písničku nebo koncepci vlastní muziky, z jeho pohledu se osobní problémy do jejího zpěvu nejvíce promítly v období, kdy vydala album *Bílý kámen*. Podle názoru Josefa Vlčka začala zpívat jiným způsobem. „*Je to takový velmi afektovaný, vyrážený projev zpěvu.*“¹³⁰

Jak se shodují oslovení psychologové, Ivetu Bartošovou tlak médií velmi deprimuje a hledá způsob, jak mediálnímu tlaku vzdorovat. Jak v rozhovoru uvedla psycholožka Michaela Dvořáková, zpěvačka své problémy řeší přes „*vysoké dávky alkoholu, které jí poskytují krátkodobý únik.*“¹³¹ Zpěvačka je podle oslovených psychologů dlouhodobě v situaci, kdy se musí kontrolovat na každém kroku, protože nikdy neví, kdy ji vyfotí paparazzi nebo kdy řekne něco, co poté bulvární média zneužijí. Všudypřítomný pocit kontroly se podle psychologa Jana Cimického „*může projevit stavy úzkosti a někdy i deprese, pocity marnosti a vyčerpání.*“¹³² Obranou proti všudypřítomnosti bulvárních novinářů a fotografů může být útek z dané situace; některé osoby by takový mediální tlak mohl podle oslovených psychologů dohnat až k sebevražedným pokusům. V případě Ivety Bartošové bulvární média psala o suicidálním pokusu dvakrát, nelze ale s určitostí konstatovat, zda k němu ve skutečnosti opravdu došlo, a to ani v jednom z medializovaných případů. S určitostí nelze konstatovat ani to, které období jejího života bylo pro Ivetu Bartošovou z mediálního pohledu nejbolestivější. Pravděpodobně ale musela podle oslovených psychologů velmi těžce snášet medializaci nevydařených

¹²⁸ Osobní rozhovory s Janem Cimickým, Pavlínou Holubovou a Michaelou Dvořákovou. (viz příloha)

¹²⁹ *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2. s. 468.

¹³⁰ Osobní rozhovor s Josefem Vlčkem, Praha, 4. ledna 2014. (viz příloha)

¹³¹ Osobní rozhovor s Michaelou Dvořákovou, Praha, 11. února 2014. (viz příloha)

¹³² Osobní rozhovor s Janem Cimickým, Praha, 6. ledna 2014. (viz příloha)

vztahů a také dobu, kdy se s Ladislavem Štáidlem soudila o syna Artura. Z osobních rozhovorů s psychology lze vyvodit, že jako každá matka je i Iveta Bartošová velmi fixovaná na své dítě a útoky proti němu vnímá nejhůře ze všech. Pro každého umělce je popularita a sláva velmi důležitá, vnímají ji jako měřítko své úspěšnosti. Stejně je tomu i v případě Ivety Bartošové, u které se touha stát se slavnou zpěvačkou proměnila ve ztrátu osobního života, v neustálý negativní zájem bulvárních médií, lživé a útočné články a zlomyslné komentáře. To potvrzuje v osobním rozhovoru i bulvární novinářka Lenka Špillarová. Podle jejího názoru je Iveta Bartošová labilní, i tak ale média ke svému životu potřebuje. Zároveň je tu podle názoru Lenky Špillarové skutečnost, že ji mediální pozornost ničí a s negativními bulvárními články se neumí vyrovnat. Bulvární novinář a šéfredaktor *Blesk TV* Petr Macek v osobním rozhovoru říká, že Iveta Bartošová je velmi emotivní a ovladatelná žena a před svými chybami utíká k alkoholu a antidepresivům.

9.1. Příběh, který varuje

Podle mediálního analytika Daniela Köppla lze těžko určit, nakolik je sama zpěvačka na popularitě závislá a do jaké míry se na vlně mediální pozornosti chtějí svést její partneři; závislost na neustálém zájmu médií lze označit jako patologickou. Iveta Bartošová je ikonou pro obyčejné, bezúhonné lidi, kteří ji mohou litovat a říkat si, jak hluboko se dá klesnout. Paradoxem je, že právě na tom stojí v současné době její popularita, která je vnímána jako útěcha pro lidi, že se nemají tak špatně jako Iveta Bartošová, že slavná popová zpěvačka se má vlastně hůře, než oni. Lze se na něj ale podle Daniela Köppla dívat i z jiného pohledu, a to, že životní osud zpěvačky, tak jak je podáváný v bulvárních médiích, může přispět k lepší výchově mládeže, k prevenci kriminalisty nebo k udržování morálky ve společnosti. V tomto směru vidí Daniel Köppl v příběhu Ivety Bartošové a zároveň v bulvárních médiích pozitivní přínos pro společnost. Z rozhovoru s bulvárním novinářem a šéfredaktorem *Blesk TV* Petrem Mackem je vyplývá, že všichni sice chtějí vědět, co zpěvačku zase potkalo, nikdo by ale její život žít nechtěl. Čtenářům do jisté míry dělá dobře, že se má někdo hůře než oni. Slova Petra Macka potvrzuje i bulvární novinářka Andrea Košťálová, která v osobním

rozhovoru říká, že lidé jsou vlastně rádi, že je nepotkal stejný osud. Díky informacím o problémech zpěvačky se lidem podaří zapomenout na vlastní trápení.

9.2. Dílčí závěr

Iveta Bartošová je podle odborníků oslovených autorkou diplomové práce labilní osoba, kterou život pod neustálým tlakem bulvárních médií deprimuje. Hledá a potřebuje alespoň krátkodobé úniky z reality, které řeší alkoholem a prášky. Všudypřítomný pocit kontroly zpěvačka zvládá jen těžce, spekulace, které bulvární média vedla ohledně sebevražedných pokusů, se nedají v případě Ivety Bartošové potvrdit. Lze vyvodit, že zpěvačce z mediální pohledu nejvíce ublížily necitlivé a útočné články týkající se jejího syna Artura, a to zvláště v období, kdy příslušné orgány řešily svěření Artura do péče jeho otce Ladislava Štaidla. Zpěvačka stejně jako ostatní celebrity posuzuje míru své popularity zájmem médií, bohužel v jejím případě se „atraktivnost“ jejího soukromého života stala hlavní náplní bulvárních novin a vedla k úplné ztrátě soukromí a svobody. Osobní problémy Ivety Bartošové mohou pro řadu lidí představovat jakousi útěchu, že oni sami se nemají tak špatně jako někdo, koho zná celý národ.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo definovat a vymežit *Vznik filmové a televizní hvězdy* s důrazem na psychologické a typologické vlastnosti, přičemž část byla věnována vlivu a prostředkům mediální komunikace. Na praktickém příkladu popové hvězdy Ivety Bartošové řešila problém vzniku a vývoje hvězdy, představila komunikační strategii médií, trend současné doby v bulvárním tisku a také v televizních pořadech jejichž obsah tvoří dění kolem slavných lidí. Ukázala, jak v souvislosti s Ivetou Bartošovou manipulují bulvární média s masovým publikem i jakým způsobem zasáhli paparazzi do osobního života zpěvačky. Práce popsala mediální obraz Ivety Bartošové, našla faktory, které jej nejvíce ovlivnily a představila způsob, jakým bulvárním novináři vytvářejí mediální realitu slavné zpěvačky, uvedla prostředky, které nejčastěji používají k tomu, aby přilákali publikum. Jedná se o materiál, který shromažďuje názory odborníků z oboru psychologie, tj. Jana Cimického, Michaely Dvořákové a Pavlíný Holubové, zahrnuje také stanovisko hudebního publicisty, rozhlasového dramaturga a specialisty na hudební avantgardu Josefa Vlčka, komplexní pohled mediálního analytika, zakladatele a bývalého šéfredaktora týdeníku *Marketing & Media* a v současné době ředitele redakcí vydavatelství *Empresa Media* Daniela Köppla a postoj publicistů a novinářů zabývajících se životem českých i zahraničních celebrit, tj. bulvárního novináře a nyní šéfredaktora sekce *Blesk TV* Petra Macka, bulvární novinářky Andrey Košťálové, bulvární novinářky Lenky Špillarové a bulvární novinářky Barbory Hlaváčkové. Pro komplexní přehled autorka práce využila také názory odborníků publikujících na odborných internetových stránkách zabývajících se mediální problematikou (*Mediaguru.cz*, *Mediar.cz* aj.) a dokumentární pořad pro *TV Barrandov Pravdivý příběh Ivety B.*, který podrobně mapuje celou kariéru zpěvačky (součást přílohy diplomové práce).

Teoretická část nabídla hlubší pohled do historie vzniku filmu a televize, zmapovala začátky zrodu filmové hvězdy, předpoklady pro vznik hvězdy televizní, odkryla tržní hodnoty slavných jmen a přiblížila tvorbu hvězdy v průřezu času. Na základě odborné literatury, odborných internetových stránek zaměřených na mediální prostředí,

hloubkových rozhovorů s odborníky z mediální, hudební, žurnalistické a psychologické sféry a vlastního pozorování a zkušeností autorky práce byly shromážděny informace a podklady pro praktickou část.

Z kvantitativní obsahové a obrazové analýzy masových médií vyplývá, že Iveta Bartošová měla všechny předpoklady k tomu, aby se stala hudební hvězdou. V době, kdy začínala, byla idolem pro dospívající mládež a podle hudebního publicisty Josefa Vlčka ji v začátcích kariéry doprovázeli jedni z nejlepších textařů a hudebníků (František Janeček, Ladislav Štáidl). Zpěvačka prožila období, kdy vyprodávala koncertní haly, její písničky hrála všechna rádia, byla hostem řady hudebně zábavních televizních pořadů, zářila v muzikálech. Její partnerské neshody, problémy s alkoholem, prášky a pozdější rozepře s nejbližšími kamarády, manažery i partnery se ale staly hlavním tématem bulvárních médií. Podle bulvárního novináře a šéfredaktora sekce *Blesk TV* Petra Macka příběh Ivety Bartošové zajímá bulvární média již patnáct let a svojí obsáhlostí nemá v českém šoubyznysu srovnání; je „...unikátní svou kadencí, obsáhlostí, tematickou i časovou.“¹³³

Komunikační strategie médií vyplývá z povahy deníků, nejvíce o této kontroverzní osobnosti českého šoubyznysu ze své podstaty informují bulvární média. Informační hodnota článků je většinou nízká, záměrem textů, které o zpěvačce vycházejí není přinést nové skutečnosti, ale mít na titulní straně pokračování příběhu o Ivetě Bartošové a tím přilákat čtenáře, v případě televizních reportáží diváky. Je evidentní snaha médií udržet toto téma na předních stranách co nejdéle, přičemž se často jedná o informace, které s životem Ivety Bartošové souvisejí jen velmi okrajově. V článcích nechybí výrazný podíl emocí, velké grafické titulky, nelichotivé fotografie, používání expresivních a hodnotících slov aj. Bulvární novináři neváhají v případě Ivety Bartošové použít všechny dostupné prostředky, aby zaujali co nejširší publikum.

Podle mediální analytika Daniela Köppla lze těžko určit, do jaké míry je Iveta Bartošová na popularitě a zájmu médií závislá a jak velkou roli v extrémní mediální pozornosti hrají životní partneři. Jak potvrdily hloubkové rozhovory s bulvárními novináři i dalšími odborníky, zpěvačka si většinou vybírá autoritativní muže, kteří se

¹³³ Osobní rozhovor s Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014. (viz příloha)

vedle ní chtějí především zviditelnit a kteří sami vyhledávají kontakty s bulvárními novináři. Z osobních rozhovorů také vyplývá skutečnost, že Iveta Bartošová je bezúhonnými lidmi vnímána jako ikona, kterou mohou litovat a zároveň na jejím životě mohou pozorovat, jak hluboko se dá klesnout. Paradoxem je, že právě na tom stojí v současné době její popularita. V této souvislosti je nutné zmínit ještě jeden pohled, který vyplynul z osobního rozhovoru s mediálním analytikem Danielem Köpplem a to, že životní osud tak, jak ho podávají bulvární média, může přispět „...k lepší výchově mládeže, udržování morálky, prevence kriminality a nežádoucích jevů ve společnosti.“¹³⁴

Psychologové, které oslovila autorka práce, se shodují, že Iveta Bartošová je labilní osoba, kterou život pod neustálým tlakem bulvárních médií deprimuje a ke krátkodobým únikům z reality využívá alkohol a prášky. Lze vyvodit, že z mediálního pohledu zpěvačku nejvíce zasáhly necitlivé články týkající se jejího syna Artura. Jak dále vyplynulo z praktické části práce, Iveta Bartošová patří k těm celebritám, které posuzují míru své popularity na základě množství článků v tištěných médiích a účasti v televizních pořadech. Jak můžeme konstatovat na základě hloubkových rozhovorů s odborníky, z bulvárního pohledu senzačnost jejího osobního života zcela vytlačila z mediální reality její profesní dráhu. Zpěvačka tak ztratila nejen řadu svých fanoušků, ale také soukromí a svobodu.

Diplomová práce analyzovala mediální obraz Ivety Bartošové a posloužila k pochopení mediální reality a praxe zejména bulvárních novinářů. Zdůraznila, jak těžký je pro popovou zpěvačku život pod drobnohledem médií a jaký vliv má tato skutečnost na její soukromý život. Práce obsahuje řadu konkrétních příkladů, souvislostí a názorů odborníků. Posloužit by mohla také jako základ pro diskusi o síle, vlivu a účincích bulvárních médií, o skutečném přínosu Ivety Bartošové pro českou hudební scénu a v neposlední řadě může být podkladem pro zdůraznění důležitosti mediální výchovy.

¹³⁴ Osobní rozhovor s Danielem Köpplem, Praha 20. ledna 2014. (viz příloha)

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, 390 s. ISBN 80-859-4767-6.

CAMONTE, Tony S. *Hollywood včera a dnes*. 1. vyd. Překlad Ljubomír Oliva. Praha: Český filmový ústav, 1992, 110 s. ISBN 80-700-4075-0.

ČERNÝ, Jiří. *Zpěváci bez konzervatoře*. 1. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1966, 195 s. Život kolem nás, sv. 61.

DANEŠ, František. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997, 292 p. ISBN 80-200-0617-6.

DĚDEK, Honza a Josef VLČEK. *Zub času: rozhovor*. 1. vyd. Editor Miloš Voráč. Praha: Galén, 2012, 269 s. Olivovníky. ISBN 978-80-7262-883-4.

DVOŘÁKOVÁ, Zlata Golda a David ZÁPAL. *Iveto, sbohem...: Iveta Bartošová očima důvěrnice*. V Praze: XYZ, 2010, 232 s. ISBN 978-80-7388-331-7.

ÈJZENŠTEJN, Sergej Michajlovič. *Kamerou, tužkou i perem*. 1. vyd. Překlad Jiří Taufer. Praha: Orbis, 1959, 370 s., ca 100 s. obr. příl. Filmové publikace.

FRANCL, Gustav. *Galérie hvězd filmového plátna*. Praha: Výběr, 1992, 125 s. ISBN 80-854-9710-7.

FRANK, Tomáš a Věra JIRÁSKOVÁ. *K mediální výchově*. 1. vyd. Praha: Občanské sdružení SPHV, 2008, 120 s. ISBN 978-809-0418-745.

FORMAN, Zdeněk. *Výrazové prostředky filmu a televize*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1983.

HUBINKOVÁ, Zuzana. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. Vyd. 2. přeprac. Praha: Oeconomica, 2005, 228 s. ISBN 80-245-0889-3.

HVÍŽĎALA, Karel. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vyd. Praha: Máj, 2003, 268 s. ISBN 80-865-6970-5.

ŁOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008, 120 s. ISBN 978-80-86723-50-1.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 310 s. ISBN 978-807-3676-988.

KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. V Praze: Karolinum, 2003, 461 s. ISBN 80-246-0632-1.

Média a realita: sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU Brno. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2002, 270 s. ISBN 80-210-3083-6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.

MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004, 735 s. Albatros Plus. ISBN 80-000-1410-6. s. 263.

Nový akademický slovník cizích slov A-Ž. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 80-200-1351-2.

ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Překlad Helena Bendová. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 80-859-8376-1.

PŁAŻEWSKI, Jerzy. *Filmová řeč*. 1. vyd. Překlad Zdeněk Smejkal. Praha: Orbis, 1967, 461 s., příl. Filmové publikace.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

REMEŠOVÁ, Michaela. *Iveta Bartošová: Neměla jsem se narodit*. Praha: Fany, 2011, 208 s. ISBN 978-80-254-9042-6.

ROHÁL, Robert. *Populární slovník českých zpěváků*. Vyd. 1. Praha: Erika, 2004, 133 s. ISBN 80-719-0542-9.

SADOUL, Georges. *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1963.

SPOTO, Donald. *Marilyn Monroe: životopis*. Vyd. 1. Překlad Pavel Dufek. Praha: Ikar, 1996, 477 s. ISBN 80-717-6261-X.

SZCZEPANIK, Petr. *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Herrman & synové, 2004.

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 164 s. ISBN 978-80-86723-73-0.

THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004, 219 s. ISBN 80-246-0652-6.

TOEPLITZ, Jerzy. *Dějiny filmu I. díl 1895-1918*. Praha: Panorama, 1989, 291 s. ISBN 80-703-8016-0.

ULLMANN, Liv. *Proměny*. 1. vyd. Praha: Práce, 1989, 196 s.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, 230 s. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-802-4735-634.

VOSTRÝ, Jaroslav. *O hercích a herectví: osobnost a umění*. Vyd. 1. Praha: Achát, 1998, 274 s. ISBN 80-902-2217-X.

Seznam použitých internetových zdrojů

Bartošová se znovu léčí: Ohrožovala i Artura. [online]. 2011 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-vse-o-bartosove/153049/bartosova-se-znovu-leci-ohrozovala-i-artura.html>

Co pomůže Ivetě Bartošové? Sebereflexe, pevná láska nebo kolaps. [online]. 2013 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/iveta-bartosova-alkoholismus-dkp-/zdravi.aspx?c=A130718_174129_zdravi_jup

Český Slavík MATTONI [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.ceskyslavikmattoni.cz/>

Český lev: kinobox.cz [online]. © 2009-2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.kinobox.cz/ceskylev/>

ČSFD: Česko-Slovenská filmová databáze [online]. POMO Media Group s.r.o., © 2001-2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/>

Iveta Bartošová: Oficiální stránky [online]. © 2014 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.iveta.cz/>

Iveta Bartošová: Dala si pár dvojek a zmizela na čtyři dny!. [online]. 2012 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/184393/iveta-bartosova-dala-si-par-dvojek-a-zmizela-na-ctyri-dny.html>

Iveta Bartošová je zpět ve formě a vypadá božsky: "Čucíků" se už ani nedotkne. Smrdí jí!. [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z:

<http://www.super.cz/229224-iveta-bartosova-je-zpet-ve-forme-a-vypada-bozsky-cuciku-se-uz-ani-nedotkne-smrdi-ji.html>

Iveta je jako vyměněná: Bartošová po svatbě zhubla, ale ztratila zub!. [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/216291/iveta-je-jako-vymenena-bartosova-po-svatbe-zhubla-ale-ztratila-zub.html>

Karlovy Vary: Mezinárodní filmový festival [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.kviff.com/cz/aktualne/>

Lékaři natvrdo vyslovili krutou diagnózu Bartošové: Demence z alkoholu. [online]. 2013 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/trapasy/88631/lekari-natvrdo-vyslovili-krutou-diagnozu-bartosove-demence-z-alkoholu.html>

Macura slaví, Bartošová slzí: Rychtář i jeho syn byli za napadení odsouzeni!. [online]. 2014 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/trapasy/93713/macura-slavi-bartosova-slzi-rychtar-i-jeho-syn-byli-za-napadeni-odsouzeni.html>

Médiář.cz: denně o médiích, reklamě a marketingu [online]. Praha: Médiář.cz, © 2011-2013 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/>

Neuvěříte, jaké to byly kamarádky: Takhle Bartošová s Gottovou řádily za svobodna na horské dráze. In: [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.super.cz/226624-neuverite-jake-to-byly-kamaradky-takhle-bartosova-s-gottovou-radily-za-svobodna-na-horske-draze.html>

Televize.cz: TýTý [online]. © 2010 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.televize.cz/tyty/2012>

The Academy of motion picture arts and sciences [online]. © 2013 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: <http://www.oscars.org/>

SIDOVSKÝ, Janis. Jak se stát hvězdou. Díl první - komety. In: [online]. 5. 8. 2007 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: <http://sidovsky.blog.idnes.cz/c/8035/Jak-se-stat-hvezdou-Dil-prvni-komety.html>

SIDOVSKÝ, Janis. Ňadra Ivety B. a jiné kauzy bulváru. In: [online]. 14.3.2009 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z: <http://sidovsky.blog.idnes.cz/c/74601/Nadra-Ivety-B-a-jine-kauzy-bulvaru.html>

Seznam použitých dalších zdrojů

KŘÍŽKOVÁ, Hedvika. FTV PRIMA. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 10. 1. 2014.

MAZÁK, Luděk. ČESKÁ TELEVIZE. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 20. 1. 2014

Pravdivý příběh Ivety B., námět: J. Sidovský, scénář: J. Dědek, dramaturgie: M. Kočandrlová, odborná spolupráce: K. Gregorová, TV Barrandov, vysíláno 2. dubna 2012.

SPĚVÁČEK, Jaroslav. TV BARRANDOV. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 27. 1. 2014

ŠKÁBOVÁ, Marcela. TV NOVA. Software Provys: Řízení komerčních i nekomerčních televizních stanic. Poskytnuto: 7. 1. 2014.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1	Titulní strana deníku <i>Blesk</i> z roku 2009	I.
Obr. 2	Fotografie Ivety Bartošové k článku z deníku <i>Blesk</i>	II.
Obr. 3	Producent Jiří Pomeje	III.
Obr. 4	Iveta Bartošové v televizi <i>Pětka</i>	IV.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Obrázky	I.
Příloha B – Rozhovory	V.
Příloha C – DVD s televizním pořadem <i>Pravdivý příběh Ivety B.</i>	

PŘÍLOHY

Příloha A – OBRÁZKY

Obr. 1: Titulní strana deníku *Blesk* z roku 2009.



Zdroj: Ivetta Bartošová ukázala v Egyptě poprsí. Revue.idnes.cz [online]. 13. 3. 2009 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/iveta-bartosova-ukazala-v-egypte-poprsi-fdk-/lidicky.aspx?c=A090313_111253_lidicky_ved

Obr. 2: Fotografie k článku Ivety Bartošové z deníku *Blesk*



Zdroj: Policie rozhodla v kauze Džambulka: Nebyl to únos!. Blesk.cz [online]. 27. 8. 2013 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/205180/policie-rozhodla-v-kauze-dzambulka-nebyl-to-unos.html>

Obr. 3: Producent Jiří Pomeje



Zdroj: Reflex.cz. In: [online]. Ringier Axel Springer CZ, 11. 8. 20101 [cit. 2014-02-18].
Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/politika/38174/sest-duvodu-proc-by-mel-byt-kandidatem-ods-na-primatora-pomeje.html>

Obr. 4: Iveta Barošová v televizi *Pětka*



Zdroj: Blesk.cz. [online]. 4. 2. 2013 [cit. 2014-02-18]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190275/ani-bartosova-nespasila-petku-televize-oznamila-po-3-mesicich-svuj-konec.html>

Příloha B – ROZHOVORY

- **Přepis rozhovoru s mediálním analytikem, zakladatelem a bývalým šéfredaktorem týdeníku *Marketing & Media* a v současné době ředitelem redakcí vydavatelství *Empresa Media* Danielem Köpplem, Praha, 20. ledna 2014.**

Jaký je život Ivety Bartošové pod drobnohledem médií?

Jaký je její život, to těžko soudit. Asi není nic moc. Zároveň ale platí, že Iveta, respektive její partneři, nepatří mezi ty, kteří by s médii nechtěli spolupracovat. Každopádně jedna věc jsou média a druhou veřejnost, která se často snaží zjistit některé další informace agresivněji než novináři. Navíc myslím, že Bartošová je názorným důkazem toho, že platí staré indické přísloví: "Když mi sdělíš fakt, poučím se. Když mi sdělíš pravdu, uvěřím. Ale vyprávěj mi příběh a on bude žít v mém srdci navždy."

Jaký je v současné době mediální obraz Ivety Bartošové?

Je svým způsobem archetypálním příkladem ztroskotance, jehož mediální obraz se posouvá od škodolibosti k soucitu. Je zde ale nutné říci, že Bartošová je především výborný, téměř pohádkový příběh. Nekonečný seriál, kde čekáte na dobrý konec.

Jakými změnami procházel mediální obraz Ivety Bartošové?

Samozřejmě záleží na období. Svým způsobem měla smůlu, protože si pozornost médií udržela od velmi brzkého věku, kdy fungovala jako hvězda pro dospívající mládež. Smůlu měla především proto, že se stala populární u generace silného populačního ročníku. Logicky tedy v době, kdy tato skupina dospívá do věku první nostalgie, tak logicky opět roste poptávka po celebritách z doby jejich „mláde“. Iveta Bartošová nyní plní úlohu „špatného osudu“. Tedy osoby, se kterou se spotřebitelé mohou identifikovat a svým způsobem se uklidňovat, že nedopadli tak hrozně. Ostatně Bartošová je docela dobrým příkladem toho, že i bulvární média mají pozitivní přínos pro společnost. Když to vezmete, tak nejčastěji se mluví o tom, že bulvární média mohou přispívat k lepší výchově mládeže, udržování morálky, prevence kriminality a nežádoucích jevů ve společnosti. Iveta je z tohoto pohledu velmi vděčný objekt. Říkal jsem, že Bartošová je

příběh. A pokud zůstaneme chvíli na této vyšší úrovni, tak je dobré říci, že její životní osud tak, jak je podáván v médiích, pomáhá s porozuměním či chápáním světa „slabším“ čtenářům předběhnout v některých věcech jejich schopnější spoluobčany. Příběhy totiž evokují předchozí znalosti - včetně mnohého, co "známe" implicitně; poskytují podrobnosti; poskytují kontext, který umožňuje srovnání s "normou".

Jakým způsobem a do jaké míry může sama Iveta Bartošová vylepšit svůj obraz v médiích?

Těžce. Ale zde asi nejlépe platí hláška z pohádky: Až opadá listí z dubu. Tam se říká, že pak musel začít dělat to, co lidi dělají neradi, totiž začít plnit to, co slíbil. Určitě by to bylo možné, ale je to obtížné a hodně záleží na síle osobnosti. Například Tereze Pergnerové se to svým způsobem podařilo, takže není to uzavřené. Každopádně nejdříve by se musela rozhodnout, vyléčit a pak znova předstoupit před veřejnosti s tím, jakou ji znají z předchozí doby (zpěvačka). Držet se stranou průšvihů a přesměrovat se do pozice „zpověď napravené“. Vyžadovalo by to citlivé publikování informací, opatrné vystupování na veřejnosti. Práce řádově na rok.

Dalo by se říct, že je Iveta Bartošová jakousi ikonou všech lidí, kterým se život řekněme vymknul z rukou? Kteří měli problémy s alkoholem, prášky...

Neřekl bych, že je ikonou. To spíše obráceně. Ona je ikonou pro lidi, kteří jsou tzv. bezúhonní a mohou si říkat, jak hluboko se dá klesnout. Právě na tom ostatně stojí její popularita. Je svým způsobem omluvou na naše hříchy. „Ano, opil jsem se, ale nedopadl jsem jako Bartošová.“

Kde končí autentická Iveta Bartošová a začíná její mediální obraz, který se skládá převážně z jejích skandálních scén?

Na to se mi těžko odpovídá, protože ji osobně neznám. Ale ze zkušenosti si myslím, že v tomto případě to nebude zase tak daleko od sebe. Určitý problém je, že média na jejím příběhu vydělávají a tím jí paradoxně „utrpení“ prohlubují.

Iveta Bartošová je v médiích dlouhodobě posuzována především podle svých partnerů, ať už životních či pracovních. Proč? Je to pro média jednodušší?

Neřekl bych jednodušší, ale atraktivní rozhodně ano. Už proto, že v poslední době mívá okolo sebe muže, kteří se pozornosti médií rozhodně nevyhýbají a svým způsobem k tomu i přítomnost Bartošové využívají. Z pohledu médií je to navíc opět zajímavé, protože to rozšiřuje obsahové možnosti. Navíc, opět ve stejném duchu, kdy lze dobře pracovat s city (soudcem).

Proč chování Ivety Bartošové pořád čtenáře tolik zajímá?

Zajímá asi není to správné slovo. Bartošová je pro české spotřebitele daleko spíše útěchou, že nežijí a nemají se zase až tak špatně. Je pro řadu lidí omluvou, že ani mediálně známější lidé se nemají dobře. To je podle mého názoru podstata. To není čistý zájem, to je substitute.

Myslíte si, že Iveta Bartošová je závislá na popularitě, na mediální pozornosti?

Určitě. Už i díky tomu, že zažila popularitu celkem brzo, tak je patrné, že média potřebuje, že jí dodávají pocit významnosti. Je však otázkou, zda za to nemohou spíše její partneři, kteří se rádi na vlně mediální pozornosti svezou. Na druhou stranu je fér také říci, že závislost na mediální publicitě je také patologická a jistým příznakem nedospělosti.

Jak silný je tlak médií na Ivetu Bartošovou?

Nevím, zda si onen tlak vůbec připouští. Navíc se dá použít spíše v době, kdy se nic neděje jako „příjemná“ výplň. Myslím, že její význam je v médiích přeceňovaný, i když podobná substitute je v každé zemi důležitá.

Jaká je daň za slávu v případě Ivety Bartošové?

V jejím případě její osud. Ale ještě se vrátím k té předchozí otázce. Tady je třeba dodat, že onou daní nebo výsledkem tlaku médií je její zcela pokřivený pohled na svět. Představa, že média jsou instituce, které za fotografie nebo informace zaplatí cokoliv. Že není třeba pracovat, protože věci přichází z moci/úctů médií. Plus asi to nejhorší, z mého pohledu, ztráta soukromí. Respektive nejen soukromí, ale svobody.

Zajímají vůbec čtenáře nebo diváky úspěchy Ivety Bartošové?

To je zajímavé. Ve výzkumech čtenářských preferencí vychází, že lidé o ní nemají zájem. Dokonce ji hodnotí tak, že pokud by si mohli vybrat, tak mají pocit, že jí je v médiích moc. Částečný zájem vykazuje pouze cílová skupina nad 50 let ze sociodemografických skupin C, D, E. To, co ovšem výzkumy popře, vždy jsou výsledky prodeje. Z ABC ČR i z výsledků sledovanosti jasně vyplývá, že nasazení jejího obličejě pomáhá zvyšovat sledovanost i prodeje. Z toho tedy vyplývá, že je zajímavá.

Dají se média rozdělit – řekněme na ta, která o Ivetě informují pozitivně a na ta, která napíší jenom negativní věci?

Otázka je, zda o ní vůbec někdo může psát pozitivně. Ale její hlavní benefit je, že umožňuje pracovat se všemi čtyřmi základními emočními koncepty. Ať už jde o tzv. emoční zvrát, který zahrnuje „fázový přechod“ v emočních stavech diváka z počátečního negativního stavu do konečného pozitivního stavu. Je charakterizován výraznými hodnotami negativních emocí na začátku, které se potom náhle vytratí a jsou před skončením šotu nahrazeny silnými pozitivními emocemi. Okamžik ve zprávě, kdy negativní emoce zvrátí v emoce pozitivní je emoční zvrát nebo upevňování. To zase spočívá v plynule se zvyšujícím toku pozitivních/negativních pocitů diváka, které vyvrcholí v emočním zlatém hřebu na konci informace. Další dva koncepty – pozitivní přechod – koncept s náhlou nebo nespojitou změnu v emočních stavech, tentokrát však z negativního stavu nízké úrovně do pozitivního stavu vyšší úrovně – jako energetický skok v kvantové mechanice. Graf toku potom vypadá jako skoková funkce. Posílená emoce je princip postavený na kontinuálním toku emočních sdělení. Tím, že Hodnota Bartošové pro média je právě v tom, že dovoluje, bez většího intelektuálního výdaje na straně médií, použít všechny tyto přístupy.

- **Přepis rozhovoru s hudebním publicistou, rozhlasovým dramaturgem a specialistou na hudební avantgardu Josefem Vlčkem, Praha, 4. ledna 2014.**

Jak s odstupem času hodnotíte zrod hvězdy jménem Iveta Bartošová?

Když se na to dívám dneska, tak si uvědomuji, že celá 70. léta byla jedna taková stálá, pevná plejáda zpěváků jako byl například Karel Gott nebo Eva Pilarová, lidi, kteří vyrostli v 60. letech. A v 70. letech se objevilo několik pokusů, aby se k nim někdo další připojil, třeba Karel Zich nebo Věra Špinarová. Pořád ale chyběly tváře hvězd pro mládež. A František Janeček tehdy přišel s představou teenagerských hvězd a začal budovat Kroky, ve kterých se objevil například Michal David a další lidi, kteří byli zaměřeni na to, jak by podle tehdejších představ měla vypadat mladá generace. A Iveta Bartošová s Petrem Sepěšim patřili do takové té úhledné generace, byli naleštěný, vybroušený do takového toho sympatického, mladého, vychovaného člověka socialistické společnosti. Každá mladá holka chtěla vypadat jako Iveta Bartošová, každý kluk chtěl vypadat jako Petr Sepěši. Byla to vlastně snaha vytvořit konformní osobnosti.

Kdo myslíte, že Ivetě Bartošové profesně pomohl nejvíce?

V těch začátcích to byl určitě František Janeček, který byl v té době o tři třídy dál, co se týče českého showbyznysu. On byl mimo jiné představitelem té filozofie, že „prachy nesmrdí“ a proto se paktoval i s komunisty, bylo mu to v podstatě jedno. Vytvořil si dobré kontakty na Supraphonu a byl v něm tak dobře zapsaný, že mohl pod hlavičkou Kroků vydávat i více desek ročně. Ta doba měla ještě jednu obrovskou výhodu a to, že existovalo jenom jedno rádio, jedna televize. A František Janeček byl velmi mazaný. Tehdy se pracovalo s metodou hudebních redaktorů, kteří vybírali muziku přímo na place k vysílání. A řada z nich byla na Janečkově výplatní listině. Když si Janeček někoho vybral, tak pro něj nebyl problém ho protlačit do Supraphonu, aby něco natočil a nebyl problém ho dostat do rádia. A protože Iveta Bartošová s Petrem Sepěšim byli hezcí a úhlední lidi, tak nebyl problém je dostat ani do televize.

Iveta Bartošová pak přesto od Františka Janečka odešla k Ladislavu Štaidlovi...

Ladislav Štaidl měl jednu obrovskou výhodu proti Janečkovi a to, že uměl psát mnohem lepší a zajímavější písničky. Janečkovy písničky to byly kolovrátky, které člověk, kterému bylo nad 23 let, prostě nebyl schopný přijmout. Janeček byl zkrátka výrobce dětských hvězd. Celá ta generace, která přišla do Kroků po Ivetě Bartošové, tak to byly vysloveně dětské hvězdy, třeba Josef Melen. A když zpěvák trošičku odrostl, tak najednou zjistil, že je příliš manipulovatelný. Obvykle se pak osamostatnili nebo šli někam jinam. Třeba Michal David se osamostatnil, založil si skupinu Allegro, a Iveta Bartošová přešla ke Štaidlovi.

Ty největší hity pro ni pak napsal Ladislav Štaidl...

Za Ladislava Štaidla byla Iveta Bartošová na výsluní. Není to ale jenom tím, že pro ni psal ty největší hity. Ona trochu zestárla a najednou se stala přijatelnější i pro tu starší generaci, tím pádem pro širší záběr publika. Iveta Bartošová má ke konci 80. let slušný písničky, třeba hit Dva roky prázdnin není vůbec špatně napsaná písnička, i když dneska nikdo už neví, že je to o vojně. Iveta Bartošová se najednou se proměnila z teenagerky na takovou tu princeznu, kterou národ miloval. Ona vypadala jako princezna, což se nejvíc líbilo holkám kolem čtyřiaadvaceti, pětadvaceti let.

Producenti se snažili držet její „princeznovský model“ poměrně dlouhou dobu...

To ano. Když jsem mluvil koncem 90. let s Vladimírem Kočandrlem, tak on řešil, jestli se ta její role princezny ještě dá táhnout dál nebo ne. Já si myslím, že někdy kolem roku 1992 nebo 1993 už to prostě nešlo, už to bylo špatně. Tam pak nastala ta role té utiskované chudinky, kterou Ladislav Štaidl bije. A to docela fungovalo. Pak se z ní Kočandrle ještě pokoušel udělat štětku, to dopadlo hodně špatně, to úplně nevyšlo.

Takže se dá říci, že Vladimír Kočandrle stál za proměnou Ivety Bartošové z princezny na utiskovanou ženu, kterou měl národ litovat?

Tam je to období, kdy se to přerodilo samo. Ona vydala album Malé bílé cosi a u toho Vladimír Kočandrle ještě nebyl, to byla éra Supraphonu, zhruba rok 1994. Pak byla ta doba, kdy skončila jako princezna, dál byl ten skandál s Romanem Třískou a balením

Ivety Bartošové do alobalu. Tam se v očích řady lidí proměnila v hloupou, manipulovatelnou osobu.

Promítaly se její soukromé problémy i do její profesní stránky?

Ona nikdy nebyla autorka, ona nikdy nepsala písničky, takže se nemůžeme podívat do jejích textů. Faktem je, že v tom období, kdy vydala Bílý kámen, začala zpívat trošku jiným způsobem. Je to takový velmi afektovaný, vyrážený projev zpěvu, když si vezmeme to období začátku Bílého kamene, tak tam došlo k zajímavé věci. Vladimír Kočandrle pro ni nechal napsat velmi dobré skladby, které měly „oldfieldovský“ charakter, čistě Michael Oldfield, takový ten lehce keltsko – romantický nádech. A Iveta Bartošová to zpívá úplně křečovitě, jakoby to ze sebe vyráží místo toho, aby se ponořila do melodie. Tohle je to období, kdy zřejmě neustála ten tlak.

Čím to je, že Ivetu Bartošovou lidi tolik milovali?

Ona měla tu obrovskou výhodu, že byla krásná a fungovala na tu pubertální a předpubertální mládež. Pak když se ale člověk dostane za to období puberty a začne mít v životě jiné hodnoty, tak vlastně má u Ivety Bartošové pocit prázdnoty.

Jak hodnotíte asi její nejslavnější filmovou roli ve filmu Svatba upírů?

Ona tam nepůsobí úplně nesympatickým dojmem. Byl v tom trend dostat zpěvačku před filmovou kameru, udělat z ní herce a využít její krásu. Ona byla v té době tahák, který měl přitáhnout publikum.

Jaký byl podle vašeho názoru největší chybný krok, který Iveta Bartošová udělala?

Myslím si, že poslední roky jsou pro Ivetu Bartošovou velkým krokem mimo a nevím, jestli je to dané alkoholem nebo spíš tím, že ona neví, co sama se sebou. Já si myslím, že podobný problémy měli i některé další zpěvačky v okamžiku, kdy vypadly ze své role „mladých krasavic“. Některý se s tím dokázaly vyrovnat, třeba Hana Zagorová, ale obávám se, že Iveta Bartošová toto vůbec nezvládla – a to nemluvíme o osobním životě, jen čistě o pracovním. Myslím si, že je to také proto, že ona je v podstatě prázdná nádoba, která sama o sobě nikdy nebyla schopná vymyslet nějakou písničku, koncepci nebo vlastní vizi muziky. Vždycky to dělal někdo za ni.

Co Iveta Bartošová znamenala pro českou hudební scénu?

Obecně řečeno příliš mnoho neznamenal. V tom vývoji, v tom středním proudu tu byly daleko výraznější osobnosti, které diktovaly trend a ona tím, že byla jenom manipulovatelnou loutkou, vlastně nikdy nic nediktovala. Vždycky to buď diktoval František Janeček nebo Ladislav Štáidl nebo Vladimír Kočandrle. Svým způsobem je to také model. Tehdy těchto typů tolik nebylo, dnes jsou to všechny hvězdy ze SuperStar a podobných pěveckých soutěží.

Dá se tedy říct, kdyby s Ivetou Bartošovou po Ladislavu Štáidlovi nebo Vladimíru Kočandrlovi někdo pracoval, tak by se na hudební scéně udržela dál?

Jsou ve světě zpěváci, který byly manipulovaný celý život. Je jich ale málo. Oni v podstatě, když přestanou být pro veřejnost zajímavý, tak v tom okamžiku si producent najde někoho jiného. Protože to hlavní gro pop music jsou mladí do 25 let a v okamžiku, kdy přestanou zajímat mladý a nejsou to osobnosti, tak v podstatě přestanou být zajímavý. Ono jí odzvonilo už v 90. letech. Bylo tu několik pokusů ji ještě oživit, ale po tom období Malé bílé cosi, tak vlastně už má odzvoněno. To je v podstatě čtvrt století nastaveného času. Každý móda jednou končí.

- **Přepis rozhovoru s psychologem Janem Cimickým, Praha, 6. ledna 2014.**

Jaký je pro slavného člověka život pro drobnohledem médií?

Pozornost médií a zájem lidí je především pro umělce důležitý, je v něm však cosi rozporuplného, na jedné straně se říká, že „o kom se nemluví, zemřel“, a tedy že i špatná reklama je reklama, na druhou stranu však ulpívavě upřený a sveřepý zájem především bulvárních médií může člověka významně traumatizovat, zejména když zachází za limity slušnosti, využívá lži, polopravdy a pomluvy, proti nimž se nedá bojovat. V některých případech útěk před takovou pozorností může vést až k tragédii (viz princezna Diana).

Jak si myslíte, že Iveta Bartošová zvládá neustálý tlak médií?

Nikdo není tak silný, aby neustálý tlak zvládl bez obtíží, zejména pro labilní osobnost je to velmi nebezpečné, vede to ke střídání vzdoru a apatie a často ke hledání nějakého úniku, ventilu, který by alespoň krátkodobě pomohl. Nejčastěji to bývá bohužel alkohol.

Jak se chová člověk, který je téměř po celý život pod mediální kontrolou? Odrazí se to nějakým způsobem na jeho osobnosti?

Nesporně se musí víc kontrolovat a opatrně se chovat nejen na veřejnosti, ale i v soukromí, je v nevýhodě oproti „sledujícím“, protože nikdy neví, kde na něho nějaký paparazzi číhá. Může to způsobit stavy úzkosti a někdy i deprese, pocity marnosti vyčerpání. Ani francouzský prezident na skútru takovému zájmu neunikl...

Jak Iveta Bartošová vnímá svůj mediální obraz?

Myslím, že chvílemi si to uvědomuje, ale je vtažena do mediální hry a těžko se jí z toho kolotoče vystupuje.

Dokáží média ovlivnit chování Ivety Bartošové?

Záleží na tom, do jaké míry jsou pro ni důvěryhodná. Je-li tam někdo, koho zná a věří mu, pak i média mají možnost zapůsobit pozitivně. Pomoc médií v mnoha případech jsem zažil a musím přiznat, že nám v terapii velmi pomohl. Tady je třeba, aby se

prostřednictvím médií na sebe podívala sama a rozhodla, jakým způsobem se bude dál projevovat.

Myslíte si, že mohou média podpořit i negativní stránky Ivety Bartošové?

Nic není úplně bílé ani černé, přirozeně systematický tlak médií může působit negativně! Běžným obranným mechanismem je útok a nebo útek a k „úteku“ patří třeba i suicidální pokus!

Jaké zprávy v médiích dokáží slavné zpěvačce ublížit nejvíce?

Většinou nepravdivé zprávy z osobního a intimního života a útoky na blízké, v tomto případě syna Artura.

Jak hlubokou ránu dokáží v člověku mediální ataky zanechat?

Mohou labilního jedince dohnat až k sebevraždě, zejména nespravedlivým obviněním, skandalizací bez důvodu. To vede k zoufalství a často ke zkratkovitému řešení, které vyústí v autoagresi.

Jak Iveta Bartošová zvládá negativní informace o synovi? Je tohle pro ni to nejtěžší?

Vždycky je horší, když se ubližuje někomu blízkému a není možné tomu zabránit, nepřekvapí, že matka je prakticky vždy velice fixována na své dítě a vnímá útoky proti němu a jeho nezdary velmi bolestně.

Které období bylo pro Ivetu Bartošovou v souvislosti s médii nejtěžší?

Předpokládám, že v době, když hrozilo, že přijde o syna a bude jí odebrán příslušnými orgány péče o dítě.

Jak zvládá Iveta Bartošová své životní ztráty, umocněné drobnohledem médií?

V poslední době se zdá, že se jí podařilo zvládnout nevhodné úniky a znovu se snaží postavit „na nohy“ v oblasti, která je jí vlastní, tedy ve zpívání. Bude záležet na její pevné vůli, zda se jí to podaří.

A naopak úspěchy, o kterých média v souvislosti s Ivetou Bartošovou píší stále méně?
Je paradoxem, že média zajímají vlastně jen negativní věci a pozitivní pro ně nemají vhodný stimulující náboj. Měřítkem by v tomto případě mohl být zájem a reakce diváků, což by mohlo vykompenzovat menší zájem médií.

Je Iveta Bartošová závislá na popularitě, na zájmu médií o svoji osobu?
Pro umělce jsou zájem a pomyslná „sláva“ důležité, jistě i pro Ivetu Bartošovou je potřebná, vnímají to jako měřítko své úspěšnosti.

Jaká je daň za slávu v případě Ivety Bartošové?
Ztráta osobního života, neustálý spíše negativní zájem o její osobu a často zlomyslné komentáře, které jí mohou ještě více ublížit a proti nimž se neumí bránit.

Kde končí autentická Iveta Bartošová a začíná její mediální obraz, který se skládá převážně z jejích skandálních scén?
Autentická je vždy ve své profesi, není-li produkce ovlivněna negativním ventilem léků či alkoholu. Na jevišti bez těchto atributů je spontánní a může využít svůj talent.

Není Iveta Bartošová jakousi ikonou pro lidi, kteří mají například problémy s alkoholem, prášky...
Pokud dokáže opravdu trvale abstinovat a dokáže se vrátit na jeviště, zcela jistě. Každý umělec, který dokázal překonat nepřízeň osudu je idolem a vzorem pro ostatní (viz Helena Růžičková nebo Tereza Pergnerová). Možné to je.

Neopakuje Iveta Bartošová pořád stejné chyby?
Opakuje, bohužel. Potřebuje větší vytrvalost, aby byla schopna dlouhodobě překonávat nepříznivé situace.

Jaká je podle vašeho názoru Iveta Bartošová? Jaký je to člověk?
A priori asi hodně ovlivnitelný osobami, kterým věří. Hodnocení osobnosti přísluší jedině odbornému psychologickému vyšetření, jinak jsou to jen prázdné dohady.

- **Přepis rozhovoru s psycholožkou Pavlínou Holubovou, Praha, 11. ledna 2014.**

Jaký je pro slavného člověka život pod drobnohledem médií?

Tyto osoby sice musejí snést větší zásah do svého soukromí než „běžní“ občané. Pozornost médií jim ale pomáhá udržet se v povědomí lidí a tím zajišťuje i další práci. Když se na to ale člověk podívá z druhého pohledu, i celebrity jsou jen „lidi“, kteří si sice časem na média zvykli, ale i tak je některé lživé informace a neustálý zásah bulváru může traumatizovat.

Jak si myslíte, že Iveta Bartošová zvládá neustálý tlak médií?

Zpěvačka Iveta Bartošová působí jako velmi křehká žena, kterou obrovský tlak médií opravdu ničí. Každý člověk má dva druhy chování, soukromé a veřejné. Iveta Bartošová v poslední době poutá hodně pozornosti, což ji může deprimovat. Tato labilní osobnost se sice snaží mediálnímu tlaku vzdorovat a hledá únik, ale zatím nenašla správnou cestu a používá jako ventil jen krátkodobé prostředky.

Jak se chová člověk, který je téměř po celý život pod mediální kontrolou? Odrazí se to nějakým způsobem na jeho osobnosti?

Rozhodně se tento člověk musí celý život víc kontrolovat, nikdy totiž neví, kdo ji někde vyfotí nebo uvidí. Jeho mediální obraz se může během minuty změnit k horšímu a to ho může deprimovat. Dokonce to může způsobit stavy úzkosti, deprese, pocity marnosti a vyčerpání.

Jak Iveta Bartošová vnímá svůj mediální obraz?

Na to nedokážu úplně odpovědět. Pravděpodobně si ho nepředstavuje úplně reálně a má ho zkreslený.

Dokáží média ovlivnit chování Ivety Bartošové?

Otázkou je jakou důvěryhodnost médiím přikládá. Jestli jim bezmezně věří, tak ji informace můžou i negativně ovlivnit. Je třeba, aby se prostřednictvím médií na sebe podívala sama a uvědomila si, jak se vnímá a co jí vadí.

Myslíte si, že mohou média podpořit i negativní stránky Ivety Bartošové?

Tlak médií může rozhodně působit na každého negativně. Obranným mechanismem v takovém případě může být útok, útěk z dané situace. Není vyloučeno, že u některých osob by takový mediální tlak mohl dohnat i k sebevraždě.

Jaké zprávy v médiích dokáží slavné zpěvačce ublížit nejvíce?

Lži, pomluvy nebo nepravdivé informace dokáží ublížit většině lidí. Nejvíce pak zkreslené informace z osobního a intimního života. Každé matce nejvíc ubližují lži, které zraňují jejich děti, jinak tomu asi nebude ve vztahu Ivety Bartošové se synem Arturem.

Jak hlubokou ránu dokáží v člověku mediální ataky zanechat?

Už v minulosti se paní Bartošová pokusila několikrát o sebevraždu. Labilního jedince k suicidálnímu pokusu může dohnat nespravedlivé obvinění nebo přílišné omezování člověka společností. To vše může vyústit k zoufalství, které vede ke zkratovitému jednání.

Jak Iveta Bartošová zvládá negativní informace o synovi? Je tohle pro ni to nejtěžší?

Pro Ivetu jako matku to musí být asi daleko horší, než kdyby někdo ubližoval jí samotné. Každá matka je totiž většinou velmi fixovaná na své dítě a útoky na něj prožívá opravdu bolestivě.

Které období bylo pro Ivetu Bartošovou v souvislosti s médii nejtěžší?

Nejsem si jistá, každý člověk má priority trochu jinde. Pravděpodobně, ale musela nejvíce trpět v době, kdy se soudila o syna, nebo během nevydařených vztahů.

Jak zvládá Iveta Bartošová své životní ztráty, umocněné drobnohledem médií?

Někdy vypadá, že situaci zvládá, jindy je zase na dně. V poslední době se zdá, že se snaží postavit na vlastní nohy a začíná se opět věnovat hlavně zpívání. Otázkou je, jak dlouho to vydrží a jak bude silná.

A naopak úspěchy, o kterých média v souvislosti s Ivetou Bartošovou píší stále méně?
Média v poslední době žijí jen negativními informacemi ze života této zpěvačky. Její práce je moc nezajímá, otázkou je proč. Může to být i proto, že čtenáře bulvárních plátků zajímá víc její osobní život a skandály.

Je Iveta Bartošová závislá na popularitě, na zájmu médií o svoji osobu?
Pro každého umělce je popularita velmi důležitá, to, že se o nich píše, jim může zajistit další práci nebo se podle toho dá měřit jejich úspěšnost.

Jaká je daň za slávu v případě Ivety Bartošové?
Jednoznačně je to ztráta osobního života, lživé články, které jí ubližují, a negativní zájem médií o její osobu. Většinou se proti tomu nemůže bránit.

Kde končí autentická Iveta Bartošová a začíná její mediální obraz, který se skládá převážně z jejích skandálních scén?
Autentická je pokaždé, když pracuje, pokud tedy není ovlivněna nějakými léky nebo alkoholem.

Není Iveta Bartošová jakousi ikonou pro lidi, kteří mají například problémy s alkoholem, prášky...
Každý umělec, který překoná nepříznivou situaci ať už je to alkohol, drogy nebo jiná závislost stává se tak vzorem pro ostatní, kteří s těmito „démony“ bojují.

Neopakuje Iveta Bartošová pořád stejné chyby?
Má ty tendence, měla by být víc vytrvalá a více se snažit překonávat komplikované životní situace. Někdy to vypadá, že se neustále vrací na začátek a řeší vše dokola.

Jaká je podle vašeho názoru Iveta Bartošová? Jaký je to člověk?
Paní Bartošová na své okolí působí velmi zranitelně a ovlivnitelně. Vypadá, že se lehce nechá zmanipulovat lidmi, kterým důvěřuje. Hodnotit osobnost ale lze až díky psychologickému vyšetření. Zatím jsou to jen nepotvrzené dohady.

- **Přepis rozhovoru s psycholožkou Michaelou Dvořákovou, Praha, 11. února 2014.**

Jaký je pro slavného člověka život pod drobnohledem médií?

Média jsou pro slavného člověka velmi důležitá. Dalo by se říci, že v současné době větší mírou určují profesionální dráhu slavné osobnosti. V pozitivním smyslu je tedy bezpochyby žádaný. Na stranu druhou jsou tyto osobnosti pod neustálým tlakem. Myslím, že je přirozené, že se zde objevuje vyšší potřeba být vnímán okolím v pozitivním světle. Toto se však bulvární média snaží rozbourat a slavné lidi čtenářsky „polidštit“. Čekají na skandály a chyby slavných osobností. V některém případě mohou vést k traumatu. V opačném případě platí, že negativní reklama, je stále reklama. Některé celebrity se snaží do společnosti prorazit právě tím, že dají bulváru to, co od nich očekává a jsou za to odměněni rychlým vzestupem na žebříčku popularity.

Jak si myslíte, že Iveta Bartošová zvládá neustálý tlak médií?

Je pro mne těžké odpovídat na tuto otázku, protože neznám Ivetu osobně a vše mám zkresleno právě přes média. Iveta Bartošová se bezesporu v posledních letech dostala do situací, které nějakým způsobem nezvládla standardně řešit. Myslím si, že je to osobnost velmi citlivá a nepříliš stabilní. Takže v současné době tlak médií nezvládá příliš dobře a řeší vše přes vysoké dávky alkoholu, které jí poskytují krátkodobý únik.

Jak se chová člověk, který je téměř po celý život pod mediální kontrolou? Odrazí se to nějakým způsobem na jeho osobnosti?

Ano. Musí se neustále kontrolovat, ohlížet kolem sebe, jednat se všemi co nejlépe, nikdy neví kdy, kdo, nebo co může potencionálně zničit to, jak by chtěl být vnímán společností. V případě, že se mu něco nedaří, by mohl upadat do depresi.

Jak Iveta Bartošová vnímá svůj mediální obraz?

U žen je to ještě složitější, Iveta může hodně porovnávat s dřívějškem, což jí určitě nepomáhá. Dříve byla hodně úspěšná, mladá, štíhlá... Každý stárneme a u slavných žen je to dle mého názoru velmi těžké. Je těžké se identifikovat s novým obrazem krásy,

zhoršením fyzické kondice, s pár kily navíc, se stropem hlasového rozpětí... Iveta se neustále snaží znovu začínat, znovu hubnout, znovu být lepší...

Dokáží média ovlivnit chování Ivety Bartošové?

Myslím si, že by mohla být dobrým odrazovým můstkem v případě pozitivních reakcí na změnu. Každého potěší, když se o něm píše hezky a Ivetě by to mohlo bezesporu pomoci setrvat v současném úsilí. V negativním směru jí zase mohou pomoci jako zrcadlo. Nabádají k otázce: „jak mne vidí ostatní? Chci, aby mne takto vnímali?“ Mohlo by to v některém případě pomoci i jako motivace k léčbě ze závislosti na alkoholu.

Myslíte si, že mohou média podpořit i negativní stránky Ivety Bartošové?

Ano mohou. Mohou ji uvádět do hlubokých depresí, způsobovat úzkostné stavy (z těchto pak může hledat únik pomocí alkoholu).

Jaké zprávy v médiích dokáží slavné zpěvačce ublížit nejvíce?

Lživé a nepravdivé informace o ní a jejích blízkých.

Jak hlubokou ránu dokáží v člověku mediální ataky zanechat?

Hodně to záleží na momentální socioemocionální podpoře z hlediska blízkých. V případě, že má člověk jistou podporu od lidí, na kterých mu záleží, všechny problémy se mu řeší lépe. Takže i mediální ataky se tím pádem zvládají lépe. V opačném případě mohou mít tyto mediální ataky velmi špatné dopady, které mohou vyústit k autoagresivnímu chování.

Jak Iveta Bartošová zvládá negativní informace o synovi? Je tohle pro ni to nejtěžší?

Myslím si, že by každá matka zvládala negativní informace o svém dítěti velmi těžce. Je to přirozená reakce.

Jak zvládá Iveta Bartošová své životní ztráty, umocněné drobnohledem médií?

Teď by to mohlo vypadat, že je na vzestupné cestě. Je pěkné, že se snaží znovu vstát a zkouší znovu zpívat. Budeme jí držet palce, ať setrvá.

A naopak úspěchy, o kterých média v souvislosti s Ivetou Bartošovou píší stále méně?
Neúspěchy a skandály se dobře prodávají. Lidé, kteří čtou bulvár, nechtějí většinou slyšet, že se někomu daří.

Je Iveta Bartošová závislá na popularitě, na zájmu médií o svoji osobu?

Ano, stejně jako většina slavných osobností.

Jaká je daň za slávu v případě Ivety Bartošové?

Jsou to všechny negativní důsledky, které přináší mediální drobnohled.

Kde končí autentická Iveta Bartošová a začíná její mediální obraz, který se skládá převážně z jejích skandálních scén?

Její autentičnost by se do určité míry mohla projevit při hraní nebo zpěvu. Vše ostatní nám dotváří její mediální obraz.

Není Iveta Bartošová jakousi ikonou pro lidi, kteří mají například problémy s alkoholem, prášky...

Ano, v případě trvalé abstinence by se mohla skutečně stát vzorem pro lidi, kteří se dostali do podobných problémů s prášky a alkoholem.

- **Přepis rozhovoru s bulvárním novinářem a v současné době šéfredaktorem Blesk TV Petrem Mackem, Praha, 7. ledna 2014.**

Jak vnímá svět bulvárních (a vlastně nejen bulvárních) médií životní příběh Ivety Bartošové?

Životní příběh Ivety Bartošové je perpetuum mobile na půdorysu romantických telenovel. Učebnice antického dramatu. Je v něm láska, nenávist, smrt prvního milence, únosy, fingoané sebevraždy, souboje ctitelů, složité vztahy s rodiči a sourozenci, všelijaké tragédie, boj o dítě... Jak ji vidím já... Kdysi talentovaná zpěvačka, možná ne hloupá, ale jednodušší, snadno ovladatelná, emotivně založená žena, která potřebuje být vedena a proto si v životě – částečně možná podvědomě a částečně úmyslně – coby partnery vyhledává silné a autoritativní figury. Někteří ji chtěli ovládat, někteří se vedle ní zviditelnit, někteří po konfrontaci s její skutečnou osobností raději rychle utekli. Svobodná matka zklamaná v lásce, toužící po citu, byť by si ho měla vynutit silou nebo psychickým vydíráním... Nikdy se nepoučila z chyb, není ochotná čelit problémům a utíká před nimi k alkoholu a antidepresivům. A hlavně člověk, který má ve svém životě k tomu všemu ohromnou smůlu. Shrnuto do jedné věty - je to studnice příběhů, o nichž všichni chtějí číst, ale nikdo by je nechtěl žít.

V životě Ivety Bartošové se neustále něco děje, které to období bylo z vašeho pohledu mediálně nejzajímavější?

Její příběh graduje posledních řekněme patnáct let, a stále se děje něco nového, co je v ten okamžik silnější než děj předchozí. Z poslední doby je to samozřejmě úžasný několikatýdenní příběh jejího italského únosu Zdeňkem Macurou, dramatické vysvobození Josefem Rychtářem z vily exmilence Martucciho, a následná série půtek těchto třech pánů. To vše prakticky v přímém přenosu televizních kamer. Proti tomu je celá kauza s Romanem Třískou jen slabý odvárek.

Dá se říci, že příběh Ivety Bartošové z mediálního pohledu graduje? Že dokáže vždycky překvapit něčím jiným, novým, co už by nikdo nečekal?

Určitě. Novináři si už dlouhodobě (vždy když se něco děje) říkají, že určitý moment x je přece to nejvíc, co se může stát, teď už přece nemůže přijít nic zásadnějšího. A ono to vždycky přijde. Vždycky se přihodí něco, co onen moment x zatlačí do pozadí a triumfně jej nějaký ještě bizarnější moment. Už 15 let.

Jakým způsobem se dá – co nejdéle – udržet jedna kauza týkající se Ivety Bartošové na předních stranách? Co všechno se dá z mediálního pohledu využít? Jsou to odborníci, kamarádi?

V případě Ivety Bartošové média v poslední době častěji řeší spíše opačnou otázku: Proboha, co se to tam zase děje, přece ji nedáme po xtý na titulní stranu, ale zaznamenat to přeci musíme... Život a kariéru IB provází dominový efekt, každá její akce vyvolává reakci, lidé z jejího okolí mají velké tendence se k ní vyjadřovat, ti co z toho kolotoče vypadnou zase mají potřebu se vůči ní vyhranit... Její kauzy není většinou zapotřebí jakkoliv uměle přizívat nebo držet na přední straně násilím. A k druhé části otázky: Ano, s nadsázkou (ale ona to vlastně nadsázka není, je to fakt) je v souvislosti s Ivetou zajímavý i její pes.

Jaký je podle vašeho názoru mediální obraz Ivety Bartošové? Může si za něj sama?

Je typem "spolupracující" celebrity, často sama aktivně informace ze svého soukromí sděluje, nezřídka za honorář. Tomu, že vedle toho zajímá média i v situacích, kdy si to ona nepřeje, se za těchto okolností není asi proč divit...

Jak je to s informacemi, které o ní získáváte? Volají Vám její známí nebo Iveta Bartošová sama? Nebo některý z jejích partnerů, manželů?

Je to souhrn všech možných cest – něco ona sama, něco její okolí, něco anonymní pozorovatelé. Zhrzení spolupracovníci, odvržení milenci, naštvání pořadatelé...

Kdo z jejích životních partnerů s bulvárem spolupracoval nejvíc? Mluvílo se hlavně o Jiřím Pomeje a teď čerstvě i o Josefu Rychtářovi?

Všichni kromě Ladislava Štáidla a možná Romana Hankeho. Z poslední doby byli médiím v různých stádiích, s různými motivy a s různou intenzitou vstřícní úplně všichni – Jiří Pomeje, Domenico Martucci i Josef Rychtář.

Myslíte si, že je pro Ivetu Bartošovou těžké ustát mediální tlak, kterému je v podstatě celý život vystavena?

Jednoduché to určitě není, nicméně myslím, že zrovna v této oblasti je Iveta Bartošová už obrněná. Z jejích problémů je zájem médií ten nejmenší.

Co dala – zpětně řečeno – Iveta Bartošová bulvárním médiím? Je to například nějaká zkušenost pro bulvární novináře? Někaké posunutí hranic?

Kauza Ivety Bartošové je v rámci českého bulváru unikátní svou kadencí, obsáhlostí, tematickou i časovou. Ale že by nějak zásadně posouvala hranice... to snad ani nemyslím. Snad možná v tom, že způsob, jakým se o ní informuje, už připomíná více reality show, než zpravodajskou činnost.

Proč si myslíte, že život Ivety Bartošové lidi neustále zajímá?

Je to snad jediná celebrita, která je na tom v očích čtenářů hůře než oni, se kterou by neměnili. A to jim dělá dobře.

- **Přepis rozhovoru s bulvární novinářkou Lenkou Špillarovou, Praha, 19. ledna 2014.**

Jak vnímá svět bulvárních médií životní příběh Ivety Bartošové?

Jako velmi vděčné téma. U Ivety Bartošové se pořád něco děje. Pro média je tento příběh lahůdkou. I když všichni nadávají, Bartošová vždy překvapí a přijde s něčím novým a atraktivním na titulní stránky.

V životě Ivety Bartošové se neustále něco děje, které to období bylo z vašeho pohledu mediálně nejzajímavější?

V posledních letech je u Ivety Bartošové zajímavé úplně všechno. Asi nejvíce atraktivní v poslední době byl její nový vztah s osobním bodyguardem Josefem Rychtářem. Ten jí chtěl pomoci (tak jako zpočátku řada dalších) a nechal ji u sebe doma. Pak se z ochránce stal partner, který kvůli Ivetě opustil vlastní rodinu atd. Celá tahle kauza posledních pár let, dá se říci opravdu týden co týden, hýbe českým showbiznysem.

Dá se říci, že příběh Ivety Bartošové z mediálního pohledu graduje? Že dokáže vždycky překvapit něčím jiným, novým, co už by nikdo nečekal?

Přesně tak, Iveta Bartošová vždy překvapí a vždy je to o level horší než to, co by si divák nebo čtenář ve své fantazii mohl vůbec představovat.

Jakým způsobem se dá – co nejdéle – udržet jedna kauza týkající se Ivety Bartošové na předních stranách? Co všechno se dá z mediálního pohledu využít? Jsou to odborníci, kamarádi?

Kauza Iveta Bartošová je opravdu nekonečná telenovela. Pohybují se kolem ní i pochybní lidé, že i když se vyčerpají informace týkající se samotné Ivetu, její poskoci a různí fanatičtí obdivovatelé mají také velmi pestrou minulost. Do toho se vám ozvou sousedé, bývalý spolupracovníci, můžete využít psychologa. Dokud Bartošová prodává a táhne, do té doby se snaží média shánět jakékoli informace drby o ní.

Jaký je podle vašeho názoru mediální obraz Ivety Bartošové?

Už několik let se Iveta prezentuje jako zpátky se vracějící zpěvačka, která se bohužel ze dna vždy vyškrábe jen na pár měsíců.

Může si za svůj mediální obraz Iveta Bartošová sama?

Myslím, že každá celebrita by si měla dát jasné mantinely s novináři. Ty celebrity, které nechtějí být v bulvárních novinách nebo v bulvárních pořadech, tam jsou opravdu velmi minimálně nebo je to, jak se říká „o nás bez nás“. Iveta Bartošová je pravý opak.

Jak je to s informacemi, které o ní získáváte? Volají Vám její známí nebo Iveta Bartošová sama? Nebo některý z jejích partnerů, manželů?

Nejčastěji volá Iveta nebo nějaký její poskok. Momentálně to je manžel Josef Rychtář. Ten vždy zavolá a řekne, co je nového. Pokaždé ale tvrdí, že tu konkrétní informaci dává jenom našemu médiu, jak rád používá „exkluzivně“. Pak ale zjistíme, že ji mají i ostatní média, kterým zavolá stejnou věc také.

Kdo z jejích životních partnerů s bulvárem spolupracoval nejvíc? Mluvílo se hlavně o Jiřím Pomeje a teď čerstvě i o Josefu Rychtářovi?

Josef Rychtář média miluje. Rád si hraje na důležitého, rád se vidí v novinách, nechá se fotit. Jeho výstupy v televizi jsou komické, jeho spisovná čeština a naučené, předem připravené fráze. Ale s médii ochotně spolupracoval i Jiří Pomeje a obdivovatel zpěvačky Zdeněk Macura. Snad kromě Ladislava Štáidla všichni.

Myslíte si, že je pro Ivetu Bartošovou těžké ustát mediální tlak, kterému je v podstatě celý život vystavena?

Iveta je labilní, ona média potřebuje k životu, zároveň ji ale jejich pozornost ničí. Má období, kdy je fit, nepije, nebere léky ale pak stačí jeden špatný článek nebo jen maličkost, která ji vrátí zpět na dno. Ona je opravdu pod drobnohledem a před jejím domem neustále stojí nějaký bulvární fotograf. Bohužel ona sama se s negativními články neumí vyrovnat.

Proč si myslíte, že život Ivety Bartošové lidi neustále zajímá?

Iveta Bartošová je v českém bulváru pojem. Kdykoli se objeví na titulních stránkách, lidé si ty noviny koupí. Je to nekonečná česká telenovela, která prostě táhne. A nejhorší je, že i když si myslíte, že to, co se Ivetě zrovna stalo, je úplné maximum, vždy to příště posune dál.

- **Přepis rozhovoru s bulvární novinářkou Barborou Hlaváčkovou, Praha, 19. ledna 2014.**

Jak vnímá svět bulvárních médií životní příběh Ivety Bartošové?

Možná až moc. Média (hlavně bulvární) dobře vědí, že si jimi naservírované informace čtenáři rádi přečtou. Těží z toho, že jde o známou, velice známou osobnost, její příběh je negativní, což čtenáře přitahuje, a navíc má vývoj. Má tedy všechny předpoklady k tomu, aby čtenáře přitáhl, a podle toho se média řídí.

V životě Ivety Bartošové se neustále něco děje, které to období bylo z vašeho pohledu mediálně nejzajímavější?

Těch období bylo víc, ale s časem to graduje, takže mediálně nejzajímavější byl podle mého názoru pokus Ivety Bartošové o sebevraždu a její loňský "únos" Zdeňkem Macurou do Itálie. To celá ostře sledovaná kauza týkající se kontroverzní zpěvačky Ivety Bartošové gradovala.

Dá se říci, že příběh Ivety Bartošové z mediálního pohledu graduje? Že dokáže vždycky překvapit něčím jiným, novým, co už by nikdo nečekal?

Určitě graduje. V podstatě bulvární novináři a vlastně i celý národ se v jejím příběhu setkal s věcmi, které by snad nevymyslel ani ten nejlepší spisovatel. Nejhorší na tom je, že když už si myslíte, že to dál už jít nemůže, tak vás další životní příkoří, které se zpěvačce zase stalo, rychle vyvede z omylu.

Jakým způsobem se dá – co nejdéle – udržet jedna kauza týkající se Ivety Bartošové na předních stranách?

Tím, že její příběh má vývoj. Dá se to přirovnat k seriálu, lépe k telenovele, nejlépe k reality show. Je to příběh na pokračování, v reálném čase s reálnými lidmi, a navíc jde o celebritu. Udržet se dá do té doby, dokud se tyto věci nezmění. Pak ale většinou přijde další kauza, tedy další pokračování.

Co všechno se dá z mediálního pohledu využít? Jsou to odborníci, kamarádi?

Média nejčastěji využívají své „tajné zdroje“, tím myšleno různé drby sousedů Ivety Bartošové, často oslovují také psychology, mediální odborníky, kolegy z branže, lékaře aj.

Jaký je podle vašeho názoru mediální obraz Ivety Bartošové?

Různý. Jiný pohled na ni budou mít muži, jiný ženy, záleží také na generaci. Média ji v posledních měsících/letech prezentují jako naivní ztroskotanou zpěvačku, která se marně pokouší o návrat na výsluní.

Může si za svůj mediální obraz Iveta Bartošová sama?

Ano. Jak ona, tak lidé kolem ní, ale je to zase její věc, koho má kolem sebe.

Jak je to s informacemi, které o ní získáváte? Volají Vám její známí nebo Iveta Bartošová sama? Nebo některý z jejích partnerů, manželů?

Nejspolehlivějším zdrojem informací týkající se Ivety Bartošové je ona sama a nebo její blízcí přátelé. Je to smutné, ale je to tak.

Kdo z jejích životních partnerů s bulvárem spolupracoval nejvíc? Mluvílo se hlavně o Jiřím Pomeje a teď čerstvě i o Josefu Rychtářovi?

Oba. Jiří Pomeje podle mého názoru z finančních důvodů, Josef Rychtář z osobních důvodů, finanční jsou podle něj "až" na druhém místě.

Myslíte si, že je pro Ivetu Bartošovou těžké ustát mediální tlak, kterému je v podstatě celý život vystavena?

Rozhodně, je to těžké. Zároveň ona sama nedělá nic proto, aby ten mediální tlak ustal.

Co dala – zpětně řečeno – Iveta Bartošová bulvárním médiím? Je to například nějaká zkušenost pro bulvární novináře? Někaké posunutí hranic?

To si nemyslím. Bulvárním novinářům mnohdy skvěle pokryla "okurkovou sezónu".

Proč si myslíte, že život Ivety Bartošové lidi neustále zajímá?

Má ty nejlepší zpravodajské hodnoty – negativitu, je spojen s celebritou, děje se v reálném čase reálným lidem, má vývoj, pokračování, je lidem blízký, navíc tady funguje i tzv. souznění – novinář už předem ví, co čtenář od příběhu/zprávy očekává a tomu se má v tomto případě možnost přizpůsobit.

- **Přepis rozhovoru s bulvární novinářkou Andreou Košťálovou, Praha, 19. ledna 2014.**

Jak vnímá svět bulvárních médií životní příběh Ivety Bartošové?

Příběh Ivety Bartošové má všechno, co by si mohl bulvární novinář přát. Pády nejrůznějších podob, po nich následující rychlé nečekané zvraty a opětné vzestupy na principu pohádek a seriálů. Zpěvačka navíc patří k těm, u kterých není těžké sehnat přesné a okamžité informace o tom, co se děje, včetně citací z jejího nejbližšího okolí a většinou i samotné zpěvačky. K její smůle se většinu svého života obklopuje lidmi, kteří jsou ochotni vystavovat Ivetu před novináři v jakémkoli stavu.

V životě Ivety Bartošové se neustále něco děje, které to období bylo z vašeho pohledu mediálně nejzajímavější?

Těžko vybrat nejzajímavější moment jejího dosavadního příběhu, ale pokud bychom se řídili principem zpravodajství, tedy že není nic staršího než včerejší zpráva, tak bychom za nejzajímavější asi měli označit její poslední eskapádu z letošního léta, tedy údajný únos do Itálie jejím obdivovatelem a samozvaným ochráncem Zdeňkem Macurou a následnou záchrannou misi zakončenou happy-endem, tedy svatbou s Josefem Rychtářem. To vše opět podrobně komunikováno se samotnými aktéry skrze média ať už tištěná, či televizní.

Dá se říci, že příběh Ivety Bartošové z mediálního pohledu graduje? Že dokáže vždycky překvapit něčím jiným, novým, co už by nikdo nečekal?

Rozhodně. Iveta Bartošová vždy přijde s novou podobou klesnutí až na dno a s novým zázračným povstáním z popela. Těžko říci, čím překvapí příště.

Jakým způsobem se dá – co nejdéle – udržet jedna kauza týkající se Ivety Bartošové na předních stranách? Co všechno se dá z mediálního pohledu využít? Jsou to odborníci, kamarádi?

Co se týká novinářů, tak rozhodně nejde o kamarády. I když se zpěvačkou někteří udržují vztah na bázi přátelství a v určitých situacích jí pomáhají, jde z pravidla o činy s vidinou vlastního užitku – exkluzivních informací. Zrovna na příkladu Ivety Bartošové

a její poslední letní kauzy je vzorově vidět, nakolik se dá kauza uměle prodlužovat a vygradovat samotnými novináři. Právě oni totiž v létě spunktovali a zafinancovali (novináři Blesku a televizního pořadu televize Nova – Prásk!) záchrannou misi Josefa Rychtáře do Itálie, která prodloužila životnost příběhu o další měsíc. Otázkou zůstává, jak dlouho může jeden příběh prodávat na titulu. Ačkoliv už v létě mnozí hovořili o přesycení příběhem Ivety, čísla o prodeji mluvily jinak.

Jaký je podle vašeho názoru mediální obraz Ivety Bartošové? Může si za svůj mediální obraz Iveta Bartošová sama?

Iveta Bartošová má speciální smysl na vybírání mužů, kteří se vyžívají v mediální pozornosti. Můžeme tak říct, že díky tomu si za to, že veškeré její životní pády sleduje celá zem takzvaně "živě", částečně může sama. Mediální obraz Ivety Bartošové už dávno není obraz populární zpěvačky, ale mentálně narušené osoby s reálnými problémy s alkoholem. Obecně bych ji označila za žijícího Fénixe, který (zatím) vždy jako zázrakem povstal z popela.

Jak je to s informacemi, které o ní získáváte? Volají Vám její známí nebo Iveta Bartošová sama? Nebo některý z jejích partnerů, manželů?

Iveta je člověk, který potřebuje na někom záviset a k někomu se upnout. Tou osobou jsou často i samotní bulvární novináři, kterým sama Iveta volá ve slabých chvílích svěruje se jim se svými problémy. Jak už jsem zmínila v první otázce, i její nejbližší okolí (většinou samotní partneři) se často nezdráhají kamer a přímých vyjádření.

Kdo z jejích životních partnerů s bulvárem spolupracoval nejvíce? Mluvilo se hlavně o Jiřím Pomeje a teď čerstvě i o Josefu Rychtářovi?

V poslední době byli určitě nejochotnějšími informátory její dva partneři Domenico Martucci a Josef Rychtář a její obdivovatel Zdeněk Macura.

Myslíte si, že je pro Ivetu Bartošovou těžké ustát mediální tlak, kterému je v podstatě celý život vystavena?

Těžko říct nakolik má mediální tlak podíl na jejích problémech. Asi bychom se ale shodli na tom, že to jejímu stavu a závislostem nikterak nepomáhá.

Co dala – zpětně řečeno – Iveta Bartošová bulvárním médiím? Je to například nějaká zkušenost pro bulvární novináře? Někaké posunutí hranic?

Spíše než samotná Iveta posouvají hranice právě její partneri. Ti nechávají nahlédnout bulvární média opravu až tam, kam se zatím u jiné tuzemské celebrity nikomu nahlédnout nepodařilo.

Proč si myslíte, že život Ivety Bartošové lidi neustále zajímá?

Negace táhne. Nešťastné osudy a nečekané zvraty jsou něčím, co lidé rádi sledují v seriálech a je-li to založeno na skutečných příbězích, podívají se o to raději. Jsou rádi, že se jich ona skutečnost přímo netýká a že se jim skrze nešťastné osudy jiných podaří zapomenout na vlastní trápení.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Kateřina Hrabáková Gregorová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinovaná

Název práce: Vznik filmové a televizní hvězdy

Rok: 2014

Počet stran textu bez příloh: 83

Celkový počet stran příloh: 33

Počet titulů české literatury a pramenů: 35

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 18

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová