

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**  
**MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**  
**2016–2018**

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Kateřina Jirmásková**

**Etika bulvární fotografie 21. století**

Praha 2018  
Vedoucí diplomové práce:  
RNDr. Josef Musil, CSc.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**MASTER FULL-TIME STUDIES**

**2016–2018**

**DIPLOMA THESIS**

**Kateřina Jirmásková**

**Ethics of Paparazzi Photography in the 21<sup>st</sup> Century**

Prague 2018

The Diploma Thesis Work Supervisor:

RNDr. Josef Musil, CSc.

## **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 použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

.....  
*Kateřina Jirmásková*

## **Poděkování**

Mé poděkování patří panu RNDr. Josefu Musilovi, CSc., za odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování diplomové práce věnoval.

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá etikou bulvární fotografie 21. století. V teoretické části se nacházejí kapitoly, které se věnují problematice mezilidské a mediální komunikace. Další kapitoly popisují fotografii jako formu komunikace a věnují se novinářské manipulaci ve fotografii, která je zaměřena zejména na úpravy fotografií pomocí retuše a fotomontáže. Poslední dvě kapitoly se věnují problematice etiky, bulváru a bulvarizaci, jež jsou pro práci primární. V praktické části se prostřednictvím dotazníkového šetření zjistilo, jak respondenti vnímají etickou stránku bulvární fotografie a jaký mají celkový postoj k bulváru. Výzkum je formou rozhovorů doplněn zkušenostmi a poznatky fotografky Sary Saudkové a bulvárního fotografa Pavla Dvořáka.

## **Klíčová slova**

Bulvár, bulvarizace, etika, fotomontáž, komunikace, média, mediální manipulace, novinářská fotografie, publikum.

## **Annotation**

The diploma thesis deals with ethics of paparazzi photography in the 21<sup>st</sup> century. In the theoretical part there are chapters dealing with interpersonal and media communication. The other chapters describe photographs as a form of communication and deal with journalistic manipulation in photography, which focuses mainly on photo editing using retouching and photomontage. In the last two chapters, the author deals with issues of ethics, boulevard and bulvarisation, which are primary for work. In the practical part, the author finds through the questionnaire survey how respondents perceive the ethical aspect of paparazzi photography and how they have a general attitude towards the boulevard. In-depth interviews with photographer Sára Saudková and paparazzi photographer Pavel Dvorak supplied the research by their related experience and opinion.

## **Keywords**

Audience, boulevard, bulvarisation, communication, ethics, manipulation, media, press photo, photomontage.

## OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>1 MEZILIDSKÁ KOMUNIKACE.....</b>	<b>11</b>
1.1 Druhy komunikace .....	13
1.1.1 Verbální a neverbální komunikace .....	14
1.2 Vývoj mezilidské komunikace.....	15
<b>2 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE.....</b>	<b>17</b>
2.1 Mediální publikum a jeho původ .....	18
2.2 Vliv médií .....	20
<b>3 FOTOGRAFIE JAKO FORMA KOMUNIKACE .....</b>	<b>22</b>
3.1 Paparazzi fotografie a její prvopočátky .....	24
<b>4 MANIPULACE V NOVINÁŘSKÉ FOTOGRAFII .....</b>	<b>27</b>
4.1 Historie retušování .....	28
4.1.1 Digitální retuš.....	30
4.2 Historie fotomontáže.....	31
4.2.1 Digitální fotomontáže na obálkách časopisů .....	34
<b>5 ETIKA.....</b>	<b>37</b>
5.1 Etika novinářské činnosti .....	39
5.1.1 Hlavní etické problémy v médiích .....	40
5.1.2 Etické kodexy a česká média .....	41
<b>6 BULVÁR A BULVARIZACE .....</b>	<b>44</b>
6.1 Bulvarizace a česká média .....	48
<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>50</b>
<b>7 CÍLE A HYPOTÉZY PRAKTICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>50</b>
<b>8 METODIKA .....</b>	<b>52</b>
8.1 Dotazníkové šetření.....	52
8.2 Hlubkové rozhovory .....	52
<b>9 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....</b>	<b>54</b>
<b>10 HLOUBKOVÉ ROZHOVORY.....</b>	<b>71</b>
10.1 Rozhovor se Sárrou Saudkovou, fotografkou a manažerkou .....	71
10.2 Rozhovor s panem Pavlem Dvořákem, bulvárním (paparazzi) fotografem.....	74

<b>11</b>	<b>INTERPRETACE VÝSLEDKŮ A DISKUZE.....</b>	<b>77</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>79</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>81</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>85</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK .....</b>	<b>86</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>88</b>



## ÚVOD

Na přelomu roku 1989, v době politické změny Evropy a naší země, neměl téměř nikdo ponětí, co znamená pojem „médiá veřejné služby“, její možné důsledky a nástup komercializace a bulvarizace nejen žurnalistiky. V této době byla média typu rozhlas, televize a noviny používána převážně pro vládní účely. O pár let později na počátku devadesátých let, kdy naší zemí znělo cinkání klíčů a demokracie vstupovala do nitra ještě tehdejšího Československa, se již chystal a plánoval nástup nových komunikačních prostředků.<sup>1</sup>

V dnešní době jsou média důležitou součástí našich životů. Bytí jedinců je médií prostoupeno, ať o to stojíme, nebo ne. Jsou pro nás zdrojem zábavy, informací, komunikace a mnohého dalšího.

Cílem této práce je podat analýzu etiky bulvární fotografie obecně, konkrétněji etiky bulvární fotografie ve dvacátém prvním století. V teoretické části se autorka práce nejprve věnuje mezilidské komunikaci, jejím druhům a vývojem komunikace. Zvláště se autorka věnuje mediální komunikaci, mediálnímu publiku a jeho původu a vlivu médií na společnost. Dále se v teoretické části věnuje historii fotografie a následně konkrétně paparazzi fotografií a jejím prvopočátkům. Poté se autorka práce zabývala manipulací v novinářské fotografii, a to konkrétně digitální retuší a digitální fotomontáží. Dějiny fotografie uvádějí, že od raných dob pro média byla fotomontáž a retuš velmi mocnou technikou manipulace. Na konkrétních případech dále autorka ukazuje, jakých úprav se za pomoci retuše a fotomontáže různé zpravodajské deníky dopustily u nás i v zahraničí.

Dalšími tématy, kterým se autorka v teoretické části práce věnuje, je etika, bulvár a bulvarizace. Z hlediska etiky pro nás bylo zásadní zaměřit se na etické kodexy v českých médiích, jelikož ty mají v českých médiích oproti anglosaským zemím kratší tradici.

V praktické části práce autorka použila kombinaci dotazníkového šetření s anonymními respondenty a hloubkové rozhovory s fotografkou Sárrou Saudkovou a bulvárním fotografem Pavlem Dvořákem. Tato kombinace nám umožnila komplexně

---

<sup>1</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s.11–13. ISBN 978-80-262-0743-6.

popsat a zhodnotit etiku bulvární fotografie se stanoveným cílem práce a také potvrdit či vyvrátit nastolené hypotézy.

Práce je složena z jedenácti kapitol. Prvních šest kapitol je součástí teoretické části práce, dalších pět kapitol je součástí praktické části práce. Zmíněné kapitoly se dále rozdělují do několika podkapitol.

Diplomová práce by mohla být užitečná pro všechny, které zajímá problematika etiky bulvární fotografie dvacátého prvního století a pro vytvoření vlastního názoru na toto téma prostřednictvím získaných teoretických poznatků.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 MEZILIDSKÁ KOMUNIKACE

Jedním z hlavních rysů je pro člověka jako sociálního tvora umění komunikovat. Název slova komunikace pochází z latinského podstatného jména *communicatio*, jehož význam je sdělení či sdílení. Komunikací se zabývá několik vědních oborů, které vznikaly převážně během 20. století a některé obory i dříve. Jednotlivé vědní obory mezi sebou udržují vzájemné vztahy a doplňují se. Propojené seskupení oborů je často nazýváno jako komunikační vědy. „*Komunikace je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.*“<sup>2</sup>

Komunikace je součástí mnoha společenských věd. Každá z věd vnímá komunikaci jinak, především podle zaměření, ke kterému se ubírá. V poslední době se nejvíce zaměřuje na komunikační témata sociologie. Zabývá se komunikací především z hlediska sociální interakce. Je třeba podotknout, že pro sociologii je primární zjistit, jaké má komunikace dopady na společnost a jaké jsou její důsledky. Další vědou, která se zabývá hromadnou komunikací, je politologie. Zde je podstatné umět správně komunikovat z hlediska vytváření a působení na veřejné mínění. Velmi intenzivně a do hloubky se teorií komunikace zabývala psychologie. Psychologie chápe komunikaci shodně se sociologií jako předpoklad a primární formu sociálního styku. Psychologie je zaměřena na přímou mezilidskou komunikaci, čímž nám přinesla hluboké pochopení psychických procesů, které souvisí právě s komunikací. Pro pedagogické vědy je komunikace podstatná při předávání a vyhledávání učiva.<sup>3</sup>

Komunikace byla brána ve společenskovědních oborech do 2. poloviny 20. století jako samozřejmost, proto samostatná věda o ní vznikla až v této době, od níž se zároveň také rozvíjí. První náznak komunikace můžeme nalézt již v antice za dob rétorické školy a snahy Aristotela představit světu pojem rétorika. Zmínky o teorii komunikace můžeme najít i u starověkých a středověkých filosofů.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 11. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>3</sup>Tamtéž, s. 16.

<sup>4</sup>Tamtéž, s. 11–15.

Uspořádání jednotlivých komunikačních věd ve 20. století fungovalo jinak v Evropě a jiným způsobem v Americe. USA byly více zaměřeny na komerční cíle ve výzkumu o mediální komunikaci. Naopak v Německu, které zastupovalo evropský vývoj komunikačních věd, se zaměřovali na celospolečenské dopady zmiňované hromadné komunikace. Za vrchol uspořádání komunikačních věd můžeme považovat postupné propojení obou výzkumů, které se uskutečnilo ke konci 20. století.<sup>5</sup>

Základem mezilidské komunikace je informace. Jedná se o zpracování jakéhokoli obsahu zprávy, vysvětlení a sdělení. Informací se také rozumí referát, komentář, různé údaje, povely, instrukce či literární díla. Shannon definoval informaci jako míru počtu neurčitostí o nějakém ději odstraněnou realizací tohoto děje a schopnost měření informačního množství. Jednotkou informace je 1 bit, který vyjadřuje množství obsažené informace ve sdělení. Jestliže množství obsažené informace je záporné, jedná se o desinformaci. Nejen v mediální komunikaci, ale i jinde se můžeme setkat s desinformací velmi často, znamená to zvýšení neurčitosti informace.<sup>6</sup>

Komunikace se skládá z několika částí, které jsou pro ni nezbytné, ať už se jedná o přenos pomocí mluveného slova či vysláním posla. Jiráček ve své knize zmiňuje, že komunikace je jako doprava. Je to proces, kdy se sdělení dostává od podavatele k nějakému příjemci. Hlavním posláním komunikace je pochopit sdělení ve stejném smyslu, ve kterém bylo vysláno.<sup>7</sup> Dle Musila komunikace vždy obsahuje komunikátora, komunikanta informace, zdroj informací, sdělení a kanál pro přenos informace.<sup>8</sup>

Pro používání komunikace jsou důležité některé její praktické vlastnosti, například:

- *Přesnost – míra shody sdělení, které chce komunikátor sdělit, s tím, co komunikant jako obsah sdělení pochopí.*
- *Srozumitelnost – popisuje množství potenciálních recipientů, kteří jsou schopni dekodovat použitý znakový systém a dosáhnout přitom jisté přesnosti komunikace.*

---

<sup>5</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 15. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>6</sup> Tamtéž, s. 12–13.

<sup>7</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 23. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>8</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 14. ISBN 978-80-7452-002-0.

- *Komunikační efektivnost – měří množství předané informace za jednotku času nebo za jednotkové náklady.*
- *Citová působivost – popisuje, na jaké vrstvy vědomí či podvědomí komunikanta komunikace působí.<sup>9</sup>*

V životní praxi je komunikace nezbytně důležitá pro vývoj člověka a pro jeho další rozvíjení se během celého života. Jestliže jednotlivec trpí jakoukoli poruchou komunikace, můžeme hovořit o vážné zdravotní indispozici.<sup>10</sup>

## 1.1 Druhy komunikace

Mezi základní dělení patří rozdělení komunikace na přímou a nepřímou. Pokud používáme v komunikaci nějaké technicko-organizační prostředky, hovoříme o komunikaci nepřímé. Přímá komunikace se skládá z komunikátora a komunikanta a nepotřebuje k tomu nic jiného než přítomnost lidských osob, které spolu komunikují tváří v tvář. Oproti tomu u nepřímé komunikace, kde nelze komunikovat přímo, využíváme komunikační médium. Za médium se u nepřímé komunikace považuje telefon, obraz, televize, potištěný papír a mnoho dalšího.<sup>11</sup>

Komunikace může dále být podle Musila „*spontánní, vyrůstající převážně z přirozené potřeby sdělovat a sociálně interagovat, anebo může jít o komunikaci cílenou a řízenou jistým záměrem.*“<sup>12</sup>

Jednu krajnost ukazuje jednak spontánní komunikace a druhou krajností je cílená komunikace. Mezi těmito dvěma typy komunikace jde o kontinuum možností. Jedná se o významnou stránku komunikačního procesu. Typické pro spontánní komunikaci je, že probíhá převážně mezi jedinci nebo mezi menším počtem lidí. Taková komunikace, která se odehrává, aniž by měla nějaký záměr, se vyskytuje pouze výjimečně, a to převážně

---

<sup>9</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 14–15. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>10</sup> Tamtéž, s. 17.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 19.

<sup>12</sup> Tamtéž, s. 26.

u novorozenců. Komunikace cílená, kterou bychom jinak přirozeně nevykonávali, se vyskytuje o něco častěji.<sup>13</sup>

### 1.1.1 Verbální a neverbální komunikace

Základem verbální komunikace jsou slova. U jiných druhů komunikace, kde znakový systém není založen na slovech, se jedná o neverbální komunikaci. Do verbální komunikace patří i písmo, a to například Braillovo či znakování neslyšících.<sup>14</sup>

Verbální i neverbální komunikaci rozlišujeme na přímou a nepřímou. Přímá verbální komunikace probíhá mezi komunikanty tváří v tvář prostřednictvím slov. Komunikace nepřímá je vnímána především zrakově či sluchově a rozlišujeme ji od dob vynálezu písma. Nepřímá verbální komunikace není soustředěna pouze na písmo, ale můžeme do ní zařadit i komunikaci přes mobilní telefony, dopravní a turistické značky.<sup>15</sup>

Neverbální komunikace je podle psychologie vnímána jako řeč těla, do které patří například mimika, proxemika či haptika. Podle Musila je neverbální komunikace mnohem bohatší v místě komunikace nepřímé, jelikož její součástí je veškeré umění kromě umění slovesného. Například v televizi a ve videu jsou z větší části obsaženy informace pomocí neverbální komunikace.<sup>16</sup>

Především u komunikace mezi dvěma lidmi vnímáme při přímé komunikaci spojení verbální a neverbální komunikace. Soustředíme se na mimiku, gesta, ale také vnímáme tón hlasu či rytmus. Nejvíce zapojují neverbální komunikaci do řeči lidé vyvedení z míry či lidé drogově závislí. Pro neverbální komunikaci jsou tedy velmi důležité i pocity.<sup>17</sup>

Jednou z nejdůležitějších vlastností v komunikaci je přesnost, na kterou musíme za každé situace dbát, ačkoliv někdy nemusí být komunikace tak efektivní či citově vhodná. Týká se to například komunikace u rozvleklé odborné právnické konverzace

---

<sup>13</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 26. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>14</sup> Tamtéž, s. 20.

<sup>15</sup> Tamtéž, s. 20.

<sup>16</sup> Tamtéž, s. 20.

<sup>17</sup> Tamtéž, s. 20-21.

nebo u dorozumívání se s policisty nebo s lékaři. Přesnost je podstatná pro správné pochopení a zamezuje komunikačním chybám, které mohou ničit i životy.<sup>18</sup>

## 1.2 Vývoj mezilidské komunikace

Komunikace se během vývoje lidské civilizace postupně rozvíjela a můžeme ji zařadit do několika epoch:

- epocha signálů,
- epocha mluvení a jazyka,
- epocha psaní,
- epocha tisku,
- epocha elektronické komunikace.<sup>19</sup>

Epochu signálů můžeme datovat už od prehistorických forem vývoje u lidské civilizace, přičemž podobné komunikační postupy mnohdy vidíme i u zvířat. Jedná se především o nárůst hlasových signálů, které byly primární pro skupinovou komunikaci při nějaké akci v místě, kde nebylo možné navázat vizuální kontakt. Jednalo se o potřebu spolupracovat a o bezpečnost.

Epocha mluvení a jazyka je považována za běžný jev zhruba od období 35 000 let př. n. l. Tato epocha je považována za důležitý mezník, protože během předávání tradice řeči začalo vznikat lidské společenství v širším významu tohoto pojmu. I dnes se však můžeme setkat s negramotnými kmeny, které nepřerušenu souvislost své existence, kultury či civilizace udržují stále tímto způsobem.

Vznik písma můžeme datovat přibližně 3000 let př. n. l., kdy vznikalo současně hned na několika místech. Prvotně písmo vznikalo za účelem komunikace na dálku. V nynějším světě bychom mohli mluvit o objednávkách, paragonech či fakturách. Nejdůležitější je pro vývoj civilizace využití písma podle Musila „*ke komunikaci přes*

---

<sup>18</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 21-22. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>19</sup> Tamtéž, s. 29.

*hranice časové existence lidského jedince.*<sup>20</sup> Právě tímto docházelo k uchování a předávání poznatků, a tedy k rozvoji civilizace a jejímu šíření.<sup>21</sup>

Kolem roku 1450 datujeme začátek epochy tisku dle Gutenbergova vynálezu knihtisku. Za největší přínos považujeme výrazné snížení cen knih oproti rukopisům, které vznikaly v klášterních skriptoriích. Tento fakt umožnil cestu k demokratizaci vzdělání. Nynější tištěné noviny jsou jedním z médií masové komunikace, avšak takzvaná klasická doba tisku, která se odehrávala v 19. století, je z éry masové komunikace často vylučována. Denní četba novin v té době nebyla zejména v některých zemích evropské civilizace masově rozšířena. Noviny byly jedním ze symbolů takzvané moderní doby.<sup>22</sup>

Epocha elektronické komunikace začíná ve druhém desetiletí 20. století rozšířením rozhlasu. Během této epochy došlo k rychlému proniknutí hromadných sdělovacích prostředků, a to převážně rozhlasu, televize a později i internetu, mezi lidskou populaci.

Ve zmíněných vývojových etapách se zvyšuje masový charakter komunikace. Mění se i model vzdělance, a to nejprve od antického rétora, dále přes vědce s knihou až k nynějšímu expertovi s počítačem. Vývoj mezilidské komunikace není ukončen a bude se i nadále vyvíjet.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 29-30. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>21</sup> Tamtéž, s. 30.

<sup>22</sup> Tamtéž, s. 30-31.

<sup>23</sup> Tamtéž, s. 30-31.



## 2 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

Chmela ve své knize definuje médium jako „*prostředek komunikace, sdělovací prostředek, nejčastěji technické zařízení umožňující komunikaci mezi komunikátorem a recipientem.*“<sup>24</sup>

Podle Deuze žijeme uvnitř médií. Kdo jsme, co děláme a co to pro nás znamená, neexistuje vně médií. Neznamená to, že média náš život determinují, jen to ukazuje, že ať už se nám to líbí, nebo ne, odehrává se v nich každý jeho aspekt.<sup>25</sup> Média nás obklopují každý den, jsou takzvaně všudypřítomná a všeprostupující. Z výzkumů z celého světa ze zemí, jako jsou Brazílie, Nový Zéland, Nizozemsko či ze Spojených států, bylo zjištěno, že propojení lidí s médii se stalo jedním z hlavních rysů lidské existence.<sup>26</sup>

Základní podstatou médií je společnosti něco zprostředkovat a informovat ji. Podle Jiráka se mediací rozumí „*proces, při němž mezi dvě strany vstupuje nějaký prostředník, aby ovlivnil či zajistil vztah mezi nimi. Mediací může být označen také proces zprostředkování nějakého společensky akceptovaného poznání a kulturních hodnot prostřednictvím nějakého institucionalizovaného činitele, který toto poznání předkládá publiku.*“<sup>27</sup>

Podle Habermase mají média:

- dohlížet na společensko-politické prostředí,
- vysvětlovat problémy,
- zprostředkovat dialog více stran a přinést více úhlů pohledu,
- být mechanismem, který nutí politika být odpovědným,
- umožnit občanům participaci na veřejném životě,
- snažit se narušovat rutinní zaběhanost některých politických procedur.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> CHMEL, Zdeněk. *Propagace, public relations, media*. Brno: Ante, 1997, s. 60. ISBN 80-902404-2-9.

<sup>25</sup> DEUZE, Mark. *Media life: Život v médiích*. Přeložil Petra IZDNÁ. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. *Studia nových médií*, s. 8. ISBN 978-80-246-2815-8.

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 8–16.

<sup>27</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 82. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>28</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 102. ISBN 978-80-7452-002-0.

C. R. Wright definoval jako jednu z nejdůležitějších funkcí médií funkci zábavnou, která kromě jiného přináší jedinci uvolnění, pobavení a snižuje sociální napětí.<sup>29</sup>

Vše má své přínosy i rizika a výjimkou nejsou ani média. O první přínosy se zasloužil tisk, v kterém se tehdejší lidé dozvídali informace o politické situaci a který se snažil poukázat na realitu dění a nastolení demokratického uspořádání a mnoho dalšího. Co se týká přínosů nynějších médií, můžeme sem zařadit zpřístupnění kultury pro lidi ze všech koutů země, a to bez ohledu na jejich bydliště. Dříve lidé, kteří bydleli na venkově, byli z tohoto hlediska handicapovaní, jelikož kulturní vyžití a svět zábavy nebyl pro ně natolik dostupný. Další výhodou je aktuálnost informací. Především na internetu se dozvídáme aktuální informace z celého světa během několika minut, avšak pozadu nejsou ani jiné hromadné sdělovací prostředky.<sup>30</sup> Musil ve své knize zmiňuje, že „*média jsou pokládána za nezbytná pro fungování demokratické společnosti.*“<sup>31</sup>

## 2.1 Mediální publikum a jeho původ

Za prvotní předchůdce mediálního publika jsou z hlediska podobnosti považováni návštěvníci antického a později středověkého divadla, kteří již v té době měli jasná očekávání o obsahu představení. Znali přesný čas a místo, kde se představení hrálo, a samozřejmě i pravidla správného chování v něm. Podobnost mezi těmito dvěma druhy publika můžeme hledat také v tom, že herci si za své vystupování nechali platit.<sup>32</sup>

V literatuře zabývající se publikem se vyskytují různá rozdělení publika, jelikož jednotlivé vědy, jako jsou mediální studia či sociální věda, se liší v chápání publika. Nejčastěji se publikum rozlišuje dle média, kterému se věnuje.<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 83-84. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>30</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 100-101. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>31</sup> Tamtéž, s. 101.

<sup>32</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 87-88. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>33</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 206-208. ISBN 978-80-262-0743-6.

Za první mediální publikum jsou považováni čtenáři. Toto publikum vzniklo s vynálezem knihtisku. Jedním z hlavních rysů, že se již jednalo o mediální publikum, je to, že vybrané médium bylo vydáváno v několika kopiích a v různých cizích jazycích. Neexistuje však pouze jenom čtenářské publikum. Mediální publikum má mnoho podob, které jsou ovlivněny několika faktory. Jedná se například o faktory ekonomické, kdy začala vznikat komerční média, která jsou financována z reklamy, dále sociální při vzrůstající gramotnosti či technologické s příchodem nových médií, jako jsou rozhlas nebo televize.<sup>34</sup>

Mediální publikum můžeme také rozdělit dle několika kritérií. Nejtypičtější rozdělení publika je z hlediska užívaného média. Tento typ rozdělení poukazuje na publikum podle Jiráka jako na „rozptýlené a různou měrou anonymizované příjemce mediálních sdělení.“<sup>35</sup>

Publikum můžeme rozdělit do několika hlavních typů. Jako první je možné jmenovat elitní publikum, které souvisí se vznikem čtenářské komunity. Jedná se o kultivovanější publikum s menším počtem jedinců, které začalo konkrétní obsahy posuzovat a komentovat.

Další etapou je masové publikum.<sup>36</sup> Jirák tento typ publika charakterizuje jako velmi početné, sociokulturně velmi rozrůzněné, do značné míry anonymizované, z hlediska kontextu konzumovaného sdělení nezakořeněné a může ve velkém počtu přijímat či užívat mediovaná sdělení, která jsou k dispozici ve velkém množství identických kopií.<sup>37</sup> Masové publikum není závislé na času a prostoru, nýbrž na technologickém využití mediální produkce. Jeho prvopočátky jsou datovány do první čtvrtiny 19. století jako čtenářské publikum a dále se rozvíjelo až po televizní diváky. V současné době můžeme masové publikum definovat jako zboží, které má svoji hodnotu na trhu. Jirák zmiňuje, že „masové publikum není sociálně zakotvené, reálně existující seskupení, nýbrž toliko abstraktní koncept.“<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 210. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>35</sup> Tamtéž, s. 192.

<sup>36</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 198-199. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 199.

<sup>38</sup> Tamtéž, s. 201.

Dále rozlišujeme publikum na segmentované a specializované, čímž se rozumí, že každého z nás zajímá něco jiného, a proto si náležitě vybíráme mezi tím, co nám je prostřednictvím médií nabízeno. Média tak vytvářejí různé typy produktů, aby oslovila jednotlivé skupiny. Typickým příkladem jsou časopisy zaměřené na sport, módu či zahradnictví.

Zatím posledním rozlišením je interaktivní publikum. Za zmínku stojí, že člen tohoto mediálního publika není pouze konzumentem nějakého obsahu, ale může se stát i jeho součástí. Například na vybrané webové stránce může jedinec nejen vybírat z nabídky, ale i přispívat svým názorem, třeba na chatu.<sup>39</sup>

S rozšířením médií do našeho každodenního života můžeme také mluvit o vzniku difuzního publika, které je takzvaně „všudypřítomné“. Konzumenti klasických médií zařazují čtení a sledování těchto pořadů a obsahů pravidelně do svého denního rozvrhu.<sup>40</sup> Podle Jiráka „jedním z nejvýraznějších trendů ve vývoji současného publika v postindustriálním světě je směřování k homogenizaci a fragmentizaci mediálních publik.“<sup>41</sup> Tento fakt podporuje vznik specializovaných kabelových a satelitních televizních stanic, které přispěly k bohatší mediální nabídce.

## 2.2 Vliv médií

Setkáváme se s typickými příklady vlivu médií na nás. Patří mezi ně například to, že se šatíme podle předpovědi počasí, jdeme do kina na komedii, o které jsme četli na internetu, nakupujeme věci z reklam, čili reagujeme na mediální obsahy. Dobré či špatné zprávy z hospodářského odvětví zase ovlivňují obchodování a všeobecně ovlivňují média chování a názory jedinců.<sup>42</sup> Podle McQuaila je „naše mysl neustále plná informací a dojmů získaných z médií. Žijeme v prostředí nasyceném mediálními zvuky a obrazy, kde

---

<sup>39</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 207–214. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>40</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 204–206. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>41</sup> Tamtéž, s. 206.

<sup>42</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 468–469. ISBN 978-80-7367-574-5.

*státní správa, politický život i obchod fungují na základě předpokladu, že víme, co se děje v širším světě.* <sup>43</sup>

Názory se na vliv médií vyvíjely. Lze rozlišit tyto fáze:

- Všemocná média – datována od přelomu století do pozdních třicátých let. Již v tu dobu bylo velmi znát, jak jsou média mocná a jak umí ovlivňovat názory lidí. Média byla zneužívána diktátorským režimem a i například pro nový revoluční režim v Rusku.
- Teorie mocných médií zkoušce – zde se odborníci věnovali primárně vlivu filmů na mládež a zabývali se jím až do počátku šedesátých let.<sup>44</sup> Prokázalo se, že k „získání informací může dojít bez spojitosti se změnou postoje a ke změně postoje může dojít beze změn chování.“<sup>45</sup> Nová zjištění však neměla velký úspěch u lidí, které živila reklama a propaganda. Lidé s politickými záměry, kteří chtěli využít média ve svůj prospěch, byli po tomto výzkumu k využití médií skeptičtí.
- Znovuobjevení mocných médií – jak už sám název napovídá, po předchozím výzkumu, který byl sotva vepsán do učebnic, se začaly šířit spekulace, zda jsou média opravdu tak „impotentní“, jak bylo řečeno. Později z nových výzkumů a s nástupem levice v oblasti politiky v šedesátých letech, vzešlo, že média jsou opravdu velmi mocná.
- Dohodnutý vliv médií – považován doposud za nejdůležitější.

Nový pohled na účinky médií vznikl na konci sedmdesátých let. Podle této teorie spočívá „nejvýznamnější účinek médií v konstruování významů a v systematickém nabízení těchto významů publiku.“<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 469. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>44</sup> Tamtéž, s. 470–472.

<sup>45</sup> Tamtéž, s. 472.

<sup>46</sup> Tamtéž, s. 472–473.

### 3 FOTOGRAFIE JAKO FORMA KOMUNIKACE

Vznik fotografie se v 19. století uvádí jako jeden ze znaků průmyslové revoluce, který urychlil vývoj nejen vědy, ale i techniky. Fotografie byla považována za jeden ze znaků takzvané moderní doby. Právě vývoj doby byl zachycován fotografickou technikou. Prostřednictvím fotografie se mohlo zdokumentovat vše „nové“, ale také uchovat to „staré“. Fenomén fotografie se s postupem času stal velmi oblíbený u společnosti, a to zejména s rozvojem fotografické techniky, kdy fotografie začala mít své uplatnění v technice a ve vědě a samozřejmě i v běžném životě lidí.<sup>47</sup>

Samotný rozvoj můžeme datovat už od roku 1827, přičemž se o něj zasloužil známý francouzský vynálezce a profesionál v oboru zabývající se fotografií Nicéphore Niépce. Ten jako první pořídil snímek nazvaný *Pohled z okna pracovny v Le Gras*. Tento objev byl v dalších letech pojmenován jako heliografie – zhotovení nasvícených snímků pomocí camery obscury.<sup>48</sup>

Název fotografie je však datován k roku 1839. Vznik fotografie veřejně oznámil fyzik Francois Arago na francouzské akademii věd, a to době, kdy se také začal využívat jeden z nejstarších způsobů fotografování, který je nazýván daguerrotypie. Vynalezl ji výtvarník Louis Daguerre.<sup>49</sup>

Fotografie je odjakživa považována za jedno z nejstabilnějších technických médií. První fotografie vyvolávaly v lidech až „posvátnou hrůzu“, protože pro ně bylo neuvěřitelné, jak snímky vypadají živě a detailně. Dalším faktorem, kvůli kterému vnímáme fotografii jako pravdivou reprodukci reality, je vždy přítomnost zobrazované skutečnosti před objektivem. Jinak řečeno, nebylo možné vyfotografovat něco, co by nestálo před objektivem. Fotografie si tak pro sebe vyhradila oblast realistického zobrazení a osvobodila oblast realistické malby od donkichotského úsilí o co nejvěrnější vyobrazení skutečnosti. Za velmi krátkou dobu si našla uplatnění v oblastech, jako je portrétování, věda či fotožurnalismus, tedy všude tam, kde bylo potřeba přesné

---

<sup>47</sup> BIRGUS, Vladimír a Pavel SCHEUFLER. *Fotografie v českých zemích 1839–1999: chronologie*. Praha: Grada, 1999, s. 49–50. ISBN 80-7169-902-0.

<sup>48</sup> KOETZLE, Hans-Michael a [z německého originálu přeložila Dagmar STEIDLOVÁ]. *Slavné fotografie: historie skrytá za obrazy 1827–1926*. Praha: Slovart, 2003, s. 14. ISBN 382282576X.

<sup>49</sup> *Fotografování: Počátky vzniku a vývoje fotografie* [online]. 2001 [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.fotografovani.cz/novinky/trendy1/pocatky-vzniku-a-vyvoje-fotografie-149874cz>.

reprodukce reality. Dále se staly fotografie potřebné u policie či jako důkazní materiály například u soudu.<sup>50</sup>

Velkým zlomem byla pro fotografii digitalizace. Během digitalizace prošla fotografie největší proměnou za celou dobu své existence. Za krátkou dobu se fotografie velmi změnila z hlediska techniky a fotografického obrazu. Především novinářská fotografie prošla největší změnou, jelikož jako obor využívá vždy nejmodernější techniky, která se navíc neustále rozvíjí. Podle Lábové „jde také o oblast nejviditelnější a nejkontroverznější, co se týče etických problémů spojených s některými novými charakteristikami tradičního obrazového média.“<sup>51</sup>

Digitální fotografie se začala vyvíjet ve druhé polovině 20. století. První digitální fotoaparát byl vytvořen roku 1981 firmou Sony pod označením MAVICA. K masivnímu vývoji digitálních fotoaparátů začalo docházet až ve druhé polovině 90. let.<sup>52</sup>

Důležitého postavení dosáhla digitální fotografie ve fotožurnalismu, protože pro fotožurnalismus bylo a je stále primární co nejrychlejší a nejpresnější předání informací. Na rozdíl od fotografů z jiných oblastí, kteří neustále zápasili s nevyhovující kvalitou digitálního zobrazení, pro fotografy do novinového tisku bylo toto zobrazení postačující, protože pro ně byla důležitější rychlost a pohotovost.<sup>53</sup>

Digitální fotoaparát umožnil kontrolu kvality a také rychlou připravenost k tisku. Naskytla se nová možnost bezdrátového přenosu fotografií a následně i možnost, kdy se dal digitální obraz upravovat. Staré věci nahradily nové a zejména fotokomora byla nahrazena počítačem, film paměťovou kartou a chemikálie fotoeditačním softwarem. Fotograf najednou okamžitě věděl, zda pořídil fotografii úspěšně či ne. Celkově se změnil proces práce fotografa. Pořizování snímků bylo méně finančně náročné, jelikož paměťové karty se daly do nekonečna přepisovat. Fotografové pořizovali nespočet záběrů a méně přemýšleli o tom, co zachytit. Vhodný snímek pak vybírali ex post.

---

<sup>50</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 9–10. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>51</sup> Tamtéž, s. 9.

<sup>52</sup> *Historie digitální fotografie* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>.

<sup>53</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 10. ISBN 978-80-246-1647-6.

Z fotografů se najednou stali počítačová experti, protože všechna jejich práce probíhala na počítačovém monitoru. Touto skutečností se otevřely dveře úpravám a manipulacím s fotografiemi.<sup>54</sup>

### 3.1 Paparazzi fotografie a její prvopočátky

Za opravdu první paparazzi fotografii je považován snímek kancléře z tehdejšího Pruska Otty von Bismarcka, který je zachycen, jak leží na smrtelné posteli (obr. 1). Fotografie pochází z roku 1898 a byla pořízena Maxem Priesterem z Hamburska, přičemž nápomocným mu měl být Willy Wilck. K loži kancléře se dostali za pomoci lsi – podplatili kancléřova zahradníka. Ten je měl poté v ranních hodinách pustit do jeho domu, a muži tak měli možnost kancléře Bismarcka vyfotografovat.<sup>55</sup>

Obrázek 1: Otto von Bismarck na smrtelné posteli



Zdroj<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 10–11. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>55</sup> HVÍŽĎALA, Karel. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000–2003*. Praha: Máj, 2003, s. 173. ISBN 80-86569-70-5.

<sup>56</sup> *iDnes.cz* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&foto1=JB358e9e\\_02.jpg](https://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&foto1=JB358e9e_02.jpg).



Za důležitou osobnost mezi paparazzi fotografy považujeme i rakouského fotografa, který je znám pod jménem Weegee. Šlo o migranta žijícího v Americe, jehož fotografie byly orientovány zejména na stinné stránky a ruch v nočním městě, a to konkrétně v New Yorku.<sup>57</sup>

Tento rakouský fotograf se zaměřoval speciálně na zločince, bezdomovce či opilce, a chtěl tak poukázat na odlišnou stránku populárního a obdivovaného města a seznámit s ní veřejnost. Weegee měl dobré kontakty s policií, díky kterým měl ve voze uschovanou vysílačku, která mu pomáhala v tom, že byl na určitých místech, kde se něco dělo, velmi rychle. Dále pro co nejrychlejší vyhotovení jisté fotografie měl Weegee v kufru svého auta temnou komoru, kterou využíval k okamžitému vyvolání snímků, takže mohl velmi rychle profitovat z jejich prodeje.<sup>58</sup>

Pojem paparazzi byl poprvé použit ve filmu *La Dolce Vita* (Sladký život) v roce 1960. Jeden z hlavních herců, který ztvárňoval agresivního fotografa, se jmenoval Papparazzo. Scény z filmu byly situovány do ulice Via Veneto v Římě, kde se tehdy odehrávalo veškeré společenské dění a vyhledávali ji příslušníci vyšších vrstev. Z tohoto důvodu se zde vyskytoval i nespočet fotožurnalistů.<sup>59</sup>

Howe definuje pojem paparazzi jako jedince, který sleduje celebrity nebo proniká na akce, kde je v tajnosti fotografuje v nečekaných okamžicích. Tato definice se nevztahuje na fotografy, kteří fotografují slavné osobnosti na červeném koberci. V tomto případě se jedná o takzvané event photography. V popisu práce paparazzi je čistě narušování osobního prostoru celebrit, aby byly zachyceny v běžných momentech života.

Druh těchto fotografií je v médiích, a to konkrétně v bulvárních médiích, velmi vysoce finančně oceňován, proto jsou někteří bulvární novináři natolik motivováni, že neberou ohledy na etické zásady.<sup>60</sup>

Bulvární fotografové, kteří pocházeli z Itálie a kteří působili v padesátých letech, pocházeli zároveň obvykle také z nižších sociálních vrstev, takže nebyli ani příliš

---

<sup>57</sup> MARY WARNER MARIEN. *Photography: a cultural history*. 2. ed. London: King, 2006, s. 349 ISBN 1856694933.

<sup>58</sup> Tamtéž, s. 349.

<sup>59</sup> MORMORIO, Diego. a Tazio SECCHIAROLI. *Tazio Secchiaroli: greatest of the paparazzi*. New York: Abrams, 1999, s. 34–37. ISBN 08-109-4177-5.

<sup>60</sup> HOWE, Peter. *Paparazzi: and our obsession with celebrity*. New York: Artisan, 2005, s. 18. ISBN 15-796-5277-8.

vzdělání, což odůvodňuje jejich laxní postoj k etickým aspektům fotografie. Z pohledu sociologického můžeme hovořit o střetu dvou různých společenských tříd.<sup>61</sup>

Zájem o bulvární fotografii se stále zvyšoval, a proto vznikl takzvaný žebříček popularity, který i dnes slouží pro určení ceny bulvární fotografie. Zájem o paparazzi fotografie je vázán zejména na aktuální dění. Mezi nejčastější populární jména, která se velmi často vyskytovala na titulních stranách bulvárních deníků, patří například Sophia Lorenová, Elizabeth Taylorová, Madonna, Claudia Schifferová či Michael Jackson a samozřejmě dodnes stále vyhledávaná britská královská rodina.<sup>62</sup>

Fenomén paparazzi se stal bezpochyby důležitou součástí světa fotografie. Darryn Lyons uvedl, že raději ráno uvidí v bulvárním deníku Britney Spearsovou, která se chystá do protialkoholní léčebny než zemřelé v příkopech v Bosně.<sup>63</sup>

S vývojem fotoaparátů a jiného vybavení, které k němu náleží, se změnil i styl fotografování současných bulvárních novinářů. Nynější paparazzi vlastní fotoaparáty s teleobjektivy, a proto mohou vyfotografovat objekty, které jsou od nich vzdáleny několik stovek metrů.

Bulvární fotografy z hlediska pořizování fotografií můžeme rozdělit do několika skupin:

- pozorujících z automobilů či jiných dopravních prostředků případně z nějakého veřejného prostranství;
- pořizujících fotografie při přímé konfrontaci s celebritou;
- fotografy používající teleobjektivy.

Bulvární novináři musí být psychicky vyrovnaní, musí se umět ovládat a zvládnout konfrontaci s protistranami. Dále musí být pohotoví, mít odvalu riskovat a musí umět pracovat s technologiemi, které tato práce obnáší, přičemž je musí také vlastnit.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> MORMORIO, Diego a Tazio SECCHIAROLI. *Tazio Secchiaroli: greatest of the paparazzi*. New York: Abrams, 1999, s. 21–22. ISBN 08-109-4177-5.

<sup>62</sup> MORMORIO, Diego a Tazio SECCHIAROLI. *Tazio Secchiaroli: greatest of the paparazzi*. New York: Abrams, 1999, s. 23–24. ISBN 08-109-4177-5.

<sup>63</sup> LYONS, Darryn. *Mr Paparazzi*. London: John Blake, 2009, s. 140. ISBN 9781844547876.

<sup>64</sup> HOWE, Peter. *Paparazzi: and our obsession with celebrity*. New York: Artisan, 2005, s. 35–38. ISBN 15-796-5277-8.

## 4 MANIPULACE V NOVINÁŘSKÉ FOTOGRAFII

V souvislosti s příchodem digitálních zobrazovacích technologií se teprve začalo spekulovat o věrohodnosti fotografie a jejím pravdivém zobrazení. Dle Lábové „*se fotografický obraz liší od fotografované skutečnosti tím, že je pouze dvojrozměrným zobrazením trojrozměrného prostoru. Je také pouhým výsekem celku, tak širokým, jak nám to dovolí objektiv fotoaparátu.*“<sup>65</sup> Dále u fotografie nemůžeme zachytit zvuky a ani vůně. Tyto skutečnosti si však při pohledu na fotografii neuvědomíme. Bereme ji jako skutečnost a věříme jí. Existuje však mnoho prvků, které mohou pravdivost obrazu ovlivnit. Jedná se především o úpravy technického rázu, přes volbu pozice a úhlu záběru až po promyšlené manipulace obsahem fotografického obrazu.<sup>66</sup>

Obrázek 2: Autoportrait en noyé



---

<sup>65</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 13. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>66</sup> Tamtéž, s. 13–14.

Je faktem, že se fotografové snažili manipulovat se snímky a ovlivňovat realitu již od začátku vynálezu fotografie. Mezi možnosti manipulování s fotografiemi patřilo aranžování, předstírání, že fotografie obsahuje něco jiného než ve skutečnosti, či zásahy do fotografie formou koláží, retuší či fotomontáží.

Za zcela první fotografii, se kterou bylo manipulováno, je považován autoportrét francouzského fotografa Hippolyta Bayarda z roku 1839, který se jmenuje *Autoportrait en noyé* a který můžeme vidět výše na fotografii (obr. 2). Zmiňovaný Bayard sám sebe naaranžoval tak, aby vše nasvědčovalo tomu, že se utopil, což udělal z důvodu, že ho nedostatečně oficiálně neocenili za jeho podíl na vynálezu fotografie.<sup>68</sup>

## 4.1 Historie retušování

Mezi několik způsobů, jak fotografové vylepšují od prvopočátků fotografie svoji práci, patří nejznámější a nejoblíbenější technika retuš. Dle Gordona Baldwina lze retušování chápat jako precizní ruční předělání fotografie či negativu. Úprava se nejčastěji provádí z důvodu vylepšení portrétovaného, a to jako kosmetický prostředek, jelikož se nejčastěji pomocí retušování upravují nedokonalosti pleti, odstraňují se vrásky nebo se například zmatňuje lesklý nos.<sup>69</sup>

Podle Tauskeho mluvíme o jakémkoliv zásahu do fotografie, jehož cílem je úprava konečného vzhledu snímku. Patří k nejpoužívanějším způsobům úpravy fotografií, která poskytuje fotografům nejprve možnost vylepšení technologických nedokonalostí a dále i možnost záměrného ovlivňování obsahu fotografie, a to z důvodu tvůrčích či ideologických. V dějinách fotografie byla velmi často retuš zneužívána k politickým a propagandistickým účelům.

---

<sup>67</sup> Arts & Cie: *A Sudden Gust of Wind (after Hokusai) 1993 by Jeff Wall born 1946* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://artsandcie.wordpress.com/2014/03/22/la-photographie-de-mise-en-scene-un-simulacre-origine/a-sudden-gust-of-wind-after-hokusai-1993-by-jeff-wall-born-1946-2/#main>.

<sup>68</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 14-15. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>69</sup> BALDWIN, Gordon a Martin C. JÜRGENS. *Looking at photographs: a guide to technical terms*. Rev. ed. Los Angeles, Calif.: J. Paul Getty Museum, 2009. Looking at, s. 74. ISBN 978-0892369713.

Mezi první osoby, které upravovaly fotografie pomocí retuše, patří Johann Baptist Isenrin ze Švýcarska. Úpravu konkrétně prováděl na svých snímcích. Aby fotografie působily živěji, koloroval je Isenrin suchými pudry.<sup>70</sup>

Gernsheima Isenrin již na jeho prvních daguerrotypiích zvyšoval lesk očí a šperků tak, že poškrábal stříbrnou vrstvu, aby přes ni probleskovala měď podložky.<sup>71</sup>

Gisèle Freundová připisuje vynález retuše Franzi Hanfstaenglovi z Mnichova, německému fotografovi, který používal tuto metodu úpravy již v polovině 40. let. 19. století. V roce 1855 na Všeobecné výstavě ve Francii vystavoval dvě různé verze jednoho portrétu – jeden originál, druhý retušovaný.<sup>72</sup>

Potřeba retušovat fotografie vyplynula z nezbytnosti vyrovnat kulturní šok, zapříčiněný věrností tehdejšího fotografického zobrazení. Fotografie vyobrazovaly lidskou tvář tak podrobně a přesně, že to bylo pro člověka žijícího v 19. století nezvyklé. Zatímco malíř mohl změnit nedostatky obličeje, a vytvořit tak laskavou verzi, která by zákazníkovi vyhovovala, fotograf tuto možnost neměl. Fotografie neukazovala vždy to, co si zákazník přál vidět.<sup>73</sup>

S portrétní fotografií je retuš spojena od prvopočátků. Jestliže zákazník požadoval například snímek s padajícím sněhem, fotograf negativ postříkal či poprášil, čímž zasněžený snímek vytvořil. Po první světové válce bylo velmi úspěšné takzvané skicování negativů krycí barvou či škrábání na zadní straně negativu. Fotograf při něm zachoval jen obličej a zbytek domaloval křídou nebo tužkou.

V době, kdy nebylo možné fotografovat objekty v pohybu, aby byly vyfotografovány ostře, byl prostřednictvím retuše vyvolán pocit pohybu korekcí určitých obrazových částí. Ze statického záběru tak byla vytvořena akční fotografie. V tomto oboru vynikal fotograf Hans Schnabeli, který například vytvořil pomocí retuše ze statického snímku stojících koní dynamickou jízdu.

---

<sup>70</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 17. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>71</sup> GERNISHEIM, Helmut a Alison. GERNISHEIM. *The history of photography: from the camera obscura to the beginning of the modern era*. Revised and enlarged ed. London: Thames & Hudson, 1969, s. 160. ISBN 978-0500010600.

<sup>72</sup> FREUND, Gisèle. *The world in my camera*. New York: Dial Press, 1974, s. 68. ISBN 9780803797321.

<sup>73</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 17–19. ISBN 978-80-246-1647-6.

Na výše zmíněných příkladech jsme poukázali na to, že v počátcích fotografie byla retuš především užívána ke kompenzování technologických nedokonalostí a primárním cílem bylo vylepšit obrazovou kvalitu fotografie.<sup>74</sup>

#### 4.1.1 Digitální retuš

Odstraňování nevyhovujících obrazových prvků prostřednictvím retuše známe i z klasické fotografie. V digitální fotografii je tento způsob jednodušší a nezanechává stopy.

Digitální retuš vytváří buď přímo fotograf, který chce mít snímek z hlediska technického a kompozičního co nejpreciznější, nebo editor či obrazový redaktor.

Mezi jeden editorský zásah patří například kauza měsíčníku *American Photo*. Editor nechal z fotografie modelky Kate Mossové v tomto případě vyretušovat bradavky, které byly viditelné pod jejím oblečením (obr. 3). Tuto předběžnou cenzuru editor provedl z důvodu, že se obával, aby nenastaly v jižanské části země potíže s distribucí. S úpravou snímku byli čtenáři seznámeni a uvnitř čísla byla umístěna i neretušovaná verze v menším formátu.<sup>75</sup>

Obrázek 3: Kate Mossová v měsíčníku American Photo



Zdroj:<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 19–20. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>75</sup> Tamtéž, s. 62–64.

<sup>76</sup> *Famousfix: Kate Moss, American Photo Magazine [United States] (January 1994)* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.famousfix.com/topic/american-photo-magazine-united-states-january-1994>.

Mezi méně závažné etické případy retušování patří například odstraňování cigaret z fotografií mediálně známých osob. V roce 2003 takto změnila americká společnost, zabývající se výrobou plakátů, populární snímek The Beatles, na kterém členové této hudební skupiny přecházejí za sebou přes přechod pro chodce. Na originální fotografii<sup>77</sup> pro album *Abbey Road* drží Paul McCartney v ruce cigaretu. Bez povolení Apple Records či samotného Paula McCartneyho společnost cigaretu vyretušovala, a to i přes to, že Apple Records vlastní na snímek autorská práva. Obdobně časopis *Vanity Fair*<sup>78</sup> odstranil cigaretu z fotografie těhotné Courtney Love, protože redakce brala za neetické zveřejňovat kouřící těhotnou ženu.<sup>79</sup>

## 4.2 Historie fotomontáže

Dějiny fotografie uvádějí, že od raných dob byla fotomontáž pro média velmi mocnou technikou manipulace. Princip fotomontáže je založen na tom, že se z několika částí odlišných snímků či obrazových elementů složil nový obraz, který se přefotografoval, čímž se vytvořil nový snímek, který působil jako originál.<sup>80</sup>

Již v roce 1843 najdeme koláže, kombinované, sendvičové či kompozitní obrazy, které dnes nazýváme jako fotomontáž, kdy vznik papírových talbotypii umožnilo papír prvotního obrázku vystříhávat a následně slepovat do nového snímku.

Jako první použil tento způsob v roce 1843 malíř David Octavius Hill, když měl vytvořit obraz zasedání Svobodné církve Skotska. Společně s fotografem Robertem Adamsonem nasnímali 457 portrétů, z nichž poté vytvořili fotomontáž. Podle ní následně Hill vytvořil skupinový portrét. Jednalo se o prvotní obraz, který byl namalovaný za pomoci fotografických podkladů. Malíř ho tvořil dvacet tři let. V roce 1866 byl obraz poprvé vystaven.

---

<sup>77</sup> *Abbey Road Brush Off — Feature Story: Abbey Road Brush Off* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://onabbeyroad.com/news0616.htm>.

<sup>78</sup> *Garden.stewiesplayground.com: Courtney Love Vanity Fair Article* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://garden.stewiesplayground.com/vanity-courtney-love-vanity-fair-article/>.

<sup>79</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 64. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>80</sup> Tamtéž, s. 20.

V naší zemi v roce 1854 pražský fotograf Vilém Horn, který vydával deník *Photographisches Journal*, zveřejnil postup, jak zhotovit fotomontáže v té době velmi oblíbených snímků, kde do jednoho záběru umístil více osob. Mezi nejpůvodnější patří žertovné záběry dvojníků, kdy se na jednom snímku objevuje jedna osoba dvakrát.

Nejvíce se fotomontáž využívala v krajinářské fotografii, přičemž tehdy ještě nedokonalé fotomateriály byly velmi citlivé na modrou barvu. To zapříčinilo, že na místě mraků a oblohy bylo prázdné bílé místo. V tom případě fotografové vyfotografovali dva snímky totožného záběru, přičemž na jednom byla zvlášť exponována krajina a na druhé zvlášť obloha. Následně se snímky daly dohromady zkopírováním oblohy z druhého negativu na záběr s krajinou. Nejpůvodnějším krajinářským fotografem, který používal tyto možnosti fotomontáže, byl Gustave Le Grey. Technika, kterou používal, se jmenovala *des ciels rapportés*, v překladu do angličtiny *composite prints*.<sup>81</sup>

Mezi jednoho z prvních fotografů, který byl známý díky uměleckému používání fotomontáže, považujeme Oscara Gustava Rejlandera. Vystudovaný malíř používal fotografii od roku 1853 jako předlohu pro vlastní obrazy. O několik let později fotografoval alegorické výjevy s větším počtem postav.

Jeho nejpůvodnější montáží z roku 1857 je kompozice s názvem *The Two Ways of Life* (obr. 4). Fotografie je poskládaná z třiceti negativů. Výslednou montáž dával dohromady šest týdnů. Na snímku ukazuje muž dvěma chlapcům na jedné polovině obrazu pozitivní stránky života a na druhé polovině neřesti světa.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 20–21. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>82</sup> Tamtéž, s. 20–21.



Obrázek 4: Rejlander – The Two Ways of Life



Zdroj<sup>83</sup>

Rejlanderův postup kombinování negativů a tvoření kompozitních snímků převzal malíř a rytec Henry Peach Robinson, který začal fotografovat od roku 1852. Mezi jeho nejpopulárnější komponovanou montáž patří fotografie z roku 1858, která se jmenuje *Fading Away*<sup>84</sup> a kterou tvoří pět dílčích negativů. Fotografie ztvárňuje mladou dívku ležící na smrtelné posteli, obklopenou starostlivou matkou a sestrou, kdežto otec je u okna a hledí ven.

Robinsonův snímek byl velmi kritizován, neboť bylo tehdy eticky a společensky nepřijatelné mít prospěch z takto bolestných momentů. Ve viktoriánském období byla dětská úmrtí častým námětem malířů, ale oproti malbě bylo dění na snímcích bráno jako reálná situace. Eticky kontroverzní byla skutečnost, že se jednalo o koncipovanou scénu ztvárněnou najatými modely.<sup>85</sup>

Obě využívané metody úpravy snímků – retuš a fotomontáž – zásadně odmítal fotograf Peter Emerson, který neuznával jakýkoliv zásah do fotografie. Byl si jistý, že fotograf nemá žádné právo zasahovat do skutečnosti. Lábová uvádí, jak reagoval podrážděně Emerson na Robinsovy montáže: „*S největší péčí světa nejlepší žijící umělec nemůže toto (tj. spojení několika dílčích obrazů z různých negativů) udělat vyhovujícím*

---

<sup>83</sup> Wikimedia: File: Oscar-gustave-rejlander two ways of life.jpg [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oscar-gustave-rejlander\\_two\\_ways\\_of\\_life.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oscar-gustave-rejlander_two_ways_of_life.jpg).

<sup>84</sup> *ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA: Fading Away* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Fading-Away>.

<sup>85</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 23. ISBN 978-80-246-1647-6.

způsobem. Příroda je tak jemná a subtilní, že není možné využít podobného záplatování pro vytvoření představy o ní.“<sup>86</sup>

#### 4.2.1 Digitální fotomontáže na obálkách časopisů

Za první fotomontáž, která byla použita ve zpravodajském kontextu, je považována kompozitní fotografie<sup>87</sup> konkurentek v krasobruslení, a to konkrétně Nancy Kerriganové a Tonye Hardingové při společném tréninku. Fotografie byla v roce 1994 otištěna na obálce časopisu *Newsday*.

Roku 2003 fotoreportér Brian Walski, který pracoval pro deník *Los Angeles Times*, vyhotovil první počítačovou fotomontáž z fotografií z války v Iráku. Zaznamenával sérii snímků Iráčanů, kteří vyhledávali útočiště před nepřátelskou palbou. Žádný záběr neodpovídal jeho představám, a proto vybral ze dvou snímků obrazové prvky, které mu vyhovovaly, a vytvořil z nich třetí fotografii. Úprava fotografie byla po uveřejnění odhalena a následně byl Walski z redakce vyhozen, jelikož nedodržel etická pravidla novin, které nedovolují měnit obsah zpravodajských snímků.<sup>88</sup>

V roce 2007 se v časopisu *Time*<sup>89</sup>, vyskytla fotografie plačícího bývalého prezidenta Ronalda Reagana. Portrét pořídil David Hume Kennerly a stékající slzy přidal Reagonovi na tvář v editačním počítačovém programu Photoshop. Etické spory způsobil fakt, že autor si propůjčil slzy z autentického záběru černošského chlapce. Na fotomontáž se coby reakce objevilo mnoho nesouhlasných názorů z důvodu poškozování profese, která v digitální době bojuje za to, aby působila v očích veřejnosti důvěryhodně.<sup>90</sup> Lábová uvádí, „že v souvislosti s kolážemi a fotomontážemi na titulních stranách zejména zpravodajských časopisů se mluví o tom, že pravda se dnes stala obětí

---

<sup>86</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 24. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>87</sup> *I am Kryšpín: Když novinářská fotografie lže* [online]. 2007 [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://iam.kryspin.net/2007/02/01/kdyz-novinarska-fotografie-lze/>.

<sup>88</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 54–55. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>89</sup> *Time: How The Right Went Wrong* [online]. 2007 [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://content.time.com/time/covers/0,16641,20070326,00.html>.

<sup>90</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 57. ISBN 978-80-246-1647-6.

*komerce, že je důležitější prodat obraz reprezentující smyšlenou pravdu než dělat obrazy, které věrně zobrazují realitu a říkají pravdu.*“<sup>91</sup>

V roce 2006 se na obálce časopisu *Týden* objevila ilustrace, která lákala ke čtení o okolnostech smrti Václava III. Ilustrace měla znázorňovat scénu smrti posledního Přemyslovce. Digitální fotomontáž sloučila tři prvky – krvavé stopy na stěně, meč potřísněný krví a část fresky. Problémem byla skutečnost, že použitá krev patřila opravdovým obětem izraelsko-libanonského konfliktu.

Oproti Reaganovým slzám, které způsobily vlnu diskuze o etice, u nás takové manipulace prozatím nevzbuzují u čtenářů ani u odborné veřejnosti žádnou pozornost. Nad fotomontáží se jako jediný pozastavil Ondřej Aust z *Lidových novin*. Podle Karla Hvizďaly, někdejšího šéfredaktora časopisu *Týden*, představuje fotomontáž tyto problémy: kromě toho, že redakce neuvedla autora snímku, jde zejména o zneuctění úmrtí člověka, neboť je při porovnání s originální fotografií patrné, že se jedná o krev konkrétního zabitého či zraněného.<sup>92</sup>

V roce 1994 se na obálce zpravodajského týdeníku *Time* objevila fotografie bývalého boxera O. J. Simpsona (obr. 5). Boxer byl obviněn za zabití své manželky a jejího přítele. Autor ilustrace Matt Mahurin upravil policejní snímek tak, že mu na počítačově ztmavil pleť. U odborné veřejnosti vzbudil snímek velké pobouření.<sup>93</sup> Dle Lábové „*ztmavením tváře mohl časopis podtrhnout rasistický podtext této kauzy nebo také podsunout čtenářům, že tmavá barva je barvou zla a patří tomu, kdo zabíjí.*“<sup>94</sup>

Matt Mahurin je jeden z nejvyhledávanějších fotoilustrátorů v časopisech. Svůj styl tvorby manipulování s fotografiemi nazývá jako digitální malování. Za posledních několik let vytvořil obálky pro časopisy, jako jsou *G. Q.*, *Rolling Stone* či *Esquire*.<sup>95</sup>

---

<sup>91</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 57. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>92</sup> Tamtéž, s. 57–58.

<sup>93</sup> Tamtéž, s. 58–59.

<sup>94</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 59. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>95</sup> Tamtéž, s. 59–60.

Obrázek 5: Obálka časopisu Time s počítačově upravenou barvou pleti O. J. Simpsona a obálka časopisu Newsweek s neupravenou fotografií



Zdroj<sup>96</sup>

Snímek O. J. Simpsona na obálce týdeníku *Time* zásadně změnil postoj časopiseckých grafiků a editorů v tom, že standardně překračují hranice věrohodnosti, a pozměňují tak obsah zpravodajského obrazu. Například přidáváním či odebráním prvků, či dokonce změnou kontextu.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> MediaMania: Hitler i umírající dívka. Obálky časopisu Time, které změnil svět [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [https://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/hitler-i-umirajici-divka-obalky-casopisu-time-kttere-zmenily-svet\\_263015.html](https://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/hitler-i-umirajici-divka-obalky-casopisu-time-kttere-zmenily-svet_263015.html).

<sup>97</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 60. ISBN 978-80-246-1647-6.

## 5 ETIKA

Brázda uvádí, že „*etika je teoretickou reflexí morálky a teorií morálního jednání. Jako filozofická disciplína reflektuje nejen jednání, které je spjaté s rozlišováním správného a špatného, dobrého a zlého, ale také zkoumá individuální a společná morální přesvědčení, která v souvislosti s uvedeným rozlišováním vznikají.*“<sup>98</sup> Etika podporuje rozvíjet kritéria, poskytuje orientaci jednání v momentech rozhodování, v nichž nejsou dostačující každodenní morální intuice, a systematizuje normativní mínění neboli přesvědčení.<sup>99</sup>

Východím předmětem etiky je morální přesvědčení. Morální přesvědčení se soustřeďuje na to, co lidé vnímají za dobré či špatné, a která jednání vnímají z morálního hlediska jako přístupná či nepřístupná.

Etické teorie prověřují morální přesvědčení, zkoušejí rozvíjet celková kritéria pro správné/spravedlivé, a to takovým způsobem, aby kritéria odpovídala dílčím morálním přesvědčením. Etické teorie mohou současně poskytnout orientaci v případech, kdy jsou naše morální mínění nejistá nebo protikladná. Etika se hlavně zajímá o ospravedlnění a o zdůvodnění morálních přesvědčení. Mínění můžeme modifikovat prostřednictvím zkušeností či na základě poznatků a argumentů.<sup>100</sup> Jejich prostřednictvím můžeme rozeznat například logickou neslučitelnost nějakých dvou smýšlení. Můžeme jim věřit a trvat na nich, jestli se vyskytne nějaké východisko či se nějakého přesvědčení vzdáme. Prospívající etické teorie nejsou pouze k tomu, že umožňují nové vědění, ale spojují mínění, o nichž se myslelo, že nemají dosud nic společného.<sup>101</sup>

Mluvíme-li o etice, očekáváme, že:

- Jednotlivec může záměrně, svobodně, intencionálně jednat a je za své chování či jednání zodpovědný.
- Morální normy a formulované povinnosti jsou a musí být rozumově zdůvodnitelné.

---

<sup>98</sup> BRÁZDA, Radim. *Ethicum*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 13. ISBN 978-80-904273-9-6.

<sup>99</sup> Tamtéž, s. 13.

<sup>100</sup> Tamtéž, s. 13.

<sup>101</sup> Tamtéž, s. 13.

- Morální normy a vystupování jsou ospravedlnitelné. To znamená, že lid není odkázán jenom na instanci svědomí, světské nebo náboženské autority, ale že svoje vystupování samostatně zvažuje či reflektuje.<sup>102</sup>

Při analýze zdůvodnění se nejčastěji vyskytují tyto čtyři typy zdůvodnění nějakého morálního přesvědčení:

- Zdůvodnění nějakého morálního mínění s ohledem na vlastní občanská práva, mezi které patří například svoboda projevu či svoboda shromažďování. Zdůraznění role individuálních práv nebo redukce mnohosti morálních odůvodnění na připsání individuálních práv je charakteristická pro individuálně právní sklony v normativní etice. Zmíněná redukce je charakteristická pro libertariánsky orientované směry v etice, které vyzdvihují svobodu, a také pro autonomii jedince. Příklad zdůvodnění: „*mé chování mi nemůžete mít za zlé, jelikož je v souladu s právem na svobodu projevu*“.
- Zdůvodnění morálního mínění vzhledem k zavedeným závazkům, do kterých patří například podepsání smlouvy či dodržení slibu za normálních okolností. Příklad zdůvodnění: „*mé chování bylo správné, jelikož jsem udělal pouze to, co mi dovoluje zde podepsaná smlouva*“.
- Zdůvodnění morálního mínění vzhledem k povinnostem. Za povinnosti se považují očekávání související s nějakou sociální rolí. Příklad zdůvodnění: „*mé chování bylo správné, jelikož jsem v momentě udělala to, co by udělala každá matka*“.
- Zdůvodnění morálního mínění s ohledem na principy, například pomoci slabému v nouzi apod. Příklad zdůvodnění: „*tvé chování bylo správné, poněvadž lidem v nouzi se musí pomoci*“<sup>103</sup>.

Mezi další role etické teorie dle Brázdy patří, „*že slouží v první řadě k objasňování propozic, vůči nimž nemáme pevné mínění, dále k odkrytí souvislostí, které bychom pravděpodobně nemohli bez teoretické podpory pochopit*“<sup>104</sup>.

---

<sup>102</sup> BRÁZDA, Radim. *Ethicum*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 13-14. ISBN 978-80-904273-9-6.

<sup>103</sup> Tamtéž, s. 16–17.

<sup>104</sup> Tamtéž, s. 17.

V etice se zájem zaměřuje také na slučitelnost i s jinými náboženskými či vědeckými míněními a stanovisky. V jejím centru není rozluštění konkrétních morálních záležitostí, ale revize a interpretace etických kritérií.<sup>105</sup>

## 5.1 Etika novinářské činnosti

Za první zmínku o žurnalistické etice je považována ta z roku 1918, kdy vznikla ve Francii Charta novináře. Pro kodex novináře bylo podstatné, že kladl důraz na loajalitu, ideologii a na lidovost. Změna nastala po roce 1989, kdy žurnalisté v době vykonávali svou práci ve skutečnosti bez jakéhokoliv omezení. Zlomovou se stala v roce 1994 Evropská konference, která se konala v Praze a která se zabývala politikou hromadných sdělovacích prostředků. Deklarace ministrů uvedla, že žurnalisté mohou přijímat své samoregulační normy. Prostřednictvím toho v roce 1995 odsouhlasila rada České televize svůj kodex s názvem *Kodex České televize*. Uzákoniла se tak významná povinnost definovat dělicí linii mezi názory a zprávami. V roce 1998 vznikl *Etický kodex novináře*, za kterým stojí Syndikát českých novinářů.<sup>106</sup>

Novinářské organizace se snaží definovat, co je pro čtenáře ještě podstatné a co už je pro ně příliš, co již překračuje hranici lidské touhy po nějaké zprávě a kdy již nastupuje voyeurství. Zde je otázkou, zda mají být média regulována zvnějšku, anebo zda jsou schopna samoregulace.<sup>107</sup>

Novináři na to reagují tak, že zákazy jsou s demokratickou společností neslučitelné a svoboda sdělování, včetně toho bulvárního, je součástí hlavních principů demokratické společnosti.<sup>108</sup>

Dle Musila „*novináři pokládají téma zodpovědnosti za riskantní, protože může otevřít cestu k možnému zneužití proti svobodě projevu*“<sup>109</sup>. O svobodu projevu panovala obava v období boje o demokracii, přičemž je toto téma velmi aktuální i v současnosti.

---

<sup>105</sup> BRÁZDA, Radim. *Ethicum*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 18. ISBN 978-80-904273-9-6.

<sup>106</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 53–54. ISBN 80-7178-925-9.

<sup>107</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 12. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>108</sup> Tamtéž, s. 12.

<sup>109</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010., s. 114. ISBN 978-80-7452-002-0.

Podle Musila „jsme tedy v typické situaci vyžadující rizikovou analýzu, tj. porovnání zmíněného rizika zneužití požadavku zodpovědnosti médií proti svobodě projevu na straně jedné a rizika působení mocných stále vlivnějších médií bez zodpovědnosti a bez diskuse o důsledcích mediálního působení na společnost na straně druhé“<sup>110</sup>.

Odpovědný novinář bývá v některých společnostech definován jako člověk, který je vybaven takovými dovednostmi, aby v nepřetržitém toku zpráv vybral ty klíčové, dokázal je správně zpracovat a včlenit do kontextu, který je podstatný pro bytí jednotlivců v dané komunitě. Dále by měl tyto informace vyjádřit jasně, nenechat se ovlivnit osobními problémy či vnějšími tlaky.<sup>111</sup>

### 5.1.1 Hlavní etické problémy v médiích

Moravec zmiňuje za primární etické problémy:

- klamání,
- narušování soukromí,
- úplatky,
- plagiátorství,
- střet zájmů.<sup>112</sup>

Paparazzi fotograf Christoph Seitz uvádí, že coby paparazzi fotografové konají pouze svoji práci a jejich jednání nikoho neohrožuje ani neuráží čili není neetické.<sup>113</sup> Paparazzi fotograf zmiňuje i svou rozpolcenost, v které se často protíná lidskost a touha po výdělku. Vypráví, jak asi bylo Madonně ve chvíli, kdy se dozvěděla, že je ve svém vlastním domě sledována. Uvědomuje si, že citově ubližoval lidem. Dále Seitz uvádí, že Madonna po odhalení jejich úkrytu pronesla, že se cítí jako znásilněná, a on tomuto prohlášení nechce odporovat.<sup>114</sup>

---

<sup>110</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010., s. 114. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>111</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 12–13. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>112</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 51. ISBN 80-7178-925-9.

<sup>113</sup> SEITZ, Christoph. *Byl jsem paparazzo*. Přeložil Petr KYNCL. Praha: Ikar, 1998, s. 174. ISBN 80-7202-346-2.

<sup>114</sup> Tamtéž, s. 207.



Za celosvětově známý případ, kdy docházelo k narušování soukromí, je považována aféra z roku 2011 bulvárního listu *News of the World*, který nechával odposlouchávat telefony různým osobám s cílem zachytit tajné zprávy a jejich komunikaci, přičemž telefony byly odposlouchávány po dobu několika let. Celá kauza však propukla v době, kdy se zjistilo, že bulvární list nechal odposlouchávat hlasovou schránku Milly Dowlerové. Tedy dívky, která byla unesena a později zavražděna.<sup>115</sup>

Dalším etickým problémem je střet zájmů. Střet zájmů se může vyskytnout zejména při konfrontaci práce novináře s jeho zájmy mimo práci. Věrnost novináře by se měla koncentrovat především vůči čtenáři.<sup>116</sup>

### 5.1.2 Etické kodexy a česká média

V českých médiích mají etické kodexy oproti anglosaským zemím kratší tradici. Není proto tak časté, aby se redakce řídila konkrétními etickými kodexy či je přijímala nebo je vkládala do pracovních smluv žurnalistů. Existuje-li onen soubor pravidel, je především zaměřen na psanou žurnalistiku. V kodexech většinou chybí pravidla pro výběr a zpracování fotografií, proces fotografování, aspekty profese fotografa apod.<sup>117</sup>

Vlastní etický kodex má žurnalistická organizace Syndikát novinářů<sup>118</sup>. Kodex vznikl v roce 1998, je obecnějšího charakteru a řídit se podle něj je nezávazné. Syndikát novinářů jeho dodržování doporučuje všem žurnalistům, a to i těm, kteří nejsou jeho členy. Etický kodex je zaměřen na novinářskou práci, zejména na psanou žurnalistiku. Provinění vůči tomuto etickému kodexu, bez ohledu na to, zda jsou jeho členy či ne, řeší Etická komise Syndikátu novinářů.<sup>119</sup>

---

<sup>115</sup> ČT24: *Britové jsou v šoku. Šéfredaktoři News of the World tajili intimní vztah* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1067775-britove-jsou-v-soku-sefredaktoři-news-world-tajili-intimni-vztah>.

<sup>116</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 51–52. ISBN 80-7178-925-9.

<sup>117</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 146. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>118</sup> *Syndikát novinářů České: Etický kodex* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/>.

<sup>119</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 146. ISBN 978-80-246-1647-6.

Etické kodexy mají uvedeny v zaměstnaneckých smlouvách veřejnoprávní média *Český rozhlas*<sup>120</sup> a *Česká televize*<sup>121</sup>. Odvozený etický kodex od Syndikátu novinářů používá *Mladá fronta Dnes*. Mezi dalšími českými tištěnými médii nejsou etické kodexy příliš rozšířené a především v nich není nijak zahrnuta fotografie. Na českém mediálním trhu výrazněji pracují s fotografiemi dva týdeníky – *Reflex* a *Týden (Instinkt)*.

Například časopis *Reflex* má takzvaný profesní kodex. Jedná se dle redakce o nepsaná pravidla a fotografové „dle vlastního citu“ dodržují tyto zásady formulované Tomášem Tesařem.<sup>122</sup>

Časopis *Týden* má část etického kodexu věnovanou fotografii, což je na české mediální scéně nezvyklé. Nynější redakce se k tomuto kodexu příliš nehlásí nebo o něm pracovníci ani nevědí.<sup>123</sup>

Dle zmíněných primárních etických problémů (viz. kap. 5.1.1.) jsou v kodexu České televize<sup>124</sup> věnovány kapitoly či odstavce střetu zájmů, narušování soukromí a klamání. V kodexu Českého rozhlasu<sup>125</sup> je tomu obdobně.

Kodex České tiskové kanceláře shledává Lábová jako vhodné východisko pro práci s fotografiemi. Pravidla se vztahují jak na fotografování, tak na chování fotografa apod.<sup>126</sup>

Část kodexu České tiskové kanceláře<sup>127</sup> vztahující se na práci s fotografiemi:

- *Všichni zpravodajové, fotoreportéři, redaktori a externí spolupracovníci odpovídají za objektivitu každé informace a za zachování vysokého profesionálního a etického standardu.*

---

<sup>120</sup> *Český rozhlas: Kodex Českého rozhlasu* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/\\_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056](http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056).

<sup>121</sup> *ČT: Preambule a výklad pojmů* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>.

<sup>122</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 147. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>123</sup> Tamtéž, s. 148.

<sup>124</sup> *ČT: Preambule a výklad pojmů* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>.

<sup>125</sup> *Český rozhlas: Kodex Českého rozhlasu* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/\\_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056](http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056).

<sup>126</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 151. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>127</sup> *ČTK: Kodex* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/kodex/](http://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/).

- *Žádný obsahový zásah do fotografií, zvuků a videí ČTK není povolen (netýká se metadat). Výřez fotografie, sestřih videa nebo audia nesmí zkreslit původní sdělení. Citáty musí obsahovat nejvýstižnější sdělení citované strany.*
- *Redaktoři ČTK respektují právo osob na soukromí a chrání zvláštní práva nezletilých, a to ve všech médiích podle jejich povahy. Nesmějí získávat informace, fotografie, audia či videa zastrašováním, obtěžováním, úskokem nebo vytrvalým pronásledováním. Výjimky (skrytá kamera) je možné učinit s ohledem na veřejný zájem a jen po předchozím schválení šéfredaktorem.*
- *Obrazové informace (fotografie, videa, grafika) musí respektovat osobnostní práva, kontext a předpokládané užití (například na webech dostupných dětem).*

## 6 BULVÁR A BULVARIZACE

Bulvární média existují v psané podobě již několik století. Takzvaný bulvár se vyskytl v první polovině 19. století, konkrétně s pouličním prodejem, a přerušil tak nadvládu předplatného. Přesněji lze nazývat bulvár jako „skandální tisk“ jako opak „kvalitního tisku“. V jiných státech se pojmenování tohoto typu tisku odlišuje. V angličtině je to *penny press* či *yellow press*. V němčině je to *Boulevard-Zeitung* nebo *Sensation-Press*. Ve francouzštině je to *presse á scandale*.<sup>128</sup>

Dle Hvižďaly „je bulvár druh levného novinového zboží a hraje nezastupitelnou ekonomickou i sociální roli“<sup>129</sup>. Tento druh tisku většinou prodávali na ulicích kameloti. Prodaný náklad byl několikanásobně větší než náklad seriózních novin. Jako příklad je uveden náklad seriózních rakouských novin *Die Presse* a *Der Standart*, který činí přibližně sto deset tisíc výtisků, a náklad bulvárních novin *Neue Kroken-Zeitung*, který činí přibližně osm set tisíc.

Noviny nejsou psány spisovným jazykem a pracují s emotivními výkřiky z ulice. Nástup bulváru také souvisí s rozvojem velkých obchodních domů, jelikož noviny žijí z jejich inzerce.<sup>130</sup>

Dle Osvaldové pochází bulvár z francouzského názvu boulevard. Boulevard je široká promenáda – původně se jednalo o označení novin, které nabízeli na ulicích kameloti a kteří chodce lákali vyvoláváním senzačních titulků. Tyto noviny byly levné a masově dostupné. Nepředpokládaly nějaké vyšší vzdělání a byly srozumitelné pro každého.<sup>131</sup>

Postupem času se synonymem pro slovo bulvár staly přídavná jména, jako neseriózní, laciný či neověřený. Někdy jsou v bulváru informace i obrazové materiály nabyty nelegálními či neetickými způsoby.<sup>132</sup> Podle Osvaldové se například jedná o „nelegální odposlechy telefonů či rozhovorů v soukromí prominentních osob, snímání

---

<sup>128</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2016, s. 9. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>129</sup> Tamtéž, s. 51.

<sup>130</sup> Tamtéž, s. 51.

<sup>131</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Libri, 2002, s. 31–32. ISBN 80-7277-108-6.

<sup>132</sup> Tamtéž, s. 32.

skrytou kamerou nebo mikrofonem, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.“<sup>133</sup>.

Bulvární tisk nebere ohledy na privátní sféry, zprostředkovává tajně vyfotografované fotografie z osobních životů veřejně známých osobností.<sup>134</sup>

U nás se kategorie bulvárního tisku rozvinula především ve dvacátých letech minulého století. V meziválečném období vycházely bulvární deníky *Večerní list*, *Expres*, *Pondělní list*, *Polední list* a mnohé jiné z koncernu Jiřího Stříbrného. Expanzi ukončila druhá světová válka a znovu se bulvární tisk navrátil s počátkem devadesátých let.

Počátkem devadesátých let minulého století začala být média po ekonomické stránce nezávislá. V článku pro Syndikát novinářů ČR uvedl Milan Šmíd, že dne 15. 1. 1990 začal vycházet v Praze ve vydavatelství a nakladatelství Práce „nezávislý polední list *Expres*“, který si do svého záhlaví dal titulky „senzace, zajímavosti, tiskové zprávy (a opravy)“, čímž naznačil, že se chce stát reprezentantem bulvárního tisku, který jsme dosud znali jen z předválečné historie a ze zemí na západ od našich hranic. V tentýž rok začal vycházet i poledník *Špigl*.<sup>135</sup>

Počátkem devadesátých let byli největšími vydavateli vlastníci z cizích zemí, v současné době se média navracejí zpět do českých rukou.<sup>136</sup> S prvním standardním bulvárem u nás započal Petr Schnöfeld, který v roce 1992 založil časopis *Blesk*. V jeho začátcích se *Blesk* potýkal s potížemi, nicméně brzy se na českém mediálním trhu stal nepřehlédnutelným.<sup>137</sup>

Prvním konkurentem *Blesku* se stal deník *Expres*. Ve chvíli, kdy začal *Expres* ubírat *Blesku* čtenáře, Ringier *Expres* koupil a okamžitě zastavil. V roce 2001 se objevil další konkurent *Blesku*, kterým byl časopis *Super*. Jeho vydavatelem byla rakouská firma Epic a v roce 2002 zanikl, přičemž *Blesku* do té doby odebral jen minimální počet čtenářů. *Super* na sebe upozornil během své existence dvakrát. Poprvé, když uveřejnil polonahé snímky Petry Buzkové na dovolené v Jugoslávii, a podruhé, když šířil neověřené

---

<sup>133</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2., dopl. vyd. Praha: Libri, 2002, s. 32. ISBN 80-7277-108-6.

<sup>134</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 52. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>135</sup> Tamtéž, s. 10.

<sup>136</sup> Tamtéž, s. 10.

<sup>137</sup> Tamtéž, s. 53.

informace o Josefu Abrahámovi a Libuši Šafránkové. Tato vydání měla rekordní prodeje, přesto vydavatelé prodělali několik milionů korun.<sup>138</sup>

V roce 2003 byl založen další konkurent *Blesku*, a to noviny *Impuls*. Vydavatelem se stal spolumajitel firmy Media-print Kapa, šéfredaktorem pak Zdeněk Fekara. Noviny po pěti měsících své existence skončily.

V roce 2005 byl založen čtvrtý konkurent *Blesku*, a to bulvární noviny *Šíp*. Ty byly oproti *Blesku* mnohem více obrázkové a často polovičního rozsahu. *Blesk* v průměru prodával v tu dobu 520 000 výtisků denně, zatímco *Šíp* startoval s nákladem 300 000 výtisků.

V roce 2006 se stal z nedělníku *AHA* deník, který se spojil s nedělníkem *AHA! Sport*. Šéfredaktorem byl v té době František Nachtigall, který tvrdil, že nechce předvádět obrázky za hranicemi etiky a tisknout vulgarismy. Deník startoval s nákladem 250 000 výtisků.<sup>139</sup>

Podle autora ze stochasticlife.com „je bulvár „junk food“, tedy obdoba potravin, které mají hodně tuku a cukru, ale žádnou výživnou hodnotu“<sup>140</sup>. Nezpochybněným prospěchem bulváru je to, že je indikátorem svobody. Totalitní režimy bulvár nenávidí.<sup>141</sup>

Bulvární může být nejen tisk prodávaný na ulici, ale i ostatní druhy médií, které velmi často sdělují neověřené informace, mnohdy získané například neetickými metodami, přičemž se zaměřují na senzace, které dále šíří jednoduchou a zábavnou formou, takže se při nich konzument nemusí příliš zamýšlet. Novináři v bulváru mají dokonce danou a celkem omezenou slovní zásobu, aby byla srozumitelná co nejvíce konzumentům. Bulvár prezentuje jako nejdůležitější zprávy skandály a neštěstí a směšuje realitu s iluzemi.<sup>142</sup>

Dle Musila „do řady elektronických médií pronikají kromě násilí, erotiky a pornografie i další programové rysy a typy zábavy i informací, charakteristické původně pro bulvární tisk a nověji i pro nepokrytě bulvární elektronická média“<sup>143</sup>.

---

<sup>138</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 53–54. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>139</sup> Tamtéž, s. 54.

<sup>140</sup> Tamtéž, s. 31.

<sup>141</sup> Tamtéž, s. 35.

<sup>142</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Libri, 2002, s. 32. ISBN 80-7277-108-6.

<sup>143</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 178. ISBN 978-80-7452-002-0.

Tyto obsahy, které jsou občas brány za obsahovou charakteristiku bulvárních médií, jsou hlavně:

- reportáže a záběry reálných intimních situací,
- další neetické obsahy,
- negativistické obsahy,
- extrémní obsahy a senzace.<sup>144</sup>

Reportáže a záběry reálných intimních situací převážně obecně známých lidí prezentují vážný problém jak prakticky, tak i v rovině posuzování. Znamé osobnosti nezřídka berou tyto nepříjemné okolnosti jako daň za popularitu či jako způsob jejího zvyšování. Princezna Diana například bulvární tisk měla v oblibě a ráda ho četla, s dalšími skandály se však tento vztah změnil. Politici, umělci a jiné známé osobnosti dovedou těžit z mediální sféry, byť je jejich přáním, aby se jednalo o proslulost v pozitivním slova smyslu.

Běh za senzacemi směřuje vždy směrem k bulváru a vnáší do médií pořady urážející vkus i lidskou důstojnost. Jde především o pořady vysílané v televizi, které zobrazují například zvířecí nebo lidské utrpení.<sup>145</sup>

Nejen u televize, ale u zpravodajských médií celkově si můžeme všimnout velkého výskytu negativních zpráv, které mají tendenci převažovat. Dle Musila je negativismus novináři obhajován jako „základní role médií coby hlídacého psa, upozorňující na každý nepořádek a nebezpečí. Násilné činy ve zpravodajství jsou také hájeny jejich pravdivostí“<sup>146</sup>. Média, která jsou takto provozována, se ve skutečnosti zřikají pohledu na opravdový obraz světa, ve kterém se převážně neodehrávají jen katastrofy.

Honba za senzacemi často vede i k nepravdivému sdělení, například o vědeckém pokroku. Jedná se například o problematiku života ve vesmíru, klonování, hrozících

---

<sup>144</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010., s. 178-179. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>145</sup> Tamtéž, s. 179–181.

<sup>146</sup> Tamtéž, s. 182.

katastrofách apod. Riziko spočívá v tom, že lidé budou lhostejní k případným upozorněním na skutečná rizika.<sup>147</sup>

## 6.1 Bulvarizace a česká média

V naší zemi má bulvár tolik konzumentů, že mu seriózní média nemohou konkurovat. To zapříčiňuje, že se kvalitní média snaží tabloidy dohánět, například zjednodušováním a redukováním témat, která by měla právě rezonovat v médiích kvalitních. Jde o nesprávné úsilí a zapříčiňuje, že dochází k takzvané plíživé bulvarizaci.<sup>148</sup> Dle Osvaldové „*u bulvárních médií víme, co očekávat: důraz na pseudoskandály, sex, kriminální příběhy plné krve, sentiment, povrchnost, na kýč obecně. Tomu je přizpůsobena grafika: velké titulky, rozměrné fotografie apod.*“<sup>149</sup>. Televizní zprávy mají zase dát najevo, že médium je na straně publika, avšak zobrazované jedince vystavuje přílišné dehonestaci. Na internetu jsou to zprávy o tom, koho stíhá nemoc, kdo přibral na váze apod.<sup>150</sup>

Bulvarizací se podle Osvaldové rozumí „*především proces marketizace mediálních organizací, komercializace mediálních aktivit a unifikace mediálních produktů*“<sup>151</sup>.

Dále profesor Heinrich uvedl, že poměrně mizerně se prodávají pravdivé zprávy. Jako charakteristický je pro bulvární média uváděn důraz na jednání či okolnosti spojené s narušováním norem či mravních principů platných v dané společnosti.<sup>152</sup>

Příčinou bulvarizace také je, že se naši žurnalisté po roce 1990 dostali pod tlak způsobený bojem o čtenáře, diváka. Úroveň dnešního vycházejícího tisku je kolísavá. Agendu často stanovují například PR agentury, politické skupiny apod., které chtějí ovlivnit recipienty ve prospěch svých klientů. S tím souvisí vysoký stupeň ekonomické

---

<sup>147</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 182–185. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>148</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2016, s. 7. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>149</sup> Tamtéž, s. 7.

<sup>150</sup> Tamtéž, s. 7.

<sup>151</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>152</sup> Tamtéž, s. 11.



závislosti, která se projevuje zasahováním investorů, inzerentů či vlastníků do obsahu médií.<sup>153</sup>

Seriózní tisk se v České republice neproměnil v uplynulých letech tak zásadně, že by se více podobal bulvárním listům. Došlo u něj však k proměně priorit. Vedle politických či společenských kauz se uplatnila zejména na úkor zahraničního zpravodajství témata zaměřená na životní styl. Primární proměnou je také postupná změna používaného jazyka. Snížila se četnost žánrů, jakou jsou fejetony, reportáže či eseje. Nově deklarovanou cílovou skupinou byl většinový čtenář. Obsahy musely být podány takovým způsobem, aby jim porozuměl i jedinec se základním vzděláním. Typickým se stalo používání menšího počtu cizích slov, jednodušší obraty a větší zaměření na grafické a obrazové doplňky.<sup>154</sup>

Během uplynulých patnácti let prošly české noviny rozvojem příloh. Nejprve příkládáním DVD či jiných nosičů. Dle Krumla „*struktura novin se měnila tak, aby větší část recipientů dostávala formou příloh pravidelné obsahy, které splňovaly požadavky praktičnosti a zábavnosti, a ta menší pak přílohy, které byly koncipovány jako výjimečné, určené pro vzdělanější a hloubavější publika*“<sup>155</sup>.

Po nějaký čas se tímto způsobem podařilo některým novinám udržet či mírně zvýšit prodaný náklad. Hlubší krize pro noviny z hlediska ekonomického nastala, když zadavatelé inzerce snížili výdaje a začali být nakloněni televizi a internetu. Internet se stával zdrojem informací číslo jedna.<sup>156</sup>

---

<sup>153</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 13. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>154</sup> Tamtéž, s. 40.

<sup>155</sup> Tamtéž, s. 41.

<sup>156</sup> Tamtéž, s. 41.

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 7 CÍLE A HYPOTÉZY PRAKTICKÉ ČÁSTI

Cílem praktické části je zaměřit se na etiku bulvární fotografie 21. století. V praktické části byla použita kombinace dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů, která v souladu se stanoveným cílem práce umožnila komplexně popsat a zhodnotit etiku bulvární fotografie a také potvrdit či vyvrátit nastolené hypotézy.

Pro praktickou část byl zvolen kvantitativní a kvalitativní výzkum. Kvantitativní výzkum, zprostředkovaný pomocí dotazníkového šetření, který se zaměřuje na číselné údaje a vyžaduje větší soubory dat a respondentů, byl následně doplněn tabulkami a grafy. Respondenti, kteří vyplňovali dotazníkové šetření, byli anonymní.

Pro kvantitativní výzkum je primární seznámit společnost s informacemi, které byly v praktické části získány prostřednictvím dotazníkového šetření. Cílem tohoto šetření bylo zjistit, zda etika bulvární fotografie zajímá spíše ženy či muže a jak staří a vzdělaní tito respondenti jsou. Ve výzkumu bylo důležité stanovit, jaký vztah mají respondenti k bulváru a zda jsou fotografie v bulvárních denících důvodem, proč je čtou, popřípadě jaké bulvární deníky čtou. Velmi důležité bylo také zjištění, zda je pro respondenty etika v rámci bulvární fotografie důležitá a jaké fotografie v těchto denících podle nich hranice etiky překračují. V dotazníkovém šetření jsme chtěli zjistit, zda si respondenti myslí, že by měla být etická stránka bulvární fotografie regulována a zda neetické a kontroverzní bulvární fotografie zvyšují zájem u spotřebitele.

Kvalitativní výzkum, který byl proveden z důvodu získání hlubokého vhledu do problematiky etiky bulvární fotografie, byl uskutečněn pomocí dvou hloubkových rozhovorů. Výzkum byl prováděn prostřednictvím delšího a intenzivního kontaktu s jedinci. Hloubkové rozhovory proběhly s fotografkou Sárrou Saudkovou a bulvárním (paparazzi) fotografem Pavlem Dvořákem.

Smyslem této praktické části je mimo jiné snaha, aby společnost lépe porozuměla práci bulvárních novinářů. Za zajímavý je možné označit také kontrast, s jakým pohlíží na etiku bulvární fotografie veřejně známá osobnost a fotografka Sára Saudková, která byla často po rozchodu s fotografem Janem Saudkem součástí bulvárních médií, a bulvárního fotografa Pavla Dvořáka.

**Seznam hypotéz:**

**Hypotéza č. 1** – Většina respondentů je při názoru na různé osoby či kauzy ovlivněna bulvárem nebo bulvární fotografií.

**Hypotéza č. 2** – Pro většinu respondentů není etika v rámci bulvární fotografie důležitá.

**Hypotéza č. 3** – Většina respondentů považuje za nejvíce neetické fotografie, na kterých se objevuje motiv smrti.

**Hypotéza č. 4** – Pokud bulvární deník zveřejní fotografie za hranicemi etiky, příště si je většina žen a mužů nekoupí, nepřečte.

## 8 METODIKA

V této kapitole budou popsány základní parametry jednotlivých metod, které byly využity v praktické části. Jedná se o dotazníkové šetření a hloubkové rozhovory.

### 8.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno na reprezentativním vzorku 102 respondentů. S dotazovanými nebyl navázán přímý kontakt a jejich odpovědi jsou zcela anonymní. Dotazník má zjistit názor respondentů na důležitost etiky v rámci bulvární fotografie, jaké fotografie v těchto denících podle nich překračují hranice etiky a případně zjistit další související aspekty.

Nejprve byl sepsán v počítačovém programu *Microsoft Word* dotazník. Ten obsahuje sedmnáct otázek, z nichž je jich šestnáct povinných a jedna nepovinná. Dotazník byl následně rozeslán mezi respondenty. Vzor dotazníku je v příloze A.

V první fázi šetření byl dotazník rozeslán respondentům prostřednictvím sociálních sítí *Facebook*, *Twitter* a *Instagram*. Následně byla využita i webová stránka *Vyplnto.cz*, která je přímo orientována na vyplňování dotazníků. Na každé ze zmíněných sociálních sítí i na webové stránce se respondenti projeví jako velmi vstřícní.

Sběr dat pro dotazníkové šetření se uskutečnil od 1. 12. 2017 do 17. 1. 2018. Po překročení sta vyplňujících dotazníků byl sběr dat ukončen a následovalo vyhodnocení dotazníkového šetření. K otázkám byla následně vytvořena v programu *Microsoft Excel* tabulka či graf, který zobrazuje zjištěné informace.

Jako třídící proměnné sloužilo pohlaví.

### 8.2 Hloubkové rozhovory

Hloubkové rozhovory byly provedeny s fotografkou Sárrou Saudkovou a s bulvárním (paparazzi) fotografem Pavlem Dvořákem.

Sára Saudková je česká fotografka, manažerka a taky bývalá přítelkyně známého fotografa Jana Saudka. Fotografuje již od roku 1999. Paní Saudková fotografuje převážně akty a její tvorba je ovlivněna, jak sama říká, již výše jmenovaným Janem Saudkem.

Pavel Dvořák fotografuje necelých dvacet let. Zhruba od roku 2004 se věnuje bulvární fotografii a zejména paparazzi stylu. Pracoval například pro týdeník *Spy* a jeho snímky je možné vidět také v dalších titulech. Nyní pracuje pro vydavatelství Bauer media, které vydává časopis *Rytmus života*.

V souvislosti s tématem autorka usoudila, že se jedná o osoby kompetentní se k tématu etiky bulvární fotografie 21. století vyjádřit. Rozhovory byly uskutečněny při přímém setkání a nahrány na diktafon. Následně byly přepsány a stylisticky upraveny.

## 9 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Výsledky průzkumu jsou pro přehlednost uváděny podle pořadí otázek v dotazníkovém šetření a v souladu se stanovenými hypotézami.

### Otázka č. 1: Pohlaví

Šetření se zúčastnilo 79 % žen a 21 % mužů.

### Otázka č. 2: Věkové rozmezí

Druhá otázka byla zaměřena na věk respondentů. Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí a označit, do které z věkových skupin patří.

Tabulka 1: Věkové rozmezí respondentů

Kategorie	Respondenti (v %)
Věk	
13–25 let	44
26–35 let	28
36–50 let	19
51 a více let	9

Zdroj<sup>157</sup>

---

<sup>157</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

### Otázka č. 3: Vaše vzdělání

Třetí otázka byla zaměřena na vzdělání respondentů. Vybírat mohli ze čtyř odpovědí.

Z celkového počtu respondentů je 64 % vysokoškolsky vzdělaných.

Tabulka 2: Dosažené vzdělání respondentů

Kategorie	Respondenti (v %)
Vzdělání	
Základní	1
Odborné s výučním listem	1
Středoškolské s maturitou	34
Vysokoškolské	64

Zdroj<sup>158</sup>

### Otázka č. 4: Jaké je nyní vaše sociální postavení?

Čtvrtá otázka byla zaměřena na sociální postavení každého z respondentů ve společnosti.

Tři pětiny (60 %) dotazovaných jsou zaměstnanci.

Tabulka 3: Sociální postavení respondentů

Kategorie	Respondenti (v %)
Sociální postavení	
Zaměstnanec	60
Student	24
Živnostník	7
Podnikatel	5
Důchodce	2
Nezaměstnaný	2

Zdroj<sup>159</sup>

---

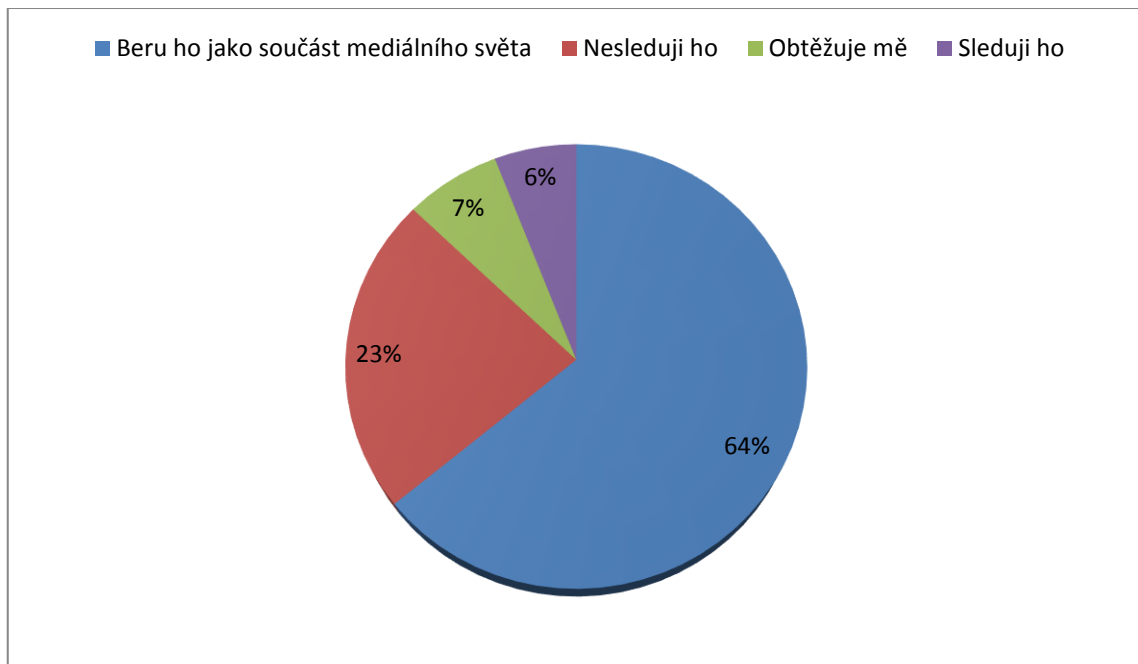
<sup>158</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

<sup>159</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

### Otázka č. 5: Jaký máte vztah k bulváru?

Pátá otázka byla zaměřena na vztah respondentů k bulváru, přičemž respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí. Toto pořadí zůstává zachováno u žen, i pokud vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako je pohlaví. U mužů se odpověď, že by je bulvár obtěžoval, nevyskytnula.

Graf 1: Jaký máte vztah k bulváru?  
(Odpovědi celého souboru dotazovaných)



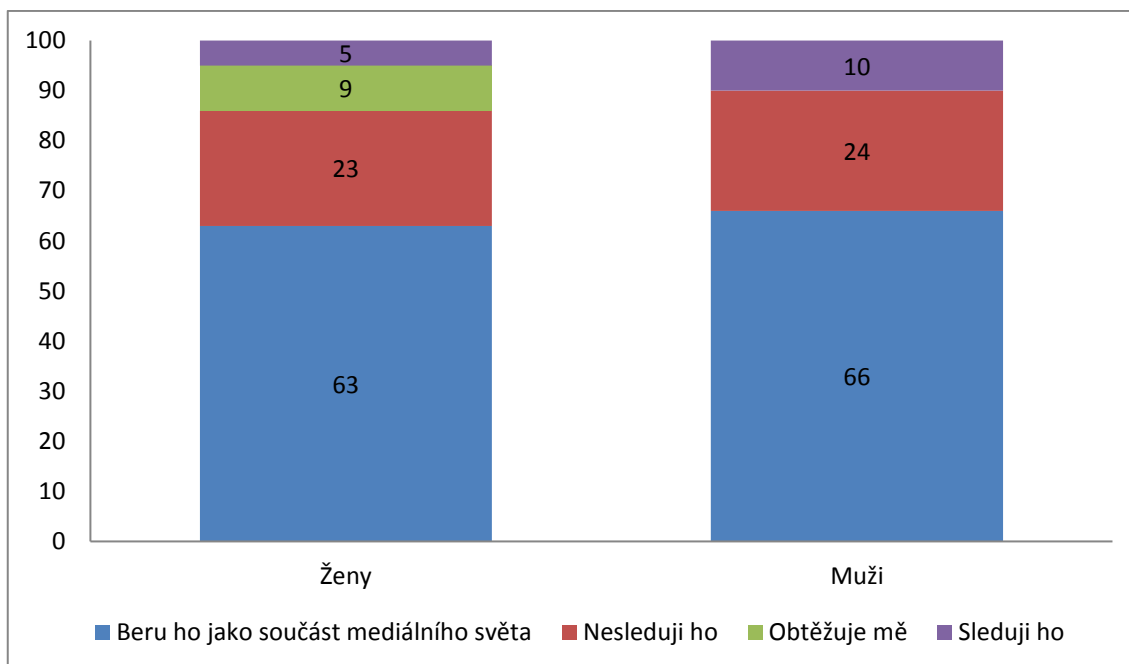
Zdroj<sup>160</sup>

---

<sup>160</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)



Graf 2: Jaký máte vztah k bulváru?  
(Odpovědi podle pohlaví v %)



Zdroj<sup>161</sup>

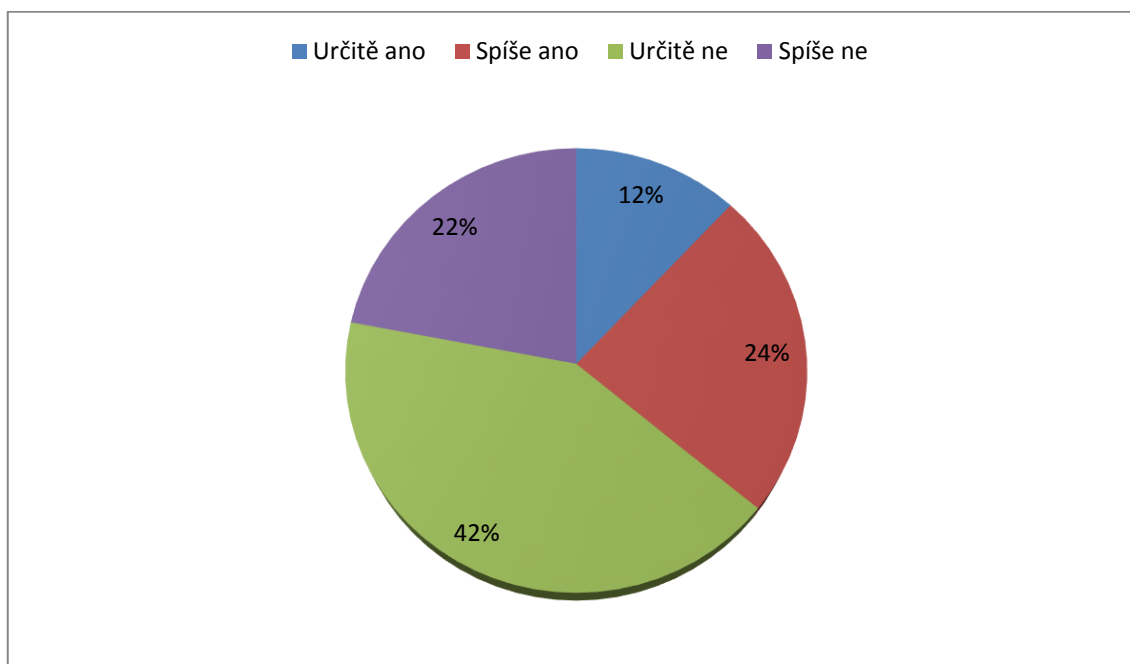
**Otázka č. 6: Jsou pro vás fotografie v bulvárních denících důvodem, proč je čtete?**

Šestá otázka byla zaměřena na zjištění skutečnosti, jestli jsou fotografie důvodem, proč respondenti čtou bulvární deníky. Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí.

Průzkum odhalil, že pro 64 % respondentů nejsou fotografie důvod, proč čtou bulvární deníky.

<sup>161</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 3: Jsou pro vás fotografie v bulvárních denících důvodem, proč je čtete?



Zdroj<sup>162</sup>

**Otázka č. 7: Jaké bulvární deníky čtete, sledujete?**

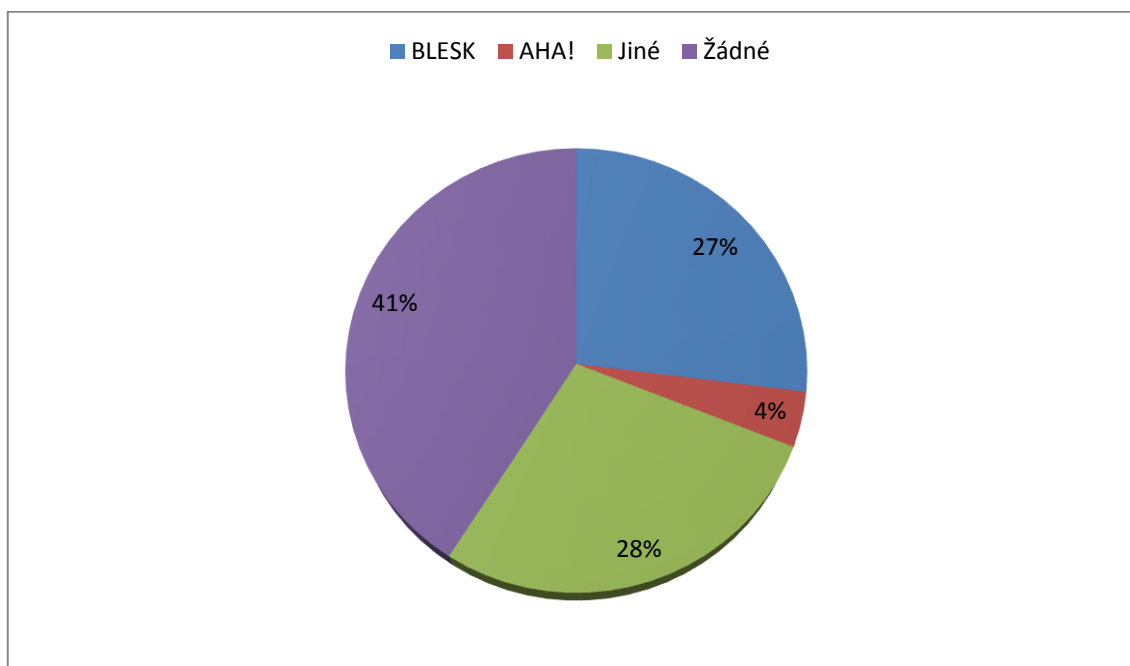
Sedmá otázka zjišťovala, jaké bulvární deníky respondenti čtou či sledují.

Respondenti mohli ze čtyř nabízených zakroužkovat více odpovědí. Z průzkumu následně vyplynulo, že 41 % dotazovaných nečte nebo nesleduje žádné bulvární deníky.

---

<sup>162</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 4: Jaké bulvární deníky čtete, sledujete?



Zdroj<sup>163</sup>

**Otázka č. 8: Myslíte si, že bulvár a bulvární fotografie ovlivňují váš názor na různé osoby či kauzy?**

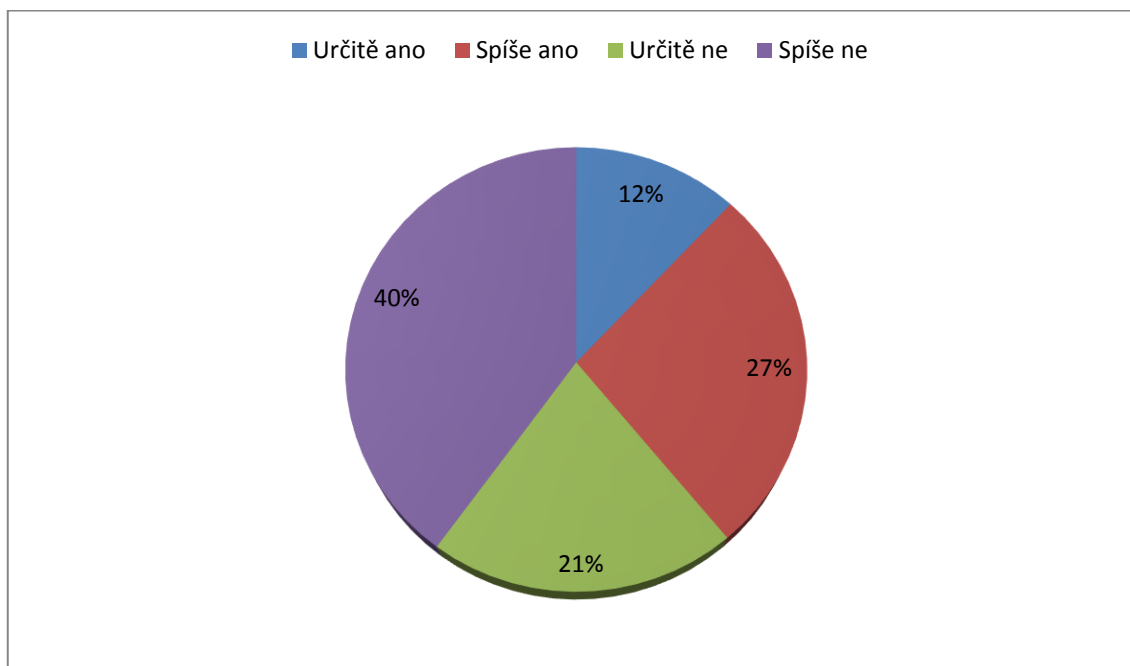
Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí.

Průzkum odhalil, že více než 60 % respondentů deklaruje, že bulvár ani bulvární fotografie neovlivňuje jejich názoru na různé osoby či kauzy.

---

<sup>163</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 5: Myslíte si, že bulvár a bulvární fotografie ovlivňují váš názor na různé osoby či kauzy?



Zdroj<sup>164</sup>

**Otázka č. 9: Koupili jste si někdy bulvární deník pouze z toho důvodu, že vás zaujala fotografie na titulní straně?**

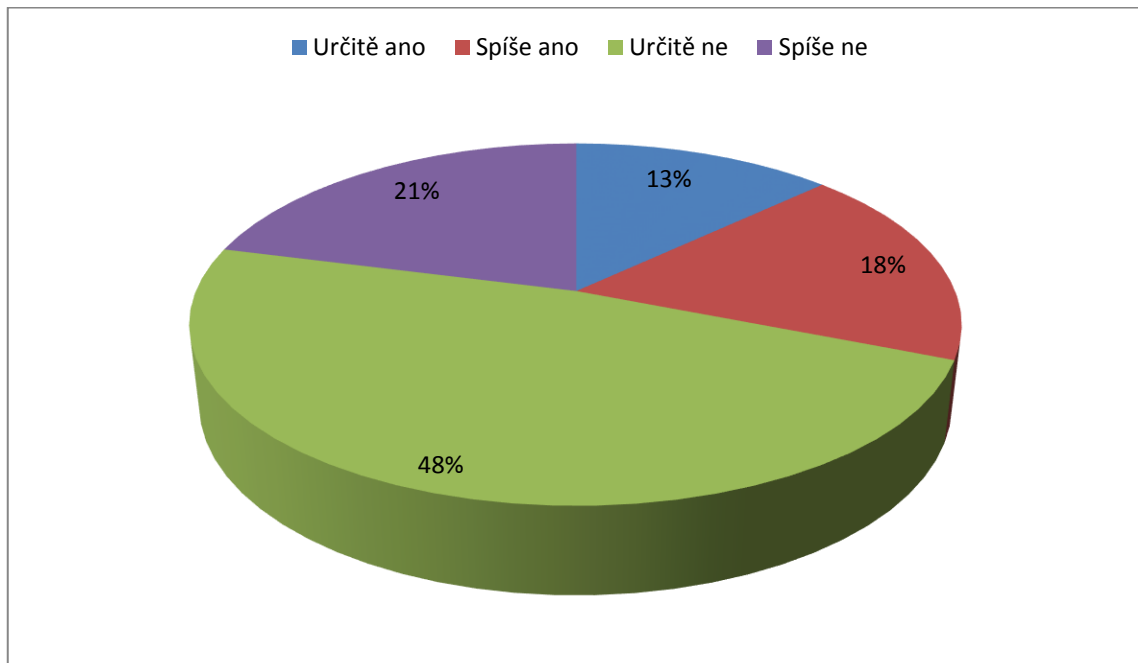
Respondenti mohli vybírat ze čtyř možných odpovědí.

Z průzkumu vyplývá, že více jak 60 % z celkového počtu dotazovaných si nikdy nekoupila bulvární deník pouze z důvodu, že by je zaujala fotografie na titulní straně.

---

<sup>164</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 6: Koupili jste si někdy bulvární deník pouze z toho důvodu, že vás zaujala fotografie na titulní straně?



Zdroj<sup>165</sup>

**Otázka č. 10: Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá?**

Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí.

Z průzkumu je patrné, že 82 % respondentů vnímá nějakým způsobem etické aspekty bulvární fotografie a etika je pro ně v rámci bulvární fotografie důležitá.

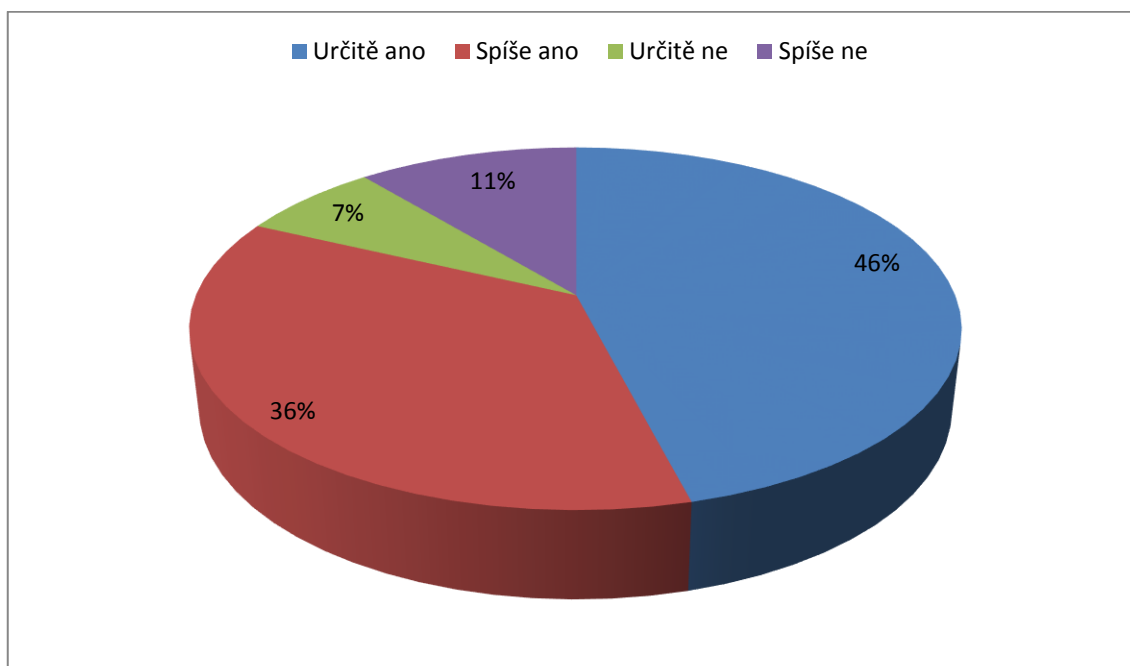
Toto pořadí zůstává zachováno, i pokud vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako je pohlaví.

---

<sup>165</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 7: Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro Vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá?

(Odpovědi celého souboru dotazovaných)



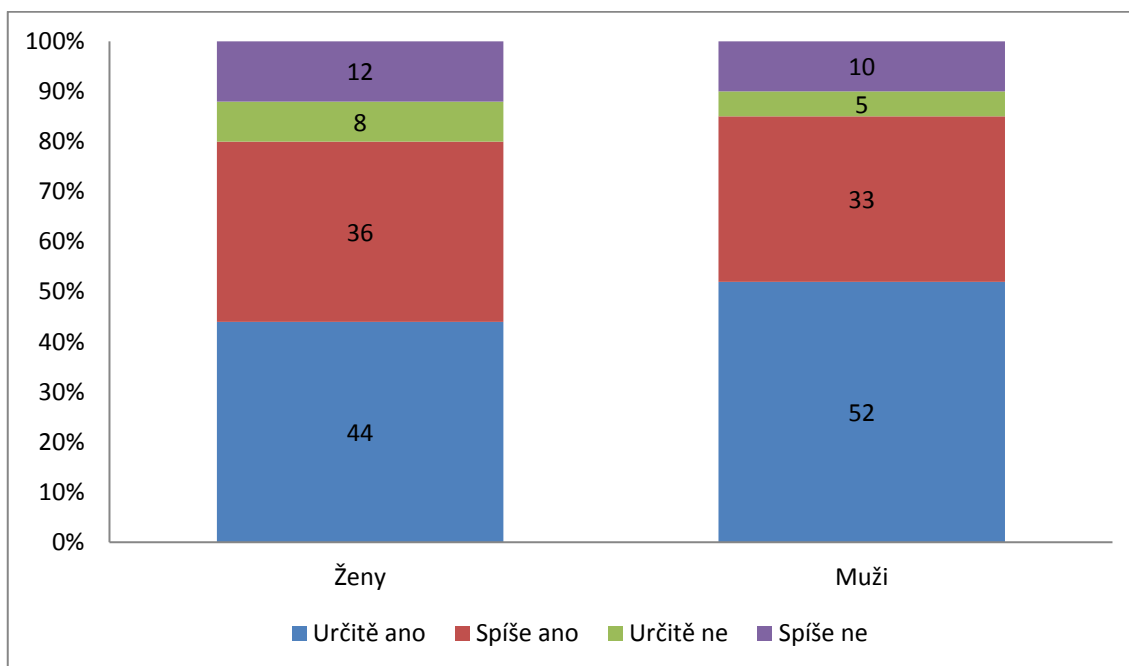
Zdroj<sup>166</sup>

---

<sup>166</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 8: Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro Vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá?

(Odpovědi podle pohlaví v %)



Zdroj<sup>167</sup>

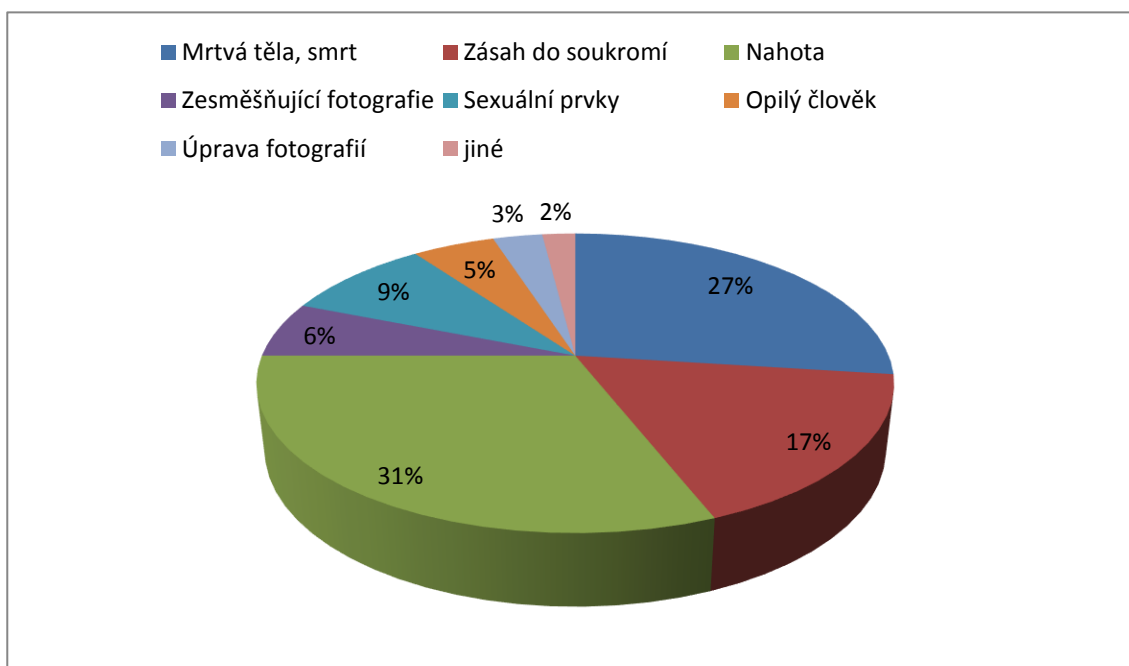
**Otázka č. 11: Uved'te příklad neetické fotografie.**

Tato otázka byla povinná, respondent musel odpovědět vlastními slovy.

Dva respondenti zmínili fotografie, na nichž byla zachycena Kateřina Kristelová s Tomášem Řepkou či Andrej Babiš.

<sup>167</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

Graf 9: Uved'te příklad neetické fotografie.



Zdroj<sup>168</sup>

**Otázka č. 12: Jaké bulvární fotografie jsou podle vás nejvíce neetické?**

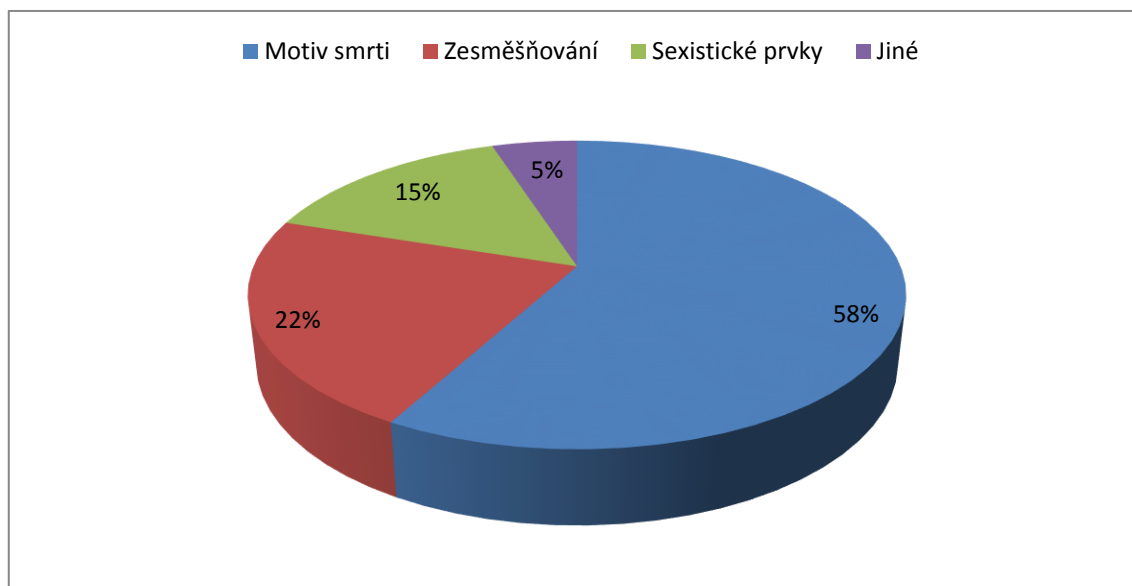
Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí. Oproti předchozí otázce nemohli odpovídat vlastními slovy.

Toto pořadí zůstává zachováno u žen i u mužů, i pokud vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako je pohlaví. Žádný z mužů nepovažuje za nejvíce neetickou bulvární fotografii, fotografii se sexistickými prvky.

<sup>168</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření).

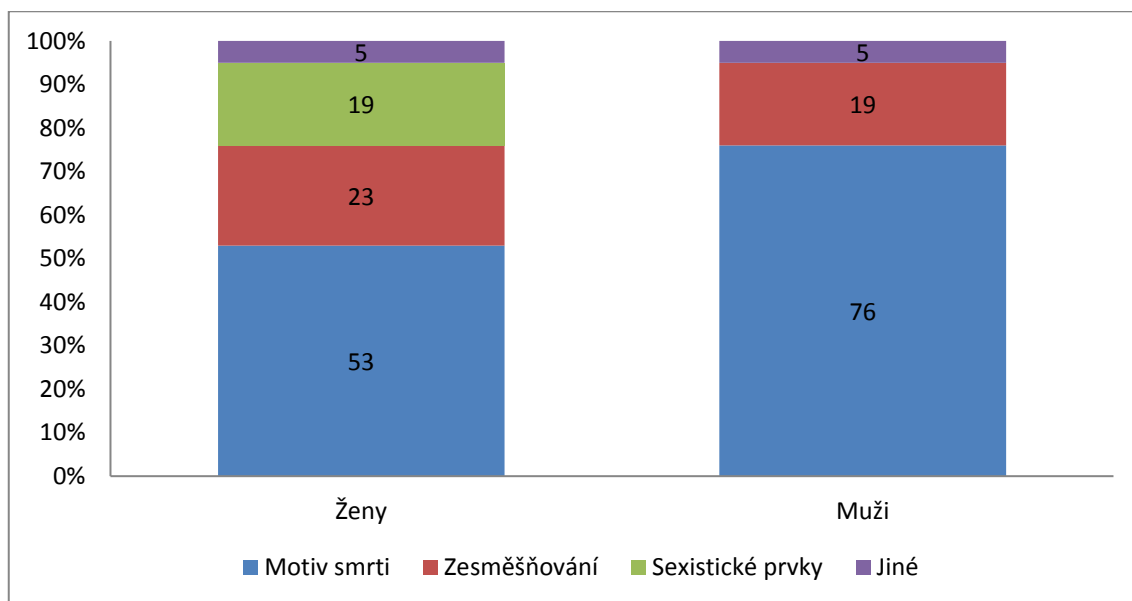


Graf 10: Jaké bulvární fotografie jsou podle vás nejvíce neetické?  
(Odpovědi celého souboru dotazovaných)



Zdroj<sup>169</sup>

Graf 11: Jaké bulvární fotografie jsou podle Vás nejvíce neetické?  
(Odpovědi podle pohlaví v %)



Zdroj<sup>170</sup>

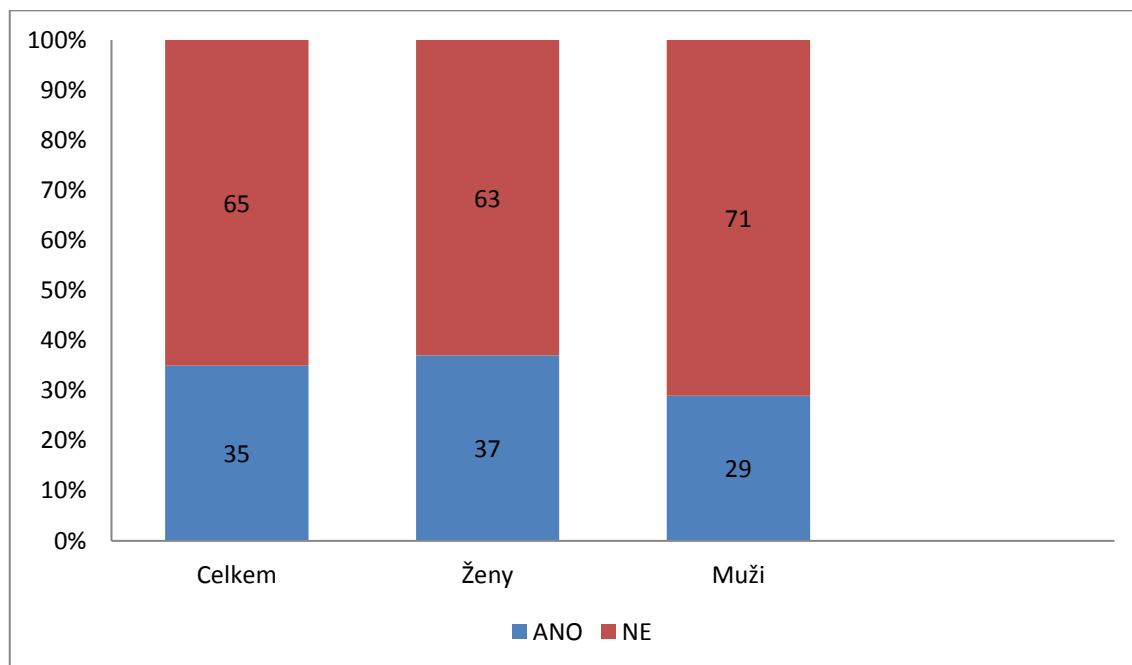
<sup>169</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

<sup>170</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

**Otázka č. 13: Napadá vás nějaká bulvární fotografie, která byla za hranicemi etiky?**

Graf 12: Napadá Vás nějaká bulvární fotografie, která by byla za hranicemi etiky?

(Odpovědi podle pohlaví v %)



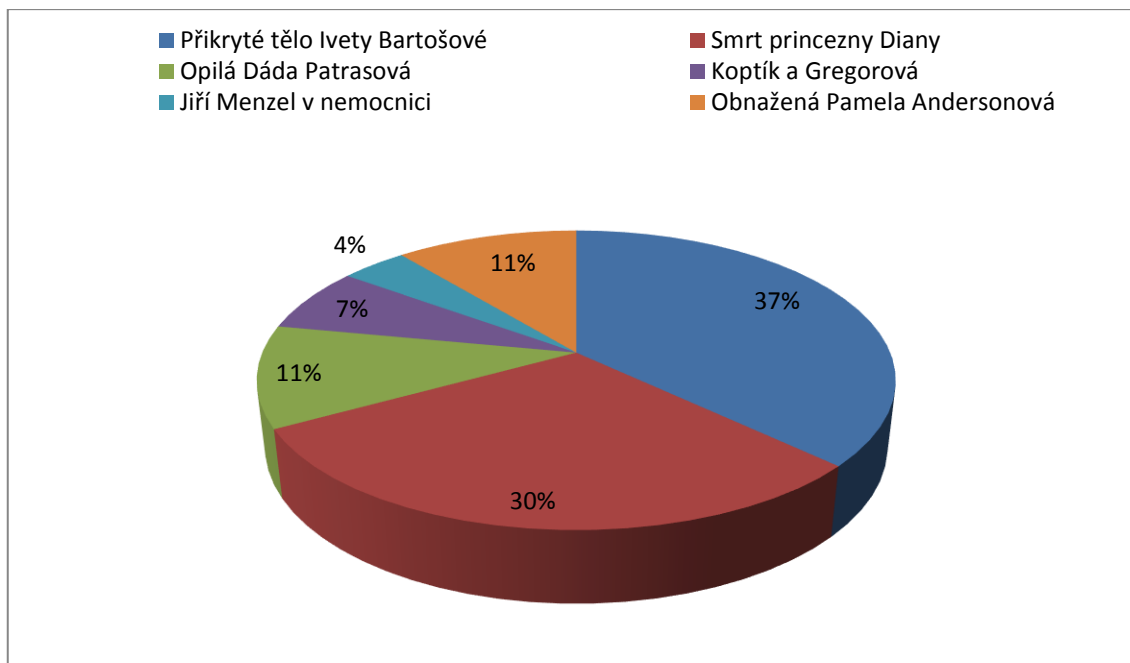
Zdroj<sup>171</sup>

<sup>171</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

**Otázka č. 14: O jakou bulvární fotografii se jednalo?**

Otázka byla nepovinná a respondenti mohli odpovědět vlastními slovy.

Graf 13: O jakou bulvární fotografii se jednalo?



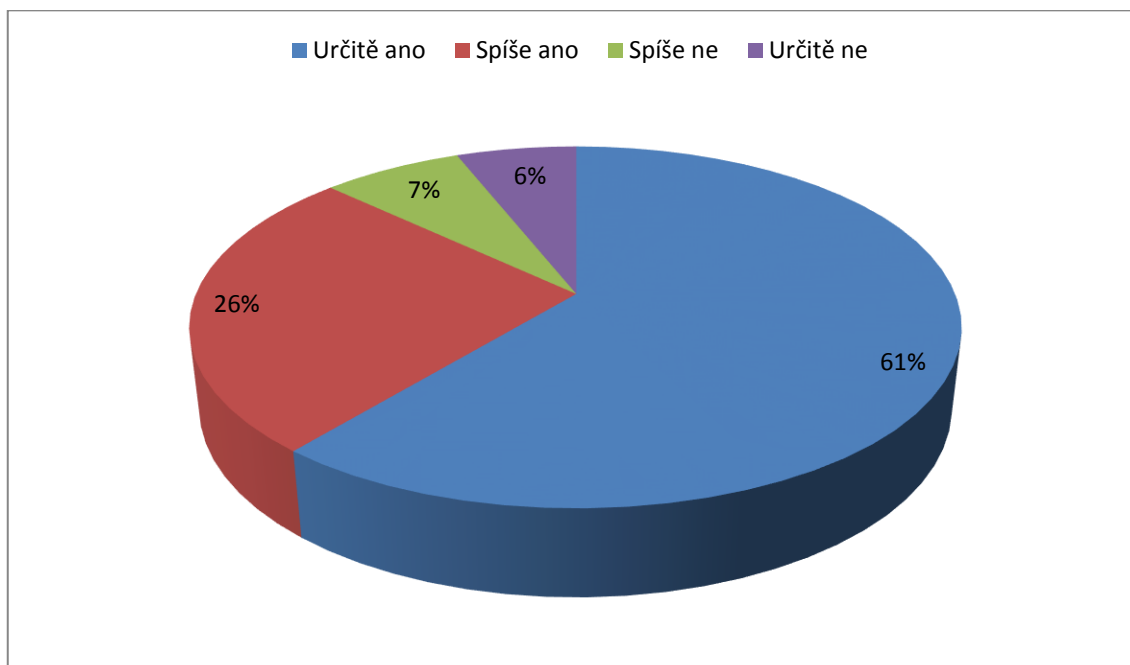
Zdroj<sup>172</sup>

<sup>172</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

**Otázka č. 15: Měla by být etická strana bulvární fotografie regulována?**

Celých 87 % všech dotazovaných si myslí, že by měla být etická strana bulvární fotografie regulována nebo je k tomuto názoru alespoň nakloněna.

Graf 14: Měla by být etická strana bulvární fotografie regulována?



Zdroj<sup>173</sup>

---

<sup>173</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

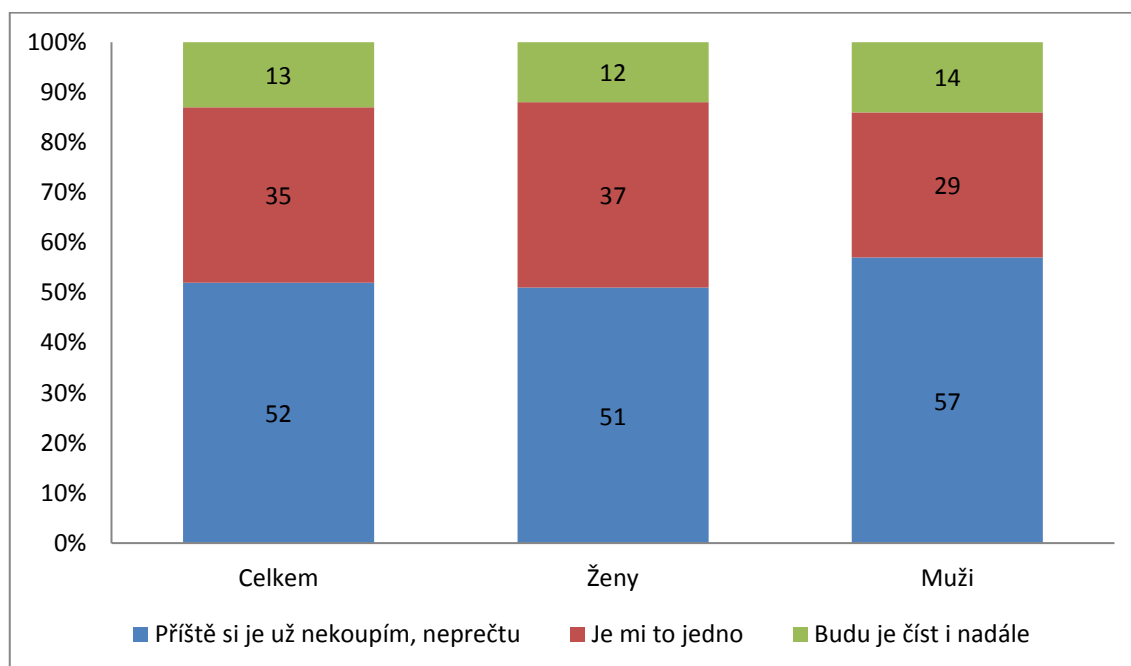
**Otázka č. 16: Co to pro vás znamená, jestliže bulvární deník zveřejní fotografie, které jsou podle vás za hranicemi etiky?**

Respondenti měli na výběr ze tří odpovědí.

Toto pořadí zůstává zachováno jak v případě mužů, tak v případě žen.

Graf 15: Co to pro vás znamená, jestliže bulvární deník zveřejní fotografie, které jsou podle vás za hranicemi etiky?

(Odpovědi podle pohlaví v %)



Zdroj<sup>174</sup>

<sup>174</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

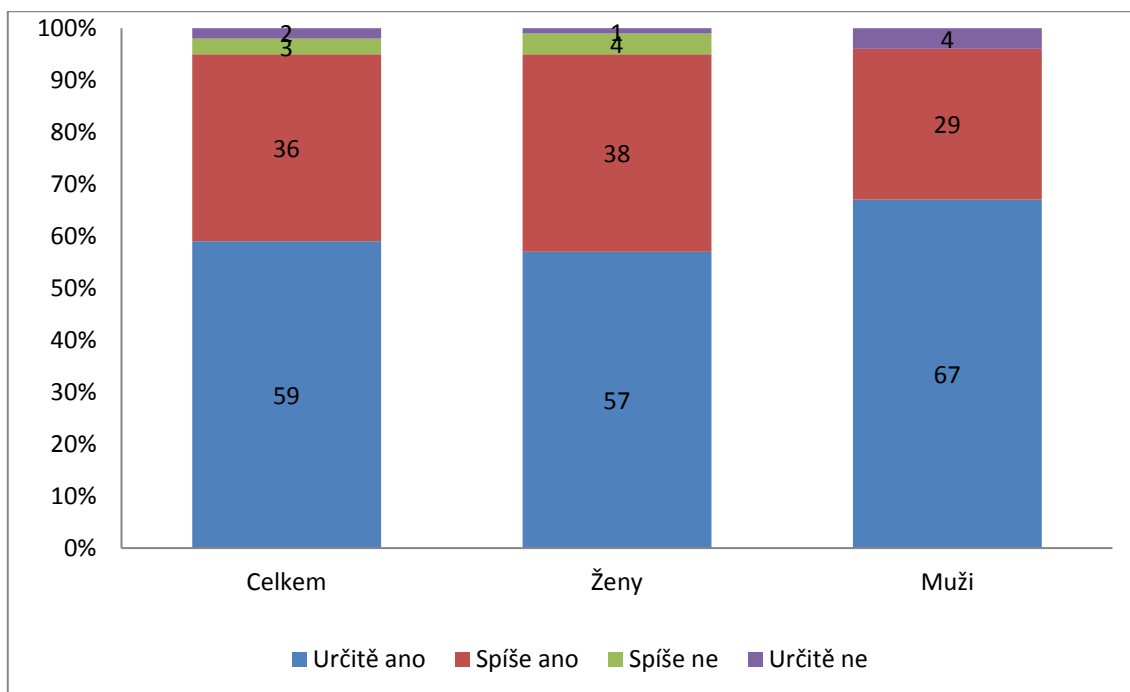
**Otázka č. 17: Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a spotřebitelé o ně projevují větší zájem?**

Respondenti měli na výběr ze čtyř odpovědí.

Toto pořadí zůstává z hlediska nejčastějších odpovědí zachováno, a to i v případě, že vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako je pohlaví. Pouze jeden muž si myslí, že neetické a kontroverzní fotografie nemají větší úspěch a spotřebitelé o ně neprojevují větší zájem.

Graf 16: Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a spotřebitelé o ně projevují větší zájem?

(Odpovědi podle pohlaví v %)



Zdroj<sup>175</sup>

<sup>175</sup> Autorka práce, 2018 (vlastní šetření)

## 10 HLOUBKOVÉ ROZHOVORY

Hlubkové rozhovory byly vedeny s fotografkou a manažerkou Sárrou Saudkovou a s bulvárním (paparazzi) fotografem Pavlem Dvořákem. Nejprve oba dotazovaní odpověděli na několik otázek, které se týkaly vývoje jejich kariéry. Poté každý z nich odpovídal na další otázky, které již byly zaměřeny na jejich práci. Následně dotazovaní odpovídali na otázky zaměřené na problematiku etiky bulvární fotografie.

### 10.1 Rozhovor se Sárrou Saudkovou, fotografkou a manažerkou

Na otázku, jak se paní Saudková dostala k fotografii, odpověděla, že ji měla vždycky ráda, ale osudové pro ni bylo až setkání s fotografem Janem Saudkem. Jeho tvorbu milovala a on ji zasvětil do fotografického řemesla. Pak už je podle ní jen důležité, zda v sobě člověk má náboj, posedlost a fantazii, které jsou pro jakoukoliv tvorbu důležité.

Na otázku, proč se stejně jako její bývalý partner Jan Saudek soustřeďuje převážně na fotografování aktů, odpověděla, že skrze lidské tělo lze nejlépe vyprávět příběhy a vyjadřovat emoce. Podle ní je lidské tělo jako kniha, stačí v něm jen dobře číst.

Sára Saudková fotografuje akty, protože podle ní o nás nahota vypovídá víc, než když jsme oblečeni do kteréhokoliv textilu. Oblečení je podle ní maska, kdežto nazí nemáme co skrývat. Tělo je podle paní Saudkové úžasný materiál. Můžeme na něm sledovat stopy, které na něm zanechává život, roky a vše, čím jsme si prošli.

Kromě aktů fotografuje také přírodu, přičemž coby kulisy ji prý využívá s chutí, nicméně člověk jako nástroj nějakého vyprávění je podle ní nenahraditelný. Dále fotografuje vše, co považuje za nutné zachytit – zvířata, krajinu, detaily. Dále zmiňuje, že existují věci, jejichž krásu zachytit nelze, a je to prý dobře. Jedná se například o pocity a zážitky, které si máme uchovat v paměti. Podle ní si některé momenty zaslouží, aby nebyly zachyceny. Jako příklad zmiňuje porod dítěte, který má zůstat jen mezi dítětem a matkou.

Další otázka zněla, zda si paní Saudková myslí, že i v klasickém fotografování existují nějaké etické hranice, které by neměly být překročeny. Odpověděla, že by

nefotografovala nic, co by ponižovalo nebo ubližovalo. Respektuje práci reportérů, kteří zaznamenávají války a živelná neštěstí. Ona sama by to nedovedla a ani by to nechtěla dělat. Dle jejího názoru bychom se měli obklopovat lidmi a věcmi, které nás činí šťastnými. Nechce tvrdit, že na světě neexistuje smutek a trápení, ale věří, že právě fotografie má zachycovat krásu a radost ve všech jejích podobách, abychom prý věděli, že existuje, a nechali ji na sebe působit. Nepověsila by si doma na stěnu obrázky lidského utrpení či násilí. Zmiňuje, že ona sama se věnuje fotografii, na kterou se chcete dívat, protože je plná vzpomínek a citů na škále od smutku, touhy přes lásku až po radost. Podle Saudkové jsou naše životy nasáklé těmito emocemi a bez nich bychom byli jenom mechanicky fungující organismy.

Další otázka byla zaměřena na její vztah k bulváru. Vztah k němu je podle jejích slov nijaký. Jak podotýká, bojovat s ním je jako bojovat s plevelem nebo dětskou vší, pokaždé se objeví a vytrvale si existuje. Podle ní je lepší držet se od něj stranou a brát ho jako nezbytnou stravu cestujících, kteří si ráno cestou do práce potřebují vymést hlavu a přečíst si povrchní informace, které jsou následně přebity informacemi následujícího dne. Dodává, že mnoho lidí má rádo nenáročnou četbu, která odvádí pozornost od jejich vlastních životů.

Následujících pět otázek je směřováno na etiku bulvární fotografie, která je pro práci primární. Doslovný přepis odpovědí na tyto otázky je součástí přílohy B.

1. Měly by podle Vás existovat v dnešní době plné sociálních sítí nějaké hranice, co může být z hlediska fotografie uveřejněno a co už je příliš?
2. Napadá Vás nějaká bulvární fotografie, která byla podle Vás za hranicemi etiky?
3. Můžete si konkrétně vzpomenout například na princeznu Dianu či Ivetu Bartošovou, které byly nepřetržitě sledovány bulvárem a jejichž osudy nedopadly nejlépe? Myslíte si, že svůj podíl na tom měli právě i paparazzi a zveřejňování jejich citlivých fotografií?
4. Vy sama jste po rozchodu s Janem Saudkem a po natočení filmu Fotograf byla často zmiňována v bulvárních denících, přičemž ne vždy v kladném slova smyslu. Jak jste to vnímala? Ublížilo Vám to nějak?
5. Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a čtenáři o ně mají větší zájem?



Saudková uvádí, že se jí líbí, že když už chce bulvár roztrhat na kusy nějakého jedince, tak alespoň zakryje tváře jeho dětí, jelikož děti jsou ve všem nevinně. Dále bere za pozitivní, že je možné se proti bulváru bránit a vyžadovat odškodnění, pokud na to však má dotyčný žaludek a výdrž. U lidí by hájila právo na to, aby nebyli zveřejňovány jejich intimní fotografie bez jejich svolení. Zmiňuje, že například na Islandu je úroveň nastavena tak, že i když místní potkají někoho slavného nebo kohokoliv veřejně známého, nedovolí si ho ani obtěžovat s žádostí o společnou fotografii či podpis. Ctí jeho potřebu soukromí. Dále dodává, že bulvár má nabízet povrchní a třeba i pikantní a drbavé zprávy, ale nemá být dotěrný jako masařka.

Jak paní Saudková uvádí, bulvár příliš nesleduje, nicméně obecně jí přijde proti srsti, pokud se v něm objeví fotografie někoho, kdo se vrací z nemocnice po další chemoterapii a nevypadá, že zrovna touží po tom, aby ho někdo fotografoval. Bulvár má podle ní odlehčovat témata, dělat si legraci a přinášet informace, které však nesmí být bolestivé, urážlivé a zraňující. Hranice se dle ní ovšem hledá a drží velmi obtížně.

Podle Saudkové musí veřejně známé osobnosti do jisté míry počítat s tím, že to, že o nich píše bulvární tisk, je daň za popularitu, ať už opravdovou, nebo jen uměle pěstovanou. Mnohé celebrity popkultury by se dle ní jen obtížně vyrovnaly s poklesem oblíbenosti nebo s tím, že se o nich dlouho nepsalo. Mnohé z nich tak raději samy dodávají bulváru informace a fotografie, protože nebýt zveřejněn je pro ně synonymum pro neexistovat a být zapomenut. Jak ona sama říká, nikdo na světě nemůže druhého nutit, aby spolupracoval s bulvárem.

Na otázku týkající se tragických konců Ivety Bartošové a princezny Diany a možného podílu bulváru na těchto událostech paní Saudková uvádí, že obě dámy si jej příliš připustily k tělu. Byly k němu vstřícné, protože jim pomáhal utvrzovat veřejnost o jejich významu. Dle ní je lepší si s bulvárním tiskem nezačínat. Obviňovat bulvár z podílu na tragické smrti obou výše zmiňovaných protagonistek je podle ní spíš dětinské. Bulvár dělal svou práci a pochopitelně využil všeho, čím ho obě dámy a jejich okolí „krmilo“.

Sama popisuje období, kdy byla velmi často součástí bulvárních deníků, jako žluklou pěnu, která brzy vyšumí a zmizí. Důležité je podle ní povznést se a nenechat se do celé záležitosti zatáhnout. Podle Saudkové se na bulvární fotografie není možné dívat

déle než jeden den. A to je podle ní také délka života bulvárních článků; za chvíli jsou vystřídány jinými.

## **10.2 Rozhovor s panem Pavlem Dvořákem, bulvárním (paparazzi) fotografem**

Doslovný přepis odpovědí na tyto otázky je součástí přílohy C.

Na otázku, jak vnímá Pavel Dvořák svoji práci paparazzi fotografa, odpověděl, že je to práce jako každá jiná. Je to dle něj business, protože tuto práci dělají bulvární fotografové za peníze. Časopisy vycházejí, protože je lidé chtějí číst. Prostřednictvím měřitelnosti například prokliků je dnes jasně vidět, co lidé chtějí a co je zajímavé. Dvořák dále uvádí, že ne všechny celebrity je potřebují, ale valná většina celebrit je potřebuje proto, aby měla práci. O kom se píše, ten je v kurzu, a to i prostřednictvím ne zrovna pozitivních informací.

V odpovědi na otázku, zda se nějak připravuje na fotografování, uvedl, že prvotní jsou informace. Bez informací nemůžou fotografové v podstatě dělat nic. Může to být náhoda, že něco vyfotografují, ale také nemusí. Vše je založené na informacích, které jim někdo předá. Velmi často jsou to nejlepší kamarádi oněch celebrit. Dle něho je to výměna za něco. Například manažer celebrity sdělí bulváru něco na někoho jiného, a novinář pak o jeho celebritě napíše pozitivní článek. V běžné redakci se všichni sejdou na poradě a každý přijde s nějakým nápadem. Poté se řeší, zda je pro čtenáře zajímavý a zda oslovuje jejich cílovou skupinu.

V odpovědi na otázku, zda má zkušenost s tím, že mnoho celebrit se vyhrazuje proti bulváru, ale pak s ním spolupracují, uvedl, že aktuálně v Rytmu života za ně fungují spíše prostředníci, a to manažeři a PR manažeři. Celebrita sama časopis neosloví, spíše volá redaktorovi, u kterého je zaručené, že ví, co bude psát. Dále dodává, že on jako fotograf není schopný ovlivnit obsah článku. Může k němu sice poskytnout nějakou informaci nebo, co by tam bylo vhodné napsat, ale článek tvoří redaktor a schvaluje jej šéfredaktor. V době, kdy pracoval pro Spy, snažili se telefonovat do redakce především účastníci různých reality show a vyprávět, s čím vším jsou spojeni, ať si je přijdou vyfotografovat s vidinou, že si jich někdo všimne s nějakou kampaní nebo že je někam

obsadí. Dvořák dále zmiňuje, že není problém stát se slavným, ale otázkou je, jak dlouho se dotyčný udrží v podvědomí.

V odpovědi na otázku, zda existují nějaké etické hranice, přes které by nešel, uvedl, že ano, ale že se mění. Tím, jak člověk stárne, jak získává nové životní hodnoty. Když začínal před dvaceti lety s prací bulvárního fotografa, byl schopný vyfotografovat cokoliv. Člověk byl mladý a neměl problém fotografovat všechno. Na rozdíl od běžného člověka je dle Dvořáka něco jiného stát za fotoaparátem. Fotograf vnímá situaci jinak, a ještě navíc má dlouhý objektiv a je daleko. Není přímo v tváři tvář smrti. Uvádí, že by měl asi problém fotografovat smrt. Dále se zamýšlí nad otázkou, co je vlastně etické. Někomu dle něj může přijít neetické, když bulvární fotografové vyfotografují někoho při nevěře. Pořídít snímek někoho, kdo je nevěrný, což se jim již několikrát stalo, i to, že se kvůli tomu lidé rozvedli, nebere za neetické. Říká, že oni toho člověka nenutili, aby to dělal, a že se nechal přistihnout, je jeho či její chyba. Jinak měl ale velké problémy chodit fotografovat na pohřby. V poslední době však chodí fotografovat i dovnitř budov, kde se obřad odehrává, protože prý nějak přišel na to, že k životu smrt patří. Dále zmiňuje, že musí dodržovat zákony, přičemž jejich etika se setkává s hranicí zákona. Nesmí překonávat překážky, nesmí fotografovat na něčím pozemku či v zahradě nebo za něčím oknem, tam je dle něj zároveň etická hranice bulvárních fotografií.

Dále Dvořák zmiňuje, že si neuvědomuje případ, kdy by paparazzi fotografové někoho dohnali k smrti. Všichni si dle něho vzpomenou na princeznu Dianu. On ale uvádí, že kolikrát jezdí za někým po Praze, jezdí za kolonami. Existují sice VIP servisy, které doprovázejí celebrity, když jede například z O<sub>2</sub> arény do hotelu. Ty vědí, že s nimi paparazzi fotografové jezdí, ale nikdo z nich nejede po Praze 200kilometrovou rychlostí za hodinu. Dle něho by se nehoda nestala, kdyby tenkrát nejeli tak rychle. Dodává však, že existuje mnoho spekulací, proč se tato tragédie stala a že je to spíše otázka na úplně něco jiného.

Pokud jde o skutečnost, že jedním z etických dilemat je klamání například ve formě fotomontáže a že se tato metoda využívá i mezi paparazzi v České republice konstatoval, že rozhodně ne. Uvádí, že se dříve v časopisu Spy dělaly různé vtipné fotomontáže, například přidáním jedinci na hlavu parohy z jelena, nicméně na ní bylo uvedeno, že se jedná o koláž. Neupravují fotografie tak, aby vypadaly jinak, než jsou ve skutečnosti. Jediné, čeho jsou schopni, je, že vyberou fotografie, které neodevzdají.

Nezmiňuje však, že to dělají, ale že je možné to udělat. Myslí si, že práce, kterou dělají, je dobrá, protože oni si ty fotografie nevymýšlí, ale fotografují to, co se stalo. Zároveň dodává, že zbytek je na redakci, protože redakce je zodpovědná za to, co vydává, a redaktor je odpovědný za to, co k tomu napsal. Dle něho většinou fotografie neublíží, ale text ano.

V odpovědi na otázku, zda vidí nějaký rozdíl mezi českým a zahraničním paparazzi fotografem, odpověděl, že vzhledem k tomu, že nemá zkušenost s prací v zahraničí, nemůže objektivně odpovědět. Rozhodně může však zhodnotit rozdíl ve financích. Uvádí příklad návštěvy Angeliny Jolieové a Brada Pitta v České republice, kdy se bavil s fotografem, který žije v Los Angeles a tuhle práci vykonává. Fotografie výše zmiňovaného páru jsou jedny z nejdražších na světě. Kdykoliv je někdo je vyfotografuje a následně se jejich fotografie někde objeví, snímky se dále prodají po celém světě. V Americe si za sérii fotografií celebrity přistižené při nevěře, kterou vyfotografovali tři fotografové, každý z nich poté koupil nové auto značky BMW.

V odpovědi na otázku, zda si myslí, že je za to, co dělá, vnímán pozitivně nebo spíše negativně, odpověděl, že z pohledu celebrit určitě negativně, protože když někoho vyfotografujete při nevěře nebo ve chvíli, kdy nevypadá nejlépe, není výsledek pro to, aby měl s oněmi lidmi dobrý vztah. Z pohledu čtenářů a kamarádů jsou fotografové vnímáni pozitivně, protože oni si občas rádi poslechnout příběh ze zákulisí.

## 11 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ A DISKUZE

Úkolem praktické části práce bylo poukázat na etická dilemata bulvární fotografie s důrazem na 21. století a pomocí kombinace dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů zhodnotit a popsat etiku bulvární fotografie v souladu se stanoveným cílem práce a potvrdit či vyvrátit nastolené hypotézy.

Nyní autorka diplomové práce porovná výsledky výzkumu s hypotézami uvedenými v kapitole 7.

Dotazníkové šetření nepotvrdilo hypotézu, že názor většiny respondentů na různé osoby či kauzy je ovlivněn bulvárem nebo bulvární fotografií. Z průzkumu je patrné, že více než 60 % respondentů bulvár ani bulvární fotografie neovlivňuje.

Hypotéza, která předpokládá, že pro většinu respondentů není etika v rámci bulvární fotografie důležitá, se v dotazníkovém šetření nepotvrdila. Z průzkumu je patrné, že více než 80 % ze všech respondentů vnímá nějakým způsobem etické aspekty bulvární fotografie a etika je pro ně v rámci bulvární fotografie důležitá. Toto tvrzení zůstává zachováno, a to i v případě, že vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako je pohlaví.

Předpoklad, že většina respondentů považuje za nejvíce neetické fotografie s motivem smrti, byl v dotazníkovém šetření potvrzen. Z celkového počtu respondentů odpovědělo 58 % dotázaných, že je pro ně nejvíce neetická bulvární fotografie s motivem smrti. Jeden z dotazovaných v hloubkových rozhovorech, fotografka Sára Saudková, uvedla, že jí obecně přijde proti srsti, pokud se v tisku objeví fotografie někoho, kdo se vrací z nemocnice po další chemoterapii a nevypadá, že zrovna touží po tom, aby ho někdo vyfotografoval. Bulvár má dle ní odlehčovat témata a dělat si legraci a přinášet informace, ne však ty bolestivé, urážlivé a zraňující. Druhý z dotazovaných v hloubkových rozhovorech, paparazzi fotograf Pavel Dvořák, uvedl, že z hlediska etického by měl problém fotografovat smrt. K této hypotéze se tedy v značné míře kloní i dotazování v hloubkových rozhovorech.

Hypotéza, která předpokládá, že pokud bulvární deník zveřejní fotografie za hranicemi etiky, příště si jej většina žen a mužů nekoupí a nepřečte, se v dotazníkovém šetření potvrdila. Celých 51 % ze všech dotazovaných žen a 57 % ze všech dotazovaných

mužů by si po zveřejnění takové fotografie bulvární deník příště nekoupilo. Dalším 37 % žen a 29 % mužů je to jedno a 12 % žen a 14 % mužů by četla bulvární deník i nadále.

Kromě potvrzení či zamítnutí stanovených hypotéz vyplynuly z praktické části i další poznatky, které doplnily informace nastíněné v teoretické části práce.

Z hloubkového rozhovoru se Sárrou Saudkovou jsme zjistili, že by nefotografovala nic, co by ponižovalo nebo ubližovalo. Podle Saudkové je bojovat s bulvárem jako bojovat s plevelem nebo dětskou vší, protože se pokaždé objeví a vytrvale si existuje. Podle ní je lepší držet se od něj stranou a brát ho jako nezbytnou stravu cestujících, kteří si ráno cestou do práce potřebují vyčistit hlavu a přečíst si povrchní informace, které jsou následně přebity informacemi dalšího dne. Veřejně známé osobnosti dle ní musí do jisté míry počítat s tím, že je to daň za popularitu, ať už opravdovou, nebo jen uměle pěstovanou.

Z hloubkového rozhovoru s bulvárním fotografem Pavlem Dvořákem jsme zjistili, že ne všechny celebrity bulvár potřebují, ale valná většina z nich je potřebuje proto, aby měla práci. O kom se píše, ten je v kurzu, a to i prostřednictvím ne zrovna pozitivních informací. Nesmí překonávat překážky, nesmí fotografovat na něčím pozemku či zahradě nebo mířit objektiv do jeho oken, tam je dle něj zároveň etická hranice paparazzi fotografů. Dále jsme zjistili, že úprava fotografie pomocí fotomontáže se mezi paparazzi fotografy v České republice nevyužívá.

Z dotazníkového šetření jsme zjistili, že je etika bulvární fotografie ve 21. století lidmi vnímána a je pro ně etika v souvislosti s bulvární fotografií důležitá. Z hlediska bulvárního fotografa Pavla Dvořáka jsme se dozvěděli, že jeho etické hranice se mění tím, jak člověk stárne, jak získává nové životní hodnoty. Fotograf vnímá situaci jinak, navíc má dlouhý objektiv a je daleko. Není přímo v tváři tvář například smrti. Pořídít snímek někoho, kdo je nevěrný, což se jim již několikrát stalo, nebere za neetické. Jak jsme již zmínili v kapitole 5.1.2, etické kodexy jsou v českých médiích zaměřeny na bulvární fotografii velmi zřídka, proto musí fotograf či šéfredaktor dle vlastního úsudku rozhodnout, co je etické, či nikoliv.

## ZÁVĚR

Mediální gramotnost je jednou z primárních dovedností jedinců žijících v současné moderní společnosti. Orientovat se v prostředí médií je pro nás stejně důležité jako osvojit si základní kompetence člověka, mezi které patří například čtení či psaní.

Tato práce se zabývala problematikou etiky bulvární fotografie 21. století, pro kterou je orientace v médiích velmi důležitá.

Cílem teoretické části práce bylo definovat a shrnout informace o mezilidské a mediální komunikaci, a to prostřednictvím odborné literatury. Na základě odborné literatury a internetových zdrojů bylo pro teoretickou část primární osvojit si poznatky o bulvární neboli paparazzi fotografii a o manipulacích v novinářské fotografii. Zde jsme zjistili, že fotografie je odjakživa považována za jedno z nejstabilnějších technických médií. Dozvěděli jsme se, že fenomén paparazzi se stal bezpochyby důležitou součástí světa fotografie a s vývojem fotoaparátů a dalšího vybavení, které k němu náleží, se změnil i styl fotografování současných bulvárních novinářů. Nynější paparazzové vlastní fotoaparáty s teleobjektivy, a proto mohou vyfotografovat objekty, které jsou od nich vzdáleny na několik set metrů.

Dále bylo pro teoretickou část práce důležité zaměřit se na etiku a etické kodexy v českých médiích. Zde jsme zjistili, že v českých médiích mají etické kodexy oproti anglosaským zemím kratší tradici. Není proto tak časté, aby se redakce řídila konkrétními etickými kodexy či je přijímala nebo je vkládala do pracovních smluv žurnalistů. Existuje-li onen soubor pravidel, je zaměřen především na psanou žurnalistiku. V kodexech obvykle chybí pravidla pro výběr a zpracování fotografií, proces fotografování, aspekty profese fotografa apod. Kodex České tiskové kanceláře jsme shledali jako vhodné východisko pro práci s fotografiemi. Pravidla se vztahují jak na fotografování, tak na chování fotografa. Kodex pro práci s fotografií můžeme najít v kapitole 5.1.2.

V praktické části z dotazníkového šetření vyplynulo, že více než 60 % respondentů bulvár ani bulvární fotografie neovlivňuje. Pozitivním zjištěním bylo, že přes 80 % všech respondentů vnímá nějakým způsobem etické aspekty bulvární fotografie a etika je pro ně v rámci bulvární fotografie důležitá, není jim lhostejná. Za nejvíce neetické považují respondenti zveřejňování bulvárních fotografií, kde se vyskytuje motiv

smrti, jako příklad nejčastěji uvádějí přikryté tělo Ivety Bartošové či smrt princezny Diany. Dále jim přijde za nevhodné v rámci etiky publikovat fotografie, které někoho zesměšňují. V hloubkovém rozhovoru se fotografa Sára Saudková s tímto faktem ztotožňuje, jelikož zmiňuje, že by nefotografovala nic, co by ponižovalo nebo ubližovalo.

V praktické části práce kvalitativního výzkumu fotograf Pavel Dvořák uvedl, že bulvární fotografové nesmějí překonávat překážky, nesmějí fotografovat na soukromém pozemku či pořizovat fotografie ze soukromé zahrady a mířit objektiv do oken, tam je dle něj zároveň etická hranice. Dvořák nebere za neetické pořizovat fotografie osob při nevěře, jelikož takového člověka nikdo nenutil, aby to dělal, a že se nechal přistihnout, je jeho chyba.

Předkládaná diplomová práce nemusí být zdaleka posledním materiálem o etice bulvární fotografie, která se dotýká dvacátého prvního století. Další z možností, které by bylo vhodné věnovat pozornost, je například detailnější zmapování existujících etických kodexů v konkrétních redakcích a zjištění, jak jsou zaměřeny na fotografii. Z diplomové práce vyplynulo, že v kodexech většinou chybí pravidla pro zpracování fotografií, proto by bylo vyhovující během několika let analyzovat, zda byly kodexy týkající se problematiky výběru a zpracování fotografie rozšířeny, či nikoliv, popřípadě jak.



# SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

## Seznam použitých českých zdrojů

BIRGUS, Vladimír a Pavel SCHEUFLER. *Fotografie v českých zemích 1839–1999: chronologie*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-902-0.

BRÁZDA, Radim. *Ethicum*. Zlín: VeRBuM, 2010. ISBN 978-80-904273-9-6.

DEUZE, Mark. *Media life: Život v médiích*. Přeložila Petra IZDNÁ. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2015. *Studia nových médií*. ISBN 978-80-246-2815-8.

HVÍŽDALA, Karel. *Moc a nemoc médií: Rozhovory, eseje a články 2000–2003*. Praha: Máj, 2003. ISBN 80-86569-70-5.

CHMEL, Zdeněk. *Propagace, public relations, media*. Brno: Ante, 1997. ISBN 80-902404-2-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. ISBN 80-7178-925-9.

KOETZLE, Hans-Michael a [z německého originálu přeložila Dagmar STEIDLOVÁ]. *Slavné fotografie: historie skrytá za obrazy 1827–1926*. V Praze: Slovart, 2003. ISBN 382282576X.

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3229-2.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Libri, 2002. ISBN 80-7277-108-6.

SEITZ, Christoph. *Byl jsem paparazzo*. Přeložil Petr KYNCL. Praha: Ikar, 1998. ISBN 80-7202-346-2.

### **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

BALDWIN, Gordon a Martin C. JÜRGENS. *Looking at photographs: a guide to technical terms*. Rev. ed. Los Angeles, Calif.: J. Paul Getty Museum, 2009. Looking at. ISBN 978-0892369713.

FREUND, Gisèle. *The world in my camera*. New York: Dial Press, 1974. ISBN 9780803797321.

GERNSHEIM, Helmut a Alison. GERNSHEIM. *The history of photography: from the camera obscura to the beginning of the modern era*. Revised and enlarged ed. London: Thames & Hudson, 1969. ISBN 978-0500010600.

HOWE, Peter. *Paparazzi: and our obsession with celebrity*. New York: Artisan, 2005. ISBN 15-796-5277-8.

LYONS, Darryn. *Mr Paparazzi*. London: John Blake, 2009. ISBN 9781844547876.

MARIEN, Mary Warner. *Photography: a cultural history*. 2. ed. London: King, 2006. ISBN 1856694933.

MORMORIO, Diego a Tazio SECCHIAROLI. *Tazio Secchiaroli: Greatest of the paparazzi*. New York: Abrams, 1999. ISBN 08-109-4177-5.

## Seznam použitých internetových zdrojů

*Abbey Road Brush Off — Feature Story: Abbey Road Brush Off* [online].

[cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://onabbeyroad.com/news0616.htm>.

*Arts & Cie: A Sudden Gust of Wind (after Hokusai) 1993 by Jeff Wall born 1946*

[online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <https://artsandcie.wordpress.com/2014/03/22/la-photographie-de-mise-en-scene-un-simulacre-originel/a-sudden-gust-of-wind-after-hokusai-1993-by-jeff-wall-born-1946-2/#main>.

*Český rozhlas: Kodex Českého rozhlasu* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:

[http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/\\_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056](http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056).

*ČT: Preambule a výklad pojmů* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>.

*ČT24: Britové jsou v šoku. Šéfredaktoři News of the World tajili intimní vztah* [online].

[cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1067775-britove-jsou-v-soku-sefredaktori-news-world-tajili-intimni-vztah>.

*ČTK: Kodex* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/kodex/](http://www.ctk.cz/o_ctk/kodex/).

*ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA: Fading Away* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné

z: <https://www.britannica.com/topic/Fading-Away>.

*Famousfix: Kate Moss, American Photo Magazine [United States] (January 1994)*

[online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: <http://www.famousfix.com/topic/american-photo-magazine-united-states-january-1994>.

*Fotografování: Počátky vzniku a vývoje fotografie* [online]. 2001 [cit. 2018-02-01].

Dostupné z: <http://www.fotografovani.cz/novinky/trendy1/pocatky-vzniku-a-vyvoje-fotografie-149874cz>.

*Garden.stewiesplayground.com: Courtney Love Vanity Fair Article* [online]. [cit. 2018-

02-01]. Dostupné z: <https://garden.stewiesplayground.com/vanity-courtney-love-vanity-fair-article/>

*Historie digitální fotografie* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:

<https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>.

*I am Kryšpín: Když novinářská fotografie lže* [online]. 2007 [cit. 2018-02-01]. Dostupné

z: <http://iam.kryspin.net/2007/02/01/kdyz-novinarska-fotografie-lze/>.

*iDnes.cz* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:  
[https://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&foto1=JB358e9e\\_02.jpg](https://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&foto1=JB358e9e_02.jpg).

*MediaMania: Hitler i umírající dívka. Obálky časopisu Time, které změnily svět* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [https://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/hitler-i-umirajici-divka-obalky-casopisu-time-ktere-zmenily-svet\\_263015.html](https://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/hitler-i-umirajici-divka-obalky-casopisu-time-ktere-zmenily-svet_263015.html).

*Syndikát novinářů České: Etický kodex* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:  
<https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/>.

*Time: How The Right Went Wrong* [online]. 2007 [cit. 2018-02-01]. Dostupné z:  
<http://content.time.com/time/covers/0,16641,20070326,00.html>.

*Wikimedia: File: Oscar-gustave-rejlander two ways of life.jpg* [online]. [cit. 2018-02-01]. Dostupné z: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oscar-gustave-rejlander\\_two\\_ways\\_of\\_life.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oscar-gustave-rejlander_two_ways_of_life.jpg).

## **SEZNAM ZKRATEK**

ČTK – Česká tisková kancelář

# SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Otto von Bismarck na smrtelné posteli .....	24
Obrázek 2: Autoportrait en noyé .....	27
Obrázek 3: Kate Mossová v měsíčníku American Photo .....	30
Obrázek 4: Rejlander – The Two Ways of Life.....	33
Obrázek 5: Obálka časopisu Time s počítačově upravenou barvou pleti O. J. Simpsona a obálka časopisu Newsweek s neupravenou fotografií .....	36

## Seznam grafů

Graf 1: Jaký máte vztah k bulváru? .....	56
Graf 2: Jaký máte vztah k bulváru? .....	57
Graf 3: Jsou pro vás fotografie v bulvárních denících důvodem, proč je čtete?.....	58
Graf 4: Jaké bulvární deníky čtete, sledujete? .....	59
Graf 5: Myslíte si, že bulvár a bulvární fotografie ovlivňují váš názor na různé osoby či kauzy? .....	60
Graf 6: Koupili jste si někdy bulvární deník pouze z toho důvodu, že vás zaujala fotografie na titulní straně?.....	61
Graf 7: Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro Vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá? .....	62
Graf 8: Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro Vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá? .....	63
Graf 9: Uveďte příklad neetické fotografie. ....	64
Graf 10: Jaké bulvární fotografie jsou podle vás nejvíce neetické? .....	65
Graf 11: Jaké bulvární fotografie jsou podle Vás nejvíce neetické? .....	65
Graf 12: Napadá Vás nějaká bulvární fotografie, která by byla za hranicemi etiky?.....	66
Graf 13: O jakou bulvární fotografii se jednalo? .....	67
Graf 14: Měla by být etická strana bulvární fotografie regulována? .....	68
Graf 15: Co to pro vás znamená, jestliže bulvární deník zveřejní fotografie, které jsou podle vás za hranicemi etiky? .....	69

Graf 16: Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a spotřebitelé o ně projevují větší zájem? .....	70
--	----

### **Seznam tabulek**

Tabulka 1: Věkové rozmezí respondentů .....	54
Tabulka 2: Dosažené vzdělání respondentů.....	55
Tabulka 3: Sociální postavení respondentů .....	55

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník .....	I
Příloha B – Rozhovor se Sárrou Saudkovou.....	V
Příloha C – Rozhovor s bulvárním fotografem Pavlem Dvořákem.....	IX
Příloha D – Datová matice.....	XIII



# PŘÍLOHY

## Příloha A – Dotazník

Vážené respondentky, vážení respondenti,  
obracím se na vás s žádostí o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci na téma  
Etika bulvární fotografie 21. století.

Za každé vaše vyplnění vám budu velice vděčná. Předem děkuji za spolupráci.

Vhodné odpovědi zakroužkujte.

### 1. Pohlaví:

- a) Žena
- b) Muž

### 2. Věkové rozmezí:

- a) 13–25
- b) 26–35
- c) 36–50
- d) 51 a více

### 3. Vaše vzdělání:

- a) Základní
- b) Výuční list
- c) Středoškolské s maturitou
- d) Vysokoškolské

### 4. Jaké je nyní vaše sociální postavení?

- a) Student
- b) Zaměstnanec
- c) Živnostník
- d) Nezaměstnaný
- e) Důchodce
- f) Podnikatel

**5. Jaký máte vztah k bulváru?**

- a) Sleduji ho
- b) Nesleduji ho
- c) Beru ho jako součást mediálního světa
- d) Obtěžuje mě

**6. Jsou pro Vás fotografie v bulvárních denících důvodem, proč je čtete?**

- a) Spíše ano
- b) Spíše ne
- c) Určitě ano
- d) Určitě ne

**7. Jaké bulvární deníky čtete, sledujete?**

- a) Blesk
- b) Aha!
- c) Jiné
- d) Žádné

**8. Myslíte si, že bulvár a bulvární fotografie ovlivňují váš názor na různé osoby či kauzy?**

- a) Určitě ano
- b) Určitě ne
- c) Spíše ano
- d) Spíše ne

**9. Koupili jste si někdy bulvární deník pouze z toho důvodu, že vás zaujala fotografie na titulní straně?**

- a) Určitě ano
- b) Určitě ne
- c) Spíše ano
- d) Spíše ne

**10. Vnímáte etické aspekty bulvární fotografie? Je pro vás etika v rámci bulvární fotografie důležitá?**

- a) Spíše ano
- b) Spíše ne
- c) Určitě ano
- d) Určitě ne

**11. Uveďte příklad neetické fotografie?**

**12. Jaké bulvární fotografie jsou podle vás nejvíce neetické?**

- a) Motiv smrti
- b) Zesměšňování
- c) Diskriminace nějaké skupiny
- d) Sexistické prvky
- e) Jiné

**13. Napadá vás nějaká bulvární fotografie, která byla podle vás za hranicemi etiky?**

- a) Ano
- b) Ne

**14. O jakou bulvární fotografii se jednalo?**

**15. Měla by být etická strana bulvární fotografie regulována?**

- a) Spíše ano
- b) Spíše ne
- c) Určitě ano
- d) Určitě ne

**16. Co to pro vás znamená, jestliže bulvární deník zveřejní fotografie, které jsou podle vás za hranicemi etiky?**

- a) Příště si je už nekoupím, nepřečtu
- b) Budu je číst i nadále
- c) Je mi to jedno

**17. Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a spotřebitelé o ně projevují větší zájem?**

- a) Spíše ano
- b) Spíše ne
- c) Určitě ano
- d) Určitě ne

## **Příloha B – Rozhovor se Sárrou Saudkovou**

### **Jak jste se dostala k fotografování a celkově k lásce k této práci?**

Fotografii jsem měla vždycky ráda, ale stěžejní a osudové bylo až setkání s Janem Saudkem. Jeho tvorbu jsem milovala a on mě zasvětil do fotografického řemesla. Pak už je to jenom na vás, jestli v sobě máte ten náboj a posedlost a fantazii, které jsou pro jakoukoliv tvorbu důležité jako voda pro květiny.

### **Stejně jako Váš bývalý partner Jan Saudek se soustřed'ujete převážně na práci s akty. Proč zrovna právě na ně?**

Protože skrze lidské tělo lze nejlépe vyprávět příběhy a vyjadřovat emoce. Lidské tělo je jako kniha, stačí v něm jen dobře číst. Fotím i přírodu, ostatně její kulisy využívám s chutí, ale člověk jako nástroj vyprávění je nenahraditelný.

### **Čím Vás nahota tak fascinuje?**

Vypovídá o nás víc, než když jsme navlečeni do textilu. Oblečení je maska a ochrana a bývá velmi tendenční. Nazí nemáme mnoho co skrývat. A lidské tělo, jeho tvary a rozmanitost, je úžasný materiál. Můžete na něm sledovat stopy, které na něm zanechává život a roky a všechno, čím jsme prošli.

### **Fotíte i jiné věci než nahotu? Pokud ano, jaké?**

Fotím všechno, co považuji za nutné zachytit. I zvířata. Krajinu. Detaily. A pak jsou věci, jejichž krásu zachytit ani nelze, a to je možná dobře. Víte, pocity nebo zážitky, které si máte zachovat v paměti. Nesnažím se urputně zachytit všechno. Některé chvíle si zaslouží, aby nebyly lapeny vůbec. Co lidí se snažilo vyfotit třeba porod dítěte. Já si myslím, že to má zůstat jen mezi ním a matkou. Ten zázrak stejně nechytíte v celé jeho magičnosti a bolesti.

**Myslíte si, že existují i v klasickém fotografování nějaké etické hranice, které by neměly být překročeny? Pokud ano, jaké?**

Nefotila bych nic, co by ponižovalo nebo ubližovalo. Respektuji práci reportérů, kteří zaznamenávají války a živelná neštěstí. Já to nedovedu a ani bych to nechtěla dělat. Myslím si, že bychom se měli obklopot lidmi a věcmi, které nás činí šťastnými. To není schovávání se před potížemi. Netvrdím, že na světě není smutek a trápení. Ale právě proto věřím, že fotografie má zachycovat krásu a radost ve všech jejích podobách. Abychom věděli, že existuje, a abychom ji nechali na sebe působit. Víte, nepověsila bych si doma na stěnu obrázky lidského utrpení, zmrzačení nebo ponižování a násilí. Chápu, že je třeba to dokumentovat. Ale já se věnuji fotografii, na kterou se chcete dívat, protože vám něco připomíná. Protože je plna vzpomínek a citů na škále od smutku, touhy, lásky až po radost. Protože naše životy jsou nasáklé těmito emocemi. A bez nich bychom byli jenom mechanicky fungující organismy.

**Teď trochu odejdu od tématu. Jaký vztah máte k bulváru?**

Nijaký. On si žije svým životem a já svým. A bojovat s ním, to je jako bojovat s plevelem nebo dětskou vší; pokaždé se objeví a vytrvale si existuje. Je lepší držet se od něj stranou a brát ho jako nezbytnou stravu cestujících, kteří si ráno cestou do práce potřebují vymést hlavu a přečíst si povrchní plky, které jsou záhy přebity plky následujícího dne. Zprávy bez valné hodnoty. Ale mnoho lidí má rádo nenáročnou četbu, která odvádí pozornost od jejich vlastních životů.

**Má diplomová práce se zaměřuje konkrétně na etiku bulvární fotografie 21. století. Měly by podle Vás existovat v dnešní době plné sociálních sítí nějaké hranice, co může být z hlediska fotografie uveřejněno a co už je příliš?**

Mně se líbí, že když už chce bulvár roztrhat na kusy nějakého nebožáka, tak aspoň zakrývá tváře jeho dětí. Ty jsou ve všem nevinně. Líbí se mi, že je možno se proti výpadům bulváru bránit a vyžadovat odškodnění, pokud na to má dotyčný žaludek a výdrž. Obecně totiž platí, že když šlápnete do výkalu (rozuměj: začnete si s bulvárem), sám pak výkalem smrdíte. Pokud nejde o herce a „héřečky“ a jiné profese, kde se s nahotou počítá, protože se třeba obnažili ve filmu a podobně, pak bych u ostatních smrtelníků hájila jejich právo na to, aby nebyly zveřejňovány jejich intimní (nahé)

obrázky bez jejich svolení. Třeba na Islandu je úroveň nastavena tak, že i když tam místní potká slavného spisovatele nebo kohokoliv veřejně známého, nedovolí si ho ani obtěžovat žádostí o společné foto nebo o podpis. Ani na něj nečíhá u domu nebo hotelu. Zkrátka absolutně ctí jeho potřebu soukromí. Nejsou zkrátka vlezlí a bulvár má nabízet povrchní a třeba i drbavé a pikantní zprávy, ale nemá být dotěrný jak masařka. Ale říkejte to masařce, že?

### **Napadává Vás nějaká bulvární fotografie, která byla podle Vás za hranicemi etiky?**

Moc to nesleduji, ale obecně mi je proti srsti, když se objeví záběr někoho, kdo se vrací ze špitálu po další chemoterapii a opravdu to nevypadá, že zrovna touží po tom, aby ho nějaký prďola nafotil s holou hlavou a oteklým tělem a spěchal s tím s rozzářeným výrazem idiota do redakce. Kdyby tak někdo vyfotil jeho matku nebo ženu, asi by mu sklaplo. Zkrátka, bulvár má odlehčovat témata a dělat si legraci a přinášet drby, ale ne bolestivé a urážlivé či zraňující. Ta hranice se ovšem hledá a drží velmi obtížně.

### **Můžeme si konkrétně vzpomenout například na princeznu Dianu či Ivetu Bartošovou, které byly nepřetržitě sledovány bulvárem a jejich osudy nedopadly nejlépe. Myslíte si, že svůj díl viny na tom měli i paparazzové a zveřejňování citlivých fotografií?**

Nejsem Bůh, abych to rozsoudila. Veřejně známé postavy s tím musí do jisté míry počítat, že je to daň za popularitou, ať už opravdovou, nebo jen uměle pěstovanou. Mnohé figurky popkultury by se jen obtížně vyrovnávaly s poklesem oblíbenosti nebo s tím, že se o nich dlouho nepsalo. Takové jsou už na bulváru závislé, i když o nich píše dobře nebo zle. Mnohé z nich jim tak raději samy dodávají drby a fotky, protože nebýt zveřejněn je pro ně synonymem pro neexistovat a být zapomenut. Pěkně se říká „kdo s čím zachází, s tím také schází“. A já si myslím, že nikdo na světě vás nemůže nutit, abyste spolupracoval s bulvárem. A obě dámy si ho hodně připustily k tělu, protože ho potřebovaly. Byly k němu vstřícné, protože jim pomáhal utvrzovat veřejnost o jejich významu. Je lepší si s ním nezačínat. A obviňovat ho ex post, to už je spíš dětinské. Bulvár dělal svou práci a pochopitelně využil všechno, čím ho obě dámy a jejich nohsledí

krmili. Nikdo nemá zapotřebí s bulvárem pracovat. Závěrečné štvance toho už byly jenom následkem a smutným koncem.

**Vy sama jste po rozchodu s Janem Saudkem a po natočení filmu Fotograf byla často zmiňována v bulvárních denících, a ne vždy v kladném slova smyslu. Jak jste to vnímala? Ublížilo Vám to nějak?**

Mám to v hlavě dost srovnané a pro mě to byla jen žluklá pěna, která brzy vyšumí a zmizí. Jednoduše řečeno „nový vzduch ze starých zadnic“. Pro mě bylo podstatné, že lidé kolem mě, kteří mě znají a na kterých mi záleží, se tím nenechali ovlivnit ani znechutit. Ano, vyjádřila jsem se k tomu párkrát v tisku, protože to tak bylo správné. Ale dál jsem to vypustila z hlavy, tak jako vypouštíte vanu, aby špinavá voda otekla do kanálu. Můj život šel dál. Nadto, ten film jsem nikdy neviděla a nehodlám na tom cokoliv měnit. Důležité je dávat tomu takovou váhu, jakou si to zaslouží. Povznést se a nenechat se do toho zatáhnout. Cenná rada.

**A poslední otázka na Vás. Myslíte si, že neetické a kontroverzní bulvární fotografie mají větší úspěch a čtenáři o ně projevují větší zájem?**

Zajisté mohou mít. Ale je dobré si uvědomit, pro jakého čtenáře. A na jak dlouho. Je to jen dočasné. Jako když si někdo s prominutím uprdne v tramvaji. Máte mnoho možností. Buď to trpně snášet a tvářit se „to já ne“ nebo otevřít okno anebo odejít raději ven na čerstvý vzduch. Čtenáři bulváru se rádi pokochají vnadami sexbomb a muskulaturou sexbombérů a pavlačovými hádkami dnešních hrdinů Blesku a senzačními odhaleními vlivných politiků, ale doma by to nechtěli.

A zase jsme u toho – koupíte si takovou bulvární fotografii, necháte si ji zasklít a zarámovat a pověsíte si ji doma nebo v práci, aby vás dlouhá léta provázela a vy ji měla stále na očích? Ne. Nesnesete se na ni dívat déle než ten jeden den. A to je délka života bulvárních článků. Za chvíli jsou vystřídány jinými a zase jinými. Jako když vrstvíte kompost. Nakonec, když ho přeryjete, zůstává jen humus a po jeho složení už ani pes neštěkne.



## **Příloha C – Rozhovor s bulvárním fotografem Pavlem Dvořákem**

### **Pro jaký bulvární tisk fotografujete?**

Momentálně fotím pro vydavatelství Bauer media, pro Rytmus života.

### **Jak vnímáte svou práci paparazzi fotografa? A proč jste si ji vybral?**

Úplně jsem si ji nevybral. Vždycky jsem chtěl dělat fotografa. Nejdříve jsem ho dělal brigádně, když mi bylo kolem patnácti, šestnácti let. V tu dobu jsem fotil různé večírky a podobně na objednávku. A protože jsem se potkával s lidmi, co dělají v bulváru a v novinářině, tak jednou za mnou v noci v baru přišel kolega a řekl mi, že od zítra s nimi fotím. Tak jsem si řekl, proč ne? Nejdříve jsem se ho zeptal, pro co bych to vlastně fotil a on mi řekl, že pro nás, a to pro Spy. Deset let jsem tedy fotil pro Spy, těch posledních deset let, než ho zrušili, protože cílová skupina, pro kterou se to vydávalo, dnes nečte nic tištěného a tohle bylo tištěné médium. Spy vlastnila Stratosféra, kterou poté koupilo vydavatelství Bauer media, a jelikož si nás chtěli nechat, tak jsme přešli k nim a dnes pro ně fotím pro Rytmus života. Jinak práce je to jako každá jiná. Je to byznys, protože mi to děláme za peníze. Časopisy vycházejí, protože je lidé chtějí číst. Kdyby je nekupovali, tak by nevycházely. Dnes se dá vše měřit a díky měřitelnosti prokliků a podobně je jasné vidět, co lidi chtějí, a co je zajímavé. Ne všechny celebrity nás potřebují, ale valná většina jich nás potřebuje proto, aby měly práci. O kom se píše, ten je v kurzu, a to i díky ne zrovna pozitivní informaci.

### **Jak probíhá takové focení, připravujete se na něj nějak?**

Určitě. Prvotní jsou informace. Bez informace nemůžeme v podstatě dělat nic. Může to být náhoda, že něco vyfotíme, ale nemusí. Trávit někde týden či dva a doufat, že něco vyfotíme, je naprosto nesmyslné. Skoro vše je založené na informacích, že nám někdo něco řekne. Velmi často to jsou nejlepší kamarádi těch lidí, kteří jsou zároveň naši kamarádi, a to, co vlastně děláme, je byznys, tak je to výměna za něco. Například manažer celebrity vám něco řekne na někoho jiného a vy pak o jeho celebritě napíšete pozitivní článek. Zkrátka to vyměníte. Ale základ je ta informace. V normální redakci to funguje tak, že se všichni sejdou na nějaké poradě, každý přijde s nějakým nápadem. Poté se řeší,

zda je to pro čtenáře zajímavé, jestli to oslovuje naši cílovou skupinu. My například nebudeme psát o misskách, když nás sledují ženy padesát plus.

### **Jaké známé celebrity jste například fotografoval?**

Z českých asi všechny. Nemyslím si, že by byl někdo, koho bych asi nevyfotil, protože my se samozřejmě setkáváme i na oficiálních akcích. Chodíme i na premiéry filmů a podobně. Ze zahraničních celebrit jsem například fotil především ty, kteří se objevili na festivalu v Karlových Varech během deseti let, co tam jezdím. Například Clintona nebo Cage.

### **Mnoho celebrit se vyhrazuje vůči bulváru, pak s ním však spolupracují. Máte takovou zkušenost?**

Když to vezmu zpět k tomu Spy, protože v tom Rytmu života za ty lidi fungují už manažeři a PR prostředníci, sama celebrita časopis neosloví, respektive málo kdy, protože spíš volá redaktorovi, u kterého je zaručené, že ví, co bude psát. Já jako fotograf nejsem schopný ovlivnit obsah článku. Můžu k tomu dát nějakou informaci, můžu říct, že by tam bylo vhodné něco napsat, ale článek tvoří redaktor a schvaluje ho šéfredaktor. Ve Spy hvězdičky, které my nazýváme celebrity kategorie C, mezi které patří účastníci Vyvolených, Big brotherů, zkrátka především ti, co odejdou už na začátku, se snaží volat, vyprávět, s čím vším jsou spojení, ať si je přijdeme vyfotit, protože když budou v novinách, tak se možná stane, že si jich někdo všimne s nějakou kampaní nebo je někde obsadí. Většina lidí si myslí, že když projdou touhle reality show, jsou hned moderátoři a super herci, že tím získali průpravu, takže se snaží tímhle směrem jít. Ono stát se slavným není problém, otázka je, jak dlouho se dotyčný udrží v podvědomí. To je ten problém.

### **Existují nějaké etické hranice, přes které byste nešel?**

Trochu se to mění. Tím, jak člověk stárne, jak získává nové životní hodnoty. Nám se všem narodily děti, takže teď máme ještě o to víc jiné životní hodnoty, než jsme měli. Když jsem před asi dvaceti lety začínal tuhle práci dělat, tak jsme byli schopní vyfotit cokoli. Člověk byl mladý a neměl problém fotit. Ono je něco jiného stát za tím fotoaparátem, člověk to jinak vnímá, a ještě navíc máte dlouhý objektiv a jste daleko,

takže to vůbec vnímáte jinak. Nestojíte tváří v tvář třeba smrti. Myslím si, že bych asi měl problém fotit smrt, což není úplně bulvární, ale tam bych ten problém asi měl. Otázkou je, co je etické. Někomu může přijít neetické, když my vyfotíme někoho přitom, když je nevěrný. Vyfotit někoho, kdo je nevěrný, což se nám už několikrát stalo, dokonce i to, že jsme díky tomu někoho rozvedli, tak mi to neetické nepřijde. My jsme toho člověka nenutili, aby to dělal, a že se nechal nachytat, je jeho hloupost. Za prvé to nemá dělat a za druhé, když už to dělá, tak se nemá nechat nachytat. Jinak jsem měl velký problém chodit fotit na pohřby – chodit dovnitř, proto tam chodil kolega a já jsem stál venku. Nemám rád lidi, co pláčou. Poslední dobou však chodím fotit i dovnitř, protože jsem nějak přišel na to, že k životu smrt patří. Musíme dodržovat zákony, v podstatě naše etika se setkává s hranicí zákona, že nemůžeme překonávat překážky, nemůžeme fotit někomu do pozemku, do zahrady nebo do oken, tam je zároveň naše etická hranice.

**Mezi nejčastější etické problémy patří například narušování soukromí, kdy se na jednu stranu nesmí fotit člověk bez jeho vědomí, ale na druhou stranu je normální fotografovat celebrity bez jejich souhlasu. Co si o tom myslíte?**

Ono je to těžký.

**Fotil jste například i Ivetu Bartošovou?**

Ano, několikrát. Za to, co se stalo, však může Rychtář. On ji měl hlídat. On to musel na někoho hodit. Ona byla alkoholička a pila do poslední chvíle, a když on jí tu láhev sebral, tak byla zlá a nevím, co se tam dělo dál v jejich soužití. A aby ten problém nebyl, tak jí tu láhev dal. Kolegové z Blesku, kteří ji vezli z Itálie do Prahy, když tam odjela, tak první, co řekla, bylo, že chce pít. Celou cestu tedy pila vinný střík, aby byla schopná dojet do Prahy. Neuvědomuji si případ, kdy by paparazzi fotografové někoho dohnali ke smrti. Všichni samozřejmě vzpomenu na princeznu Dianu. Kolikrát jezdíme za někým po Praze, jezdíme za kolonami, jsou tady VIP servisy, které doprovázejí celebrity, když jede například z O<sub>2</sub> arény do hotelu. Oni vědí, že s nimi jedeme, ale nikdo z nich nejede dvoustakilometrovou rychlostí po Praze. Kdyby nejeli tenkrát rychle, tak se nestala nehoda. Je spousta spekulací, proč se to stalo, to je asi otázka na úplně něco jiného.

**Dalším etickým dilematem je klamání, například ve formě fotomontáže. Využívá se tato technika v Česku?**

Rozhodně ji neděláme. Dříve ve Spyi, když jsem tam ještě nepracoval, se dělaly různé srandovní fotomontáže, například že se někomu přidaly parohy z jelena, zkrátka sranda, a bylo tam napsáno, že je to koláž. Neupravujeme fotky tak, aby vypadaly jinak než ve skutečnosti. Jediné, čeho jsme schopni dosáhnout, je, že vyselektujeme fotky, které třeba neodevdáme. Nechci říct, že to děláme, ale je možné to udělat. Myslím si, že práce, kterou děláme, je „dobrá“, protože my si ty fotky nevymýšlíme, fotíme to, co se stalo. Zbytek je na redakci, protože redakce je zodpovědná za to, co vydává, a redaktor je odpovědný za to, co k tomu napsal. Většinou neublíží fotografie, ale ten text. Nikdy se mi nestalo, že by za mnou někdo přišel a řekl mi, že jsem ho vyfotil, že můžu za to, že jsem ho rozvedl.

**Vidíte nějaký rozdíl mezi českým a zahraničním paparazzi fotografem?**

Já vzhledem k tomu, že nemám zkušenost s prací v zahraničí, tak to nemůžu zhodnotit úplně objektivně. Rozhodně ale můžu zhodnotit rozdíl ve financích. Když tady byla Angelina Jolieová s Bradem Pittem, tak jsme se bavili s klukem, který žije v Los Angeles a tuhle práci dělá a kvůli které byl tady. Fotky jejich páru jsou v podstatě jedny z nejdražších na světě. Kdykoliv se někde objeví a někdo je vyfotí, prodávají se jejich fotky po celém světě. Proto tady byl i on. Z L. A. přiletěl do Prahy, protože věděl, že tady budou bydlet. Tak jsme se o tom bavili a on říkal, že v Americe za sérii fotografií, které nachytaly kohosi při nevěře, si každý ze tří fotografů, kteří jej zachytili, koupil nový vůz BMW.

**Myslíte si, že jste za to, co děláte, vnímán spíše pozitivně, či negativně?**

Z pohledu celebrit určitě negativně, protože když někoho vyfotíte zrovna při nevěře nebo když nevypadá zrovna nejlíp, není výsledek pro to, abychom měli s těmi lidmi dobrý vztah. Z pohledu čtenářů a kamarádů jsme vnímáni pozitivně, protože i oni si občas rádi poslechnout příběh ze zákulisí.





respó otázka č. 1	otázka č. 2	otázka č. 3	otázka č. 4	otázka č. 5	otázka č. 6	otázka č. 7	otázka č. 8	otázka č. 9	otázka č. 10	otázka č. 11	otázka č. 12	otázka č. 13	otázka č. 14	otázka č. 15	otázka č. 16	otázka č. 17
50	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ne	Jiné	Učitelé ano	Spíše ne	Motiv smrti, něh fotografie	Motiv smrti	ano	Iveta Barbošová	Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Spíše ne
51	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Jilina Bohdalová natá na dovolené	Jiné	ano	Jilina Bohdalová natá na dovolené	Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Učitelé ano
52	Muž	36-50	Vysokéškolské	Podnikatel	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ano	BLESK, AHA!, Jiné	Spíše ano	Spíše ano	Zinszenovaná fotografie s productplacementem	Motiv smrti	ne		Učitelé ne	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
53	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ne	Spíše ano	Učitelé ano	Zeměšťování	ne		Spíše ne	Je mi to jedno	Spíše ne
54	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	náh fotografie, foto z nemocnic, soukromí... apod..	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Spíše ano
55	Žena	26-35	Středškolské s maturitou	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	BLESK, Jiné	Spíše ano	Učitelé ne	Nevybavím su	Zeměšťování	ne		Učitelé ano	Budu je číst i nadále	Spíše ano
56	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Úprava fotografií - vymazání nebo přidání osob, odhalené fotografie, brutální fotky, fotky zobrazující dehnostaz osob.	Sovetské prvky	ne		Spíše ne	Je mi to jedno	Spíše ano
57	Žena	13-25	Středškolské s maturitou	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Spíše ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Nesleduji, lidíž nevím	Motiv smrti	ano	Všechny v bukváním tisku	Učitelé ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
58	Žena	13-25	Vysokéškolské	Student	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ne	BLESK	Učitelé ne	Učitelé ano	sex, nahota, smrt	Motiv smrti	ano	smrt Barbošová	Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Spíše ano
59	Žena	13-25	Středškolské s maturitou	Podnikatel	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ano	Spíše ano	Celý bukvá je neselký	Sevetské prvky	ano	Přirození jedné herečky	Učitelé ne	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Učitelé ano
60	Žena	51 a více	Vysokéškolské	Živnostník	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ne	Žáně	Spíše ano	Učitelé ano	Mrtvola	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Učitelé ano
61	Žena	51 a více	Vysokéškolské	Živnostník	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ano	Učitelé ano	Jilina Barbošová bez plavky na balkoně na dovolené u moře	Zeměšťování	ne		Spíše ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Spíše ano
62	Žena	13-25	Vysokéškolské	Student	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ano	Jiné	Učitelé ano	Spíše ne	Nahé dítě	Jiné	ne		Učitelé ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
63	Žena	13-25	Středškolské s maturitou	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ano	Žáně	Učitelé ano	Učitelé ano	Dick pic?	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Je mi to jedno	Spíše ano
64	Žena	13-25	Středškolské s maturitou	Student	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ano	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Nahota	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
65	Žena	26-35	Vysokéškolské	Živnostník	Cházejí mě	Učitelé ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Fotografie ze soukromí fotografie, která vypadá hrozně, jen díky špatnému momentu (např. přivřeně oko, člověk zvrna mluv) - bukvá z toho udělá kauzu jako např., že dočtyř je opilý, zřetelvaný atd.	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
66	Žena	13-25	Vysokéškolské	Student	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	Jiné	Učitelé ano	Spíše ne	odhalené částí těla	Sevetské prvky	ne		Učitelé ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
67	Žena	36-50	Středškolské s maturitou	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	Jiné	Spíše ano	Spíše ano	inimta obovka	Zeměšťování	ne		Spíše ne	Je mi to jedno	Učitelé ano
68	Žena	36-50	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ne	Žáně	Spíše ano	Spíše ne	Nevím	Zeměšťování	ne		Spíše ano	Je mi to jedno	Učitelé ano
69	Žena	26-35	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Spíše ne	Žáně	Učitelé ne	Učitelé ano	Tehotena helena Vondříšková (oca prázdní smí Lay7)	Zeměšťování	ano		Spíše ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Učitelé ano
70	Žena	51 a více	Středškolské s maturitou	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	BLESK, AHA!, Jiné	Učitelé ano	Spíše ano	Nemocné dítě, úrazy	Motiv smrti	ano	Poprava obovka	Spíše ne	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
71	Žena	36-50	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Učitelé ano	Jiné	Spíše ano	Spíše ano	Mrtvé osoby	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
72	Žena	13-25	Vysokéškolské	Student	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	Jiné	Spíše ne	Spíše ne	Mrtvé tělo	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
73	Žena	13-25	Vysokéškolské	Zaměstnanec	Beru ho jako součásti medálního světa	Spíše ano	BLESK, Jiné	Učitelé ano	Spíše ano	Nahota celebřit, fotografie vazne nemocných	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přijde si je už nekoupím, nepřetlu	Spíše ano

řespořadí otázka č. 1	otázka č. 2	otázka č. 3	otázka č. 4	otázka č. 5	otázka č. 6	otázka č. 7	otázka č. 8	otázka č. 9	otázka č. 10	otázka č. 11	otázka č. 12	otázka č. 13	otázka č. 14	otázka č. 15	otázka č. 16	otázka č. 17
74	Žena 13-25 Středocholské s maturitou	Student	Student	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ne	Učitelé ne	Učitelé ano	Jak jsem uvedla, buvární nesleduji, ale i z internetu mi velmi vadí věci jako "Udala knihovny, pod stavy", "vykouzlo jí priso za velkopřáost a přečetím si všechno, co jsem našla na internetu a na internetu se objeví fotografie lidí..." "zarmoucená vdova po zesnulém..."	Motiv smrti	ano		Učitelé ano	Je m to jedno	Spíše ano
75	Žena 51 a více Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Obtazuje mě	Učitelé ne	Žánrné	Učitelé ne	Učitelé ne	Učitelé ano	Opilý člověk zraněný člověk	Sevstické prvky	ano	Koplik Gregorova	Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ano
76	Žena 26-35 Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Učitelé ne	Jiné, Žánrné	Učitelé ano	Spíše ano	Učitelé ne	fotografie umrti	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ano
77	Žena 26-35 Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ano	Spíše ne	Učitelé ano	Ponobování osobností	Motiv smrti	ano	Smrt Bin Ládna -	Spíše ano	Je m to jedno	Spíše ano
78	Žena 51 a více Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ano	Učitelé ne	Učitelé ne	soukromí, zsemšřování celobort	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Je m to jedno	Spíše ano
79	Žena 26-35 Středocholské s maturitou	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ano	Učitelé ne	Učitelé ano	zsemšřování	Zsemšřování	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ano
80	Muž 51 a více Vysokocholské	Podnikatel	Podnikatel	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ne	Spíše ne	Učitelé ne	nevím	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ne
81	Žena 26-35 Vysokocholské	Podnikatel	Podnikatel	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Spíše ne	Učitelé ne	Spíše ano	řeky z pohřbu apod.	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Spíše ano
82	Žena 26-35 Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ano	Žánrné	Spíše ano	Spíše ne	Učitelé ano	např. tajně fotografie z pohřbu	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Spíše ano
83	Žena 36-50 Vysokocholské	Nezaměstnaný	Nezaměstnaný	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ne	BLESK	Učitelé ano	Učitelé ne	Učitelé ano	rahba	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
84	Žena 13-25 Středocholské s maturitou	Student	Student	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Učitelé ano	Spíše ne	Spíše ano	smrt, katastrofy, nestes, heroklepy	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Spíše ano
85	Muž 36-50 Středocholské s maturitou	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Nesleduji ho	Učitelé ne	Žánrné	Učitelé ne	Učitelé ne	Učitelé ano	Fotografie pozůstatých	Motiv smrti	ne	nevím	Učitelé ne	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ano
86	Žena 26-35 Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Beru ho jako součást medálního světa	Spíše ano	Jiné	Spíše ne	Spíše ne	Spíše ne	Zsemšřování	Motiv smrti	ano		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Učitelé ano
87	Žena 36-50 Vysokocholské	Podnikatel	Podnikatel	Beru ho jako součást medálního světa	Spíše ne	BLESK	Spíše ne	Učitelé ne	Učitelé ano	Fotografie mtvol	Motiv smrti	ne		Učitelé ano	Je m to jedno	Spíše ne
88	Muž 26-35 Středocholské s maturitou	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Sleduji ho	Učitelé ano	BLESK	Spíše ano	Spíše ne	Spíše ano	Red Bull vám dávká křída a já neřlam	Motiv smrti	ano		Učitelé ano	Je m to jedno	Spíše ano
89	Žena 36-50 Vysokocholské	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Beru ho jako součást medálního světa	Spíše ne	BLESK	Spíše ne	Učitelé ano	Učitelé ano	fotografie mrtých, pozůstatých	Zsemšřování	ne		Učitelé ano	Je m to jedno	Učitelé ano
90	Žena 36-50 Středocholské s maturitou	Zaměstnanec	Zaměstnanec	Beru ho jako součást medálního světa	Spíše ano	Jiné	Spíše ano	Učitelé ne	Učitelé ano	Havárie	Motiv smrti	ano	Nehody a poprav	Učitelé ano	Je m to jedno	Učitelé ano
91	Žena 26-35 Vysokocholské	Student	Student	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ano	BLESK	Spíše ano	Učitelé ano	Učitelé ano	Odhalené intimní partie	Sevstické prvky	ano		Učitelé ano	Je m to jedno	Učitelé ano
92	Muž 13-25 Vysokocholské	Student	Student	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ne	BLESK	Učitelé ne	Učitelé ne	Spíše ano	Se sociální patologi	Zsemšřování	ano		Učitelé ano	Je m to jedno	Učitelé ano
93	Žena 13-25 Vysokocholské	Student	Student	Beru ho jako součást medálního světa	Spíše ano	BLESK, jiné	Spíše ano	Učitelé ano	Učitelé ano	Detaily autonehody	Motiv smrti	ano		Učitelé ano	Budu je číst i nadále	Učitelé ano
94	Žena 13-25 Vysokocholské	Student	Student	Beru ho jako součást medálního světa	Učitelé ne	Žánrné	Učitelé ne	Učitelé ne	Spíše ano	Smrt	Motiv smrti	ne		Spíše ano	Je m to jedno	Učitelé ano
95	Žena 13-25 Vysokocholské s maturitou	Student	Student	Nesleduji ho	Spíše ne	Žánrné	Spíše ne	Spíše ne	Spíše ne	Viv alkoholu, policie, party	Sevstické prvky	ne	Nenapadla mě	Učitelé ano	Je m to jedno	Učitelé ano
96	Žena 13-25 Středocholské s maturitou	Student	Student	Obtazuje mě	Učitelé ne	Žánrné	Učitelé ne	Učitelé ne	Učitelé ano	Znamá osoba částečně zcala nahá, přistěžení u mřenabky	Zsemšřování	ne		Učitelé ano	Přístě si je už nekoupím,	Spíše ano



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Kateřina Jirmásková

**Obor:** Sociální a mediální komunikace

**Forma studia:** Prezenční

**Název práce:** Etika bulvární fotografie 21. století

**Rok:** 2018

**Počet stran textu bez příloh:** 72

**Celkový počet stran příloh:** 16

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 15

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 7

**Počet internetových zdrojů:** 17

**Vedoucí práce:** RNDr. Josef Musil, CSc.