

# **Strategie bulvární fotografie**

Tereza Koňářiková

---

Bakalářská práce  
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav reklamní fotografie a grafiky  
akademický rok: 2012/2013

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tereza KOŇAŘÍKOVÁ**  
Osobní číslo: **K10116**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design – Reklamní fotografie**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **1. Teoretická část:**  
**Strategie bulvární fotografie**  
  
**2. Praktická část:**  
**a) katalog výrobků nebo služeb:**  
**Tetovací studio**  
**b) volný výstavní soubor:**  
**Subkultura**

## **Zásady pro vypracování:**

### **1. Teoretická část:**

**rozsah práce: minimálně 25 stran textu + předepsané přílohy.**

**Součástí obhajoby práce i hodnocení je přednáška na téma teoretické části bakalářské práce v rozsahu max. 15 min. včetně obrazové prezentace. Přednáška není reprodukování obsahu práce.**

### **2. Praktická část:**

**a) katalog výrobků nebo služeb: odevzdává se vázaná publikace – katalog, obsahující celkem 12 – 15 fotografií – formát 24x30 jako maketa s grafickou úpravou + soubor 7 – 10 zdrojových fotografií ve formátu 30x40cm (nebo odvozený formát) adjustovaných ve formě výstavních zvětšenin a instalovaných. Publikace bude obsahovat krátký informativní text.**

**b) volný výstavní soubor: ucelený, koncipovaný soubor fotografií (explikace + písemná obhajoba), min. 10 ks fotografií v archivní kvalitě, výstavní formát (min. 50x60 cm), libovolná technika, adjustováno + artist's statement cca 400 – 500 slov.**

**Současně budou všechny části praktické i teoretické práce odevzdány v digitální podobě na 2ks CD – teoretická v .pdf formátu a dále všechny fotografické práce v uvedených technických parametrech, včetně artist's statementu obou částí bakalářské práce (vždy cca 400 – 500 slov).**

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

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování

Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

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

Vedoucí teoretické části:

**Mgr. Anna Maximová**

Fakulta multimediálních komunikací

Vedoucí praktické části:

**doc. MgA. Jan Jindra**

Ústav reklamní fotografie a grafiky

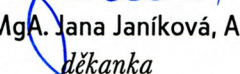
Datum zadání bakalářské práce:

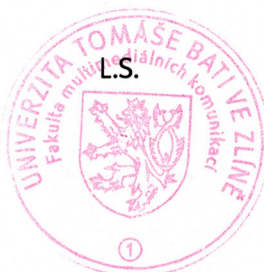
**1. října 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**17. května 2013**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2012

  
doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
děkanka



  
doc. MgA. Jaroslav Prokop  
ředitel ústavu



## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně .....14. 12. 2012.....

Tereza Koňářková



Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ABSTRAKT**

Cílem mojí bakalářské práce, je analyzovat strategii bulvární fotografie, od jejich samotných začátků až po současnost. Za důležité prvky v jejím vývoji považuji i historické události a vývoj technologií, které byly k jejímu vzniku a rozvoji nezbytné. Snažím se vytvořit ucelený náhled na ni, jak po stránce technické, marketingové, psychologické i umělecké.

K získávání potřebných informací mi posloužilo jak samotné studium na universitě, tak i odborné knihy a internet. Používám také informace z praxe nebo zkušenosti.

Ve své práci se věnuji nejprve technickým metodám a pokrokům, bez nichž by vznik tisku a bulvární fotografie nebyl možný. Navazuji historií a vývojem tisku, a postupně se blížím až k současnému stavu médií.

V další kapitole se zaměřuji přímo na bulvár, zkoumám jeho znaky, nastiňuji světový vývoj a porovnávám některé bulvární deníky mezi sebou. Ve třetí kapitole se zabývám strategií bulvární fotografie. Závěr obsahuje můj názor na současný tisk a strategii bulvární fotografie.

**Klíčová slova:** bulvár, bulvární fotografie, fotografie, média, noviny, tisk, žurnalistika

## **ABSTRACT**

Abstract

The aim of my Bachelor Thesis is to analyze the strategy of tabloid photography from its very beginnings to the present. There are several elements I consider to be important for its development, including historical events and technological advancements that were necessary for its development. I seek to create a comprehensive overview of tabloid photography, considering the technical, marketing, psychological and artistic aspects.

I have obtained the necessary information both during my University studies and in professional literature and on the Internet. I also used information I have acquired practically.

The Thesis opens with the technical methods and advancements, without which the press as such and tabloid photography would not be possible. The analysis continues with the history and development of the press and then approaches the current state of the media. The next chapter focuses directly on tabloid, exploring its features, outlining its global

development and comparing some tabloid newspapers with each other. The third chapter deals with the strategy of tabloid photography. The conclusion contains my view of the current press and the strategy of tabloid photography.

**Keywords:** tabloid, tabloid photographs, photos, media, news, newspaper, journalism

Prohlašuji,

- že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická v IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 17. 5. 2013

Tereza Koňářiková



Děkuji garantce této práce, Mgr. Anně Maximové, za trpělivou spolupráci a konstruktivní připomínky, které mi velmi pomohly. Dále děkuji všem pedagogům ARF, za provedení předešlými ročníky studia a jejich ochotu a vstřícnost. Také bych chtěla velmi poděkovat rodičům, kteří mě během celého studia podporovali.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>12</b>
<b>1 TISK.....</b>	<b>13</b>
1.1 REPRODUKCE TISKU.....	13
1.2 HISTORIE A VÝVOJ TISKOVIN.....	16
1.3 TISKOVINY JAKO SOUČÁST MÉDIÍ.....	17
1.4 LISTINY NA OCHRANU OSOBNOSTI.....	18
1.4.1 Etický kodex novináře.....	18
1.4.2 Model release.....	21
1.4.3 Občanský zákoník § 12 .....	21
1.4.4 Občanský zákoník § 13.....	21
1.5 HRANICE SOUKROMÍ.....	22
1.5.1 Reakce na bulvár.....	23
<b>2 BULVÁR.....</b>	<b>25</b>
2.1 CO JE TO BULVÁR .....	25
2.1.1 Termíny s bulvárem spojené.....	26
2.2 VÝVOJ BULVÁRU.....	27
2.2.1 Zlaté časy Hollywoodu, propojení bulváru s filmem .....	27
2.2.2 Paparazzo .....	28
2.2.3 Paparazzi fotografie.....	28
2.3 WEEGEE.....	29
2.4 BULVÁR JAKO MEDIÁLNÍ PROSTŘEDEK, ÚLOHA FOTOGRAFIÍ V NĚM.....	30
2.4.1 Umocnění pravdivosti.....	30
2.5 BULVÁR V ČESKOSLOVENSKU A ČR .....	32
2.5.1 Porovnání prodejnosti bulvárních deníků v ČR .....	33
2.5.2 Porovnání čtenářů bulvárních deníků z hlediska příjmových a zaměstnaneckých skupin obyvatelstva .....	33
2.6 POROVNÁNÍ BULVÁRNÍCH NOVIN S POP – NOVINAMI .....	35
<b>3 BULVÁRNÍ FOTOGRAFIE.....</b>	<b>37</b>
3.1 NOVINÁŘSKÁ FOTOGRAFIE, POROVNÁNÍ MINULOSTI SE SOUČASNOSTÍ.....	37
3.2 BULVÁRNÍ FOTOGRAFIE.....	37
3.2.1 Královská rodina a paparazzi .....	39
3.3 ZNAKY BULVÁRNÍ FOTOGRAFIE.....	42
3.3.1 Fotografie ve službách bulváru.....	42
3.3.2 Síla fotografií.....	44
3.3.3 Fotografie čtenářů .....	45
3.4 MANIPULACE S FOTOGRAFIÍ, RETUŠ.....	47

3.4.1	Historie.....	47
3.4.2	Fotomontáž, retuš .....	47
3.4.3	Současnost.....	48
3.4.4	Pavel Ryšlink, šéfredaktor.....	49
<b>ZÁVĚR.....</b>		<b>51</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>		<b>52</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>		<b>57</b>

## ÚVOD

Téma této práce jsem si zvolila na základě své nesympatie k bulváru a masovým médiím a zároveň zájmu pochopit jeho strategie a cíle. Na mediální prostředky je nahlíženo laickou konzumní veřejností jako na samozřejmé zdroje pravdy. Necháávají se jimi snadno ovlivňovat.

Bulvární fotografie je v tomto odvětví vlivným nástrojem. Strategicky se prolíná do řady oborů a odvětví. I když ji člověk nevyhledává, pravidelně se s ní v různých podobách setkává. Nejvíce je zastoupena v bulvárních časopisech, ale mohou s ní pracovat i pop - noviny, nebo jiná média jako televize a rádio. Pro bulvární žurnalistiku je fotografie především nástrojem zisku, poutačem a prostředkem k ovládnutí masy čtenářů. Zachází s ní dle své potřeby, mění její formu i obsah s její výpovědní hodnotou, ať už postprodukcí, nebo při samotném jejím pořizování.

S její pomocí mohou čtenáři snadnou formou podsouvat mylné informace a manipulovat ho tam kam chtějí. To ve spojení s krátkými, ne-exaktními články může být obzvláště silným nástrojem manipulace.

Bulvární noviny si své prominentní místo na trhu musely, jako každé jiné noviny, vydobít. Jejich strategie se ukázala velmi dobře zvolenou, v soudobé společnosti jsou jedním z nejvyhledávanějších a nejčtenějších druhem tisku. Nabízejí čtenářům atraktivní krátké články a jistou mírou senzace. Díky početným inzercím, které tyto noviny zpravidla nabízejí, mohou na trhu fungovat i bezplatně (lidé je nemusí kupovat, deník Metro). Ve své práci se snažím popsat nejen bulvární fotografii a její principy, ale i události na pozadí, které s jejím vývojem přímo souvisí. Než bulvár dospěl ke své dnešní podobě, prošel si řadou technických, morálních a jiných úskalí. Některým z nich, čelí i v současné době.

Ve své práci se nesnažím o podrobný rozbor každé její součásti, ale o pochopení strategie bulvární fotografie tak, jak funguje, tedy v širším záběru témat.



## 1 TISK

### 1.1 Reprodukce tisku

Vynálezy 19. století umožnily masovou výrobu a prodej novin a jiných tiskovin. Dosáhlo se urychlení celého procesu a tím i větší aktuálnosti. Mezi klíčové vynálezy patří samozřejmě zdokonalení tiskařských strojů, vynález telegrafu, rotačky, telefonu, fotografie a ve 20. století pak i dálkového přenosu stran, DPT atd. Velkou roli hrálo také zvýšení gramotnosti národa a cenová dostupnost novin. [24]

Jednou z prvních reprodukčních technik byl dřevoryt. Tato technika spočívala ve vyrytí předlohy do dřevěné podložky. Při takových manuálních přenosech obrazu, často jejich tvůrci původní fotografie vylepšovali vlastním dokreslováním. Dokreslovalo se pozadí, detaily, někdy i celé postavy nebo jejich části.

Nebudu dále zacházet do detailního vývoje tisku, zaměřím se na klíčové vynálezy a roky, nebo informace související s fotografií.

Roku 1839, Louis Mandé Dagguere vynalezl fotografii, která postupně zatlačila do pozadí ruční práci a ovládla všechny reprodukční techniky. Dagguerotypie byla u nás v českých zemích známa už od roku 1840. Začaly tak vznikat metody nové, založené na principu fotografie. Takové metody jsou označovány jako fotomechanický tisk. Jeho vynálezcem byl Francouz L. Tessier, jeho vynález však neměl využití, dokud se o něj nezačali zajímat Francouz Pointevin a Angličan William Fox Talbot. Talbot objevil princip pozitiv - negativ a při dalším bádání se naučil přenášet obraz z negativu na kov. Po roce 1880 tak vznikaly první autotypie (polotóny), k jejichž zhotovení již nebylo třeba rukodělné grafické spolupráce a navíc byly výsledné obrazy vysoce kvalitní. Pokud jde takový originál od reprodukce jen těžko rozeznat, nazývá se faksimile.

Ve výzkumu pokračovalo několik nadšenců, kteří vyvíjeli různé druhy sít. Jedním z nich byl Stephen H. Horgan. Ten se právě přičinil o onu první fotografii tisku (Obr. 1).



Obr. 1: *A Scene in Shantytown, Henry J. Newton, 4. 3. 1880*  
[48]

Tato fotografie nebyla součástí článku o chudinské oblasti, nýbrž jen propagací grafických novinek pod nadpisem „Čtrnáct variant grafického procesu“

Bádalo se také u nás v Česku, vznikl tak světlotisk, jehož autorem byl Jakub Husník. Tuto metodu objevil roku 1867 nezávisle na mnichovském vynálezci stejné techniky J. Albertem. Světlotisk se používal především k vyobrazení menších fotografií (Obr. 2), které díky této metodě dosahovaly velmi jemného zrna rastru.



Obr. 2: *Pohled, technika světlotisk, 1823* [29]

Následovalo další bádání, u nás například ještě Jan Vilím, který se zasloužil o zdokonalení neotypie, tato technika spočívá ve fotomechanickém postupu. Později se fotomechanická reprodukce na nějakou dobu znelíbila, protože nebyla v souladu s knihtiskem, neodpovídala umělecké výzdobě knihy a tehdejším estetickým normám. Tak došlo k znovuoobnovení litografie, dřevořezby a dřevorytu.

Během 19. století vznikly první rotačky, velké tiskové stroje, které byly využívány zejména pro tisk novin a knih. Vyvinuly se dva typy – archové a kotoučové rotačky. První tiskly samostatné archy a druhé přenášely obraz na kotouče papíru. Fungují na principu několika válců, tiskne se pomocí hlavního přenosového válce s matricí s textem. Byl to Richard Hoe, kdo tímto vynálezem roku 1845 napomohl rychlému oboustrannému tisku a tím i zvýšení nákladů novin, tedy i bulvárních novin.

Z počátku rotačky tiskly pouze jednobarevně, jiné barvy se museli dodatečně dotiskovat. Za nedlouho však došlo k pokroku i v této oblasti a v polovině 20. století se u rotaček začal prosazovat tisk ofsetový, pro který je barevný tisk velmi snadný.

V souvislosti s barevným ofsetovým tiskem se koncem 20. století masově rozšířila fotosazba. Jde o vytváření tiskové předlohy na filmový materiál pomocí vylučování určité barvy filtrem.

Také telegraf výrazně přispěl k vývoji žurnalistiky. Jako předchůdce telefonu, umožňoval rychlejší šíření informací. Textová informace zde byla přenášena pomocí elektrických impulzů a Morseovy abecedy. Na vynálezu se podíleli Thomas Edison, Samuel Morse a Jozef Murgaš.

Roku 1849 vynalezl Antonio Meucci první telefon, ačkoli jeho zdokonalení ještě řadu let trvalo, Giovanni Casseli a další vědci se zasloužili o jeho pozdější vylepšení faxem. Přenos obrázků a dat a se stal rychlým a jednoduchým úkonem, kde již nebylo zapotřebí Morseovy abecedy ani jiného kódování.

S rozvojem počítačů byl fax schopen uchovat text či obrázek i digitálně, což umožňovalo jednoduchou a rychlou práci s ním. S příchodem DTP (Desktop Publishing) mohli obrázek, text a vlastně celé noviny zpracovat v počítači a tisknout.

Vývoj fotoaparátů a jejich příslušenství samozřejmě nezůstal pozadu. Zrychlovaly se expoziční časy, vylepšovala světelnost objektivu a rychlost závěrky. Skleněné podložky pro

negativy nahradil celuloid, barity vystužila RC podložka a citlivost filmů se mnohonásobně zvýšila.

Roku 1887 byl vynalezen Bleskový prášek a s ním magneziový blesk. Díky němu mohli fotografové snímky pořizovat za jakýchkoliv světelných podmínek a bez stativu, což považují za důležitý přínos. Jedním z prvních fotografů, který této vymoženosti využil, byl Nadar. Pro své snímky pařížského podzemí a katakomb využíval právě magneziových blesků. Tyto blesky byli velmi účinné, používaly se dlouho, dokud je nenahradily elektrické blesky. Postupně došlo k celkové digitalizaci, negativ vystřídal čip a z obrazu se stal datový soubor.

## 1.2 Historie a vývoj tiskovin

Během středověku zprávy šířili písaři a kronikáři, vzhledem k nižší gramotnosti lidu, bylo časté ústní podání potulných pěvců nebo mnichů. Pro informace si lidé chodili i do kostela na kázání.

Tehdejší noviny byly vlastně předchůdci dnešního bulvárního tisku, jako *Newe Zeitung* které vycházely v Německu už ve 14. století. Podobají se obsahem i formou. „*Newe Zeitung psaly o katastrofických vizích, hororech, líčily daleké krajiny, neobvyklá prostředí nebo události.*“<sup>1</sup> „*Jejich titulek často začínal slovy nová, nejnovější, hrozná, strašlivá správa o ....*“<sup>2</sup> Jejich vizuální stránka měla stejně jako dnes čtenáře upoutat, proto byly i tyto noviny bohatě zdobené. Pro svou jednoduchou formu byly mezi lidem velmi oblíbené.

Na základě staršího systému korespondencí, což byla forma získávání zpráv o současném dění od informátora, který tyto zprávy svému klientovi posílal, začal fungovat nový typ novin. Bylo to zásluhou vzdělaných lidí, jakými byli Philipp Eduard a Octavian Secundus Fuggerovi, kteří systému uměli využít a v druhé polovině 16. století tak vznikly *Fuggerovské noviny*. Byly v nich články o tehdejších ekonomickém a politickém dění. Rozdíl mezi nimi a *Newe Zeitung* byl v tom, že si zakládali na pravdivých a potvrzených informacích. Velkou část obsahu těchto novin tvořily interní informace této vyšší vrstvy. Fuggerovi si také pečlivě vybírali své korespondenty – *novelanty*, kterým byly zprávy doručovány do až domu. Tohoto systému využívala například také církev, senátoři apod.

1 KÖPPLOVÁ Barbara, KÖPPL Ladislav, *Dějiny světové žurnalistiky I: (CELÝ SVĚT JE V NOVINÁCH)*. 1. vyd. Praha: Novinář, 1989. 336 s. ISBN 80-7077-2016-6, s. 14

2 KÖPPLOVÁ Barbara, KÖPPL Ladislav, *Dějiny světové žurnalistiky I: (CELÝ SVĚT JE V NOVINÁCH)*. 1. vyd. Praha: Novinář, 1989. 336 s. ISBN 80-7077-2016-6, s. 15



V 17. století dochází k rozvoji periodického tisku. Šlo o tisk týdeníků, které vycházely více či méně pravidelně. Ke zvýšení zájmu o informace výrazně přispěly dobové události jako Třicetiletá válka a hospodářská krize.

V dalším století vznikaly noviny, na kterých se podíleli učenci, spisovatelé nebo jiní vzdělaní lidé. Protože v tomto období probíhala Velká francouzská revoluce, vyhlášení nezávislosti USA nebo Napoleonské války, zvýšil se zájem o informace s těmito událostmi spojené a tím i náklady novin. Nešlo o šíření aktuálních událostí, jak je tomu dnes, ale spíše o obeznámení veřejnosti o tom, co se děje.

Díky změnám ve struktuře společnosti, zapříčiněné francouzskou buržoazní revolucí, došlo k rozšíření vzdělání mezi větší počet obyvatel. Informace se tak mohly dostat k širšímu počtu posluchačů, čtenářů. Koncem 19. století se na anglickém trhu objevil deník Daily Telegraph, jeden z prvních Penny press novin (str. 26). Byly to nejlevnější noviny na trhu, stály pouhou 1 penci, takže byly dostupné všem sociálním vrstvám. Jejich obsah byl plný senzací, tragédií a jiných dramatických témat. Jazyk se stal hovorovým, články krátké a úderné.

Díky technickým novinkám začalo novin rychle přibývat. A žurnalismus se tak rychle vyvíjel. Začíná se rozčleňovat, vznikají různě zaměřené rubriky, také je kladen důraz na ověřování informací, zpracování textů a celkový vzhled novin. Vznikají specifické postupy pro práci s různými médii.

S příchodem internetu, a s ním možnosti volného a rychlého šíření informací, přišla rizika jako amatérské vstupy do veřejného komunikačního prostoru internetu. To dnešní čtenáře internetového zpravodajství a článků snadno navede k nepravdivým informacím.

### **1.3 Tiskoviny jako součást médií**

V průběhu let se média přestala omezovat na tisk a díky rozvoji technologií, mohla své cílové skupiny oslovovat také prostřednictvím rádia, televize a později internetu. Díky tomu se zprávy začaly šířit rychleji a to nejen z vnitrostátního prostředí ale i z celého světa. Největší boom představuje internet, který poskytuje mnoho možností od rychlého přístupu k informacím a jejich neomezeného stahování, až po možnost vystupovat anonymně a internetové prostředí spoluvytvářet.

Pro žurnalisty je to výborné prostředí pro práci. Velmi usnadňuje komunikaci mezi novinami, vykonávání práce žurnalisty, jako rychlé šíření fotografií a jejich okamžité umístění na

web. Také velmi zjednodušil přístup k privátním informacím.

V posledních letech se takovou rizikovou stránkou stal [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Pokud si uživatel svůj profil dostatečně nezabezpečí, může se k jeho osobním fotografiím a údajům, dostat kdokoli a mít k nim neomezený přístup. Uživatelé těchto stránek na nich většinou fungují dlouhodobě, takže tyto informace mohou sahát hluboko do minulosti až k samotnému založení profilu.

Porovnáme-li tištěné bulvární noviny s těmi virtuálními, prvotní rozdíl bude v tom, že tištěná verze má omezený počet stran a stanovený obsah. Internet nabízí bulvárním novinám možnost publikovat daleko více článků a hlavně mnohem rychleji příspěvky aktualizovat.

Také mohou pomocí různých speciálních rubrik, zacílit na více skupin čtenářů než je možné v tisku. Noviny tak odkazují na vlastní internetové stránky a naopak.

Nevýhodou internetu je že, informace šířené po síti nemusí být ověřené. Díky neomezené možnosti uživatelů přispívat na různé weby jako [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) aj. Dalším negativem je přístup k internetu. I když je v dnešní době dostupný téměř všem, stále je mezi námi určitá skupina lidí, kteří nemají potřebné finanční prostředky (např. ke koupi počítače) nebo se s internetem a moderními technologiemi dosud nenaučili pracovat. Tuto skupinu lidí tvoří především starší generace, která je jedním z hlavních odběratelů tištěných novin.

## 1.4 Listiny na ochranu osobnosti

### 1.4.1 Etický kodex novináře

Etický kodex novinářů je listina, upřesňující žurnalistům jejich pravomoci, jak mají nakládat s informacemi, čeho se vyvarovat a na co nemají právo. Kodex vydal Syndikát novinářů České republiky a vyzval všechny žurnalisty bez ohledu na jejich členství v tomto syndikátu, aby se jím dobrovolně řídili.

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

*„Občané demokratického státu bez rozdílu svého společenského postavení mají nezadatelné právo na informace, jak jim je zajišťuje čl.17 Listiny práva svobod, jež je součástí Ústavy České republiky. Novináři toto občanské právo realizují svou činností. Nezbytně proto přejímají plnou odpovědnost za to, že informace, které předávají veřejnosti, jsou včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené. Občan má právo na objektivní*

*obraz skutečnosti. Novinář je proto povinen:*

- a. zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám, nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami,*
- b. respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu, i přes překážky,*
- c. dbát na rozlišování faktů od osobních názorů,*
- d. hájit svobodu tisku i svobodu jiných medií,*
- e. neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti,*
- f. nepřipustit, aby domněnka byla vydávána za ověřený fakt a zprávy byly deformovány zamlčením důležitých dat,*
- g. odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé, nebo jen částečně pravdivé informace,*
- h. odmítat jakékoli zásahy státních orgánů, jež by mohly ovlivnit pravdivost sdělení,*
- i. přijímat pouze úkoly srovnatelné s jeho profesionální důstojností,*
- j. nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu nebo využívat k tomu dobré víry kohokoliv. Nepoctivost prostředků je při tom třeba posuzovat v souvislosti s veřejným zájmem na publikování příslušné informace.*

## **2. Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice**

*Povahou novinářské profese je odpovědnost k veřejnosti. Proto je základním předpokladem pro tuto činnost vysoká profesionalita. Z tohoto hlediska je novinář povinen:*

- a. nést osobní odpovědnost za všechny své uveřejněné materiály,*
- b. vyloučit všechny činnosti, které by jej mohly kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů,*
- c. nepřijímat žádné hodnotné dary nebo výhody, které by měly souvislost s jeho novinářskou činností, zvláště pak z důvodů zveřejnění nebo zatajení nějaké informace,*
- d. nezneužívat povolání novináře k činnosti reklamního pracovníka a nepřijímat žádnou odměnu přímou nebo nepřímou od zájemců o reklamu, odmítnout podílet se na publikování skryté reklamy,*
- e. nepodepisovat svým jménem obchodní ani finanční reklamy,*

*f. nepřijímat peníze ve veřejné službě nebo v soukromém podniku tam, kde jeho postavení novináře a jeho vliv by mohly být zneužity,*

*g. nezneužívat výsad, plynoucích z povolání novináře, k prezentování svých osobních postojů,*

*h. nezneužívat možných výhod, plynoucích z členství v Syndikátu novinářů, k uspokojování soukromých potřeb.*

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

*Z tohoto hlediska je novinář povinen řídit se těmito požadavky:*

*a. nic neomlouvá nepřesnost nebo neprověření informace, každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena,*

*b. jestliže si zdroj informací přeje zůstat utajen, novinář je povinen zachovávat profesionální tajemství, i kdyby mu z toho měly vzniknout potíže,*

*c. respektovat soukromí osob, zejména dětí a osob, které nejsou schopny pochopit následky svých výpovědí,*

*d. dodržovat přísně zásadu presumpce neviny a neidentifikovat příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich jasného svolení,*

*e. považovat pomluvu, neprokázané obvinění, překroucení dokumentů, faktů a lži za nejzávažnější profesionální chyby,*

*f. kromě nesporných důvodů veřejného zájmu nesmí novinář svou činností dostat dotčené osoby do nesnází nebo osobní tísně,*

*g. novinář nesmí využívat ve svůj prospěch informace získané při výkonu svého povolání dříve, než budou tyto informace zveřejněny,*

*h. nesmí vytvářet ani ztvárňovat námět, který by podněcoval diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, pohlaví nebo sexuální orientace,*

*i. při reprodukci jakéhokoli textu musí být uveden jeho autor formou adekvátní k rozsahu přetištěného materiálu,*

*j. plagiát se zásadně zakazuje.*

*Etický kodex novináře přijala jako otevřený dokument valná hromada Syndikátu novinářů ČR dne 18. 6. 1998 a na návrh Komise pro etiku při Syndikátu novinářů jej aktualizovala správní rada dne 25. 11. 1999.*<sup>4</sup>

4 Syndikát novinářů: České republiky. SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČR. Syndikát novinářů: České republiky



Následkům porušování tohoto syndikátu, býváme svědky prostřednictvím soudních jednání, vysílaných televizí nebo zveřejněna opět v bulváru. Poškozený žaluje novináře či majitele novin o vysoké sumy nebo písemnou omluvu. Do takovýchto sporů se pouští jen málokdo, jednání jsou často zdlouhavá a finančně náročná. Pokud se poškozenému podaří vyhrát, čeká ho většinou krátká omluva v tisku psaná titěrným písmem. Nehledě na to, že onen deník na tom může ještě vydělat, přece i špatná reklama je reklamou.

#### 1.4.2 Model release

Model release, je smlouva mezi fotografem a fotografovaným člověkem, kde fotografovaný určuje podmínky užívání fotografií. Pokud dojde k porušení této smlouvy, poškozený může druhou stranu žalovat. Tyto fotografie většinou pořizují paparazzi. V některých zemích je jejich činnost omezena nebo úplně zakázána. U nás potřebuje fotograf toto povolení od fotografovaného. Jsou tu však výjimky v případě úředního jednání na základě zákona nebo při použití fotografií pro umělecké nebo vědecké účely, pokud to není v rozporu s oprávněnými zájmy fotografovaného.

#### 1.4.3 Občanský zákoník § 12

*„Písemnosti osobní povahy, podobizny, obrazové snímky a zvukové záznamy týkajících se fyzické osoby nebo jejích projevů osobní povahy smějí být použity jen s jejím svolením.*

*Svolení není třeba, použijí-li se písemnosti osobní povahy, podobizny, obrazové snímky nebo zvukové záznamy k účelům na základě zákona.*

*Podobizny, obrazové snímky a zvukové nahrávky se mohou bez svolení fyzické osoby použít přiměřeným způsobem též pro vědecké a umělecké účely a pro tiskové, rozhlasové a televizní zpravodajství. Ani takové použití však nesmí být v rozporu s oprávněnými zájmy občana.“ [16]*

#### 1.4.4 Občanský zákoník § 13

*„Fyzická osoba má právo se zejména domáhat, aby bylo upuštěno od neoprávněných zásahů do práva na ochranu její osobnosti, aby byly odstraněny následky těchto zásahů a aby jí bylo dáno přiměřené zadostiučinění.*

*Pokud by se nejevilo postačujícím zadostiučinění podle odst. 1, zejména proto, že byla ve značné míře snížena důstojnost fyzické osoby nebo její vážnost ve společnosti, má fyzická osoba též právo na úhradu nemajetkové újmy v penězích.*

*Výše náhrady podle odstavce 2 určí soud s přihlédnutím k závažnosti vzniklé újmy a k okolnostem, za nichž k porušení práva došlo.*“[16]

## 1.5 Hranice soukromí

V novinářském kodexu doslova stojí, že novinář by měl: „respektovat soukromí osob, zejména dětí a osob, které nejsou schopny pochopit následky svých výpovědí“

Tento kodex však není pro nikoho povinný, žurnalista si tak může dělat v podstatě, co chce. Jediné, čeho si musí být vědom je, že ponese následky.

Lidské tělo (především ženské), bylo odhalováno už v minulosti poměrně často, nejprve jako symbol plodnosti, časem jako umělecký akt ve většině druhů umění. Pokud se s ním náležitě zachází vznikají tak překrásná díla. Nahota je odjakživa velmi intimní a citlivé téma. Bulvár ho nijak nerespektuje a i v tomto směru narušuje soukromí mnohých známých osobností. Celebrity jsou do jisté míry exhibicionisti, zvyklí se kvůli rolím nebo módním trendům různě odhalovat, někteří z nich se svým tělem vyloženě chlubí a fotografují se odhalení dobrovolně.

Problém nastává tehdy je-li fotografie pořízena bez vědomí fotografovaného. Lidské tělo je na ní záměrně zesměšňováno nebo je upozorňováno na jeho nedostatky. Jako u nás známý případ nepřiměřeného zásahu do soukromí, kdy bulvární deník Aha! 12. června 2008, uveřejnil fotografie nahé herečky Jiřiny Bohdalové. Takové zobrazení těla starého člověka pohoršil i samotné čtenáře. Paparazzi argumentují tím, že balkon, na kterém J. Bohdalová stála, je viditelný z ulice – tedy z veřejného prostoru.

Tento případ je dost podobný tomu, kdy paparazzi na balkoně vyfotili vévodkyni Kate nahoře bez (str. 39), výjimkou je, že Jiřina Bohdalová s bulvárem nikdy problém neměla, spíše do něj ochotně přispívala a spolupracovala. Dalo by se říci, že za svou popularitu vděčí mimo jiné i deníku Blesk.

Některé celebrity s bulvárem spolupracují natolik, že se přímo na skandálu podílí v rámci zvýšení své popularity. Například se sami nebo spolu se svým partnerem nechávají fotografovat téměř nazí dobrovolně. Tady platí, že pokud s bulvárem spolupracují, podílejí se na tvorbě a výběru fotografií a mají tak svou veřejnou nahotu do jisté míry pod kontrolou. Pro takové rozhodnutí je nutné mít kuráž a i jistou dávku voyeurismu. Pokud dotyčný opravdu nechce být vyfocen, nezbývá mu než mít se na pozoru nebo zůstat nenápadný a nezajímavý, aby o něj média ztratila zájem. Skandály však nevznikají samy od sebe a bez

senzace chtivých čtenářů by jen těžko měly takový úspěch. Dokud budou čtenáři ochotni platit za takové informace, magazíny z nich budou dále profitovat a nic se nezmění.

Ornella Štiková se bulváru nijak nevyhýbá, aktivně do něj přispívá. Kreativní grafik zde na základě jejich příjmení vytvořil postavám rybí ocasy. Fotografie se tak stala kýčovitou, mnohem víc poutavou a vtipnou (viz. Obr. 3).



Obr. 3: Ornella Štiková se svou matkou,  
Blesk Tv magazin, leden 2013 [41]

### 1.5.1 Reakce na bulvár

Několik českých umělců, především herců se rozhodlo proti bulváru sepsat petici. Konkrétně proti bulvárním deníkům jako Blesk, Aha!, Šíp, Pestrý svět, Rytmus života aj. Celou akci iniciovali herec Marek Vašut a spisovatel Michal Viewegh; tak vznikla, v současné době už neexistující internetová stránka [www.protibulvaru.cz](http://www.protibulvaru.cz), kde celebrity vyzývají své kolegy k ofenzivě proti bulváru podepsáním petice.

*„Petici podepsali tito umělci Bára Basiková, Jiřina Bohdalová, Jitka Čvančarová, Martin Dejdar, Dagmar Havlová, Eva Holubová, Jan Kraus, Pavel Kříž, Simona Stašová, Jiří Suchý, Karel Šíp, Tomáš Töpfer, Lukáš Vaculík a Ondřej Vetchý.“<sup>5</sup>*

5 Lupa: Michal Viewegh a Marek Vašut přišli s iniciativou protibulvaru.cz. Lupa [online]. 2009 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/protibulvaru-cz/>

Dalším počinem proti bulváru, zaměřený konkrétně proti samotným redaktorům a zaměstnancům bulvárních plátků je internetová stránka [www.galerieprolhanych.cz](http://www.galerieprolhanych.cz), která poskytuje čtenáři opačný pohled na bulvár. Tvůrce těchto stránek Martin Michal zde zase naopak špínu hází na redaktory bulvárních plátků. Dalo by se říci, že tyto stránky jsou jakousi pomstou. Domnívám se, že stránky záměrně nepůsobí seriózním dojmem, stejně jako bulvár.

## 2 BULVÁR

### 2.1 Co je to bulvár

**Bulvár** (z franc. Boulevard tj. promenáda, široká městská třída)

Slovo bulvár původně vzniklo pro označení novin, které počátkem 19. století prodávali na ulicích kameloti. Vykřikovali jejich poutavé titulky slibující senzaci.

Postupně se jeho význam měnil na hanlivé označení neseriózních, levných novin, které často pracují s neověřenými informacemi. Ostatní, seriózní noviny měly své předplatitele, kterým byly doručovány domů.

V současné době lidé z této branže často argumentují, že už dnes nikdo neví, co přesně slovo bulvár znamená. Definice je ovšem jasná, bulvár je druh levného, novinového zboží, které v současné společnosti hraje nezastupitelnou ekonomickou i sociální roli. Jejich hlavními znaky jsou poutavé titulky, velké fotografie, krátké úderné články, zjednodušení informací, omezená slovní zásoba, mnohdy nespisovný jazyk (jazyk ulice), nabídka inzerce a nízká cena.

Bulvár také mnohdy za účelem získání informací nebo fotografií, používá neetických či nelegálních metod. Může to být odposlech telefonních hovorů, filmování skrytou kamerou, nebo použití teleobjektivu, fotomontáž nebo retuš.

Tyto časopisy se prodávají v mnohem větší míře než noviny prestižní. Pro doplnění bych ještě zmínila, že u nás vlastně ani takové prestižní noviny nevychází. To, co považujeme za prestižní tisk, jsou tzv. pop - noviny. Navenek vypadají seriózně, ale při bližším pohledu na ně zjistíme, podle míry zjednodušení, velikosti fotografií a textu, že se jedná o popularizované zprávy, zaměřené na široké množství čtenářů. Tyto noviny míchají informace s jistou mírou senzace, stejně jak to dělá bulvár. Jedinými listy, které se serióznímu tisku blíží jsou Hospodářské noviny.<sup>6</sup>

V zahraničí se bulvární noviny nazývají jinak, anglicky mluvící země používají označení Yellow press, Penny press, Sensational press a Popular press. V Německu potom Pfenig-  
presse, v Rakousku Grosschenpresse. Ve Francii bulvár nazývají Presse nebo Scandalle. U nás se můžeme během druhé poloviny dvacátých let 20. století setkat s označením Krejcarový tisk.

---

<sup>6</sup> HVÍŽDALA Karel, *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích*. 1. vyd, Praha: Portál, 2011. 264s ISBN 978-80-7367-851-7 s. 89

### 2.1.1 Termíny s bulvárem spojené

#### **Bulvární**

Označení pro něco neseriózního, laciného a vulgárního. Není používán pouze v žurnalistice jako typ novin, lze jím označit jakékoliv neseriózní médium. Zaměřuje se na senzace a katastrofy, vytváření polopravd. Jeho účelem je podávat informace jednoduchou a zábavnou formou, vyvolávat senzaci a šokovat. [17]

#### **Bulvarizace**

Je termín používaný pro přebírání znaků bulváru seriózními médii za účelem větší popularizace článků, zvýšení prodejnosti a tím vyššího zisku. [19]

#### **Tabloid**

Název pro bulvární noviny malého formátu, používaný především v Anglii a USA. [18]

#### **Penny press**

Je označení pro levný, masově rozšířený tisk vydávaný během 30. let 19. století v USA. Technický pokrok umožnil nahrazení ruční výroby strojovou a tím rozvoj masové výroby. Takové noviny potom stály jednu penny, takže byly dostupné i pro lidi z nižších sociálních vrstev. Obsahovaly zjednodušené informace především o tragédiích, trestné činnosti nebo klepy, nabízely tak čtenáři určitou míru vzrušení a senzace. Dalo by se říci, že jde o první etapu bulvárního tisku. [20]

#### **Yellow press**

Žlutá žurnalistika je typem levného, masově rozšířeného, nefundovaného tisku. Je vytvářen převážně za účelem výtěžku. Název je odvozen z populárního komiksu Yellow Kid, který býval součástí nedělní přílohy časopisu New York World, jehož majitel byl J. Pulitzer, muž který se výrazně zasloužil o rozvoj v oblasti bulvární žurnalistiky. Autor komiksu, kreslíř Richard F. Outcault zanedlouho z NY World přešel do New York Journal, který vlastnil William Randolph Hearst, kde tento komiks nadále vydával. Roku 1896 se o něj vedly spory a označení Yellow press se začalo používat pro bulvární tisk. [21]

#### **Pop – noviny (populární noviny)**

Jedná se o noviny, na pomezí seriózního tisku a bulváru. Používají jazyku obou, lidé je vnímají jako seriózní tisk ačkoli mohou v různé míře obsahovat články či grafické úpravy jaké používá bulvár. U nás je to nejčastější typ novin.[13]

### **Seriózní noviny**

Jsou sdělovacím prostředkem, jehož úkolem je čtenáře informovat a vzdělat, v určitém oboru. Jsou to noviny zaměřené na užší téma, např. lékařství, ekonomiku apod. Nástroji jsou objektivita, kontext, analýza a aktuální zprávy. Informaci zpracovat přiměřeným jazykem, do určité míry i zjednodušeným a k danému tématu se vyjádřit. Takové médium by mělo situaci přiměřeně komentovat a přiblížit ji lidem z oboru. Takové noviny jsou zacílené na menší skupinu čtenářů.

## **2.2 Vývoj bulváru**

Bulvár se postupně orientoval na politiky a známé osobnosti. Období 30. let jeho vývoj posunulo o kus dál – začal se zajímat o filmové hvězdy.

### **2.2.1 Zlaté časy Hollywoodu, propojení bulváru s filmem**

V počátcích vzniku filmu nechtěli jeho tvůrci jména herců a jiných osob, které se na jeho vzniku podíleli, vůbec uvádět. Ve 30. letech však došlo ke změně, hollywoodští experti zjistili, že filmové hvězdy jsou velmi dobrým nástrojem pro vytváření potřebné publicity.

Fanoušci je v souvislosti s filmovou rolí a konkrétním filmem vnímají i v osobním životě a zůstávají pro ně typem osobnosti, jakou hrají v konkrétním filmu. Pamatují si jejich gesta, povahu nebo jak mluví a očekávají stejné chování i v dalších filmech. A tak filmová role určitého typu, mohla herečce nebo herci zůstat i po celou kariéru. Herci se stali jakousi zárukou kvality filmu.

Pro posílení popularity a exkluzivnosti hvězd se začalo využívat marketingových metod. Hvězdě se vytvořil nevšední životopis a celá image za účelem udělat ji pro diváky více atraktivní. V oblasti filmové tvorby Hollywoodu tak došlo k propojení i s bulvárními novinami. Herci a herečky se starali o potřebnou publicitu Filmových studií nejen svou pověstí a zjevem, ale také chováním a činy. Jako např. herečka Mae West, která napsala, sama produkovala i hrála v prvním broadwayském muzikálu „Sex“ (1929). Muzikál s takovým názvem samozřejmě v té době budil pozornost, ale měl i velký úspěch. Mae Westové však kromě slávy přinesl také pár dní ve vězení za ohrožování dobrých mravů.

I samotné filmy vyvolávaly skandály potřebné k jejich zviditelnění. V 80. letech studio Warner Brothers promítalo horor Vymítač ďábla. Nejen že řadě diváků připravili pořádný šok, ale katolická církev dokonce obvinila film z rouhání.

Takové skandály byly samozřejmě živnou půdou pro bulvár a žádanými informacemi pro chtivé čtenáře a fanoušky. Nejslavnější hvězdy jako Greta Garbo, John Gilbert, Katherine Hepburn nebo Elizabeth Taylor, jakožto součást noblesního studia MGM byli přímo magnetem pro bulvární tisk. Spolu s nimi také vznikl fenomén „kultu celebrit“.

Filmové hvězdy byly už v minulosti všestranně výdělečným artiklem. Stejně jako dnes kvůli nim lidé chodili do kina, kupovali bulvární noviny, dívali se na televizi a poslouchali rádio.

### 2.2.2 Paparazzo

Označení pro drzého, vlezlého fotografa pořizujícího své snímky bez svolení fotografovaného subjektu tj. známé osobnosti a shánějící pikantní, bulvární informace. Obecně označení senzacechtivého novináře.

Slovo paparazzo bylo poprvé použito ve filmu *La Dolce Vita*, natočeném v roce 1960, který režíroval Federico Fellini. Při výběru tohoto slova se inspiroval anglickým spisovatelem Georgem Gossingem a jeho románem *Coriolane Paparazzo*.<sup>[23]</sup> Ve filmu se Paparazzo jmenuje postava fotografa, který neustále pronásleduje celebrity a snaží se je za každou cenu co nejexkluzivněji vyfotit.

### 2.2.3 Paparazzi fotografie

Fotografie, pořízené bez souhlasu fotografované osoby a tomu také odpovídá jejich kvalita. Papparazi se celebritu snaží zachytit v co nejpikantnější situaci, když se nic zvláštního nepříhoda, snaží se fotografovaného alespoň vyfotit tak, aby vypadal hůř, než jak se oficiálně prezentuje. Známé jsou fotografie celebrit a politiků bez make-upu, např. civilní fotografie v domácím prostředí, grimasy apod. Takové snímky mohou tuto osobu polidštit, ale spíše mají za úkol zpochybnit její mediální image. A přinést svědectví o tom jak dotyčný vypadá „v civilu“. Jedná se o přímý zásah do soukromí fyzické osoby.

Na tyto nežádoucí fotografie, porušující soukromí, reagují celebrity spíše negativně, útekem nebo dokonce agresivitou. Takové chování paparazzi naopak ocení, mohou i situaci záměrně vyprovokovat v předem vybraném prostředí apod. Výsledkem jsou rozmazané fotografie afektovaných celebrit a uměle vytvořené skandály. Momentka je hlavním druhem fotografie využívané bulvárem, u takové fotografie je kreativita a přínos fotografa téměř žádný. Vypadá stejně jako nahrávka, kterou ale předem fotograf zinscenuje a dá věci do chodu tak, jak potřebuje. Taková manipulace se potom těžko dokazuje.



## 2.3 Weegee

Fotograf se zájmem o podobnou tematiku jaké se věnuje bulvár. Vlastním jménem Usher H. Fellig, narozen 12. června 1899 – 26. prosince 1968 v Rakousku. Jeho rodina emigrovala do New Yorku, kde se usadili v židovské komunitě. Weegee teď oslovovaný jako Artur, odchodil pouze několik ročníku veřejné školy a brzy se rozhodoval, co bude dělat. Rozhodl se pro fotografii, ale jeho rodina nebyla příliš bohatá aby mu poskytla potřebné vybavení, také z toho důvodu, vystřídal mnoho různých zaměstnání. Byl i pouličním fotografem a fotografickým laborantem. Asi 3 roky pracoval v novinách New York Times. Potom získal stálou práci v černé komoře, kde pracoval pro Acme News Picture, (později se stali United Press International Photos). Během práce chodil po nocích fotit požáry a jiné noční pohromy, protože jiní fotografové nebyli k dispozici.

V polovině třicátých let byl na volné noze, začalo se mu říkat Weegee, kvůli jeho psychickým schopnostem být na místě nehody první. Když se naučil řídit, jezdil po městě a odposlouchával policii, jiné reportéry, nebo informátory. Ihned jak událost nafotil, filmy vyvolal a udělal zvětšeniny nebo tisky a nabízel je novinám. Temnou komoru měl vybudovanou přímo v autě, aby ho nic nezdržovalo.

Později, během období Velké krize pracoval přímo pro policii, která mu sama dávala informace o zločinech a tragédiích. Často býval na místě činu i dřív než policie.

Weegee byl fotografováním posedlý, neměl rodinu, byt ani zázemí, chtěl především zachytit okamžik, neúprosnou realitu New Yorku. Technická stránka fotografií ho příliš nezajímala. Fotografoval především v noci na tehdy běžný fotoaparát Graflex Speed Graphic 4x5 a využíval silného blesku.

Fotografie publikoval do deníků Daily News, Herald Tribune, The Washington Post, Journal-American, World-Telegram, The Sun a dalších.

Později fotil mimo vraždy a zločiny také celebrity, politiky, líbající se páry v kině, také spáče nebo alkoholiky v ulicích. Vydal řadu publikací jako, např. *Naked City*(1945), *Weegee's People*(1946), *Naked Hollywood*(1953).



*Obr. 4: Weegee, Lovers 1943*

## 2.4 Bulvár jako mediální prostředek, úloha fotografií v něm

Člověk se vždy z přirozené zvědavosti zajímal o dění kolem sebe a čím více je toto dění pikantnější, tím jeho zvědavost roste. Nestačí mu vidět svého oblíbeného herce v televizi, chce nahlédnout do jeho soukromí, zjistit o něm víc. Na celebrity je nahlíženo jako na vzory, ikony nebo jim lidé závidí jejich život, majetek, postavení...

Bulvár tohoto zájmu velmi dobře využívá a naplňuje čtenářovo očekávání. Využívají úderného textu, který okamžitě upoutá pozornost jako např. ŠOK! NEVÍDANÉ! NECHCE SE MI VĚŘIT! Používá se výrazné písmo, a celý dojem je posílen interpunkčními znaménky. Zároveň tímto způsobem může novinář odvést pozornost od pravdivosti informace. Žurnalistova domněnka je tak schovaná za velký úvodní titulek, který čtenáře pouze upoutá, nebere ho však nijak vážně v souvislosti s dalším textem. Článek je tím ale více-méně jasně převeden do roviny spekulace, osobní domněnky nebo dedukce.

### 2.4.1 Umocnění pravdivosti

Média také pracují s výpovědi očitých svědků. Fyzická přítomnost lidí a jejich výpovědi mohou být pro spoustu čtenářů vhodným argumentem k přesvědčení. Podle forenzní psy-

chologie je však očitě svědectví dost zkresleno vlastním podvědomím a člověk si spíše pamatuje, co se mohlo stát, než to co se doopravdy stalo. Ke zpochybnění očitého svědectví došlo ve 20. století. Pokus spočíval v násilném vtrhnutí pachatele do školní třídy, kde ohrožoval učitele. Studentům (očitým svědkům) pak bylo předloženo několik fotografických portrétů možných pachatelů. Studenti z větší části označovali nejméně sympatický portrét bez ohledu na to, co viděli.<sup>7</sup>

Investigativní žurnalistika zase využívá toho, že reportéři v místě dění byli přítomni, výsledkem je titulěk „BYLI JSME U TOHO“, tuto informaci podloží fotografiemi z onoho místa a tím článek nebo reportáž zase získá na důvěryhodnosti.

Při řešení vážných kauz se informace mohou dostat do rozporu mezi soudy, policií, lékaři a jiným oficiálním zdrojům nebo osobám zapleteným do případu, které podléhají mlčenlivosti. Média potom nemají jinou možnost, než informace o případu shánět z jiných, neoficiálních zdrojů. Také díky těmto zdrojům mohou vznikat fámy.

Někdy média fámy úmyslně vyvolávají, mohou tak celebritu vlastně nasměrovat k určitému jednání a dostat ji tak kam potřebují.

Fotografie je v bulvárních médiích nezastupitelná, vizuálně potvrzuje psaný text, a čemu jinému věřit, když ne svým vlastním očím. I přesto, že je fenomén upravování fotografií dobře znám a většina čtenářů o úpravě ví, jen malá část z nich to bere v potaz. V první řadě věříme našim smyslům.

Další, kdo by nás určitě neklamal, jsou vzdělaní lidé, odborníci například lékaři, vědci, sportovní trenéři apod. Část těchto lidí, je však v rámci své popularity schopna říci nebo potvrdit cokoli. Další věc je ta, že média s jejich výpovědí zachází po svém a mohou s nimi manipulovat i tak, že se jejich původní význam zcela změní. Mohou například část výpovědi odborníka zcela vynechat. V neposlední řadě to, že mýlit se může každý, tedy i vyhlášený odborník je věc další. Takový článek je podpořený fotografií, nejlépe státnickým portrétem dotyčného člověka v jeho přirozeném prostředí a formálním oblečení nebo například v bílém plášti, dívá se čtenáři do očí a příjemně se usmívá. To čtenáře naplňuje důvěrou a dodá článku na pravdivosti.

Dokonce samotné povolání novináře může u některých osob vzbuzovat obdiv. Žurnalista působí důležitě, vzdělaně, zná slavné lidi, může na místa kam jiní ne, jeho jméno se uvádí v tisku, má více informací než my...

---

7 Rozhovor s psychologem Mgr. Davidem Dohnalem, 15. 4. 2013

Cílová skupina čtenářů je široká, zajímá je celá řada věcí. Bulvár se snaží zaujmout samozřejmě skupinu co nejširší, proto jsou bulvární noviny tak rozmanité svým obsahem. Dočteme se tu o aktuálních aférách, mileneckých aférách i závislostech celebrit i osudech všedních lidí.

Tím jejich obsah zdaleka nekončí, jsou zde rubriky o vaření, dietách, cvičení, sexu, vizáži, sezónních akcích, sportu, nesmí chybět stránka s horoskopy nebo vtipy. K tomu ještě možnost inzerce, křížovky a soutěže.

Většina lidí si myslí, že je média neovlivňují, to je dnes v civilizovaných zemích téměř nemožné. Vliv médií je velmi rozsáhlý a vzájemně provázaný, diktují jak se oblékat, kam chodit jíst, jaký mobilní telefon si pořídit i na jaké filmy se dívat, staly se manipulátory životních hodnot. Jsme konzumní společnost, ve které se médiím dobře daří. Chceme splynout s davem, přiblížit se celebritám, být in.

## 2.5 Bulvár v Československu a ČR

V meziválečném období u nás vycházel zejména stranický tisk, jako Národní listy nebo Právo lidu. Šlo v nich především o komunikaci mezi stranami a jejich voliči. Dále vycházely různě zaměřené listy pro ženy, sportovce apod.

Poptávka čtenářů po odlehčeném čtivu nadále vzrůstala a tak došlo k velkému rozvoji bulvárního tisku v našem prostředí.

Za první republiky založil bývalý politik Jiří Stříbrný s bratrem Františkem vydavatelství Tempo, které časem velmi dobře prosperovalo. J. Stříbrný byl významnou osobností doby, dokud nebyl vyloučen za strany. I potom se v politice nadále angažoval.

Jeho podnik vydával bulvární deníky jako Pondělní list (1926), Večerní List (1927), Polední list (1928), Nedělní list (1928) a také Expres (od 1929) a Šejdrem (1929).

Tyto deníky se zabývaly kriminalitou, tragédiemi, milostnými aférami a drby. Stříbrný se v nich ostře vyjadřoval také k politické situaci a i takovým dobovým autoritám, jakou byl prezident T.G. Masaryk.

Mimo Tempo existovalo ještě vydavatelství Melantrich, pod kterým vycházel Telegraf a nejvíce bulvárně orientované České slovo.

K tomuto bulvárnímu stylu psaní časopisu začaly postupně směřovat i ostatní večerníky. Už během tohoto meziválečného období se o noviny zajímala cenzura, později za naci-

tické okupace a protektorátu došlo k zastavení vydávání bulváru úplně. K jeho obnovení došlo až po sametové revoluci.

První pravým bulvárním deníkem v České Republice se stal roku 1992 Blesk, založený Michaelem Ringierem. Pouhých sedm let po jeho vzniku dosáhl Blesk velmi vysokého postavení, jako tabloid s nejvyšším nákladem a čteností v ČR.

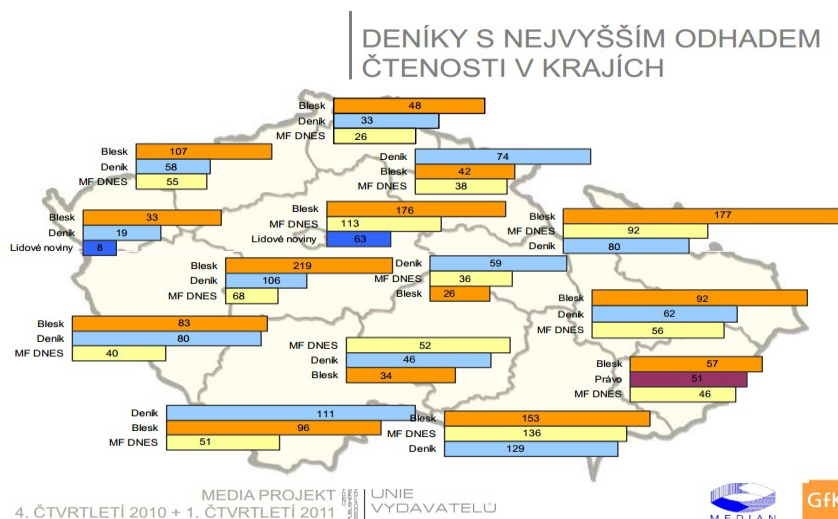
V současné době je M. Ringier největším vydavatelem bulvárních novin v České Republice, také proto, že některé konkurenční bulváry koupil (Expres), nebo zkrachovaly (Super). Jeho vydavatelství Ringier AG k němu připojený Axel Springer AG, dále vlastní například Švýcarský Blick, na Slovensku Nový Čas, v Polsku deník Fakt a další.

### **2.5.1 Porovnání prodejnosti bulvárních deníků v ČR**

V lednu 2012 byl nejprodávanějším deníkem Blesk, s počtem 324 542 prodaných výtisků, druhá v pořadí byla Mladá fronta DNES s 207 792 kusy a jako třetí Deník s 190 142 prodanými výtisky. Oproti tomu Hospodářské noviny, které se nejvíce podobají serióznímu tisku, prodaly pouhých 40 367 výtisků. Pro srovnání v únoru 2012 se na prvním místě objevil opět Blesk, i když s nižším počtem prodaných kusů (311 554 výtisků), poté opět MF DNES (204 269 výtisků) a Deník (188 723). Dalo by se říci, že toto pořadí se příliš nemění. Hospodářské noviny zaznamenaly také mírný pokles v prodeji (39 867 výtisků).

### **2.5.2 Porovnání čtenářů bulvárních deníků z hlediska příjmových a zaměstnaneckých skupin obyvatelstva**

Podle průzkumu MAFRA vyplývá, že ve 3. – 4. čtvrtletí roku 2011 měl nejvíce čtenářů Blesk (1 290 tisíc čtenářů), na druhém místě Deník (803 tisíc čtenářů) a na místě třetím byla MF DNES (797 tisíc čtenářů). Dále zjistili, že 422 tisíc čtenářů blesku dosahuje nadprůměrného příjmu, takových čtenářů MF DNES bylo 327 tisíc a čtenářů Deníku 285 tisíc. Čtenářů s rozhodovací pravomocí, s oprávněním rozhodovat o investicích společností vyšších než 100 tisíc korun bylo nejvíce mezi čtenáři MF DNES a to 114 tisíc, Blesku 80 tisíc a 76 tisíc čtenářů Deníku. Také zjistili, že 90 tisíc čtenářů Blesku jsou podnikatelé, 89 tisíc podnikatelů čte MF DNES a Deník 61 tisíc čtenářů.



Obr. 5: Mapa s přehledem čtenosti deníků v českých krajích [40]

Z této mapky z období 4. čtvrtletí 2010 a 1. čtvrtletí 2011, z těchto odhadů vyplývá, že ve většině krajů se čte převážně Blesk, MF DNES a Deník. Výjimku tvoří pouze kraj Zlínský, kde je více čtenářů Práva než Deníku, v kraji Středočeském je více čtenářů Lidových novin než Deníku a v kraji Karlovarském více čtenářů Lidových Novin než MF DNES.

Nejvíce čtenářů blesku je v Středočeském kraji, Deník a MF DNES se nejvíce čtou v kraji Jihomoravském.



Obr. 6: Graf, [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz) [35]

Tento graf ukazuje, co je pro čtenáře při koupi novin hlavní. Z graf vyplývá, že pouhé 3,19% si bulvární deník koupí na základě fotografie.

## 2.6 Porovnání bulvárních novin s pop – novinami

Vzhledem k absenci seriózního tisku na našem trhu, velkému množství pop – novin, které jsou pro účely zvýšení prodejnosti bulvarizovány, bych se pokusila porovnat současně nejprodávanější noviny obou kategorií. K porovnání jsem tedy zvolila deník Mladá fronta DNES a Blesk.

Informace o znacích bulváru obsažených v Blesku známe z předešlého textu, nebudu se k jejich popisu znovu vracet.

Ačkoli je MF DNES vnímána jako seriózní tisk, při bližším prozkoumání layoutu, je rozdíl pro pozornějšího čtenáře rychle patrný. Noviny si drží formální vzhled, vizuální stránka je vkusná a umírněná, není tolik řvavá a vtíravá jako u bulváru. Tyto noviny jsou přehledné, titulky mohou být velké, ale spisovné, slovní spojení ne tolik expresivní, používá se méně barev. Celková velikost je tzv. Berlínský formát (315 x 470 mm). Obrazové ilustrace mohou být velké, i přes celou stranu. Většinou se jedná o kvalitní fotografie. Tento tisk také obsahuje mnohem více textu, slovní zásoba je bohatá, články podrobnější, někdy až několik sloupců nebo dokonce stran.

Co se obsahu týče, informace jsou pravdivé, spekulativní články nejsou vůbec přítomny. Mezi hlavní náměty patří aktuální dění, politika nebo ekonomie, nikoli katastrofy, senzace, zločinost nebo sex, jak je tomu u bulváru. Deník má široké zaměření, od politiky přes sport, zdraví, kulturu atd.

Bulvarizace u nich spočívá v tom, že jsou rozděleny do několika zájmových částí. Články jsou různorodé, zaměřené na oslovení co nejširší cílové skupiny. Mohou být odborného rázu, ale přiměřeně zjednodušeny. V seriózním tisku by například neměly vycházet přílohy o hubnutí, možnosti inzerce a seznamky. Dávno není pravdou, že noviny prodává jejich přehledný vzhled, kultivovaná grafika, názory odborníků, aktuální a plošné zpravodajství, kvalitní sloupec nebo glosa. Deník se stejně jako bulvár snaží čtenáře nalákat soutěžení o peníze, místo toho, aby raději investovaly do kvalitních žurnalistů a lákaly tak na kvalitní informace a názory.

Jejich strategii lze však snadno porozumět, pokud chtějí být na trhu úspěšným informačním médiem s vysokými náklady musí se přizpůsobit co nejširšímu množství svých čtenářům a poměr mezi fakty a senzací opatrně míchat. Čtenáři MF DNES chtějí kvalitní, pravdivé informace, ale z co nejširšího záběru témat.

Úzce specializované noviny, které bychom mohli nazývat seriózními by se na našem trhu, kde je po takových informacích příliš nízká poptávka stěží užívaly.



### 3 BULVÁRNÍ FOTOGRAFIE

#### 3.1 Novinářská fotografie, porovnání minulosti se současností

Když Weegee fotil ve 30. letech 20. století zločiny v ulicích New Yorku, ukazoval svými fotografiemi lidem pravdu. Snímky byly sice pro diváky šokující, ale nijak neupravované a jejich smyslem bylo pouze informovat. Později fotografoval i jiná sociálně dokumentární témata a tak se jeho fotografie postupem času staly zároveň historickým svědectvím z Bowery, Greenwich Village a Harlemu.

Obecně bych řekla, že tehdejší fotografové jako Weegee nebo A. Eisenstadt měli k umění a estetické stránce fotografie vztah a zajímali je i problémy doby. Proto jejich tvorba zůstala nadčasová a je k vidění v galeriích a knižních vydáních.

Současní bulvární fotografové pořizují své snímky pouze za účelem výdělku, vytváření senzací a skandálů. Fotografií se dále nezabývají a považují ji pouze za nástroj obživy a zisku nebo ovlivňování čtenářů. Pokud taková fotografie nedokumentuje významnou celosvětovou událost, tragédii nebo kauzu, nemá ani dlouhé trvání.

Roku 2011 proběhla v galerii Rudolfinum v Praze výstava „Kontroverze“, zaměřená na fotografie, které se staly předmětem právních sporů. Výstava čítala na 80 fotografií, různého stáří a žánru od fotografií Lewise Carola a jeho děvčátek v uvolněných pózách až po fotografii ruky Todda Maisela (Obr. 14), a mnoho jiných. Tato výstava je důkazem toho, že bulvární fotografie může být společností i přínosem a dokonce se objevit v galerii.

#### 3.2 Bulvární fotografie

Fotografie je s bulvárním tiskem neodmyslitelně spjata. První bulvární fotografie, u které pozorujeme porušení soukromí vznikla roku 1898 v Hamburku. Je na ní zesnulý německý kancléř vévoda Otto von Bismarck ve své posteli. I když jeho rodina chtěla situaci kolem jeho smrti uchovat v soukromí objevili se dva fotografové, kteří jejich dobré úmysly zhatili. Byli to autoři tohoto prvního bulvárního snímku, Wilhelm Wilcke a Max Christian Priester, kteří podplatili Bismarckova lesníka Louise Sporckeho, aby je o situaci informoval a v noci, až se rodinní příslušníci s nebožtíkem rozloučí a půjdou spát je pustil do domu. Kolem čtvrté hodiny ranní se oba fotografové dostali do domu a zhotovili několik fotografií za pomoci magnesiového blesku. Fotografové ihned své snímky inzerovali, a našli i kupce. Poslední věc, kterou potřebovali získat bylo svolení rodiny. Vytvořili proto

fotografii, na které Bismarckovi vyretušovali obličej, aby vypadal lépe a odretušovali nepatřičný nočník a šátek. Pravděpodobně by povolení od rodiny i dostali, jenže dříve než o něj stačili požádat, udal je Bismarckově rodině závistivý konkurent. Rodina jednala ihned a ohlásila vše na policii. Následovalo soudní řízení, ve kterém byl stanoven trest, Sporke a Priester dostali pět měsíců za mřížemi a Wilcke měsíců osm. Fotografie byla zkonfiskovaná a uveřejnění se dočkala až o několik let později v listu Frankfurte Illustrierte roku 1952.



*Obr. 7: Fotografie zesnulého O. Bismarcka, W. Wilcke, M. Priester, 1989 [49]*

Tato fotografie je zároveň přelomová v tom, že dokázala O. von Bismarcka národu polidštit a ukázat ho jako starého muže na sklonku života. Což bylo oproti jeho důstojným státnickým portrétům nevídaným projevem humanismu.



Obr. 8: Fotografie zesnulého Bismarcka ve Frankfurte  
Illustrierte, 1952 [34]

### 3.2.1 Královská rodina a paparazzi

U královské rodiny, vyústilo obtěžování paparazzi k zapříčinění smrti princezny Diany. Paparazzi ji a jejího přítele Dodiho pronásledovali neustále. Když se dne 30. srpna 1997 před nimi snažili uniknout v limuzíně, byl její řidič nucen překročit povolenou rychlost v důsledku čeho pak naboural do mostního pilíře. Nehoda byla pro Dodiho, řidiče limuzíny a bodyguarda smrtelná, princezna následně zemřela v nemocnici, i přesto, že ji operovali. Utrpěla vážná vnitřní zranění, kterým nakonec podlehla.

Média se této události samozřejmě náležitě věnovala, většina z nich přerušila vysílání nebo tisk běžného obsahu a soustředila se na události kolem tragédie. Reakce lidí byla obrovská, nejen proto, že měli Dianu ve velké oblibě, ale také vlivem tohoto mediálního nátlaku.

Královská rodina se od emocionálních projevů držela stranou, jak je u nich zvykem. Bulvární noviny to dávali Windsorům za vinu a lidem toto chování podali jako zášť, kterou cítí vůči Dianě. Tato událost otřásla celým světem. Některé z obviněných novinářů vzali dokonce do vazby, avšak za Dianinu smrt nebyl nikdo z nich odsouzen. Kolem celé nehody vznikla spousta konspiračních teorií, že k nehodě došlo cizím zaviněním.

Později se bulvární noviny soustředili na prince Harryho a Williama. Mezi bulvárem a královskou rodinou, existuje v závislosti na tragické smrti Diany nepsaná „gentlemanská dohoda“. Bulvár nebude oba prince sledovat, pokud budou zato pravidelně pořádat schůzky s tiskem. Tento slib porušil deník The Sun, když uveřejnil fotografie nahého prince

Harryho z baru v Las Vegas. Šéfredaktor David Dinsmore se obhájí tím, že než se článek otiskl, byly snímky už na internetu. Jde tedy podle něj o svobodu tisku.



*Obr. 9: Nahý princ Harry, deník The Sun, 2012 [52]*

Královská rodina bulvár varovala, že publikací takového snímku dojde k porušení Harryho práva na soukromí a stěžovala si u mediální regulační komise. Tato komise však nemá dostatek pravomocí ke stíhání deníku The Sun, může jim jen poslat svůj názor k článku a doporučení postupu.

V současné době je nejvíce zajímavá situace kolem prince Williama a jeho manželky Kate. Francouzský bulvární magazín Closer zveřejnil článek o princovi Williamovi a jeho manželce Kate. Paparazzi pár sledoval při jejich líbáncích. Magazín poté na titulní straně zveřejnil fotografie Kate, jak se opaluje nahoře bez. Snímky nikoho příliš nešokovaly, není na nich totiž nic neobvyklého. Článek vyvolal vlnu kritiky nejen mezi čtenáři, ale také mezi samotnými žurnalisty. Mnozí tyto snímky pořízené teleobjektivem označují za návrat do roku 1997, roku kdy paparazzi podobně pronásledovali princeznu Dianu, když jejich auto narazilo do mostního pilíře, místo aby poskytli první pomoc, smrtelně zraněnou princeznu fotografovali.

Vévodkyně Kate byla už v minulosti obětí tisku. Na titulní straně se už objevila jako těhotná, s doretušovaným tělem modelky a dokonce i její akt. Jednalo se o jak fotografie, u kterých došlo k manipulaci ve Photoshopu, tak i (v případě těhotné Kate) o pouze vhodně zvolený záběr v kombinaci s textem, kdy její břicho vypadá větší.





Obr. 10: Kate s tělem jiné modelky, Marie claire, 2012 [32]



Obr. 11: „těhotná“ Kate, Star magazine, 2012 [31]

### 3.3 Znaky bulvární fotografie

U fotografií jednoznačně nad formou převládá obsah. Nezáleží na kvalitě nebo kompozici, důležité je, aby fotografie dobře doplnila článek. Samozřejmě záleží na tématu, pokud to bude článek například o vaření fotografie mohou být i estetické, ale ve většině případů tomu tak není. Je to způsobeno také tím, že fotografie nezhotovují jen fotografové tohoto deníku, ale i amatéři, či čtenáři sami. Aby fotograf dosáhl toho, co potřebuje, využije všech možných prostředků, a to i když fotografií mohou ubrat na kvalitě. Často můžeme na stránkách takových časopisů vidět nekvalitní, zrnité fotografie pořízeny několikanásobným zoomem, fotografované v noci apod.

#### 3.3.1 Fotografie ve službách bulváru

V současné době poskytuje téměř neomezené obrazové možnosti digitální fotografie. Fotograf rozhoduje téměř o všem, důležitou roli přitom hraje jeho výbava a znalosti. U vzniku fotografie vybírá vhodný fotografický přístroj, příslušenství, dále vhodný model, pózu, lokaci, atmosféru, světelné podmínky, kompozici, expozici atd.

Další možnosti práce s fotografií se otvírají v postprodukcí. Ve Photoshopu je možné téměř vše, od drobné retuše pleti až po brutální zásahy do fotografií, deformace, fotomontáž z více fotografií apod.

Bulvární noviny, ale i mnohé pop – noviny pracují více s postprodukčními nástroji, než se samotnou fotografií. Upravené snímky mohou hodně změnit realitu a jednoduše tak podstrčit divákovi zavádějící informaci. Jako u fotografie politiků George. H. W. Bushe a Margaret Thatcherové, kde chytrým využitím pózy, v které jsou oba zachyceni a jednoduchým přemístěním těl blíže k sobě, vztah mezi postavami na snímku působí osobněji. Zdá se, že postavy jsou v osobním kontaktu nebo dokonce že Bush Thatcherové něco našepťává. Tento způsob manipulace se nazývá *rearanžování*.



*Obr. 12: G. Bush a M. Thatcherová , grafik W. J. Michell, 2001 [1]*

Bulvární a novinářská fotografie, jednoduše řečeno s fotografií zachází tak, jak potřebuje. Tato potřeba nebývá zpravidla estetického rázu, ale za účelem klamání diváka nebo vytváření skandálů a senzací.

Pokud hovoříme o zdrojových fotografiích, s jakými bulvár pracuje, jde z větší části o nekvalitní fotografie (zejména ty pořízené paparazzi), zachycující celebritu prchající ze záběru, rozpixelovaný výřez fotografie pořízené nekvalitním přístrojem, fotografii pořízenou teleobjektivem apod. Nekvalita těchto fotografií je způsobena tím, že paparazzi pořizuje snímky ve stížených podmínkách (i světelných), časové tísni, nebo tajně.

U kvalitnějších fotografií záleží na zručnosti a rychlosti fotografa, často musí jednat velmi rychle. Může jít o fotografie oficiální, pro které bylo fotografování řádně domluveno. Fotograf má v takovém případě možnost s dotyčným/ou komunikovat/obhlédnout si místo fotografování a výsledek tak ovlivnit.

Kvalitní bývají i fotografie ilustrační. Ať už jsou z fotografova osobního portfólia nebo internetu, prošly nějakým výběrem z více variant. V takovém případě to nejsou fotografie aktuální, pokud je na nich konkrétní rozpoznatelný objekt, např. dům, bude nežádoucí použít ho pro více článků, pokaždé v jiném kontextu.

### 3.3.2 Síla fotografií

Fotografie nemusí být vždy konkrétní, stačí aby nějak souvisely s článkem. Bulvární fotografové mají mnoho možností, jaký typ fotografií použít a tím udat článku povahu / sílu. Např. u vlakového neštěstí mohou použít fotografii s mrtvými lidmi, rozdrcený vlak, letecký snímek nebo lehčí motiv, jako vlak projíždějící kolem pomníku.



*Obr. 13: Vlakové neštěstí, 1990 [50]*

Nevhodné obrazové ilustrace se vědomě dopustili noviny New York Daily News, když nějakou dobu po teroristickém útoku na World Trade Center, uveřejnili fotografii lidské ruky utržené kousek za zápěstím, jejíž autorem je Todd Maissel, postarali se tak o obrovský skandál. Všechna tištěná i televizní média totiž uzavřela vzájemnou dohodu o nezveřejňování mrtvých těl, kterou NY Daily News tímto porušili.





*Obr. 14: Ruka, Todd Maisel, 11. 9. 2001 [51]*

### 3.3.3 Fotografie čtenářů

Když mají čtenáři možnost zasílat redakci své fotografie a příspěvky, mají pocit, že jsou jeho součástí, pomáhají ho budovat. Těší je i to, že se jejich fotografie objeví v tisku nebo na internetu. Mohou přispívat do soutěží nebo jiných rubrik, oblíbená témata jsou děti, recepty, zvířata apod. Redakce využívá také sezónních událostí například houbaření, zahrádkářství, dovolené apod. Bulvár však na základě podnětů čtenářů vytváří celé články. Toho využili např. dva moji spolužáci. Zaslali Blesku fotografie medvěda v zahradě jejich bydliště. Článek se otiskl a dosud nikdo neví, že medvěd byl vycpaný.

Prodejem fotografií bulváru, především zahraničnímu, si člověk může přijít na slušné peníze. Často jsou takové fotografie velmi nekvalitní, protože je čtenáři pořizují mobilním telefonem. To můžeme vidět i v případě medvěda ve Zlíně. Nekvalita není bulváru na obtíž, naopak podporuje jejich spekulace a domněnky a otevírá další možnosti výstavby příběhu.

Zprávy > Události > Po Zlíně se toulal medvěd: Měli jsme ho na zahradě!

## Po Zlíně se toulal medvěd: Měli jsme ho na zahradě!



Dospělý mříša, jehož tlama je opravdu hrozná, se procházel zahradou v obydlené části Zlína.  
Foto: pro Blesk – Martin Machalica, Profimedia.cz

9. října 2012 | 08:45

To se mi líbí

44

Sdílet

ČÍST DISKUSI K ČLÁNKU

**Medvěd přímo ve Zlíně? Žádná kachna, ale skutečnost!**  
Studenti zlínské univerzity, Martin (21) a Petr (21), si několikrát promnuli oči, zda dobře vidí. Viděli. Medvěd se jim proměňoval po zahradě...

*Obr. 15: Medvěd ve Zlíně, Blesk.cz, 2013 [44]*

Nekonečné databáze ilustračních fotografií poskytované internetovými fotobankami, skýtají novinářům další možnosti. Že s takovými fotografiemi pracovat umí si můžeme všimnout i na příkladu s medvědem, kde byly původní fotografie studentů doplněny o další ilustrační fotografie. V tomto případě tak snímky malého, hnědého medvídky vzdáleného v zahradě doplnila fotografie rozběsněného medvěda, který celému článku dodal na dramatictosti.

Taková fotografie je zavádějící, ale i skvělým poutačem. To, že obrázek pochází z internetové databanky „www.proimedia.cz“, se dočteme hned vedle komentáře. Přestože na původní fotografii lze poznat medvědí mládě, komentář upozorňuje na tlamu dospělého medvěda. Mluvíme zde o určité formě manipulace s obsahem fotografií. Novinář má spousty možností, jak s fotografiemi pracovat. Pokud tak učiní chytře může nepozorného diváka lehce oklamat.

### 3.4 Manipulace s fotografií, retuš

#### 3.4.1 Historie

Manipulace s fotografií není nic nového, záznamy o ní jsou již z roku 1840. Mluvíme o fotografii „Sbohem krutý světe“ francouzského fotografa Hyppolyte Bayarda. Tento muž sám sebe znázornil jako utopeného. Údajně měl pocit zneuznání, protože se podílel na vynálezu fotografie, který celý připadl L. Daguerovi. Fotografie opatřil dopisem na rozloučenou, ve kterém se k celé situaci vyjádřil. Podobných případů z minulosti je spousta.

Později se o manipulaci fotografií zajímali piktorialisté, ale pouze proto, aby se posunuli dál a mohli s fotografií pracovat více jako s obrazem. Vznikaly tak složité montáže, které se skládaly z mnoha negativů.

Také spiritistická fotografie využívala metody montáže a více násobné expozice. Američan William Howard Mumler, jako její průkopník měl v 50. letech v New Yorku velmi dobře prosperující fotoateliér. Fotografie manipuloval záměrně, ale mohly vznikat i náhodou, jelikož desky, na které se exponovalo, se používaly opakovaně. Spiritistická fotografie dokazovala existenci paranormálních jevů. Známý je soubor *Cottingley Fairies*, který roku 1917 nafotily dvě mladé dívky během léta na venkově. Šlo o několik fotografií lesních víl a skřítků, na snímcích se objevovali buď s jedním z děvčat, nebo i samotní. Postavičky dívky nakreslily a vystříhly z papíru nebo knížky. Legenda o pravosti fotografií a existenci skřítků vydržela až do roku 1981. Na motivy těchto fotografií vznikla v devadesátých letech v Hollywoodu film *FairyTale – A True Story* (1997).

#### 3.4.2 Fotomontáž, retuš

Zprvu šlo o prostředek k vylepšení záběru, aby více odpovídal představě fotografa. Netrvalo však dlouho a tyto metody se začaly zneužívat k oklamání diváka. Využívají je především v totalitních zemích, komunisté a nacisté, také v současné době.

Politická retuš je silný nástroj pro ovlivnění historie, z fotek mizí nežádoucí osoby, nápisy i předměty. Nebo naopak lidí přibývá, jak tomu bylo na fotografii prezidenta Antonína Zápotockého, kde hovoří z balkonu na dav lidí pod ním. Tento dav byl použitý z jiné fotografie.

V české republice se politická retuš objevovala hodně v období normalizace, kdy byla cenzura velmi rozšířená. Z tohoto období je známá fotografie Klementa Gottwalda, při

projevu na Staroměstském náměstí, ze které byl později odretušován ministr zahraničí Vlado Clementis, který byl odsouzen k trestu smrti. Nezmysel tím jen z fotografie, ale i povědomí. Podobných případů je nespočetné množství, především z období kdy byl u moci Adolf Hitler.

### 3.4.3 Současnost

Opačný přístup ke zvýšení prodejnosti pomocí manipulace fotografií měl roku 2003 časopis Týden. Na jeho obálce vyšla fotografie, na které se líbá současný prezident Václav Klaus a exprezident Václav Havel. V článku bylo popsáno, jak taková montáž vzniká. Tvůrci uvedli, že se snažili vymyslet co nejabsurdnější situaci a uměle ji vytvořit. Čtenáři tak byli zábavnou cestou poučení o možnostech manipulace fotografií.



Obr. 16: Obálka časopisu Týden, č. 50, s. 3, 2003 [1]

V současné době může být manipulace fotografií záležitostí menších, nebo začínajících novin/časopisů, které chtějí za každou cenu čtenáři předložit něco exkluzivního. Většinou se ale na manipulaci s fotografiemi přijde, protože jde pouze o jeden zdroj takových obrazových informací. Ve většině velkých časopisů není na úpravy čas, snad jen základní

úprava kontrastu nebo barevnosti, ale pouze v malé míře neovlivňující obsah sdělení. I to však může být problém.

Právě taková věc se stala roku 2009. Díky současnému českému umělci původem z Lotyšska, Ivarsi Gravlejsovi, který se během své práce foto-reportéra v českých novinách Deník bavil tím, že cíleně měnil detaily na fotografiích pomocí Photoshopu. Jak sám řekl, nechtěl dělat zásahy do fotografií natolik závažné, aby změnili kontext. Šlo o klonování knoflíků na oblečení, vkládání nápisů na oblečení (i sprostých) nebo zdi, čísel, tetování, vytváření dálničních kolon apod. Cílem jeho projektu, který nazval „Moje Noviny“ bylo vytvořit absurdní manipulaci s obrazem a manipulovat tak média.



Obr. 17: *Moje Noviny*, I. Gravlejs, *Deník*, 2009 [46]

### 3.4.4 Pavel Ryšlink, šéfredaktor

V rámci této práce bylo nutné získat informace přímo u zdroje bulvárního tisku. Osmého Března letošního roku se proto uskutečnila schůzka s Pavlem Ryšlinkem, šéfredaktorem časopisu Blesk pro Olomoucký kraj.

Na mé dotazy ohledně bulvárního tisku a jeho metod odpovídal shovívavě, přesto mi poskytl pár zajímavých informací. Jako šéfredaktor Blesku do něj přispívá nejen články, ale zároveň pořizuje z daných míst sám fotografie. Během této práce v terénu si vytváří portfolio, které jsou povinni fotografové v Blesku mít, aby v případě nutnosti nemuseli objednávat a platit fotografie z fotobank a jiných webů.

V redakci také není odborník na marketing nebo chování čtenářů, který by určoval skladbu, umístění fotografií a sled informací v novinách, jak jsem si původně myslela. Z toho lze vyvodit, že tyto noviny se řídí už roky jednou prověřenou šablonou.

V současné době čtenáře nejvíce zajímají celebrity, tragédie, osobní příběhy čtenářů, nemoci a další obvyklá bulvární témata. Blesk se snaží ještě více přiblížit svým čtenářům tak, že se z něj stává něco jako „Lidový rádce“. Objevují se v něm rubriky, které radí jak se bránit exekuci nebo nabízejí právní pomoc.

Tato rádobý snaha přiblížit advokátní, nebo jiné služby nižším sociálním vrstvám, není opět nic jiného než promyšlený tah zacílený na tyto sociální vrstvy, které Blesk hodně kupují. Informacemi odborného rázu, avšak pouze částečnými a navíc velmi stručnými, se nelze při řešení takových zásadních situací řídit.

Na otázku dostatečného ověřování informací odpověděl p. Ryšlink jednoznačně - veškeré informace se pečlivě prověřují. Jako důkaz uvedl fakt, že Blesk je časopis s nejmenší účastí na soudních jednáních. Jak jsem později zjistila, sám Ryšlink byl roku 2001 obviněn z pomluvy a útoku na státní orgán. Policie obvinila Pavla Ryšlinka z toho, že napsal pro Blesk jednostranný a neobjektivní článek ve věci tzv. Olomoucké kauzy.

Tato kauza se týká organizovaného zločinu a jeho provázaností mezi policií, státní správou a tajnými službami. Pavel Ryšlink se zde zastal svého kolegy Zdeňka Zukala, který měl vytvářet na objednávku obžalovaného podnikatele Oldřicha Přikryla reportáže pro televizi NOVA. Údajně diskreditovali jeho bývalého obchodního partnera a policisty, kteří kauzu vyšetřovali. Ryšlink měl v článku uvést nepravdivé údaje o Zdeňku Zukalovi a poškodit tak dobré jméno Vladimíra Zeithamtla. [27] [47]

Pavel Ryšlink je vystudovaný keramik, stejně tak jako mnozí další bulvární žurnalisté, nemá žádné vzdělání v daném oboru. Takoví žurnalisté v redakci mohou, stejně jako Ryšlink, zastávat více různorodých funkcí. Prakticky to znamená, že články jsou vytvářeny žurnalisty laiky, a logicky tedy nemohou sloužit ke vzdělávání čtenáře. To však ani není účelem bulvárních novin. Chybí zde sice odborníci, kteří by mohli úroveň novin pozdvihnout až na kvalitní tisk. Bulvární noviny však nemají důvod svou strategii měnit, jejich čtenáři nemají zájem se o články hlouběji zajímat. To samé platí o fotografiích používaných v bulvárním tisku. Jen stěží bude Blesk číst tak specificky/úzce zainteresovaná skupina, aby dokázala ocenit kvalitu otištěných fotografií. Už jen papír, z kterého se noviny všeobecně vyrábějí, není pro kvalitní tisk fotografií vhodný.



## ZÁVĚR

Bulvární fotografie ve společnosti zaujímá důležité místo, jejím hlavním přínosem je, že během svého vývoje utvářela svým provokativním a pobuřujícím projevem názory lidí na různé události. To, co se ve 30. letech zdálo jako mravně nepřístupné, je dnes běžné. Bulvární fotografie prolomila společenské bariéry a své konzumenty připravuje k trávení dalších kontroverzních námětů. Míra kontroverze se však neustále stupňuje a problémem vyvstává fakt, že pokud se proti takovému médiu sami čtenáři nebo poškozené osoby nezačnou bránit, ztratí bulvární fotografie jakékoliv morální a etické hranice. Už v současné době jsme svědky záměrného zostuzování fyzických osob, pořizováním fotografií bez jejich vědomí, souhlasu a pomocí výrazné obrazové manipulace mění kontext fotografií. Fotografie poskytuje bulvárním žurnalistům silný nástroj pro vytváření skandálů a manipulování masy čtenářů. Takové jednání může mít velmi vážné následky.

Bulvární fotografie a tisk fungují v provázaném vztahu i s televizí, dohromady mají tedy obrovskou sílu konzumenty ovládat. Je to provázaný systém související s informovaností veřejnosti, která však tato média vnímá rozdílně. U bulvárních novin je nespolehlivost jejich informací veřejně známá, ale u televize nikoliv. Část konzumentů tak hrozbu vůbec nevnímá, a stává se „poslušným stádem“.

Bulvární fotografie člověka neobohacuje po duševní ani estetické stránce jako umění, nemá tolik hlubokou funkci. Nutí člověka k zamýšlení spíše nad obsahem než formou, nefunguje bez skandálů, událostí nebo známých osobností. Pokud fotografie není spjata s významnou událostí nebo tragédií, nemá ani nadčasového trvání. I přesto vždy byla a bude i nadále součástí našeho vývoje. Nepředpokládám, že by se bulvár v nadcházejících letech nějak zásadně měnil, snad jen pokud proti němu lidé začnou brojit, bude si muset osvojit nové metody manipulací s informacemi a obcházení zákonů. Nicméně bulvární fotografie vždy byla nástrojem svobodného projevu žurnalistů a svobody slova, záleží pouze na čtenáři, jaký postoj k ní zaujme.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] LÁBOVÁ Alena , LÁB Filip. *Soumrak Fotožurnalistiky?: Manipulace fotografií v digitální éře* .1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 156 s. ISBN 978-80-246-1647-6.
- [2] VERBER, Pavel. *Propaganda a manipulace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. 192 s. ISBN 978-80-7452-015-0
- [3] OSVALDOVÁ Barbora, HALADA Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1
- [4] BEDNAŘÍK Petr, JIRÁK Jan, KÖPPLOVÁ Barbara. *Dějiny Českých médií: Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. 448 s. ISBN 978-80-247-3028-8
- [5] McNAIR Brian. *Sociologie žurnalistiky*. 1.vyd. Praha: Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6
- [6] REIFOVÁ Irena, kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7
- [7] RÖWEKAMP Burkhard. *Hollywood: Malá encyklopedie*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. 192 s. ISBN 80-251-0283-1
- [8] KELLER Judith. *Weegee: Photographs from the J. Paul Getty Museum*. Los Angeles: Getty Publications, 2005. 144 s. ISBN 0-89236-810-1
- [9] ŠEVČÁK Luboš, VOJTEK Juraj, *Dejiny svetového novinárstva I: Dejiny anglického novinárstva*. 1. vyd. Bratislava: Universita Komenského, 1992. 144 s. ISBN 80-223-0535-9
- [10] TOBOLKA Zdeněk, *Kniha: Její vznik, vývoj a rozbor*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1950. 243 s.
- [11] KÖPPLOVÁ Barbara, KÖPPL Ladislav, *Dějiny světové žurnalistiky I: (CELÝ SVĚT JE V NOVINÁCH)*. 1. vyd. Praha: Novinář, 1989. 336 s. ISBN 80-7077-2016-6
- [12] ŠALDA Jaroslav, *Od rukopisu ke knize a časopisu*, 4. vyd. Praha: SNTL, 1983. 1.368 s.
- [13] HVÍŽDALA Karel, *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích*. 1. vyd, Praha: Portál, 2011. 264 s. ISBN 978-80-7367-851-7
- [14] BIČOVSKÝ Jaroslav, HOLUB Milan, *NOVÉ ZNĚNÍ OBCANSKÉHO ZÁKONÍKU*.



- Praha: Právnické a ekonomické vydavatelství a knihkupectví, 1991.
- [15] MLEZIVA Emil, *Diktatura informací: jak s námi informace manipulují*. 1.vyd, Plzeň: Aleš Čeněk s.r.o., 2004. 133 s. ISBN 80-86898-12-1
- [16] BIČOVSKÝ Jaroslav, HOLUB Milan, *NOVÉ ZNĚNÍ OBČANSKÉHO ZÁKONÍKU*. Praha: Právnické a ekonomické vydavatelství a knihkupectví, 1991. str. 25-26
- [17] K. KVÍŽĎALA. *Mardata: vzpoury v žurnalistice*. 1. vyd. Praha: Portál s.r.o., 2011. ISBN 978-80-7367-851-7. s. 32
- [18] REIFOVÁ Irena, kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 s. 256
- [19] McNAIR Brian. *Sociologie žurnalistiky*. 1.vyd. Praha: Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6 s. 116-120
- [20] REIFOVÁ Irena, kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 s. 181
- [21] REIFOVÁ Irena, kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 s. 326
- [22] K. KVÍŽĎALA. *Mardata: vzpoury v žurnalistice*. 1. vyd. Praha: Portál s.r.o., 2011. ISBN 978-80-7367-851-7 s. 89
- [23] OSVALDOVÁ Barbora, HALADA Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1 s.125
- [24] OSVALDOVÁ Barbora, HALADA Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1 s. 44
- [25] Halftone: History.*Halftone* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/Halftone.html>
- [26] History of Art: History of Photography. In: *History of Art* [online]. 2011 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: [http://www.all-art.org/history658\\_photography13-10.html](http://www.all-art.org/history658_photography13-10.html)
- [27] Idnes.cz: Zprávy. IDNES, ČTK. *Idnes.cz* [online]. 2002 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/soudce-v-kauze-zukal-je-podjaty-d3c-/krimi.aspx?c=A011218\\_114259\\_olom\\_cernakr\\_kot](http://zpravy.idnes.cz/soudce-v-kauze-zukal-je-podjaty-d3c-/krimi.aspx?c=A011218_114259_olom_cernakr_kot)
- [28] Syndikát novinářů: České republiky. SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČR. *Syndikát novinářů: České republiky* [online]. 2008 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://syndikat->

novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex

- [29] Pohlednice: Bučovice. *Pohlednice* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.pohlednice-bucovice.cz/fotoalbum/svetlotisky/>
- [30] Kontroverze: Galerie Rudolfinum. *Kontroverze* [online]. 2011 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.galerierudolfinum.cz/cs/exhibition/kontroverze-pravni-eticka-historie-fotografie>
- [31] Mail Online: Did U.S. magazine Photoshop a baby bump onto the Duchess of Cambridge's body? d-U-S-magazine-Photoshop-baby-bump-Duchess-Cambridges-body.html#ixzz2TkIVehvK Follow us: @MailOnline on Twitter | DailyMail on Facebook. *Did U.S. magazine Photoshop a baby bump onto the Duchess of Cambridge's body?* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2205745/Did-U-S-magazine-Photoshop-baby-bump-Duchess-Cambridges-body.html>
- [32] Daily News: Kate Middleton gets Photoshop treatment on cover of Marie Claire South Africa. *Kate Middleton gets Photoshop treatment on cover of Marie Claire South Africa* [online]. 2012 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.nydailynews.com/entertainment/gossip/kate-middleton-photoshop-treatment-cover-marie-claire-south-africa-article-1.1116253>
- [33] E15 Euro: Konsekvence žlutého hříchu. *E15 Euro* [online]. 2011 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://euro.e15.cz/archiv/konsekvence-zluteho-hrichu-827434>
- [34] Iconic photos: Bismarck on his deathbed. *Iconic photos* [online]. 2009 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://iconicphotos.wordpress.com/2009/07/08/bismarck-on-his-deathbed/>
- [35] Vyplnto: Český bulvár, kdo a proč ho čte. *Vyplnto* [online]. 2012 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/cesky-bulvar-kdo-a-proc-ho-c/>
- [36] Abccr: Periodický tisk. *Abccr* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterYear=2012&filterMonth=1>
- [37] Abccr: Periodický tisk. *Abccr* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=2&filterYear=2012&filterNamePublisher=&filterType=&filterName->

Title=&filterGenre=

- [38] Median s.r.o.: Výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj software. *Median s.r.o.* [online]. 1993 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=8>
- [39] *Data Idnes*. 2011. Dostupné z: [http://data.idnes.cz/soubory/mafra\\_all/A120214\\_TVE\\_D1134.PDF](http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A120214_TVE_D1134.PDF)
- [40] *Unievydavatelů: Mediaprojekt*. 2010 - 2011. Dostupné z: <http://www.unievydavatelů.cz/Upload/900.pdf>
- [41] Blesk: Exkluzivně: Ornella Štiková se s matkou Monikou svlékla pro Blesk. *Blesk: Exkluzivně: Ornella Štiková se s matkou Monikou svlékla pro Blesk* [online]. 2013 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/189632/exkluzivne-ornella-stikova-se-s-matkou-monikou-svlekla-pro-blesk.html>
- [42] Protibulvaru. *Protibulvaru* [online]. 2009 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: [www.protibulvaru.cz](http://www.protibulvaru.cz)
- [43] Lupa: Michal Viewegh a Marek Vašut přišli s iniciativou protibulvaru.cz. *Lupa* [online]. 2009 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/protibulvaru-cz/>
- [44] Blesk: Po Zlíně se toulal medvěd: Měli jsme ho na zahradě!. *Blesk* [online]. 2012 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/182951/po-zline-se-toulal-medved-meli-jsme-ho-na-zahrade.html>
- [45] Aha!: Nahá Jiřina Bohdalová - Co fotky neprozradily... *Aha!* [online]. 2008 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/25658/naha-jirina-bohdalova-co-fotky-neprozradily.html>
- [46] Ivars Gravlejs: Noviny. *Ivars Gravlejs* [online]. 2009 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: <http://ivarsgravlejs.com/pages/noviny001.htm>
- [47] Blesk: Policie podezřívá novináře z pomluvy. *Blesk* [online]. 2001 [cit. 2013-05-19]. Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/policie-podezriva-novinare-z-pomluvy-d85-/krimi.aspx?c=A010411\\_145815\\_olom\\_cernakr\\_kot](http://zpravy.idnes.cz/policie-podezriva-novinare-z-pomluvy-d85-/krimi.aspx?c=A010411_145815_olom_cernakr_kot)
- [48] Having a look at History of Graphic Design: The Application of Photography to Printing. *Having a look at History of Graphic Design* [online]. 2012 [cit. 2013-05-

- 20]. Dostupné z:  
<http://havingalookathistoryofgraphicdesign.blogspot.cz/2012/04/application-of-photography-to-printing.html>
- [49] Fototernet: Bismarck a halottas ágyán. *Fototernet* [online]. 2012 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: <http://fototortenet.blogspot.cz/2012/09/bismarck-halottas-agyan.html>
- [50] Geocatching: Vlakové neštěstí u Spálova. *Geocatching* [online]. 2010 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: [http://www.geocaching.com/seek/cache\\_details.aspx?guid=ca71a000-d4a6-4f07-b8b1-542a8fae31cf](http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=ca71a000-d4a6-4f07-b8b1-542a8fae31cf)
- [51] Galerierudolfinum: soukrome kontroverze. *Galerierudolfinum* [online]. 2011 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: [http://www.galerierudolfinum.cz/files/upload/attachments/2011/09/21/TISK-pracovni\\_listy.pdf](http://www.galerierudolfinum.cz/files/upload/attachments/2011/09/21/TISK-pracovni_listy.pdf)
- [52] Rozhlas.cz: Britský deník The Sun zveřejnil snímky nahého prince Harryho. *Rozhlas.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z:  
[http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/\\_zprava/britsky-denik-the-sun-zverejnil-snimky-naheho-prince-harryho--1102294](http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/_zprava/britsky-denik-the-sun-zverejnil-snimky-naheho-prince-harryho--1102294)

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1: A Scene in Shantytown, Henry J. Newton, 4. 3. 1880 [48].....	14
Obr. 2: Pohled, technika světlotisk, 1823 [29 ].....	14
Obr. 3: Ornella Štiková se svou matkou, Blesk Tv magazín, leden 2013 [41].....	23
Obr. 4: Mapa s přehledem čtenosti deníků v českých krajích [40].....	34
Obr. 5: Graf, www.vyplnto.cz [35].....	34
Obr. 6: Fotografie zesnulého O. Bissmarca, W. Wilcke, M. Priester, 1989 [49].....	38
Obr. 7: Fotografie zesnulého Bissmarcka ve Frankfurte Illustrierte, 1952 [34].....	39
Obr. 8: Nahý princ Harry, deník The Sun, 2012 [52].....	40
Obr. 9: Kate s tělem jiné modelky, Marie claire, 2012 [32] .....	41
Obr. 10: „těhotná“ Kate, Star magazine, 2012 [31].....	41
Obr. 11: G. Bush a M. Thatcherová , grafik W. J. Michell, 2001 [1].....	43
Obr. 12: Vlakové neštěstí, 1990 [50].....	44
Obr. 13: Ruka, Todd Maisel, 11. 9. 2001 [51].....	45
Obr. 14: Medvěd ve Zlíně, Blesk.cz, 2013 [44].....	46
Obr. 15: Obálka časopisu Týden, č. 50, s. 3, 2003 [1].....	48
Obr. 16: Moje Noviny, I. Gravlejs, Deník, 2009 [46].....	49