

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Pavla Kovářová

**Komparativní analýza titulních stran
časopisu Respekt a Reflex v období roku
2009-2010 (textová a sémiotická komparace)**

Bakalářská práce

Praha 2011

Autor práce: **Pavla Kovářová**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, CSc.**

Rok obhajoby: 2011

Bibliografický záznam

KOVÁŘOVÁ, Pavla. *Komparativní analýza titulních stran časopisu Respekt a Reflex v období roku 2009–2010 (textová a sémiotická komparace)*. Praha, 2011. 70 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Abstrakt

Bakalářská práce „Komparativní analýza titulních stran časopisu Respekt a Reflex v období roku 2009–2010 (textová a sémiotická komparace)“ se zabývá sémiotickým rozborem titulních stran dvou týdeníků s podobným zaměřením ve stejném období. Vybraný vzorek obsahuje pět titulních stran každého z těchto časopisů, na kterých jsou zobrazeny české politické osobnosti. Na základě prvních dvou částí vysvětlujících teoretickou podstatu sémiotiky jako vědy a představujících předmět analýzy, v praktické části tato práce podrobuje titulní strany analýze, jejímž cílem je celková komparace obou časopisů z hlediska sdělovacího záměru, konstrukcí reality a jejich práce s mýty a stereotypy. Obrazový a jazykový kód je zkoumán z hlediska denotace, konotace a vyplývajících novodobých mýtů. V současném mediálním diskurzu se zabývá interpretací znaků a symbolů, dekodováním skrytých významů a vztahem k dominantní ideologii v konstruktech reality. Pozornost je zaměřena na techniku fotomontáže u Reflexu a kresby u Respektu, kompozici, barevnost a používání stereotypů. Výsledek analýzy prokazuje shodný přístup obou týdeníků k dominantní ideologii, ale rozdílný přístup ke konstrukcím reality a vytváření sdělovacího záměru, jež vychází právě ze způsobu zpracování.

Abstract

Bachelor thesis „A comparative analysis of cover pages of magazines Respekt and Reflex in the period of 2009 - 2010 (textual and semiotic comparison)” deals with semiotic analysis of the cover pages of two similar weekly magazines in the same period. Research sample includes five covers of each magazine which shows Czech political figures. The first part of this thesis it describes the theoretical essence of semiotics. The second one is about magazines and theory of cover. In practical part analyses the covers of both magazines with the aim of overall comparison in terms of their communicating intentions, construction of reality and its work with myths and stereotypes. Visual and language codes are studied in terms of denotation, connotation and implied postmodern myths. In the recent media discursus has been interpreting signs and symbols, decoding the hidden meanings and perceptions of the dominant ideology in the construct of reality. Attention is focused on the design of Reflex’ photomontage and Respekt’s drawing, as well as on composition, colors and using stereotypes. Result of analysis shows a consistent approach of both magazines to the dominant ideology, but a different approach to construct reality and creating the communication plan, which comes just from the way of processing.

Klíčová slova

analýza, sémiotika, znak, kód, mýtus, stereotyp, časopis, titulní strana, Reflex, Respekt

Keywords

analysis, semiotics, sign, code, myth, stereotype, magazine, cover, Reflex, Respekt

Rozsah práce: 89 125 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 17.5.2011

Pavla Kovářová

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce																
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:																
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Kovářová Pavla	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Univerzita Karlova v Praze</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">10-06-2010</td> <td style="text-align: right;">-1-</td> </tr> <tr> <td>Cj.</td> <td>Priloh:</td> <td>Skartační heslo:</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze			Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	10-06-2010	-1-	Cj.	Priloh:	Skartační heslo:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova v Praze																
Fakulta sociálních věd																
Došlo dne:	10-06-2010	-1-														
Cj.	Priloh:	Skartační heslo:														
Přiděleno:																
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2008																
E-mail diplomantky/diplomanta: Ugina_1@centrum.cz																
Studijní obor/typ studia: Mediální studia																
Předpokládaný název práce v češtině: Komparativní analýza titulních stran časopisu Respekt a Reflex v období roku 2009 - 2010 (textová a sémiotická komparace)																
Předpokládaný název práce v angličtině: Comparative analysis of cover pages of magazines Respekt and Reflex in the period of 2009 - 2010 (textual and semiotic comparison)																
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012) LS 2010/2011																
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Tématem práce je textová a sémiotická analýza titulních stran časopisu Respekt a Reflex v období roku 2009 a 2010, na kterých jsou převážně vyobrazeni čeští politici. Titulní strana zásadně ovlivňuje úspěšnost prodeje časopisu. Reflex a Respekt konstruuji své titulní listy v soutěži o srovnatelná publika a v rámci sémiotické tradice, kterou si oba časopisy vybudovaly jako identifikační. Reflex využívá převážně koláže a fotomontáže, naproti tomu Respekt většinou kresby. Každý z těchto způsobů vytváření titulních stran má své možnosti dané syntaxí, sémantikou a pragmatikou použitých sémiotických kódů, stejně jako sdělovacím záměrem, který je pro oba časopisy prototypický. Cílem rozboru jednotlivých titulních stran je dekodování skrytých významů, interpretace symbolů a porovnání odlišností či podobností z hlediska stereotypizace, heterostereotypizace a archetypizace zobrazovaných politiků, stejně jako z hlediska uplatnění purifikační role mýtů.																
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod - cíl práce a metody, které hodlám použít, dále bych popsala teorie autorů, ze kterých bych ráda vycházela (Barthes, Saussure, Eco). Historie - v této kapitole bych se zabývala historií a principy sémiotiky – znaky, kódy, symboly, mýty a podobně. Média – charakteristiky časopisů použitých k analýze Vlastní analýza – rozbor jednotlivých titulních stran časopisů Respekt a Reflex Závěr – vyhodnocení – na co je kladen důraz - kompozice, barvy, asociace; jaké významy jsem odkryla a jak je interpretuji; jaké stereotypy jsou nejčastěji využívány; odlišnosti v interpretacích podle stylu grafické úpravy titulních stran obou časopisů (koláže / kresby) apod.																
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován): Vybraná čísla časopisu Respekt z roku 2009-2010 a časopisu Reflex z roku 2009-2010																
Postup (technika) při zpracování materiálu: Titulní strany budou podrobeny textové a sémiotické analýze jak z hlediska použitých kódů (strukturalistická tradice), tak z hlediska komunikativní interakce a konstruování reality (postmoderní kvalitativní využití obou metod).																
Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků): Roland Barthes: Mytologie (Dokořán 2004, originál: Mythologies, překlad: Josef Fulka) Jedno																

z nejvýznamnějších Barthesových děl. Autor se zamýšlí nad některými dobovými aspekty konzumní společnosti. Aplikuje sémiologický přístup na konkrétní kulturní jevy.

Jiří Černý, Jan Holeš: Sémiotika (Praha, Portál 2004) Kniha vymezuje obor sémiotiky jako vědy o znakových systémech. Objasňuje základní pojmy a stanoví předmět zkoumání, všímá si vývoje a metod studia. Sémiotika se především věnuje nejdůležitějšímu typu znaků, a to znakům jazykovým. Na příkladech je ukázáno fungování těchto systémů

Jarmila Doubravová: Sémiotika v teorii a praxi (Praha, Portál 2002) Znakům pomáhá porozumět sémiotika - věda zabývající se znaky a zároveň metoda užívaná mnoha jinými vědami. Zahrnuje sémantiku, zabývající se vztahem označování, syntaktiku, zkoumající vztahy mezi znaky, a pragmatiku, zabývající se vztahy mezi označením a uživatelem. Stručný úvod představuje základní principy oboru s důrazem na jeho historický vývoj ve světě i u nás, rozdílná pojetí a otevřené otázky i aplikace v hudební teorii, propagandě apod.

Jan Jiráček, Blanka Říhová: Politická komunikace a média (Karolinum, Praha 2000) Sborník zkoumá vztah politické komunikace a masmédií coby specifickou symbolickou interakci v rámci rozhodovacího procesu.

Roman David: Politologie. Základy společenských věd (Nakladatelství Olomouc, Olomouc 2003) Obsahuje aktuální politickoteoretickou problematiku, ukázky z děl našich i světových politologů, filosofů a spisovatelů. Je doplněna významnými dokumenty.

Jan Jiráček: Medializace jako strašák politiky. In Kabele, Jiří - Mlčoch, Lubomír (eds.). Institucionalizace (ne)odpovědnosti, globální svět, evropská integrace a české zájmy (Karolinum, Praha 200, s. 203-206) Sborník článků ze stejnojmenné konference Institucionalizace (ne)odpovědnosti, globální svět, evropská integrace a české zájmy

Pavel Reisenauer: 209 kreseb a 33 obrazů (Respekt Publishing, Praha 2008) Kniha představuje výběr z kreseb a obrazů posledních zhruba šesti let. Pravidelní čtenáři Respektu vědí, že Reisenauerovy ilustrace bývají provázány s obsahem článků, ke kterým se vztahují. Chtějí-li si kresby plně vychutnat, je jim známo, že ve výtvarné i textové složce musí hledat spojující prvky, nacházet vysvětlení, jinotaje i autorovy fantazie.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

Sémiotická analýza fotografií na titulní straně časopisu Týden (HB – 1023)

Srovnávací sémiotická analýza titulních fotografií časopisu Týden a Newsweek (HB – 1800)

Datum / Podpis studenta/ky

.....


TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

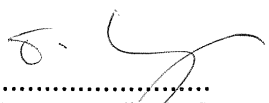
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.


Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPIÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

ÚVOD	3
1. SÉMIOTIKA	5
1.1 HISTORIE.....	5
1.2 MODERNÍ SÉMIOTIKA	7
1.3 ZNAKY A ZNAKOVÉ SYSTÉMY	8
1.3.1 <i>Ferdinand de Saussure</i>	9
1.3.2 <i>Charles Sanders Peirce</i>	12
1.3.3 <i>Kódy</i>	16
1.4 MÝTY, STEREOTYPY	17
1.4.1 <i>Roland Barthes</i>	18
2. ANALYZOVANÁ MÉDIA	21
2.1 ČASOPIS JAKO MÉDIUM	21
2.2 FUNKCE OBÁLKY ČASOPISU.....	22
2.3 PROFIL ČASOPISU REFLEX	23
2.4 PROFIL ČASOPISU RESPEKT	24
2.5 METODA.....	25
3. PRAKTICKÁ ČÁST – ANALÝZA	27
3.1 ANALÝZA TITULNÍCH STRAN ČASOPISU REFLEX.....	27
3.1.1 <i>Reflex č. 33/2009</i>	28
3.1.2 <i>Reflex č. 35/2009</i>	31
3.1.3 <i>Reflex č. 1/2010</i>	34
3.1.4 <i>Reflex č. 10/2010</i>	37
3.1.5 <i>Reflex č. 16/2010</i>	40
3.2 ANALÝZA TITULNÍCH STRAN ČASOPISU RESPEKT	42
3.2.1 <i>Respekt 35/2009</i>	43
3.2.2 <i>Respekt č. 38/2009</i>	46
3.2.3 <i>Respekt č. 13/2010</i>	49
3.2.4 <i>Respekt č. 22/2010</i>	52

3.2.5	<i>Respekt č. 23/2010</i>	55
3.3	KOMPARACE	56
	ZÁVĚR	59
	SUMMARY	62
	PRAMENY	63
	POUŽITÁ LITERATURA	63
	INTERNETOVÉ ZDROJE	65
	SEZNAM PŘÍLOH	66
	PŘÍLOHY	67

Úvod

Téma své bakalářské práce „Komparativní analýza titulních stran časopisů Respekt a Reflex v období roku 2009 – 2010 (textová a sémiotická komparace)“ jsem si vybrala na základě svého zájmu o sémiotiku a s ní související metody analýzy odkrývající více či méně skryté významy sdělení a jejich intence.

Pro tuto práci jsem zvolila vzorek pěti vybraných titulních stran dvou časopisů. Jeden z nich patří do skupiny společenských týdeníků (Reflex) a druhý do skupiny zpravodajských týdeníků (Respekt). Vzorky jsou vybrány z období dvou let, během nichž se média mimo jiné zaměřovala na politické dění vzhledem k nastávajícím volbám do poslanecké sněmovny.

Každý z těchto časopisů má svůj prototypický způsob a styl vytváření titulní strany. Mým záměrem je v rámci sémiotického paradigmatu popsat denotace, konotace a způsoby konstrukce významů vyplývající z vybraných titulních stran. Metodou zkoumání je tedy kvalitativní sémiotická analýza aplikovaná na nejvíce exponovanou část týdeníků zahrnující obrazovou a textovou složku, jejíž charakter je polysémní. Předmětem pozornosti pro komparaci budou různé aspekty týkající se kompozice, techniky (umělecké), symboliky, syntaxe a dobového kontextu. Cílem práce je na základě interpretace a dekodování sdělovacího záměru porovnat tyto aspekty a zjistit podobnosti či odlišnosti konstruování reality v současném mediálním diskurzu zahrnujícím oblasti stereotypizace, archetypizace a mýtů. Zběžným pohledem na titulní strany, který má rovněž k dispozici i potencionální čtenář u stánku s tiskem, se oba časopisy zdají být totožné z hlediska zaměření, a tudíž i povahy jako zprostředkovatele mediálních produktů. Výsledek analýzy by měl tuto hypotézu potvrdit nebo vyvrátit.

Práce je rozdělena na tři oddíly. Začíná teoretickou částí, v níž je vysvětlena podstata sémiotiky jako vědy, dále se zde zabývám historickým vývojem s uvedením hlavních osobností a směrů, jejichž poznatky a přínosy se významně podílely na vzniku sémiotiky. Pokračuje vymezením počátku vývoje moderního pojetí s vysvětlením hlavních pojmů, jakými jsou znak, kód, mýtus a stereotyp. Samostatné kapitoly také věnují stěžejním představitelům sémiotiky a jejich teoriím. K rozboru teorií hlavních mi jako zdroj informací posloužily především tři knihy: Kurs obecné lingvistiky vysvětlující podstatu bilaterálního pojetí jazykového znaku Ferdinanda de Saussura, Sémiotika uspořádaná Bohumilem Palkem, jež zde představuje podrobný

výklad unilaterálního pojetí znaku Charlese Sandersa Peirce v oddílu Grammatica Speculativa a Mytologie Rolanda Barthesa, především stať Mýtus dnes.

V další kapitole se zabývám analyzovanými médii v širším kontextu – časopisem a významem titulní strany. Poté konkrétními profily zkoumaných týdeníků. Kapitulu končím podrobnějším výkladem metody rozboru aplikované na titulní stranu.

Stěžejním oddílem je třetí kapitola, jež představuje praktickou část celé práce. Postupně jsou zde analyzovány vybrané titulní strany obou časopisů. Pro lepší přehlednost jsem se rozhodla zařadit přílohy do textu a na konci práce jsou zařazeny jen jako rekapitulace sloužící k ucelenému přehledu. V samotném rozboru je kladen důraz na rovinu denotace a z ní vyplývající konotace, dále na symboliku a poukázání na propojení významu s titulkem a nakonec na použití stereotypů, archetypů a mýtů. Po analýzách následuje porovnání obou časopisů, jež je zaměřeno na rozdíly vycházející z techniky zpracování, kompozice a práce s mýty a stereotypy.

V závěru jsou shrnuty výsledky, ke kterým jsem na základě analýzy a komparace dospěla.

Jako další důležité zdroje ke zpracování tématu mi posloužily následující knihy: Sémiotika od Jiřího Černého a Jana Holeše a Sémiotika v teorii a praxi od Jarmily Doubravové podávají ucelený pohled na tuto vědu, její vývoj a předmět zkoumání. Monografie Média a společnost Jana Jiráka a Barbary Köpplové poskytla informace z oblasti mediální komunikace. Vzhledem k dostačujícím informacím z výše zmíněných publikací, jsem upustila od původního záměru vycházet z Teorie sémiotiky Umberta Eca.

1. Sémiotika

Sémiotika je obecně pokládána za nauku o znacích a znakových systémech, která se postupně od starověku vytvářela z filozofie a postupem času i jiných věd (jazykovědy, logiky, psychologie atd.). Podle Jarmily Doubravové je otázkou, zda se jedná o obor či metodu nebo snad obojí.¹ Její předmět má interdisciplinární povahu s možností transdisciplinárního pojetí. „*Původně se sémiotika rozvíjela především jako metoda analýzy přirozeného jazyka jako systému znaků nesoucích význam (...) postupem času začala analyzovat i projevy jiných znakových systémů, např. literatury, filmu, fotografie či televize*“.² O sémiotice tedy můžeme mluvit jako o oboru, pokud se zabývá zkoumáním znaků z hlediska jejich existence a členění, a o metodě, pokud se jedná o sémiotickou analýzu specializovaných oblastí, tedy filmu, fotografie, architektury atd.

Podle psychologa Jeana Piageta lidé disponují sémiotickou funkcí, která se postupně vyvíjí. Podle něj se lidé rodí jen se sacím reflexem do blízkého času a prostoru, který je vývojem rozšiřován a decentralizován. Projevem sémiotické funkce je znak.

1.1 Historie

Jak zmiňuje Jarmila Doubravová, současný představitel americké sémiotiky John Deely se přiklání k myšlence, že „*znalost historie je pro filozofa či teoretika tím, čím je laboratorní experiment pro vědce*“³, proto se v této kapitole budu snažit přiblížit vznik sémiotiky a popsat teorie a přínosy osob, které měly na vzniku a rozvoji této vědy své zásluhy. Prvopočátek prvních úvah o znacích můžeme nalézt ve starověku, i když ještě neměla tento svůj označující termín. Teorii znaků se tak věnovali staří filosofové, např. Demokritos, Platón a jeho žák Aristoteles, který se přikláněl k Platónovu stanovisku a „*uznával, že slova vznikla dohodou mezi lidmi a jejich význam je dán konvencí, nikoli*

¹ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. s. 27

² JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 137

³ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. s. 38

přirozeně⁴ – taková slova pak pokládal za znaky. Za zmínku stojí i římský lékař a filozof Claudius Galenos a jeho použití termínu sémiotiké (dnešní symptomatologie) pro „vědu o příznacích, podle níž se nemoci měly rozeznávat na základě příznaků, které vyvolaly“.⁵ Významnou postavou pro tento obor je však sv. Augustin (359 – 430 n. l.), který se stal autorem první přijatelné definice znaku: „Znak je něco, co nás samo o sobě přivádí na myšlenku o něčem jiném“.⁶ Ve středověku byl patrný spíše vývoj náboženské symboliky. Dle slov Černého a Holeše „Středověk zapomněl na název sémiotiké, avšak vědu o znacích obohatil především rozpracováním teorie symbolů, z nichž většina měla původ v bibli na sklonku předchozího období“.⁷ V tomto období však mezi scholastiky vyvstal starověký spor Platona a Aristotela univerzálie (obecniny). Rozdělili se tak do dvou směrů, podle toho, ke které teorii se přiklíněli. Tím se ve své knize *Sémiotika v teorii a praxi* zabývá i Jarmila Doubravová – Realisté s odkazem na Platona zastávají názor, že univerzálie jsou skutečné věci, „existuje tedy nejen tento člověk, ale člověk vůbec, člověckost, červeň vůbec, nejen červená růže“, a naopak nominalisté se přiklíní k názoru, že univerzálie jsou jen pojmenováním skupin skutečných jednotlivin, tedy nominalismus „považoval obecniny za shrnutí toho, co je na stejných věcech společného (...) Univerzálie jsou tedy pouhými výtvary našeho myšlení, opatřenými jménem“.⁸ Na konci 17. století rozlišuje John Locke tři druhy věd: fyziké, praktiké a sémiotiké (jako vědu o znacích), čímž se stává prvním filozofem, který použil tohoto termínu ve smyslu, jak jej známe dnes.

V 19. století přispěl John Stuart Mill svým rozlišením konotace a denotace „O denotaci mluvíme, když vyjadřujeme, k čemu jméno patří (co pojmenovává) – Konotace se vztahuje k dalším informacím o objektu, které jméno nese (mohou být sociokulturní nebo individuální). Jde např. o asociace, které jméno vyvolává v tom, kdo se s ním setkává“.⁹ Gottlob Friedrich Ludwig Frege přišel s rozlišením významu (Bedeutung – označuje skutečnost, podle S. Milla denotace) a smyslu (Sinn – co je

⁴ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. 160. s. 39

⁵ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 22

⁶ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 23

⁷ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 23

⁸ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. s. 41

⁹ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. s. 44 - 45

vyjádřeno, u S. Milla konotace) u jazykových výrazů, dále odlišením *objektu a pojmu*, přičemž pojem je funkce.¹⁰

1.2 Moderní sémiotika

Přelom 19. a 20. století je začátkem období moderní sémiotiky. Za průkopníky jsou považováni Charles Sanders Peirce, americký filosof, logik a matematik, švýcarský lingvista Ferdinand de Saussure a Charles William Morris, americký logik a filosof.

Morrise sémiotiku člení do tří oblastí: a) *sémantika* (vztah znaků a označovaných předmětů), b) *syntax* (vztahy mezi znaky navzájem) a c) *pragmatika* (vztah znaků a jejich uživatelů). Podle něj *znak* („označující“) zastupuje *denotát*, tedy nějakou realitu, skrze *designát*, jenž je společenskou konvencí.

Peircova triadická koncepce pojetí znaku (index, ikon, symbol) do jisté míry konkuruje de Saussurovu dualistickému pojetí znaku jako jednotě označujícího a označovaného. De Saussure a dílo *Kurs obecné lingvistiky*¹¹ představují jazykovědný strukturalismus, který se stal podkladem evropských lingvistických (strukturalistických) škol. Klade zde důraz na rozlišení *langue* (jazykového systému) a *parole* (mluvy). Je zde věnována zmínka i sémiologii (evropský výraz pro sémiotiku), jež si lze představit jako „vědu, která studuje život znaků v životě společnosti“.¹²

Jelikož je poměrně složité definovat předmět sémiotiky, tedy znak, většina vědců se zatím shoduje na kombinaci definic sv. Augustina doplněné Ch. S. Peircem: „1. *Znak (signum, signans) je něco, za čím se skrývá něco jiného (signatum, referent, věc), a 2. existuje někdo, kdo si takový vztah uvědomuje*“.¹³

Umberto Eco ve své Teorii sémiotiky polemizuje nad pojetím sémiotiky a znaku a dochází k definici: „*Sémiotika je vším, co může být chápáno jako znak. Znak je všechno, co můžeme chápat jako významovou substituci něčeho jiného*“.¹⁴ Dále

¹⁰ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha : Portál, 2002. s. 44 - 45

¹¹ V orig. *Course de linguistique générale* vydali posmrtně Saussurovi žáci jako rekonstrukci jeho přednášek.

¹² DE SAUSSURE, Ferdinand. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 52

¹³ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 16

¹⁴ ECO, Umberto. *Teorie Sémiotiky : A Theory of Semiotics*. Brno : Janáčkova akademie múzických umění, 2004. s. 14

dochází k závěru, že i celá kultura se skládá ze sémiotických jednotek, a když na ni budeme takto pohlížet, můžeme jí pak lépe porozumět.¹⁵

Tím, jak se rozvíjela sémiotika z oblasti zkoumání jazykového systému i na jiné znakové systémy (reklama, televizní formáty, umění, hudba atd.), můžeme říci, že „*Sémiotika se věnuje studiu procesů společenské produkce významů ze znakových systémů (kódů) a jejich užití v komunikační praxi*“.¹⁶

1.3 Znaký a znakové systémy

„*Znak je centrálním pojmem sémiotiky*“¹⁷. Přesná definice znaku neexistuje, takže se musíme spokojit s definicí popsanou výše, ke které dal základ sv. Augustin a doplnil ji Ch. S. Peirce. Znaký jsou nositeli významů. Aniž bychom si to často uvědomovali, setkáváme se s nimi na každém kroku. Každý z nich patří do určitého systému s vlastními pravidly a zákonitostmi. Tyto systémy se nazývají kódy a pro to, abychom znakům správně porozuměli, je třeba, abychom tato pravidla (kódy) znali. „*Obecně platí, že jednotlivé znaký získávají svůj význam prostřednictvím systematických rozdílností, kontrastů a možných voleb, které jsou regulovány lingvistickým nebo znakově systémovým kódem, a dále také prostřednictvím hodnot (pozitivní či negativní valence), jež jsou dány pravidly kultury a znakového systému*“.¹⁸

Pojetím znaku se zabývalo a stále zabývá mnoho vědců, nejvýznamnější jsou však dva koncepty, které jsou dnes pokládány za základ sémiotiky jako obecné vědy o znacích.

¹⁵ ECO, Umberto. *Teorie Sémiotiky : A Theory of Semiotics*. Brno : Janáčkova akademie múzických umění, 2004. s. 37

¹⁶ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 137

¹⁷ JIRÁK, Jan; NEKVAPIL, Jiří; ŠOLTYS, Otakar. *Jazyk ve společenském kontextu*. Praha : Karolinum, 1996. s. 40

¹⁸ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. s. 358

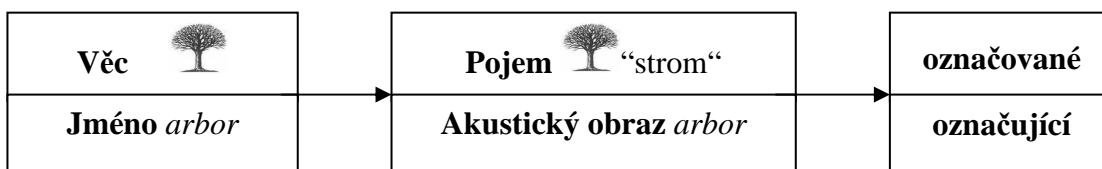
1.3.1 Ferdinand de Saussure

De Saussurovo pojetí znaku popisované v Kursu se vyznačuje dyadickou koncepcí – odlišuje *langue* a *parole*, znak rozděluje na dvě složky. Z hlediska zkoumání vztahů rozděluje synchronní lingvistiku a diachronní lingvistiku.

Vlastností člověka, která slouží k dorozumívání je podle de Saussura *řeč* (*langage*) – je to lidská schopnost *mluvit* (*parole*) prostřednictvím naučeného *jazyka* (*langue*). Odlišuje tedy od sebe mluvu, což je individuální realizace akustického obrazu vytvořeného v naší mysli pomocí pohybů, svalů, orgánů atd. a jazyk jako společenskou instituci nezávislou na jedinci. Obě tyto části se navzájem předpokládají – mluva je zároveň nástrojem i produktem jazyka a naopak, takže „*jazyk je nutný k tomu, aby mluva byla srozumitelná a dosáhla všech svých účinků, mluva je zas nutná, aby se vytvořil jazyk*“.¹⁹

Dále se de Saussure převážně zabývá jazykem jako systémem znaků. Vychází z kritizovaného pojetí jazyka jako nomenklatury, tedy seznamu termínů (jmen) odpovídajících vždy určité věci, a znak upravuje na sjednocení *pojmu* a *akustického obrazu*, protože akustický obraz na rozdíl od věci není fyzické povahy, nýbrž psychické. Znakem je tedy psychická jednota otisku zvuku v mysli odpovídající nějaké empirické entitě. Jelikož ale i zde může nastat nejednoznačnost, kdy znakem může být chápán pouze akustický obraz sám, kde by bylo například určité slovo nositelem pojmu tohoto slova a smyslové představy zároveň, nahrazuje *pojmem* termínem *označované* (signifié) a *akustický obraz* termínem *označující* (signifiant).²⁰ Později byl k de Saussurovu rozdělení přiřazen ještě jeden termín (*denotát, referent*) označující reálný předmět, ten už ovšem není součástí jazykovědného znaku.

Schéma vývoje pojetí de Saussurova znaku



¹⁹ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 54

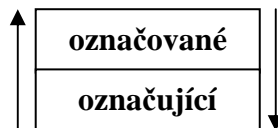
²⁰ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 95 - 97

Takto vymezený znak se vyznačuje dvěma principy:

- 1) arbitrárností, čili „pokud znakem chápeme celek plynoucí z asociace označujícího a označovaného: jazykový znak je arbitrární“.²¹ Jelikož existuje mnoho různých jazyků sloužících k témuž, jedná se tedy o arbitrární vlastnost. Právě množství jazyků nejlépe ilustruje tento princip: idea slova strom s pořadím hlásek s-t-r-o-m, postrádá jakýkoliv vnitřní vztah k označovanému, stejně tak pořadí hlásek t-r-e-e, které znamená totéž v anglickém jazyce. Společenství, které toto „označující“ užívá, jej už nemůže měnit, vztah se stává daným. Arbitrárnost je zřetelná i u znaků písma, protože mezi zvukem a písmenem, které označuje, neexistuje žádný vztah. U Peirce jsou znaky dané konvencí (arbitrární znaky) brány jako *symboly*.²²
- 2) lineární povahou označujícího, která probíhá pouze v čase, tudíž má určitý rozsah a ten je měřitelný v jediné dimenzi: „pronesené označující může probíhat pouze v časové linii, jeho prvky se řadí jeden po druhém, tvoří řetězec. Podobně i písmo je lineární, ale časová linie je zde nahrazena linií prostorovou.“²³

Důležitou součástí konceptu je i *hodnota* jazykového znaku a *význam*. Tyto dva termíny je třeba dle de Saussura rozlišovat. Význam je protipólem akustického obrazu (čili označujícího), významem je tedy pojem (čili označované).²⁴

Schéma znázornění významu podle de Saussura²⁵



Na druhou stranu je celý tento znak (nesoucí význam) protipólem jiných jazykových znaků, kde pak za přítomnosti dalších znaků vyplývá hodnota.

Lze to tedy shrnout tak, že význam vzniká v rámci jednoho znaku, ale hodnota vyplývá až ze srovnání s ostatními znaky systému, které omezují platnost zkoumaného znaku. Není tedy předem dána.

²¹ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 98

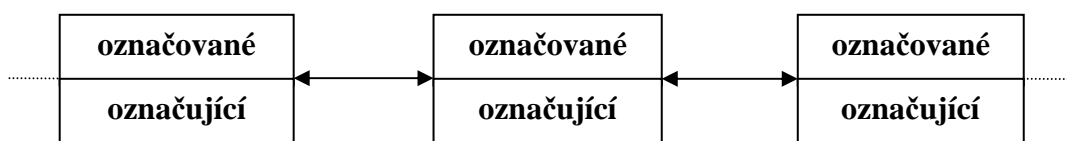
²² ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 42

²³ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 43

²⁴ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 142

²⁵ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 142

Schéma znázornění hodnoty podle de Saussura²⁶



De Saussure uvádí příklad pětifrankové mince²⁷ – abychom určili její hodnotu, musíme znát (a) množství jiné věci, za kterou ji lze vyměnit (chléb, vejce); (b) že ji lze srovnat s podobnou hodnotou stejného systému (jeden frank). I v jiných znakových systémech nacházíme pojmy, které jsou čistě diferenční a jejichž hodnoty plynou ze systému, ne však pozitivně (svým obsahem), ale negativně, tj. jsou vymezeny svými vztahy k ostatním termínům „jejich nejpřesnější charakteristikou je, že jsou tím, čím ostatní nejsou“.²⁸ Jako příklad můžeme použít písmeno *t*, jehož hodnota je vymezena z protikladů určitého sledu písmen a ať je napsáno jakýmkoliv fontem, je důležité nesměšovat ho jinými znaky (písmeny – např. *l* nebo *f*).

Z toho de Saussure vyvozuje, že „v jazyce existují pouze rozdíly bez pozitivních termínů“.²⁹ Netýká se to však už označovaného a označujícího jako celku, jejich kombinace je nyní pozitivním faktem, a pokud porovnáváme dva pozitivní termíny, porovnáváme jejich celky a ty jsou různé (ne rozdílné).

Mezi termíny nalézají de Saussure dva různé vztahy: syntagmatický (*in praesentia*), který se projevuje v mluvě lineárním řazením prvků za sebou (jeden po druhém) v nějakém rozsahu. Znemožňuje vyslovení dvou prvků současně. Hodnota pak vyplývá z postavení v řadě pod vlivem těch prvků, které stojí okolo. Druhý vztah je asociativní (*in absentia*) a ten vzniká v mozku jedince.³⁰ Na základě toho, co slyší, si vybavuje různé množství asociací, jejichž rozsah je individuální. Tudíž „zatímco syntagma vyvolává okamžitě představu pořadí a určitého počtu prvků, termíny asociativní čeledi nevystupují ani v určitém množství, ani v určeném pořadí“.³¹

²⁶ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 142

²⁷ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 143

²⁸ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 148

²⁹ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 148

³⁰ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 151

³¹ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha : Academia, 1996. s. 155

Výše popsané hodnoty, významy a vztahy patří z hlediska strukturalismu do zkoumání synchronní lingvistiky, která se zabývá obecnými vlastnostmi znaku a zkoumá určitý stav jazyka v některém úseku zatíženým minimálními změnami. Oproti tomu diachronní lingvistika zkoumá proměnlivost jazyka v čase.

1.3.2 Charles Sanders Peirce

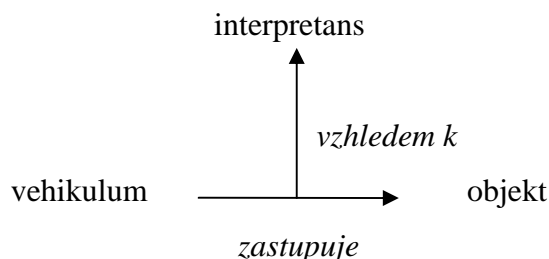
Peircovo pojetí znaku se na rozdíl od de Saussurova vyznačuje triadickou koncepcí a na celý problém nahlíží z úhlu logiky. Rozlišuje 3 triády základní klasifikace znaků. Nejznámější z nich je jeho dělení znaků na ikony, indexy, symboly; také samotný znak je trojčlenný. „Podle Peirce je znakem něco, co zastupuje něco jiného vzhledem k něčemu dalšímu“.³² Celá Peircova filosofická koncepce sémiotiky je založena třech kategoriích – *prvosti*, která je předpokladem *druhosti* a *třetosti*, která předpokládá druhé a tím i prvé.

- 1) *Prvost (firstness)* – je idea, působení samo o sobě nezávislé na čemkoliv jiném, něco bezpříznakového.
- 2) *Druhost (secondness)* – odpovídá existenci, předpokládá nějaké prvé se vztahem k druhému, aniž by zde existovalo nějaké třetí (pravidlo, zákon). Tvoří dyádu o dvou objektech – *b* existuje za předpokladu, že existuje i *a*. Druhost odpovídá de Saussurovu konceptu znaku.
- 3) *Třetost (thirdness)* – je pravidlo nebo zákon, který spojuje prvé s druhým. Je to tedy triáda, jejímž klasickým příkladem je Peircův znak. Třetost je produktem myšlení a je reprezentována.

Podle zmíněného principu by tedy Peircův znak měl následující schéma, jež odvozuje Palek:

³² PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry*. Praha : Karolinum, 1997. s. 8

Schéma znaku podle Peirce³³



kde vehikulum jako nositele významu zastupuje objekt a toto zastoupení vyvolává v interpretovi ideu.

Pojetí znaku podle Peirce vyjadřuje sémiotický Ogdenův-Richardsův trojúhelník, jenž se stal základem i pro další vědce, kteří jej postupně doplňovali.


Ogdenův-Richardsův trojúhelník reference (publikovaný v *The Meaning of Meaning*)³⁴



Pro vrchol označený *symbol* Peirce používá termín *representamen* (resp. vehikulum), což odpovídá formě znaku. Může jím být vyslovené nebo napsané slovo (u de Saussura – *označující*). *Referent* nazývá Peirce jako *objekt* (tj. mimojazyková

³³ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry*. Praha : Karolinum, 1997. s. 9

³⁴ JUHAŇÁK Libor. Lingvistické a sémiotické pojmy a problémy související se SJ. *Inflow: information journal* [online]. 2008, roč.1, č. 10 [cit. 2011-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.inflow.cz/lingvisticke-semioticke-pojmy-problemy-souvisejici-se-sj>>. ISSN 1802-9736.

skutečnost, která u de Saussurova konceptu chybí) a poslední vrchol trojúhelníku se v jeho terminologii nazývá *interpretant*, který je významem znaku. Je tím, co znak vyvolává v uživateli (u de Saussura *označované*). Pokud tedy vyslovím slovo „strom“, tak si na základě svých zkušeností a znalostí skrze myšlenku kmenu s korunou vybavím samotný objekt . Vztah mezi slovem (symbolem) a objektem (referentem) je tedy nepřímý.

Další trichotomie tedy vyplývají z těchto dvou triadických konceptů a můžeme je znázornit tabulkou:

	Symbol (representamen)	Referent (objekt)	Reference (interpretant)
Prvost	Qualisignum	Ikon	Réma
Druhost	Sinsignum	Index	Dicentní signum
Třetost	Legisignum	Symbol	Argument

Qualisignum je tedy vlastnost, která však nemá své ztělesnění (například rudost), je to bezprostřední význam znaku; *Sinsignum* je skutečnost, reálná věc, která je znakem skrze své kvality (nějaká věc je rudá); *Legisignum* je zákon, význam daný konvencí (červená barva má své místo mezi ostatními barvami – je dána a nelze ji zaměnit za jinou).³⁵

Z hlediska užití odbornou veřejností je nejvýznamnější Peircovou trichotomií rozdělení znaků podle úrovně denotace na ikony, indexy a symboly:

- 1) *Ikon* – denotuje objekt na základě svých rysů, je definován podobností. „Cokoli, ať již kvalita, existující individuum, nebo zákon, je ikonem nějaké věci, pokud je této věci podobné a užívané jako znak“.³⁶ Například obraz nějaké osoby je ikonem své předlohy. Peirce dále dělí ikony na obrazy, diagramy a metafory.
- 2) *Index* – denotuje objekt nějakou jeho souvislostí nebo vlastností. Často uváděným příkladem je kouř, který je indexem ohně, nebo stopy zanechané

³⁵ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry.* Praha : Karolinum, 1997. s. 43

³⁶ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry.* Praha : Karolinum, 1997. s. 43

v písku, které jsou příznakem existence či přítomnosti nějakého tvora, který je zanechal.

- 3) *Symbols* – denotují objekt na základě nějaké zákonitosti či konvence, obvykle asociací obecných idejí. Vztah označovaného a označujícího v tomto případě není založen na jakékoliv podobnosti, je tedy arbitrární.

U některých znaků ale můžeme narazit na nejednoznačnost při zařazování do těchto kategorií. Jak uvádějí Černý s Holešem: „*Tak např. kříž je (na základě konvence) symbolem křesťanství, ale má částečně také ikonický charakter, protože připomíná kříž, na němž byl ukřižován Ježíš*“.³⁷

Poslední triáda z tabulky se vztahuje k referenci, neboli myšlence, vyvolané u interpreta – jak je znak vnímán. *Réma* reprezentuje určitý druh možného objektu v jeho rysech, je znakem kvalitativní možnosti. *Dicentní signum* je znakem skutečné existence, poskytuje nějaký základ pro interpretaci, takže obsahuje i nějaké réma, kterému na základě chápání smyslu přisuzujeme nějaké tvrzení. Argument je pak znakem zákona, „*který lze chápat tak, že reprezentuje svým charakterem svůj objekt jakožto znak*“³⁸, tedy nějaké pravidlo, kterým spojujeme objekty a znaky.

Popsané tři trichotomie znaků Peirce nakonec ještě dělí do deseti tříd znaků.

Ferdinand de Saussure svým zpracováním systému znaků a celého *Kursu obecné lingvistiky* ovlivnil výzkum lingvistiky a sémiotiky převážně v Evropě (zde nazývané sémiologie). *Kurs* se dočkal překladů ještě před druhou sv. válkou a k jeho odkazu se hlásí lingvistické školy – pražská, kodaňská a ženevská. Na de Saussura tak navazuje Louis Hjelmslev, Roman Jakobson, Mathesius, Mukařovský a mnoho dalších. Co se týče americké lingvistiky a sémiotiky, Peircův přínos byl dlouho opomíjen (byl zde známý především jako filosof a matematik), i když mu například C. K. Ogden s I. A. Richardsem věnovali celou kapitolu v publikaci *The Meaning of Meanin*. Až díky Romanu Jakobsonovi se ale stal známým i mimo Spojené státy

³⁷ ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 27

³⁸ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry*. Praha : Karolinum, 1997. s. 45

americké. Oba však dnes mají společné to, že „jejich dílo je předmětem různého výkladu a interpretace.“³⁹

1.3.3 Kódy

Znakové systémy, v nichž jsou znaky uspořádány na základě syntagmatických a paradigmatických vztahů se nazývají kódy. Podle Slovníku mediální komunikace je to „*systematická organizace znaků, jejich významů a vztahů mezi nimi sloužící k přenosu sdělení mezi komunikátorem a adresátem*“.⁴⁰ Pomocí kódu je do sdělení zakódován nějaký význam, který adresát prostřednictvím stejného kódu dekóduje. K tomu je zapotřebí, aby oba, komunikátor i adresát, znali jeho pravidla. Ve Slovníku mediální komunikace najdeme také dělení kódů. John Fiske v obecné rovině rozlišuje *kódy jednání* (legislativní, společenského chování) a *kódy označující* (systémy znaků, z nichž je proveden výběr jednotek, na základě konvencí jsou zkombinovány a nesou pak význam. Jsou přenosné médiiem či komunikačním kanálem).⁴¹ Z toho plynou hlavní rysy kódu, které uvádí Jiráček a Köpplová: „...znaky, které ho utvářejí, jsou paradigmaticky uspořádány do skupin, z nichž je možné vybírat; znaky z různých skupin je možné syntagmaticky uspořádat do sdělení (textů); znaky nesou význam, na němž se uživatelé shodnou.“⁴²

Tím, jak je v textu organizován význam a jak ho publikum dekóduje, se zabýval především Stuart Hall, podle něhož je publikum při dekódování mediálního sdělení aktivní a odhalené významy tak nemusí odpovídat zakódovanému významu. Publikum je při dekódování ovlivněno různými faktory, mezi které patří nejen kulturní zkušenost, věk, gender, rasa, ale např. i momentální nálada apod.

Slovník mediální komunikace dále uvádí dělení kódů Johna Fiskeho na *analogové / digitální* a z hlediska funkce na *prezenční* (indexické – neverbální

³⁹ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry*. Praha : Karolinum, 1997. s. 3-5

⁴⁰ REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. s. 96

⁴¹ REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. s. 96

⁴² JIRÁK, Jan; KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 136

komunikace) a *reprezentační* (ikonické a symbolické – řeč, písmo, hudba atd.).⁴³
Musím však zmínit i podobné dělení podle Burtona a Jiráka:

- 1) *Primární* kódy, za které lze považovat například přirozený jazyk, jsou univerzální kódy, řízené konvencemi určitých kultur.
- 2) *Sekundární* – vycházejí z primárních kódů a jsou opět založeny na konvencích. Každý typ komunikace má své určité sekundární kódy (např. opakování významných událostí sportovního utkání; pozice, výraz mluvčího, oděv moderátora atd.).⁴⁴

Výsledkem komunikační události je komunikát, v němž je zakódován obsah vědomí. Pomocí znalosti kódu pak adresát interpretuje tento obsah. Podle množství použitých kódů v komunikátu, jej dělíme na simplexní (obsahuje jen jeden) a komplexní (obsahuje dva a více kódů). Komplexní komunikát nese smysl, který spoluvytváří několik kódů podřízených třem principům ilokuce:

- *Harmonie* kódů, kdy kódy při vytváření smyslu spolupracují;
- *Dominance* kódů, kde jeden je dominantní a ostatní ho doplňují a podporují;
- *Substituce* kódů, kdy pro vyjádření významu může jeden kód zastoupit druhý.

Jakmile se některý z těchto principů poruší, může to mít nežádoucí následky na interpretaci (komunikaci).

1.4 Mýty, stereotypy

Svět kolem sebe si vykládáme na základě subjektivních pocitů, myšlenek, znalostí, svého chápání atd. Abychom si usnadnili orientaci v realitě okolo nás, zobecňujeme některé vlastnosti a vytváříme *stereotypy*. Ty však musí být potvrzené společností (legitimizované). Když se tak stane, vzniká sociálně konstruovaná realita. Legitimizace se děje i prostřednictvím médií, jejichž obsahy bývají často reprezentací typů, stereotypů a archetypů.

Typy se týkají jedinečných bytostí, tedy postav, jsou ale charakteristické právě tím, co reprezentují (např. kupec, hostinský). Určité typy se objevují v určitých

⁴³ REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. s. 97

⁴⁴ BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. s. 74 - 75

žánrech, ale jejich postavy jsou jednotlivě natolik detailní, že se z nich nestanou stereotypy.

Stereotypy jsou „zjednodušenou reprezentací nějakého lidského projevu, rysu či postoje“.⁴⁵ Obvykle souvisí s předsudky, které nemají logický, ani empirický základ. Člověk je přijímá, aniž by s nimi měl jakoukoliv osobní zkušenost. Stereotypy obsahují jak negativní, tak kladné soudy. Anthony Giddens je rozlišuje na neškodné a takové, které jsou spojené se strachem a obavami, říká, že „při veškerém přemýšlení používáme kategorie, jež slouží k utřídění (klasifikaci) našich zkušeností; někdy jsou však tyto kategorie příliš rigidní a navíc vycházejí ze špatných či nedostatečných informací“.⁴⁶ Zajímavé je, že některé stereotypy jsou natolik zažití, že přetrvávají, i když je prokázán opak. „Zakořeněné a médii sdílené stereotypy jsou zdrojem informací o společnosti, v níž média působí“.⁴⁷ Termín stereotypy pro tento účel poprvé použil Walter Lippmann v roce 1922 a označoval jím *obrazy v našich hlavách*.

Archetypy jsou typy ztělesňující hluboko zakořeněné přesvědčení, hodnoty, ale i předsudky či představy. Podle C. G. Junga jsou archetypy „obsahy kolektivního nevědomí“, což představuje hlubší vrstvu nevědomí, která je na rozdíl od osobního nevědomí vrozená a u všech individuí stejná.⁴⁸ Klasickým archetypem je například hrdina, který musí překonat překážky, aby zvítězil.

Mýty ve svém tradičním pojetí vznikaly na základě nevysvětlitelných jevů a skutečností. Lidé tyto jevy začali připisovat vymyšleným bytostem (bohům). Pod pojmem mýtu si tedy představíme příběhy o stvoření světa, či prvních lidí. My se ale budeme zabývat těmi postmoderními, kterým se věnoval poststrukturalista Roland Barthes v knize *Mythologies*, jež představuje 54 esejů z různých oblastí. Tyto eseje pak doplňuje statí *Mýtus dnes*, kde se věnuje teorii mýtů.

1.4.1 Roland Barthes

Novodobé mýty jsou podle Barthesa druhotné konotace některých znaků, které již nesou své primární - denotované významy (čili konotace jsou druhotnými významy,

⁴⁵ BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. s. 188

⁴⁶ GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha : Argo, 1999. s. 232

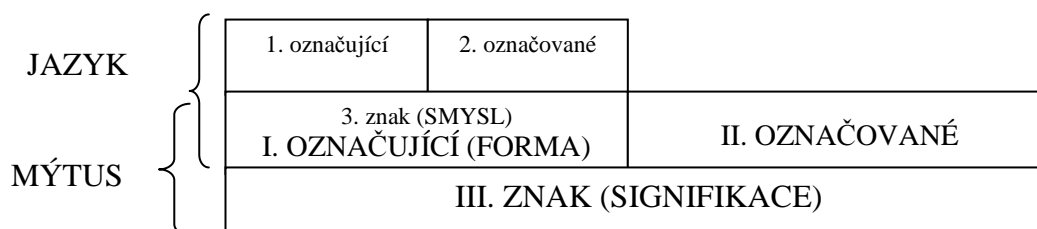
⁴⁷ BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. s. 187

⁴⁸ JUNG, Carl Gustav. *Výbor z díla II. : Archetypy a nevědomí*. Brno : Nakladatelství Tomáše Janečka, 1997. s. 98

keré vznikají na základě pocitů a postojů). Tyto konotace mohou být přijaté celou společností a tím vyjadřovat jejich převládající ideologii. „Mýtus je tedy způsob, jak příslušná kultura předvádí abstraktní témata“⁴⁹ a bere je za respektovanou pravdu a skutečnost. Barthes jednoduše říká, že „mýtus je určitá promluva“⁵⁰, zároveň ale dodává, že musí splňovat určité podmínky a nesmíme na něj pohlížet jako na předmět či pojem, ale jako na způsob sdělení, které vychází z dějin. Tento způsob nemusí být jen verbální, může být i vizuální (např. obraz, fotografie nebo předmět, který něco vyjadřuje), „mýtus po pravdě řečeno spadá do oblasti obecné vědy, přesahující lingvistiku“.⁵¹

Je jedním ze sémiotických systémů, který navazuje na de Saussurovo pojetí znaku jako jednoty označujícího a označovaného, připojuje k němu však ještě do třetice *znak* – pak tedy dva jevy, které mohou existovat samostatně, doplňuje třetím, který je sdružuje. Mýtus jako sémiotický systém navazuje na de Saussurův jazykový koncept a dělá z jeho celku prosté označující, „je budována na základě sémiologického řetězce, který existuje před ním: je sekundárním sémiologickým systémem“.⁵²

Schéma sekundárního sémiologického schématu podle Barthes⁵³



Smysl tedy již nese nějakou hodnotu, které se chopí mýtus a udělá z něj prázdnou formu tím, že mu tu hodnotu vezme (purifikuje ji). Smysl však zůstává a začíná z něj těžit forma. Forma je nyní jasně přítomný izolovaný text či obraz, který si

⁴⁹ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 136

⁵⁰ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 107

⁵¹ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 109

⁵² BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 112

⁵³ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 113

přebírá koncept a dodává mýtu celý nový příběh tvořený asociacemi. Samotným mýtem je tedy signifikace. Důležité je, že jeden koncept může mít k dispozici neomezené množství forem a čím je forma jednodušší, tím více bude mít konceptů. K tomu Barthes uvádí příklad: „...celá kniha se například stane označujícím jediného konceptu; a naopak velmi malá forma (slovo, gesto, třeba i gesto postranní, pod podmínkou, že si ho někdo všimne) bude moci sloužit jak označující pro koncept překypující nesmírně bohatým příběhem“.⁵⁴

Na rozdíl od jazykového znaku, signifikace není arbitrární – „probíhá na základě analogie smyslu a formy: bez motivované formy není mýtu (...) analogie jsou formě poskytovány ze strany dějin“.⁵⁵

Přeměna smyslu na formu je dle Barthesa charakteristickou vlastností mýtu a hlavní funkcí je přetvářet historické události a naturalizovat je, čili je proměňovat na něco přirozeného. Tyto naturalizace slouží především zájmům vládnoucí sociální třídy k vytvoření a upevnění své ideologie, kterou tak prezentují jako něco přirozeného. Tím, jak se přesouvá moc na jiné skupiny, některé mýty zanikají.

⁵⁴ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 118-119

⁵⁵ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 125

2. Analyzovaná média

2.1 Časopis jako médium

Díky Guttenbergovi a jeho vynálezu knihtisku, se od 15. století mohla tištěná média postupně stávat masovým komunikačním prostředkem. První časopisy začaly vznikat v 17. století a od 18. století byl zřetelný rozmach časopisectví do různých oborů a oblastí lidské činnosti. Řadíme je mezi tzv. sekundární média „jimiž se lidé snaží překonat časovou a prostorovou omezenost vysílaných sdělení“.⁵⁶ Podle Jiráka a Köpplové můžeme i časopis popsat jako médium překonávající prostor, které je založeno na vizuálním vnímání a pravidelně poskytuje obsahy aktuálního charakteru vytvářené určitou organizací, jež je jednostranně předává publiku.⁵⁷ Od časopisů (zejména těch zpravodajských a kulturních) a jejich obsahů očekáváme podrobnější objektivní informace o dění okolo nás, s nímž nemáme osobní zkušenost. V souvislosti se zaměřením také očekáváme určitý druh informací a hlubší pohled do aktuálních událostí (jevů). Dalším předpokladem, typickým pro dnešní dobu, je i obrazový doprovod, který se při prvním kontaktu s časopisem představuje na titulní straně a informuje nás o mediovaných obsazích. Tvůrci obrazových prvků počítají s aktivitou publika, proto do nich různými metodami vkládají význam a vytváří formu určenou k interpretaci. „*Má se za to, že obraz kraluje. Vydá za tisíc slov.*“,⁵⁸ říká Ramonet. Podle Jacquese Aumonta plní obraz několik funkcí, z nichž je pro časopis zásadní především *symbolická* sloužící k šíření hodnot, *poznávací* – informující o světě okolo nás a *estetická*, jež má za cíl vyvolat v pozorovateli určité pocity.⁵⁹

Časopisy, stejně jako jiná média, jsou v interakci s politickou komunikací. Překonáváním prostorové dimenze působí média na širokou veřejnost a pomáhají vytvářet vědomí národní identity. Jak tvrdí Jiráček s Říčovou: „...*u demokratických typů uspořádání společnosti se masovým médiím přisuzuje rozhodující role „životně důležitého spojovacího článku“ nutného pro existenci takové společnosti (Alger*

⁵⁶ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 17

⁵⁷ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2007. s. 17

⁵⁸ RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha : Mladá fronta, 2003. s. 38

⁵⁹ AUMONT, Jacques. *Obraz*. Praha : Akademie múzických umění v Praze, 2005. s. 71-72

1989)“.⁶⁰ „Druhá polovina dvacátého století se v prostředí liberálních (demokratických) států odehrává ve znamení vzrůstajícího podílu médií na politickém životě společnosti, v níž působí. (...) ...velká většina občanů prožívá politický život své společnosti a své země z povzdálí, jako pozorovatelé...“.⁶¹ Z pohledu uživatele je tedy potřeba znát principy fungování médií a jejich tendence. Ty způsobují, že „politika ztrácí svou autonomii a ve svých hlavních funkcích se stává na médiích vsutku závislou. Není však určována médii, nýbrž se formuje v interakci s médii“.⁶² Jirák tedy neoznačuje média jako „hlídacího psa demokracie“, ale nazývá je „strašákem, který udržuje představitele politické elity v bdělosti“.⁶³

2.2 Funkce obálky časopisu

Primární funkcí obálky je informovat čtenáře, o jaký časopis se jedná. Specifická podoba určitého časopisu pomáhá čtenáři v orientaci mezi jinými periodiky, proto jednotlivé časopisy mají svůj stálý název, který svým způsobem odkazuje na obsah, zaměření či oblast zájmu. Zpravidla bývá tento název umístěn na horní straně obálky. Má specifický logotyp. Známost pravdou je, že obálka prodává celý obsah časopisu, a představuje tedy první kontakt se čtenářem, kdy v nepřeborném množství časopisů na stánku má jen velmi krátký čas na to, aby ho oslovila. Další důležitou součástí je proto úvodní fotografie a titulky, který se k obrázku vztahuje a odkazuje na další informace uvnitř. Ten může být i strukturovaný. Slovníková definice říká, že „zásadně ovlivňuje působení tiskoviny. (...) složené titulky mají kromě hlavního ještě nadtitulek (obsahuje krátké zobrazení obsahu), podtitulek (rozvádí hlavní titul dalšími stručnými informacemi), popř. obojí.“.⁶⁴ Cílem obálky je upoutat pozornost, vzbudit zájem, zvědavost a tím přimět potenciálního zákazníka ke koupi a přečtení časopisu.

⁶⁰ JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2000. s. 6

⁶¹ JIRÁK, Jan. Medializace jako strašák politiky. In Kabele, Jiří - Mlčoch, Lubomír (ed.). *In: Institucionalizace (ne)odpovědnosti : globální svět, evropská integrace a české zájmy. I, Přelom druhého a třetího tisíciletí z pohledu společenských věd*. Praha : Karolinum, 2001. s. 203

⁶² JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2000. s. 17

⁶³ JIRÁK, Jan. Medializace jako strašák politiky. In Kabele, Jiří - Mlčoch, Lubomír (ed.). *In: Institucionalizace (ne)odpovědnosti : globální svět, evropská integrace a české zájmy. I, Přelom druhého a třetího tisíciletí z pohledu společenských věd*. Praha : Karolinum, 2001. s. 208

⁶⁴ OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. s. 219

„V časopisech se titulní fotografie stává „výkladní skříní“, která časopis prodává a jejíž výběr bývá určen obsahem jednotlivého čísla a charakterem i zaměřením časopisu. Působivost titulní fotografie je dána atraktivností námětu, ale i výtvarnou čistotou zpracování, jednoduchostí kompozičního řešení a neotřelým pojetím či nápadem“.⁶⁵

2.3 Profil časopisu Reflex

Reflex patří do skupiny společenských týdeníků. „Před dvaceti lety (nyní jednadvaceti lety – pozn. autora) nemohl první šéfredaktor Petr Hájek přijít na lepší název týdeníku, který chtěl být odrazem i hybatelem společenského dění. To slovo se mu povedlo. Vyjadřuje přesně, o co tu jde“.⁶⁶ Vznikl již v období Sametové revoluce a vychází od roku 1990. V roce 1993 časopis koupilo vydavatelství Ringier ČR, a. s., a nyní jej každý čtvrtek vydává stejná společnost, přejmenovaná v roce 2010, na Ringier Axel Springer CZ, a. s. Šéfredaktorem je od roku 2008 Pavel Šafr. Tvůrci časopisu si zakládají na kvalitě novinářů i fotografů, stylizují ho do podoby svobodomyšlného týdeníku, který nejde s hlavním proudem. Je určen inteligentním přemýšlivým čtenářům, kterým „...předkládá originální a neotřelý pohled na aktuální společenská, kulturní i politická témata; představuje české i světové osobnosti v prestižních interview a nabízí nové úhly pohledu na svět i životní styl“.⁶⁷ Bojuje proti principům, které zde vládly před rokem 1989 a pojímá svá témata vážně, ale i s jistou dávkou humoru a nadsázky. To dokazují i typické (někdy až provokativní) fotomontáže na titulních stranách, jejichž autorem je Jan Ignác Říha. Několik takových koláží se také stalo předmětem žalob.

V letech 2005, 2006, 2007 a 2008 byl Reflex oceněn Uníí vydavatelů ČR jako „Časopis roku“ ve své kategorii. V roce 2008 navíc dostal cenu „Hvězda roku“.⁶⁸

⁶⁵ OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. s. 79

⁶⁶ *Reflex.cz* [online]. 16.3.2010 [cit. 2011-03-20]. O Reflexu. Dostupné z WWW: <<http://www.reflex.cz/clanek/system-o-reflexu/36388/o-reflexu.html>>.

⁶⁷ *Ringier Axel Springer CZ* [online]. 09.05.2011 [cit. 2011-05-09]. Reflex. Dostupné z WWW: <<http://www.ringieraxelspringer.cz/clanek/39/reflex>>.

⁶⁸ Zdroj: Unie vydavatelů. Dostupné z WWW: <<http://www.uvdt.cz/>>.

Jako techniku zobrazování objektů na titulní straně používá fotomontáž. Tato technika vychází z koláže, již podle výkladového slovníku Jana Baleky přijali například futuristé, kteří těžili z prvku simultánnosti, dadaisté, pro něž „*technika přinášela možnost vyhrocené ironie a sarkasmu vůči měšťáctví*“⁶⁹, či konstruktivisté, kteří právě začali k montážím používat fotografie. Zejména sovětsí konstruktivisté se svojí fotomontáží zasloužili o rozvoj v jiných zemích a následně se začala využívat i v dalších oblastech, např. v časopisectví, kde „*přináší možnost vyjádření mnohotvárného vztahu ke skutečnosti i značné obrazotvorné rozpětí od prosté dokumentárnosti až k fantazijnosti*“⁷⁰. Cílem fotomontáže je poskládat různé části v jeden celek a vytvořit novou realitu. Tato metoda je bohatá z hlediska narace a mívá mnoho různých způsobů interpretace.

Titulní strany vytváří Jan Ignác Říha podle instrukcí šéfredaktora. Hlavní iniciativa tedy vychází ze strany šéfredaktora, který vybírá fotografie a konzultuje s Říhou, které a jak použijí. Vzniká pak pouze jeden návrh, který se dostává na titulní stranu.⁷¹

2.4 Profil časopisu Respekt

Respekt je řazen mezi celostátní zpravodajské týdeníky. Začal vycházet v roce 1990 jako černobílý časopis s novinovou úpravou. Zvláštní bylo umístění názvu podél pravého okraje, který se v roce 1994 přesunul nahoru. O rok později se změnila i novinová úprava na časopisovou a ke konci roku 2000 už vycházel občas barevně. Svoji podobu, jak ho známe dnes, má od roku 2007. Zakládá si na své serióznosti, nezávislosti a vysokém novinářském standardu. Věnuje se aktuálním domácím i zahraničním událostem z kultury, politiky, ekonomiky, zabývá se ale i „*historií, společenskými tématy a trendy, sleduje novinky v oblastech vědy a výzkumu*“.⁷² Každé pondělí ho vydává Respekt Publishing, a. s. Na pozici šéfredaktora se vystřídalo několik osobností. Prvním šéfredaktorem byl Jan Ruml a nyní zde od roku 2009 působí

⁶⁹ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění : výkladový slovník*. Praha : Academia, 1997. s. 176

⁷⁰ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění : výkladový slovník*. Praha : Academia, 1997. s. 106

⁷¹ Zdroj: redakce časopisu Reflex (telefonický rozhovor)

⁷² *Unie vydavatelů ČR* [online]. c2004 [cit. 2011-03-20]. Tištěné tituly. Dostupné z WWW: <<http://www.uvdt.cz/default.aspx?catitem=516&catalog=1>>.

Erik Tabery. Stejně jako Reflex má i Respekt svůj typický design titulních stran: „*To první, co bývá vidět z Respektu na novinovém stánku, je vždy titulní kresba Pavla Reisenauera. Někoho přitáhne, dalšího pobaví a rozveselí, jiného rozčílí, ale nikoho nenechá lhostejným.*“⁷³

Respekt získal od Unie vydavatelů ČR ocenění „Časopis roku“ ve své kategorii, a to v letech 2005 – 2008, přičemž v roce 2007 byl navíc oceněn jako „Skokan roku“. První ocenění ale získal už v roce 2004 za „Nejlepší obálku roku“.⁷⁴

Typickým výrazovým prostředkem obrazové části obálek Respektu je kresba. Tato technika spočívá v lineárnosti stopy vytvořené například tužkou, uhlem apod. Může být doplněna malířskými prvky, např. barevností. Kresba se začala šířit s objevem papíru, který ve 12. století začali dovážet z Číny do Evropy. „*V 15. století nacházíme i počátky samostatné kresby, v níž se prosazovala spontánní subjektivita fantazie, rukopisu apod.*“⁷⁵

Pavel Reisenauer vytváří své kresby samostatně na základě předložených témat, která se objeví v určitém vydání. Většinou se kresba má týkat rubriky „Téma“, nebo nějaké události např. z politiky. Kreslíř pak vytvoří dva až tři návrhy a redakce si z nich jeden vybere. Následně k obrázku vymyslí poutavý titulek. Zásahy šéfredaktora do vzhledu a úprav obrazu jsou výjimečné.⁷⁶

2.5 Metoda

Ze sémiotického pohledu je titulní strana kombinací více kódů neboli znakových systémů – obrazového a jazykového. Jedná se o komplexní komunikát. Nacházíme zde psaný a obrazový primární kód. Titulní strany časopisů, coby určitého typu média, mají své specifické způsoby užití těchto primárních kódů – tzn., mají své sekundární kódy. Víme, že hlavní titulek je psán větším písmem a vztahuje se

⁷³ Edice - Respekt.iHNed.cz [online]. 12. 1. 2011 [cit. 2011-03-20]. 209 kreseb a 33 obrazů Pavla Reisenauera. Dostupné z WWW: <<http://respekt.ihned.cz/edice/c1-49450930-209-kreseb-a-33-obrazu-pavla-reisenauera>>.

⁷⁴ Zdroj: Unie vydavatelů. Dostupné z WWW: <<http://www.uvdt.cz/>>.

⁷⁵ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění : výkladový slovník*. Praha : Academia, 1997. s. 187

⁷⁶ Zdroj: redakce časopisu Respekt (telefonický rozhovor)

k zobrazenému objektu, že menší titulky po stranách upozorňují na nějaký článek uvnitř čísla apod.

Hlavním těžištěm sémiotického rozboru obrazu je vymezení a pojmenování objektů, které vidíme. Toto pojmenování je denotací. Následují konotace, tedy pojmy, představy a asociace, které jsou denotáty zastoupeny. Stejný princip platí i na zkoumání titulku, který je s hlediska syntaxe složen z morfémů. Z výběru a uspořádání denotátů vyplývá sdělovací záměr a konstrukce reality. Ke správnému dekodování skrytých významů přispívá i kompozice, ta představuje strukturu díla a uspořádání objektů v celku – umístění tvarů, barev, zvolené mimiky, směru pohledu apod. Všechny tyto prvky mohou něco symbolizovat nebo reprezentovat. „*Kompozice vyjadřuje světový názor, je stylově příznačná, (...) historicky proměnná, podmíněná tradicí, ale podléhající vývoji...*“.⁷⁷ Jsme tedy zvyklí na určitý způsob zobrazování a vybočení od tohoto způsobu by mohlo mít nežádoucí vliv na interpretaci. Někdy toto vybočení může být záměrné s cílem šokovat.

Slovo a obraz jsou tedy hlavními prvky pro sémiotický výzkum. Pro interpretaci je také důležitý jejich vzájemný vztah. Jak píše Světlana Čmejrková „...vztah mezi slovem a obrazem nelze redukovat na otázku duplikace významů nebo dodání další informace. Paralela slova a obrazu spíše vyústí v zcela novou interpretaci celku“⁷⁸. Takové vztahy jsou dva. Barthes jeden z nich nazval anchorage (zakotvení) a druhý relay (štafeta). V prvním případě text směřuje naši pozornost na důležité složky obrazu, kterých je třeba si povšimnout a tím uskutečňuje sdělovací záměr. Ukazuje na podstatné jevy, z toho vyplývají i ty nepodstatné, o kterých pak víme, že nejsou předmětem sdělovacího záměru a přecházíme je. V druhém případě obě části dohromady tvoří jednotu, jež realizuje sdělení. Symbolické znaky jazyka a především ikonické znaky obrazu vycházejí ze stejného základu. Předlohou je článek, s nímž musí znaky korespondovat. Text může kontextualizovat obraz stejně jako obraz může kontextualizovat text, avšak „v obou případech se na výsledném sdělení podílí slovo i obraz“.⁷⁹

⁷⁷ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění : výkladový slovník*. Praha : Academia, 1997. s. 177

⁷⁸ ČMEJRKOVÁ, Světlana. *Reklama v češtině : čeština v reklamě*. Praha : LEDA, 2000. s. 131

⁷⁹ ČMEJRKOVÁ, Světlana. *Reklama v češtině : čeština v reklamě*. Praha : LEDA, 2000. s. 140

3. Praktická část – analýza

3.1 Analýza titulních stran časopisu Reflex

Příloha č. 1: Reflex č. 33, 13. srpna 2009



3.1.1 Reflex č. 33/2009

V rovině denotace na této titulní straně vidíme Miroslava Topolánka s Markem Dalíkem. Oba pánové mají naprosto stejný oděv i doplňky. Jsou oblečeni do modrých džínů, černé kožené bundy s hlavním zapínáním posunutým ke straně, několika kapsami a u pasu stažené rovněž koženým páskem. Každý z pánů má jednu ruku palce zaháknutou v kapse bundy. Dále mají oba tmavé triko a kolem krku tlustý zlatý řetěz s přívěskem v podobě písmene „M“. Topolánkův pohled směřuje vzhůru a Dalíkův přímo dopředu. Za nimi zapadá slunce a vytváří červený odlesk na jejich bundách. Lesk je patrný i v očích a navozuje dojem „jiskry v oku“, která je metaforou pro překypující zdraví, svobodu a elán, jež jsou příznaky (indexy) mladých lidí. I jejich oděv konotuje svobodu a nezávislost. Kožená bunda, tzv. křivák, se stala stereotypním znakem rebelů a nezávislých lidí. Zásluhy na tom má filmová tvorba, hudebníci a slavné osobnosti, které zbořili nejednu mýtus v oblasti módy. Například Marlon Brando ve filmu *Divoch* nebo James Dean známý jako rebel bez příčiny či John Travolta v *Pomádě*, inspirovali mnoho mladých lidí k nalezení své vlastní identity. V dalším stupni konotace nás napadne zaparkovaná motorka kdesi opodál, mimo obraz, jako neodmyslitelná součást rebelů v kožených bundách. Zlatý řetěz je symbolem černošského rapu, jehož představitelé nosí řetězy s přívěsky, často ve tvaru znaku dolaru, čímž demonstrují náklonnost k penězům.

Shodný oděv symbolizuje hluboké kamarádství a zároveň je známkou dětinskosti. Přívěsky na řetězech, představující počáteční písmena jejich křestních jmen, si můžeme vykládat jako sobeckou sebelásku nebo opět infantilní sounáležitost. Interpretace je v souladu s titulkem „Správní kluci Mirek a Marek – Velké kamarádství“. Z celého dojmu vyplývá podotázka „Co ještě zaplatíme za jejich infantilitu?“ Coby vrcholní politikové, se pánové chovají nepřiměřeně svému společenskému statutu. Obraz zde hraje zásadní roli, jež nám představuje celý příběh, i kdyby chyběl nadtitulek a hlavní titulek. Podtitulek pak pouze směřuje vnímání jejich kamarádství jakožto něčeho nežádoucího a nebezpečného pro naše finance. Autor tím odděluje 2 skupiny – My a Oni. My, široká veřejnost, která si volí své zástupce s představou nějaké společenské úrovně a Oni, od kterých předpokládáme jisté jednání,

ale výsledek bývá opačný. Z obrazu můžeme vyčíst mýtus dvojice kamarádů - ne vždy se vše povede, ale síla je právě v tom kamarádství – jak se říká „ve dvou se to lépe táhne“. Takové případy nalezneme i v pohádkách: Bob a Bobek, Pat a Mat, pejsek a kočička atd. Stereotypní vnímání placení daňových poplatníků za chyby politiků podporuje mýtus nezodpovědnosti představitelů státu.

Západ slunce je vyhledávaným námětem impresionistů a představuje pomíjivost.

Příloha č. 2: Reflex č. 35, 27. srpna 2009



3.1.2 Reflex č. 35/2009

Na titulní straně se objevuje politik Jiří Paroubek se svojí ženou Petrou. Žena leží na zádech s rukama za hlavou, její pohled je zasněný a výraz, s lehce zvednutými koutky úst, spokojený. Jiří Paroubek je k ní přitulen. Je nahý, objímá rukama její hlavu a jednou nohou její tělo. Nahota a poloha muže, která se dá přirovnat k poloze plodu v děloze matky, vyjadřuje zranitelnost a potřebu ochrany. Naopak pozice ženy zde vyjadřuje sílu a samostatnost. Vše doplňuje titulek „Veřejná láska“. V rovině konotace se snad téměř každému vybaví fotografie Johna Lennona a Yoko Ono, kterou nafotila Annie Leibovitz pro časopis Rolling Stone. Tato původní předloha představuje vztah dvou lidí, kteří se milují a svoji lásku veřejně vystavují. To, co však bylo u Johna a Yoko vnímáno jako upřímné a spontánní, je u nynějšího páru nominováno jako „předvolební reality show“. Podobnost lze spatřit i v obou ženách, které vešly ve známost prostřednictvím svých manželů. Stejně tak jsou obě druhými manželkami.

Fotomontáží Reflex reaguje na tzv. pseudoudálosti, jejichž cílem je útočit na emoce veřejnosti a v tomto případě vytvořit image manželů Paroubkových jakožto šťastné mladé rodiny očekávající potomka. Titulní strana upozorňuje na propagování jejich soukromí a vytváření mediálního obrazu před budoucími volbami. Samotný obraz tedy vyzývá k zamyšlení nad významem takovýchto zpráv.

Tmavé stíny na okrajích obrazu staví pár do středu, jako by na něj byl namířen reflektor, což evokuje divadelní světla směřující na hlavní postavy, které zrovna odehrávají svůj akt. Titulky tedy jen usměrňují tok myšlenek vycházejících z obrazového příběhu a směřují nás k tématu voleb. Podtitulek „Jiří Paroubek milující a bojující“ shrnuje jeho mediální obraz vytvářený jím samotným a jeho exponovaná postava pak získává další rozměr, kdy schovává svoji ženu do náruče, aby ji chránil.

Autor využívá stereotyp pro zobrazování lásky a náklonnosti, což odpovídá mýtu spokojeného manželství a očekávání rodiny, která je základem státu a hlavním předmětem zájmu politiky ČSSD. Tento mýtus je ale následně zbořen titulkem „předvolební reality show“, který v celkové kompozici odhaluje falešnost a přetvářku k získání lepší pozice pro nastávající volby. Z kontextu pak vyplývá mýtus boje v předvolebních kampaních založených na populismu.

Nahota je podle křesťanské mytologie znamením nevinnosti, přirozenosti a věčnosti prvních dvou lidí. Žena v této kompozici představuje archetyp matky a muž představuje dítě, které se k matce vine. Říká se, že John Lennon dokonce Yoko oslovoval „maminka“. To jen potvrzuje záměr vyobrazení původní předlohy, na níž měl být pouze John, ale sám si prosadil, že chce být focen společně s Yoko. Původní fotografii Reflex rozšířil ještě dále, kdy ve stejné pozici nafotil i J. X. Doležala s jeho ženou a tím vytvořil stereotyp, který humorně popisuje podtitulkem „Velké osobnosti (John Lennon, Jiří X. Doležal a Jiří Paroubek) prožívají své emoce v přímém přenosu“.



3.1.3 Reflex č. 1/2010

Lednový Reflex na titulní straně zobrazuje toho času pražského primátora Pavla Béma. Jeho pohled směřuje mírně vzhůru, přímo do očí čtenáře, nos má upravený do podoby prasečího rypáku porostlého po stranách štětinami a jeho ústa, brada a krk mají hnědý odstín. V uchu má nasazené sluchátko, ze kterého vede mikrofon. Oděv se skládá z bílé košile s límečkem, černého saka a kravaty. Kolem krku je zřetelná část řetězu, která konotuje odznak. Jedná se o primátorskou insignii používanou při významných příležitostech. Oděv a doplňky evokují vážnost funkce, oproti tomu ale prasečí rypák a velký titul „Dochrochtá?“ tuto vážnost podrážejí. Je to řečnická otázka, která nevyžaduje jasnou odpověď, ale nabádá k úvahám a zamyšlení. Zároveň je to i metafora a vyplývá z ní možnost, že primátor ve své funkci domluví – skončí, a že by to nebylo nic politováníhodného. Připodobňování k praseti v sobě nese všeobecně rozšířenou symboliku často užívanou i pro oblast politiky. Podle encyklopedie 1001 symbolů je prase personifikací zvířecí vášně, chtíče, lenosti a obžerství.⁸⁰ Postupně se tyto neřesti ve své symbolice staly záležitostmi nejen tělesnou, ale i morální. Pavel Bém, i přes svůj přímý pohled vyjadřující otevřenost, mírný úsměv ujišťující v jeho spokojenosti a sebejistotě, formální oděv značící vážnost, působí jako člověk s nízkými morálními hodnotami, který se stará jen o to, aby měl stále „plné koryto“, a že toto pomyslné koryto má skutečně plné potvrzuje jeho špinavá spodní část obličeje.

Dominantní roli zde hraje obraz, který se zaměřuje na detail obličeje odkrývající „pravou tvář“ Pavla Béma. Vypráví příběh pražského primátora, který se vlivem funkce přeměnil v člověka, jenž je nedůvěryhodný a tudíž pro primátorský post nežadoucí. Sluchátko s mikrofonem svádí k myšlence na telefonní hovory, které se uskutečňují bez přítomnosti veřejnosti a jejichž předmětem nemusí být zrovna zájem Prahy a jejích občanů. Zajisté velká část veřejnosti v této době slychala negativní zprávy o projektu Opencard, který byl právě často spojován s nejasným zacházením

⁸⁰ TRESIDDER, Jack. *1001 symbolů : Ilustrovaný průvodce světem symbolů*. Praha : Euromedia Group, k. s. - Knižní klub, 2004. s. 243

s financemi a s korupcí. Titulky potvrzují základní myšlenku a dále naznačují, že odpověď se čtenář nalezne uvnitř časopisu.

Článek vztahující se k titulní straně přirovnává magistrát k „*chlívu plnému vesele chrochtajících prasátek u koryt plných pomejí*“⁸¹. Popisuje celý proces nástupu Pavla Béma do funkce, který byl tehdy přirovnán k Mirku Dušínovi, věnuje se změnám vyvolaným ostatními členy úřadu, kteří byli nazváni jako „Bratrstvo magistrátní pracky“ a polemice na téma, kdo bude dalším primátorem a jak bude zapadat do „party“. Z kontextu pak vyplývají stereotypy vnímání osob ve vrcholných funkcích, jako lidí bez morálních hodnot myslících jen na svůj vlastní prospěch a výhody. Takový mediální obraz politiků potvrzuje mýtus o jejich nepoctivosti. Z obrazu můžeme vyčíst i Jungův archetyp Stínu, který představuje alter-ego zpravidla špatných vlastností, a ty jsou vyjádřeny právě zřetelným prvkem zvířecí podoby v Bémově tváři.

⁸¹ KNAPOVÁ, Adéla. Pavla Béma poslední chrocht. *Reflex*. 7. leden 2010, roč. 21, č. 1, s. 6

Příloha č. 4: Reflex č. 10, 11. března 2010



3.1.4 Reflex č. 10/2010

Hlavním námětem tohoto čísla Reflexu se stal Miloš Zeman a jeho bývalý kolega Jiří Paroubek. Pan Zeman stojí za dřevěným pultem, má na sobě červené tričko, přes něj kostkovanou zástěru s červenými skvrnami a v ruce drží řeznický sekáč, jenž se svým blýskavým ostřím dominuje celé centrální části obrazu. Jeho pevný stisk rukojeti a výraz ve tváři zračí odhodlanost postavit se komukoliv. Za ním na stěně visí párky, salámy, šunka a jiné masné výrobky. Na pultu po jeho pravé ruce leží talíř s hlavou Jiřího Paroubka obloženou listem salátu, cherry rajčetem a kouskem nějaké uzeniny, z níž jsou odkrojeny dva plátky. Takový výjev konotuje potupnou porážku. Kolem hlavy je tmavší stín, více světla přichází z jedné strany a odhaluje pot, který je projevem nervozity, zároveň toto světlo vytváří z hlavy objekt kontrastující svému okolí a stává se tak jedním z hlavních předmětů pozornosti. Ke světlé straně je také směřován Paroubkův pohled, který vypadá, jako kdyby měl strach a chtěl uniknout. To simultánně implikuje podtitulek „Paroubkova noční můra“.

V rovině ikonické narace se zde vypráví příběh, ve kterém Miloš Zeman, reprezentovaný jako typický řezník, provedl zabijačku, ale místo prasete se předmětem porážky stal politický sok – Jiří Paroubek. Jeho hlavu i s oblohou si vystavil na pult. Zabijačku symbolizuje sekáč, který drží v ruce (levá je potřísněná krví). Opakujícím se znakem je červená barva: červené skvrny na zástěře konotují dojem krvavého aktu stejně jako červená barva Zemanova trička, jež je symbolem nejen krve, ale i moci, síly, pomsty, války či revoluce. I hlava má svůj symbolický význam. Věřilo se, že právě v hlavě se skrývá životní a fyzická síla protivníka, proto je bojovníci protivníkům utínali. V dalším řetězci konotace vyplývá boj mezi dvěma politiky, jež dříve spojovala jedna strana, ale nyní každý patří do jiného politického spolku a svádí boj o přízeň voličů.

Obraz vypovídá o návratu Miloše Zemana do politiky, plného sil a s „mocnou zbraní“, jenž zrovna překonal překážku v podobě Jiřího Paroubka a je připraven pokračovat. Jeho pohled směřující dopředu evokuje další chystanou akci. Titulky tento význam posouvají poněkud jinam – od Zemana k Jiřímu Paroubkovi, který by se měl začít obávat, protože Zemanova strana, která vstoupila na politickou scénu, je sice

nová, proto považovaná za malou, ale přesvědčená, že „vyroste“. Proto je také Zeman zobrazen jako ten silnější, přerůstající Paroubkovi přes hlavu.

Z rozhovoru uvnitř časopisu vyplývá víra Miloše Zemana, ve volební úspěchy jeho strany a zároveň pohoršení nad populismem Paroubkovy strany. Jelikož se jedná o levicově zaměřené spolky, je obraz označen titulkem „Levicová zabijačka“.

V obrazu můžeme nalézt mýtus mocenského boje mezi dvěma stranami, z nichž jen jedna může být vítězem. Druhá utrpí porážku. Boj bývá provázen špinavou hrou a intrikami. Zeman představuje archetyp hrdiny, který už bojoval a nyní se vrací v celé své velikosti a síle, aby překonal všechny překážky a zvítězil.

3.1.5 Reflex č. 16/2010

Petr Nečas oděn pouze do černých plavek stojí vzpřímeně a je obklopen dvěma ženami oblečenými do bikin. Jeho postava je svalnatá a tělo mírně opálené. Výraz má sebevědomý, značí, že dosáhl svého cíle. Na očích má dioptrické brýle, které jsou pro něj typické. Z každé strany drží kolem pasu jednu ženu a majetnicky je přitahuje k sobě, jak je zřetelné z jeho levé ruky vyvíjející tlak na její bok. Obě k němu vzhlížejí s výrazem žárlivosti a očekávání. Každá objímá jedno jeho rameno a tím naznačuje, že by ho chtěla jen pro sebe. Symboliku zde nalézáme v mnoha detailech. Ženy jsou krásné a to je zdůrazněno šperky – náhrdelník na krku ženy vpravo je z mušlí, které jsou symbolem ženského principu, stejně tak zlatá barva na jejich plavkách představuje něco božského a černá je barvou bohyně mateřství – barvou noci vyjadřující plodnost.⁸² V dalším detailu si můžeme všimnout náznaku cudnosti, který simultánně implikuje malý zámeček na spodním dílu plavek blond'até ženy a klíček zavěšený na jejím náramku, zmíněný symbol tu kontrastuje s hadem, který je omotán kolem ruky hned vedle klíče. Had je v křesťanské mytologii považován za pokušitele. Květy orchideje prostupující celým výjevem jsou symbolem smyslnosti, podle encyklopedie 1001 symbolů je v Číně orchidej symbolem kultivované krásy a plodnosti⁸³. Dokonalé postavy stereotypně přijímané naší současnou kulturou představují atraktivitu a ideál krásy.

Příběh představuje Petra Nečase jako krásného muže obklopeného krásnými ženami, jako člověka, jenž je středem pozornosti opačného pohlaví, které o něj jeví zájem. Takový příběh sám o sobě nevypovídá nic z pravého záměru autora. Až velký titulek doplňuje příběh o skutečnost, že takový není, ale měl by být. Podtitulek pak upřesňuje celý dosavadní příběh, že pokud si bude chtít udržet svou moc, bude muset změnit image. Reflex obrazovou částí evokuje nějakou aféru, kterou pak v samotném článku popírá.

Autor podle Jungových archetypů anima - animus promítá do obrazu feminní a maskulinní princip. S těmito prvky pracuje mýtus ženské krásy a křehkosti hledající

⁸² ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha : Portál, 2004. s. 198

⁸³ TRESIDDER, Jack. *1001 symbolů : Ilustrovaný průvodce světem symbolů*. Praha : Euromedia Group, k. s. - Knižní klub, 2004. s. 53–54, 132

ochranu v náruči muže a vzhlíží k němu, a mýtus nadřazenosti muže – vládce světa, kterému jsou ženy podřízeny. Projevují se genderovými stereotypy. Obraz částečně pracuje i s křesťanskou mytologií. Chybí zde sice jablko, ale i tak můžeme v zobrazených postavách spatřit Adama a dvě Evy v zahradě. To je potvrzeno podtitulkem „Nečas prý odolá pokušení moci“. Moc je zde symbolizována ženami a had představuje to pokušení, pokud však odolá, moc si najde někoho jiného. Petr Nečas, jako nový šéf ODS, je stereotypně zobrazován jako politik čistých mravů. Jeho mediální obraz se vyznačuje asexualitou a absencí emocí. Reflex si klade otázku, jestli je tento obraz pro politika dobrý a pro lidi zajímavý. Boří tedy jeho mediální obraz a stylizuje se do podoby rádce nominací „Buď sexy! ...a vyhraješ“. Zviditelňuje tak samotného politika, jemuž je proti mysli vystavovat se veřejnosti jinak, než jako skutečný politik.

3.2 Analýza titulních stran časopisu Respekt

Příloha č. 6: Respekt č. 35, 24. – 30. 8. 2009



3.2.1 Respekt 35/2009

Denotací je Karel Schwarzenberg s pohledem namířeným vzhůru zpod hustého černého neupraveného obočí. Ve tváři má zvýrazněné hluboké vrásky okolo očí i na čele, tváře, orámované výraznými prošedivělými licousy, má zabarvené do červena, oděv modré barvy se zlatými knoflíky a zdobením límce asociuje císařskou vojenskou uniformu s množstvím řádů na prsou. Celková podoba Karla Schwarzenberga nám zřetelně připomíná rakouského císaře a českého a uherského krále Františka Josefa I. Červeň ve tváři je typickým či spíše mytickým rysem mocných lidí a znamením, že nemají nouzi. Mezi oběma pány můžeme shledat i jistou podobnost – například šlechtický původ, vztah k Vídni, kde se František Josef I. narodil a Karel Schwarzenberg studoval nebo k české zemi, kde se Schwarzenberg narodil a kde oba pánové zaujímali/jí politické postavení. TOP09 byla v té době nově sestavenou politickou stranou z již známých osobností české politiky. Chyběl jí však předvolební program a tím se strana stala středem zájmu a očekávání. Titulek „Záhadná TOP09“ se v kontextu s obrazem snaží upoutat pozornost veřejnosti, zvědavost čtenářů ještě zvyšuje podtitulkem „Strana, od které se dá čekat úplně všechno“. Konotují nám, že se na české politické scéně chystá něco převratného, jako například když císař František Josef I. odvolal rakouskou ústavu a převzal veškerou moc do svých rukou. Stejně jako císař byl symbolem konzervatismu a úcty k tradicím, i TOP09 se přiklání k této ideologii, jak je zřejmé už z názvu strany zkracujícího hesla Tradice, Odpovědnost a Prosperita.

Titulek mluví o straně, která je na politické scéně nová, ale její představitelé politickými nováčky nejsou. Nevíme však, jak se nové seskupení postaví k veřejnosti a jaký předvolební program jí nabídne. To vše je zatím ještě záhadou. Slova, která říkají, že od nich můžeme čekat úplně všechno, dokreslují dojem záhadnosti a obraz nechává na fantazii jednotlivých čtenářů, co si pod tím představí a co všechno by se od TOP09 dalo očekávat.

Autor aplikuje mediální obraz císaře na našeho politika a tím ho přímo konfrontuje s mýtem rakouského majestátu, jenž oplýval vlastnostmi jako disciplína, upjatost, zodpovědnost. Řád a stabilita jsou také přívlastky archetypu vládce (císaře).

Stereotypem pak můžeme nazvat zobrazení uniformy, které byli typickým oděvem císaře Františka Josefa I. a licousy, které jsou opět typickým znakem právě jeho osoby. Tyto znaky simultánně implikují dojem aristokracie a představují mýtus „modré krve“ jako přirozené autority, těch moudrých a nejlepších, kteří by měli vládnout.



3.2.2 Respekt č. 38/2009

V období předvolebních kampaní vystává základní otázka, kterou je nominována titulní strana – „Koho volit?“. Podtitulkem „Průvodce prázdnou a falešnou kampaní“ směřuje zájem čtenáře dovnitř časopisu, kde může očekávat informace a snad i řešení základní otázky. Obrazová část denotuje detailní portrét Jiřího Paroubka. Jeho obličej je rozšířen, oči mírně přimhouřené, brada předsunutá dopředu. S odhodlaným nesmlouvavým výrazem vzhlíží kamsi do dále. Uhlazené černé vlasy jsou u čela potřísněné ptačím trusem modré barvy. Na levé klopě má odznak oranžové barvy hlásající slova „jistoty“ a „naděje“. Odznak je symbolem ČSSD jak svou barevností, tak slovy, které nese a jež vyjadřují hodnoty - „jistoty pro lidi, naděje pro naši zemi“. Modrý exkrement na hlavě nám konotuje přítomnost ODS prostřednictvím jejich symbolu – modrého ptáka. Také připomíná akci házení vajec na Paroubka, o níž se mínilo, že byla iniciována přívrženci ODS. V další rovině konotace nám to připomíná souboj těchto dvou stran, které v tehdejší předvolební kampani, více než kdy jindy v minulosti, na sebe navzájem „házeli špínu“. Prázdnota a falešnost kampaní asociuje náměstí plné lidí sledujících hudební vystoupení – v jedné ruce pivo a v druhé „igelitku“ s obsahem, který pravděpodobně nikoho z přítomných nezajímá – hlavně, aby jejich dítě dostalo nafouknutý balonek na tyčce. Všude okolo populistická hesla bez jakéhokoli vysvětlování jejich podstat. Podobný náhled na situaci popisuje i článek vztahující se k titulní straně. Úhel zobrazení z podhledu a odlesky světla ve tváři vytvářejí vizuální dramatický efekt a předkládají osobu jako velikána, který se tyčí nad ostatní a zároveň sleduje svoji vizi. Za tou si půjde nekompromisně, bez ohledu na kohokoli jiného. Tento dramatický efekt je však zesměšněn nevyřčenou přítomností ODS. Jiří Paroubek je zde tedy reprezentací strany, jistot a nadějí, hodnot, které jsou odhaleny ve své falešnosti, zneuctěny a znehodnoceny. Do stran rozšířené tváře ukazují nafoukanost, samolibost a odhodlání dělat, jako by se nic nestalo a i s tímto stigmatem pokračovat dál.

Dominantní postavení má titulek „Koho volit?“. Tuto otázku si právě před volbami klade mnoho lidí a odpověď na ni hledá ve stranických programech. Očekávají, že se zde dozví zásadní informace a plány, jak se k případnému vítězství

strana postaví a co to pro ně bude znamenat. Podtitulek pak na tuto otázku téměř odpovídá. Kampaně politických stran nejsou prezentací programů a nejsou zaměřeny na vysvětlování občanům, jak hodlají zacházet s veřejnými financemi. Stávají se zábavným programem, který má za cíl pobavit lidi a uspokojit jejich momentální potřeby. Doplňující informace podává obrazová část, jež říká, že falešné kampaně jsou vlastní především dvěma největším stranám a spíše než na vysvětlování lidem proč volit je samé, se zaměřují na přesvědčování, proč nevoli t ty druhé.

Časopis pracuje s mýtem populismu a negativních kampaní u dvou nejsilnějších českých stran.



3.2.3 Respekt č. 13/2010

Z obálky Respektu na nás vyhlíží pět hlav patřících zástupcům menších politických stran. Vlevo je zástupce KDU-ČSL Cyril Svoboda se shovívavým úsměvem, vedle něj Miloš Zeman jako představitel nové strany práv občanů – Zemanovci a Karel Schwarzenberg, šéf TOP09. Zmínění tři představitelé mají výrazy typické jejich mediálnímu obrazu. Dále, jakoby v pozadí, se odkrývá půl tváře Ondřeje Lišky, předsedy Strany Zelených a poslední, nadšený výraz s doširoka otevřenými očima patří Radku Johnovi z Věcí veřejných. Některé z těchto stran již známe, jiné jsou nově uskupené. Shodně však platí, že ani jedna z nich v posledních několika letech nezaznamenala významnější úspěch ve volbách do poslanecké sněmovny a tentokrát, díky znechucení voličů nad ODS a ČSSD, vzrostly jejich šance. Každá z těchto hlav je nasazena na tyči, jež nese barevnou trojkombinaci – bílou, červenou a modrou. Trikolora složená právě z těchto barev se používá jako symbol státu na různých předmětech majících nějaký vztah k ČR. Trojbarevná tyč je tedy obrazovou metaforou vyjadřující vztah k záležitosti týkající se celé České republiky. Obraz nám konotuje loutkové divadlo, jako kdyby politické strany byly figurkami, které můžeme různě přesouvat a kombinovat, upřednostňovat a odkládat. Titulek „Tihle to rozhodnou – ještě nikdy nelákaly malé strany tolik Čechů“ říká, že voliči přesunuli svoji pozornost na zmíněných pět stran a je na nich, kterou „tvář“ si ze zobrazeného panoptika zvolí a nechají rozhodovat o sestavení vlády.

Jazyková část nám vypráví většinu příběhu ze sdělení, které je zakódované v titulní straně. Z podtitulku vyplývá, koho se tento příběh týká. Týká se českých lidí – voličů a politických stran, mezi které určitě nepatří ODS, ČSSD. Jde tedy o ty ostatní, které se až nyní dostávají do popředí. Hlavní titulek pak sděluje, že právě na nich bude záviset podoba budoucí vlády. Obraz vytváří škálu potencionálních rozhodujících, z nichž je možné vybírat. Za zmínku stojí i detaily tváří, do kterých autor vkládá hodnocení a je na individualitě čtenáře, jaký je jeho postoj k zobrazovaným, jak tyto výrazy interpreтуje a jestli takové hodnocení přijme či nikoliv.

Titulní strana podporuje zboření mýtu malých stran, které lidé raději nevolí z důvodu, že takovou volbu považují za ztracený hlas, a pokud by se do poslanecké

sněmovny dostaly, nic ze svých programů by nedokázaly prosadit. Vytváří tak nový mýtus naděje, že se konečně objevila nějaká entita, k níž se můžeme přiklonit, když všechny ostatní zklamaly. Je to mýtus nabídky a poptávky. Když nás něco zklame, jdeme někam jinam, když nás zklamou i tam, můžeme jít opět dál a jindy se zase můžeme vrátit k původnímu.



3.2.4 Respekt č. 22/2010

Titulní strana je zřetelně rozpuřena na dvě řásti. Vlevo vidíme portrét Petra Nečase zabarvený do modrých tónů na modrém pozadí. Vpravo je zobrazen Jiří Paroubek, jehož řásti vládne oranžová barva. Portréty jsou nasměrovány řelem jeden k druhému. Ze zavřených úst obou politiků vede bublina se stejným obsahem – „Jejda...“. Součástí portrétů je i kontrastující řást oděvu. U pana Nečase jasně rozeznáváme řerné sako, bílou košili a kravatu, u Jiřího Paroubka je předpoklad stejného oděvu, ačkoli je jen naznačen. Konotují tak oficiální dress code politických řinitelů vystupujících na veřejnosti. V dalším stupni konotace tak odhalujeme, že se nejedná o událost ze soukromého života. Pan Nečas má mírně zvednuté koutky a pootevřená ústa. Zvýrazněné linie vedoucí od nosu k bradě a vrásky po stranách očí konotují nervozitu a nucený úsměv. Paroubkovy semknuté rty, skleslá horní víčka očí a bíle zvýrazněná krůpěj potu nad spánkem konotují mrzutost a opět nervozitu, zvednutá brada a přímý pohled však ukazují hrdost. Díky znalostem lidských výrazů a zobrazovaných politiků, si můžeme v našich představách projektovat i tón hlasu, s jakým vyslovují citoslovce „jejda“. Titulek „Debakl velkých“, na základě zkušeností a znalostí našeho kulturního a politického prostředí, poukazuje nejen na dva předsedy, ale především na dvě politické strany, které bývaly nejsilnějšími zástupci pravice a levice. ODS a ČSSD jsou zde také nepřímou naznačeny typickými barvami (modrá vs. oranžová) a jejich ostré oddělení simultánně s přímým nasměrováním portrétů proti sobě implikuje vztah těchto dvou stran, které vždy stály proti sobě. Výroky v bublinách pak implikují překvapení nad shodnou situací, kdy dochází k oslabení moci, jež můžeme vnímat i v kompozici – ODS je na levé straně a ČSSD na pravé, i když ODS je podle článku uvnitř periodika ve výhodě, s nadějí na sestavení většinové vlády.

Slova na titulní straně mluví o debaklu velkých. Z podtitulku víme, že se jedná o politické strany a tudíž o velké, silné politické strany. Dále praví, že čeští voliči svými hlasy způsobili ve sněmovně situaci, kterou velké strany nepředpokládaly, ale i tak je zde možnost, že bude sestavena většinová vláda. Obrázek už jen příběhu dodává

rovinu překvapení ODS a ČSSD nad chováním voličů a výsledkem, který je pro ně prohrou.

Respekt pracuje s mýtem Davida a Goliáše, kdy se obr cítí nedotknutelný a neporazitelný, ale nakonec je skutečně poražen malým Davidem. Davida zde mohou představovat nové politické strany jako např. TOP09 nebo Věci veřejné, které od voličů překvapivě dostaly více hlasů, jak naznačuje podtitulek „Voliči výrazně zatřáslí českou politikou, rýsuje se většinová vláda“.

MS VE FOTBALE: PROSPERUJÍCÍ OBCHOD S DĚTSKÝMI HRÁČI | **EXPO 2010 Reportáž z největšího jarmarku světa** | **Zemní plyn Rusové ztrácejí své dominantní postavení** **23**

RESPEKT

Rozhovor: S budoucím premiérem P. Nečasem

Jak se vaří vláda

Na čem se už strany dohodly | Kde to skřípe | Co jsou zač Věci veřejné



57 / 0002 "034000" 23

Příběh muže, který nepustil Ivana Langra do parlamentu

3.2.5 Respekt č. 23/2010

Je po volbách a jedná se o sestavení vlády. Mezi jednajícími jsou ODS, TOP09 a VV. Zástupci TOP09 a VV, Karel Schwarzenberg a Radek John, jsou předmětem titulní strany nadepsané „Jak se vaří vláda – Na čem se už strany dohodly / Kde to skřípe / Co jsou zač věci veřejné“. Vlevo, mírně v popředí stojí Karel Schwarzenberg, jeho pohled je namířen přímo na publikum, mírně spadlá víčka očí a pokleslé koutky úst zračí přísnost a možní pohrdání. Na sobě má černé sako, bílou košili a motýlka, jež je typický právě pro jeho styl oblékání. Tento doplněk je trojbarevný. Za jeho levým ramenem stojí Radek John, jehož pohled směřuje ke kolegovi. Působí neupraveným dojmem. Vlasy má rozevláté do stran, oči zešikmené a přivřené. Ústa, asymetricky odhalující zuby, vytváří „křivý“ úsměv. Na krku a na tvářích je vidět, že není čerstvě oholen. Johnův formální oděv opět doplňuje motýlek, v jeho případěbledě modré barvy. Od Johnovy tváře vede kostřbatá linka k bublině, v níž je napsáno „Zamini na Orlík, ju?“. Symboliku zde představují barvy motýlků, trikolora je symbolem TOP09 a světle modrou barvu si vybraly pro svoji stranu Věci veřejné, tudíž pánové zde představují nejen své osoby, ale především své politické strany. V titulku se objevuje metafora „vaří“, což znamená přípravu, kombinaci a sestavování vlády ke spokojenosti všech, tato metafora však konotuje i nepříjemné situace sváru a boje. Další použitá metafora „skřípe“ znamená, že dochází i ke střetům zájmů.

Autor tak s odkazem na slova v článku představuje dva čelní představitele, kteří nemají důvěru ve stranu toho druhého. Pracuje s mýtem rozdělování politických funkcí ve smyslu „něco za něco“. Pozitivně je zde vyobrazen Karel Schwarzenberg, jenž odolává Johnově podlé nabídce postu na Ministerstvu zahraničních věcí odměnou za Orlík⁸⁴. John tedy představuje archetyp raracha s nízkými morálními kvalitami, který se člověku chechtá a nabádá ho k nepravostem. Stereotypní znaky se projevují v křivosti a špičatosti aplikované na Johnovy vlasy, oči, obočí a ústa, stejně jako na linku vedoucí od jeho úst. John zároveň představuje Schwarzenbergův archetyp stínu, kterému se staví na odpor a odmítá jej. Kompozice zobrazuje mýtus kompromisu

⁸⁴ Zámek Orlík je majetkem rodu Schwarzenbergů

politických stran, jehož podstatou je skloubení zájmů všech zúčastněných, ale který je v souvislosti s českou vládou zpravidla představován v negativní a neetický podobě.

3.3 Komparace

TECHNIKA

Fotomontáž při vyjadřování významů nese jistá úskalí ve výběru materiálu, který je k dispozici. Je třeba najít fotografii, jejíž prvky vyjadřují správnou mimiku a výraz. V obrazech nalézáme bohaté množství znaků nesoucí jasný symbolický význam. Autor může libovolně kombinovat různé, třeba i nesourodé prvky a vytvářet tak významy, které by ze samotné fotografie nemohly vyplynout. Ačkoli jsou tyto fotomontáže do značné míry polysémické, lákají svou výrazností a revolučností k odhalení dalších aspektů reality uvnitř periodika.

Kreslíř Respektu má ve své podstatě volnou ruku při vytváření výrazů a mimiky. Záleží čistě na jeho subjektivní znalosti lidské tváře. Při realizaci svých nápadů není odkázán na výběr materiálu, ale pouze na vlastní schopnosti. Sdělovací záměr vyjadřuje např. směřováním pohledu očí, čímž může navodit dojem bezprostředního kontaktu, neúčasti, zaujatosti atd. Kresba se svojí jednoduchostí zdá být jednoznačná, ovšem při bližším zkoumání zjišťujeme, že i tato technika umožňuje vytvořit obraz polysémního charakteru.

KOMPOZICE – OBRAZ, TEXT

Kompozice obou časopisů jsou rozdílné už na první pohled, ale podrobnější porovnání nám ukáže, že ten rozdíl je mnohem větší, než se původně zdálo. Zatímco Reflex zobrazuje převážně postavy, Respekt se zaměřuje na portréty. Dalším rozdílem je umístění titulku. Reflex umísťuje titulky do spodní poloviny časopisu a tím získává primární pozornost obraz. Titulek je pak jen usměrněním či vysvětlením významu, aby interpretace korespondovala se sdělovacím záměrem (ilokuce). Respekt klade větší důraz na titulek, který bývá výstižnější. Umístěním textové části nad obrazovou sestavuje kódy do vzájemné harmonie. Oba časopisy používají typ vztahu obrazu a slova, které Barthes nazval relay (viz kap. 2.5, s. 26), i když u Respektu je patrný vyšší stupeň kontextualizace obrazu textem, než u Reflexu. Zásadní rozdíl je i

v barevnosti. Reflex používá barev k navození emocionálních reakcí (pocitů). Můžeme si povšimnout, že na každé z obálek je obraz doplněn pozadím. Titulky jsou často velmi kontrastní a ve většině případů mají červenou barvu, kterou máme spojenou s naléhavou výzvou či upozorněním. Respekt striktně používá neutrální černou barvu písma a barevné prvky užívá jen jako symboliku politických stran. Oba časopisy shodně používají nadsázku, prvky satiry a karikatury ke zveličení nějakého rysu nebo jevu. Vyjadřují tím kritiku humornou formou. Používají metafory a metonymie jako takové zkratky k preferovaným konotacím.

Reflex tedy z hlediska sdělovacího záměru využívá spíše princip dominance obrazového kódu, kdežto ilokuce Respektu je založena na principu harmonie obou použitých kódů. Výše jsem citovala Ignacia Ramoneta, který tvrdí, že „obraz vydá za tisíc slov“ (viz s. 38). I když jím lze značně zapůsobit na emocionální rovinu, je dle mého názoru téměř nemožné odhadnout sdělovací záměr jen z obrazu, který by nebyl doplněn titulkem. Ten zde proto hraje velice důležitou roli.

STEREOTYPIZACE, MÝTY

Opakování a využívání stereotypů, archetypů a mýtů usnadňujících naše kognitivní vnímání světa shodně využívají oba časopisy. Pomáhají tvůrcům mediálních sdělení předávat srozumitelné informace.

Zatímco Reflex pracuje se stereotypním zobrazováním politických činitelů samotných – jejich osob, Respekt používá stereotypní obrazy politických stran, které jsou reprezentovány svými předsedy. Z hlediska heterostereotypizace, jejíž podstatou je zpravidla negativní vnímání určité společenské skupiny jinou skupinou (my versus oni), oba časopisy vytvářejí z politiků skupinu (ONI), na niž nazírají jako zástupci jiné skupiny – veřejnosti (MY). Reflex pak představuje členy skupiny ONI jako marnivé, sebestředné a usilující pouze o vlastní zájmy. Respekt je v hodnocení neutrálnější, jelikož se zabývá obecně politickými stranami a ne konkrétními osobami, jedinou přímou negativní narážku vnímám pouze na titulní straně, kde je Radek John s Karlem Schwarzenbergem (viz s. 55).

Celému vzorku titulních stran Reflexu dominuje mýtus modelu chování politiků, jemuž vládnou negativní pojmy jako aféra, korupce či boj o moc. Konotuje celkový dojem krize politiky. Roman David píše, že někteří lidé si z množství zpráv vybírají ty, jež jsou jim srozumitelné. Zaměřují se tedy na nedostatky, aféry a jiné

negativní jevy osobností činných v politice. „Zcela pochopitelně je následný kategorický soud těchto lidí, že politika je svinstvo.“⁸⁵ Respekt prezentuje politiku jako takovou prostřednictvím mýtů politických stran, kde „politiku jako oblast střetů různých programů a protichůdných zájmů lze nejlépe popsát jako dynamický děj složený ze dvou fází. První z nich je konflikt zájmů, který je spojený se vzájemným napadáním koncepcí i politiků a s manipulací veřejným míněním. Poté následuje fáze druhá – usmiřování znesvářených stran konfliktu, jejímž výsledkem je kompromis.“⁸⁶

Barthes tvrdí, že „mýtus raději pracuje s pomocí chudých nekompletních obrazů, v nichž je smysl již náležitě „přitesán“ a uzpůsoben signifikaci: karikatur, pastišů, symbolů atd.“⁸⁷

⁸⁵ DAVID, Roman. *Politologie : Základy společenských věd*. Olomouc : Nakladatelství Olomouc, 2002. s. 40

⁸⁶ DAVID, Roman. *Politologie : Základy společenských věd*. Olomouc : Nakladatelství Olomouc, 2002. s. 42

⁸⁷ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. s. 125

Závěr

Na základě novinářských rutin se k nám dostávají obsahy dvou časopisů, jež svým způsobem představují důležité události aktuální doby a zároveň bojují o zájem čtenáře. Jejich úkolem je poskytovat informace, vytvářet konsenzus, podporovat dominantní ideologii, přesvědčovat čtenáře a zároveň je i bavit. Všechny zmíněné požadavky oba časopisy plní.

Jednou z hlavních úloh, je též zprostředkovávat veřejnosti informace o politických tématech. Právě ta se stala předmětem srovnávací sémiotické analýzy titulních stran týdeníků Reflex a Respekt společně působících na českém trhu. Přestože se oba týdeníky aktivně podílejí na formování postojů veřejnosti k politice, výsledek analýzy prokazuje, že každý časopis předkládá pohled z jiného úhlu. Reflex podává sdělení o politických osobnostech, skrze která si veřejnost na základě individuálních interpretací může vytvořit postoj k určitým politickým stranám. Respekt naopak primárně informuje o politických stranách, ale na základě vyobrazení si lze utvářet vlastní charakterové hodnocení jejich představitelů, kteří tyto strany reprezentují. Nemohu však ze svého pohledu tvrdit, že by se jeden či druhý týdeník profiloval do role propagátora levicové či pravicové politické orientace.

O zobrazování skutečnosti McQuail tvrdí, že *"nemůže být ničím jiným než výběrovým konstruktem vytvořeným z útržků konkrétních informací a pozorování, jež jsou spojeny dohromady a jimž je dodán smysl prostřednictvím určitého úhlu pohledu."*⁸⁸ Výběr těchto útržků a následná interpretace čtenáři jsou mimo jiné závislé i na individualitách podavatelů, ať je to jeden kreslíř nebo dva lidé spolupracující na výsledné podobě. Pokud tyto individuality pomineme, můžeme se pak zabývat další odlišností, která vychází právě z technických možností kresby či fotomontáže. Respekt s technikou kresby má více prostoru k práci s mimikou a liniemi tváře. K vyjádření charakterových vlastností poskytuje možnost výrazného detailu a karikatury, jimiž vyjadřuje svůj záměr. Za povšimnutí stojí opakující se tváře Jiřího Paroubka, Karla Schwarzenberga či Radka Johna, jež vždy vykazují podobné rysy a je na samotném čtenáři, zda je zhodnotí pozitivně či negativně. Fotomontáž Reflexu je technicky složitější proces, který do určité míry omezuje práci s deformací linií tváře nebo hlavy. K vyjádření charakterů a docílení sdělovacího záměru slouží především montování

⁸⁸ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. s. 114

nesourodých prvků dohromady a tím konstruování významové simultánnosti, zasazení do určité situace, či „řeč“ těla. Příkladem je Topolánkův „nepolitický“ oděv, řeznické prostředí či atraktivní tělo Petra Nečase. U Reflexu hraje zásadní roli intertextualita, která svým způsobem uzavírá texty a činí interpretaci předvídatelnou. Pro obrazy Respektu je příznačná otevřenost, která dává prostor čtenáři pro fantazii. Jak tvrdí Zbyněk Petráček o autorovi titulních stran Respektu: „...*Reisenauer to čtenářům neusnadňuje. Ano, čtenářům. Jeho kresby a obrazy nejenom ilustrují psané texty, ale samy vyžadují čtení významů. Jejich autor je zásadním odpůrcem prvoplánovosti. I do kreseb, které na první pohled pouze realisticky zobrazují cosi banálně jasného, vpašovává jakoby nepřístojné prvky. Co to vlastně znamená? Co mi tím sděluje? Tak se chťe nechtě ptá čtenář, více či méně úspěšný v luštění.*“⁸⁹

Interpretaci příjemců lze však ovlivňovat i volbou a použitím barev. Zatímco tohoto směru se drží Respekt s použitím barevnosti čistě ve znakové respektive symbolické rovině, Reflex je často používá k vyvážení kompozice nebo k pouhému upoutání pozornosti na principiu reklamních sdělení. Například symbolicky bohatá červená barva titulků mívá zpravidla apelativní charakter a je otázkou, s jakým hlavním záměrem autor tuto barvu vybral. Stejně tak výrazné zelené pozadí titulní strany s Pavlem Bémem (viz s. 33) může někdo interpretovat jako znak, jenž podle symboliky barev konotuje peníze a zábavu. Na konstruování reality se také podílí přítomnost novodobých mýtů, reprezentací a zkratk napomáhajících ke správné interpretaci významů zakódovaných do sdělení.

Obecně lze potvrdit, že konstrukce reality u obou periodik odpovídá hodnotám a soudům společnosti a tím podporuje její současný stav – tedy posiluje dominantní ideologii naší společnosti. Oba časopisy reprezentují a naturalizují politická témata podle představ společnosti. S ohledem na tendence dnešních médií, jež jsou zatížena nátlakem jak na vizualizaci sdělení, tak na dodávání zábavy, si tyto dva časopisy stále udržují tradici seriózního tisku, ale na jejich titulních stranách je tento trend patrný. Užívají zveličování (hyperbolizaci) k upozornění na skryté události a jevy. Každá z titulních stran obou periodik v sobě nese značnou dávku (dle mého názoru dobrého) humoru, která navazuje na tradici české satiry.

⁸⁹ Pavel Reisenauer : 209 kreseb a 33 obrazů / Zbyněk Petráček 42 textů. 1. Praha : Respekt Publishing, a.s., 2008. s. 6

I přes veškerou shodu v obecných principech a nárocích na fungování médií ve společnosti, se podařilo prokázat rozdílný přístup ke konstruktům, jejichž denotace je principiálně stejná, ale konotace už směřují jiným směrem, což koresponduje se zařazením časopisů. Reflex jakožto společenský časopis konstruuje realitu v podobě osobností. Přináší příjemcům pohled na vnímání politiky jako celku složeného z jednotlivých afér. Respekt se naopak zabývá konstrukcí reality z hlediska zpravodajství. Přináší informace, jež mapují dynamický vývoj politických stran a sestavování vlády. Posloupnost titulních stran na sebe navazuje tak, že by z nich mohla být skutečně sestavena rekonstrukce politického vývoje.

Výtvarné projevy spolu s vtipnými a přesně formulovanými titulky a podtitulky jsou zcela jistě jedním z důvodů, proč se oba časopisy tak úspěšně uplatňují na českém mediálním trhu. Podle dělení, které uvádí McQuail, můžeme v obou týdenících hledat rysy „hlídacího psa“ a zároveň „vzdělavatele“.⁹⁰ podle toho, zda se k tématu staví kriticky či neutrálně. K prokázání míry kritiky či neutrality by však bylo zapotřebí použití reprezentativního vzorku v kvantitativní obsahové analýze.

⁹⁰ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. s. 193

Summary

The semiotic analysis is based on individual interpretation of media content. Analysis of the cover pages of czech weekly magazines Reflex and Respekt proved that although these magazines actively participate in shaping public's attitude toward policy issues and work with postmodern myths which purify history, each of them shows a different angle in a supporting and strengthening of dominant ideology. Reflex informs its public about the political figures which can influence public perception of their political parties. On the other side Respekt informs about the political parties, but these parties are represented by political figures with influence a perception of their personalities.

The authors influence the recipient's interpretation by the ways of using semiotic signs and codes like colours, composition, cartoon's features, symbols etc. The construction of reality also depends on art design. Reflex' intertextual fotomontage is determined to connect the incompatible components to construct a meaning simultaneously to make the interpretation more predictable. Respekt designs typically work on details of face-play and features which express their communicating intentions.

Analysis aslo proved their different aproach to construct reality - their denotations are the same but connotations have different tendencies. It corresponds with classification of Reflex as a social magazine which mediate the policy as a unit consisting of particular affairs, and Respekt as a news magazine which mediate a political development.

According to McQuail's classification it is possible to search in both magazines features of „watchdog“ as well as „educator“.⁹¹ In order to determine the degree of criticism or neutrality in their approach, it would be necessary to conduct quantitativ research.

⁹¹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. s. 193

Prameny

- Reflex*. Praha : 2009, roč. 20, č. 33. Ringier ČR, a.s. ISSN 0862-6634
- Reflex*. Praha : 2009, roč. 20, č. 35. Ringier ČR, a.s. ISSN 0862-6634
- Reflex*. Praha : 2010, roč. 21, č. 1. Ringier ČR, a.s. ISSN 0862-6634
- Reflex*. Praha : 2010, roč. 21, č. 10. Ringier ČR, a.s. ISSN 0862-6634
- Reflex*. Praha : 2010, roč. 21, č. 16. Ringier ČR, a.s. ISSN 0862-6634
- Respekt*. Praha : 2009, roč. 20, č. 35. Respekt Publishing a.s. ISSN 0862-6545
- Respekt*. Praha : 2009, roč. 20, č. 38. Respekt Publishing a.s. ISSN 0862-6545
- Respekt*. Praha : 2010, roč. 21, č. 13. Respekt Publishing a.s. ISSN 0862-6545
- Respekt*. Praha : 2010, roč. 21, č. 22. Respekt Publishing a.s. ISSN 0862-6545
- Respekt*. Praha : 2010, roč. 21, č. 23. Respekt Publishing a.s. ISSN 0862-6545

Použitá literatura

- AUMONT, Jacques. *Obraz*. 1. vyd. V Praze : Akademie múzických umění v Praze, 2005. 327 s. ISBN 80-7331-045-7.
- BALEKA, Jan. *Výtvarné umění : výkladový slovník*. 1. vyd. Praha : Academia, 1997. 429 s. ISBN 80-200-0609-5.
- BARTHES, Roland. *Mytologie*. 1. vyd. Praha : Dokořán, 2004. 170 s. Bod. ISBN 80-86569-73-X.
- BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2001. 392 s. Studium. ISBN 80-85947-67-6.
- ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. 1. vyd. Praha : Portál, 2004. 368 s. ISBN 80-7178-832-5.
- ČMEJRKOVÁ, Světlana. *Reklama v češtině : čeština v reklamě*. Vyd. 1. Praha : LEDA, 2000. 260 s. ISBN 80-85927-75-6.
- DAVID, Roman. *Politologie : Základy společenských věd*. 4. přepr. a rozš. vyd. Olomouc : Nakladatelství Olomouc, 2002. 448 s. ISBN 80-7182-116-0.
- DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. 1. vyd. Praha : Portál, 2002. 160 s. ISBN 80-7178-566-0.
- ECO, Umberto. *Teorie Sémiotiky : A Theory of Semiotics*. 1. vyd. Brno : Janáčkova akademie múzických umění, 2004. 407 s. ISBN 80-85429-99-3.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. 1. vyd. Praha : Argo, 1999. 596 s. ISBN 80-7203-124-4.

JIRÁK, Jan. Medializace jako strašák politiky. In Kabele, Jiří - Mlčoch, Lubomír (ed.). *In: Institucionalizace (ne)odpovědnosti : globální svět, evropská integrace a české zájmy. I, Přelom druhého a třetího tisíciletí z pohledu společenských věd*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2001, s. 203-206. ISBN 80-246-0378-0.

JIRÁK, Jan; NEKVAPIL, Jiří ; ŠOLTYS, Otakar. *Jazyk ve společenském kontextu*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 1996. 102 s. ISBN 80-7184-210-9.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ , Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 2. vyd. Praha : Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. 1. vyd. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2000. 164 s. ISBN 80-246-0182-6.

JUNG, Carl Gustav. *Výbor z díla II. : Archetypy a nevědomí*. 1. vyd. Brno : Nakladatelství Tomáše Janečka, 1997. 437 s. ISBN 80-85880-16-4 (druhý svazek), ISBN 80-85880-11-3 (soubor).

KNAPOVÁ, Adéla. Pavla Béma poslední chrocht. *Reflex*. 7. leden 2010, roč. 21, č. 1. s. 6-11. ISSN 0862-6634.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. Praha : Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika : Ch. S. Peirce, C. K. Ogden & I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry*. 2. přeprac. vyd. Praha : Karolinum, 1997. 335 s. ISBN 80-7184-356-3.

OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha : Libri, 2007. 263 s., obr. příl. ISBN 978-80-7277-266-7.

Pavel Reisenauer : 209 kreseb a 33 obrazů / Zbyněk Petráček 42 textů. Vyd. 1. Praha : Respekt Publishing, a.s., 2008. 176 s. ISBN 978-80-903766-4-9.

RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 2003. 226 s. Myšlenky. ISBN 80-204-1037-6.

REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurs obecné lingvistiky*. 2. vyd. Praha : Academia, 1996. 468 s. ISBN 80-200-0560-9.

TRESIDDER, Jack. *1001 symbolů : Ilustrovaný průvodce světem symbolů*. 1. vyd. Praha : Euromedia Group, k. s. - Knižní klub, 2004. 384 s. ISBN 80-242-1252-8.

Internetové zdroje

Edice - Respekt.iHned.cz [online]. 12. 1. 2011 [cit. 2011-03-20]. 209 kreseb a 33 obrazů Pavla Reisenauera. Dostupné z WWW: <<http://respekt.ihned.cz/edice/c1-49450930-209-kreseb-a-33-obrazu-pavla-reisenauera>>. ISSN 1801-1446.

JUHAŇÁK, Libor. Lingvistické a sémiotické pojmy a problémy související se SJ. *Inflow: information journal* [online]. 2008, roč. 1, č. 10 [cit. 2011-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.inflow.cz/lingvisticke-semioticke-pojmy-problemy-souvisejici-se-sj>>. ISSN 1802-9736.

Reflex.cz [online]. 16.3.2010 [cit. 2011-03-20]. O Reflexu. Dostupné z WWW: <<http://www.reflex.cz/clanek/system-o-reflexu/36388/o-reflexu.html>>. ISSN 1213-9017.

Ringier Axel Springer CZ [online]. 09.05.2011 [cit. 2011-05-09]. Reflex. Dostupné z WWW: <<http://www.ringieraxelspringer.cz/clanek/39/reflex>>.

Unie vydavatelů ČR [online]. c2004 [cit. 2011-03-20]. Tištěné tituly. Dostupné z WWW: <<http://www.uvdt.cz/default.aspx?catitem=516&catalog=1>>.

<http://www.uvdt.cz/>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Reflex č. 33, 13. srpna 2009 (Obrázek), s. 27

Příloha č. 2: Reflex č. 35, 27. srpna 2009 (Obrázek), s. 30

Příloha č. 3: Reflex č. 1, 7. ledna 2010 (Obrázek), s. 33

Příloha č. 4: Reflex č. 10, 11. března 2010 (Obrázek), s. 36

Příloha č. 5: Reflex č. 16, 22. dubna 2010 (Obrázek), s. 39

Příloha č. 6: Respekt č. 35, 24. – 30. 8. 2009 (Obrázek), s. 42

Příloha č. 7: Respekt č. 38, 14. – 29. 9. 2009 (Obrázek), s. 45

Příloha č. 8: Respekt č. 13, 29. 3. – 5. 4. 2010 (Obrázek), s. 48

Příloha č. 9: Respekt č. 22, 31. 5. – 6. 6. 2010 (Obrázek), s. 51

Příloha č. 10: Respekt č. 23, 7. – 13. 6. 2010 (Obrázek), s. 54

Přílohy

Příloha č. 1: Reflex č. 33, 13. srpna 2009 (Obrázek)



Příloha č. 2: Reflex č. 35, 27. srpna 2009 (Obrázek)



Příloha č. 3: Reflex č. 1, 7. ledna 2010 (Obrázek)



Příloha č. 4: Reflex č. 10, 11. března 2010 (Obrázek)



Příloha č. 5: Reflex č. 16, 22. dubna 2010 (Obrázek)



Příloha č. 6: Respekt č. 35, 24. – 30. 8. 2009 (Obrázek)



Příloha č. 7: Respekt č. 38, 14. – 29. 9. 2009 (Obrázek)



Příloha č. 8: Respekt č. 13, 29. 3. – 5. 4. 2010 (Obrázek)



Příloha č. 9: Respekt č. 22, 31. 5. – 6. 6. 2010 (Obrázek)



Příloha č. 10: Respekt č. 23, 7. – 13. 6. 2010 (Obrázek)

