

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra mediálních studií

Monika Štáfová

Obraz novináře v hollywoodském filmu

Diplomová práce

Praha 2013

Autor práce: **Monika Štáfová**

Vedoucí práce: **Prof. PhDr. Jan Jirák, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2013

Bibliografický záznam

ŠTÁFOVA, Monika. *Obraz novináře v hollywoodském filmu*. Praha, 2013. 114 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Abstrakt

Diplomová práce *Obraz novináře v hollywoodském filmu* si klade za cíl prostřednictvím kvalitativní a komparativní analýzy interpretovat zachycení postav novinářů v hollywoodských filmech mezi lety 1997 a 2007. Analýza je provedena na základě třinácti filmových snímků z daného období, ve kterých se v hlavní roli objevuje postava novináře. Komparace jednotlivých postav je realizována v rámci tří skupin, klasifikovaných podle typu novináře - investigativní žurnalisté, novináři věnující se životnímu stylu a celebritám, televizní hlasatelé a reportéři. Postavy jsou v rámci jednotlivých skupin vzájemně porovnávány z hlediska vzhledových rysů, charakterových vlastností, rodinných a sociálních vztahů, postojů k autoritám, nejznámějších stereotypů a vnímání ostatními postavami. Vyhodnocením výsledků analýzy v závěru práce je potvrzeno, že novinářské stereotypy se ve zkoumaném období příliš neobjevují, protagonisté převážně vykazují prvky pozitivních hrdinů a odlišnosti jednotlivých postav převažují nad podobnostmi.

Abstract

The objective of this thesis, *The Image of a Journalist in Hollywood Film*, is to interpret the images of journalists created in Hollywood films in the period from 1997 to 2007 by means of qualitative and comparative analyses. The analysis is carried out based on journalist characters appearing as protagonists in thirteen motion pictures from the given period. The comparison of the characters is executed within three groups, classified according to the type of journalist – investigative journalists, celebrity and lifestyle journalists and television anchormen and reporters. The characters are compared to each other from the point of view of physical appearance, character traits,

family and social relations, their attitude towards authorities, the most common stereotypes and other character's perception of them. The summarization and data evaluation of the analysis confirms that journalist stereotypes do not often occur in this, the protagonists are predominantly portrayed as heroes and that the differences outweigh the similarities.

Klíčová slova

Film, novinář, postava novináře, Hollywood, stereotypizace, investigativní, celebrity a životní styl, televizní hlasatel, reportér.

Keywords

Film, journalist, journalist as a film character, Hollywood, stereotyping, investigative, celebrity and lifestyle, anchorman, TV reporter.

Rozsah práce: 221 648 znaků s mezerami

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 24.5.2013

Monika Štáfová

Poděkování

Ráda bych na prvním místě poděkovala vedoucímu své diplomové práce Prof. PhDr. Janu Jirákoví, Ph.D, za ochotu, trpělivost a cenné rady. Velký dík patří také Ing. Petru Škvorovi za náročné korektury.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV	
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Štafová Monika	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2010/2011	
E-mail diplomantky/diplomanta: monikastaf@yahoo.de	
Studijní obor/typ studia: Mediaální studia	
Předpokládaný název práce v češtině: Obraz novináře v hollywoodském filmu	
Předpokládaný název práce v angličtině: The Image of a Journalist in Hollywood Films	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012): LS 2012	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Obraz novináře lze analyzovat z různých zdrojů a různých pohledů. V literárních dílech, filmech a televizních seriálech se postava novináře objevuje velmi často a dalo by se tvrdit, že spolu s postavou detektiva a celebrity patří k oblíbeným profesím fiktivních postav v literárních a filmových dílech. Tvůrci velmi volí tuto profesi pro své hrdiny nejen proto, že často sami jsou nebo v minulosti byli žurnalisty, ale i proto, že novinářská profese zahrnuje spoustu morálních rozhodnutí a někdy se její hlavní aktéři nevyhnou melodramatické hře mezi dobrem a zlem a díky tomu jsou pro čtenáře/diváka velmi atraktivní. Ve filmu se novinář vyvíjí a formuje a je zobrazována odlišně nejen v různých obdobích, ale i v různých filmových žánrech. Objevuje se například novinář hrdina, manipulátor (negativní postava), paparazi ale i novinář, který příliš rozumu nepobral. Toto téma přilákalo pozornost již několika autorů a existují i webové stránky, které se věnují postavě novináře v populární kultuře (http://www.ijpc.org/). K autorům, kteří se věnovali nebo věnují této problematice, patří například Brian McNair nebo Joe Saltzman. Tématem práce bude tedy nahlédnutí do několika různých filmových žánrů v jednom zvoleném období na přelomu 20. a 21. století a následná analýza postavy novináře v daných filmech.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem práce je analýza filmových postav novináře v hlavní roli ve vybraných filmech velkých hollywoodských produkcí, které byly natočeny v letech 1997–2007 a jejich srovnání s postavami novináře ve starších obdobích, jak je zpracovává dostupná literatura. Srovnávací analýza bude zaměřena na zjištění a interpretaci podobností a odlišností. Filmy analyzované v daném období budou rozděleny do kategorií/žánrů a postava novináře bude podle těchto žánrů dále rozebírána. Jedna kapitola bude věnována ženám-novinářkám, jejich vývoji v průběhu	

kinematografie a především nalezení společných charakteristik ve filmech ze zkoumaného období. Práce by měla zachytit všechny důležité aspekty, které se objevují v hollywoodských filmech v letech 1997–2007, ve kterých se v jedné z hlavních rolí vyskytuje postava novináře.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod: Základní popis a vymezení tématu

Vymezení cílů a odůvodnění výběru

Metodologie

Stat': Porovnání obrazu novináře 20. století a přelomu tisíciletí

Historický a politický kontext v letech 1997-2007

Žánry

Drama

Komedie

Thriller

Rozdělení podle funkcí

Novinář hrdina

Boj za spravedlnost

Válečný reportér

Negativní postava novináře

Manipulátor

Paparazzi

Novinář jako komická či trapná postava

Genderové role

Ženy novinářky, muži novináři

Závěr: Shrnutí, zhodnocení dosažení cílů

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Pro většinu práce budou použity zdroje knižní (případně elektronické knihy) a internetové, které se věnují problematice proměny obrazu novináře ve filmu (nejlépe hollywoodskému). Pro metodologické a teoretické části využiji publikace o interpretaci a případně také o diskurzivní analýze.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Analýza primárních a sekundárních zdrojů ve formě filmů a publikací, které se věnují filmové analýze a interpretaci postavy novináře ve filmových adaptacích. **Interpretační a srovnávací analýza jednotlivých filmů.**

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Vybran filmové tituly z hollywoodské produkce z období 1997 – 2007

McNair, Brian. *Journalists in Film: Heroes and Villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2010

Autor v této knize nabízí přehled o tom jak je postava novináře ve filmech vnímána diváky a jak reflektuje reálné postavení novináře ve společnosti. McNair přistupuje k filmům jako k uměleckým dílům a dokumentům, které monitorují

proměnu novinářské profese.

Borwell, David. Thompson, Kirstin. *Film Art: An Introduction*. McGraw Hill, 2008. Tato publikace je v posledních letech nejprodávanější a jednou z nejrespektovanějších knih, která se zabývá úvodem do analýzy kinematografie. Je určená pro studenty filmových fakult.

Langman, Larry. *The Media in Movies: A Catalog of American Journalism Films, 1990-1996*. Jefferson: McFarland, 2009

Jde o publikaci ve které se objevují všechny filmy od počátku 20.století z novinářského prostředí. Jde především o jakýsi seznam všech filmových produkcí, které jsou řazeny podle abecedy. V rozsáhlém úvodu autor zpracoval historický výzkum daného tématu s četnými filmovými příklady.

Ehrlich, Matthew. *Journalism in Movies*. University of Illinois Press, 2004

Autor se snaží zachytit hollywoodský obraz amerického novináře od samých počátků až do současnosti. Soustředí se na filmy, kde se novinář objevuje v hlavní roli a nebo se jedná o důležitých meznících v novinářské profesi.

Good, Howard. *Girl Reporter: Gender, Journalism, and the Movies*. Scarecrow Press, 1998

Howard popisuje na příkladu Torchy Blane, která hraje hlavní roli v devíti filmech ze 30.let, důležitost kulturní studie hollywoodského poblouznění touto novinářkou. Good tvrdí, že přeže všechny iluze o rovnoprávnosti mužů a žen v roli novináře, se objevuje ve filmech spousta genderových stereotypů.

Diplomové a disertační 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)

Kliment, Michal. *Obraz médií v československém filmu 30. a 40. let 20. století*. FSV UK, 2010

Zemančíková, Kateřina. *Obraz ženy v českém filmu v letech 1948 – 1956*. FSV UK, 2006

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
pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis

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/KOU SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

ÚVOD.....	2
DŮLEŽITOST ANALYTICKÉHO ROZBORU FILMOVÝCH OBSAHŮ	5
1. ZHODNOCENÍ PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY	7
2. MEDIÁLNÍ OBRAZ.....	10
3.1. FILMOVÝ OBRAZ.....	12
3.2. OBRAZ FILMOVÉ POSTAVY.....	14
3.3. STEREOTYPY	18
3.3.1. Stereotypizace filmových postav	20
4. NOVINÁŘ.....	22
4.1. NOVINÁŘ V KAPITALISTICKÉ SPOLEČNOSTI LIBERÁLNĚ DEMOKRATICKÉHO TYPU SE ZAMĚŘENÍM NA AMERICKÉM PROSTŘEDÍ.....	24
4.1.1. Výzkum o amerických novinářích	29
5. FILM	30
5.1. HOLLYWOOD	31
5.2. FILMOVÉ ŽÁNRY	33
6. NOVINÁŘ VE FILMU	34
6.1. ROLE NOVINÁŘE VE FILMU	36
7. OBRAZ NOVINÁŘŮ VE VYBRANÝCH FILMECH Z OBDOBÍ 1997-2007.....	38
7.1. INVESTIGATIVNÍ NOVINÁŘ	40
7.2. NOVINÁŘI VĚNUJÍCÍ SE ŽIVOTNÍMU STYLU A CELEBRITÁM	54
7.3. TELEVIZNÍ HLASATEL A REPORTÉR	69
ZÁVĚR	82
SUMMARY	86
POUŽITÁ LITERATURA.....	88
SEZNAM PŘÍLOH.....	97
PŘÍLOHY	98

Úvod

Sofoklés ve své hře *Antigona*, která vznikla již čtyři sta let před Kristem, proklamoval pravdu, která je i dnes stále platná: „*Vždyť nemiluje nikdo posla zvěstí zlých*“. Ne vždy ale soudobí poslové zpráv neboli novináři přinášejí pouze zprávy špatné, často přicházejí i se zprávami radostnými, díky čemuž je ne každý nenávidí, a naopak jsou velkou částí populace obdivováni. Podstatný vliv na vytváření názorů na ně má také způsob, jakým jsou zobrazováni v populární kultuře. Tato práce je věnována nejen novinářské profesi jako takové, ale zejména její reprezentaci v populární kultuře se zaměřením na jedno z předních médií dnešní doby – film.

Film a v něm účinkující postavy mají schopnost ve svých divácích vyvolat množství emocí a do značné míry ovlivnit názor na určité osoby. Nejširšího publika se doposud nepochybně dotkl filmový průmysl Spojených států amerických. Hollywood je jedním z nejpřitažlivějších témat současné společnosti a díky vzrůstající globalizaci se tomuto fenoménu podařilo překročit hranice země, ve které vznikl, a neutichající popularitu získat na celosvětové úrovni. Ve vyspělých zemích se téměř nikomu nepodaří uniknout produktům a vlivům pocházejících z tohoto vzdáleného ale zároveň tak známého světa celebrit a filmů. Zájem o tento svět a z toho plynoucí vliv na jeho obecnost je nezanedbatelný, a i to je jedním z důvodů, proč jsem si film vybrala jako součást tématu diplomové práce. Nemluvě o tom, že film je jedním z mých zájmů a aktivně se věnuji ochotnickému herectví. Dalším z důvodů, který mne vedl k výběru tohoto tématu, je má bakalářská práce, ve které jsem se věnovala filmu a jeho literární předloze.

Druhou velmi důležitou komponentu této práce tvoří novinářská profese, která je úzce spjata s hollywoodským filmem. Novinář patří k oblíbeným postavám filmových tvůrců a objevuje se pravidelně od počátků filmové éry. Přestože jsou filmová díla veřejností vnímána jako fiktivní, často se, ať už přímo nebo nepřímo, opírají o jakousi realitu. Fiktivní postavy reflektují zkušenosti a dojmy autorů. Do postav, které vnímá divák na obrazovce, se tedy promítá každodenní realita a výsledná díla jsou jejím odrazem. Cílem této diplomové práce je definování a analýza role, kterou američtí filmoví tvůrci přisuzují novinářům ve svých filmech. V rámci tři skupin rozdělených podle typu novináře se pokusím formulovat, čím jsou jednotlivé postavy

charakteristické, v čem jsou vzájemně odlišné a v čem se shodují. Práce by měla zachytit všechny důležité aspekty, které se objevují v hollywoodských filmech v letech 1997-2007, v nichž se v jedné z hlavních rolí vyskytuje novinář nebo novinářka.

První dílčí část této práce je věnována uvedení do tématu a vysvětlení teoretických východisek a pojmů, důležitých pro interpretaci v analytické části. V jejím úvodu je popsána důležitost analytického rozboru filmových obsahů, tedy z jakých důvodů je přínosné se filmovým reprezentacím věnovat. Následuje stručný popis rešeršované literatury a jak dalece byla tato jednotlivá díla pro účel práce využita. V další kapitole je stručně popsán pojem mediální obraz, s ním související koncepty reprezentace reality a sociální konstrukce reality. Návazně i jeho konkretizace v podobě obrazu filmového. S obrazem filmových postav neopomenutelně souvisí také stereotypizace, které je věnována jedna z podkapitol. Čtvrtá kapitola se zabývá výhradně novinářským povoláním a jeho představiteli s důrazem na žurnalisty kapitalistických společností liberálně demokratického typu se zaměřením na americké prostředí. Následuje oddíl věnovaný filmu, v jehož rámci je specifikován pojem Hollywood a popsány jednotlivé filmové žánry. Teoretická část je zakončena kapitolou, která čtenáři přibližuje roli novinářů ve filmových dílech.

V analytické části je k dispozici rozbor jednotlivých postav novinářů. Postavy novinářů z třinácti hollywoodských filmů byly rozděleny podle zaměření na investigativní novináře, novináře věnující se životnímu stylu a celebritám a televizní hlasatele a reportéry. Postavy novinářů jsou zde analyzovány a porovnávány na základě vzhledových rysů, charakterových vlastností, sociálních a rodinných vztahů, respektu k autoritám, vztahu k alkoholu a cigaretám, a konečně na základě vnímání jejich osoby ostatními postavami. Cílem analýzy je poukázat na rozdíly a podobnosti jak v rámci jednotlivých skupin, tak napříč jejich rozdělením. Zvláštní pozornost je věnována vyskytujícím se stereotypům a jejich konkrétní podobě.

Metodologie využitá k analýze všech aspektů, důležitých pro tuto práci, bude primárně založena na zkoumání a rozboru primárních a sekundárních zdrojů, které se věnují danému tématu, a na následné interpretační a srovnávací analýze konkrétních filmových děl vyprodukovaných americkým filmovým průmyslem, mezi lety 1997-2007.

Důvod pro zvolení daného období byl primárně ten, že filmy ze staršího období a filmových začátků byly již analyzovány mnohokrát, kdyžto současné tvorbě se ještě dostatečné pozornosti nedostalo. Dále také nepřípadalo v úvahu větší časové rozpětí, vzhledem k tomu, že filmy o novinářích jsou produkovány v poměrně hojném počtu a analýza většího časového rozmezí by vzhledem k požadovanému rozsahu práce nebyla možná. I období deseti let je již poměrně rozsáhlé a nebude možné věnovat pozornost všem titulům vzniklým v daném období, proto je práce zaměřena pouze na filmy, kde se novinář objevuje v jedné z hlavních rolí.

V průběhu zpracovávání materiálů a obsahů pro účely této práce se některé postupy určené v příložených tezích ukázaly jako méně vhodné pro dosažení stanovených cílů a byly nahrazeny jinými vhodnějšími postupy. Změny se týkají především navržené struktury práce, ze které byly některé aspekty po konzultaci vynechány a jiné naopak dodány. V tezích zmiňovaný historický a společenský kontext daného období se ukázal být sekundárním, vzhledem k tomu, že vybraná díla události z daného období zásadním způsobem nereflektují. Pro vytvoření teoretického rámce byly doplněny vhodnější kapitoly, týkající se mediálních a filmových obrazů, stereotypů, žurnalistiky, filmového umění a žánrových typů. Genderové role byly zcela vynechány, především z kapacitních důvodů, které souvisí s komplexností dané problematiky. Zásadní změnu ovšem tvoří odchylka od analytické části, ve které měly podle tezí být postavy zkoumány jednak podle žánrového rozdělení a jednak podle percepce publika. Po konzultaci s vedoucím práce bylo zvoleno vhodnější rozdělení podle typu novinářů, které nabízí ostřejší hranice pro výslednou klasifikaci a prostor pro analýzu podobností a rozdílů.

Poznámka k citacím:

Většina děl primární literatury je dostupná pouze v anglickém nebo německém originále, citace jsou tedy uvedeny ve vlastním překladu a původní citace je uvedena v poznámce.

Citace sekundární literatury jsou zpravidla uváděny v českém originále či překladu.

Důležitost analytického rozboru filmových obsahů

Analýza filmových postav je důležitá především v případě, že daný film zobrazuje zástupce některé specifické skupiny lidí, která existuje v reálném světě. Ať už se jedná o příslušníky jednoho z pohlaví, homosexuály, zástupce různých etnik nebo zemí, děti, lidi s postižením nebo příslušníky nejrůznějších profesí, téměř vždy se ve filmu vyskytuje postava, jejíž zobrazení by mohlo ovlivnit názor širokého publika na skupinu zastoupenou touto osobou. Reprezentace různých povolání se ve filmových dílech objevují poměrně často a postava novináře patří spolu s policisty, právníky, umělci, učiteli, sportovci a doktory k jednomu z nejčastěji zobrazovaných zaměstnání vůbec. Tato práce by se v ideálním případě měla stát důkazem toho, že analýza postav novinářů ve filmu a jiných formách populární kultury je nejen zajímavá a zábavná, ale i velice přínosná a důležitá.

V rozhovoru Henryho Jenkinse s ředitelem databáze *The Image of a Journalist in Popular Culture* Joem Saltzmanem z 28. června 2010, popisuje Joe Saltzman tuto důležitost následovně: „Představte si, že se vás vaše oblíbená tetička zeptá, proč by se někdo měl chtít stát novinářem, když je to profese plná arogantních, nezdvořilých reportérů, kteří narušují lidem soukromí, vymýšlejí si příběhy a dělají ze zpráv senzace. Odkud tyhle informace má? Nejspíš žádné novináře ani mediální pracovníky nezná, nikdy nenavštívila žádnou redakci a netuší, jak novináři pracují. Přesto má však utvořenou velmi specifickou představu o tom, kdo novináři jsou a jak se chovají. Musela tuto představu tedy nejspíš získat tím, že sledovala filmy a televizní pořady, četla romány a jiné mediální texty, ve kterých se novináři čteně vyskytují.“¹ [JENKINS: 2013]

Tento příklad velmi srozumitelně vyjadřuje to, že reprezentace novinářů v populární kultuře ovlivňuje názor na jejich profesi a že všichni na svém okolí i na sobě samých můžeme pozorovat, jak moc se na nás tyto vlivy promítají. Podobně jako tetička ze Saltzmanova příkladu se pravděpodobně větší část populace

¹ Think about that. When your favorite aunt asks you why would anyone go into journalism, a profession filled with arrogant, impolite reporters who invade people's privacy, make up stories and sensationalize the news, where is she getting her information? She probably doesn't know any journalists, has never visited a newsroom, and has no idea how reporters work. Yet she has very specific ideas about who journalists are and how they behave. And she learned this by watching journalists in the movies and on television and reading about them in novels.

s žádným novinářem nikdy nesešla a neměla příležitost trávit delší dobu v redakci některého z médií. Pokud bychom se ale zeptali na názor na novináře většího počtu respondentů, téměř každý z nich by nám s velkou pravděpodobností sdělil nějaký svůj osobní dojem, který ovšem není (jako například v případě doktora, kterého zřejmě každý z nás několikrát navštívil) založen na empirické zkušenosti, ale na dojmu zprostředkovaném někým z okolí nebo mediální reprezentací ve filmu, románu nebo v jiném mediálním textu. Díky mediálním reprezentacím tak dochází ke vzniku stereotypů, které jsou účelně vytvářeny tvůrci, čímž divákovi ulehčují zařazení do jeho kognitivních vzorců myšlení. (Tématu stereotypů bude později věnována celá kapitola.)

Sledovat vlivy na vnímání obrazu novináře způsobené rozhodnutími scénáristů a režisérů je důležité proto, aby si co největší část populace uvědomila, že to, co vidí ve filmech a na televizních obrazovkách, není realitou. I v případě, že se jedná o takzvaný „příběh inspirovaný skutečnými událostmi“, je třeba si připomenout, že tato realita je zobrazena pouze zprostředkovaně a pod vlivem nespočtu lidí a upravena tak, aby byla co nejatraktivnější pro co neširší publikum. Podle Appela a Richtera mají fiktivní narace, které jsou založeny na skutečných událostech, často za následek změnu reálných názorů diváků, pokud jsou tyto informace uvěřitelné. [APPEL, RICHTER: 2007, 1] Je proto nutné stále rozšiřovat povědomí o tom, že filmy nelze sledovat pouze jako odraz reality, ale jako fiktivní příběhy, které jsou sice na realitě založené, ale realitou nejsou a jejich cílem je diváka zaujmout.

Vystavování se fiktivním obsahům, jako například filmům, má za následek signifikantní vliv na přístupy, názory a mínění na témata použitá v těchto naracích. Green a Brock ve své studii například uvádí, že následkem narativního přesvědčování vzniká tak zvaná „transportace“, kterou je divák vtažen do příběhu a kterou se u něj aktivují mentální obrazy a emocionální reakce, jež způsobují sníženou kritickou kapacitu a zvýšenou tendenci nechat se přesvědčit argumenty a názory obsaženými v naracích. [BROCK, GREEN: 2005, 117-142] Cílem této kapitoly je čtenáře informovat o tom, proč je důležité se tomuto tématu věnovat a z jakého důvodu by se toto téma nemělo přecházet ani na neakademických půdách. Jak již bylo uvedeno, primární funkcí filmů je pobavit, ale zároveň je i mocným nástrojem potvrzování a vyvracení stereotypů, představ a zobecňování, které se ve filmech objevují. Tento fakt

není v naší společnosti dostatečně zdůrazňován a prostřednictvím této práce se pokusím dokázat, že by bylo přínosné se tomuto tématu důkladněji věnovat.

1. Zhodnocení pramenů a použité literatury

Tématu, kterým se tato práce zabývá, nebyla v minulosti věnována příliš velká pozornost. Jeho zkoumání se věnují užší skupiny sociologů, novinářů, případně i filmařů, kteří se snaží dokázat, že to, jakým způsobem film zobrazuje určité profese, je důležité zkoumat.

Na téma „Obraz novináře v hollywoodském filmu“ bylo napsáno již několik studií a věnováno mu bylo i několik knižních publikací. Skromnější počet profesorů primárně zahraničních univerzit tak spojuje svůj zájem o žurnalistiku (ať už se jedná o jejich primárním zaměření či nikoli) a filmové umění. Ve svých studiích a knihách se snaží dokázat, že se jedná o téma, které není pouze zábavné, ale že je důležitost zkoumání postavy novináře ve filmu prokazatelná a žádoucí.

Nejrozsáhlejším a klíčovým zdrojem, který se zabývá obrazem novináře v populární kultuře je jednoznačně databáze *The Image of a Journalist in Popular Culture* (IJPC)² a každý, kdo se jakýmkoli způsobem věnuje tomuto tématu, dříve či později narazí na tuto rozsáhlou webovou stránku, která je stěžejním dílem v této oblasti. Databázi spustil a nadále vede novinář a profesor žurnalistiky Joe Saltzman. Jedná se o projekt centra Normana Leara na Annanberské škole komunikace a žurnalistiky³ Univerzity jižní Kalifornie, na které Joe Saltzman vyučuje. Tato databáze zaznamenává rozsáhlý soubor filmů, televizních seriálů, komiksů, rozhlasových pořadů, reklam, hudby, umění, videoher a jiných mediálních textů, které obsahují reprezentace novinářů v populární kultuře. Databáze je denně obnovována a aktuálně se v ní nachází 83 000 záznamů o novinářích, objevujících se v reprezentacích populární kultury po celém světě. Neslouží pouze k vyhledávání produktů populární kultury, ale je zároveň akademickým deníkem, který monitoruje a zaznamenává všechny publikace, akademické práce, studie a články, ve kterých je zmínka o zobrazení postavy novináře.

² www.ijpc.org

³ Norman Lear Center at Annanberg School of Communication and Journalism of the University of South California

V rámci *IJPC* bylo mimo jiné také vyprodukováno sedm různých videokompilací na různá témata novináře ve filmu⁴. Tyto kompilace jsou k dispozici pouze společníkům databáze. Pro tuto magisterskou práci byly z této databáze použity především články a akademické práce studentů.

Zdroj, který v největším rozsahu odpovídá tématu této diplomové práce, je kniha z roku 2010 od Briana McNaira, *Journalist in Film*. [MCNAIR: 2010] Autor v ní zkoumá, jakým způsobem byli novináři reprezentováni spektrem jedné z našich nejdůležitějších kulturních forem, filmovým světem. V této publikaci autor čerpá z filmové historie od třicátých let dvacátého století, ale soustředí se na období od roku 1997 do roku 2008. Kniha je podle autora věnována nejen studentům a akademikům, ale i nadšencům a fanouškům filmů o novinářích. Odpovídá tomu i styl, kterým je kniha napsána – čtivost a esejistický styl tvoří obsah atraktivním především pro druhou jmenovanou skupinu. Není jednoduché v obsahu najít mnoho akademických referencí a skládá se spíše z osobních dojmů autora. Analyzované filmy v poslední části jsou chronologicky seřazeny a každému filmu je věnován krátký odstavec, ve kterém je shrnut obsah, případně stručná analýza některého z jevů, kterým je film výjimečný a informace je zakončena údajem o celosvětovém hrubém výdělku v amerických dolarech do roku 2010.

Journalism in the Movies od Matthewa C. Ehrliche [EHRlich: 2004] je další monografií, která se zabývá tématem novináře ve filmu. Ehrlich si v ní pokládá otázku, zdali opravdu filmy natočené o novinářích natolik ovlivňují názor veřejnosti a lze jim dávat za vinu, že mínění o tomto povolání je v současnosti tak špatné. Autor je sám bývalým reportérem a v současné době profesorem na Illinoiské univerzitě a sám přiznává, že jeho výchozí pozice k napsání této kniha byla ta, že filmy novinářům křivdí a pošpiňují jejich pověst, ale po absolvování výzkumu spojeným s napsání této knihy, došel k závěru, že se jedná o opak. Tvrdí, že filmy podporují ideály a mýtické tendence o demokracii a roli tisku ve společnosti a přestože jsou občas novináři zobrazováni jako ztracené existence a ničemové jedná se o příběhy mravnosti, které ukazují, co se stane, když ztratíme z dohledu naše hodnoty. Podle Ehrliche jsou tedy filmy ve výsledku

⁴ Hollywood Looks at the News, Sob Sisters: The Image of a Female Journalist, The Image of a Broadcast Journalist in Movies and Television, Real-Life Journalists in Movies and Television, The Image of a War Correspondent in Movies and Television, The Image of a Gay Journalist in Movies and Television, Journalism Ethics Goes to the Movies

nástrojem k tomu, aby si občané uvědomili, jak důležitou roli média v našem demokratickém světě hrají a jak podstatné je, aby média fungovala tak jak mají. Kniha byla vydána v roce 2004 a věnuje se primárně historicky starším filmům, přesto ale slouží v této práci jako zdroj právě historicky důležitých rysů, které ovlivňují i období analyzované v této práci.

Knihu od Larryho Langmana z roku 2009 *The Media in the Movies* [LANGMAN: 2009], která byla v tezích uvedena jako jeden z primárních zdrojů, se nepodařilo v České republice bohužel sehnat a vzhledem k tomu, že je pouze seznamem všech amerických filmů natočených od roku 1900 do roku 1996, přičemž každý záznam obsahuje krátké shrnutí děje, stručnou analýzu, datum světové premiéry, jméno režiséra, autora textu a hlavní členy štábu, jedná se dnes už o údaje, které lze bez větších obtíží získat z jiných zdrojů, nejedná se tedy zdroj, který by byl nepostradatelný. Nehledě na to, že období v této publikaci nezahrnuje období, na které se soustředí tato práce.

Za účelem bližšího nastudování filmového tématu a studia analýzy filmového umění byla použita především kniha od Davida Bordwella a Kristin Thomsonové *Umění filmu*. [BORDWELL, THOMSON: 2001] Tato publikace je jednou z nejrozšířenějších učebnic úvodu do studia filmu nejen v anglosaských zemích. Tato publikace je velmi rozsáhlá a na jejích téměř sedmi stech stranách je zahrnuto téměř vše potřebné pro začínající filmaře a studenty filmových oborů. Počínaje tím jak lidé pomocí technických prostředků natáčejí filmy, přes to na jakých principech film stojí, jak se k sobě vztahují jeho jednotlivé části a jak spoluvytvářejí celek, zkoumání filmové formy, analýzy obrazu, hudby a dalších prvků a konče kritickou analýzou a krátkým výkladem o filmové historii. Na trhu se objevuje nespočet dalších publikací, které se věnují stejnému tématu, přičemž publikace *Kniha o filmu* od Jana Kučery (1941) [KUČERA: 1941], *Filmové umění* Ernsta Lindgrena (1948) [LINDGREN: 1948], *Filmová řeč* Jerzyho Płażewského (1961) [PŁAŻEWSKI: 1961] a *Jak číst film* Jamese Monaca (1977-2000) [MONACO: 2004 - česky] jsou považovány za srovnatelně významné. Posledně jmenovaná publikace od Jamese Monaca je na rozdíl od *Umění filmu* velmi metodologicky zaměřená a nese příznaky teoretických debat období, kdy se studium filmu prosazovalo jako akademická disciplína. *Jak číst film* prošlo od roku 1977 čtyřmi revizemi a text jednotlivých kapitol byl pouze doplňován, což podle autorů předmluvy k *Umění filmu*, tvoří zásadní problém například z toho důvodu, že je

„důsledkem toho je (kniha) rozkročena mezi uvažováním hluboce poplatným sémiotickému myšlení sedmdesátých let (studium filmu jako znakového systému) a mezi současnějšími způsoby uvažování (kupř. o multimédiích)“. Zdeněk Holý a Radomír D. Kokeš⁵ považují za zásadní problém také to, že je „text přehlacen abstraktními pojmy přejatými z poetiky, lingvistiky a sémiotiky“. Po zhodnocení obou publikací a konzultaci analýz jejich obsahů byla pro účel zpracování této diplomové práce většina informací převzata z *Umění filmu*.

Pro teoretická východiska k definici novináře a souvisejících pojmů, bylo vybráno několik důležitých publikací na téma média, masová média, sociologie žurnalistiky, zpravodajství a některé akademické práce dostupné na stránkách *IJPC* a další. Tato díla byla především důležitá pro vymezení tématu a definici základních pojmů, které bylo potřeba během seskupování informací vyložit. Pro tyto účely bylo potřeba zahrnout také zahraniční tituly, vzhledem k tomu, že téma se primárně věnuje americkému prostředí. Mezi nejcitovanější v této práci patří *Masová média a Média a společnost* od Jana Jiráka a Barbary Köpplové [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 2009], *Úvod do studia médií* Greama Burtona a Jana Jiráka [BURTON, JIRÁK: 2001], *Systémy médií v postmoderním světě* Daniela C. Hallina a Paola Manciniho [HALLIN, MANCINI: 2004], *Grundkurs Filmanalyse* Wenera Fausticha [FAULSTICH: 2002] *Sociologie žurnalistiky* od Briana McNaira [MCNAIR: 2004], *Zpravodajství* Tomáše Trampoty [TRAMPOTA: 2006], *Slovník mediální komunikace* Ireny Reifové a kolektivu [REIFOVÁ a kol: 2004] a další.

2. Mediální obraz

Reprezentace, jež se přímo váže k mediálnímu obrazu, je v oblasti mediálních studií používána v několika různých významech a Richard Dyer je ve svém díle *Taking Popular Television Seriously* (1985) nabízí čtyři výklady tohoto pojmu.⁶ [BURTON,

⁵ autoři předmluvy

⁶ „1. *re-representace* – tento význam odkazuje především k využití rozmanitých výrazových prostředků, tedy ke zvyklostem (konvencím), které platí a užívají se při zobrazení, předvádění či zpřítomňování (re-representaci) světa příjemců; 2. *reprezentativnost* (typizace) – tedy to, do jaké míry jsou osoby použité v mediovaném sdělení charakteristické pro určité sociální skupiny (tento význam má nejbližší k pojmu „stereotyp“); 3. *předvedení* – tedy to, *kdo je za reprezentaci odpovědný a jak instituce vytvářející mediovaný text ovlivňuje reprezentování* – tento význam zvláště vystupuje do popředí při „předvádění“

JIRÁK: 2001, 194] Pro účel této práce je nejrelevantnější kategorií „representativnost“, neboli typizace, čili to, jakým způsobem jsou určité skupiny (v tomto případě novináři) zobrazovány a typizovány ve filmových obsazích, což může být shrnuto termínem „stereotyp“. Stereotypu, jako jednomu z klíčových pojmů při analýze filmových postav, bude v této práci věnována větší pozornost v jedné z dalších kapitol.

Termínem „representace reality“, který je úzce spjat s reprezentací samotnou, se v oblasti mediálních studií vyjadřuje způsob, jakým je daná skutečnost uchopena skrze znakový systém. [JIRÁK, KÖPLLOVÁ: 2003, 140] „V procesu reprezentace reality je současně realitě dodáván význam. Uchopením skutečnosti je vždy vytvořena (konstruována) již její určitá verze, která odpovídá tomu, jak daný reprezentační kód pomocí znaků parceluje původní homogenní celistvé kontinuum skutečnosti.“ [REIFOVÁ a kol: 2004, 212] Na pojem reprezentace reality navazuje termín „sociální konstrukce reality“. Ve stejnojmenném díle autorů Petra L. Bergera a Thomase Luckmanna (1966, česky 1999) se vychází z toho, že realita lidského světa není objektivně danou skutečností, ale že je konstruována sociální realitou. „Společnost je výtvořem člověka. Společnost je objektivní realitou. Člověk je výtvořem společnosti.“ [BERGER, LUCKMANN: 1999, 64] Vzniká tedy určitý koloběh, ze kterého vyplývá, že naše každodenní realita je podmíněna společností, která je ale výtvořem člověka. Pokud bychom chtěli aplikovat tuto teorii na film, museli bychom konstatovat, že film se ve většině případů nesnaží o iluzi reprezentace objektivní reality, nýbrž přiznává fiktivní obsahy. Film však samozřejmě objektivní realitu do jisté míry reflektuje, protože jeho obsahy se týkají společnosti. Ovšem, ať už se jedná o obsahy fiktivní nebo faktické, „publikum předpokládá, že to, co vidí, čte či slyší, má nějakou souvislost se světem, v němž žije – a že tato souvislost odpovídá tomu, jak svět vnímá, tedy že odpovídá akceptované sociální konstrukci reality.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 141]

Produkty s fiktivními obsahy, jako je například film, popisují Jan Jiráček a Barbara Köpplová ve čtyřech rovinách. Jako první zmiňují nejjednodušší kategorii a to *vnější*

rodu (gender), a to především v souvislosti s tím, že předvedení často zajišťují muži; 4. *pochopení* – tedy to, co si publikum myslí, že se mu předvádí, že je mu reprezentováno – jsou sice přítomné signály, jež mají příjemce navést na určitou interpretaci (na tzv. „preferované čtení“), ale příjemci si mohou text „přečíst“ úplně jinak, než jim to podavatel nabízí či vnucuje.“ [BURTON, JIRÁK: 2001, 194]

realističnost, která vyjadřuje uspořádání mediální produktů takovým způsobem, aby jeho jednotlivé jevové detaily odpovídaly daným poměrům⁷.

Vnitřní nebo *emocionální realističnost* tvoří další z rovin a váže se k postavám a motivům a jejich vystupování. Lidé, kteří fiktivní mediální obsahy konzumují, by měli mít příležitost identifikovat se s postavami vystupujícími v příběhu, vcítovat se do situací, ve kterých se ocitají a sdílet jejich emoce. „V této rovině je publikum schopno vnímat jako vnitřně reálné i jednání, jež je z hlediska vnější realističnosti nepřijatelné.“⁸ Třetí uvedenou rovinou je rovina *logiky a pravděpodobnosti*, jež připouští možnost, že publiku připadá v nějaké konkrétní situaci jednání některé z postav nepravděpodobné nebo nelogické. Poslední rovina se věnuje *užití výrazových prostředků*, „které odpovídají tomu, na co je publikum zvyklé a co považuje za odpovídající.“⁹ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 142]

V rámci konstrukce mediální reality je výběrem a zpracováním určitých komunikovaných obsahů tedy vytvářen i mediální obraz některého z prvků sociální skutečnosti. Mediální obraz může být chápán jako výsledek mediální reprezentace a participuje na formování prostředí, ve kterém se členové společnosti pohybují. Zároveň ale ten samý mediální obraz z dané společnosti vychází. Představuje tak důležitý zdroj, prostřednictvím jehož je možné zkoumat společnost samotnou skrze obrazy, které jsou o ní médií vytvářeny.

3.1. Filmový obraz

Pojem „filmový obraz“ je úzce spjat se vztahem filmu k realitě a tvoří tak jednu ze zásadních oblastí, o kterou se zajímají filmoví teoretici. Tímto pojmem se vyjadřuje především to, jakým způsobem je realita přenesena na filmové plátno a jak je interpretována. Realita může být v tomto kontextu opět chápána jako složitý pojem,

⁷ „Jde-li o historický film, historické kostýmy, stavby i prostředí musí podle kritérií této roviny realističnosti odpovídat dané době – nebo alespoň současné představě o dané době.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 142]

⁸ „Lékař ztvárněný ve filmu *Vesničko má středisková* Rudolfem Hrušínským je jistě z hlediska vnější realističnosti velmi nepravděpodobná postava, ale jeho „kochání se“ krajinou a recitování Máchova *Máje* je z hlediska emocionálního vymezení postavy zcela reálné.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 142]

⁹ „Současná filmová produkce např. staví na co největší obrazové naturalističnosti, ale současně využívá tradičních zvukových prostředků. Realističnost scén ve filmu *Jurský park* či *Titanik*, tak vůbec neruší skutečnost, že jsou doprovázeny scénickou hudbou.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2007, 142]

který byl již vysvětlen výše. Vzhledem k tomu, že se jedná o fiktivní filmové obsahy (i v případě, že se pokouší co nejdříve reflektovat reálné příběhy), je otázkou jakou realitu se film vlastně pokouší reprodukovat. [KOPAL: 2004, 3]

Filmový obraz by mohl být chápán jako „obraz určité doby“. Primárně je potřeba se nad tímto pojmem zamýšlet v případě filmů, které se nějakým způsobem pokoušejí zachycovat některé z historických období, ať už vzdálených dob nebo těch méně vzdálených. Díky tomu, že se film dá znovu přehrát v jakékoli době, může se tak stát historickým dříve či později i jakýkoli filmový obraz zachycující filmovanou současnost. [CIEL: 2012, 4]

Tímto se dostáváme k problematice „doby vzniku“ filmového obrazu a „doby děje“. Doba vzniku je tou, kdy byl film natočen a je tedy poměrně jasně určitelná a dána. Složitější je definice doby děje a především vztahu doby vzniku a doby děje. Doba děje vyjadřuje to období, které film zobrazuje, tedy to, kdy se příběh podle jeho tvůrců odehrává. Doba vzniku a doba děje mohou být jak téměř totožné, tak mezi nimi může být i rozdíl dekad, století, případně i tisíciletí. Filmová doba vzniku je omezena tím, že film mohl být vytvořen pouze v rozmezí začátku 20. století a současnosti, tedy zhruba sta let, když doba děje, vzhledem k dnešním technologickým možnostem, se může odehrávat úplně kdykoli, tedy i v budoucnosti, která je ale logicky pouze představami a spekulacemi tvůrců. Za spekulace a představy tvůrců je ale ovšem možné považovat i vzdálenou minulost. Podle historických spisů, obrazů a dalších zachovaných obrazů doby, lze rekonstruovat většinu podmínek například ve středověku, ale pokud by se jednalo například o dobu ledovou, byl by její filmový obraz z větší části považován za domněnky filmařů. Petr Kopal ve sborníku *Film a dějiny* tento fenomén nazývá „nové obrazy starých časů“. [KOPAL: 2004, 59] V případě, že je pak film natočen například v 90. letech 20. století, může být v roce 2013 již považován za film historický, který historii ovšem představuje poměrně věrohodně vzhledem k tomu, že jeho doba děje jsou 90. léta 20. století. Ve filmu *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* z roku 1999, jehož doba děje odpovídá přibližně době vzniku, může tak divák sledovat jaké technické vybavení v té době bylo novinářům k dispozici a jakým způsobem ho využívali. Na druhé straně existují filmy, jejichž doba vzniku je současná, ale snaží se co nejdříve zobrazit některou z předchozích dekad a přizpůsobují době děje nejen kostýmy, hudbu a chování postav, ale i styl natáčení. Jedním z příkladů

k tomuto znázornění by mohl být film *Dobrou noc a hodně štěstí* z roku 2005 od George Clooneyho, který se odehrává okolo roku 1950 a je celý natočen černobíle. Tato varianta imitace stylu natáčení je opět možná pouze pro filmy, jejíž doba děje se odehrává nejpozději po začátcích filmové éry, logicky nemůže být u středověkého filmu imitován žádný styl natáčení, protože v té době kamery neexistovaly.

Doba děje filmových obrazů, ve kterých se objevují novináři v podobě nejvíce odpovídající té dnešní, se tedy z pravidla neodehrává v dávné historii, nýbrž ve 20. a 21. století.

3.2. Obraz filmové postavy

Fiktivní postavy v mediálních obsazích je možné charakterizovat jako fiktivní bytosti, kterým je připisována schopnost myslet a jednat. [EDER, JANNIDIS, SCHNEIDER: 2010, 10]

Filmová postava je jedním ze základních prvků kinematografie a tvoří jeden z nejdůležitějších prostředků dějovosti. Prostřednictvím filmových postav je vyprávěn příběh a bez jejich přítomnosti by bylo jen těžko možné filmový příběh realizovat. Filmová postava jako naratologická kategorie není nejčastějším předmětem filmového zkoumání - frekventovanější jsou analýzy samotného děje, časového a prostorového zasazení nebo filmové techniky.

Na rozdíl od literárních postav není u filmových postav ani potřeba ani možnost postavu a její charakter popisovat v takovém rozsahu jako u díla literárního, vzhledem k tomu, že konkrétní představa je prezentována filmovým obrazem a divákovi je tak prezentován již hotový „produkt“ postavy, který divákovi neumožňuje přílišné spekulace a užití vlastní představivosti. „Film jako audiovizuální médium má sklon k viditelnému, k zevnějšímu a musí vynakládat mnoho sil na konstruování nitra postav – myšlenky, pocity, duševní stavy atd.“¹⁰ Mimo jiné, je i z toho důvodu možné se o filmech vyjadřovat tak, že jsou spíše orientovány na děj než na postavy a o to větší je význam postav jako nositelů děje. [FAULSTICH: 2002, 95]

¹⁰ Der Film als audiovisuelles Medium tendiert zum Sichtbaren, zum Äußerlichen und muß einen besonderen Aufwand betreiben, um Inneres – Gedanken, Gefühle, mentale Zustände usw. einer Person – zu gestalten.

Pro různé skupiny, které jsou s filmovou produkcí, konzumací nebo kritikou spjaty se nabízí různé otázky, podle kterých se v rámci své pozice orientují. Editoři Jens Eder, Fotis Jannidis a Ralf Schneider je v publikaci *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film and Other Media* shrnují následovně:

„1. Ve fázi produkce mediálního produktu jsou autoři, filmoví tvůrci a producenti jiných médií především konfrontováni s otázkou jak mohou být postavy vytvořeny takovým způsobem, který jim dovoluje vyvolávat určité myšlenky, pocity a trvalé následky na cílovém publiku. [...]

2. Interpretace fiktivního díla konfrontuje kritiky a akademiky s otázkou jak mohou být postavy chápány, interpretovány a zažívány a jakými stylistickými prvky jsou ztvárněny.

3. Studie v oborech kulturních teorií a sociologie považují postavy za znaky empirické produkce a procesů vnímání, zapouštěné v jejich socio-kulturních kontextech do různých historických etap a (sub-)kultur. [...]“¹¹ [EDER, JANNIDIS, SCHNEIDER: 2010, 4]

Na základě těchto tří skupin, které jsou rozlišovány podle typu participace na filmovém produktu, lze filmovou postavu zkoumat z různých úhlů pohledu. Pro tuto práci bude nahlíženo na finální filmový produkt pokud možno všemi zmíněnými pohledy, avšak především se práce bude věnovat tomu, jakým způsobem je postava vnímána publikem a jaký vliv na diváka mohou mít rozhodnutí autorů a producentů (ať už úmyslně nebo neúmyslně integrované do příběhu).

Eder, Jannidis a Schneider dále zmiňují čtyři různé teoretické přístupy k postavám ve fiktivních obsazích; hermeneutickou, která postavy vnímá primárně jako reprezentace lidských bytostí a zdůrazňuje důležitost analyzování historického a

¹¹ 1. In the production phase of a media product, authors, filmmakers and other media producers are mainly confronted with the question of how characters can be crafted in a way that allows them to evoke certain thoughts, feelings and lasting effects in the target audience.

2. The interpretation of a work of fiction confronts critics and scholars with the question of how characters can be understood, interpreted and experienced, and by which stylistic devices they are shaped.

3. Studies in the fields of cultural theory and sociology consider characters as signs of empirical production and reception processes embedded in their socio-cultural contexts in different historical periods and (sub-)cultures.

kulturního původu jak postav, tak i jejich tvůrců; psychoanalytickou, jež se věnuje psychice charakterů samotných a publika pomocí psycho-dynamických modelů osobnosti; strukturalistickou a sémiotickou, která naopak striktně rozlišuje mezi postavami ve fiktivních dílech a reálnými lidskými bytostmi a chápe postavy jako textové struktury; kognitivní teorií, která vnímá postavy jako textově založené konstrukty lidské mysli, jejichž analýza vyžaduje znalosti jak textové tak i psychologické. [EDER, JANNIDIS, SCHNEIDER: 2010, 5] Pokud by tedy na filmovou postavu bylo nahlíženo jako na bytost podobnou té lidské, byly by podtrhovány především její vlastnosti; kdyby na ni bylo hleděno jako na znak, pozornost by byla soustředěna na textové struktury její prezentace; a v případě, že je postava považována za mentální konstrukt, dostanou se do středu zkoumání psychologické procesy publika.

S fiktivními charaktery, na rozdíl od reálných osob, nemůže publikum navázat přímý kontakt a musí aktivovat své mediální znalosti a pravidla komunikace. Divák může přemýšlet o jejich významu a zkoumat příčiny a důsledky jejich chování a na základě toho se může povznést nad to, co je reprezentováno a soustředit například na herecký výkon daného herce. [EDER, JANNIDIS, SCHNEIDER: 2010, 11]

Postavy ve filmu se stejně jako postavy v literárních dílech a jiných příbězích dělí na postavy hlavní a postavy vedlejší, přičemž se toto rozdělení ve většině případů určuje na základě toho, jak často se postava v příběhu objevuje anebo do jaké míry ovlivňuje děj. Role hlavního hrdiny ve filmu se nazývá také rolí „protagonisty“. „Z pravidla tvoří protagonista centrum vnímání filmu, klíčovou postavu, sponu, která drží vše pohromadě. Protagonista ovšem nemusí nutně zároveň být i hrdinou.“¹² [FAULSTICH: 2002, 95] Hrdina je všeobecně chápán jak postava pozitivní, která je obdivována a jde příkladem. Na straně druhé pak může protagonista příběhu figurovat jako postava negativní, neboli antihrdina či antagonist. V takovém případě k příběhu přispívá spíše odstrašujícím příkladem a východiskem děje je často morální upozornění na to, že pokud se člověk chová podobně jako antagonist, bude náležitě „potrestán“.

Protagonista ve filmovém příběhu ovšem nemusí být vždy jeden. Může se jednat i o dvojici nebo i o skupinu lidí, kteří se o roli hlavní postavy dělí rovným dílem. Příběh tak může být postaven například na dvojici muž a žena, nebo dvojici kamarádů či

¹² In der Regel ist der *Protagonist* das Wahrnehmungszentrum im Film, die Schlüsselfigur, die Klammer, die alles zusammenhält. Der Protagonist ist nicht unbedingt zugleich auch der *Held*.

kamarádek, případně i na větším počtu postav, které společně cosi prožívají a provádí diváka příběhem. [FAULSTICH: 2002, 96-97]

Dále lze postavy dělit na ploché a plastické¹³. Ploché, neboli jednodimenzionální postavy, jsou většinou typizovány, objevují se z pravidla ve vedlejších rolích a pro formování děje mají pouze sekundární význam. Na rozdíl od plochých postav jsou postavy plastické, neboli vícedimenzionální, pouze protagonisty. „Vícedimenzionální postava může být vyznačena dvěma atributy. Jedním atributem je určitá složitost, to znamená, že seznam jeho vlastností a charakteristik je srovnatelně dlouhý, vyznačen velkou rozmanitostí, ale zároveň i protiklady a rozporuplnostmi, které teprve umožňují postavě jevit se živou; Druhým atributem je pak osobnostní proměna, což znamená, že postava na konci filmu není tou, kterou byla na začátku. Typickými příklady by byl chlapec, který se stane mužem; dívka, která se vyvine v ženu; stydlivý člověk, který se nakonec prosadí; a také hrdina, který na konec selže.“¹⁴ [FAULSTICH: 2002, 99] Lze tak tyto postavy nazývat i dynamickými a statickými.

Velmi zásadní a důležitou roli hraje při představování filmových postav jejich první výstup. Na rozdíl od literárních postav, kde je potřeba postavy popsat slovy, ve filmu může být první výstup postavy předveden pouze vizuálně a jeho charakterové vlastnosti uvedeny prostřednictvím jeho chování, oblékání a dalších náznaků. „V zásadě je možné – a to platí pro všechny hlavní i vedlejší postavy – rozlišovat tři různé druhy charakterizace:

- za první *sebecharakterizaci*: každá postava charakterizuje sama sebe, stejně jako člověk v každodenním životě, prostřednictvím promluvy, činů, mimiky, gestikulace, hlasu, jazyka, oblečení apod., jako postavu, kterou je nebo za kterou se vydává;
- za druhé *cizí charakterizaci*: postava je představena a hodnocena prostřednictvím jedné z ostatních filmových postav, například pozitivně, pokud možno

¹³ z anglického „flat“ a „round“

¹⁴ Eine mehrdimensionale Figur kann durch zwei Merkmale ausgezeichnet sein: erstens eine gewisse *Komplexität*, das heißt, die Liste der Eigenschaften und Merkmale ist vergleichsweise lang, gekennzeichnet von großer Vielfalt und durchaus auch von Gegensätzen und Widersprüchen, die eine Figur erst wirklich lebendig erscheinen lassen; zweitens eine *persönlichkeitsmäßige Veränderung*, das heißt, die Figur ist am Ende des Films nicht mehr die, die sie noch am Anfang war. Typische Beispiele dafür wären der Junge, der zum Mann wird; das Mädchen, das sich zur Frau entwickelt; der Schüchterne, er sich zum Schluß durchsetzt; auch der Held, der als Versager endet.

v kontrastu k nějaké třetí postavě, která přispívá negativním dojmem, a v kontrastu k dalším postavám s jinými projevy názorů;

- za třetí *charakterizaci prostřednictvím vypravěče*: postava může být charakterizována prostřednictvím četných narativních konstrukcí, například skrze velikost záběru nebo jeho perspektivu, hudbu, osvětlení a jiné stylistické prostředky.¹⁵ [FAULSTICH: 2002, 97-99]

Tyto tři druhy charakterizace filmových postav lze mezi sebou kombinovat nebo je využít i všechny současně a nechat poté na divákovi, aby si vybral, která z nich nejvíce odpovídá realitě dané filmové postavy.

Analyzování filmových postav je důležité především z toho důvodu, že filmová postava s sebou nese skryté významy a implikace, které je přínosné odkrývat pro zjištění záměrů tvůrců a dopadů na publikum. Především je důležité odkrývání již několikrát zmíněných stereotypů, které budou blíže popsány v následující kapitole.

3.3. Stereotypy

Podle Burtona a Jiráka se objevuje reprezentace lidí a sociálních skupin ve třech rovinách. První rovinou je „typ“, shodující se s již zmíněnou rovinou reprezentativnosti (typizace) podle Richarda Dyera, vyjadřuje důležitost toho, co daná postava reprezentuje, neboli typizuje. Od stereotypu se liší tím, že se neobjevuje v reálném světě, není opakován tak často jako stereotyp, jeho zobecňující rysy nejsou tak markantní jako u stereotypů a jedinečnost je tak zachována. [BURTON, JIRÁK: 2001, 196] Druhou rovinou je „stereotyp“, který se upevňuje prostřednictvím neustálého

¹⁵ Man kann – und das gilt für alle Haupt- und auch Nebenfiguren – grundsätzlich drei verschiedene Arten der Charakterisierung unterscheiden:

- erstens die *Selbstcharakterisierung*: Jede Figur charakterisiert sich als die, die sie ist oder zu sein vorgibt, durch ihr Reden, ihr Handeln, ihre Mimik, Gestik, Stimme, ihre Sprache, ihre Kleidung usw. – wie jeder Mensch im normalen Alltag auch;
- zweitens die *Fremdcharakterisierung*: Eine Figur wird durch eine andere Figur im Film vorgestellt und beurteilt, beispielsweise positiv, möglicherweise im Kontrast zu einer dritten Figur, die ein Negativurteil beisteuert, und im Unterschied zu weiteren Personen mit wieder anderen Meinungsäußerungen;
- drittens die *Erzählercharakterisierung*: Eine Figur kann durch zahlreiche Bauformen des Erzählens charakterisiert werden, etwa durch die Einstellungsgröße oder die Einstellungsperspektive, durch die Musik, durch die Beleuchtung und andere Stilmittel.

opakování re-representace (také zmíněna výše) těch samých rysů po delší dobu, a výsledkem tohoto opakování se stereotyp „stává nositelem hodnotového soudu sdíleného příjemci.“ [BURTON, JIRÁK: 2001, 196-197] Třetí, poslední, rovinu reprezentace lidí a sociálních skupin tvoří „archetypy“, které jsou v porovnání se stereotypy ještě hlouběji zakořeněné ve společnosti. Archetypy fungují celospolečensky a objevují se v nich ty nejzákladnější a nejobecnější lidské rysy, které jsou vyobrazeny ve své nejzřetelnější, nejjednodušší podobě. [BURTON, JIRÁK: 2001, 198-199] Michael Pickering v publikaci *Stereotyping: The Politics of Representation* uvádí podobné dělení podle „sociálních kategorií“ a „stereotypů“. Přičemž jeho kategorie jsou podobné typům Burtona a Jiráka. Sociální kategorie podle jeho definice zobecňují významy, na rozdíl od stereotypů, oprávněně a jsou založeny na objektivních děleních do skupin. Jejich členům navíc z pravidla nejsou přisuzovány žádné vlastnostní atributy. [PICKERING: 2001, 2]

Vrátíme-li se ke stereotypu, jako k nejdůležitější z rovin reprezentace pro účel této práce, lze tento podle sociologického slovníku definovat jako „velmi stabilní prvek ve vědomí, resp. psychický a přeneseně i sociální mechanismus, regulující vnímání a hodnocení určité skupiny jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje i chování.“ [*Velký sociologický slovník*: 1996, 1229] V publikaci *Média a společnost* jsou stereotypy definovány jako „sociální klasifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež výslovně (explicitně) či nepřímo (implicitně) představují soubor hodnot, soudů a předpokladů, týkajících se chování takových skupin, jejich vlastností, minulostí a vývoje.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2003, 145] Zjednodušeně by se tak dalo říct, že stereotypy nám pomáhají třídit svět a v něm získané zkušenosti do určitých kategorií, díky kterým jsme schopni se ve světě lépe orientovat a zařazovat lidi do určitých skupin.

Stereotypy plní podle Waltera Lippmanna ve společnosti čtyři různé funkce. Jako první uvádí „proces uspořádání“, který popisuje potřebu uspořádání reality do jednoduše pochopitelné formy a stereotypy tak zastupují klíčové role v tom, jak lidé rozumí světu a společnosti obecně. „Zkratky“, jako druhá uvedená funkce stereotypů, slouží především ke zkracování cesty k významu (nejsilnějšími zkratky jsou stereotypy užitá v ikonografii). Další funkci Walter Lippmann nazval „způsob odkazování ke světu“, jež popisuje fakt, že stereotypy jakožto sociální konstrukce, prezentují jistou

dosaženou shodu v tom, jak je nahlíženo na svět. Zmíněná shoda je posléze prezentována prostřednictvím medií, která hrají klíčovou roli v ustavování, šíření a posilování stereotypu, které se tím stávají výrazy dominantních ideologií v daných společnostech. Poslední kategorií je „vyjádření našich hodnot a postojů“, ve které je popisován fakt, že stereotypy nejsou prezentací poznání reálného světa, ale prostředkem k upevnění dominantních mocenských vztahů v určité společnosti, ve které se stávají platnými, pokud jsou chápány jako zastupující prvky názorů a hodnot nějaké skupiny. Rozlišuje mimo jiné také mezi „okolním světem“ (reálně existujícím světem) a „pseudosvětem“ (subjektivní percepce světa). Prostřednictvím stereotypů lidé tedy předpokládají určité chování různých skupin a mají tak například určitou představu o tom jak se pravděpodobně bude chovat zástupce některé z profesí (např. žurnalista) [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2003, 145]

V praxi tvoří problematičnost stereotypu také poměrně rozšířená domněnka, že jsou stereotypy a priori negativní. Dalo by se tak mluvit o „stereotypech stereotypů“ [BURTON, JIRÁK: 2001, 197] Na stereotypy lze ovšem nahlížet jako na „neškodné“ a „nebezpečné“. Neškodné Stereotypy se vyznačují neutrálním emotivním nábojem, nejsou spojeny se zájmy jedince a tvoří pouze neutrální kategorie k účelům uspořádání světa kolem nás. [GIDDENS: 1999, 232] Naopak nebezpečné stereotypy jsou většinou lidí známé a jsou spojeny s úzkostmi a obavami jedince, který považuje vytvořené domněnky za přirozené. Většinou jsou nebezpečné stereotypy provázeny jakousi nenávistí vůči určitým skupinám lidí a v případě rozšíření, mohou ohrozit i myšlení celé společnosti. [GIDDENS: 1999, 232] Stereotypy se mohou objevovat jako kulturní a ideologické procesy v rasových, etnických a národnostních oblastech, v otázkách genderu, kultury a sexuální orientace. V těchto jmenovaných oblastech mohou zastávat funkci formy sociální kontroly, vzhledem k tomu, že působí prostřednictvím dominantních ideologií. [PICKERING: 2001, 7]

3.3.1. Stereotypizace filmových postav

Debaty o stereotypizaci ve filmových obsazích probíhali již od počátků filmové éry a názory na ně kolísají od „radikálních kritik a odříkání, přes pragmatické

přivlastňování, po postmoderní oslavný objev¹⁶. [SCHWEINITZ: 2010, 276] Především pak v 70. a 80. letech se filmoví teoretici a akademici jako Steve Neale nebo Richard Dyer věnovali stereotypním filmovým obrazům některých skupin a zdůrazňovali to, jak si filmy hrají s odlišnostmi a kritizují sociální vzorce.

„Sociální psychologie a antropologie spojují stereotypy především se schematizovaným a stylizovanými percepcemi „ostatních“ a „sebe“ (hetero- a autostereotypy). Když analyzujeme filmovou naraci, musíme brát ohled na to, jak narativní postavy působí a reprezentují taková přesvědčení. Sociální psychologie formuluje stereotypy jako nesofistikované a pevné mentální obrazy jednotlivců, kteří patří ke specifickým skupinám. Tyto stylizované názory, zakotvené v každodenním kulturním povědomí, poskytují důležité referenční body pro narativní konstrukci fiktivních postav. Film a v něm účinkující charaktery fungují jako klíčové faktory participace publika na ději a jsou úzce spjaty s každodenními přesvědčeními a hodnotami¹⁷.“ [SCHWEINITZ: 2010, 276] Nemusí se ovšem jednat vždy pouze o stereotypy negativní. Některé mediální texty mohou stereotypní zobrazování ve společnostech i odkrývat, a to tím, že je například přehání a parodují. Cílem je pak na stávající stereotypy upozornit a uvědomit si jejich přítomnost.

Jak již bylo zmíněno, je potřeba rozlišovat mezi „stereotypy“ a „typy“; Richard Dyer ve své publikaci *The Matter of Images* [DYER: 2002] popisuje, že stereotypy jsou vymezovány svou sociální funkcí (narozdíl od typů, které jsou primárně definovány estetickou funkcí), a to například jako způsob charakterizace ve fiktivních obsazích. Podle Dyera jsou sociální typy ikonograficky vytvářeny podobně jako stereotypy, ale mohou být používány mnohem flexibilněji. Sociální typy mohou figurovat v jakékoli fabuli a zastupovat v ní nespočet nejrůznějších rolí, kdyžto stereotypy v kontextu své reprezentace vždy nesou „implicitní narativní vzorce.“ [DYER: 2002, 15] Tyto

¹⁶ radical critique and renunciation, pragmatic appropriation and postmodern celebratory revelation

¹⁷ Social psychology or anthropology linked ›stereotypes‹ particularly to schematized and conventionalized perceptions of the ›Other‹ as well as the ›Self‹ (hetero- and auto-stereotypes). When analyzing film narration, we need to consider how narrative figures interact with, and represent, such beliefs. This has been, and remains, the classic question in film analysis based on social psychology, anthropology, cultural studies, or the analysis of ideology. Pragmatic narratology might also find such a perspective meaningful. Social psychology conceives of ›stereotypes‹ as unsophisticated and fixed mental images of individuals belonging to certain groups. Such conventionalized notions, anchored in everyday cultural awareness, provide important points of reference for the narrative construction of fictional characters. For the experience of reception to work, it matters that a film and its characters, as the key factors of audience participation in the plot, are closely interrelated with everyday beliefs and values.

stereotypní vzorce lze tedy rušit prostřednictvím vytváření kontrastů mezi ikonograficky stereotypní postavou a narativními funkcemi, která daný stereotyp vyvrací. Ve filmech se tedy mohou stejně jako v realitě objevovat jak stereotypy neškodné tak i ty nebezpečné. Stereotypy mohou ve filmových dílech jednak zdůrazňovat nějakou milnou domněnku a poškozovat tak určitou sociální skupinu, ke které se stereotyp váže, a jednak mohou naopak upozorňovat na něco, co v dané společnosti není v pořádku. „Role stereotypů spočívá ve zviditelnění neviditelného, aby nehrozilo nebezpečí, že se k nám netušícím připlíží zezadu, a učinit rychlým, pevným a odděleným to, co je v realitě proměnlivé a mnohem bližší normám než si dominantní hodnotový systém hodlá připustit¹⁸.“ [DYER: 2002, 16]

Stereotypy jsou většinou aplikovány na filmové charaktery, které jsou narativními ztělesněními stereotypních obrazů „ostatních“ (heterostereotypy). Takové postavy jsou shodné se stereotypním vnímáním určitých skupin, ale jsou zároveň narativními prvky, které se podílejí na vytváření narace a tak stejné stereotypy posilují, případně vytvářejí. [SCHWEINITZ: 2010, 278] Dále Schweinitz rozlišuje od typů ještě tak zvané „individuální postavy“, které začnou být vnímány až v průběhu děje a dále se vyvíjejí. Na druhé straně figurují schematicky redukované postavy, které jsou již na počátku syžetu kompletně vyvinuté a neprojdou žádnými zásadními změnami. [DYER: 2002, 16] Toto rozdělení se jistým způsobem kryje s rozdělením na postavy ploché a plastické, které bude popsáno později. Pokud by měla být zodpovězena otázka, která ze zmíněných kategorií Podle tohoto rozdělení jsou k adoptování stereotypů, náchylné spíše ploché postavy, které poskytují větší prostor pro utvrzování diváka ve svých již zažitých návycích a rutinách.

4. Novinář

Co si běžný občan představí, když slyší slovo novinář? Zachycení a popis konotace¹⁹ tohoto pojmu je podstatně složitější a rozsáhlejší než jeho relativně pevně

¹⁸ The role of stereotypes is to make visible the invisible, so that there is no danger of it creeping up on us unawares; and to make fast, firm and separate what is in reality fluid and much closer to the norm than the dominant value system cares to admit.

¹⁹ „Konotace je rozšířený druhotný nebo implikovaný význam znaku, obrazu nebo textu – význam vyvolaný denotátem.“ [REIFOVÁ a kol: 2004, 42]

daná denotace²⁰. Denotace je stejně jako konotace proměnlivá v čase, ale v případě pojmů *novinář* a *žurnalistika* se definice tohoto pojmu od jeho prapočátků pouze postupně rozšiřovala. Dříve tento pojem vymezoval pouze jedince, kteří se živili nebo alespoň zabývali tvořením zpráv do tisku, a postupem času je tento pojem obohacován o další a další atributy spojené především s technologickým vývojem. „Ve střední Evropě byli předchůdci dnešních žurnalistů potulní zpěváci, kteří vyprávěli o tom, co se dělo na trzích, tržištích a šlechtických dvorech, stejně jako poslové a městští úředníci. Z části byli předchůdci novinářů také knihtiskaři, poštmistři, obchodníci, diplomaté a další lidé, kteří měli přímý přístup k informacím.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2009, 79]

Slovník mediální komunikace z roku 2004 definuje žurnalistiku jako „1. specifickou profesní činnost, která zahrnuje pravidelně a soustavně prováděný sběr, třídění, zpracování a distribuci aktuálních sdělení časové povahy, tematicky zaměřených na oblast politického, ekonomického, kulturního, společenského, sportovního apod. dění, tedy "zpravodajství", popř. také nadčasovou tvorbu, která není vázána na sběr nových faktů, nýbrž spočívá ve veřejně dostupném a srozumitelném výkladu již známého, popř. v soustavné prezentaci argumentace nebo subjektivního postoje či názoru, tedy „publicistiku“; 2. pravidelně zveřejňovaný soubor výsledků takové činnosti (v podobě deníkové či časopisecké produkce, rozhlasového a televizního vysílání, internetové prezentace); 3. společenskou instituci podílející se na konstituování veřejného prostoru v liberálně-demokratických společnostech a na zprostředkování agend.“ [REIFOVÁ a kol: 2004, 322]

V dnešní době je obtížné tento pojem jednoznačně kategorizovat a definice skupiny „novinářů“ je čím dál tím více vágní. Tento pojem dnes již z daleka nezahrnuje pouze člověka, který se nějakým způsobem podílí a je zodpovědný za vytváření obsahu tištěných novin. V době medializace a digitalizace má slovo „novinář“ již o mnoho širší význam a zahrnuje například i fotografy, televizní zpravodaje, investigativní a válečné reportéry, editory, mediální magnáty, pracovníky public relations, kritiky, moderátory, pracovníky v rádiích, spin-doktory, internetové žurnalisty a další osoby pracující s informacemi. Je tedy poměrně těžké určit kde je hranice toho, co se ještě za novinářinu považuje a co už ne. Jirák a Köpplová například konkretizují požadavky, které by měl správný novinář splňovat následovně: „Novinář bývá v současné době v

²⁰ „Denotace je doslovný význam, který znak (slovo, obraz, text) přenáší, nebo znak sám o sobě.“ [REIFOVÁ a kol: 2004, 42]

otevřených společnostech zpravidla definován jako jedinec, který je vybaven profesionálními dovednostmi k tomu, aby dokázal:

- a) z neustávajícího toku informací vybírat zprávy;
- b) rozeznat, co je důležité a co ne;
- c) důležité zprávy vřadit do kontextu, z něhož lze vysoudit, jaký má informace dosah a jaké má důsledky pro život jednotlivce ve společnosti;
- d) vyložit informaci a její kontext jasně, zřetelně a pochopitelně; a
- e) odolat vnějším tlakům a považovat body a) - d) za mravní imperativ svého jednání.“ [JIRÁK, KÖPPLOVÁ: 2003, 33]

Z pohledu současné společnosti existuje novinářské povolání v poměrně složitém kulturním kontextu, který se soustavně vyvíjí a následkem toho je poměrně obtížné definovat žurnalistiku jak skrze masová média a mediální výzkum, tak i prostřednictvím těch, kteří toto povolání sami aktivně vykonávají. Pokud bychom samotnou žurnalistiku chtěli zařadit do většího celku, byla by zařazena do skupiny masových médií, která zahrnuje nespočet různých podskupin. Je také otázkou, zda považovat za příslušníka žurnalistického povolání pouze člověka, jež se touto profesí plně živí, nebo jestli do této skupiny lze zahrnout i osoby, které s informacemi pracují příležitostně. Dále by také každý jinak odpověděl na otázku, jestli v dnešní době online žurnalistiky je žurnalistou každý, kdo na internetu publikuje například článek. Podle různých definic a individuálních přístupů se v případě novinářů může jednat o skupinu poměrně komorní, ale zároveň může docházet i k tvrzení, že téměř každý z nás je novinářem.

4.1. Novinář v kapitalistické společnosti liberálně demokratického typu se zaměřením na americkém prostředí

„Já jsem novinář...“

Já nesoudím. Já zaznamenávám. Nechválím ani neobviňuji. Já sděluji...

Mravy mého povolání lze vyjádřit jedním slovem – pravda...

Nikdo si nemůže koupit mé světlo. Nikdo si nemůže koupit mé mlčení...“

Frank Crane²¹ [WEAVER, WILHOIT: 2007, 246]

Dosavadní vymezení pojmu novinář v této práci je uvedeno všeobecně, není zaměřeno na žádnou konkrétní geografickou oblast. Vzhledem k tomu, že se tato práce primárně věnuje novinářství v amerických filmech, a tudíž ve většině případů i novinářům původem ze Spojených států amerických, je nutné dát na tomto místě prostor popisu těchto novinářů z pohledu českých i zahraničních autorů.

Vzhledem k tomu, že Spojené státy prošly poněkud odlišným historickým vývojem než Evropa, je logické, že i počátky vývoje žurnalistiky se ve své podstatě od evropského modelu liší. Ne však velmi zásadně; americký žurnalismus má své počátky u evropských občanů, kteří začali vydávat noviny na novém kontinentu koncem 17. století a kteří svou zkušenost přenesli do nového prostředí. Významnou událostí, díky které se začala žurnalistika rozvíjet významnějším způsobem, byl americký boj za nezávislost okolo roku 1775, kdy bylo potřeba obyvatele informovat o vzniklé situaci. „Expanze tisku ve Spojených státech byla výsledkem představ a očekávání popularizovaných během americké revoluce. Tato změna, která začala v 18. století, byla silně ovlivněna dvojicí zásadních změn v 19. století: vzestup partyzánské politiky a rozvoj tržního hospodářství.“²² [CONBOY: 2002, 3]

Obraz novináře během revoluční války v Americe vyvolal rozdělení na heroické patrioty a podlé zrádce. Vznikl obraz žurnalistického hrdiny - novináře, který by pro svou zemi udělal cokoli a tento obraz vydržel a byl nadále obdivován až do 20. století. Během této války se editoři museli rozhodnout, zdali chtějí zůstat loajální k Anglii, stát se pravými patrioty nebo střídat strany podle potřeby. Neutralita se ukázala být nemožnou a tak se museli většinou rozhodnout pro jednu nebo druhou možnost. [SALTZMAN: 2005, 19] Za toto rozhodnutí byli posléze obdivováni nebo nenáviděni a již tehdy se tak utvořil základ pro obraz, který se až dodnes objevuje v uměleckých dílech, ve kterých vystupuje jako jedna z hlavních postav novinář. Jak toto rozdělení

²¹ I am the journalist...

I do not judge. I record. I do not praise or blame. I tell...

The ethics of my profession may be told in one word – truth...

No man can buy my light. No man can buy my silence...

²² The expansion of the press in the United States was a result of ideas and expectations popularized in the American Revolution. This change, beginning in the eighteenth century, was deeply affected by two grand developments in the nineteenth century: the rise of popular partisan politics and the appearance of a market economy.

ovlivnilo uměleckou tvorbu a popis toho, jakými způsoby je novinář hrdina a novinář ničema zobrazován ve filmových dílech, je v této práci věnována celá kapitola.

V devatenáctém století se začal obraz amerického novináře formovat do podoby, která je nám dnes již relativně blízká. Média tou dobou začala nabývat jakousi nepsanou moc, které si byli vědomi i přední politici a jejich široké okolí. Máloco se už podařilo zamlčet a novinářské povolání získávalo na popularitě především následkem rozšíření tak zvaného *penny press*. „Někteří autoři používají pojem „penny press“ jako označení pro první etapu rozvoje bulvárního tisku a chápou tím ekonomickou i obsahovou přístupnost denního tisku širokým čtenářským vrstvám. Vznikl ve třicátých letech 19. století a jeho označení se odvozuje z Anglie (*Penny Magazin*, 1832), pojem se používá rovněž v USA (1833, *The New York Sun*).“ [REIFOVÁ a kol: 2004, 181] Bulvární tisk se šířil velmi rychle a čtenáři začali vyžadovat čím dál tím více zpráv, které by v nich vyvolaly nějaké emoce. Ať už se jednalo o emoce negativní nebo pozitivní, za úkol novináře byla považována schopnost zprostředkovat takový příběh, který se dotkne téměř každého jednotlivce z jakékoli sociální vrstvy. Novinářům se tento úkol dařilo plnit, avšak především díky tomu, že začali hrát mírně odlišnou hru. Fair play už nebylo žádáno, vychytralost a podlost vystřídaly loajalitu a pravdu a mnohdy se stávaly hlavním nástrojem novinářského honu za informacemi. Vzhledem ke stoupající důležitosti novinářského povolání se začala tato profese pomalu objevovat v literatuře. Literární díla zobrazovala nejen novináře-hrdiny, ale byla plná i padouchů, nechutných, vulgárních a zkorumpovaných novinářů, postrádajících slušné chování a myslících jen na sebe. I tento obraz novináře-antihrdiny se právě díky literárním dílům vryl do paměti amerických i zahraničních občanů. [SALTZMAN: 2005, 20]

Během americké občanské války mezi státy Unie a Konfederace, v období od roku 1861 do roku 1865, nastala pro novináře opět pozitivní změna. Díky stoupající profesionalitě a intenzivnímu informování občanů o vzniklé situaci se obraz novináře proměnil a ten byl vnímán jako pozitivní hrdina na obou válčících stranách. Zároveň byla ale touha po informacích tak velká, že se novináři často uchýlovali k řešením, která nemohou být považována za korektní. Získávání informací nebylo vždy legální a často ani pravdivé a objektivní. Přesto v té době převažovalo pozitivní vnímání žurnalistické profese, které převažuje dodnes. Mimořádné postavení díky tomuto ozbrojenému konfliktu získala v USA i postava válečného novináře.

Dalším milníkem ve vývoji obrazu amerického novináře byla válka ve Vietnamu. Postavení novinářů zde bylo, ostatně jako u všech válek, jak velmi složité, tak velmi nebezpečné. K nejznámějším novinářským pokrytím tohoto konfliktu patřil masakr v Mylai, který se odehrál v roce 1968. Zahynulo při něm 503 civilistů, armáda se nejprve pokoušela tento hrůzný čin zamést pod koberec, ale díky pátrání investigativních novinářů, především Seymoura Hersh, se podařilo celý případ popsat. Je ale třeba uvést, že trvalo téměř celý rok, než se uveřejnění v médiích podařilo prosadit. Mediálně ještě známější se stala fotografie nazvaná „Dívka z Trang Bang“ vietnamsko-amerického fotografa Nicka Uta. V roce 1972 ji pořídil na silnici u vesnice Trang Bang po bombardování severovietnamských jednotek napalmovými pumami. Omylem při tom byla zasažena i vesnice. Fotografie se stala symbolem hrůz a neštěstí války, ve které trpí civilní obyvatelstvo včetně dětí. Snímek rovněž ukazuje význam válečných reportérů, kteří utvářejí vizuální paměť konfliktu.

Jednou z nejzásadnějších událostí pro moderní americkou žurnalistiku a zároveň i pro filmové novináře se stala aféra Watergate (případně skandál ve Watergate nebo pouze Watergate). Jednalo se o skandál, který vypukl ve Spojených státech poté, co do sídla Demokratické strany v komplexu Watergate ve Washingtonu, D.C., v roce 1972 násilně vnikli pracovníci aparátu republikánského prezidenta Richarda Nixona. Ti byli pověřeni úkolem umístit do budovy odposlech. O celé události začali psát reportéři deníku The Washington Post Carl Bernstein a Bob Woodward. Případ vedl až k rezignaci prezidenta USA a je dodnes považován za největší kauzu v dějinách žurnalistiky.

Průzkumy stále ukazují, že většina amerických občanů chce svobodný tisk, který je vždy přítomen, aby je ochránil před velkými společnostmi, vládními orgány a poskytne jim pravidelný přísun objektivních informací. Ale ty samé průzkumy také potvrzují, že většina Američanů přechovává vůči médiím hlubokou nedůvěru, znepokojuje je jejich moc, nečestnost a negativismus, jejich útoky na instituce a lidi, jejich dotěrnost a lhostejnost, jejich arogance a předpojatost. [JENKINS: 2013] Otázkou je, kde se tato nedůvěra bere a proč ji lidé cítí. Žurnalistika by se měla podle našich společenských představ řídit určitými pravidly a respektovat nepsané zákony společnosti proto, aby svou činnost mohla svobodně vykonávat ve prospěch občanů.

Brian McNair v *Sociologii žurnalistiky* uvádí čtveřici prvků, kterými by se podle současných demokratických společností měla žurnalistika vyznačovat:

1. *Pravdivost a přesnost* - souvisí s pojmem objektivitu a výsledkem by měla být důvěra v informace jí zprostředkované.
2. *Novost* – zprostředkované informace by měly vždy přinášet něco nového.
3. *Autorství a ideologie* – informace je vždy podána spolu s předpoklady, postoji a hodnotami tvůrců.
4. *Aktuálnost* – žurnalistika přináší informace aktuální.

Pomocí těchto prvků je možné odlišit novinářské produkty od forem kulturního diskurzu. Na rozdíl od filmů, které přinášej také něco nového, by se zde mělo jednat o informace nesmyslné a nefiktivní. [MCNAIR: 2004, 12-14] Náš svět a povědomí o něm se dnes neskládá z empirických zkušeností, nýbrž velkou část tvoří právě informace zprostředkované médii. Naše kognitivní mapy jsou tedy převážně tvořeny představami, které nám předkládají média. [TUCHMAN: 1980, 1] Vztah mezi žurnalistikou a společností je klíčový a zprávy, které jsou médii podávány, jsou vždy přímo spojeny s událostmi, které společnost nějakým způsobem ovlivňují, ovlivnily v minulosti nebo mohou ovlivnit v budoucnosti. Ve společnosti zastupuje žurnalistika několik důležitých funkcí, přičemž někteří autoři tvrdí, že již zmíněná *informační* není tou nejdůležitější. Hallin a Mancini zdůrazňují jako primární funkci *politickou* (respektive *ekonomickou*). „Od počátku éry tisku, zejména pak od období reformace, byla hlavní funkcí tištěných médií obhajoba politických názorů. Ta se koncem 18. a počátkem 19. století, kdy se noviny postupně proměňovaly v nástroj politického života, stala hlavní funkcí tisku. Na konci 19. století se objevil odlišný model politické žurnalistiky, který vnímal novináře jako neutrální arbitry politické komunikace, kteří měli stát stranou dílčích zájmů a sporů a měli poskytovat informace a analýzy nezabarvené vědomým straněním. Navzdory tomu, že stranický tisk byl v dnešních kapitalistických společnostech eliminován, lze ve většině zemí určit, ke kterému politickému směru se ten či onen deník přiklání.“ [HALLIN, MANCINI: 2010, 54]

4.1.1. Výzkum o amerických novinářích

Kdo je tedy běžný americký novinář? Nejrozsáhlejší výzkum na toto téma vypracovali Cleveland Wilhoit a David Weaver ve svém dlouholetém projektu „Americký novinář“²³. Z tohoto rozsáhlého výzkumu velmi zkráceně vyplývá, že typický americký novinář je vysokoškolsky vzdělaný muž bílé pleti, okolo čtyřiceti let, je spíše liberál než konzervavec a vydělává okolo 43.000 dolarů ročně. Od osmdesátých let se Weaver a Wilhoit z Indianské univerzity aktivně věnují výzkumu amerických novinářů a publikovali na toto téma již několik studií²⁴. Vždy s odstupem deseti let (1982, 1992 a 2002) tato dvojice prováděla rozsáhlý průzkum více než tisíce novinářů z různých médií a po telefonu každému jednotlivci položila soubor otázek, ze kterých byla posléze sestavena jejich studie. Otázky se zaměřují na celkový počet novinářů ve Spojených státech amerických, jejich věk, pohlaví, politické zaměření, náboženské vyznání, vzdělání, geografický původ, národnost, platové a pracovní podmínky, vnímání vlastního publika, rutiny, technické vybavení, a další. Všechny otázky průzkumu jsou v publikacích uvedeny v příloze na konci knihy. Z třicetiletých průzkumů lze mimo jiné vyvodit, že se obraz novináře příliš nezměnil. [WEAVER, WILHOIT: 1986] V roce 1998 David Weaver rozšířil svůj výzkum o publikaci *The Global Journalist: news people around the world*, která shrnovala data podobná jako v projektu *The American Journalist*, s tím rozdílem, že v této studii bylo zkoumáno více než 20.000 novinářů ve 21 zemích z celého světa. Průzkum probíhal deset let (1986-1996) a v roce 2012 byl aktualizován publikací *The Global Journalist in the 21st century*, která je rozšířena o další tucet zemí²⁵ a o dalších 9000 novinářů a shrnuje výzkumy mezi roky 1996 a 2011. Z obou verzí vyplývá, že je mezi novináři ze zkoumaných zemí více rozdílů než podobností, přičemž v posledních letech se zvyšuje počet korespondentů, dochází k poklesu počtu čtenářů a publik, k poklesu reklamních

²³ American Journalist project

²⁴ *The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work* (1986), *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era* (1996), *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium* (2006)

²⁵ Austrálie, Belgie, Brazílie, Velká Británie, Kanada, Chile, Čína, Kolumbie, Dánsko, Finsko, Francie, Německo, Hongkong, Maďarsko, Indonésie, Izrael, Japonsko, Jižní Korea, Malajsie, Nizozemí, Nový Zéland, Polsko, Rusko, Singapur, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Švýcarsko, Taiwan, Spojené arabské emiráty a Spojené státy americké

výnosů, snižování rozpočtů a intenzivní konkurenci ze strany nových médií, která mění obchodní strukturu celého průmyslu.

Zkoumáním obrazu novináře v populární kultuře můžeme dojít k závěru, proč jsou názory veřejnosti na žurnalistiku a žurnalisty tak ambivalentní. Například v případě amerického prostředí plyne většina špatných zkušeností a nedostatek důvěry v média z reálných příkladů a životních zkušeností, ale velká část obrazu chamtivého, sebestředného, arogantního padoucha je založena na obrazech z filmů a televizních pořadů.

5. Film

„Filmy a jiné populární texty mohou být čteny jako kultura přemýšlející nahlas sama o sobě.“²⁶

[MUKERJI, SCHUDSON: 1991, 126]

Žijeme v kultuře, které dominují vizuální média. Jsme desítkami obrazů denně přímo zahrnováni a každého z nás ovlivňují mnohem více, než jsme si schopni uvědomit. Žijeme v takzvané vizuální kultuře, kterou v šedesátých letech Guy Debord pojmenoval jako *společnost spektáklů*. [DEBORD: 2007] V jeho stejnojmenné knize se zabývá fenoménem kapitalistické konzumní společnosti, ve které se z orientace na zboží stala orientace na obrazy a následkem toho vzniká falešná prezentace reality. Debordova kritika společnosti je jednoznačná nejen v této knize a vyjadřuje se kriticky i k filmu, který podle něj musí být zničen²⁷

David Bordwell a Kristin Thompsonová ve své knize *Umění filmu* v úvodní kapitole konstatují fakt, že film je již v dnešní době pro většinu lidí natolik nepostradatelný, že bez jeho přítomnosti si je těžké svět vůbec představit. Je všudypřítomný, protože už není pouze kulturní a společenskou záležitostí v kinech, ale lidé si ho mohou pouštět na svých televizorech, počítačích, telefonech a nerůznějších přehrávačích, nejen ve svých domácnostech, ale třeba i v dopravních prostředcích všeho druhu.

²⁶ Movies and other popular texts can be read as a culture thinking out loud about itself.

²⁷ z Debordova krátkého filmu *O průchodu několika osob skrze spíše krátký časový úsek* (1959)

Na tomto místě se nabízí otázka, co způsobuje fascinaci tímto, dnes už tak rozšířeným mladým uměním. „Filmy zprostředkovávají informace či myšlenky a ukazují nám místa a způsoby života, které bychom asi jinak neznali [...] [a] nabízejí způsoby vidění a cítění, které nás velmi uspokojují. Zprostředkovávají nám zážitky, které jsou často spojeny s příběhem a s postavami, o něž se začneme zajímat [...] [a vydáváme se s nimi] na cestu, jež nám nabízí určitým způsobem uspořádaný zážitek, který podněcuje naši mysl a emoce.“ [BORDWELL, THOMPSON: 2011, 23]

Filmy mají obrovský vliv na populární kulturu, díky jejich mezinárodní popularitě, snadné dostupnosti a ziskovosti průmyslu. Ke svému rozsáhlému obecenstvu filmový svět promlouvá nejrůznějšími prostředky. Jediným a nedůležitějším prostředkem sdělení není, jak by se mohlo zdát, příběh, scénář nebo dokonce pouhý obsah mluveného. Filmové sdělení podporuje mnoho dalších věcí, které nejsou na první pohled, především okem jedince, jež se tímto tématem intenzivněji nezabýval, zřejmé. Velkou roli zde hrají například kamera, hudba, světlo, intonace, neverbální komunikace a mnoho dalších prvků. Když na konci 19. století začal film vznikat, kladl se na tyto prostředky ovlivňující diváka mnohem menší důraz a začínající filmaři se soustředili z velké části na vývoj nové techniky. S postupem času se technika vyvinula natolik, že už se tvůrci mohli soustředit více i na jiné aspekty a zjistili, že film je ideálním zdrojem nejen zábavy, ale může se stát i ideálním prostředkem k tomu, aby ovlivňoval názory a postoje.

5.1. Hollywood

„Žijeme dnes v pozoruhodné době cizosprášení v mezinárodních filmech...Filmy se točí všude, odehrávají se všude a vyprávějí příběhy o lidech po celém světě.“²⁸

David Linde [GOLDSMITH, WARD, O'REGAN: 2010, 1]

Proč zrovna Amerika? Na začátku 20. století, kdy se film začal rozvíjet a nejpopulárnějším žánrem byl western, se ukázal americký stát Kalifornie být perfektním místem pro natáčení nejen westernů. Počasí a ostatní terénní podmínky v malém

²⁸ Today we are living in a remarkable era of cross-pollination in international pictures...Films are made everywhere, set anywhere and tell stories about people everywhere.

městečku Hollywood nabízeli začínajícím filmařům neuvěřitelné možnosti k tomu, aby vytvořili dokonalý film. Pozemky v tomto území byly tehdy cenově velmi výhodné a v roce 1911 se zde objevilo první filmové studio. [ZOLLO: 2011, 11-15] Dnes název „Hollywood“ již ve většině případů neevokuje nic jiného než obrovský filmový monopol, který ročně produkuje stovky filmových trháků, na které do kin chodí milióny diváků po celém světě, vydělává miliardy dolarů, celý svět na něj hledí jako na modlu a téměř každý člověk ve skrytu duše sní o tom, se alespoň na chvíli stát součástí této pohádkové říše neomezených možností.

Pojem „hollywoodský film“ se ale v průběhu výzkumu pro účely této práce ukázal být poměrně složitým. David Linde v úvodním citátu této kapitoly hovoří o tak zvaném fenoménu „globálního Hollywoodu“, který popisuje fakt, že filmy již nejsou vázány jen na svoje primární země původu a technologický a dopravní pokrok umožňuje natáčení v nejrůznějších koutech světa s herci a režiséry, kteří by se před sto lety mohli jen po vynaložení velkého úsilí sejít na jednom místě. Většina produkcí vysokorozpočtových filmů se stále odehrává v Los Angeles a studia jsou také stále využívána, ale minimum filmů se již natáčí lokálně v Hollywoodu, přestože se často pojmem „hollywoodský film“ klasifikují. O kterém filmu tedy lze říci, že je hollywoodský a který do této kategorie již nespadá? V minulosti byla odpověď na tuto otázku pravděpodobně snazší, protože pod hollywoodský film spadaly jenom ty filmy, které byly natočené v Hollywoodu a na stejném místě se konala i jejich postprodukce. Dnes je tento pojem, právě díky globalizaci poněkud složitější.

Pod pojem „globální Hollywood“ spadají filmy, které byly alespoň z části natočeny, produkovány, financovány nebo alespoň distribuovány jednou ze společností, která sídlí v blízkosti dnes už velmi rozsáhlého města. Může se však jednat o film, při kterém se ani jeden člen daného štábu v Hollywoodu neobjevil. Lze se zamyslet i nad tím, z jakého důvodu se filmaři a velké filmové společnosti pouštějí do natáčení na jiných místech než v americkém filmovém monopolu. Především jde o možnost poskytnout divákovi autentickou atmosféru místa, ve kterém se příběh odehrává. Globalizace a možnosti snadného cestování umožnily scénáristům zasazovat své příběhy do lokalit, které jsou více či méně vzdálené, a nemusí již pracovat s kulisami, které se realitě těžko vyrovnají, aby navodili správnou atmosféru. V dnešní době nejsou výjimkou ani filmy které jsou točeny na více místech vzdálených od sebe třeba i tisíce

kilometrů. Dalším z důvodů může často být úspora nákladů. V zemích, kde jsou cenové relace nižší než ve Spojených státech, lze tímto způsobem natočit film za podstatně nižší náklady než v renomovaném Hollywoodu. V Evropě a zejména v Evropě východní se tak dá „hollywoodský“ film natočit ve stejné kvalitě, ale mnohem výhodněji, protože náklady za pronájem, pracovní sílu, početné komparzy, ubytování a další položky jsou o mnoho nižší. [GOLDSMITH, WARD, O'REGAN: 2010, 1-30]

5.2. Filmové žánry

Jak již bylo zmíněno v kontextu stereotypů, lidé vykazují značnou potřebu třídit svět okolo sebe do kategorií. Tato činnost nám pomáhá organizovat události, lidi a věci do určitých skupin, které potom mohou zobecňovat a udělat si díky tomuto třídění lepší mapu světa ve kterém žijí. Ani film není výjimkou a dělí se do určitých skupin. Nejrozšířenějším dělení filmových děl jsou kategorie žánrů. Žánry sami o sobě sahají až do základních forem řeckého divadla – tragédie a komedie. [FAULSTICH: 2002, 27] V současnosti je poměrně složité určit, o jaký žánr se v tom či onom filmu jedná, protože jsou filmové žánry mezi sebou promíchávány a jsou tedy ve výsledku složeninou několika různých žánrů.

„Žánr lze definovat jako víceméně stálý soubor formálních a obsahových prvků existujících v rámci uměleckého – v našem případě filmového – díla. Žánr má konvenční podobu, jež je výsledkem nepřímé dohody mezi divákem a filmovými tvůrci. Divákovi je předkládán tvar, jehož vlastnosti může na základě své předchozí zkušenosti očekávat. Mezi obsahové aspekty řadíme typologii postav, povahu prostředí, místo, čas, téma a charakter zápletky, ideologii nesenou příběhem atp. Formálními aspekty pak rozumíme konvence při práci s kamerou, střihem, komponováním *mizanscény*²⁹ atd.“ [ZABILANSKÝ: 2007] Barry Keith Grant se k žánrovým filmům vyjadřuje tak, že jsou to „komerční celovečerní filmy, které opakováním a variacemi vyprávějí familiární příběhy, s familiárními postavami ve familiárních situacích.“³⁰ [GRANT: 2007, 1]

²⁹ „*mise-en-scene*“ – francouzský výraz, doslova znamená „přinášení na scénu“; ve filmové kritice označuje modifikování prostoru. Mizanscéna je tedy jakýmsi organizováním prostoru před objektivem kamery.

³⁰ commercial feature films which, through repetition and variation, tell familiar stories with familiar characters in familiar situations.

Rozdělení na filmové žánry není ovšem zcela jednotné a některé publikace se liší především v názorech na různé podkategorie žánrů. Každý autor v tomto smyslu jejich rozdělení může chápat jinak nejen v jiných zemích, ale i v rámci jedné kultury. Filmové žánry jsou totiž „kulturně ustálené rámcové systémy nebo schémata, která jsou sice relativně stabilní, ale nejsou striktně dána, a mohou se historicky proměňovat.“³¹ [FAULSTICH: 2002, 29] Určité době tak může dominovat určitý žánr nebo jedna z podskupin. Například ve 30. letech se v amerických kinech nejčastěji objevoval žánr gangsterských filmů, v 50. letech dominovaly sci-fi filmy a v 70. letech filmaři často točili katastrofické filmy. [FAULSTICH: 2002, 29]

K těm nejzákladnějším žánrům patří komedie, drama, kriminální film, pohádka, akční film, western, válečný film, thriller, horor, sci-fi, erotický film, fantasy, melodrama a muzikál. Ne vždy je ovšem i v rámci tohoto základního žánrového rozdělení snadné jednotlivé žánry od sebe rozlišit. Hranice mezi například fantasy, sci-fi a pohádkou; thrillerem, hororem a kriminálním filmem; dobrodružným filmem, westernem a akčním filmem nejsou zdaleka tak ostré, jak by se na první pohled mohlo zdát. Především při současném trendu míchání žánrů se velmi těžko hledá film, který by se nevešel zároveň pod definici dvou a více žánrů najednou. Přestože jsou tedy hranice filmových žánrů tak neostré, stále jsou ve filmovém světě potřebné pro již zmíněnou klasifikaci a organizaci, kterou lidé vyžadují a vytvářejí si k nim i vlastní teorie nebo podkategorie.

Kategorizace podle filmových žánrů se tak ukázala být obtížnou a pro pozdější analýzu filmových děl nepřiliš vhodnou. Většina zkoumaných filmů spadala pod tři a více žánrových kategorií a bylo by tak velmi složité utvořit homogenní skupiny, jejichž analyzovaný obsah by v konečném výsledku mohl být směrodatný.

6. Novinář ve filmu

Matthew Ehrlich ve své knize *Journalism in the Movies* uvádí, že od počátku filmové historie do současnosti³² bylo celosvětově natočeno více než 2000 filmů, ve

³¹ kulturell ausgebildete Rahmensysteme oder Schemata, die zwar relativ stabil sind, aber nicht unveränderbar festliegen, sondern sich ihrerseits historisch auch wandeln (können).

³² do roku 2004, kdy byla vydána zmiňovaná kniha

kterých se vyskytuje novinář. Pouze ve zlomku těchto filmů se novinář objevuje v jedné z hlavní rolí; pokud má novinář roli pouze okrajovou, ani prostředí většinou nijak nesouvisí s žurnalistikou a neovlivňuje tedy zásadním způsobem příběh.

„Filmy o novinářích, v širším slova smyslu, jsou hlavním kulturním prostředím, ve kterém společnost (nebo její umělci) vyjadřuje své odsouhlasené žurnalistické hodnoty, zkoumá a vyslýchá je, a kritizuje použití těchto hodnot, jak prostřednictvím žurnalistiky samotné (jako v *Jak nezískat Pulitzeru* Billyho Raye [2003]), tak i skrze moc v rámci jejího vztahu k sdělovacím prostředkům (*Dobrou noc a hodně štěstí* [George Clooney, 2005]). Některé filmy, jako *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* od Michaela Manna (1998), kritizují jak žurnalistiku, tak i moc.”³³. [MCNAIR: 2010, 16]
 „To co filmoví tvůrci říkají o moci a o vztahu mezi mocí a žurnalistikou, nezůstává nepovšimnuto mocnými, protože jsou si vědomi toho, že tyto výkony, scénáře a vyobrazení tvoří důležitou část inventáře veřejného vědomí, vědomí tvořícího veřejné mínění.”³⁴ [MCNAIR: 2010, 16]

Filmy jsou centrálním médiem, které v naší společnosti vytváří mýty. Brian McNair charakterizuje kulturní role filmových producentů do následujících kategorií:

- „*výchovná* (a *normativní*; poskytuje obecně známe informace o tom, co je úkolem žurnalistiky v demokratické společnosti)
- *mytologická* a *oslavná* (upozorňuje veřejnost na úspěchy žurnalistiky a vybízí k chvále)
- *regulační* (vykonává kritické přezkoumání zkoumaných, funguje jako hlídací pes hlídacích psů)
- *defenzivní* (proti těm, kteří by neutralizovali nebo potlačovali kritické a nesouhlasné tendence v liberální žurnalistice)³⁵

³³ Films about journalism, by extension, are the main cultural space in which societies (or their artists) articulate their agreed journalistic values, explore and interrogate them, and critique the application of these values both by the journalistic media themselves (as in Billy Ray's *Shattered Glass* [2003]), and by the powerful in their relationship to the news media (*Good Night, and Good Luck* [George Clooney, 2005]). Some films, such as Michael Mann's *The Insider* (1998), critique both journalism and power.

³⁴ What film-makers say about power, and about the relationship between power and journalism, does not go unnoticed by the powerful, because they are aware that these performances, scripts and images comprise an important part of the stock of public knowledge, the knowledge that informs public opinion.

³⁵ *educational* (and *normative*, imparting public knowledge about what journalism is expected to do in a democracy); *mythological* and *celebratory* (bringing public attention to, and soliciting praise for, the achievements of journalism at its best); *regulatory* (undertaking critical scrutiny of the scrutineers, acting

[MCNAIR: 2010, 16]

Ehrlich ve své studii tvrdí, že filmy, ve kterých sehrál hlavní roli novinář, se již staly vlastní žánrovou kategorií a mají svoje vlastní typické charaktery [EHRlich: 2004, 5]. Joe Saltzman je taktéž přesvědčen, že žánr novinářských filmů už lze posuzovat jako samostatný, a jako nezvratný důkaz uvádí významnou filmografii Richarda Nesse [SALTZMAN: 2005, 31]. Vzhledem k tomu, že databáze *IPCJ* zahrnuje i nejrůznější filmová díla ze zemí celého světa, hodnotí Saltzman rozdíly mezi novináři zobrazovanými ve filmech amerických a zahraničních jako nepatrný. Tvrdí, že navzdory rozdílům v politických systémech a kulturních formách, postava novináře zůstává ve filmech z celého světa téměř bez výjimky stejná; objevují se jako hrdinové, již bojují za lid a demokratické hodnoty, nebo jako antihrdinové, kteří jednájí ve svůj vlastní prospěch. [SALTZMAN: 2005]

6.1. Role novináře ve filmu

Pokud jde o vymezení role novináře ve společnosti, je v této souvislosti potřeba zmínit vymezení role novináře od Weavera a Wilhoita, kteří „rozlišují tři typy vnímání role novinářů: jako interpreta spletitých otázek v moderní společnosti, jako šířitele, který rychle předává informace, a jako protivníka představitelů státní moci a byznysu.“ [WEAVER, WILHOIT: 1986, 13] Brian McNair k roli novináře uvádí, že stejně jako ostatní články společnosti, tak i pracovníci sdělovacích prostředků „se s větší či menší ochotou a jistotou přiklání k souboru hodnot, které jsou součástí jejich pracovního výstupu a limitují jejich vidění světa a jemu odpovídající popis toho, co se v něm děje. Média a žurnalisté slouží jako komunikační kanál hlásající již existující ideologický a hodnotový systém, rozšiřují tedy ideologii jménem těch skupin, jimž jsou odpovědné a jejichž názory hlásají.“ [MCNAIR: 2004, 29] Jinými slovy tedy tvrdí, že role novináře je určitým způsobem nesvobodná a že se částečně podřizuje skupinám, které ho zaměstnávají nebo na něj mají vliv jiného typu. Není tedy podle něj nikdy nezávislý a vždy nad sebou má určitou kontrolu v podobě vydavatele, investora nebo jiné

as watchdogs of the watchdogs); *defensive*, as against those who would neuter or suppress the critical and dissenting tendencies in liberal journalism

organizace, která zodpovídá za obsahy vydané daným médiem. Nahlížíme-li na novinářské povolání z hlediska postavení ve společnosti McNair tvrdí, že žurnalistika je v demokratických společnostech jejím čtvrtým pilířem, který má za úkol monitorovat a omezovat první tři pilíře a umožňovat lidem, aby hodnotili a debatovali o nabytí moci, její distribuci a výkonu. Pokud tedy média představují jakousi veřejnou sféru, která se zabývá kritickým přezkoumáváním moci, pak by měli filmy o žurnalistice, spolu s jinými populárními texty, tvořit další úroveň kritického přezkoumávání, které kontroluje samotná média. Tvůrci filmů jsou podle něj sociálně zapojení jedinci, kteří zastávají důležitou roli veřejných intelektuálů, kteří monitorují monitory a podrobně zkoumají kontrolující faktor společnosti. Usnadňují veřejné debaty o výkonnosti zpráv a medií tím, že do veřejné sféry vkládají jiný druh vědomí a přinášejí fakta, interpretace a komentáře. Příspěvky filmařů k vědomostem jsou, v porovnání s příspěvky novinářů nebo vědců, více reflexivní, subjektivní a esteticky promyšlené, a jsou zapuštěny do širších textů konstruovaných nejen pro upozorňování na fungování moci a vybízení k veřejným debatám, ale hlavně pro pobavení. Filmy o novinářích tedy informují veřejnost a média o tom, co se od novinářů očekává, a hodnotí, zdali tato očekávání jsou naplňována. [MCNAIR: 2010, 18-19]

Thomas Zynda dokonce tvrdí, že obě média vykonávají podobnou funkci hlídacího psa³⁶. „Stejně jako tisk plní funkci hlídacího psa vlády, dohlíží Hollywood, také v zastoupení veřejnosti a s podobným komerčním východiskem, na média.“ [EHRlich: 2004, 4] Funkce hlídacího psa ve filmu spadá pod kategorii pozitivních hrdinů, protože takový protagonista většinou hájí zájem společnosti a pokouší se odhalit některý z aspektů veřejného života, ve kterém se děje něco nelegálního nebo nemorálního. Stejně jako v reálném světě, tak i ve filmu je novinář v roli hlídacího psa jednou z nejpozitivnějších rolí, ve které může novinář vystupovat. Tato role se vyvinula v 17. století, v průběhu americké občanské války a ostatních protifeudálních hnutí

³⁶ z angl. *watch-dog* = hlídací pes jeden z konkrétních případů normativní teorie médií. Média v roli hlídacího psa jsou metaforou označující kontrolní funkci médií ve vztahu k výkonu moci státní i soukromé. V této kontrolní funkci je posláním médií odhalovat veškeré zneužívání moci a postavení, projevy nespravedlnosti a korupce. Tato role je výrazem příklonu k teorii sociální odpovědnosti médií, jež fungují v podmínkách svobody tisku a nezávislosti médií. Role médií jako hlídacího psa se odvozuje od představy, že média mají vůči společnosti nějaký závazek, který přesahuje prosazení médií na trhu v roli ekonomických subjektů. Úloha hlídacího psa bývá zdůrazňována především samotnými profesionály (novináři), zatímco analýzy reálného jednání médií naznačují, že v praxi média tuto roli spíše neplní, že často tato role slouží jen tomu, aby si vydavatelé a provozovatelé médií zajišťovali a upevňovali ekonomickou a politickou moc. [REIFOVÁ a kol: 2004, 316]

v Evropě a Severní Americe. Od té doby se od novináře očekává vyplnění sociálního a kulturního prostoru mezi vládní elitou a ovládanými. V tomto kontextu je žurnalista silně politickou postavou, neustále vyzývanou k tomu, aby byl obráncem lidu, jejich advokát a reprezentant.

7. Obraz novinářů ve vybraných filmech z období

1997-2007

Filmy o novinářích se dají dělit několika způsoby. Jedním z nich je již uvedené rozdělení podle filmového žánru. Novináři se pravidelně objevují napříč většinou těchto žánrů a v každém z nich jsou zobrazováni s určitými podobnostmi, ze kterých ovšem nelze vyvozovat jednoznačné závěry. Vzhledem k tomu, že i novináře lze určitým způsobem dělit podle jejich profesního spektra (přestože v některých případech toto rozdělení také není zcela jednoznačné), které je o něco jednoznačnější než rozdělení žánrové, byl pro tuto práci zvolen tento pohled, ke kterému bude přistoupeno v konkrétních analýzách.

Howard Good dělí filmy o novinářích do tří podkategorií, z nichž každá je věnována jinému žurnalistickému zaměření:

- „1. Novinář jako válečný zpravodaj v krizových oblastech,
- 2. posedlý reportér, který při své honbě za příběhem na titulní straně ničí nevinné lidské životy,
- 3. investigativní novinář, který svými průzkumy odhaluje společenskou nespravedlnost a rozsáhlé konspirace.“

[GOOD: 1989, 5]

Toto rozdělení z roku 1989 bylo od té doby ovšem výrazně obohaceno o bezpočet dalších typů novinářů ve filmech a nedá se tedy dnes již považovat za kompletní. Nedá se ani říci, že by tyto tři skupiny v analyzovaném časovém období měly nečastější zastoupení. Mezi postavami novináře se mezi roky 1997 a 2007 v hlavní roli sice nejčastěji vyskytuje žurnalista třetího typu, tedy novinář investigativní, ale

v podobě často se objevují například i zahraniční korespondenti, televizní reportéři, televizní hlasatelé, spisovatelští žurnalisté a novináři, kteří se specializují na celebrity a životní styl.

Dělení na hrdiny a antihrdiny je jednou z dalších možností pro analýzu novinářů ve filmu, využívá ji například i Brian McNair v knize *Journalists in Film: Heroes and Villains*. Tento typ klasifikace však používá McNair pouze sekundárně, vzhledem k tomu, že rozdělení na základě tohoto kritéria může být velmi subjektivní, neboť je z velké části založeno na osobních dojmech diváka. Zvolená klasifikace podle typu novinářské specializace je v tomto směru poněkud konkrétnější a snáze rozpoznatelná, přestože občas je možné debatovat o tom, jestli žurnalista opravdu zastupuje funkci například investigativního novináře, nebo jestli se jedná pouze o film investigativního typu, ale ve skutečnosti se daný novinář věnuje například žurnalistice politické.

Dále by se mohla nabízet možnost novináře ve filmech třídit podle jejich charakteru mimo novinářské povolání. Jedním z oblíbených a zajímavých charakterů, jejichž povolání je kdesi v žurnalistickém spektru a stojí za krátkou zmínku, jsou superhrdinové. Není nespíš náhodou, že *Superman* [SINGER: 2006] i *Spider-Man* [RIAMI, 2002, 2004, 2007] jsou oba ve svých civilních podobách (jako Clark Kent a Peter Parker) zaměstnáni v novinách, přičemž jedním z důvodů je nespíš to, že díky zaměstnání v tisku (ať už jako reportér nebo fotoreportér), jsou nejbližší aktuálním informacím a dozvídají se tak co nejdříve o tom, kde je jich zapotřebí. Dalším důvodem je zřejmě to, že se potřebují nějakým způsobem začlenit do společnosti a působit jako „obyčejní lidé“, což implikuje, že novináři jsou součástí obyčejných lidí, respektive je zastupují v komunikaci s vládnoucími subjekty. Novinářské povolání také superhrdinům umožňuje věnovat se na plný úvazek svému hlavnímu zaměstnání „superhrdinství“, čímž však tvůrci jistě nechtěli naznačit, že novinářina je časově nenáročné povolání. V žádném z těchto zmíněných filmů není novinářská práce prioritním tématem a hlavní hrdinové jsou sice novináři z povolání, ale jejich hlavní naplní je zachraňování světa. Při analýze superhrdinů by tak vzhledem k počtu vzorků v daném období nebylo snadné vyvodit závěry, když se nejedná o primární téma filmu. Proto jsou tyto filmy zmíněny pouze v krátkosti na tomto místě.

Pro účel této práce se jako nejvhodnější ukázalo rozdělení podle typu novináře, které má z všech rozdělení neostřejší hranice, a bylo proto nejsnazší utvořit co

nejhomogennější skupiny orientované na podstatu postav a ne příběhu. Z vícero možností, které se v daném období nabízejí, byly z kapacitních důvodů zvoleny tři skupiny novinářů. Investigativci jsou jedněmi z nejfrekventovaněji se vyskytujících postav novinářů a zároveň i těmi nejoblíbenějšími, jelikož jsou tyto příběhy většinou plné napětí. Druhou skupinou byli zvoleni žurnalisté věnující se životnímu stylu a celebritám, kteří tvoří poměrně malou, ale atypickou skupinu s potenciálem nabídnout zajímavé poznatky. Poslední skupinou, která by měla vytvořit kontrast k investigativním novinářům, jsou televizní hlasatelé a reportéři. Pro tuto skupinu byl zvolen větší počet filmových vzorků než u předchozích dvou skupin, a to proto, že žurnalistika často není dějotvorným prvkem a materiálu ke zkoumání je tak v daných snímcích méně.

7.1. Investigativní novinář

Slovo „investigativní“ se do českého jazyka dostalo z anglického slovesa *to investigate*, které by se dalo do češtiny přeložit jako „pátrat“ nebo „vyšetřovat“. Konotace tohoto slova se pojí prvotně s policisty, detektivy, kriminálními vyšetřovateli a jinými zástupci zákona, ale postupem času bylo výrazem „investigativní“ nahrazeno i přídavné jméno v dříve používaném spojení „rešeršní žurnalista“.

Investigativní žurnalistika je podle *Encyklopedie praktické žurnalistiky* „...žurnalistika, jejímž cílem je zveřejňovat zamlčované a odpírané, pro chod společnosti však důležité informace. Tato forma předpokládá od novinářů důkladnou rešeršní činnost, shromažďování faktů a bezchybné důkazy, ověřené nejméně ze dvou nezávislých zdrojů, konfrontaci opačných stanovisek a možnost poskytnout prostor i obviňované straně.“ [OSVALDOVÁ, HALADA a kol: 1999, 219]

Investigativní novinář tedy sdílí některé vlastnosti s výše zmíněnými zástupci zákona a jeho práce je založena na velmi podobných principech. Jedním z markantních rozdílů mezi detektivem a investigativním žurnalistou je, že žurnalista (alespoň ten filmový) není vázán takovými pravidly jako zaměstnanci státních orgánů. Může tak částečně jednat a pátrat jako soukromá osoba, a dokud nemá dostatečný počet důkazů na to, aby případ mohl potvrdit nebo vyvrátit, nemá povinnost nahlásit jakékoli podezření dalším osobám nebo autoritám a případ může tak zůstat dle potřeby v utajení.

Investigativní žurnalistika není výsledkem nebo produktem práce novinářů, je to styl nebo způsob, jakým svou práci praktikují. Popisuje spíše metodu, pomocí které novinář dojde (nebo nedojde) ke svému cíli. Tento cíl by se dal popsat jako rozpletení nějakého složitého případu nebo odhalení něčeho protizákonného; například v politice, státních úřadech nebo v jiných oblastech veřejného zájmu. Poukázání na zločin nebo odhalení korupce přichází častěji právě od novinářů než například od policistů nebo jiných zástupců zákona, kteří by měli „pomáhat a chránit“³⁷. Novinář se tak stává zástupcem lidu, jehož úkolem je odhalovat, co se odehrává v společenských kruzích, do nichž nemá běžný občan přístup, a co mnohdy zůstává v souladu se zájmy establishmentu skryto.

Popularita investigativců patří k té největší v rámci typů filmových novinářů a na tomto místě je vhodné položit si otázku, proč tomu tak je. Povolání investigativního novináře nějakým způsobem evokuje nebezpečí a risk, což přitahuje diváky i u detektivních příběhů a thrillerů a tvoří tak emoční vypětí a zvědavost, jak příběh dopadne. Filmy o investigativních novinářích se žánrově nejčastěji řadí do skupin drama a thriller, které patří k žánrům velmi populárním. Novinář je také určitým způsobem poetickou postavou, protože jedinou jeho zbraní proti nepravdě jsou - obrazně - blok a pero (v současnosti se může jednat i o větší technologické vymoženosti). Většinou se mimo topouští do boje s mnohem větším soupeřem než je on sám; ať už se jedná o vysoko postavené jednotlivce, celé společnosti, nebo dokonce stát, správný investigativní novinář se nezalekne ničeho. Hranice dobra a zla jsou ve filmech, ve kterých hlavní roli sehrává investigativní žurnalistika, velmi jasně dané a on či ona tak z těchto filmů zpravidla vycházejí jako hrdinové. Asi nejznámějším a nejvýznamnějším filmem investigativní žurnalistiky všech dob se stal film *Všichni prezidentovi muži* z roku 1976³⁸, jehož hlavním tématem se stala již zmíněná aféra Watergate, která ve velkém měřítku ovlivnila podobu a smýšlení o žurnalistice dané doby a následujících let.

Pomocí čtyř filmů se v následující pasáži pokusím potvrdit výše popsané rysy, které novináři ve filmových dílech zobrazují.

³⁷ reference na heslo používané policií ČR od roku 2008, které je inspirováno heslem „To protect and serve“ policistů Spojených států amerických

³⁸ Alan J. Pakula *All the President's Men*

Čtyřmi zvolenými díly jsou *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho*³⁹ [MANN: 1999], *Pravda zabíjí*⁴⁰ [EASTWOOD: 1999], *Život Davida Galea*⁴¹ [PARKER: 2003] a *Sólokapr*⁴² [ALLEN: 2006]. Ve dvou z těchto filmů se v hlavní roli objevuje žurnalista mužského pohlaví (*Insider* a *Pravda zabíjí*) a ve druhých dvou vystupuje v hlavní roli žena (*Život Davida Galea* a *Sólokapr*). Při analýze tedy musí být bráno v potaz i pohlaví investigativce, které může hrát zásadní roli. Doba vzniku prvních dvou jmenovaných snímků je rok 1999 (přičemž *Insider* je inspirován událostmi z roku 1994 a doba děje tomuto přibližně odpovídá) a vyskytují se tak značné podobnosti ve vybavení a technologických pomůckách. Filmy *Život Davida Galea* ani *Sólokapr* nejsou blíže časově zasazeny, ale vzhledem k prostředí lze odhadovat, že se přibližně shodují s dobou vzniku. Žánrově spadají první tři jmenované do kategorie drama nebo thriller a *Sólokapr* Woodyho Allena tvoří v této čtveřici výjimku a je zařazován do kategorie (romantická) komedie.

Ve výše představených filmech se objevují čtyři hlavní postavy novinářů a několik postav vedlejších. Prvním novinářem je Lowell Bergman ve filmu *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* (dále jen *Insider*). Lowell Bergman je jedinou výjimkou mezi analyzovanými charaktery, je oficiálně inspirován reálnou postavou. Skutečný Lowell Bergman se narodil 24. července 1945 a je významnou postavou v novinářském světě. Jeho práce v aféře s tabákovou společností Brown & Williamson se stala inspirací pro režiséra Michaela Manna, aby o ni natočil celovečerní film. Do hlavní role byl obsazen Al Pacino, jemuž bylo výzvou co nejnázorněji ztvárnit reálnou osobou. To může být v hereckém umění občas obtížnější než ztvárnit postavu zcela smyšlenou. Lowell Bergman je producentem pořadu „60 minut“⁴³ a v příběhu se stává nejdůležitějším aktérem v kauze s tabákovou společností a jeho cílem je uveřejnění rozhovoru s bývalým viceprezidentem pro výzkum a rozvoj společnosti Brown & Williamson Jeffreyem Wigandem (role ztvárněna Russelem Crowem).

Steve Everett (Clint Eastwood) je hlavní postavou filmu *Pravda zabíjí* a představuje v něm jednoho z předních reportérů deníku Oakland Tribune. Do Oaklandu se Ev, jak se mu familiárně ve filmu přezdívá, před nedávnem přistěhoval

³⁹ *The Insider*

⁴⁰ *True Crime*

⁴¹ *The Life of David Gale*

⁴² *The Scoop*

⁴³ „60 minutes“

z New Yorku, kde jeho slibnou kariéru přerušila aférka s nezletilou dcerou majitele novin. Hlavní kauzou Evaje zproštění viny mladého Franka Beechuma, obviněného z vraždy těhotné ženy. Fabule tedy vykazuje značné podobnosti s filmem *Život Davida Galea*. Ze čtveřice analyzovaných postav je Everett tou nejkontroverznější.

Třetí zkoumanou postavou je Bitsey Bloom, velmi odhodlaná mladá atraktivní novinářka v podání herečky Kate Winslet. Úkolem této novinářky je série rozhovorů s Davidem Galem (Kevin Spacey), odsouzeným za znásilnění a vraždu. Příběh se odehrává v americkém státu Texas po dobu čtyř dnů, během kterých se Bitsey pokouší zprostit odsouzeného viny a dosáhnout jeho propuštění.

Poslední hrdinku Woody Allen pojmenoval Sondra Pransky (Scarlett Johansson) a jako jediná z hlavních hrdinů je studentkou, která ještě nemá příliš zkušeností z novinářské praxe. Dostane se k informaci o identitě sériového vraha a doufá, že jeho dopadením by se jí mohlo podařit nastartovat úspěšnou novinářskou kariéru ještě před dokončením vysoké školy. Další odlišností této postavy je její komičnost, která je podtrhována faktem, že je Sondra pouze nezkušenou studentkou.

Jak již bylo řečeno v jedné z předchozích kapitol, je jedním z nejdůležitějších momentů při analýze filmového charakteru první okamžik, kdy je divákovi postava představena. Ve všech vybraných filmech se postava novináře objevuje na samém začátku. Ve filmu *Insider* divák hned v prvním filmovém záběru vidí svět Bergmanovýmá očima (přestože to v té chvíli ještě neví) a to velmi netradičním pohledem na vnitřní stranu pásky přes oči, což evokuje spíše vězně než novináře. Celý první obraz je primárně naratologicky uspořádán z Bergmanova pohledu a kamerovou a zvukovou technikou je naznačen i pohyb jedoucího vozu (ve kterém sedí), zdůrazněné zvuky a naznačené zvýšené pachové vnímání. První pohled na celou postavu novináře a zároveň i odkrytí jeho povolání nastane záhy, když vyjde najevo, že Bergman si do arabské země přijel pro rozhovor. Z vůle jeho doprovodu má Bergman stále na očích pásku. Jeho celkový vzhled je neupravený a styl oblékání přinejmenším neformální.

Steve Everett je ve snímku *Pravda zabijí* publiku představen poněkud méně lichotivě a hrdinsky nežli Lowell Bergman. Prvním záběrem na jeho osobu je záběr z dálky v tmavém baru, kde sedí s mladou slečnou a skelničkou tvrdého alkoholu a hned z prvních vět je evidentní, že jde o rozhovor dvou novinářů:

Ev: „Chceš se hádat o hodnotách novinářiny?“

Michelle: „To je novinářina? Ty se mi snažíš říct, že tohle je novinářina?“

[EASTWOOD: 1999]

Soustředíme-li se na vzhledový aspekt obou novinářů, Steve Everett působí poměrně slušným dojmem upraveného staršího muže v obleku a kravatě. Michelle je opět mladá atraktivní začínající žurnalistka, která se snaží o svůj novinářský debut. Když se Ev pokusí Michelle políbit, dozvídá se divák z jejích úst, že je Ev ženatý.

Bitsey Bloom je také představena hned v prvních záběrech - vytrvale běží od auta, ze kterého se kouří, a divák tak dostává první obrázek o jejím velkém odhodlání a obdivuhodné výdrž. Tento první obraz je flashforward⁴⁴ (což divák v té době ještě neví) a zvonu je na něj navázáno v jedné z posledních scén filmu. Bitsey má ve tváři napsáno zoufalství a únavu a i vzhledově je vidět, že za sebou má něco velmi náročného, protože její vlasy a oblečení jsou znečištěny. Vzápětí je divák z pustého venkova přenesen do amerického (americká vlajka vlevo v záběru) velkoměsta (pomocí ikonografie žlutých taxíků je naznačeno, že se jedná o New York City) a do prostředí novinářské redakce, které implikuje téma, jímž se bude film z velké části zabývat.

Ve filmu *Sólokapr* je úvodní scénou smuteční řeč na pohřbu muže, jehož životní úlohou byla novinářina:

řečník: „Netruchlete pro Joea Strombela. Joe Strombel vedl bohatý život. Byl to skvělý novinář. Dělal čest svému řemeslu. Nezáleželo na tom, zda ve válečných zónách padaly bomby, nezáleželo na tom, jak vysoko politický skandál sahal nebo kolik velkých korporací či malých podvodníků na něj tlačilo. Když Joe vycítil velký příběh, šel za ním bez ohledu na rizika. A většinou ho získal.“

[ALLEN: 2006]

⁴⁴ *Flashforward* (pohled do budoucnosti) je podobně jako *flashback* obvykle prezentován jako subjektivně motivovaná vize některé z postav. *Flashforward* je jen vyjimečně předkládán prostřednictvím čistě objektivní vševědoucí narace, která by například formou komentáře ve zvukové stopě dala jasně najevo jeho přítomnost. *Flashback* i *flashforward* jsou v rámci klasického stylu rozpoznatelnými sekvencemi neproblematizující divákovu orientaci v časové kontinuitě narativu. [BORDWELL, THOMPSON: 2011, 306-307]

Zesnulý Joe Strombel (Ian McShane) se ale k divákovu překvapení stane jedním z vedlejších hrdinů. A to ne prostřednictvím flashbacků, ale svými návraty ze světa zesnulých. Film tak žánrově vykazuje nejen prvky komediální a kriminálně-investigativní, ale i nadpřirozené. Následuje scéna, kdy novinářští kolegové zesnulého sedí okolo stolu, popíjí tvrdý alkohol, kouří a vyprávějí si historky o Joeovi a divák se prostřednictvím těchto dialogů dozvídá, jak odevzdaný byl svému povolání a jaké byly jeho největší úspěchy. Joe se stává mužským společníkem a spojencem mladé nezkušené Sondry, která by se bez něj k případu nejspíš nedostala. Sondra je představena prostřednictvím narace v následující scéně, kdy se opět v jedné z prvních vět identifikuje jako novinářka (studentka žurnalistiky). Sondra je mladá, atraktivní blondýna, má nenápadné a světlé oblečení (implikuje nevinnost, naivitu, neposkvrněnost, čistotu) a nosí brýle (intelligence, intelekt, moudrost).

Ve třech prvních filmových snímcích se tak objevují zkušený a ostřílený novináři, kteří mají ve své profesi za sebou spoustu úspěchů i neúspěchů, ale jejich postavení je dané a cítí se v něm sebevědomě. Mladičká Sondra působí velmi roztěkaně jak svou mluvou, tak i svou mimikou a gestikou, což opět vypovídá o její nezkušenosti, které si je ovšem vědoma: „*Ujišťuji vás, že to co postrádám na zkušenostech, doženu obětavostí.*“ [ALLEN: 2006] Lowell Bergman, Steve Everett i Bitsey Bloom se ve svých redakčních místnostech pohybují jako doma a nemají problém se pustit do žhavého, neformálního a místy i hrubého rozhovoru se svým nadřízeným, aby dosáhli svého. Sondra žádného nadřízeného nemá, ale tuto roli symbolicky zastupuje duch Joea Strombela (zároveň vyplňuje mezeru zkušeného novináře), který působí jako Sondřin mentor. Občasná podpora Joea jí ale nestačí, a tak požádá o pomoc ještě kouzelníka Sida Watermana (Woody Allen), alias Splendiniho. V tomto snímku je zajímavá symbolika faktu, že Joe Strombel, přestože již není mezi živými, svou vytrvalostí, dychtivostí po úspěchu a zapálením pro své (bývalé) povolání dokáže na chvíli utéct i „hrobníkovi z lopaty“, aby nepromarnil šanci na posledního sólokapra, přestože by mu nebyla ani připsána zásluha. Toto nadšení pro práci a zároveň to, že i v pohřební řeči je zmíněna pouze jeho práce a o rodině nepadne ani slovo, vyzývá diváka k tomu, aby věřil, že novinář je novinářem tělem i duší a svou prací žije i po smrti.

I novináři v ostatních zkoumaných filmech svou prací žijí. Zmínky o rodině jsou buď velmi sporadické, nebo je znázorněn evidentní konflikt mezi pracovním životem

a soukromím, případně jsou rodinné a osobní vztahy zcela nepřítomné. Své manželství Lowell Bergman označuje za moderní:

Jeffrey: „A vy máte děti?“

Lowell: „Pár jich máme. Jedno je její, jedno je moje, každý používá jiné jméno – moderní manželství.“

[MANN: 1999]

Rodinu má tedy sice v pořádku, ale času na ni mu moc nezbývá, a i když je doma, tak po většinu času s někým telefonuje o svém případu nebo jej probírá se svou ženou a prosí jí o asistenci. Děti se v celém snímku téměř neobjeví, ale není řečeno, že by jeho pracovní vytížení a nedostatek času stráveného s rodinou vytvářelo velké problémy.

Jinak je tomu u Stevea Everetta. Jeho mladší atraktivní kolegyní se mu sice svést nepodaří, ale hned v následujícím záběru je spatřen s jinou ženou v ložnici. Z rozhovoru vyplývá, že ani v tomto případě se nejedná o Evovu manželku:

Patricia: „Tak ty jsi byl král New Yorku? Proč jsi skončil v Oakland Tribune?“

Ev: „To by bylo na dlouhý vyprávění. ... Přistihli mě s velmi mladou dámou. Vyklubala se z ní dcera majitele. Jak jsem měl vědět, že je nezletilá? Vypadala na osmnáct! V celém městě jsem byl nežádoucí.“

[EASTWOOD: 1999]

Vzápětí se divák dozvídá, že Patricia není nikdo jiný než vydavatelova manželka. Je tedy patrné, že Ev je nepoučitelný sukničkář, který pravidelně podvádí svou manželku a jeho touhu po ženách nezastaví ani ohrožení jeho zaměstnání. Jeho manželství je viditelně v troskách, jeho žena Barbara je nešťastná a dceři Katie se dostatečně nevěnuje. Potom, co se Barbara dozví o jeho poměru s editorovou ženou a Ev ještě k tomu přiveze dceru Katie z „rychlolyetu“ v zoo zraněnou, Barbara se rozhodne ho opustit. Stále ho ovšem nad vodou drží jeho práce a následkem událostí se ještě hlouběji ponoří do pátrání po pravém vrahovi těhotné ženy.

Rodinný stav Bitsey Bloom je zcela vynechán a o osobním životě ani svých vztazích vůbec nehovoří (ani ona ani ostatní postavy).

Nezkušenost studentky Sondry je ještě zdůrazněna její emocionální nerovnováhou a rychlém citovém zaplétání se s lidmi, se kterými má spolupracovat. Režisérovi, s nímž má udělat rozhovor, sama detailně vypráví o své rodině a svém životě a namísto rozhovoru se nechá svést. V případě, ke kterému ji přivedl Joe Strombel, si neudrží profesionální odstup, bezhlavě se zamiluje do hlavního podezřelého a slepě věří v jeho nevinu. Je si vědoma, že se dobrý novinář takhle nechová, ale zároveň si myslí, že je v pořádku využít svého ženského půvabu:

Sondra: „Jde o to, že nemám ten rozhovor. Kdybych tak použila své ženské vnady jako Katherine Hepburn nebo Rosalind Russel. [...] Co jsem to za reportérku?“

[ALLEN: 1999]

Co se vztahů celkově týče, tak na tom ani jeden z analyzovaných není nejlépe. Všechny postavy působí velmi osamělým dojmem a preferují samostatnou práci, do které si nerady nechají zasahovat. Lowell Bergman jedná de facto pouze za pomoci svého hlavního objektu Jeffreyho Wiganda a s žádným dalším novinářským kolegou svůj případ nesdílí. Jeho nejbližším kolegou je Mike Wallace (moderátor pořadu „60 minut“), který ovšem z celé kauzy ke konci vycouvá, protože se bojí ohrožení své pověsti před odchodem do důchodu, a Lowell se tedy opět stává osamělým a izolovaným.

Steve Everett také nemá žádného spojence a v případě jedná na vlastní pěst. Jeho editor Bob Findley ho nemůže ani vystát, přinejmenším kvůli prozrazené aféře s jeho ženou. Stále se ho ale zastává šéfredaktor Alan Mann, který přes všechny výhrady vůči Evovi stále věří v jeho novinářské schopnosti:

Alan: „Víš, proč musel z New Yorku?“

Bob: „Něco jsem slyšel.“

Alan: „Znemožnil newyorskýho starostu. Objevil důkazy o úplatcích, které vážený pan starosta přijal, a rozmáz‘ to ve svém sloupku. Noviny to chtěly

stáhnout, jejich majitel v tom jel taky. A co udělal Everett? Nefňukal ani neustoupil. Prostě se na ně vysral. Takovej je Steve Everett.“

[EASTWOOD: 1999]

Bitsey Bloom je také sólistka a dává to najevo hned ze začátku snímku, když je jí oznámeno, že má povolení odcestovat do Texasu a pořídit exkluzivní interview s odsouzeným, ale musí s sebou na cestu vzít mladého stážistu. „*Nebudu dělat nikomu chůvu!*“ [PARKER: 2003] Stážista Zac s ní nakonec odjede, ale Bitsey mu dává výrazně najevo, že není s nastalou situací spokojená a že by raději byla sama. Vzápětí však Bitsey zjistí, že jí Zac není na obtíž a vychází s ním dobře, k žádným intimnostem ale v rámci syžetu nedojde. O Betseyině životě mimo práci se divák nedozví vůbec nic a lze ji tak klasifikovat jako postavu plochou.

Allenova Sondra Pransky je mezi popisovanými postavami jedinou výjimkou - o svých rodinných vztazích mluví a dokonce se zaplétá do nejrůznějších afér a vyžaduje lidskou společnost. Natolik si nevěří, že si na pomoc přizve zmateného Sida Watermana. Tyto Sondřiny vlastnosti, na rozdíl od ostatních popisovaných postav, nepřísluší správnému, zkušenému novináři a divákovi je opět naznačováno, že novinářem se člověk nerodí, ale musí se jím stát získanými zkušenostmi, tvrdou prací a ochotou obětovat cokoli.

Následkem této ochoty k osobním obětem se protagonisté ve filmech o investigativních novinářích pouštějí nebojácně do poměrně složitých a někdy i nebezpečných kauz, kde občas riskují i konflikt se zákonem. Investigativní žurnalisté jsou často zobrazováni jako lidé bez přílišného respektu k autoritám, a to včetně těch, kteří mají dobré postavení v rámci vlastní mediální organizace. Před svými nadřízenými se nebojí bez okolků říct vlastní názor a neváhají se s nimi pouštět ani do otevřeného konfliktu, pokud mají pocit, že jsou v právu. Nejnezvladatelnějším je pro svého nadřízeného Steve Everett, který nejen že jej zcela ignoruje, ale ještě udržuje poměr s jeho ženou. Jedinou autoritou je pro něj šéfredaktor Alan. Ani on v diskusích nechodí daleko pro sprostá slova a rozhodně si nebere servítky:

Alan: „Přestaň šoustat Bobovu manželku! Nelíbí se mu to!“

Ev: „Napsal to do oběžníku?“

Alan: „Jestli bude chtít, abych tě kopl do prdele, tak to udělám. Víš, co jsi? Mizernej děvkař. Zmrdal sis kariéru a manželství. A jestli ho neudržíš v kalhotách, tak už tě nebudu chránit.“

[EASTWOOD: 1999]

Alanovu autoritu Ev v rámci možností respektuje, a Alanův přímočarý charakter i způsob mluvy pravděpodobně k důvěře v jeho osobu přispívá. Vždy se snaží s Alanem vyjít a přesvědčit ho, že dělá správnou věc. Do konfliktu se zákonem se Ev přímo nepouští, s výjimkou dvou situací: když nezákonně vnikne do domu zahynulé Michelle (z počáteční scény v baru), aby dohledal případné důkazy, a na úplném konci filmu, když se pronásledován dvěma policejními vozy řítí nadprůměrnou rychlostí silnicemi, aby na poslední chvíli zachránil odsouzeného od smrti. Ostatně ani policie pro něj nepředstavuje autoritu - ani neuvažuje o tom, že by ji informoval o nových důkazech. Lowell Bergman se k autoritě i ostatním kolegům staví také poměrně chladně, a pokud jde o jeho pravdu, tak ji nehodlá obětovat za žádných okolností. Velmi si váží svých zdrojů a nikdy je bez jejich souhlasu neprozrazuje. Velice se ho tedy dotkne osočení Jeffreyho Wiganda, že řekl jeho bývalým nadřízeným o Wigandově rozhodnutí poskytnout interview. Lowell se pochopitelně ohradí: „...reportáž nereportáž...kašlu na váš příběh...já lidi nepodrážím.“ [MANN: 1999] Jinými slovy je ochoten vzdát se všeho, jen aby jeho pověst zodpovědného a důvěryhodného novináře nebyla pošpiněna. Sám Lowell se nedostane do konfliktu se zákonem, neváhá však jít do střetu s televizní stanicí, která hodlá na nátlak tabákové korporace odvysílat reportáž bez svědectví Jeffreyho Wiganda:

Alan: „Co to, sakra, děláš?“

Lowell: „Co asi myslíš, že dělám? Strhám.“

Alan: „Ne, ne, to nemyslím. Mluvím o tvé práci s tiskem. Mají reportáž o tom, že jsme stáhli to interview. Řekl jsi jim, že jsme lhali?“

Lowell: „Ne, ale měl jsem. Řekl jsem jim, že nesouhlasím s tebou, Mikem a Castrem, že ten pořad je stejně dobrý jako ten původní. Já nikomu nelžu, ale nebudu držet hubu. V ničem!“

[MANN: 1999]

Bitsey Bloom také nemá problém svému šéfovi říct svůj názor: „*Udělal jsem to kvůli ochraně zdrojů. Pokud jste s tím článkem tak zatraceně nespokojenej, tak proč jste ho, sakra, otiskl?*“ [PARKER: 2003] Ani Bitsey ani její asistent Zac se vědomě nepouštějí do žádných protizákonných aktivit, ale jejich pátrání je nebezpečné - nevědí, zda jim není v patách pravý vrah. Toto hrozba udržuje diváka během celého snímku ve značném napětí. Co se týče policie, i Bitsey preferuje práci na vlastní pěst a z pátrání ji vynechává. Když zjistí, že se jim někdo vloupal do hotelového pokoje, zcela ignoruje Zacův požadavek zavolat policii a přes možné nebezpečí vchází dovnitř.

Sondra se sice do konfliktu s autoritami zatím nedostala a tak bedlivě poslouchá vše, co jí Joe Strombel radí. Společně se Sidem se ovšem vystavují značnému nebezpečí, když na vlastní pěst pátrají po sériovém vrahovi a dokonce se dostanou do jeho bezprostředního okolí a tráví s ním mnoho času. Všechny ostatní popisované postavy se policii a zástupcům zákona vyhýbají, ale Sondra je po vyslechnutí příběhu o sériovém vrahovi vyděšená:

Sondra: „To je strašné, musíme upozornit policii.“

Joe: „Ne, ne! Co jste to sakra za reportérku? To by byla katastrofa, jen to ne!
[ALLEN: 2006]

Velmi důležitým heslem novinářské profese je podle zvolených vzorků postav pravda, novinářská intuice a novinářské hodnoty. Lowell Bergman je například ochoten pro tyto hodnoty obětovat cokoli a postaví se i nejvyššímu vedení, jen aby mohl stát na straně pravdy:

Lowell: „Ty mě platiš, abych sháněl lidi, jako je Wigand. Vytáhl ho z díry, získal jeho důvěru a přesvědčil ho, aby šel do televize. Já to udělám, dodám ti ho. On sedí a mluví. Porušuje zasraný prohlášení o mlčenlivosti. Je jedinej klíčovej svědek v největším procesu, kterej se týká veřejnýho zdraví. Možná je dokonce největším a nejdražším zločinným případem celý americký historie. A Jeffrey Wigand, kterej má co říct, jde odvážně do televize a mluví pravdu? Ano! Stojí to za odvysílání? Ano! A odvysíláme to? Samozřejmě, že ne! Proč? Protože

nemluví pravdu? Ne! Protože mluví pravdu! Proto to neodvysíláme. A čím víc to bude pravdivý, tím to bude horší“

[MANN: 1999]

Tímto sarkastickým, velmi emocionálním projevem před všemi svými přímými nadřízenými se Lowell snaží bojovat za to, aby pravda nebyla zamlčena. V následujícím dialogu se ještě jednoho z nich sarkasticky ptá, jestli je obchodník, anebo novinář. Naznačuje tím protiklad, který dle jeho názoru kombinaci těchto dvou povolání vylučuje.

Steve Everett věří nejen v pravdu, ale opakovaně zmiňuje i víru ve svůj novinářský nos. Upozorňuje tím ale pouze na kontrast mezi svou pracovní vytrvalostí, poctivostí a důsledností a svým osobním životem, který není schopen dostat pod kontrolu a pro který evidentně nos nemá. Když jde udělat rozhovor s odsouzeným Frankem Beechumem, nechá ho nejdříve vypovídat a nezaujatě ho poslouchá bez reakce. Pak jasně řekne odsouzenému, co si myslí o jeho názorech o bohu a v co věří on sám:

Ev: „Upřímně je mi Ježíš Kristus úplně ukradenej a spravedlnost na tomhle i dalším světě mě taky nezajímá. Je mi taky jedno, co je správný a co je špatný...a vždycky bylo. ...Víš co je tohle? [ukazuje na svůj nos]

Frank: „Co to má být? Tohle je nějaký vtíp?“

Ev: „Ne, to není vtíp, to je můj nos! Abych ti řekl ubohou pravdu, tak je to všechno, co v životě mám. Když mi můj nos říká, že něco smrdí, tak mu musím věřit, jako ty věříš Ježíšovi. Když můj nos správně funguje, tak vím, že někde tam venku je pravda. Když ale nefunguje, tak mě můžeš rovnou shodit ze skály, protože nejsem nic.“

[EASTWOOD: 1999]

Tento monolog velmi jasně vyjadřuje, že Ev nevěří v nic kromě svého instinktu pro dobrý novinářský příběh. Implikuje, že nevěří v boha ani v nic nadpřirozeného a že jeho hlavní principem je pravda.

Téma pravdy se vyskytne i v rozhovoru Bitsey a Zaca, když u snídaně přijde na rozhovor o vině či nevině David Galea. Oba novináři v něm oba vyjadřují svůj pohled na pravdu a pokouší se jí po svém definovat:

Zac: „Pořád si myslíš, že nemluví pravdu.“ [...]

Bitsey: „Kdo ví... Stejně žádná pravda není, pouze pohled.“

Zac: „To nemůžeš říct. Když říkáš, že není pravda, tak je to, jako kdybys dokazovala, že je pravda, že není pravda. Je to logický protiklad.“

[PARKER: 2003]

Na rozdíl od Eva tedy Bitsey v pravdu nevěří a věří pouze v pohled, ze kterého se daný člověk na svou pravdu dívá. Úkolem novináře by tak podle ní mělo být co nejpřesnější reprodukování všech dostupných pohledů.

Sondra Pransky se teorií pravdy ve svém raném věku a nezkušenosti příliš nezabývá a spoléhá spíše na prošetřování případu a shromažďování důkazů. Nechá se ovšem cizí pravdou příliš snadno ovlivnit a její důvěřivost se jí stane osudnou - uvěří „špatné pravdě“ a dostane se tak do ohrožení života. Je tak naznačováno, že důvěřivost bez důkazů se nevyplácí a že se studentka v tomto směru má ještě co učit.

Krátkou zmínku si ještě zaslouží stereotyp o novinářích, že jsou alkoholici, kuřáci a vyjadřují se velmi vulgárně. Analyzované filmy tyto stereotypy potvrzují částečně a pouze v případě mužských hlavních hrdinů. Bitsey Zacovo kouření vyloženě vadí a několikrát ho na to upozorňuje. Je striktní nekuřačkou a v rámci syžetu se divák nedozvídá ani to, že by měla kladný vztah k alkoholu. Prostřednictvím vztahu k těmto neřestem je vykreslena i postava Sondry. Je však opět pouze naznačeno, že není (dle tohoto stereotypu) novinářkou tělem i duší a že se má ještě co učit. Když jí režisér, se kterým má udělat rozhovor, nabídne sklenku tvrdého alkoholu, sice neodmítne, ale její výraz při konzumaci jasně vypovídá o tom, že není na pití tohoto typu zvyklá. Ani mluva zmíněných slečen se neshoduje se stereotypy; Bitsey občas ujedne nějaké sprosté slovo, ale pouze když se jedná o něco závažného. Nezkažená Sondra z úst během syžetu nevyпустí ani jedno. Ostatní novináři - muži naopak vykazují všechny tři zmíněné stereotypy. Lowell Bergman o něco lépe než Steve Everett. Lowell nekouří a alkohol ho divák také pít nevidí. Vše ale vynahrazuje svým slovníkem, má problém udržet svůj

temperament na uzdě a ve chvíli, kdy nad ním ztratí kontrolu, sprostá slova z něj vyloženě létají. Nejhuře je na tom tedy již zmiňovaný Ev. Již v prvním, klíčovém záběru je Ev představen jako člověk, který vysedává v baru a popíjí s mladými kolegyněmi, přestože má doma ženu. V dalších scénách se divák dozvídá, že Ev je vyléčený alkoholik, kouří jednu cigaretu za druhou a nerespektuje ani rozhodnutí, že se v redakci už nekouří. Spisovným slovníkem se také pyšnit nemůže. Ev - alkoholik, kuřák, piják černé kávy s vulgárním slovníkem - tak tvoří postavu, která potvrzuje všechny výše zmíněné stereotypy. Podobně jako Woody Allen ústy Sida Watermana: „*Podívejte se na ni! Za chvíli budeš popíjet černý kafe a kouřit cigarety s kloboukem do týla.*“ [ALLEN: 2006]

Pokud se pokusíme shrnout všechny získané poznatky, je důležité poznamenat, že všechny čtyři zkoumané postavy jsou postavami poměrně plochými, protože jsou vnímány primárně skrze svoji práci (výjimku tvoří Steve Everett) a je tedy těžké vyvozovat závěry o jejich osobnosti. Analýzu lze tedy provádět víceméně pouze prostřednictvím jejich projevů a chování v profesním životě. Za nejméně plastickou postavu by tedy musela být označena Bitsey, jejíž pracovní nasazení je obdivuhodné, ale o její osobnosti se divák nedozvídá téměř žádné informace, kromě toho, že je citlivá, ctižádostivá a důvěryhodná. Steve Everett díky všem svým neřestem a rodinným strastem je ze čtyř postav tou neplastičtější a divák má největší možnost se s ním identifikovat a na konci příběhu s ním prožít i to, že se rozhodne svůj život změnit (implikováno symbolickým zahazením nedokouřené cigarety).

Všechny čtyři postavy jsou vykresleny jako nesmírně ctižádostivé, cílevědomé a vytrvalé v rámci své pracovní činnosti. Nikdo z nich nezaprodává své drahocenné zdroje a váží si jejich důvěry a velmi si zakládají na tom, aby nebyla pošpiněna jejich pověst důvěryhodného novináře. Jedinou výjimku, která se celkově hodně vymyká ostatním třem případům, je Sondra Pransky, která ještě nemá své cíle a hodnoty urovnány a v novinářské profesi ještě hodně tápe.

Žádná z postav se nemůže pyšnit excelentními sociálními vztahy a většinou působí spíše jako osamělí jedinci, kteří mají pocit, že všeho mohou dosáhnout samostatně (opět s výjimkou Sondry). Nemají problém se postavit osobám s vyšším postavením, nebojí se ani obcházet zákon a ignorovat předpisy. Jejich práce je zkrátka vždy na prvním místě a zdá se, že tvoří jejich jedinou jistotu v životě. Přestože je

psychicky, fyzicky i časově extrémně náročná, žádný z nich neuvažuje o jiné kariéře. Divák může mít pocit, že i oni - tak jako Joe Strombel - by nejraději něco vyšetřovali i na onom světě.

Důležitým výsledkem analýzy je i to, že na základě výše popsaných vlastností vycházejí všechny zkoumané postavy investigativních novinářů z příběhu jako hrdinové. Jejich hrdinství třeba není od začátku patrné (Steve Everett), ale nikdo z nich žádným způsobem neporuší novinářskou etiku (kromě Sondry, která má poměr s hlavním podezřelým), vždy jednají v zájmu společnosti (Lowell Bergman a Sondra Pransky) nebo jedinice (Steve Everett a Bitsey Bloom) a své vlastní potřeby odkládají stranou. Podle zkoumaných postav lze tedy dojít k závěru, že investigativní novináři jsou zpravidla zobrazováni vážně a heroicky (přestože potvrzují některé stereotypy) a tvoří ideální protagonisty pro žánry drama a thriller. Woody Allen naopak dokazuje, že i investigativního novináře lze brát s nadhledem. To je také důvodem, proč se jeho Sondra v tolika ohledech liší od svých kolegů.

Investigativní novináři jsou tedy podle amerických filmařů nesobečtí hrdinové, kteří by obětovali cokoli, aby mohli „zveřejňovat zamlčované a odpírané, pro chod společnosti však důležité informace“ [OSVALDOVÁ, HALADA a kol: 1999, 219] a aby nevinní byli osvobozeni a viníci potrestáni.

7.2. Novináři věnující se životnímu stylu a celebritám

Pojmy „celebrita“ a „životní styl“ jsou v dnešní společnosti velmi frekventované. Tyto fenomény jsou středem zájmu velkého množství různých časopisů a televizních pořadů. Je však otázkou, zda - přestože se tyto pojmy tak často používají - lidé vědí, co vlastně přesně znamenají. V následujících odstavcích budou oba alespoň stručně definovány.

Slovo „celebrita“ se do českého jazyka dostalo opět z angličtiny, a to ze slov *to celebrate* (oslavovat) a *celebrity* (známá osobnost). *Akademický slovník cizích slov* definuje celebritu jako osobu, která je ve svém oboru nebo ve společnosti věhlasná nebo vážená. [KRAUS a kol: 2005] Jednu z nevlivnějších definic slova celebrita poprvé zmínil Daniel J. Boorstin ve své knize z roku 1961 *The Image: or, What Happened to the American Dream*, ve které uvádí, že „celebrita je známá, protože je známá“.

[BOORSTIN: 1961, 58] Někteří autoři celebrity chápou jako novodobé produkty masových médií a tvrdí, že jejich přítomnost je něčím, co se objevilo v posledních několika desetiletích. Celebrity lze ovšem chápat i ve větším historickém rozsahu. Když bychom se vrátili například do období středověku, mohli bychom vladaře i jiné vysoko postavené osoby také považovat za určitou formu celebrit. Tento pohled popisuje Todd Gitlin v knize *Media Unlimited*: „Lidé si vždy představovali svět obývaný bytostmi, které nebyly ve fyzickém slova smyslu nablízku, přitom se však zdály být určitým způsobem přítomny. Samozřejmě se však změnil rozsah jejich charakteru, tempo, kterým v našem světě přibývají, jejich všudypřítomnost i celkový počet příběhů, které s sebou přinášejí. Jejich dnešní příběhy jsou však spíše prology nebo dohry jiných příběhů více či méně pravdivých, příběhů, které se navzájem prolínají, tvoří si samy sobě intermezza a příběhy bez konce.“ [GITLIN: 2002, 22] Rozdíl mezi dřívějšími a dnešními celebritami je ten, že dříve byly určovány historickým vývojem a původem a dnes se dostávají do médií pomocí anonymních mas, porot nebo komisí lidí, kteří posuzují jejich vzhled a talent, případně propagací sebe sama. Boorstin označuje celebrity jako „velká jména“ na rozdíl od hrdinů, které označuje jako „velké lidi“, přičemž zdůrazňuje, že by uctívání těchto dvou skupin nemělo být zaměňováno, protože je potřeba mít na mysli, že jedinci, kteří jsou slavní, protože jsou velcí, zaslouží mnohem větší úctu než ti, kteří se zdají být velkými, protože jsou slavní. [BOORSTIN in MARSHALL: 2006, 74]

K celebritám se váže i pojem „lifestyle“, který je převzatý z angličtiny a znamená v doslovném překladu životní styl. V sociologickém slovníku je tento pojem definován jako „souhrn životních zvyků, obyčejů, akceptovaných norem, nalézajících svůj výraz v interakci, v hmotném, věcném prostředí, v prostorovém chování a v celkové stylizaci“. [*Velký sociologický slovník*: 1996, 624] V nejobecnějším slova smyslu lze životní styl chápat jako jednání jedince, které je odvozené ze souboru určitých postojů, hodnot a norem. Takto osvojené vzorce daného chování vedou k jednotným vyjádřením členů konkrétních společností v rámci jednání a myšlení. Do těchto vzorců jednání je zahrnováno sociální chování v rámci hmotné spotřeby a konzumace, interakce s ostatními členy společnosti a vyjadřování životních hodnot. [ŠAFR: 2008, 5] V rámci konceptu životního stylu hrají roli také sociální status a pozice

v třídní společnosti. Pojem životní styl se používá také ve spojení (ne)zdravého životního stylu a souvisí tak také se sportovními činnostmi a se stravováním.

K celebritám a životnímu stylu novináři neoddělitelně patří jak v reálném životě, tak ve filmech. Je to svět, který by bez novinářů v dnešní době nemohl existovat, a tak se v každém filmu na toto téma zpravidla objevuje alespoň jeden novinář. Pro účely této práce je ovšem vyžadována role významná, z velké části dějotvorná. Tvorba z období let 1997 až 2007 zde však příliš široký výběr neskýtá. Vytvořit celovečerní film, kde jednou z hlavních postav je novinář píšící o lidech, kteří „se zdají být velkými, protože jsou slavní“, nebo o nějakém specifickém životním stylu, je spíše tématem pro nezávislé filmaře než lákadlem pro komerční studia. Narozdíl od investigativních novinářů z předchozí kapitoly není novinář pracující okolo celebrit nebo životního stylu tak dějově zajímavý. Není obtížné napsat nebo natočit film o investigativním novináři, který jako hlavní postava může sehrát velmi důležitou roli v nějakém napínavém kriminálním příběhu nebo důležitém vyšetřování. Napětí vyplývá z děje, který novinář jakožto hlavní postava vytváří. Životní styl a celebrity zdaleka nemají potenciál vytvořit takové napětí, bývají spíše popisné a novinář v nich tvoří postavu, která dějem pouze provází. Přesto je zajímavé se pokusit najít v těchto filmech určitou podobnost, která by mohla vést k závěru, jak jsou novináři ze sfér populárních osobností a módy zobrazováni filmovými tvůrci.

Pro tuto potřebu jsem vybrala tři snímky, které jsou na první pohled poměrně odlišné. *Na pokraji slávy*⁴⁵ z roku 2000, je mírně autobiografickým dílem Camerona Crowa [A+E NETWORKS: 2013], jehož hlavní téma se točí okolo hudby a hudební žurnalistiky a hlavním hrdinou je patnáctiletý chlapec. *Ďábel nosí Pradu*⁴⁶ z roku 2006 od Davida Frankela je naproti tomu zářným příkladem snímku, ve kterém jde především o životní styl a hodnoty. *Interview*⁴⁷, který vznikl v roce 2007 pod vedením Steva Buscemiho (scénář, režie, hlavní role), pojednává o novináři, který se musí věnovat něčemu, co ho nebaví.

V případě filmů *Ďábel nosí Pradu* a *Interview* se doba děje a doba vzniku kryjí, snímek *Na pokraji slávy* z roku 2000 se odehrává v 70. letech 20. století, tedy přibližně třicet let před natočením filmu.

⁴⁵ *Almost Famous*

⁴⁶ *The Devil Wears Prada*

⁴⁷ *Interview*

Již z těchto krátkých popisů je patrné, že podobnost novinářů ve vybraných dílech nebude zdaleka tak četná jako ve filmech o investigativních novinářích. Jejich analýza a komparace je přesto součástí této práce a v následujících odstavcích bude co nejdětalněji analyzován charakter jejich hlavních hrdinů.

Hlavní hrdinové ze zkoumaných filmů jsou stejně odlišní jako díla, ve kterých vystupují. V prvním zmíněném snímku *Na pokraji slávy* je hlavním hrdinou patnáctiletý William Miller (Patrick Fugit), a vzhledem k tomu, že se nejedná o film specificky určený pro teenagery, tvoří velmi neobvyklého hrdinu v žánru drama. William je obyčejný chlapec, který vyrůstá se svou panovačnou matkou (učitelkou), která ovšem netvoří a priori negativní postavu. Pod vlivem své sestry získá nadprůměrně inteligentní a na svůj věk velmi vyspělý William kladný vztah k hudbě (konkrétně té době dominujícímu rock'n'rollu) ve velmi raném věku. Hudba je pro něj únikem z reality, inspirací a východiskem při vytváření životních postojů. Jak již bylo zmíněno, je postava Williama Millera mírně inspirována samotným režisérem Cameronem Crowem, který měl jako teenager šanci v 70. letech doprovázet na turné kapely jako Led Zeppelin a Allman Brothers. [MINEO: 2013] Ve filmu doprovází William skupinu Stillwater⁴⁸, složenou z charakterů inspirovaných reálnými muzikanty, se kterými se Crowe na svých cestách setkal (identita těchto umělců nikdy nebyla potvrzena a doprovází ji pouze spekulace).

Ve snímku *Ďábel nosí Pradu* jsou protagonistkami dvě ženy. Miranda Priestley (Meryl Streep) je šéfredaktorkou prestižního časopisu Runway, který by se dal nazvat „módní biblí New Yorku“. (Dle spekulací je jejím předobrazem šéfredaktorka americké *Vogue* Anna Wintour. [CARR: 2006]) Miranda je žena okolo padesátky, nejdůležitější je pro ni dobré jméno časopisu a obětuje své práci, která je zároveň její vášní, všechen svůj čas. O něco hůře je na tom druhá hlavní hrdinka Andrea Sachs (Anne Hatheway), která vystudovala žurnalistiku a jejím snem je psát pro některé ze „seriózních“ newyorských novin. Při hledání zaměstnání ji agentura doporučí i na pozici jedné z asistentek Mirandy. Andrea kvůli získání zkušeností tuto pozici přijme a pozná zákulisí světa módy.

O hlavní roli se ve filmu *Interview* dělí novinář Pierre Peders (Steve Buscemi) s celebritou Katyou (Siennou Miller). Tento film je poněkud netypický, připomíná spíše

⁴⁸ stejnojmenná kapela v 70. letech existovala, ale v tomto případě s ní není žádná spojitost

divadelní hru, v níž se krom dvou hlavních hrdinů objeví pouze epizodní role na samém začátku děje. Pierre je starší muž, původně politický žurnalista, který ovšem přišel o důvěru svého editora a je potrestán pořízením podřadného interview s celebritou Katyou.

První moment, kdy je divákovi představen hlavní hrdina ve filmu *Na pokraji slávy*, je v podstatě již při promítání počátečních titulků. Záběry psaní jmen herců na papír obyčejnou tužkou (implikuje, že půjde o psaní) střídají záběry na různé hudební artefakty a na jména kapel Led Zeppelin, The Rolling Stones a Stillwater a napovídají divákovi, že hlavním tématem bude hudba. Následuje pohled na idylické San Diego, kterým se jedenáctiletý William vrací se svou matkou Elaine (Frances McDormand) z promítání filmu *Jako zabít ptáčka*. Hned v prvních větách jsou divákovi představeny hodnoty, kterých se William bude po celou dobu děje držet.

Elaine: „Chceš být Atticus Finch, dobře.“

William: „Líbí se mi.“

Elaine: „Proč?“

William: „No, je čestný...“

Elaine: „Ano.“

William: „Bojuje za správnou věc...“

[CROWE: 2000]

Po patnácti minutách filmu se divák ocitá v roce 1973. William chodí na střední školu, jeho zájem o rockovou muziku neutichl a dokonce se setkává se svým idolem ve světě hudebních kritiků Lesterem Bangsem (Philip Seymour Hoffman), který se posléze stává jeho novinářským mentorem. Lester je ve filmu označen jako „*nejlepší rockový kritik na světě a šéfredaktor časopisu Creem*“ [CROWE: 2000] a dává v průběhu celého filmu Williamovi cenné rady, jak by se měl správný hudební žurnalista chovat. Pokud mluví o hudbě, je neuvěřitelně zanícený a působí velmi sebevědomě. Jakmile se má ale účastnit běžné konverzace, ztrácí své charisma a stává se z něj obyčejný, ne příliš výrazný muž, čehož je si sám vědom: „*Já vím, že nejsem frajer.*“⁴⁹ [CROWE: 2000]

⁴⁹ V anglickém originále tato věta myšlenku vystihuje o mnoho přesněji: „*I know I'm not cool.*”

Jako první se ve filmu *Ďábel nosí Pradu* objeví protagonistka Andy⁵⁰ při svém ranním rituálu. Oproti několika dalším, paralelně zobrazeným ženám, které si dávají velmi záležet na svém zevnějšku, je Andy v tomto směru přinejmenším ledabylá. Je současně lehce nemotorná, rozpačitá a ani její stravovací návyky rozhodně nejsou vyčtené z magazínů o životním stylu. Hned v prvním momentě, kdy vstoupí do redakce Runwaye (která se diametrálně liší od obvyklého obrazu redakce; je upravená a tichá), je patrné, že do tohoto světa módy nezapadá. Na rozdíl od Andy, která je představena prostřednictvím narace, je Miranda představena ostatními postavami a je patrné, že má u nich náramný respekt a že z její osoby mají víceméně strach.

Emily: „Miranda poslední dvě vykopla sotva po pár týdnech. Hledáme někoho, kdo vydrží, rozumíte?“

Andy: „Jo, jasně. Kdo je Miranda?“

Emily: „Pane bože, budu dělat, jakože jsem to neslyšela. Je šéfredaktorkou Runwaye a taky legenda. Vydržíte s ní rok a pak dostanete místo kdekoliv. Milióny holek by pro tu práci vraždily.“

[FRANKEL: 2006]

První záběry na Mirandu (prokládané záběry z redakce, ve které se po ohlášení jejího příjezdu strhne značná panika) začínají u jejích elegantních bot, pokračují pohledem na jednotlivé části oblečení, detailně zabírají značkové doplňky a končí záběrem na její tvář. Vytvářejí tak v divákovi určité napětí, zvědavost a zároveň podtrhují fakt, že Miranda je důležitou a silnou osobností.

Pierre Peders se představuje sám hned v prvním záběru. Z jeho prvních vět je jasné, že se jedná o novináře a zároveň je jeho ironickým tónem vyjádřen i jeho postoj k dané věci. Jedná se o rozhovor s jeho bratrem Robertem, pacientem psychiatrické léčebny, a připomíná spíše monolog:

Pierre: „A jedu já do Washingtonu? Ne. Já mám jedinečnou poctu udělat interview s Katyou. Víš, o koho jde? Je slavná spíš tím, s kým spí, než čímkoli jiným.“

⁵⁰ Prvním záběrem je detail na její nenalíčený obličej, což naznačuje upřímnost a to, že nic neskrývá.

[BUSCEMI: 2007]

Pierre tak divákovi napovídá, že jeho prvotním zájmem v novinářské profesi je politika (Washington - symbol americké demokracie) a že bulvárem a jeho aktéry naprosto pohrdá.

Vzhledově je nelehké najít mezi těmito novinářskými postavami nějaké podobnosti. Nikoliv proto, že pocházejí z lehce odlišných profesních odvětví žurnalistiky celebrit, ale proto, že se liší pohlavím, zásadním způsobem věkově a zejména svojí povahou. William Miller je patnáctiletý chlapec na úplném začátku své kariéry, takže nelze předpokládat, že by jeho vzhled nějakým způsobem napovídal, že se jedná o novináře. Lze okomentovat pouze vizáž jeho mentora Lestera, jediného „hotového“ novináře tohoto. Není upravený, ale je ležerně elegantní. Jeany, tričko, tenisky a kožená bunda naznačují, že se snaží určitým způsobem přizpůsobit prostředí, pro které píše, ale oblékání očividně nepatří k jeho hlavním zájmům.

Zcela odlišnou postavou je po všech stránkách dokonalá Miranda Priestley, která reprezentuje časopis v nejlepším slova smyslu. Její oblečení je vždy naprosto sladěné, nemluvě o jejím účesu, make-upu a doplňcích. Je módní ikonou pro všechny spolupracovníky, stejně tak jako je Runway módní biblí pro americké ženy. Nově přijatá, čerstvě odpromovaná Andy se tak v kontrastu s Mirandou přibližuje stereotypu neupravených novinářů. Andyin vzhled velmi důvtipným způsobem zrcadlí v průběhu filmu její charakter a jeho změny. Na počátku syžetu je Andy velmi nevýrazně oblečená mladá dáma, která evidentně neklade příliš velký důraz na to, co má na sobě (naznačuje, že není povrchní). Svým oblečením připomíná mužské hrdiny z ostatních filmů, kteří celkově působí svými hnědými a béžovými barvami velmi usedle a nevýrazně. Tento nedbalý mužský styl ještě doplňuje její kožená brašna. Touha uspět a prokázat své schopnosti dovede Andy až k zásadní změně šatníku, která se začne pomalu promítat i do jejího charakteru.

Jediným vzhledově a typově ukázkovým novinářem je Pierre ve filmu *Interview*, jehož vzhled po všech stránkách potvrzuje stereotypy o novinářích. Pierre má po dobu celého filmu (doba děje odpovídá době trvání filmu) na sobě hnědé manšestrové kalhoty, modrou zmačkanou košili a černé ležerní sáčko. Neopomenutelná brašna přes

rameno a brýle na nose mu jakožto „stereotypnímu“ novináři samozřejmě nemohou chybět.

Pokusíme-li se soustředit na sociální vztahy analyzovaných hrdinů, je hned na začátku filmu *Na pokraji slávy* naznačeno, že William má ke své matce kladný vztah a zůstane tomu tak i po zbytek filmu. William je velice milý hoch a všichni ho tak vnímají. Na všechny se jen usmívá a za celou dobu vyjádří svůj názor bouřlivějším způsobem jen dvakrát. Díky svému zájmu a orientaci v populární hudbě se stává ve svém okolí oblíbený. Ani ostatní sociální vztahy v případě patnáctiletého hochy nemohou být lepší a Cameron Crowe zde své „já“ vykresluje v tom nejpozitivnějším světle. Lester Bangs, Williamův mentor a hudební kritik, je ve svém oboru zběhlý, ale jeho sociální vztahy jsou poněkud slabší. Vždy je zobrazován sám a jeho byt vypadá jako naprostá katastrofa (je tak naznačováno, že partnerka v jeho životě nefiguruje). Je ve své profesi velmi úspěšný, ale pokud jde o jeho osobní život, není divákovi předložen žádný důkaz, že by vůbec nějaký měl. Pokud jde o vztahy, pro Williama však Lester radu má - nemíchat vztahy osobní a profesní:

Lester: „Jestli chceš bejt rockovej novinář, moc nevyděláš, ale dostaneš od nahrávacích firem zadarmo desky. ... Sakra, na tobě není vůbec nic kontroverzního! Ale to se změní. Budou ti kupovat drinky, budeš mít holky, budou tě všude tahat a nabízet ti drogy. Zní to skvěle, ale nejsou to tvý kámoši. Chtějí, abys psal zbožný příběhy o rockovejch hvězdách. Zničí rock a zardousí všechno, co na něm milujeme. Snaží se koupit respekt publika, který je nádherně a opravdově hloupý.“

[CROWE: 2000]

později:

Lester: „Ale ne! Sprátelil ses s nima... přátelství je droga, kterou se tě snaží obalamutit.“

William: „Byla to zábava.“

Lester: „Cítíš se jako frajer, vid’? Znáš tě, ty nejseš frajer.“

William: „Já vím.“

Lester: „My nejsme frajeři. Ženský budou vždycky problém pro chlapy, jako jsme my. Ale většina skvělého umění je přesně o tom. Pohledný lidi nemaj‘ páteř. Jejich umění nevytrvá. Mají holky, ale my jsme chytřejší.“

[CROWE: 2000]

Lester se během těchto dvou rozhovorů snaží Williama přesvědčit, aby byl opatrný a příliš se neotvíral lidem, o kterých má psát. Přes Lesterova varování se William musí, jako každý nezkušený člověk, vytrestat sám.

Kontrast sociálních vztahů Mirandy Priestley a Andy Sachs ve filmu *Ďábel nosí Pradu* je na začátku snímku poměrně markantní – Andy tráví spoustu volného času se svým partnerem a jejich společnými přáteli a Miranda je po většinu času v práci. Miranda je sice rozvedená, ale má nového manžela a dcery dvojčata. Divákovi je v polovině filmu nabídnut pohled do jejího soukromí, kdy zjistí, že se Miranda s manželem hádají. Jí asi nejbližším člověkem je její zástupce Nigel (Stanley Tucci), se kterým ovšem v rámci syžetu řeší jen pracovní záležitosti. Ve chvíli, kdy se Andy rozhodne změnit svůj vzhled z průměrné, neupravené absolventky žurnalistiky na stylovou dámu, začnou se rázem měnit i vztahy okolo ní a dostává se do konfliktů se svými přáteli i s partnerem. Zde je opět naznačováno, že pokud se člověk nechá ovlivnit a pohltit svou prací, může to být na úkor kvalitních rodinných a sociálních vztahů. V tomto případě navíc prací v oboru postaveném na diskutabilních hodnotách.

Nejhůře je na tom ze zkoumaných postav Pierre Peters, který podle svého vyprávění nemá, kromě svého psychicky labilního bratra Roberta, rodinu žádnou a o přátelích se vůbec nezmiňuje. Postupně se divák dozvídá, že se Pierre rozešel se svou ženou a že se jeho dcera v devatenácti letech předávkovala heroinem; že se po této tragické události ke své ženě vrátil, ale měla problém s alkoholem a jednoho dne ji našel mrtvou. V průběhu děje se zdá, že se mezi ním a Katyou rodí přátelství, ale záhy vyjde najevo, že vše byla jen hra a zaprodal by ji výměnou za dobrý článek. Neprodleně po tom, co s Katyou stráví více než hodinu (velice intenzivní, plnou emocí) v jejím apartmánu a svěří mu všechna svá tajemství, volá Pierre svému nadřízenému:

Pierre: „Larry, to jsem já. Chci tě informovat o tom rozhovoru s Katyou. Počkej...poslouchej. ... Co? ... Má rakovinu.“

Larry: „To ti řekla?“

Pierre: „Jasně, že mi to řekla. Řekla mi všechno. Měli bychom to otisknout, než to zveřejní jinde. ... Nebudeme to zveřejňovat? Proč ne? ... Možná je to nějaká divná náhoda. Co já vím. ... Hele, vím, co jsem slyšel. Navíc mám kopii jejího deníku. ... To je jedno jak jsem ho získal, prostě ho mám.“

[BUSCEMI: 2007]

Tento rozhovor je velkým zklamáním pro diváka, který doufal, že k sobě s Katyou našli cestu a během intenzivní návštěvy se spřátelili. Iluze se rozplyne po Pierrově telefonátu, při němž ukáže svou pravou tvář reportéra, který by obětoval cokoli pro příběh zajišťující dostatečný povyk veřejnosti a exkluzivitu. Divák ovšem nezůstane ošizen o odplatu, když se dozví, že Katya senzacechtivého Pierra během rozhovoru přelstila, vžila do jedné ze svých rolí a předložila mu zcela fiktivní příběh.

Konflikty se zákonem se v této kategorii novinářů neobjevují tak často jako u předchozí skupiny investigativních novinářů, ale profesní etika a pověst je tématem každého z nich.

William (*Na pokraji slávy*), jehož snem je stát se hudebním kritikem, toho ještě o světě hudby a novinářů moc neví. Jeho průvodce světem hudební žurnalistiky Lester mu předává své hodnoty:

Lester: „Chceš bejt jejich opravdovej kámoš? Bud' čestnej a nemilosrdnej.“ [...] „Svojí pověst musíš postavit na čestnosti a nemilosrdnosti ... Čestnosti a nemilosrdnosti!“

[CROWE: 2000]

William je jím výslovně nabádán, aby byl vždy profesionální a nepřipouštěl žádné osobní vztahy, které by jeho profesionalitě mohly posléze stát v cestě. Tuto radu si k srdci nevezme a záhy zaplete do pracovních vztahů i své osobní city, čímž poruší (nikoli však zásadním způsobem) profesní etiku. O to větší je potom pro Williama zklamání, když Russell Hammond, kytarista skupiny Stillwater, odmítne autorizovat hotové interview a prohlásí ho za smyšlené. Pokud jde o důvěru hudebníků vůči Williamovi jako novináři, opakovaně ho navzdory jeho věku nazývají nepřitelem

a několikrát vzniknou mezi členy kapely debaty o tom, jestli se „tomu pisálkovi“ dá věřit.

Pro časopis *Runway* ani jeho pracovníky není novinářská etika neaktuálnějším tématem. Filmový děj pojednává spíše o náročnosti práce pro perfekcionalistickou Mirandu, která však pouze určuje, co časopis otiskne a co nikoliv. Morální dilema má jen Andy, která sice věří, že asistentská pozice u Mirandy jí otevře dveře do světa pravé novinářiny, ale zároveň obsahem časopisu pohrdá a dává to najevo občasnými úšklebky:

[Andy se uchechtne, protože Miranda srovnává dva téměř identické pásky]

Miranda: „Něco k smíchu?“

Andy: „Ne, ne, vůbec nic. Já jen že mi tyhle pásky přijdou úplně stejné. Víte, pořád se...pořád se tyhle věci učím a ...“

Miranda: „Tyhle věci? Aaaa, už chápu, připadá ti, že s tím nemáš nic společného. Ty prostě otevřeš skříň a vytáhneš z ní, co já vím, třeba vytahanej modrý svetr, abys dala světu najevo, že jsi příliš povznesená na to, co si vezmeš na sebe. Jenomže nevíš, že ten svetr není jenom modrý, není jen tyrkysový ani azurový, je blankytný. A také si nejsi vědoma toho, že v roce 2002 představil Oskar de la Renta kolekci blankytných šatů. Pak přišel Yves Saint Laurent se svými blankytnými vojenskými saky [...] a najednou se blankytná objevila v osmi různých kolekcích různých návrhářů, prosákla do obchodních domů a odtud někam do levného textilu, kde sis ho ulovila v nějakém koši s výprodejním zbožím. Nicméně ta modrá představuje miliony dolarů a nevyčíslitelnou práci a je trochu komické, že se cítíš povznesená nad módní průmysl a přitom máš na sobě svetr, který ti vybrali lidé v téhle místnosti. Tak jako spoustu jiných věcí.“

[FRANKEL: 2006]

Je tedy patrné, že Miranda je inteligentní dáma, která je schopná si svoji práci, přestože se jí dostává značné kritiky a často není brána příliš vážně, obhájit.

Pravdou, profesionalitou a porušováním novinářské etiky se v největším měřítku zabývá film *Interview*. Kolem těchto hodnot se točí celý příběh a oba hlavní hrdinové bojují s nedůvěrou vůči tomu druhému. Pierre za normálních okolností řeší politické kauzy, ale tentokrát má za úkol pořídit interview s pro něj naprosto nezajímavou

Katyou. Rozhovor s ní mu přijde zbytečný a podřadný a svůj nezáměr dává velmi jasně najevo (čímž ovšem přiznává svoji neprofesionalitu):

Katya: „Víte o mně vůbec něco?“

Pierre: „Ne, poslali mi stručný životopis, ale...“

Katya: „Nečetl jste ho. To je v pohodě, jen se zdá, že nejste v obraze.“ [...]

Pierre: „Je mi líto, ale neviděl jsem ani jeden váš film. [...] Ne, že bych vás neznal, ale znám spíš vaši pověst.“

Katya: „Myslíte, jako s kým šukám?“

Pierre: „Fajn, musíte mě omluvit, já tohle normálně nedělám. [...] Stýkám se spíše s politiky.“

Katya: „Takže to je vaše omluva za nepřipravenost? Jen proto, že nejsem senátor nebo generál?“

[BUSCEMI: 2007]

Pierre novinářskou etiku poruší především ve chvíli, kdy se Katye nabourá do osobního počítače a přečte si soubor, který pokládá z její deník. Tímto činem se ale sám vytrestá, protože Katya je v tu chvíli již rozhodnuta hrát jeho hru až do konce a neprozradí, že se jedná o deník jedné z jejích hereckých postav. Pierre tak zůstává nejen bez rozhovoru, ale udělá ze sebe hlupáka před svým šéfem. Navíc ho má Katya v hrsti, protože chytrým tahem získá kazetu s jeho doznáním o porušování novinářské etiky:

[kamerový záznam Pierrova přiznání]

Pierre: „Ano, přišla o dítě, ale nerozpárali jí břicho ani nic dalšího. Vymyslel jsem si to, aby byl můj příběh poutavější. Poslední dobou to dělám často. Posledních pár let. Zvláště ve svých reportážích. Mám spoustu neexistujících zdrojů. A proto jsem nebyl ve Washingtonu, když se provalil ten skandál. Protože Larry, můj šéfredaktor, už mi nevěří. Proto se zahazuju psaním takhle strašlivých pseudočlánků.“

[BUSCEMI: 2007]

Sám je si tedy své neprofesionality vědom, ale netrpí žádnými výčitkami svědomí ani se nesnaží svůj způsob práce změnit. Ani v průběhu děje se jeho charakter nezmění k lepšímu a Katyinu důvěru zklame neprodleně po nahrání tohoto přiznání.

Klišé o alkoholických kuřácích s nevybraným slovníkem lze v této skupině novinářů najít pouze v případě Pierra Pederse. Přestože filmu *Na pokraji slávy* zobrazuje zvědavého teenagera, tak za celou dobu neokusí ani jednu ze zmiňovaných neřestí. Film je celkově poněkud idylickým zobrazením světa populární hudby a dokonce i členové rockové kapely Stillwater jsou až neuvěřitelně slušní. Občas si někdo z nich dá marihuanu nebo příležitostnou cigaretu, ale není potvrzován ani stereotyp rockerů, kteří jsou neustále pod vlivem tvrdých drog, alkoholu, kouří jednu za druhou a neustále se obklopují spoustou žen. Williamův mentor Lester je sice kuřák, ale na poměry hudebního novináře je také poměrně umírněnou postavou. Lze pouze spekulovat o tom, proč se Cameron Crowe rozhodl natočit film o hudebním světě a novinářině způsobem, který jej takto idealizuje. Jednak může jít o výchovný tah cílený na dospívající mládež (která tvoří silnou cílovou skupinu tohoto filmu), jednak je možné, že ho ovlivnila náklonnost, kterou k oběma těmto světům chová, a neměl v úmyslu ani jeden z nich poškodit.

Miranda Priestley je železná lady světa módy, neprojevuje žádné city, ke všem se chová velmi povýšeně a stroze své okolí komanduje. Vyvolává v lidech paniku a strach, zároveň však i neskutečný respekt. Její lidská stránka je ve filmu odkryta pouze jednou, když se před Andy ukáže nenalíčená (nemá na sobě svou obvyklou masku make-upu, za kterou skrývá své pocity) a svěří se jí, že je její manželství u konce. Tím, že Miranda není řadovou novinářkou, ale šéfredaktorkou předního módního časopisu, a ještě spadá do kategorie žen v novinářském světě, není překvapením, že ani alkoholu a cigaretám neholduje a její slovník je až nad míru slušný. Odměřený tón jejího hlasu a přísná dikce sice příjemně nezní, ale k užití vulgarismů se dáma jejího postavení nesníží. Ve svém jediném slabém okamžiku zmiňuje, že je si vědoma toho, jak na ostatní působí:

[Miranda sedí na gauči v županu a její jindy velmi sebevědomý verbální projev je tentokrát tichý a nejistý. Divákovi je tak naznačováno, že něco není v pořádku.]

Miranda: „Steven [manžel] nepřijede.“

Andy: „Aha, tak Steven ... tak to ho nemusím vyzvedávat na letišti, že ne?“

Miranda: „No, kdybys s ním mluvila a on si ten rozvod rozmyslel, tak ano, vyzvedni ho. [...] A až se vrátíme do New Yorku, musíme se spojit s ... mmm ... s Leslie. Musí omezit zájem médií na minimum. Další z rozvodů. Pěkně to v novinách rozmáznou. Už vidím, co se o mně bude psát ...“dračice a kariéristka” ... “ledová královna zapudila dalšího Priestleyho“ ... Rupert Murdoch by mi měl dávat provizi ze všech prodaných novin.“

[FRANKEL: 2006]

Skupina filmových novinářů, kteří se věnují celebritám a životnímu stylu, je velmi nehomogenní a je zde poměrně složité najít nějaké spojitosti. Lze ovšem říci, že stejně jako u investigativních novinářů jsou i v této kategorii zastoupeni především žurnalisté, kteří mají problematické vztahy s okolím a činí jim značné problémy skloubit svou práci s osobním životem. Zpravidla neprojdou zásadním osobnostním vývojem a změnou chování, hodnot nebo životních cílů. Výjimku tvoří Andy, která změnila svůj přístup a své názory během děje hned dvakrát. Přestože u Williama by divák očekával nějaký posun nebo ztrátu nevinnosti, je *Na pokraji slávy* spíše filmem, který jeho upřímnost a čestnost ještě utvrdí. William vychází z příběhu jako nezkažený hrdina, který si i ve svém mladém věku stojí za svými hodnotami. Jediným jeho prohřeškem je nepřítomnost na maturitní promoci, čímž poruší slib, který dal své matce. Celý snímek je jedním z mála filmů, který naprosto postrádá záporného hrdinu i zásadní konflikt. Občas se do cesty připlete něčí ego nebo výbušný charakter, ale všechny postavy vyjdou z příběhu s čistým štítem. Protagonistky Andy a Miranda z filmu *Ďábel nosí Pradu* by se také daly považovat spíše za pozitivní hrdinky, které si nakonec stojí za svým a mají jasně dané cíle. Andy má sice v průběhu děje krátké slabší momenty, kdy je osočena z toho, že „prodala [...] svojí duši v ten okamžik, co [...] obula první boty od Jimmyho Chooa.“ [postava Emily, FRANKEL: 2006], ale na konci syžetu se vrátí ke svým původní hodnotám a přijme práci v redakci *The New York Mirror*. Zatím jediným (včetně postav investigativních novinářů) jednoznačně záporným hrdinou je Pierre Peders. Nejen že opakovaně porušuje novinářskou etiku, ale asi nejhorším proviněním pro filmového diváka je fakt, že si během emocionálně nabitě návštěvy u Katyi získá její (a i divákovu) důvěru, kterou vzápětí zradí tím, že zavolá svému šéfredaktorovi

a chce Katyin příběh otisknout. Definitivně tak pro diváka ztratí důvěryhodnost a je zařazen do skupiny novinářů-padouchů, kteří jdou přes mrtvoly, jenom aby získali poutavý příběh, a nemají špatné svědomí ani ze smýšlení fiktivních příběhů a zdrojů.

Ctižádost a výdrž je spojena se všemi postavami kromě Pierra a v tomto směru se tedy z větší části shodují s postavami novinářů z předchozí skupiny. William je na svůj věk neuvěřitelně profesionální a jeho přístup k práci novináře je velice svědomitý - na každém kroku se snaží pořizovat informace pro své vysněné interview, které se nakonec dostane na titulní stranu prestižního hudebního časopisu *Rolling Stone*.⁵¹ O svědomitosti a pílí Mirandy Priestley není pochyb a její touha po dokonalosti je až chorobná. Dobré jméno časopisu je pro ni vším, což divák dokáže patřičně ocenit a je shovívavější k její postavě, která by měla kvůli své panovačnosti potenciál stát se negativní hrdinkou. Andy je typickou ctižádstivou novinářkou, která si cení kvalitní novinářské práce, a jejím snem je psát články do novin. Je ochotna mu obětovat i svoji image bezstarostné obyčejné ženy a snášet Mirandiny ponižující narážky. Jak již bylo zmíněno, Pierre zde tvoří jedinou výjimku, přičemž se jeho pasivita stává klíčovým problémem jeho negativního charakteru. Od začátku dává najevo, že žurnalistiku celebrit považuje za podřadnou, a pokud se nemůže věnovat oboru, který on považuje za důležitý, nehodlá svou energii věnovat čemukoli jinému. Minimalistický a odmítavý přístup ke svěřenému úkolu ho činí pro diváka nesympatickým. A právě ta celebrita, kterou během celého děje pohrdá, povyšuje se nad ní a nemá o ní příliš vysoké mínění, ho nakonec přelstí a pomstí jeho neomalené a neprofesionální chování.

Filmové postavy novinářů, kteří píšou o celebritách a věnují se tématu životního stylu, tedy podle zvolených vzorků nemají zdaleka tolik společných rysů jako postavy investigativních novinářů. Přesto lze najít určité podobnosti jak v rámci skupiny samotné, tak i ve srovnání s druhou jmenovanou. Důvodů pro tuto neucelenost může být několik; jednak má tato skupina více odvětví (hudební, filmové, celebrity, móda, životní styl atd.) a jednak jsou vzorky z této skupiny odlišné i pohlavím, věkem či společenským postavením. Ctižádost a píle jsou však stále jejich společnými jmenovateli.

⁵¹ Tato část děje je inspirována skutečností. Cameron Crowe ve svých patnácti letech doprovázel na turné skupinu *Led Zeppelin* a jeho interview se dostalo na titulní stranu časopisu *Rolling Stone*.

7.3. Televizní hlasatel a reportér

Podle Denisa McQuaila tkví největší výhoda televize v její schopnosti živě vysílat dnes již prakticky odkudkoli na světě. Televize může sledovat, přenášet a autenticky zaznamenávat události přímo ve chvíli, kdy se dějí. [MCQUAIL: 1999, 38] Televizní hlasatelé a reportéři v terénu tak tvoří pro televizní diváky nedílnou součást každodenního televizního vysílání zpráv a jednostranný komunikační tok neklade na konzumenty žádné nároky a vytváří pro ně nenáročné pole pro příjem informací. [THOMPSON: 2004, 71]

Televizní hlasatel, redaktor v terénu, potažmo moderátor může být chápán jako průvodce určitým pořadem, který uvádí. Jeho úkolem je prezentování a interpretování předložených textů, které by se mělo opírat o hlubší znalost v daném oboru. [OSVALDOVÁ, HALADA a kol: 1999, 86]

Profese televizní osobnosti je, na rozdíl od ostatních mediálních profesí, ovlivňována prvky jako obecný vkus, popularita, vzhled a především schopností vlastní osobnosti vzbudit v lidech zájem a stát se oblíbeným. [MCQUAIL: 1999, 181] Získáním přízně diváků se mohou tito moderátoři sami stát populárními osobnostmi, které tvoří pro diváky vzory nebo dokonce idoly. Jejich pozice ve společnosti se nachází podle Patricie Holland někde mezi publikem a televizí a stávají se tak zprostředkovateli mezi těmito dvěma světy. [HOLLAND: 1996, 117]

Nejdůležitějším úkolem televizního reportéra nebo hlasatele je schopnost udržet si divákovu pozornost po celou dobu vysílání a vykládat daný obsah poutavě. Srozumitelnost předkládaných témat patří k dalším odpovědnostem této profese. Přestože jsou tedy na tuto kategorii novinářských pracovníků kladeny celkem vysoké požadavky, jde podle zkoumaných filmů spíše o profesi, která není brána příliš vážně. Tato kategorie novinářů tvoří jedinou skupinu, ve které žánrově velmi zásadně převažují komedie. Mezi roky 1997 a 2007 bylo natočeno celkem šest filmových děl, ve kterých se v hlavní roli objevuje televizní hlasatel nebo reportér; pět z nich nelze žánrově zařadit jinak než do skupiny komedií a jen jedno spadá pod žánr dramatu. Díky tomu je tato skupina poměrně homogenní, zejména ve srovnání s postavami novinářů z oblasti životního stylu a celebrit. Ještě podstatnějším rozdílem oproti prvním dvěma představeným skupinám je skutečnost, že novinář je sice hlavní postavou, ale často

žurnalistika není hlavním tématem filmu a není tedy ani zásadním způsobem dějotvorná. Je tedy potřeba analyzovat, jak jsou televizní hlasatelé a reportéři zobrazováni (a i v důsledku toho vnímání společností), a pokusit se vyvodit závěry, proč je žurnalistika v této kategorii filmů dějotvorným prvkem pouze v minimu zkoumaných vzorků.

Do této kategorie spadá i film *Dobrou noc a hodně štěstí* [CLOONEY: 2005], který ovšem nebyl pro účely této práce zcela vhodný. Vykazuje totiž i prvky investigativní žurnalistiky a nelze ho tedy jednoznačně zařadit. Problematická je i doba děje (50. léta 20. století), již se od ostatních snímků významně liší. Dalším z důvodů pro vyloučení tohoto snímku jsou obsažené biografické prvky, které napodobují skutečného Edwarda R. Murrowa a neshodují se tak s fiktivními prvky ostatních charakterů. Většina filmů v subkategorii televizního novináře spadá do žánru komedie a pro pozici kontrastního snímku byl místo toho zvolen snímek *Město šilenců*, a to především kvůli vhodnějšímu časovému zasazení do doby, která nevyžaduje rozsáhlý výklad o politickém a historickém kontextu.

Snímek *Město šilenců*⁵² [GAVRAS: 1997] je tedy jediným dramatem v této kategorii. Pojednává o televizním reportérovi, který se náhodou stane klíčovým svědkem přepadení muzea. V tomto snímku je žurnalistka zcela bezpochyby hlavním dějotvorným prvkem. V roce 2002 byl natočen film *Život nebo něco takového*⁵³ [HEREK: 2002], který se sice odehrává primárně v novinářském prostředí, avšak dějová linka se nevěnuje novinářskému povolání nebo jeho hodnotám do hloubky. Hlavní hrdina komedie *Božský Bruce*⁵⁴ [SHAYAC: 2003] je také novinář, děj se však točí především okolo nadpřirozených schopností, které se mu podaří získat. *Zprávař: Příběh Rona Burgundyho*⁵⁵ (dále jen *Zprávař*) [MCKAY: 2004] je jako jediný z analyzovaných filmů komediální satirou a jako jediný také vykazuje zásadní rozdíl mezi dobou vzniku (2004) a dobou děje (70. léta 20. století). Tento snímek je na rozdíl od většiny ostatních postaven téměř výhradně na událostech okolo žurnalistické profese. Beban Kindron v roce 2004 natočila film *Bridget Jones: S rozumem v koncích*⁵⁶ [KINDRON: 2004] podle stejnojmenného románu Helen Fielding. I zde je hlavní hrdinka televizní

⁵² *Mad City*

⁵³ *Life or Something Like It*

⁵⁴ *Bruce Almighty*

⁵⁵ *Anchorman: The Legend of Ron Burgundy*

⁵⁶ *Bridget Jones: The Edge of Reason*

reportérkou, ale v ději se zmínky o novinářském povolání a hodnotách téměř neobjevují. Hořká komedie *Pan Rosnička*⁵⁷ [VERBINSKI: 2005] se točí okolo hlavního hrdiny, procházejícího krizí středního věku. Jeho povolání zde hraje významnější roli než u většiny ostatních komedií v této skupině.

Hlavním hrdinou ve filmu *Město šilenců* je Max Brackett (Dustin Hoffman), nespokojený reportér lokální televizní stanice, jemuž jenom senzace může zachránit pověst. Příležitost se mu naskytne v místním muzeu, kde je svědkem konfliktu prostého Sama Bailyho (John Travolta) s jeho bývalou nadřízenou. Ozbrojený Sam se domáhá místa, z kterého byl propuštěn. Max neotálí a snaží se udělat z nastalé situace senzaci, která by ho mohla dostat zpět na vrchol kariéry. Myslí, že získá exkluzivní rozhovor a situaci udrží pod kontrolu, aby skončila pro všechny zúčastněné dobře. To se mu však nezdaří a Sam pod tlakem událostí spáchá sebevraždu.

Druhou protagonistkou je mladá ambiciózní reportérka Lanie Karrigan (Angelina Jolie) ve filmu *Život nebo něco takového*, které se velmi daří v lokální televizi a dostane velkou šanci splnit si svůj sen jako moderátorka v celostátní stanici. Dozví se však, že má za týden zemřít, a tak kompletně přehodnotí svůj život a odhodí jak svou povrchnost a přehnané sebevědomí, tak i touhu o co největší kariérní postup.

Bruce Nolan (Jim Carrey) z filmu *Božský Bruce* je reportérem, který je se svou pozicí nespokojený, a uchází se společně se svým rivalem Evanem Baxterem (Steve Carell) o mnohem prestižnější pozici hlasatele zpráv.

Ron Burgundy (Will Farrell) v sarkastickém komediálním filmu *Zprávař* ztvárňuje postavu televizního hlasatele, který je jednou z nejpoblábnějších osobností televizního světa. Film paroduje období 70. let 20. století a „v těchto dobách mohli v televizi číst zprávy pouze muži“. [MCKAY: 2004] Tento mužský svět je narušen příchodem inteligentní a atraktivní kolegyně Veronicy Corningstone (Christina Applegate), která shodou okolností Ronovi pozici hlavního hlasatele zpráv přebere.

Bridget Jones (Rene Zellweger) je typickou představitelkou smolařky. V osobním životě i v pracovních záležitostech její trapasy a nejrůznější nehody neberou konce. Bridget klade větší důraz na osobní život a její kariéra tak ve filmu hraje druhotnou roli.

⁵⁷ *The Weather Man*

Hrdinou filmu *Pan Rosnička* je David Spritz (Nicolas Cage), který prochází krizí středního věku. Netouží však po mladší ženě, ale snaží se získat smysl života. Jeho osobní život je v troskách a jeho práce je pro něj zklamáním. Přestože je jeho zaměstnání důležitou součástí syžetu, není hlavním dějotvorným prvkem příběhu.

První setkání s filmovou postavou je důležitým okamžikem pro její představení divákovi. Film *Město šílenců* začíná záběry na Maxe Bracketta, který se svým štábem doslova číhá před místní bankou, a prostřednictvím série detailů na napjaté obličejě a reportérské náčiní navozuje atmosféru loupežného přepadení. V divákovi je tak hned na začátku vyvoláno napětí a zvědavost. Iluze je odkryta záhy, kdy kamera zabírá poprvé zúčastněné s odstupem a vyjde najevo, že se jedná o neplánované interview s ředitelem místní banky. Max je muž okolo padesátky, je oblečen do hnědého obleku a je poměrně upravený. Z jeho promluvy je evidentní, že je energický a neodbytný a jeho oběti mají jen malou šanci uniknout před jeho mikrofonem. Pro Maxe je nejdůležitější ze všeho dobrý příběh a je ochoten pro něj udělat téměř cokoliv.

I Lanie Carrigan je představena prostřednictvím své práce. Během reportáže v místní zoo si s jejími vlasy hraje šimpanz, což Lanie velmi rozladí, protože její největší ambicí je, aby byla brána vážně. Perfekcionistický vzhled a celková stylizace do Marilyn Monroe vypovídá, že sama sebe vnímá jako celebritu a touží po velkých pracovních úspěších.

Lanie: „Nejsem jenom reportérka, jsem televizní osobnost.“ [HEREK: 2002]

Lanie je velmi cílevědomá a snaží se udělat dobrý dojem jak na své spolupracovníky, tak i na své fanoušky. Novinařina byla vždy jejím snem a snaží se všemi silami dostat na pozici moderátorky na celostátní televizní stanici.

Stejně jako předchozí dva protagonisté, i Bruce Nolan je představen hned v prvním obraze. Uvádí reportáž, stejně banální a nedůležitou jako všechny své výstupy na obrazovce. Jeho nespokojenost jen umocňují rádoby vtipné převleky jako například síťka na hlavě, deštník ve formě klobouku apod. Jeho vizáž je přiměřeně upravena a jeho vyjadřovací schopnosti jsou dobré. Své reportáže dělá s entusiasmem a vtipem, ale mimo kameru je vidět, že se svým pracovním místem není spokojen a jeho snem je vypracovat se na televizního hlasatele.

Rona Burgundyho představí v úvodním proslovu vypravěč tónem, který divákovi napoví, v jakém duchu se bude celý film odehrávat:

Vypravěč: „Byly doby, kdy neexistovala kabelová televize, kdy místní televizní hlasatel byl považován za osobnost a kdy lidé věřili všemu, co slyšeli v televizi. V těchto dobách mohli v televizi číst zprávy pouze muži. A v San Diegu jeden televizní hlasatel čněl vysoko nad všemi ostatními. Jmenoval se Ron Burgundy. Byl jako bůh, který kráčet mezi prostými smrtelníky. Oplýval hlasem, jenž by mohl zkrotit i divoké šelmy, a obleky měl tak fajnové, že by vedle něho i Sinatra vypadal jako vandrák. Ron Burgundy byl prostě někdo.“

[MCKAY: 2004]

Vypravěčova slova provázejí kamerové záběry velmi podobné těm, kterými byla na začátku filmu *Ďábel nosí Pradu* představena Miranda Priestley. Nejdříve jsou vidět Ronovy boty, pak kamera postupuje nahoru přes jeho opasek, záda, týl, až nakonec skončí na záběru jeho obličeje. Tento typ záběru vyvolává v divácích napětí a obdivný pohled na zabíranou osobu. Ron Burgundy je nadměrně sebevědomý a nebojí se své sebevědomí dávat najevo v osobním životě i v redakci. Je oblečen do dokonale padnoucích obleků a pyšní se upraveným knírkem. Sám se představí také velmi sebestředně a samolibě.

Ron: „Hmmm, vypadám dobře. Teda vypadám velmi dobře. Haló, všichni! Pojdte se mrknout, jak mi to sluší.“

[MCKAY: 2004]

V případě Bridget Jones je její práce považována za druhotnou a v tomto pořadí je i představena. Nejdříve je divákovi demonstrován její uspořádaný osobní život a vzápětí je mu poskytnut pohled do Bridgetina pracovního zázemí, které v danou chvíli její představu o ideálním životě evidentně poněkud kazí. Bridgetin první záběr z profesního života začíná v malém letadle, ze kterého má v rámci reportáže vyskočit s padákem. Nejen, že si po výskoku zapomene otevřít padák, ale ještě k tomu přistane v prasečím chlívkou plném bahna a souložících prasat. Bridget je jako reportérka pro

smích celému britskému národu. K cílům ohledně povýšení se Bridget nijak nevyjadřuje, ale dostane možnost dělat společně se svým kolegou Danielem Cleaverem (Hugh Grant) reportáže ze zahraničí.

O uvedení profese Davida Spritze se v případě filmu *Pan Rosnička* postará již název filmového snímku, divák tedy ví, co může očekávat. První záběr filmu je na Davidovu tvář, pitvořící se před zrcadlem. Změna výrazů divákovi ukazuje, že David je poněkud rozpolcen ve svých náladách a pocitech. Jeho monotónní šatník a způsob oblékání demonstruje jeho oddanost práci.

Rodinné a sociální vztahy jsou, stejně jako u předchozích dvou zkoumaných skupin novinářů, u většiny z protagonistů hlasatelů a reportérů složité. Téměř každý z nich má problémy v rodině a navazování přátelství se také nezdá být jejich nejsilnější stránkou. Max ve filmu *Město šilenců* rodinu nemá a nedávno ho jedna z jeho žen opustila.

Sam: „Jste ženatý?“

Max: „To je za mnou.“

Sam: „Máte děti?“

Max: „Jedno ze tří.“

Sam: „Co to znamená?“

Max: „Jedno dítě, tři ženy. Poslední na mě s odchodem ani nepočkala a odešla i s děckem.“

[GAVRAS: 1997]

Max tedy evidentně není schopný udržet si fungující vztah ani rodinu (o ostatních členech rodiny se nezmiňuje). Zda jeho neúspěchy v osobním životě plynou z jeho oddanosti povolání, může divák pouze spekulovat.

Lanie má sice snoubence, ale jejich původně dokonalý vztah se rozpadne, když se Lanie dozví, že jí zbývá do konce života jen pár dní, a přehodnotí svoje priority. Nakonec se dá dohromady s kolegou kameramanem, který není zdaleka tak bohatý jako její bývalý přítel, ale je to obyčejný člověk, který dělá obyčejné věci, což se na konci syžetu stane její prioritou. Její vztahy se sestrou a otcem jsou celkem povrchní a Lanie

u nich na návštěvě mluví jen o svých pracovních úspěších a své kariéře. Jejich vztah by se dal označit jako chladný.

Bruce má přítelkyni, ale k dokonalosti jejich vztahu chybí pouze to, aby se Bruce zbavil posedlosti svou prací. I když se Grace (Jennifer Aniston) snaží věnovat každodenním věcem, Bruce se neustále vrací k diskusi o pracovní pozici, po které tak dlouho touží. O jiných členech rodiny není zmínka.

Přestože je Ron Burgundy tak populární osobností a je tolika ženami obdivován, nikdy se neoženil a v jeho luxusním apartmá na něj čeká jen jeho malý ošklivý pes. Ron naváže vztah s novou kolegyní Veronicou Corningstone, o kterou mají zájem i všichni jeho kolegové, ale kvůli tomu, že za něj Veronika zaskočí při hlášení zpráv, se urazí a vztah s ní ukončí. Práce je tedy jednoznačně jeho prioritou a je schopen kvůli ní obětovat i perspektivní vztah. Jeho sociální vztahy se točí také pouze okolo jeho zaměstnání a členové jeho zpravodajského týmu jsou jeho jedinými opravdovými přáteli. Když Ron dostane výpověď a jeho bývalí kolegové mají zákaz se s ním stýkat, naprosto opuštěn vysedává po okolních barech.

Osobní život Davida Spritze je jedním z nejkomplicovanějších z analyzovaných postav. Se svou ženou se rozešel, ale snaží se věci vrátit do původních kolejí, o čemž ona nechce ani slyšet. Mají spolu dvě děti, obě relativně problémové – Shelly (Gemmene de la Peña) je obtloustlá předpubertální holčička, kterou nic nebaví, a Mike (Nicholas Hoult) je teenager, který se dostane do problémů s drogami a z jeho konzultanta se vyklube pedofil. Má velmi vřelý a intenzivní vztah ke svému otci Robertovi (Michael Caine), který pro něj byl vždy vzorem. Robert je velmi úspěšným spisovatelem a Davidovým snem je následovat jeho příkladu, ale jeho pokusy se vždy setkají s neúspěchem.

Dalším diskutovaným bodem v předchozích kapitolách je otázka autorit a vztahu zkoumaných novinářů k nim. V případě televizních hlasatelů a reportérů nejsou konflikty s autoritami zdaleka tak časté a vyhocené jako v případě investigativních novinářů. S policií se do kontaktu dostane jen Max Brackett, který policii i přes nebezpečnou situaci odmítne zavolat a chce se spojit se svým nadřízeným, aby mohli případ odvyšlat jako první. Později, když se kontaktu s policií nemůže vyhnout, bezproblémově s ní vyjednává, ale její rozhodnutí příliš nerespektuje. Autority v podobě nadřízených jsou v této skupině vstřícné a snaží se zpravidla pomoci. Když si například

Bruce stěžuje svému nadřízenému Jacku Baylorovi (Philip Baker Hall), že by chtěl povýšit, snaží se mu alespoň minimálně vyhovět:

Bruce: „Jsem zoufalej, táhne mi na čtyřicet, a co jsem zatím dokázal? Narazil jsem na něco jako strop. Je to taková proti-Bruceová překážka, přes kterou se nemůžu dostat. A Evan [Bruceův kolega a rival] je z toho nadšeněj. Nadšeněj! Dostává příběhy. Je na poradách. Možná bych měl být víc jako Evan.“

Jack: „Proč bys chtěl být jako Evan, Evan kretén.“

Bruce: „Taky můžu být kretén.“

Jack: „Ne Bruci, nemůžeš. [...] Viš co, Bruci, dneska je 156. výročí Dívek mlh. Chci, abys tam za hodinu byl.“

Bruce: „Dívky mlh? Ale to je na živo. Ale živý přenosy dělá Evan.“

Jack: „Tak od teď budete dělat živý přenosy ty a Evan.“

[SHADYAC: 2003]

Max Brackett se se svým nadřízeným Lou Pottsem (Robert Prosky) sice otevřeně hádá a nebojí se mu ani nadávat, ale jejich vztah, ač plný ironie, satiry a vzájemných urážek, je poměrně přátelský:

Max: „Ale uznej, Lou, že za těch jedenáct měsíců, co jsem tady, se zvedla sledovanost.“

Lou: [všem v redakci] „Promiňte, promiňte, lidičky. Kdo byl tento týden na řadě, aby líbal Maxi Brackettovi zadek za to, že zachránil tuhle stanici?“ [...]

Max: „Ty jsi opravdu kretén.“

Lou: „Co že jsem?“

Max: „Báječná lidská bytost.“

[GAVRAS: 1997]

Jednou z nejdůležitějších charakteristik Maxe Bracketta je ctižádost získat exkluzivní příběh za každou cenu. Celý děj filmu *Město šilenců* se točí kolem této Maxovy touhy. Chce si zajistit lepší a stabilnější pozici v rámci redakce a větší svobodu pro svá rozhodnutí. Jakmile se na scéně objeví neškodný ale ozbrojený Sam, Max se

chopí příležitosti a bez váhání zahájí svůj hon za senzací. Svým vstupem do živého vysílání z místa činu zapříčiní zájem ostatních médií. Sam se tak díky Maxovi ocitne v situaci, kdy si celý národ myslí, že záměrně střílel hlídače muzea a uvnitř drží jako rukojmí celou třídu dětí i s učitelkou a ředitelkou muzea. Přestože jsou všichni rukojmí naprosto v klidu, Max ve vysílání situaci popisuje: „...*děti jsou hrozně vyděšené. Bojí se. Jsou pohromadě v rohu haly, ředitelka je vedle nich na zemi a učitelka je s nimi. Snaží se je uklidnit.*“ [GAVRAS: 1997] Později dokonce pomáhá situaci vyhrotit, když Sama nabádá, aby se nevzdával moc brzy, a současně se jej snaží přemluvit, aby mu poskytl exkluzivní interview, ve kterém lidem vysvětlí, co se stalo:

Max: „Podívejte, nemyslím si, že jste blázen, vím, že nejste terorista. Jste obyčejný chlap, který vykolejil. Ale musíte se spojit s těmi lidmi tam venku. Myslíte, že nevědí, jaký to je přijít o práci, nebo neznají někoho, kdo přišel o práci? Pochopí vás, když jim dáte šanci. Ale ještě než se vzdáte, tak byste měl udělat jednu věc, a to dát těm lidem šanci vás poznat.“

Sam: „Jak?“

Max: „Když seženu kameru a udělám s vámi interview tady a teď, a vy těm lidem řeknete, co se odehrává ve vaší hlavě, tak budou poslouchat.“

[GAVRAS: 1997]

Sam s rozhovorem souhlasí, ale později poznává, že ho Max využil:

Sam: „Co jste mi to udělal, pisálku?“

Max: „Ale prosím vás, vzal jsem špatný příběh a udělal jsem z něj dobrý. [...] Co teď musíte udělat, je vzdát se a propustit ty děti, jasný?“

[GAVRAS: 1997]

Max Sama využil a zapříčinil tuto katastrofální situaci. Když se na konci snaží vše napravit, je už pozdě. Přestože jsou jako viníci označena média, Max je díky své lítosti vnímán jako hrdina.

Ostatní protagonisté této skupiny by se také dali považovat za hrdiny, ovšem v tomto případě jsou to hrdinové spíše z lítosti, protože hlavním a nejdůležitějším

jmenovatelem zkoumaných snímků je to, že nejsou vnímáni příliš seriózně. Odpovídá to žánru komedie, který v této skupině výrazně převažuje. Většina z analyzovaných hrdinů je se svou pozicí nespokojena a chtějí postoupit převážně na pozici hlasatele (pokud jím už nejsou). Bruce Nolana nevyjímaje:

Grace: „Myslím, že to bylo moc dobrý.“ [o Bruceově reportáži o největší sušence]

Bruce: „Bylo to příšerný. Je to příběh o sušence! Hrnečku vař je proti tomu trháč.“

Grace: „Zlato, bylo to vtipný. Zasmála jsem se. Na rozesmívání lidí není nic špatnýho.“

Bruce: „Jenže s tímhle ze mě nikdy nebude hlasatel. Ten flek na mě čeká, ale já na něj nemůžu dosáhnout, protože mě pořád nutí dělat tyhle kraviny, při kterých se musím chovat jako totální šašek, aby to mělo úspěch. Nemám žádnou důvěryhodnost. [...] Evan tu pozici hlasatele dostane, já to vím.“

[SHADYAC: 2003]

I Bruceův šéf si myslí, že jeho největší přednost je jeho smysl pro vtip, a proto trvá na tom, že jeho posláním je zůstat reportérem, a na místo hlasatele zvolí Evana. I Lanie z filmu *Život nebo něco takového* a David Spritz z *Pana Rosničky* se chtějí stát hvězdami celostátní televize. Ron Burgundy již pozici hlasatele získal, se svou prací je nadmíru spokojen a žádný kariérní postup neplánuje. Všichni protagonisté, kteří si přejí stát se hlasateli, se jimi alespoň na chvíli stanou, ale například Lanie Carrigan a Bruce Nolan se dobrovolně vrátí ke svým pozicím reportérů, protože zjistí, že kariérní postup je neúčinný šťastnými, a dají přednost osobnímu životu před zářnou kariérou televizního hlasatele. Podle opakovaně naznačované hierarchie televizního světa je na nejnižším místě reportér, který dělá podřadné reportáže o zvířatech a kuriozitách, následují reportéři ve studiích, kteří čtou počasí nebo sport, a nejvyšší pozici zaujímají reportéři a hlasatelé hlavních večerních zpráv. Obecně se dá říci, že průměrný hrdina televizního zpravodajství touží stát se televizním hlasatelem, který sedí v pohodlí ve studiu, je obkáván a čte, co je mu předloženo. Prestiž hlasatelského povolání spočívá i v určitém familiárním vztahu diváka k hlasateli. V americkém prostředí je uctívání

a familiarizace hlasatelů oproti evropskému prostředí ještě znásobena tím, že jsou zváni do různých televizních show a propagováni i prostřednictvím jiných televizních programů. Lidé jsou otevřeně informováni i o jejich soukromém životě a mají tak pocit, že je velmi dobře znají a že jsou jejich přáteli.

Max Brackett se od ostatních postav liší tím, že se jako reportér nikdy nespokojí s průměrným příběhem a vždy vyhledá senzaci. Je bojovníkem za svobodu a pravdu, ale zároveň manipuluje pravdu tak, aby z ní vyšel co nejlépe. V následujícím dialogu se o Maxově vášni pro jeho povolání baví zaměstnanci konkurenční televizní stanice a jeho největší rival Kevin Hollander (Alan Alda).

pracovník 1: „Brackett se pro tuhle práci narodil.“

pracovník 2: „Koukni se na něj, rochní se v tom jako prase ve sračkách. Hej, Kevine, nepokoušel se ho někdo naverbovat na hlasatele?“

Kevin: „Tohle je podle tebe hlasatel? Podívej se na něj. Nevěřím mu ani nos mezi očima.“

pracovník 1: „Nikdy by nevydržel sedět za stolem. Vždycky chtěl být tam, kde lítaly kulky.“

[GAVRAS: 1997]

I ostatní kolegové novináři ho tedy vidí jako nebojácného bojovníka v poli, který by se na práci hlasatele nehodil. Kevin Hollander ale naznačuje, že správnému hlasateli by lidé měli věřit.

Ve snímku o Ronu Burgundym je ovšem tato důvěra extremizována:

Vypravěč: „Zprávy čtvrtého televizního kanálu. Pokud to říká Ron Burgundy, tak je to pravda.“

[MCKAY: 2004]

Alkoholové a kuřácké neřesti filmových televizních hlasatelů a reportérů a zároveň jedny z nejsilnějších stereotypů o novinářích se v této skupině příliš často neobjevují. Většina zkoumaných postav nekouří ani pravidelně nepije, s výjimkou parodovaného Rona Burgundyho, který naopak obě neřesti praktikuje v naprostých

extrémech. Na stole, ze kterého hlásí zprávy, je vždy přeplněný popelník a Ron kouří opravdu jednu cigaretu za druhou. Tvrdý alkohol je také na denním pořádku a Ron dokonce před živým vstupem vypije vrchovatou sklenici skotské: „*Mám rád skotskou. Miluju skotskou. Skotská, skotská, skotská. A už teče dolů. Stéká mi do břicha. Mm-mm-mm.*“ [MCKAY: 2004] Bridget Jones je také kuřačka a občas se napije, ale v jejím případě tento fakt nijak blíže nesouvisí s její profesí, protože její postava pila a kouřila již před tím, než se stala reportérkou. Ostatní v tomto směru vycházejí s poměrně čistým štítem, jediným jejich společným jmenovatelem je poněkud peprnější slovník. Pyšní se jím všichni kromě slušné a decentní Lanie (a Bruce, jehož tvůrci chtěli natočit film přístupný i pro mladší diváky). Extrémními případy jsou především David Spitz, který se nedokáže krotit ani před svými dětmi, a Ron Burgundy, který má během filmu několik výlevů, při kterých se snaží ze sebe vychrlit co nejvíce sprostých slov.

Specialitou hrdinů této skupiny je, že jsou na jedné straně vnímáni jako loutky a na druhé straně obdivováni. Ve dvou ze šesti filmů někdo úmyslně ve čtecím zařízení zamění text a hrdina chybu bezmyšlenkovitě přečte (*Božský Bruce a Zprávař*). Tento fakt staví hlasatele do pozice dobře oblečených loutek, které čtou, co jim někdo jiný připravil. Přemýšlení a hodnocení obsahů je tedy v jejich případě zcela vynecháno a jsou pouhými nástroji pro opravdové novináře v zákulisí; jsou pro televizní stanici sice důležití, a tak se k nim každý chová slušně, ale za jejich zády se jim kolegové posmívají. Jedná se o jakousi ambivalentní kombinaci obdivu a zesměšňování, které je někdy těžké od sebe oddělit. V případě Davida Spritze je jeho neoblíbenost mezi lidmi tak patrná, že ji denně zažívá na vlastní kůži.

Robert: „Proč by po tobě někdo něco házel?“

David: „To se občas stane.“

Robert: „Lidi po tobě házej koktejly?“

David: „Občas po mě něčím hodí. Ti co mě nemají rádi.“

Robert: „Vždyť tě neznají.“

David: „Z televize.“

Robert: „Vždyť jen čteš počasí.“

[VERBINSKI: 2005]

Ve filmu opravdu Davidovi několikrát přistane na kabátě nějaké jídlo, zřejmě od člověka, kterému se nelíbila předpověď. Sám se několikrát zamýšlí nad tím, proč asi lidé po něm jídlo pořád házejí. „*Dostávám hodně peněz za nulové úsilí a námahu. Proto po mně asi házejí ty koktejly.*“ [VERBINSKI: 2005]

Celkově by se dalo říci, že televizní hlasatelé a reportéři jsou skupinou poměrně homogenní a z jejich filmových zobrazení lze vyvodit relativně jednotné závěry. Ty filmové postavy, které vykonávají svou práci před kamerou, a to buďto jako hlasatelé nebo reportéři, jsou zobrazováni jako přihlouplí smolaři, kteří hrají před kamerou určitou roli a jsou zodpovědní za to, aby diváky pobavili a udrželi jejich pozornost svým šarmem a vtipem. Je tedy jednoznačně zdůrazňován infotainment a pravdivosti a objektivitě zpravodajství není přikládána zásadní váha. Dále jsou zobrazováni jako lidé, kteří přijdou do práce pouze na to, aby přečetli zprávy, a pokud se v redakci pohybují i mimo tento vyhrazený čas, tak se jen tak potulují a nedělají, kromě svých živých vstupů, vůbec nic. Svou prací sice také žijí, ale spíše v tom smyslu, že se zaobírají sami sebou a popularitou své osoby, a neustále řeší možnost svého kariérního postupu. Celkově jsou novináři, kteří působí v televizním prostředí, zobrazováni jako nejméně seriózní a dalo by se říci, že si z nich filmoví tvůrci utahují a vidí je pouze jako nositele nedůležitých zpráv o zvířatech, neobyčejných lidech nebo kuriozitách.

Komediální postavy novinářů před kamerou dokážou diváka zcela bezpochyby kvalitně pobavit, ale pozitivního světla na televizní novinářský svět se ani v jednom filmu divák nedočká. Za kvalitní jsou tedy považována především tištěná média, televizní žurnalistika je ve filmech zobrazována spíše jako prostředek k informování formou zábavy.

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo zmapování prostoru věnovaného postavě novináře ve filmech hollywoodské produkce z let 1997 až 2007. Analýza filmových děl z daného období je rozdělena do tří skupin podle typu novináře, neboli k jakému novinářskému odvětví daná postava patří. Toto rozdělení se ukázalo jako nejvhodnější především proto, že hranice mezi typy novinářů jsou ostřejší než například hranice žánrové. Pro ilustraci podobností a rozdílů byly zvoleny tři skupiny novinářský protagonistů - investigativní novináři, žurnalisté věnující se životnímu stylu a celebritám a televizní hlasatelé a reportéři. Investigativní novinář je od počátků filmové éry jedním z nejčastěji zobrazovaných novinářů, a to především proto, že se k jeho postavě ve většině případů váže napínavý kriminální případ. S ním je pak divák seznamován prostřednictvím pátrání investigativního novináře, který může v atraktivitě předčít například detektiva, jelikož novinář často nejedná v souladu se zákonem. Další dvě skupiny jsou skupinami, které jsou v zobrazování novinářů ve filmech podstatně mladší než první jmenovaná, a tvoří tak zajímavé pole pro komparaci.

Analyzované filmové snímky potvrdily, že novinářské filmy jsou bez výjimky filmy urbanistickými, neboť všechny zkoumané postavy žijí a pracují ve větších městech. Ta vytvářejí pro filmy o novinářích z pravidla mnohem vhodnější prostředí.

V rámci zkoumaných filmů patří investigativní novináři k těm nejheroičtějším a nejuznávanějším protagonistům. Ve všech analyzovaných snímcích je postava investigativce zobrazována jako hrdina, který řeší zásadní případ, důležitý buď pro společnost jako takovou nebo pro neprávem odsouzeného jedince. Ve všech případech bojuje nesobecky za odhalení pravdy, pro kterou je ochoten obětovat cokoli. Když je potřeba, tak do posledních sil bojuje i proti zákonu a proti svým nadřízeným nebo kolegům. Pokud investigativní novinář „cítí pravdu“, jde vždy za svým cílem a následky jsou druhotnou záležitostí.

Skupina novinářů zabývajících se celebritami a životním stylem je kvantitativně ve výrazně nižším zastoupení než první jmenovaná a je také podstatně méně homogenní. V této skupině se objevují novináři na hierarchicky rozdílných pozicích a pracující v odlišných sférách a je tedy nesnadné v rámci této skupiny najít společného jmenovatele.

Televizní hlasatelé a reportéři se ve většině případů vyskytují v komediálních snímcích a jsou podle toho také zobrazováni. Zpravidla jsou nespokojeni se svou pracovní pozicí a jejich snem je stát se hlasatelem celostátní televizní stanice. Dalo by se říci, že pracovní činnost televizních hlasatelů a reportérů je filmaři a scénáristy zobrazována jako úsměvná a nevýznamná. Na rozdíl od investigativních novinářů, kteří podle filmařů dosahují určitých cílů, je práce televizního pracovníka pouze deskriptivní a není k ní potřeba žádných speciálních dovedností, kromě reprezentativního vzhledu, schopnosti číst a příležitostného smyslu pro humor.

V rámci jednotlivých skupin novinářů mohou tedy být pozorovány jisté podobnosti, ale je otázkou, zda se zkoumané postavy shodují alespoň v určitých bodech i napříč skupinami.

Pokud jde o poměr mužských a ženských protagonistů, lze pozorovat lehkou převahu v zastoupení mužů. Jsou to zpravidla starší zkušení žurnalisté, kteří se v branži pohybují již několik let. Vzhledově se v analýze projevil rozdíl mezi novináři, jejichž pole působnosti se nachází v novinách nebo časopisech, a těch, kteří vystupují před kamerou. První zmínění jsou vzhledově spíše nenápadní, jejich oblečení působí nudně až neupraveně a neoplývají ani nadprůměrnou fyzickou atraktivitou. Na rozdíl od mužů jsou ženské představitelky zpravidla mladé a atraktivní ženy. Jejich oblečení ovšem není přehnaně vyzývavé, naopak často vyznávají mužský styl.

Charakterově by se dalo o filmových postavách novinářů říci, že jsou velice cílevědomí a ctizádstiví. Jejich odhodlanost dosáhnout určeného cíle je obdivuhodná, ať už se jedná o dopadení zločince, vyřešení případu, zproštění viny obžalovaného, záchranu časopisu nebo vlastní kariérní postup. Pro dosažení daného cíle jsou ochotni obětovat téměř vše, co je v jejich silách, a nebojí se při tom ani odporovat autoritám. Ve všech analyzovaných filmech, jejichž příběh by vyžadoval asistenci policie, se novinář snaží její zásah co nejvíce oddálit. Ve vztahu k ostatním autoritám, například k přímým nadřízeným, mají protagonisté ve většině případů kladný až přátelský vztah, někdy provázený již zmíněnou ironií a nedostatečnou dávkou respektu.

Z hlediska rodinných a sociálních vztahů převažuje spíše model osamělé postavy, která se straní buďto dobrovolně anebo byla rodinou či přáteli opuštěna. Především v řadách investigativních novinářů převládá obraz samostatného bojovníka za právo a pravdu. Novináři pohybující se ve sférách celebrit a životního stylu jsou

společensky a rodinně situování o něco lépe a největší důraz na sociální vztahy kladou jednoznačně televizní hlasatelé a reportéři.

Očekávané hodnoty jako pravda, novinářská etika nebo instinkt se objevují pouze ve filmech o investigativních novinářích a v ostatních dvou skupinách se tyto zásady téměř nevyskytují. Novinářská etika je postavami žurnalistů opakovaně porušována, ale vždy s dobrým úmyslem, který nakonec smaže nejružnější novinářova provinění.

Zřejmě nejznámějším stereotypem o novinářích je jejich vášeň pro alkohol, cigarety, černou kávu a ženy. Na tuto problematiku je vhodné nahlížet z genderově oddělených pohledů (muži jsou většinou starší a zkušenější a ženy z pravidla mladé a atraktivní, muži více kouří a pijí a ženy jsou abstinentky a nekuřačky). Z mužských protagonistů se pouze tři oddávají všem zmíněným neřestem, ostatní se jim buďto naprosto vyhýbají nebo k nim mají umírněný vztah. Ženy jsou naopak všech zmíněných zlovyků ušetřeny (až na jednu výjimku) a mají k návykovým látkám spíše negativní a odmítavý vztah. Lze tedy vyvodit, že ve většině zkoumaných filmových děl nejsou stereotypy o novinářích kuřácích a alkoholících zdůrazňovány. Dalo by se ovšem říci, že je potvrzen stereotyp o investigativním novináři-hrdinovi, který je ochoten obětovat cokoli proto, aby se dobral pravdy a učinil zadosť právu. Stejně tak by se dala považovat za potvrzenou i stereotypizace televizních hlasatelů a reportérů jako přihlouplých loutek, které jsou všem jen pro smích.

Co se týče vnímání postav novinářů ostatními postavami, lze pozorovat určité společné rysy opět jen v rámci jednotlivých skupin, ale jako celek bychom museli názory ostatních hodnotit jako příliš rozdílné, aby bylo možné dojít k nějakému konsenzu. Investigativní novináři jsou ostatními postavami převážně vnímáni jako workoholictví podivíni, kteří mají často bláznivé nápady a jsou schopni se nadchnout pro cokoli. Žurnalisté věnující se životnímu stylu a celebritám jsou natolik nehomogenní a nepočtenou skupinou, že není možné vyvozovat v tomto směru jakékoli závěry. Televizní hlasatelé a reportéři jsou ostatním postavám spíše pro smích, zpravidla nejsou bráni vážně a jsou považováni za přihlouplé. Televizní hlasatel se jako loutka objevuje hned několikrát a protipól zde tvoří opět investigativní novinář, zobrazený jako nesmírně samostatný a neprůměrně inteligentní člověk, který stačí na vyřešení každého případu.

Posledním důležitým aspektem výsledků analýzy je rozdělení protagonistů na kladné a záporné hrdiny. Jak již bylo řečeno, může být toto vnímání poněkud subjektivní, ale je důležité ho co nejpřesněji zhodnotit, především proto, že se někteří lidé domnívají, že je novinářům ve filmech křivděno. Pokud zhodnotíme vzorek třinácti zkoumaných filmů, je pouze jeden z protagonistů jednoznačně záporným hrdinou. Ostatní novináři i přes některé neřesti nebo klopýtnutí vycházejí z narace jako kladní hrdinové.

Celkově je nutno říci, že z poměrně nízkého počtu dostupných vzorků zkoumaných filmů z daného období nelze vyvodit jasné závěry o tom, jak jsou novináři ve filmech zobrazováni. V daných filmových dílech je, nezávisle na rozdělení do skupin, zobrazena poměrně široká škála různých charakterů, které jsou adaptovány na daný žánr, respektive na daný příběh, a postavy vykazují nejrůznější charakterové vlastnosti, které nelze v rámci analýzy pro tuto práci jako celek paušalizovat. Lze tedy najít drobné podobnosti v rámci analýzy určitých skupin novinářů, ale rozdíly bychom museli prohlásit za převažující. Je ovšem důležité si uvědomit, že postavy filmových novinářů jsou odrazem vnímání filmových tvůrců a tento jejich obraz je zpětně přijímán společností. Vytváří se tak určitý koloběh, ve kterém má každý poměrně jasnou představu o tom, kdo a co je novinář, aniž by se s nějakým kdy setkal.

Summary

Analyzing the image of a journalist in popular culture is a creative and interesting means of understanding the way journalism is perceived by the wider public. Most people have an exact opinion on what a real journalist is all about, even though they have never met one in real life. Where does this image come from? It is mainly the result of various images spread through the media, and also the ones based in fiction. In contemporary societies, movies have a much wider scope than, for example novels, and are therefore one of the leading forms of media to influence public opinion on journalism and their members. The way journalists are portrayed by film-makers forms the way people feel about journalists and influences the amount of trust put in them by the public. Film-makers might often not even realize that the image they are spreading has mostly probably already arisen from an image created by the media and not from personal experience.

The main objective of this thesis was to describe, analyze and evaluate the characters of journalists appearing in a series of chosen Hollywood films produced in the time period from 1997 to 2007. The selected motion pictures were divided into three groups according to the nature of the protagonist's journalistic occupation. This division has proved to be less ambiguous than a division based on movie genre or other criteria. Investigative journalists, celebrity and lifestyle journalists and last but not least television anchormen and reporters have been analyzed within their group and a number of conclusions have been made.

Investigative journalists proved to be the most homogenous of the analyzed groups. The members belonging to this group seem to have an extremely strong sense of urgency and responsibility; they are willing to sacrifice anything in order to protect society or uncover injustice. For this category of journalists, it is notable that the storylines are mostly built and based upon the workings of an investigative journalist. The second group of journalists, dealing with celebrities and lifestyle, is on the other hand the least homogenous, and it proved as problematic when making conclusions from this group's characteristics. The scopes and positions of the analyzed group of journalists are very different, and therefore, this unusual category proved as the least functional for the purpose of this thesis. Television anchorman and reporters have more

in common than the previous group, yet the storyline is often not based on the work of the journalist, but focuses on their private lives. The fact that a very substantial percentage of films about news anchors and reporters fall under the genre of comedy already prompts that the way they are portrayed is not the most serious. Journalist appearing on television can, generally speaking, be described as simple minded, good looking puppet-like people, who report about unimportant everyday things.

Looking at the way the genders are portrayed, one could conclude that male journalists are more likely to be characters who are a bit older, have a lot of experience, and don't care about their physical appearance. Female journalists on the other hand are more likely to be young, very attractive, and blonde. Men, like women, are portrayed as both intelligent depending on the above mentioned groups. While almost all of the women are non-smokers and don't consume a lot of alcohol, some of the men are inclined to both of these habits.

Generally speaking, there are certain details that can be considered common denominators for most of the journalists analyzed, but most similarities are to within the individual groups. The often made assumption that journalists are only portrayed as foul mouthed heavy drinking smokers who invent things to be successful, cannot be confirmed by the outcome of the analysis of this thesis. On the contrary; a considerably high percentage of journalists represented in films between the years of 1997 and 2007 would have to be considered heroes, as opposed to the hardly occurring villains.

Použitá literatura

ANDREW, Dudley. *Concepts in film theory* [online]. Oxford: Oxford University Press, 1984 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10087160>>.

ALTMAN, Rick. *Film/genre*. London: BFI Publishing, 1999, x, 246 p. ISBN 08-517-0717-3.

APPEL, Markus a Tobias RICHTER. Persuasive Effects of Fictional Narratives Increase Over Time. *Media Psychology* [online]. 2007, roč. 10, č. 1 [cit. 2013-04-01]. ISSN 1532-785X. DOI: 10.108/15213260701301194. Dostupné z: <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:3PASO3JRIZQJ:www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/persuasive_effects_of_fictional_narratives_increase_over_time.pdf+&hl=nl&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEESib6ZQFV52FMibS26v62wvyhqeNqrfPWZO48UofYdUZbjjvXJY9pZb_z4H-tO5FRVIXALdXdAlI95DBnfjIWdZr_axUx1n7aFx6OMZtded_dEfERafh3p6KrqsR4_Bdke7CI4yz&sig=AHIEtbSc2CKSeCx-f_2vED7Z_4IOVK9_PQ>.

BEN-SHAUL, Nitzan S. *Film: the key concepts* [online]. Oxford: Berg, 2007. The key concepts [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10367532>>.

BERGER, Peter L. a LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. 214 s. ISBN 80-85959-46-1.

BOLAS, Terry. *Screen education: from film appreciation to media studies* [online]. Bristol: Intellect, 2009 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10275514>>.

BOORSTIN, Daniel J. *The Image: or what happened to the American dream*. New York: Atheneum, 1961. ix, 315 s.

BOORSTIN, Daniel J. *The image: a guide to pseudo-events in Amerika*. New York: Vintage Books, 1992. x, 319 s. ISBN 0-679-74180-1.

BORDWELL, David a THOMPSON, Kristin. *Umění filmu: úvod do studia formy a stylu*. 1. vyd. V Praze: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2011. 639 s. ISBN 978-80-7331-217-6.

BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

Cameron Crowe biography. A+E NETWORKS. *Biography.com: the Web's best bios* [online]. United States, 2013 [cit. 2013-05-21]. Dostupné z: <<http://www.biography.com/people/cameron-crowe-9542591>>.

CARR, David. The Devil Wears Teflon. THE NEW YORK TIMES COMPANY. *The New York Times* [online]. July 10, 2006 [cit. 2013-05-21]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2006/07/10/business/media/10carr.html>

CASETTI, Francesco. *Filmové teorie 1945-1990*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, 2009. 406 s. ISBN 978-80-7331-143-8.

CONBOY, Martin. *The press and popular culture* [online]. London: SAGE, 2002 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10076777>>.

ČAPEK, Karel. *Jak se co dělá: Jak se dělají noviny. Jak se dělá film. Jak vzniká divadelní hra*. Praha: Olympia, 2010. ISBN 978-80-7376-215-5.

CIEL, Martin. *Slovenské divadlo: REVUE DRAMATICKÝCH UMĚNÍ* [online]. 60. vyd. Bratislava: SAV, 2012 [cit. 2013-04-20]. ISBN 1336-8605. Dostupné z: <<http://www.sav.sk/journals/uploads/01111326divadlo%2001-12.pdf>>.

DEBORD, Guy. *Společnost spektaklu*. V Praze: Intu, 2007. ix, 157 s. ISBN 978-80-903355-5-4.

DYER, Richard. *The matter of images: essays on representations*. 2nd ed. London: Routledge, 2002, viii, 183 s. ISBN 04-152-5495-7.

EDER, Jens, ed., JANNIDIS, Fotis, ed. a SCHNEIDER, Ralf, ed. *Characters in fictional worlds: understanding imaginary beings in literature, film and other media*. Berlin: De Gruyter, 2010. 596 s. Revisionen: Grundbegriffe der Literaturtheorie; 3. ISBN 978-3-11-023241-7.

EHRlich, Matthew. *Journalism in movies*. University of Illinois Press, 2004. ISBN 978-0-252-07432-5.

FAULSTICH, Werner. *Grundkurs Filmanalyse*. München: W. Fink, ©2002. 222 s. UTB. Medien- und Kommunikationswissenschaft; 2341. ISBN 3-7705-3717-3.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 1999. 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

GITLIN, Todd. *Media unlimited: how the torrent of images and sounds overwhelms our lives*. 1st ed. New York: Henry Holt and Company, 2002. 260 s. ISBN 0-8050-7283-7.

GOLDSMITH, Ben, Susan WARD a Tom O'REGAN. *Local Hollywood* [online]. St Lucia, Qld.: University of Queensland Press, 2010, 296 p. [cit. 2013-05-20]. ISBN 9780702238017. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/docDetail.action?docID=10497418>>.

GOOD, Howard. *Outcasts: The Image of Journalists in Contemporary Film*. Metuchen, N.J.: Scarecrow Press, 1989, viii, 187 p. ISBN 08-108-2162-1.

GOOD, Howard. *Media ethics goes to the movies* [online]. Westport, Conn.: Praeger, 2002 [cit. 2013-05-02]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10023086>>.

GRANT, Barry Keith. *Film genre: from iconography to ideology*. London: Wallflower, 2007. 131 s. Short cuts; 33. ISBN 978-1-904764-79-3.

HALLIN, Daniel C. a MANCINI, Paolo. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 s. Communication, society, and politics. ISBN 0-521-83535-6.

HOLLAND, Patricia. When a woman reads the news, In: *Turningit On-areader in women and media*, Helen Baehr - Ann Gray (ed.), New York, London: Arnold, Martin's Press, 1996. ISBN 0340632208 0340613963.

ISANI, Shaeda. *Journalism FASP & fictional representations of journalists in popular contemporary literature*. ILCEA [online], 11 | 2009 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <<http://ilcea.revues.org/index251.html>>.

JENKINS, Henry. The Image of a Journalist in Popular Culture: An interview with Joe Saltzman (Part One). *Confessions of an Aca-Fan: The official Weblog of Henry*

Jenkins [online]. 2006, March 28, 2013 [cit. 2013-03-29]. Dostupné z: <http://henryjenkins.org/2010/06/hold_the_press_an_interview_wi.html>.

JIRÁK, Jan. *Média, stereotypy, menšiny, cizinci a my všichni*. In: Nečitelní cizinci. Jak se (ne)píše o cizincích v českém tisku. Praha: Multikulturální centrum Praha, 2003.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan, ed., KÖPPLOVÁ, Barbara, ed. a WOLÁK, Radim, ed. *Česká novinářka: k postavení a obrazu novinářek v českých médiích*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2011. 166 s. ISBN 978-80-262-0056-7.

JONES, Sarah. *Film* [online]. London: Discovery Books Limited, 2002 [cit. 2013-03-20]. ISBN 9781583402566. Dostupné z: <http://books.google.com/books?id=0RgeNYtMINgC&printsec=frontcover&dq=film&hl=nl&sa=X&ei=y4VJUcBtxKY9wq-AkAM&ved=0CDsQ6wEwAQ>.

KELLNER, Douglas, ed. a DURHAM, Meenakshi Gigi, ed. *Media and cultural studies: keywords*. Rev. ed. Malden, MA: Blackwell, 2006. 755 s. *Keywords in cultural studies*; 2. ISBN 978-1-4051-3258-9.

KOPAL, Petr *Film a dějiny*. Vyd. 1. Editor Petr Kopal. Praha: Lidové noviny, 2004, 406 s. ISBN 80-710-6667-2.

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

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vydání první. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2008. 174 s. ISBN 978-80-246-1578-3.

MARSHALL, P. David, ed. *The celebrity culture reader*. New York: Routledge, 2006. xiv, 853 s. ISBN 0-415-33792-5.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 9788071788409.

MCNAIR, Brian. *Journalists in film: heroes and villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd, 2010. ISBN 978-0-7486-3447-7.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9.

MINEO, Mike. *STILLWATER, LED ZEPPELIN & CAMERON CROWE: THE TRUE STORY BEHIND 'ALMOST FAMOUS'* [online]. April 21, 2013 [cit. 2013-05-21].

Dostupné z: <<http://concerttour.org/stillwater-led-zeppelin-cameron-crowe-the-true-story-behind-almost-famous.php>>.

MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2004. 735 s. Albatros Plus; 35. ISBN 80-00-01410-6 .

MUKERJI, Chandra, ed. a SCHUDSON, Michael, ed. *Rethinking popular culture: contemporary perspectives in cultural studies*. Berkeley: University of California Press, 1991. vii, 501 s. ISBN 0-520-06892-0.

NEALE, Stephen. *Genre and Hollywood* [online]. London: Routledge, 2000.

Sightlines [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10099088>>.

OSVALDOVÁ Barbora a HALADA Jan a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.

PONDĚLÍČEK, Ivo. *Svět k obrazu svému: příspěvky k filmovému vědomí a videokultuře 1962-1998*. Vyd. 1. Praha: Národní filmový archiv, 1999. 356 s. Knihovna Iluminace; 12. ISBN 80-7004-097-1.

PÜRER, Heinz a Johannes RAABE. *Medien in Deutschland*. 2. vyd. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 1996. Bd. 1: Presse. ISBN 3-89669-000-0.

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SALZMAN, Joe. *Analyzing the images of the journalist in popular culture: a unique method of studying the public's perception of its journalists and the news media*. The Image of the Journalist in Popular Culture Journal. University of Southern Carolina [online]. 2005 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <<http://ijpc.org/uploads/files/AEJMC%20Paper%20San%20Antonio%20Saltzman%20005.pdf>>.

SCHWEINITZ, Jörg. *Characters in fictional worlds: understanding imaginary beings in literature, film, and other media* [online]. New York: De Gruyter, 2010. Revisionen. Grundbegriffe der Literaturtheorie; 3 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10435683>>.

SCHWEINITZ, Jörg. *Film and stereotype: a challenge for cinema and theory* [online]. New York: Columbia University Press, 2011. Film and culture [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <<http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10465603>>.

SMITH, Murray, ed. a ALLEN, Richard, ed. *Film theory and philosophy*. Oxford: Oxford University Press, 2003. 474 s. ISBN 0-19-815988-9.

SPARK, David. *Investigative reporting: a study in technique*. Boston: Focal Press, 1999, xii, 271 p. ISBN 02-405-1543-9.

ŠAFR, Jiří. *Životní styl a sociální třídy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeby*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2008. 165 s. ISBN 978-80-7330-154-5.

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

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

TUCHMAN, Gaye. *Making news. a study in the construction of reality*. New York: The Free Press, 1980. ISBN 978-0-02-932960-3.

TUNSTALL, Jeremy. *Journalists at Work*. London: Constable, 1971. ISBN 9780094577107.

UNIVERZITA KARLOVA. *Velký sociologický slovník. I, A-O*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996. 747 s. ISBN 80-7184-164-1.

UNIVERZITA KARLOVA. *Velký sociologický slovník. II, P-Ž*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996. s. 749-1627. ISBN 80-7184-310-5.

WAHL-JORGENSEN, Karin, IANITZSCH, Thomas. *handbook of journalism studies*. [online] Google Books. 2008 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://books.google.cz/books?id=PbKP4yl0TT0C&printsec=frontcover&hl=cs#v=onepage&q&f=false>.

WEAVER, David H, G WILHOIT. *The American journalist: a portrait of U.S. news people and their work*. 1. vyd. Bloomington: Indiana University Press, c1986, viii, 216 p. ISBN 02-533-0602-7.

WEAVER, David H. a Cleveland G. WILHOIT. *The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millennium* [online]. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates, 2007, 291 p. [cit. 2013-04-13]. ISBN 08-058-5383-9. Dostupné z: http://books.google.cz/books?id=CUatL_DSyTtC&printsec=frontcover&dq=american+journalist+in+the+21&hl=nl&sa=X&ei=cXNpUdvFLonw4QSUIIDYCw&ved=0CD EQ6AEwAA#v=onepage&q=american%20journalist%20in%20the%2021&f=false.

ZABILANSKÝ, Tomáš. Filmové žánry: definice, typy, příklady. *Filmový časopis 25fps* [online]. Nový Jičín, č. 1, 25. duben 2007 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <<http://25fps.cz/2007/filmove-zanry-%E2%80%93-definice-typy-priklady/>>.

ZOLLO, Paul. *hollywood remembered: an oral history of its golden age* [online]. 2. vyd. Maryland: Taylor Trade Publishing, 2011 [cit. 2013-03-24]. ISBN 978-1-58979-614-0. Dostupné z: <<http://books.google.cz/books?id=AtEYBrGpGZwC&printsec=frontcover&dq=history+of+hollywood&hl=nl&sa=X&ei=Eu5OUZLwBcOL4AS9roCwBQ&ved=0CF4Q6AEwCQ>>.

Seznam příloh

Příloha č. 1: *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* (plakát)

Příloha č. 2: *Pravda zabíjí* (plakát)

Příloha č. 3: *Život Davida Galea* (plakát)

Příloha č. 4: *Sólokapr* (plakát)

Příloha č. 5: *Na pokraji slávy* (plakát)

Příloha č. 6: *Ďábel nosí Pradu* (plakát)

Příloha č. 7: *Interview* (plakát)

Příloha č. 8: *Město šilenců* (plakát)

Příloha č. 9: *Život nebo něco takového* (plakát)

Příloha č. 10: *Božský Bruce* (plakát)

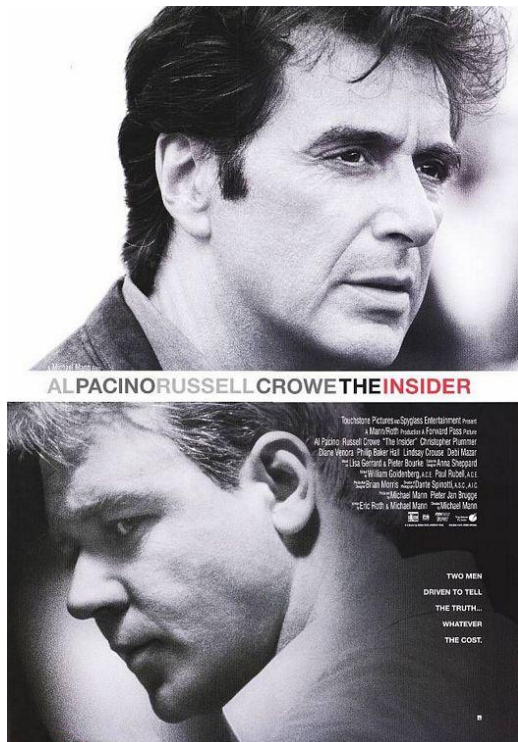
Příloha č. 11: *Zprávař: Příběh Rona Burgundyho* (plakát)

Příloha č. 12: *Bridget Jones: S rozumem v koncích* (plakát)

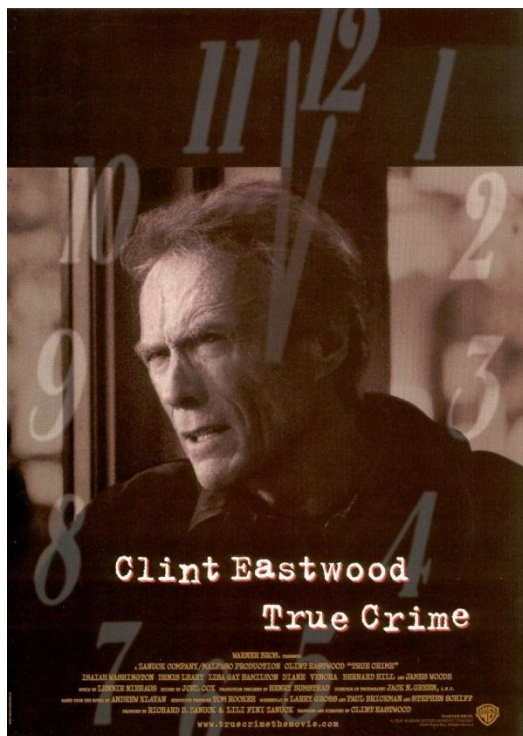
Příloha č. 13: *Pan Rosnička* (plakát)

Přílohy

Příloha č. 1: *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* (plakát)

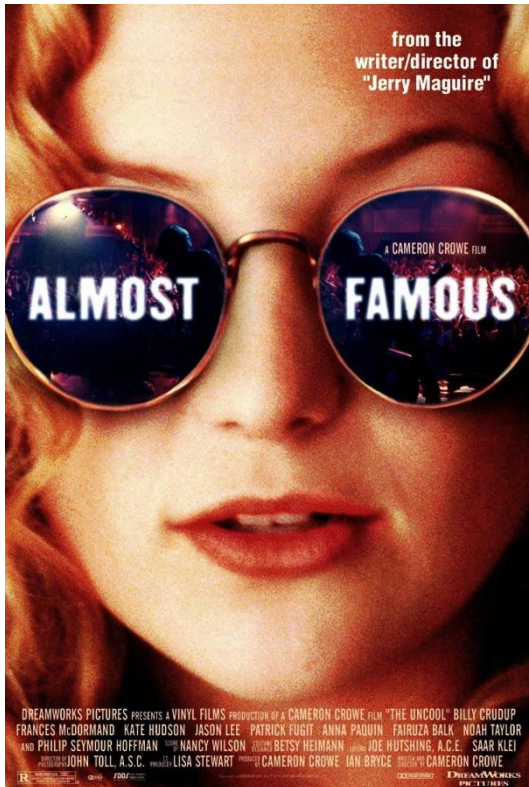


Příloha č. 2: *Pravda zabíjí* (plakát)

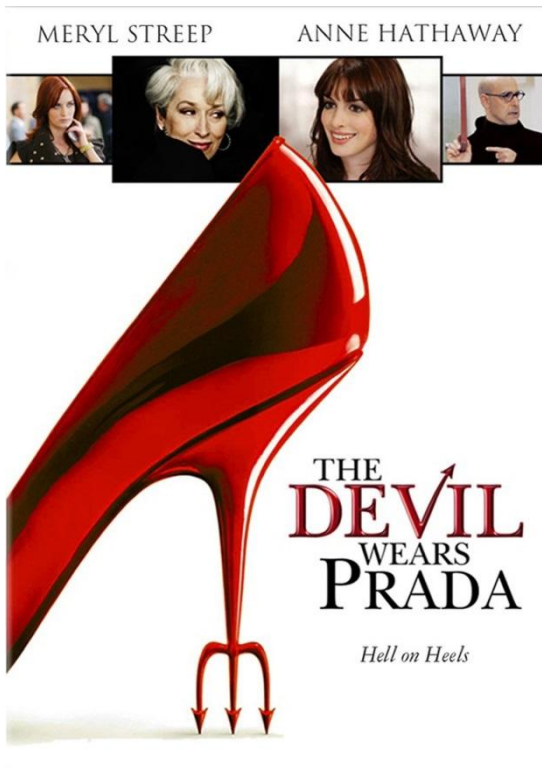


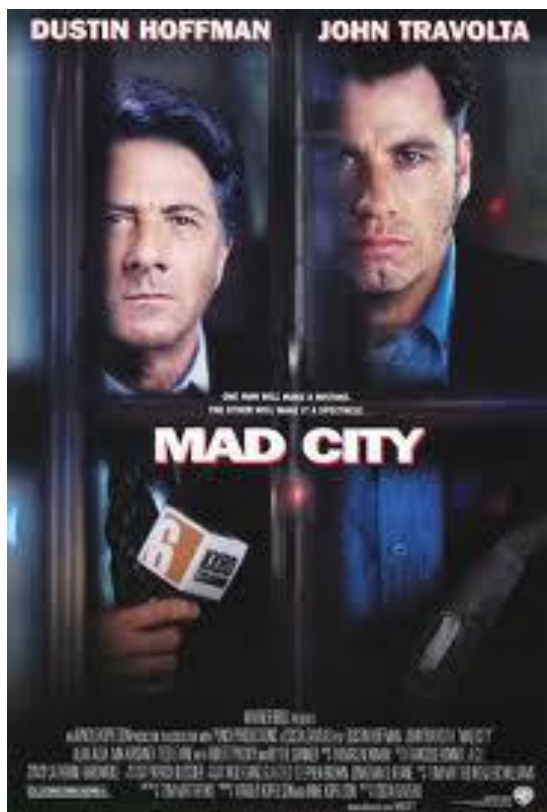
Příloha č. 3: *Život Davida Galea* (plakát)Příloha č. 4: *Sóllokapr* (plakát)

Příloha č. 5: Na pokraji slávy (plakát)

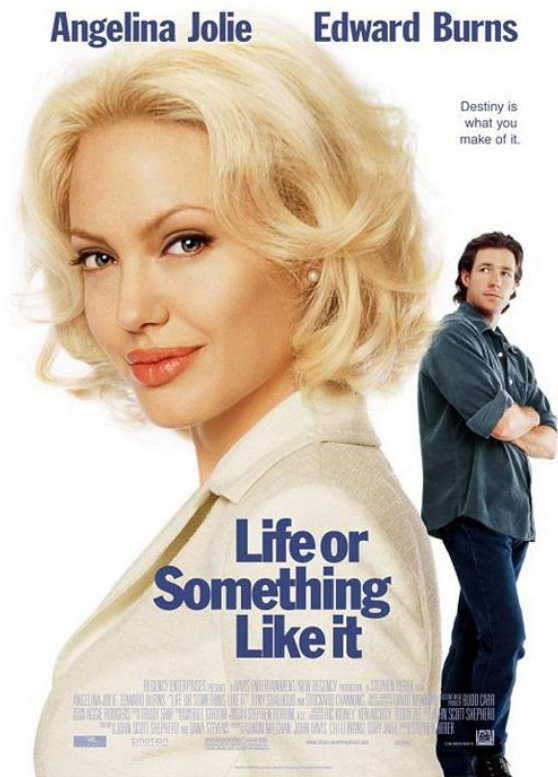


Příloha č. 6: Ďábel nosí Pradu (plakát)

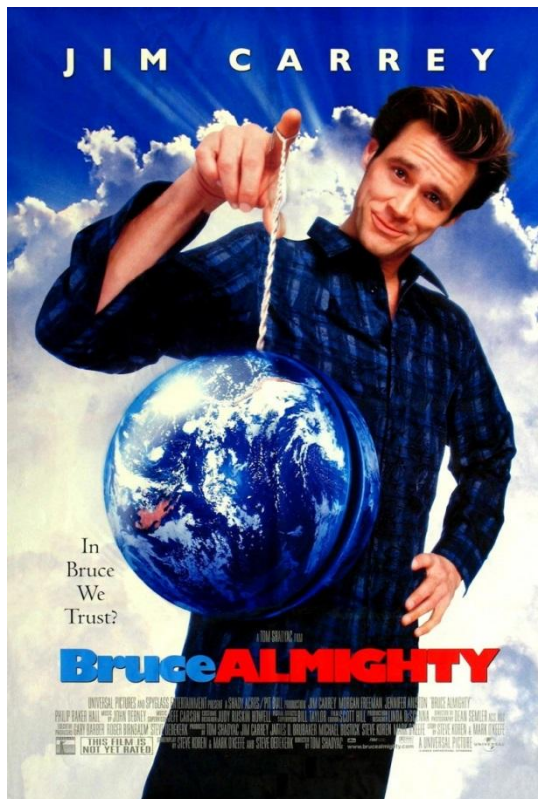


Příloha č. 7: *Interview* (plakát)Příloha č. 8: *Město šilenců* (plakát)

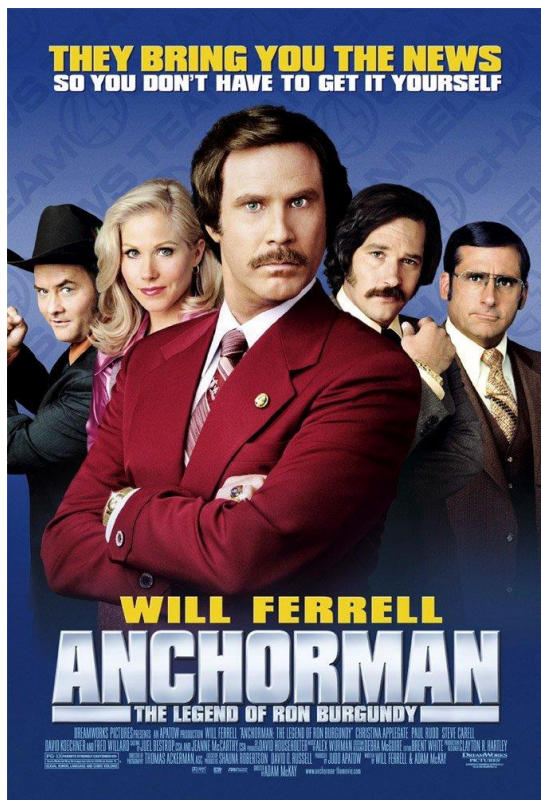
Příloha č. 9: *Život nebo něco takového* (plakát)



Příloha č. 10: *Božský Bruce* (plakát)



Příloha č. 11: *Zprávař: Příběh Rona Burgundyho* (plakát)



Příloha č. 12: *Bridget Jones: S rozumem v koncích* (plakát)



Příloha č. 13: *Pan Rosnička* (plakát)