

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Bc. Jitka Jarošincová**

**Fotografie jako součást komplexního  
komunikátu ve zpravodajství českých deníků**

*Diplomová práce*

Praha 2016

Autor práce: **Bc. Jitka Jarošincová**

Vedoucí práce: **PhDr. Alena Lábová, PhD.**

Rok obhajoby: 2016

## **Bibliografický záznam**

JAROŠINCOVÁ, Jitka. *Fotografie jako součást komplexního komunikátu ve zpravodajství českých deníků*. Praha, 2016. 136 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová, Ph.D.

## **Abstrakt**

Tématem práce je dodržování novinářské etiky ze strany dvou seriózních českých deníků – Mladé fronty DNES a Hospodářských novin, v případě informování veřejnosti prostřednictvím komplexních komunikátů, jejichž součástí je novinářská fotografie. Vzorek výzkumu je omezen na domácí a zahraniční zpravodajství vydávané celostátně. Zkoumaným obdobím je březen 2014. Hodnocenou proměnnou je vztah mezi významy jednotlivých složek daných komunikátů (titulku, popisku, snímku a souvisejícího článku), které by - protože se všechny podílí na výstavbě společného smyslu sdělení, jež má být věrným obrazem skutečnosti - měly vůči sobě vykazovat princip harmonie a substituce.

Výzkumné jednotky jsou analyzovány pomocí sémiotické analýzy na úrovni denotace a konotace. K výkladu jednotlivých znaků jsou použity znalosti sociální a vizuální sémiotiky, sémantiky a pragmatiky. V závěru je výzkum porovnán se zjištěními bakalářské práce Magdy Polmanové, která se zabývala téměř stejným tématem na stejném materiálu, avšak z roku 2011. Výsledkem mého výzkumu jsou zjištění, kolikrát došlo v daném období k uveřejnění nekoherentních komplexních komunikátů, jak se jejich počty lišily mezi danými periodiky, jak se jejich množství změnilo od roku 2011, jaké vzorce vztahů mezi sebou jednotlivé složky vykazovaly, jaké principy novinářské etiky byly porušeny a jaký dopad na společnost mají z pohledu mediálních studií.

K tématu byla zpracována příslušná teoretická část zabývající se teorií fotožurnalistiky, výkladem významů jazykových a obrazových kódů a etikou.

## **Abstract**

My diploma thesis deals with respecting the journalism ethics by two most read general-interest newspapers in the Czech Republic - Mlada fronta DNES and Hospodarske noviny, when using complex communicate including a news photo. My research sample contained just breaking news (home and world) published nationwide in March, 2014. A relationship between meanings of particular parts in complex communicates (the headline, the caption, the photo and the article) and has been my variable that I was searching for within the sample. As all the parts work together in building one sense, which should represent a reality, I suppose, that meanings of these parts should show a relationship of harmony and substitution within one complex communicate. I used semiotic analysis to analyse meanings within a communicate, both denotation and connotation level. I applied my knowledge of social and visual semiotics, semantics and pragmatics to explain the meanings of individual signs. At the end of my research I compared results of my analysis to outcomes of Magda Polmanova's research - a former Charles University student that dealt with almost the same topic as me in her bachelor thesis, analysing the same dailies however from 2011.

The findings of: How many times have these dailies published complex communicates that weren't coherent inside?, How did the results differ among Hospodarske noviny and Mlada fronta DNES?, How did their number change compared to results from 2011?, What kind of relationships did particular parts between each other show within those defective communicates?, What journalism standards have been broken? and What impact do they have on Czech society in the perspective of media studies?; are the results of my research.

I included a theoretical background relating to photojournalism, visual and verbal signs interpretation and media ethics in my thesis as well.

## **Klíčová slova**

Fotografie, fotožurnalistika, komplexní komunikát, harmonie kódů, substituce kódů, Mladá fronta DNES, Hospodářské noviny, novinářská etika, informační kvalita, sémiotická analýza.



## **Keywords**

Photography, photojournalism, complex communicate, harmony of codes, substitution of codes, Mlada fronta DNES, Hospodarske noviny, journalism ethics, information quality, semiotic analysis.

**Rozsah práce:** 216 124 znaku

## **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 4. 1. 2016


Bc. Jitka Jarošincová

## **Poděkování**

Mé poděkování patří mým přátelům - Ing. Kristýně Sataryové, která se s důkladností ujala role mé manažerky ve věci motivace, dodržování harmonogramu a kontroly odvedené práce, a Ing. Janu Svitlíkovi, jenž mi vytvořil podmínky, díky kterým jsem byla schopna práci napsat i při plném vytížení v zaměstnání. Bez jejich pomoci by tato diplomová práce snad ani neexistovala.

SCHVÁLENO

Ment

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Jarošincová Jitka	<b>Razítko podatelny:</b>  
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2012/2013	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> jitka.jarosincova@seznam.cz	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální studia/kombinované	
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b> Fotografie jako součást komplexního komunikátu ve zpravodajství českých deníků	
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b> Photography as a part of complex communicate in the news of Czech dailies	
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) ZS 2014/2015	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků): Má diplomová práce je příspěvkem do početné rodiny publikací, výzkumů a kvalifikačních prací zabývajících se studiem obsahu mediálních sdělení. Studium obsahu mediálních sdělení vychází z předpokladu, že média, prostřednictvím obsahů, které produkují, mají vliv na společnost. Že mají schopnost formovat veřejné mínění, ovlivňovat naše vnímání skutečnosti a konstituovat a potvrzovat naši kulturu. Díky této víře vzniká mnoho výzkumů, které sledují, jakým tématům se média věnují, kolik jim dávají prostoru a jak určité informace interpretují. A proto také existuje regulační a samoregulační politika v podobě etických kodexů novinářů, jejichž snahou je zachovat objektivitu. Většina výzkumů zpracovaných na toto téma se věnuje analýze mediálních sdělení ve formě textu, já bych však ráda přispěla analýzou komplexního komunikátu, jehož součástí je novinářská fotografie. Fotografie je už sama o sobě studnicí zakódovaných sdělení. Novinářská fotografie, jež má ještě v souvislosti s textem podat informaci o určité události, představuje ohromné množství komunikovaných sdělení a poskytuje médiím větší prostor pro „uplatnění své moci.“ Proto jsem se jala zkoumat, jestli je vždy význam textu shodný s významem ilustrující fotografie, nebo jestli existují i případy, kdy dochází tímto způsobem k porušování objektivitě ze strany deníků. Tématem novinářské fotografie jako součásti komplexního komunikátu se již zabývala ve své práci v r. 1999 studentka UK, L. Hesová. Cílem její práce však bylo zjistit, na kolik se žurnalistická fotografie podílí na celkové výstavbě komplexního komunikátu, a do jaké míry reprezentuje komunikační strategii deníku. Téma vztahu obrazu a textu u zpravodajské fotografie také zpracovávala ve své práci v r. 2012 M. Polmanová, ta se však věnovala pouze vztahu významu fotografie a významu titulku a popisku, který k fotografii patřil – neanalyzovala vztah k celému zpravodajského článku. Moje práce je tedy dá se říci navázáním na práci L. Hesové a rozšířením a aktualizací výzkumu M. Polmanové. Cílem je však sledovat objektivitu deníků v těchto typech komplexních komunikátů a pojmout téma z perspektivy mediálních studií.	
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků): Fotografie je sama o sobě sémiotickým kódem přenášejícím mnoho významů. Novinářská fotografie ilustrující zpravodajství v tisku je nadto součástí komplexního komunikátu, skládajícího se ze dvou sémiotických kódů – přirozeného jazyka (ve formě textu, který k fotografii patří), a fotografie samotné. Bez textové souvislosti přenáší fotografie v tisku jen poloviční význam. Jelikož mají oba tyto kódy informovat o jedné události, měly by být ve vzájemné shodě a spolupracovat při výstavbě smyslu sdělení (princip harmonie kódů). Pokud se tak neděje, jedná se o porušování objektivitě, tedy	

novinářské etiky, případně může jít o vkládání vlastní interpretace události daným médiem (ať už vědomé či nevědomé), či bulvarizaci.

Cílem mé práce je zjistit, zda dochází ze strany zkoumaných deníků k využívání takto eticky sporných komplexních komunikátů, v nichž význam obsahu zpravodajské fotografie a význam jejího titulku, popisku a článku, jenž se k ní vztahuje, nejsou ve vzájemné shodě. Pokud dochází, v jakém rozsahu se tak v rámci zkoumaného období děje a jak se počet těchto případů liší u zkoumaných deníků navzájem. Výsledky svého výzkumu dále porovnáám se zjištěními výzkumu z roku 2011, kdy bylo podobné téma na stejném vzorku zpracováno naposledy, s cílem zjistit, jaký nastal v dané problematice posun, a vzhledem k tomu, že se jedná o dva nejčtenější seriózní celostátní zpravodajské deníky také zhodnotit, jaké dopady by to pro českou společnost mohlo mít.

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

#### 1. Úvod

- motivace výběru daného tématu, uvedení do problematiky zkoumání obsahů mediálních sdělení ve vztahu k jejich dopadům na společnost, kulturu

#### 2. Novinářská fotografie

- teoretické vymezení novinářské fotografie – její definice, vlastnosti, funkce, žánry, historie užití fotografie v tisku

##### 2.1 Novinářská fotografie a její užití v průběhu let

##### 2.2 Funkce novinářské fotografie a její žánry

#### 3. Novinářská fotografie jako součást komplexního komunikátu o určité události

- teoretické vymezení pojmů znak, kód, komplexní komunikát, vztahy mezi kódy a jejich definice v rámci novinářské fotografie

##### 3.1 Znak, kód, komplexní komunikát

##### 3.2 Kódy a novinářská fotografie

#### 4. Etika zpravodajské fotografie

- vymezení pojmu etika, novinářská etika, objektivita. Co je součástí etiky zpravodajské fotografie a jakými způsoby se lze dopustit jejího porušení? Kdo ovlivňuje soulad s etikou u zpravodajské fotografie – vymezení pojmu gatekeeper a vizuální gatekeeper.

##### 4.1 Etika a novinářská fotografie

##### 4.2 Druhy porušování etiky spojené se zpravodajskou fotografií

###### 4.2.1 Okolnosti vzniku fotografie

###### 4.2.2. Etika zveřejňování

###### 3.2.2.1 Obsah fotografie

###### 3.2.2.2 Grafické uspořádání fotografie a textu na stránce

###### 3.2.2.3 Text k fotografii

###### 3.2.2.4 Zpravodajské hodnoty

###### 4.2.4 Technická manipulace s fotografií - editace

##### 4.3 Gatekeeper a vizuální gatekeeper

#### 5. Předmět výzkumu

- vymezení zkoumaného jevu – jednotlivých částí komplexního komunikátu, jehož součástí je novinářská fotografie, a materiálu, na němž bude zkoumán

##### 5.1 Zkoumaný materiál

##### 5.2 Novinářská fotografie v rubrikách domácího a zahraničního zpravodajství

##### 5.3 Text vztahující se k novinářské fotografii v daných rubrikách

###### 5.1.1 Popisek

###### 5.1.2 Titulek

###### 5.1.3 Vlastní text – zpravodajský článek

#### 6. Metoda výzkumu

- teoretické vymezení, jak dojde ke zjištění a srovnání významu textu a fotografie, kritéria hodnocení

##### 6.1 Význam textu

###### 6.1.1 Význam titulku a popisku



<p>6.1.2 Význam zpravodajského článku</p> <p>6.2 Význam zpravodajské fotografie</p> <p>7. Analýza</p> <p>- výčet a analýza jednotlivých případů, kdy byl porušen princip harmonie kódů textu a fotografie</p> <p>7.1. Eticky sporné zpravodajské fotografie MF Dnes z března 2014</p> <p>7.1.1. Význam titulku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.1.2. Význam popisku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.1.3. Význam článku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.2. Eticky sporné zpravodajské fotografie Hospodářských novin z března 2014</p> <p>7.2.1. Význam titulku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.2.2. Význam popisku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.2.3. Význam článku je v rozporu s významem fotografie</p> <p>7.3 Srovnání eticky sporných zpravodajských fotografií z MF Dnes a Hospodářských novin z března 2014</p> <p>8. Komparace výsledků z r. 2014 a výsledků analýzy z r. 2011</p> <p>- komparace porovnatelných kategorií a její vyhodnocení</p> <p>9. Závěr</p> <p>- zhodnocení výsledků výzkumu, zasazení do diskurzu teorií o účincích médií na společnost, nastínění možných dopadů na českou společnost, nastínění možností dalšího zpracování tohoto tématu</p> <p><b>Vymezení podkladového materiálu</b> (např. titul periodika a analyzované období): Analyzováno bude domácí a zahraniční zpravodajství deníků MF Dnes a Hospodářské noviny v březnu 2014, tedy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MF Dnes – od 1. – 31. 3. 2014, vždy sešit A - titulní strana a rubriky „Z domova“ a „Ze světa“ (zhruba str. 1 – 7, případně 1 - 10)</li> <li>➤ Hospodářské noviny – od 3. – 31. 3. 2014, vždy první sešit - titulní strana a rubriky „Téma“ a „Česko a svět“ (zhruba strany 1 - 6)</li> </ul> <p><b>Metody (techniky) zpracování materiálu:</b> komparace významu jednotlivých slov či textu a významu fotografie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ význam jednotlivých slov, textu bude posuzován prostřednictvím poznatků sémantiky a pragmatiky/výrokové logiky</li> <li>➤ význam fotografie bude vyhodnocen na základě obsahové obrazové analýzy</li> </ul> <p><b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. <i>Sémiotika</i>. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5. Stěžejní publikace vymezující obor sémiotiky jako vědy o jazykových systémech. Věnuje se především jazykovým znakům.</p> <p>HAVRÁNEK, Bohuslav a kol. <i>Slovník spisovného jazyka českého I - IV</i>. Praha: Academia. 1964-1989. Výkladový slovník českého jazyka zpracovaný kolektivem Akademie věd. Bude použit pro analýzu významu slov v titulcích a popisích fotografií.</p> <p>HOFFMANNOVÁ, Jana a Světa ČMEJRKOVÁ. <i>Jazyk, média, politika</i>. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003, 258 s. ISBN 80-200-1034-3. Publikace, která se věnuje lingvistice, ale zároveň i rétorice a teorii argumentace. Bude využita jako teoretický rámec pro analýzu významu textu.</p> <p>CHRISTIANS, Clifford G a Lee WILKINS. <i>The handbook of mass media ethics</i>. New York: Routledge, 2008, xiv, 398 s. ISBN 978-0-8058-6192-1. Publikace se podrobně zabývá mediální etikou posledních 25 let.</p> <p>KOBRÉ, Kenneth a Betsy BRILL. <i>Photojournalism: the professionals' approach</i>. 6th ed. Amsterdam:</p>
--

- Focal Press, c2008, vii, 504 s. ISBN 978-0-7506-8593-1.  
Kniha obsahuje rozhovory s profesionálními fotožurnalisty a příklady z praxe. Zabývá se také technickým vybavením fotografa a mimo jiné poskytuje náhled na zákony, jimž fotožurnalistika podléhá, a trendy v oblasti multimédií.
- KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3.  
Publikace, která představuje silné teoretické zázemí pro oblast analýzy textu. Vymezuje lingvistické pojmy jako význam, reprezentace, informace, recepce, řečové akty, styl, tropy a figury, diskurz,... Dále se věnuje praktickému užití jazyka, argumentaci.
- LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 197 s. ISBN 80-7066-119-4.  
Odborná publikace, která se shrnuje základní pojmy a teorii v oblasti fotožurnalistiky. Bude využita k definici základních výrazů.
- LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6.  
Publikace zachycuje a analyzuje nejznámější případy fotografických podvodů klasického i digitálního věku. Věnuje se etickým normám a kodexům.
- MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6.  
Odborná publikace věnující se sémantice a pragmatice, argumentaci a výrokové logice.
- NEWTON, Julianne H. *The Burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, xv, 217 s. ISBN 0-8058-3376-5.  
Kniha se zabývá rolí fotožurnalistiky v 21. století. Je podrobnou analýzou vývoje role fotoreportáže jakožto stěžejního činitele, který má vliv na definování skutečnosti a vytváření stereotypů.
- PARRISH, Fred S. *Photojournalism: an introduction*. 1st ed. Belmont: Wadsworth, c2002, ix, 390 s. ISBN 0-314-04564-3.  
Kniha plná četných ilustrací. Autorova vize práce fotoreportéra vyplývá z představy pořizování fotografií, jež co nejdříve zachycují skutečnost, ale jsou zároveň vizuálně zajímavé a je do nich promítnut i osobitý styl fotografa.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.  
Slovník mediální komunikace je výčetem a vysvětlením stěžejních pojmů, které jsou v oblasti teorie médií používány. Bude použit k definici základních pojmů či teorií.
- REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8.  
Publikace zabývající se etikou médií jako aplikovanou etikou, která se vyvinula z novinářské etiky.
- ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, 287 s. ISBN 978-1-4129-2191-6.  
Učebnice poskytující teoretické zázemí pro studium vizuální kultury.
- SCOTT, Clive. *The Spoken Image. Photography and Language*. Vyd. 1. London: Reaktion Books. 1999. 356 s. ISBN: 1 86189 032 X. s.10  
Lingvista Scott Clive ve své knize zkoumá vztah jazyka a fotografie, který je pro porozumění a interpretaci jejího významu zásadní.

STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1.

Kniha věnována studiu vizuální kultury. Autoři pojímají média a obrazy v jejich komplexním vztahu a na vizuální obsahy nahlíží optikou Hallovy teorie o zakódování a dekodování.

SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

Kniha se věnuje obsahové analýze mediálních sdělení. Téma uchopuje z hlediska teorie, může sloužit však také jako praktický manuál.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 9788073676834.

Základní publikace shrnující metody, jež se ve výzkumu médií užívají, ať už se jedná o komerční či akademický výzkum. K jednotlivým metodám poskytuje jak teoretická východiska, tak názorné ukázky a popis, jak postupovat při aplikaci dané metody.

VAN LEEUWEN, Theo a Carey JEWITT. *Handbook of visual analysis*. London: Sage Publications, 2002, xii, 210 s. ISBN 0-7619-6477-0.

Odborná publikace, která se podrobně zabývá metodami zkoumání vizuálních obsahů. Poskytuje silný teoretický rámec, ale zároveň může sloužit jako praktická příručka.

**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)

POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2012. 51 listů. Vedoucí práce Alena Lábová.

HESOVÁ, Lada. *Žurnalistická fotografie jako součást komplexního komunikátu*. Praha: s.n., 1999. 146 s., XXIV obr. příl. Vedoucí práce Alena Lábová.

KABÁTOVÁ, Barbora. *Komparace obrazového zpravodajství v českých a dánských denících*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2011. 143 listů. Vedoucí práce Alena Lábová.

SOLDÁTOVÁ, Lucia. *Etika zpravodajské fotografie*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2007. 246 listů. Vedoucí práce Pavel Macků.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Etické aspekty novinářské fotografie v éře nových technologií*. Praha: [S.n.], 2000. 66 s. Vedoucí práce Alena Lábová.

HUSÁROVÁ, Dagmar. *Etika zpravodajské fotografie z tragických událostí*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2011. 95 listů. Vedoucí práce Jan Symon.

KOPPOVÁ, Lenka. *Fotografie v novinách jako prostředek manipulace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. 77 listů. Vedoucí práce Petr Zatloukal.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Obrazová komunikace v tištěných médiích (na příkladu fotografií v denících)*. Praha, 2008. 192 listů. Vedoucí práce Petr Mareš.

NOSKOVÁ, Anna. *Titulní fotografie v českých a zahraničních denících v kontextu zpravodajských hodnot*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2011. 93 listů. Vedoucí práce Alena Lábová.



TRUSINOVÁ, Magdaléna. *Proměny zpravodajských hodnot na příkladu užití fotografie ve zpravodajství českých deníků*. Praha, 2008. 144 listů. Vedoucí práce Alena Lábová.

**Datum / Podpis studenta/ky**

3. 2. 2014

Trusínová

**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 FSV UK vykonávám.**

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

LÁBOVÁ ALENA, PhDr.

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

.....  
**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

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

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

# Obsah

<b>OBSAH.....</b>	<b>1</b>
<b>ÚVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>1 NOVINÁŘSKÁ FOTOGRAFIE.....</b>	<b>7</b>
1.1 <i>Fotografie a její využití v médiích v průběhu let.....</i>	7
1.2 <i>Novinářská fotografie a její klasifikace.....</i>	9
1.2.1 <i>Definice novinářské fotografie a její vlastnosti.....</i>	9
1.2.2 <i>Funkce novinářské fotografie.....</i>	10
1.2.3 <i>Klasifikace novinářské fotografie.....</i>	11
<b>2 KOMPLEXNÍ KOMUNIKÁT A JEHO VÝZNAM.....</b>	<b>17</b>
2.1 <i>Znaky a kódy.....</i>	17
2.2 <i>Význam.....</i>	18
2.3 <i>Komplexní komunikát.....</i>	20
2.3.1 <i>Interpretace významu fotografie.....</i>	22
2.3.2 <i>Interpretace významu textu.....</i>	32
<b>3 ETIKA ZPRAVODAJSKÉ FOTOGRAFIE.....</b>	<b>41</b>
3.1 <i>Co je etika a proč je třeba se jí v souvislosti s významem novinářské fotografie zabývat?.....</i>	41
3.2 <i>Etické a neetické chování ve fotožurnalistice.....</i>	44
3.2.1 <i>Pracovní proces a etika.....</i>	44
3.2.2 <i>Význam fotografie a etika.....</i>	46
3.3 <i>Novinářská etika.....</i>	48
3.3.1 <i>Etické principy.....</i>	49
3.3.2 <i>Informační kvalita.....</i>	49
3.4 <i>Kdo zodpovídá za zabezpečení etiky novinářské fotografie?.....</i>	51
3.5 <i>Prostředky regulace neetického chování v žurnalistice.....</i>	52
3.5.1 <i>Zákonné.....</i>	52
3.5.2 <i>Samoregulace.....</i>	56
<b>4 PŘEDMĚT VÝZKUMU.....</b>	<b>59</b>
4.1 <i>Zkoumaný materiál.....</i>	60
4.1.1 <i>Mladá fronta DNES (dále také MF Dnes či MfD).....</i>	60
4.1.2 <i>Hospodářské noviny.....</i>	63
4.2 <i>Novinářská fotografie v rubrikách domácího a zahraničního zpravodajství.....</i>	64
4.3 <i>Text vztahující se k novinářské fotografii v daných rubrikách.....</i>	65
<b>5 POSTUP A METODY VÝZKUMU.....</b>	<b>65</b>
5.1 <i>Metoda výběru problematických komunikátů.....</i>	67
5.2 <i>Metoda analýzy.....</i>	68
5.3 <i>Metoda vyhodnocení analýzy.....</i>	71
5.4 <i>Metoda porovnání výzkumů.....</i>	71
<b>6 REALIZACE VÝZKUMU.....</b>	<b>72</b>
6.1 <i>Sběr dat – výběr problematických komunikátů.....</i>	72
6.2 <i>Analýza problematických komplexních komunikátů.....</i>	73
6.2.1 <i>Významy složek komunikátu jsou v rozporu na úrovni denotace.....</i>	73
6.2.2 <i>Složky komunikátu jsou v rozporu na úrovni konotace.....</i>	90
6.2.3 <i>Složky komunikátu jsou v rozporu na úrovni denotace i konotace.....</i>	104
6.3 <i>Výsledky výzkumu.....</i>	108
6.4 <i>Zhodnocení výsledků výzkumu.....</i>	110
<b>7 KOMPARACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU S ANALÝZOU KOMUNIKÁTŮ Z R. 2011.....</b>	<b>112</b>
7.1 <i>Výsledky výzkumu M. Polmanové optikou mé metody analýzy.....</i>	113

7.2	<i>Výsledky mého výzkumu optikou výzkumných otázek M. Polmanové</i> .....	114
7.3	<i>Výsledky komparace obou výzkumů</i> .....	115
<b>ZÁVĚR</b> .....		<b>117</b>
<b>SUMMARY</b> .....		<b>119</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....		<b>123</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....		<b>133</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....		<b>134</b>

## Úvod

Stejně jako si zvířata stráží svá teritoria, shodnou biologickou potřebu pozorovat své okolí, zjišťovat si o něm informace, mít přehled, co se v něm děje, má i člověk. K poznávání světa nám slouží smysly. Avšak tím, jak se s pokrokem civilizace rozšířila oblast, o níž bychom rádi měli přehled, přestalo být v lidských silách obstarávat informace o okolním světě svépomocí. To vytvořilo předpoklady pro vznik médií, instituce, která nám požadované znalosti zprostředkuje. Žurnalistika nám tedy pomáhá nabývat informace, které nejsme schopni získat či ověřit si osobně. Z tohoto důvodu se souběžně objevily požadavky etického charakteru – aby zpravodajství přinášelo přesné, nepředpojaté a vyvážené zprávy. Tedy takové, které by byly co nejvěrnějším odrazem objektivní reality. Nejsou to však pouze slova, která podléhají apelu nemodifikované informace. Zpravodajství využívá pro své účely i obrazového jazyka, který se v tištěných médiích nejčastěji vyskytuje formou novinářské fotografie.

Fotografie je sama o sobě studnicí zakódovaných sdělení. Vyjadřuje je komprimovaně, vizuálně atraktivně a tak, že jsou všeobecně srozumitelné. Má však také silnou schopnost události zobecňovat, přitom vždy zobrazuje jen zlomek dané skutečnosti – ukazuje ji tak, jak se ji podařilo fotografovi zachytit v daném okamžiku z určitého pracovního bodu. Jelikož však sama neumí znázornit souvislosti mezi jevy, je v žurnalistice doplňována slovem – ať už se jedná o titulek či text v tištěných periodicích, nebo ústní komentář v televizním zpravodajství, vždy je součástí komplexního komunikátu sestávajícího se ze dvou hlavních složek: přirozeného jazyka a obrazového kódu.<sup>1</sup> Vzhledem k tomu, že zpravodajství by mělo přinášet věrný obraz existující skutečnosti, měly by být významy, které tyto dvě platformy přenáší, ve vzájemné shodě (vykazovat princip harmonie a substituce kódů) a vytvářet jednu celistvou informaci o dané události. To je však ideál, který nemusí platit vždy. S ohledem na současnou redakční praxi, při níž se často používají agenturní fotografie, a na tvorbě jednoho komplexního komunikátu se podílí několik osob, které spolu zpravidla nesdílí stejný čas a prostor a ani nemusí být ve vzájemné komunikaci, může snadno dojít k tomu, že se ke článku přiřadí snímek s jiným významem (ač s aktéry, kterých se zpráva týká), nebo se doprovodnou fotografií zdůrazní informace, které jsou

v rámci daného sdělení pouze okrajové, a tak může být skutečná událost zkreslena. Taková situace může nastat nevědomky, omylem, nebo být cílenou manipulací ze strany tvůrců mediálního obsahu. Přeci jen, média jsou také součástí trhu a řídí se svými ekonomickými zájmy. V honbě za vyššími prodeji může být zkreslování zprávy použitím nesouvisející, avšak poutavé fotografie cílené.

Jelikož se hromadnými sdělovacími prostředky šířená sdělení významnou měrou podílejí na vnímání reality společností, konstituují naši kulturu, vzdělávají publikum a mají tak vliv na utváření a formování názorů lidí, je výzkum komplexních komunikátů tématem, které si podle mého názoru zaslouží pozornost, a proto jsem se mu rozhodla věnovat ve své diplomové práci.

Námětem novinářské fotografie jako součásti komplexního komunikátu se již zabývala ve své práci v r. 1999 studentka Univerzity Karlovy, Lada Hesová. Téma zpracovávala na deníku MF Dnes, který byl, jak píše, již tehdy nejčtenějším deníkem v ČR. Cílem její práce však bylo zjistit, nakolik se žurnalistická fotografie podílí na celkové výstavbě komplexního komunikátu, a do jaké míry reprezentuje komunikační strategii deníku.

Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie také zpracovávala ve své bakalářské práci v roce 2012 studentka Univerzity Karlovy, Magda Polmanová. Ta se však věnovala pouze souvislosti významu fotografie a významu titulku a popisku, který k fotografii patřil – neanalyzovala vztah k celému zpravodajskému článku.

Lze říci, že má práce je navázáním na studii L. Hesové a rozšířením a aktualizací výzkumu M. Polmanové. Mým cílem je sledovat zachovávání etických principů žurnalistiky ve vybraných médiích prostřednictvím studia těchto typů komplexních komunikátů: za pomoci zhodnocení, zda mezi jeho částmi (popiskem, titulkem, obrazem i článkem) funguje princip harmonie a substitute kódu; a objevená zjištění vyhodnotit z perspektivy mediálních studií.

Po nastudování literatury k tématu a započetí praktického výzkumu, jsem přistoupila ke změně struktury práce oproti plánu, který jsem navrhovala v tezi. Respektive, nastíněná témata kapitol byla zachována, ale změnil se jejich

---

<sup>1</sup> LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky - II.: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 197 s. ISBN 80-7066-119-4.

předpokládaný obsah a struktura – tak aby práce zahrnovala jen relevantní myšlenky vzhledem k předmětu a cílům výzkumu.

Pro zpracování tématu jsem vycházela z odborných publikací, které se zabývají teorií i praxí fotožurnalistiky, teorií médií, jazykovědou, řečí obrazů a metodami výzkumu médií.

Za materiál, na kterém budu zkoumat komplexní komunikáty obsahující novinářské fotografie, jsem si vybrala zástupce tištěných médií, jež poskytují průkaznější údaje než např. televizní zpravodajství, kde jsou s verbální stránkou komentáře fotografie organicky spojeny i obtížně hodnotitelné neverbální znaky; a jejichž výzkum by měl být tedy reliabilnější. Konkrétně jsem ke zkoumání zvolila Mladou frontu DNES a Hospodářské noviny - tituly, které ve zkoumaném období i nyní patřily do šestice nejčtenějších celostátních deníků v České republice zaměřených na přinášení zpráv všeobecného zájmu<sup>2</sup> a jež jsou považovány za seriózní, což znamená, že by případné porušení novinářské etiky z jejich strany mělo o to významnější dopad na společnost.

Jmenovitě jsem se zaměřila na domácí a zahraniční zpravodajství, které by mělo přinášet pravdivé informace postavené na faktech, nikoliv názorech. U MF Dnes se tudíž jednalo o sešit A, který obsahuje titulní stranu a rubriky s názvem „*Z domova*“ a „*Ekonomika*“, a B s tematikou „*Ze světa*“, a u Hospodářských novin byly centry mého zájmu části pojmenované hesly „*Téma*“ a „*Česko*“ a „*Svět*“, které se nachází v obou sešitech. Za analyzované období jsem zvolila březen 2014, a to z toho důvodu, abych mohla svá zjištění porovnat s výsledky výzkumu Magdy Polmanové, která svoji práci prováděla na stejném vzorku v březnu 2011.

V takto definovaném vzorku jsem hodnotila všechny novinářské fotografie a text, který se k nim vztahuje (popisek, titulek i zpravodajský článek), z hlediska významu: Prostřednictvím poznatků sémantiky a pragmatiky jsem určila význam slovního doprovodu a za pomoci sociální a vizuální sémiotiky stanovila význam obrazové části daného komplexního komunikátu. Významy těchto dvou složek jsem porovnávala a zjistila, jestli mezi nimi platí principy harmonie a substituce kódů či

---

<sup>2</sup> Odhad čtenosti tisku – Media Projekt, 4. čtvrtletí 2013 a 1. čtvrtletí 2014. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR. © 2013, 6. 6. 2014 [citováno 16. 6. 2014]. Dostupný z: [http://www.unievychavatelu.cz/gallery/files/MP\\_4-1-2014-Prezentace\\_v03mh.pdf](http://www.unievychavatelu.cz/gallery/files/MP_4-1-2014-Prezentace_v03mh.pdf)

nikoliv. Výsledkem mé práce tedy je zjištění, kolikrát došlo v březnovém zpravodajství těchto deníků k eticky nevhodnému zobrazení určitých událostí, jak se dané výsledky navzájem liší mezi vybranými tituly, a kam se situace posunula od roku 2011, kdy podobný výzkum prováděla M. Polmanová. V závěru jsem se na svá zjištění podívala optikou teorií o účincích médií a vyvodila, jaké dopady mohou odhalené poměry na českou společnost mít.

# 1 Novinářská fotografie

## 1.1 Fotografie a její využití v médiích v průběhu let

Když si položíme zdánlivě jednoduchou otázku *Co je fotografie?*, najdeme na ní v literatuře bezpočet odpovědí. Některé reflektují spíše její vlastnosti, schopnosti či význam, který pro společnost má – říkají, že je *dokladem o existenci objektu, řečí dnešního světa, interpersonální komunikací*, nebo používají doslovný překlad z původního názvu v řečtině a definují ji jako *psaní světlem*. Nepostihují však to, čím ze své podstaty s určitostí je. „*Fotografie je vizuální médium.*“<sup>3</sup> „*Je to způsob zobrazování objektů působením světla na fotografickou citlivou vrstvu prostřednictvím fotografického přístroje.*“<sup>4</sup>

Pojmenování „fotografie“ dal nové technice zobrazování do vínku anglický královský astronom John Herschel. Jak píše Fred S. Parrish, vznik fotografie předznamenal vynález kamery obscury (s jejíž myšlenkou přišel již Aristoteles, ale dále byla rozvinuta až v 17. století) a několika dalších objevů v průběhu 18. století, o něž se především zasloužili Johann Heinrich Schulze, Thomas Wedgwood a již zmíněný Sir John Herschel. První fotografii však pořídil až kolem roku 1827 Francouz Joseph Niépce, který zachytil pohled z okna na statku v Gras. Devatenácté století přineslo další významné objevy, které posunuly fotografii blíže k praktickému využívání. K první fotografické technice, daguerrotypii, přibýly další, především kalotypie Williama Henryho Foxe Talbota (systém pozitiv-negativ), zdokonalily se fotografické přístroje a byla vynalezena nová příslušenství (např. expozimetr, bleskový prášek a tiskový papír vysoce citlivý na světlo). I styl fotografování již zaznamenal svůj vývoj – francouzský fotograf Nadar v roce 1858 pořídil z horkovzdušného balónu snímek, jenž byl způsobem zachycení předchůdcem současné techniky fotografování. Nejvýraznějšího rozvoje však doznala fotografie v průběhu dvacátého století, které přineslo především

---

<sup>3</sup> BURGÍN, Victor. *Úvod. Vidět smysl*. In: Fotograf. Časopis pro fotografii a vizuální kulturu. 22/2013 Obraz a text. Praha: Fotograf 07. 2013, roč. 19, č. 22. ISSN 1213-9602, s. 3.

<sup>4</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 255 s. ISBN 80-85983-76-1, s. 64-65.



ofsetovou techniku, barevnou fotografii a automatické a digitální fotoaparáty, jež se staly běžně dostupným spotřebním zbožím.<sup>5</sup>

Podle *Slovníku mediální komunikace* pomohlo rozšíření fotografie velké stěhování obyvatel a jednotlivé válečné konflikty, které zvýšily poptávku po portrétech blízkých osob, a také snaha finanční úspory ze strany šlechty, která fotografickými portréty začala nahrazovat ty tradiční, malířské. Fotografického zobrazení se tedy užívalo zejména pro osobní účely a „fotografie byly užívány jako nezvratné důkazy pravdivosti toho, co zobrazují.“<sup>6</sup> Vynález fotografie tehdy navždy změnil podobu malířské profese.

Fotografie však zasáhla i do dalšího odvětví - žurnalistiky. V tisku se fotografie objevuje od r. 1842. V té době se ještě užívalo k reprodukci fotografie dřevorytu, což zamezovalo jejímu frekventovanějšímu používání. K významnému posunu přispěl v 80. letech 19. století vynález pultónové techniky (autotypie), která usnadnila přenos snímků na novinový papír, a umožnila tak masovou distribuci fotografií. První přímou reprodukovanou fotografií otiskl v březnu 1880 americký deník *Daily Graphic*, v Evropě prvenství zastává německý *Leipziger Illustrierte* (Parrish, 2002).

Fotografie začala být v tisku využívána pro svoji ilustrační funkci. Byla náhradou kreslené ilustrace. Postupně však začala přejímat informativní charakter, žurnalistickou funkci, která do té doby výlučně patřila textu. O první fotoreportáž se pokusil v roce 1855 Roger Fenton, který zdokumentoval Krymskou válku, a třináct let poté spatřilo světlo světa první vydání časopisu *National Geographic*, který je na kvalitní reportážní fotografii postaven. K četnému využívání fotografie v tisku však dojde až v době, kdy je usnadněno technologickým pokrokem. V první třetině 20. století se objevily významné inovace objektivů i celých fotografických přístrojů (na trh jsou uvedeny fotoaparáty značky Graflex, později Ernorn, Leica, Rolleiflex a Contax) a fotografického příslušenství (film, blesk). Tehdy vzniká nový typ periodika – ilustrovaný týdeník, jehož obsah tvoří pouze novinářská fotografie. Příkladem může být např. americký časopis *Life* založený Henry Lucem v roce 1936, magazín *Look*, německý *Stern* a *Berliner Illustrierte Zeitung* či francouzský *Paris Match* (Parrish, 2002).

---

<sup>5</sup> PARRISH, Fred S. *Photojournalism: an introduction*. 1. vyd. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning, ©2002, ix, 390 s. ISBN 0-314-04564-3.

Poptávka po žurnalistických fotografiích se zvýšila. Americká tisková agentura Associated Press na ni reagovala zavedením nabídky agenturních fotografií. Fotografické řemeslo se vydělilo na dvě oblasti zájmu: uměleckou a novinářskou fotografii. A v žurnalistice dává fotografie vzniknout novému oboru – fotožurnalistice.

Barevné fotografie se ve světovém tisku začalo využívat v 50. letech. Nový trend přejala souběžně i Československá tisková kancelář, do českého periodického tisku pronikla však až na počátku 70. let. Její užití bylo značně finančně nákladné, a tak v našem tisku dlouho dominovala fotografie černobílá (Lábová, 1990).

Až do této doby měla fotografie na zprostředkování vizuálních informací zpravodajské povahy fotografie monopol. Poté se o svoji funkci začala dělit s televizí, která však v určitých případech nepřestala fotografii využívat. Posledním milníkem ve vývoji novinářské fotografie je nepochybně vznik digitálního způsobu zpracování fotografie (80. léta 20. století), který s sebou přinesl novou vizuální zkušenost. Digitální fotografie nastolila trend vizualizace žurnalistiky, ale také ukázala snadnost manipulace obrazové reportáže, která je příčinou ztráty důvěry veřejnosti ve fotožurnalistiku i fotografii jako takovou.<sup>7</sup>

Na konci 20. století přibyl k tisku a televizi nový hromadný sdělovací prostředek, který s novinářskou fotografií také pracuje – Internet.

## **1.2 Novinářská fotografie a její klasifikace**

### **1.2.1 Definice novinářské fotografie a její vlastnosti**

Ne každou fotografii zprostředkovanou hromadnými sdělovacími prostředky lze označit za novinářskou (neboli žurnalistickou) fotografii. Novinářská fotografie je snímek přenášející informace žurnalistické povahy (Lábová, 1990). Tedy takový, který recipienta seznamuje s aktuálními událostmi, jež se uskutečnily, případně teprve uskuteční na poli politiky, ekonomiky, kultury, sportu či v jakékoliv jiné oblasti společenského života; vysvětluje již známá fakta nebo prezentuje subjektivní názory. Nejedná se tedy o jakýkoliv obrazový materiál pořízený fotografickou technikou ani o kterýkoliv grafický prvek uveřejněný v médiích – neoznačujeme tak reklamní obsah,

---

<sup>6</sup> NEWTON, Julianne H. *The Burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, xv, 217 s. ISBN 0-8058-3376-5, s. ix preface.

<sup>7</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6.

plakáty, grafy, karikatury, kreslené ilustrace, reprodukce obrazů, apod. Je tedy svébytným žurnalistickým sdělením, musí mít nezbytně informační obsah a mezi její charakteristické rysy patří organické spojení se slovem. Odpovídá na základní novinářské otázky „KDO“, „KDE“ a „CO“, nedokáže však (z povahy fotografie jako takové) vysvětlit vztahy, souvislosti mezi jevy, a proto vzniká ona potřeba vazby se slovem a pro fotografii příznačná tvorba verbálně-vizuálního sdělení. „*Novinářská fotografie zachycuje jevy skutečnosti věcně, autenticky, v jejich konkrétnosti a určitých časových výsecích. Přináší o nich informace nebo sdělení, které má kredit osobního svědectví.*“<sup>8</sup>

Její dalším rysem je také masovost, jelikož je díky médiím distribuována početnému, blíže neurčenému publiku. Úkolem novinářské fotografie, jak ho vidí Julianne H. Newtonová, je zastoupení každého z nás v monitorování svého okolí. Ve své knize *The Burden of Visual Truth* poukazuje na to, že je lidskou biologickou potřebou prozkoumávat své okolí – teritorium – a zjišťovat, co se v něm děje. Tím, jak se díky technologickému pokroku rozšiřovala oblast, o které jsme chtěli dostávat informace, přestalo již být v lidských silách vše si ověřit na vlastní oči, a to vytvořilo předpoklady pro vznik fotožurnalistiky. Posláním žurnalistické fotografie je tedy pomoci médiím plnit jejich novinářskou úlohu.

Fotografie se stala součástí žurnalistiky zejména pro charakteristické vlastnosti samotného fotografického zobrazení: dokumentárnost a názornost (fotoaparát zachytí jen to, co skutečně existuje, a tak, jak se skutečnost jeví oku v daném okamžiku a z určitého pracovního bodu), univerzální srozumitelnost, schopnost zastavení okamžiku probíhajícího děje a koncentrovaný způsob vyjádření. Tím umožní recipientovi stát se svědkem jakékoliv události (Lábová, 1990).

### 1.2.2 Funkce novinářské fotografie

PhDr. Lábová vymezuje čtyři základní funkce novinářské fotografie – informační, ilustrační, grafickou a výchovnou: žurnalistická fotografie poučuje recipienta o určitém společenském jevu, případně obrazem názorně doprovází slovní nebo textovou informaci. Má význam pro celkovou podobu sdělení – zastává roli vizuálního poutače (přitáhne pozornost publika) a v neposlední řadě dokáže stejně jako

---

<sup>8</sup> LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky - II.: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 197 s. ISBN 80-7066-119-4, s. 15.

verbální sdělení ovlivnit názory a postoje příjemců, vzdělávat je a navíc na ně esteticky působit, a tedy je výtvarně kultivovat (Lábová, 1990).

### 1.2.3 Klasifikace novinářské fotografie

Pohledů na kategorizaci novinářské fotografie najdeme v literatuře hned několik. Základním členěním může být rozdělení z hlediska zdroje – původu fotografie, na agenturní a redakční. Agenturní fotografie produkují fotografické agentury, jejichž hlavní činností je pořizování dokumentace o všech důležitých událostech ve společnosti, její archivace a prodej. Jsou většinou soukromými institucemi. Agenturní fotografii však nabízí i některé tiskové agentury, jako např. naše veřejnoprávní ČTK. Historicky první soukromá fotografická agentura - Magnum Photos, byla založena v roce 1947 slavnými evropskými fotografy Henri Cartier-Bressonem, Robertem Capou a Georgem Rodgerem. O první agenturní fotografii se však zasloužila americká tisková agentura Associated Press v roce 1935 (Parrish, 2002).

Redakční fotografii pořizují fotografové jednotlivých redakcí. Podle povahy fotografovaného sdělení se rozdělují na fotografy-zpravodaje a fotoreportéry. Tato klasifikace vlastně postihuje rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou. Fotograf-zpravodaj je dokumentaristou, jeho úkolem je zachytit skutečnost věrně - tak, aby co nejvíce zobrazovala objektivní realitu. Má tedy být pouze zprostředkovatelem informace, ne jejím interpretem. Ze série záběrů by měl vybrat takový, který nejvíce charakterizuje fotografovaný námět. Tomuto kánonu by měl přizpůsobit i výběr úhlu pohledu na daný objekt. Tato profese je obvyklá v redakcích deníků a agenturách, případně v jiných médiích, která přinášejí aktuální zpravodajství (Lábová, 1990).

Od fotoreportéra se naopak očekává vyšší míra autorského pojetí. Je pozorovatelem, zachycuje realitu subjektivně - tak, jak ji sám vnímá. Nejčastěji je zaměstnancem redakcí časopisů, případně dalších médií poskytujících informace publicistické povahy. Specifickým typem fotografa pracujícího pro hromadné sdělovací prostředky je také paparazzi – senzacechtivý fotograf najatý především bulvárními médii, který překračuje hranice novinářské etiky a zachycuje známé osobnosti bez dovolení v jejich soukromí, a je schopen překonat jakékoliv překážky k tomu, aby získal pikantní snímek. Mezi jejich základní fotografickou výbavu patří teleobjektiv (Lábová, 1990).

Všechny tři profese se však výrazně liší od povolání fotografa-umělce, který pořizuje snímky na základě vnitřní potřeby, ne tak často na objednávku nebo z pracovní povinnosti, jak je tomu u fotožurnalistů.

### 1.2.3.1 Žánrová klasifikace novinářské fotografie

Novinářskou fotografii lze klasifikovat také z hlediska žánru. Literatura věnující se teorii fotožurnalistiky nabízí členění, která se od sebe navzájem liší, přistoupila jsem tedy ke kategorizaci vlastní, která však z daných odborných publikací vychází. Jednotlivé typy žurnalistické fotografie rozdělují podle míry autorského podílu fotografa na zpravodajské a publicistické. Zpravodajské novinářské fotografie mají za úkol nezkrásleně informovat o dané události, tedy pouze zprostředkovat sdělení; fotografie publicistického rázu zobrazovanou skutečnost interpretují, obsahují subjektivní názor fotoreportéra. Do těchto dvou skupin spadá několik typů žurnalistických fotografií, jež se od sebe liší námětem anebo způsobem, jakým informaci sdělují. Mezi zpravodajské novinářské fotografie řadím fotografickou aktualitu, věcnou ilustraci a fotografický referát. Za reprezentanty publicistického žánru považuji fotoreportáž, reportážní portrét, fotografickou glosu, fotofejton a fotoesej. Některá literatura vyděluje i jako specifický druh fotografii sportovní, já se však domnívám, že ji není třeba samostatně vymezovat, jelikož nabývá charakteru fotografické aktuality nebo fotoreportáže.

#### 1.2.3.1.1 *Typy zpravodajské fotografie*

##### **Fotografická aktualita**

Fotografická aktualita, kterou nalezneme v některých publikacích i pod pojmem obrazová zpráva, je nejvýznamnějším typem novinářské fotografie. Přináší informace o aktuálním společenském dění. Odpovídá na otázky „KDO“, „CO“, „KDE“ a „JAK“, nedokáže však vyjádřit proměnné „KDY“ a „PROČ“, proto je její nedílnou součástí minimálně popisek nebo text či jiný slovní komentář, který by však měl postihnout pouze ta fakta, která by příjemce nemohl ze snímku vyčíst (Lábová, 1989).

Recipienta informuje věcně a komprimovanou formou mu sděluje informaci, která je pro něj nová. „*Kompoziční skladba aktuality by měla být co nejjednodušší, na*

*první pohled přehledná, čtivá, bez rušivých pozadí a dekorativních popředí, s minimem obrazových prvků.*<sup>9</sup> Zároveň relevantní a také vizuálně působivá.

Obrazové zprávy produkují také tiskové či obrazové agentury. Specifikem takovýchto aktualit je především univerzálnost zachycení dané události – tak, aby fotografii mohlo použít co nejvíce odběratelů v různých kontextech. Alena Lábová tento typ fotografické aktuality označuje pojmem agenturní aktualita. Kritériem výběru vhodné agenturní obrazové zprávy do zpravodajství by měla být mimo relevantního obsahu také technická kvalita. Úskalím uplatnění agenturní aktuality je však situace, kdy jí využije většina médií. Nejen, že poté všechny titulní strany deníků vypadají stejně, ale zároveň se zúží reprezentace dané události do jedné fotografie, což výrazně ovlivní vnímání skutečnosti recipienty, a vede k tvorbě obrazových stereotypů (Lábová, 1990).

Námětem fotografické aktuality mohou být dvě charakterově odlišné události – náhodné a předem plánované, v cizojazyčné literatuře označované pojmy „*spot news*“ a „*general news*“, které výrazně odlišují proces jejich zaznamenávání (Osvaldová, Halada; 1999). Termínem *spot news* označujeme nepředvídatelné události, jakými mohou být např. živelní katastrofy. Fotograf na ně není předem připraven, a tak musí v těchto situacích podstoupit zkoušku své pohotovosti, práce s fotografickou technikou a talentu. Nezřídka jsou autory těchto fotografií amatéři, kteří se náhodně ocitnou na místě události, a podaří se jim ji (i když většinou nekvalitně) zachytit. *General news* zahrnuje předem oznámené či plánované události – tiskové konference, sportovní zápasy, módní přehlídky, zasedání parlamentu, ... Fotograf se na ně může předem připravit, vzít si s sebou na místo odpovídající vybavení, což by v ideálním případě mělo odpovídat i vysoké kvalitě snímku. Opakující se událost typu *general news* však opět přináší riziko obrazového stereotypu.

### **Věcná ilustrace**

Označení pojmenovává typ novinářské fotografie, jejíž hlavní funkcí je ilustrovat průvodní text/projev, nést pouze doplňující obrazové informace, zatímco dominantní postavení má slovo (Lábová, 1990). Obraz tedy konkretizuje a vysvětluje předkládané sdělení a sám o sobě nemá dostatečný informační potenciál. Zvláštním typem ilustrační fotografie je tzv. *feature fotografie*, která nemá aktuální charakter – je

---

<sup>9</sup> LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky – I.: Fotografická a snímková technika pro novináře*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství., 1989, 123 s., s. 96.

nadčasová a předkládá univerzální náměty. Zachycuje např. každodenní zážitky obyčejných lidí, různé všední životní situace. Její doménou je vizuální atraktivita objektu a kvalita fotografického zobrazení (Osvaldová, Halada; 1999).

### **Fotografický referát**

Tento druh novinářské fotografie je zpravodajskou paralelou fotoreportáže. Je obrazovým seriálem, který informuje o společensky významné události, zaznamenává průběh děje, avšak událost nijak neinterpretuje. Důležitým faktorem při tvorbě tohoto typu vizuálního sdělení je kompozice - skladba snímků. Fotograf postupuje zpravidla podle časové nebo logické posloupnosti (od obecného ke konkrétnímu) – tak, aby bylo sdělení přenášené několika jednotlivými záběry srozumitelné (Lábová, 1990).

#### *1.2.3.1.2 Typy fotografií publicistického žánru*

### **Fotoreportáž**

Zpravidla vícesnímková obrazová výpověď informující o společenském jevu očima fotoreportéra, který se snaží událost postihnout v širších souvislostech. „*Je nejobtížnějším, ale také nejúčinnějším žánrem obrazové žurnalistiky.*“<sup>10</sup> Charakteristická je silným autorským záměrem – je osobním svědectvím fotografa, který zobrazovanou skutečnost analyzuje a interpretuje. Zobrazuje děj, který probíhá v určitém prostoru a čase. Stejně jako u fotografického referátu je zde stěžejní skladba jednotlivých snímků – každý záběr by měl odpovídat na otázku záběru předcházejícího a pokládat další otázky pro záběr následující. Jde o kompozičně uzavřený celek, který musí postihnout vztah příčiny a následku – zachycovaný děj rozvést, vyvrcholit a myšlenkově uzavřít. Známým vzorem pro správnou kompozici reportáže je návod fotoreportéra Karla Hájka – začít celkovým pohledem na děj, pokračovat polocelkem a naposledy zobrazit detail (Lábová, 1989).

Nedílnou součástí fotoreportáže je text. Ten může být k obrazovému materiálu ve vztahu 1 : 1, může dominovat a postavit tak snímek spíše do ilustrativní role anebo být jen krátký (Lábová, 1990). Fotoreportáž by neměla postrádat emotivní náboj. Pokud ho nemá dostatek samotná fotografovaná realita, lze ho pomoci tradičních fotografických výrazových prostředků dodat (např. zachycení výrazu ve tváři aktérů,

---

<sup>10</sup> LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky – I.: Fotografická a snímková technika pro novináře*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989, 123 s., s. 104.

použití jiného světla, apod.). Je považována za vrchol tvůrčí práce ve fotožurnalistice (Lábová, 1989).

### **Reportážní portrét**

Nejfrekventovanější typ novinářské fotografie v médiích a zároveň i jedno z nejstarších témat fotografie obecně. Námětem reportážního portrétu je člověk – buď pouze jeho tvář, nebo tělo od hlavy do pasu, aby bylo možné zachytit i gestikulaci rukou, případně postava celá nebo také skupina osob (Lábová, 1990). Typickou vlastností reportážního portrétu je snaha o zachycení povahových rysů fotografovaného. To odlišuje reportážní portrét od podobenky. Proto ho řadíme mezi publicistické žánry - subjektivní pohled fotoreportéra v tomto případě nelze vypustit. Fotograf by měl portrétovaného dobře znát a snažit se zachytit ho v jeho typickém výrazu, charakteristické gestikulaci či mimice. V ideálním případě by mělo fotografování probíhat v prostředí, ve kterém portrétovaná osoba žije nebo pracuje, aby snímek nabyl autentičnosti, a nejlépe s využitím denního světla (Lábová, 1989). V rámci fotografického portrétu rozlišujeme jeho dva typy – emotivní a portrét typu. Emotivní portrét se snaží zasáhnout recipienta emočně, spíš je tedy prezentací krásy lidské tváře či fotografova talentu než charakteru portrétovaného. Portrét typu se snaží zobrazit konkrétního člověka případně určitý typ – některou sociální či profesní skupinu (Lábová, 1990). Zvláštním druhem portrétu je také autoportrét, jímž fotograf ukazuje představy o sobě samém (Osvaldová, Halada; 1999).

Nedílnou součástí portrétu je text – minimálně ve formě popisku (v televizním zpravodajství doprovodný slovní komentář). Tento typ fotografického zobrazení se užívá především na titulních stránkách deníků či obálkách obrazových časopisů, jako součást interview nebo u fotoreportáže.

### **Fotografická glosa**

Cílem fotografické glosy je, stejně jako u glosy psané, provokovat čtenářovo myšlení. Využívá k tomu nadsázku, ironii či satiru. Bývá doplněna slovním komentářem, který upřesňuje její význam (Lábová, 1990).

### **Fotofejeton**

Fotofejeton je opět obrazovou paralelou psaného publicistického žánru – fejetonu. Fotoreportér v něm odlehčenou formou reaguje na konkrétní jev ve společnosti. Svou myšlenku však musí být schopen přenést obrazem (i když se často k němu váže krátký text). Identicky jako u fotoreportáže či fotografického referátu může



být složen z více snímků (počet by však měl být funkční), a tedy podstatnou úlohou fotoreportéra je zamýšlení se nad jejich kompozicí. V českém tisku se vyskytuje než zřídka (Lábová, 1990).

### **Fotoesej**

Tento žánr fotožurnalistiky se v našich zeměpisných šířkách vyskytuje ještě méně než fotofejeton. Jedná se opět o obrazový seriál, který vzniká společnou prací fotografa a obrazového editora. *„Fotoesej je jakousi osobní zповědí a názorem fotografa na všeobecně známou událost. Fotografie, které ho tvoří, mají samy o sobě silnou vypovídající hodnotu, společně ale tvoří ucelený názor a dávají tak větší smysl.“*<sup>11</sup>

Specifickým druhem novinářské fotografie je **titulní fotografie**. Je však příznačná pro tištěná případně on-line média, v televizním zpravodajství se jí neuzívá. Pojmenování označuje fotografii umístěnou na titulní straně listu, obálce časopisu, případně domovské webové stránce zpravodajského serveru, jež zobrazuje nejvýznamnější událost dne a zároveň plní funkci obrazového poutače. Musí být jednoduchá a čitelná, měla by reprezentovat obsah daného vydání i charakter periodika a být vizuálně atraktivní. Má esteticky-výchovnou funkci a může se jí stát jakýkoliv druh fotografie. Nejčastěji je jí právě reportážní portrét nebo fotografická aktualita. V denním tisku se jí přezdívá ještě „otevírací fotografie“ a bývá umístěna v horní pravé polovině první strany. Plní zde funkci obrazového titulku (Lábová, 1990).

Jak jsem již předesílala, novinářská fotografie našla uplatnění i v jiných mediatypech než jen v tištěných periodících. V televizním vysílání se jí užívá především ve zpravodajství a dokumentárních pořadech. Její základní funkcí, pro kterou je pro toto médium přínosem, je „zastavený okamžik“ – je tedy využívána jako výrazový prostředek ke zdůraznění určitého faktu. Dále se v mnohých případech uplatní její ilustrační vlastnost – např. při telefonickém spojení mluvčího se zpravodajstvím. Často je jen esteticko-emočním doplňkem, ale příležitostně dostane prostor i sama o sobě, a do vysílání jsou tehdy připuštěny fotoreportáže, fotofejetony, fotografické aktuality či portréty. Omezení pro fotografii představuje u tohoto mediatypu velmi krátký čas

---

<sup>11</sup> HAVLOVICOVÁ, Anna. *Fotografický esej včera a dnes (komparace mediálního obrazu válečných konfliktů ve zpravodajských periodikách)* [online]. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2013. Vedoucí práce Alena Lábová, s. 16.

pro působení na diváka. Musí být tedy o to stručnější, výstižnější a poutavější (Lábová, 1990).

Se vstupem tištěných periodik na Internet a vznikem zpravodajských serverů se žurnalistická fotografie dostala i on-line. V tomto rozhraní jsou využívány stejné žánry novinářské fotografie jako v tištěných titulech.

## 2 Komplexní komunikát a jeho význam

### 2.1 Znaky a kódy

Každé sdělení se od komunikátora k příjemci šíří prostřednictvím **kódu**. Ten *Slovník mediální komunikace* definuje jako organizovaný systém znaků, jejich významů a vztahů mezi nimi. Podavatel informace si zvolí kód, tedy výrazový prostředek, a myšlenku vyšle směrem k adresátovi. Kódem může být např. přirozený jazyk, kresba, taneční technika. **Znak** je vše, co má v komunikaci schopnost odkazovat k něčemu jinému, píše prof. Jirák v knize *Média a společnost*.<sup>12</sup> Může jít o obraz, zvuk, slovo. „Znak je něco, za čím se skrývá něco jiného, a existuje někdo, kdo si takový vztah uvědomuje.“, vysvětlují Černý a Holeš ve své *Sémiotice*.<sup>13</sup> Znaky jsou smyslově vnímatelné prvky<sup>14</sup>, jsou polysémické, vzájemně provázané a vytváří význam. Studium znaků a jejich systémů se zabývá věda zvaná sémiotika.

Slavný švýcarský lingvista, Ferdinand de Saussure vnímal znak jako jednotu *označovaného* a *označujícího*, tedy fyzického projevu znaku a mentálního konceptu, který se v mysli každého z nás k danému znaku váže (Černý, Holeš; 2004). Mezi těmito dvěma fenomény rozlišil dva základní vztahy – *motivovanost*, v případech, kdy si jsou označované a označující podobné nebo mezi nimi panuje logická souvislost, a *arbitrárnost*, v momentech, kdy je vztah těchto konceptů nahodilý.

Americký filozof a logik, Charles Sanders Peirce, položil základy moderní sémiotiky, když rozdělil znaky podle vztahu k referentu na *ikony*, které si jsou s označovaným předmětem podobné, *indexy*, jež spojuje věcná souvislost, a *symboly*,

<sup>12</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>13</sup> ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5, s. 16.

<sup>14</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 9788073676834.

jejichž vazba k objektu je dána na základě lidské dohody, konvence. Ikony ještě blíže specifikoval rozčleněním na *obrazy* – ať už se jedná o optické (fotografie, mapy), sluchové (kukání kukačky), čichové (parfémy) či chuťové (mandlové aroma); *diagramy*, jež vyjadřují strukturu označovaného jevu, a *metafory* (Černý, Holeš; 2004). Charakter některých znaků je smíšený, např. kříž, symbol křesťanství, je zároveň indexem, jelikož odkazuje ke kříži, na němž byl podle víry ukřižován Ježíš Kristus.

Podle Černého a Holeše je základní klasifikace znaků na *jazykové* a *ostatní*, *vizuální* a *akustické*.

## 2.2 Význam

Označující není spojen jen s jedním označovaným a naopak. Tímto vzniká prostor pro vytváření **významů** (Trampota, Vojtěchovská; 2010). De Saussure tvrdí, že význam znaku pochází ze vztahu k jiným znakům v rámci daného kódu.<sup>15</sup>

Tyto vztahy autoři knihy *Sémiotika* rozčlenili na *syntagmatické*, jež označují tvorbu významu na základě vazby k předcházejícím nebo následujícím znakům, *paradigmatické*, při nichž význam vzniká pomocí srovnání se znaky stejné kategorie, a *asociativní* – znaky jsou součástí širokého asociativního pole. Stuart Hall říká, že význam znaku utváří výběr označujících prostředků a jejich uspořádání.<sup>16</sup>

Roland Barthes rozlišuje tři úrovně významu znaků: *denotaci*, *konotaci* a *mýtus*. První rovina označování, denotace, odkazuje ke skutečnosti, doslovnému významu. Koncept konotace zahrnuje druhotný význam - asociace, pocity, postoje, hodnocení označovaného. Mýtem Barthes popisuje referenci k obecně platným soudům, společenským hodnotám (Jirák, Köpplová; 2003).

Z hlediska jejich významu můžeme znaky rozdělit na *ostré* a *neostré* (podle míry ohraničení významu) a *výrazné* a *nevýrazné* (na základě stupně definovanosti), přičemž „*naprostá většina jazykových znaků jsou znaky neostré a nevýrazné.*“<sup>17</sup> Význam znaku

<sup>15</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>16</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3.

<sup>17</sup> ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5, s. 176.

nikdy není jen jeden, navíc se mění v čase.<sup>18</sup> Není tedy divu, že Stuart Hall ve své *teorii zakódování a dekodování* vložil moc pro utváření významů v procesu komunikace do rukou příjemce, nikoliv podavatele, čímž výrazně změnil tehdejší uvažování o roli médií ve společnosti. „*Významy částečně vznikají tam, kde jsou obrazy konzumovány a hlavním konstitutivním faktorem při tomto procesu je divák – nikoli producent.*“<sup>19</sup> Polský literární vědec Roman Ingarden s výrokem souhlasí, když hovoří o tzv. *místech nedourčenosti/nedořečenosti textu*, které si čtenář sám interpretuje způsobem, o němž autor textu nemá ani tušení (Kraus, 2008).

Na základě vlastní interpretace přisuzuje recipient významu sdělení smysl. Informaci dekoduje svévolně zvolenými kódy, na vědomé i nevědomé úrovni, na základě vlastních znalostí, zkušeností, kulturního a jazykového zázemí, kontextu (Sturken, Cartwright; 2009). Ten výrazně ovlivňuje, jaký význam bude adresát myšlenke přikládat. A nejen konkrétní situace, v níž se příjemce s informací setká, ale i osobnost podavatele sdělení, nebo kanál/mediální technologie, kterou se slova šíří, modifikují význam. Jinou pravdivostní hodnotu bude mít zpráva uveřejněná v seriózním celostátním deníku, odlišnou by měla ta samá informace, jež by se objevila ve filmu. Jinou váhu má slovo lékaře, další stejná myšlenka pocházející z úst kadeřnice. Komunikační záměr autora je při tvorbě smyslu upozaděn, jelikož podavatel nemá kontrolu nad kontextem, v němž recipient jeho sdělení přijímá, a navíc jeho znalost autorského záměru často není při interpretaci podstatná - informaci lze přisoudit smysl i bez ní.<sup>20</sup> Komunikace totiž funguje podle zásad Gestalt psychologie: objekty/fenomény na světě poznáváme jako celistvé tvary, systémy, a tak jsme schopni porozumět i v momentě, kdy nám jeden kousek skládačky schází. Interpretaci tedy nelze chápat jako „*odhalování autorem zakódovaného sdělení, ale konstruování významu na základě znalostí a dovedností příjemce.*“<sup>21</sup>

<sup>18</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>19</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 64.

<sup>20</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6.

<sup>21</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6, s. 113.

Není to však tak, že by podavatelova aktivita v komunikačním procesu byla zanedbatelná. Vybírá kód, volí ze spektra označujících a recipient si k nim dosazuje označované. Podle teorie Stuarta Halla o *preferovaném čtení*, do sdělení autor vkládá ještě *orientátory*, jejichž úkolem je navést příjemce na význam, který si odesílatel přál předat (Kraus, 2008). Takovými pomocníky mohou být např. neverbální signály komunikátora nebo rutinní způsob tvorby jednotlivých typů mediálních sdělení, díky kterému odhalíme, jestli je mediovaný obsah zprávou, komentářem, zábavným pořadem, či jiným formátem. Podavatelovým cílem je, aby bylo sdělení přijato tak, jak zamýšlel. Hall pak rozlišuje tři druhy postojů, které recipienti vůči přijímaným sdělením zaujímají: Buď na dominantní pozici sdělení přistoupí (*dominantně-hegemonické čtení*), nebo ji sice porozumí, ale rozhodnou se ji použít ve vlastním kontextu (*význam vzniklý vyjednáváním*), nebo ji úplně odmítnou (*opoziční čtení*) (Jiráček, Köpplová; 2003), (Sturken, Cartwright; 2009). Aby byla komunikace úspěšná, musí oba aktéři interakce sdílet stejné společenské hodnoty a normy a mít společný komunikační prostředek. Jejich aktivity jsou ve výstavbě významu rovnocenné. „*Významy se v důsledku nevytvářejí v myslích jednotlivých diváků, ale při vzájemné interakci mezi jedinci v rámci určité kultury a mezi osobami a artefakty, obrazy, technologiemi a texty, které oni sami a jiní vytvářejí.*“<sup>22</sup> „*Význam tedy není autonomním projevem znakového systému, ale uskutečňuje se až v sociální praxi, tzn. v procesu komunikace.*“<sup>23</sup> Komunikační proces má tudíž konstitutivní povahu, což je zapříčiněno již samotnou povahou jazyka. (Kraus, 2008)

### **2.3 Komplexní komunikát**

Tyto teorie platí v komunikaci v nejšířším slova smyslu. Stejně procesy tedy fungují nejen v oblasti interpersonální komunikace, ale přirozeně i v oblasti komunikace mediální, tedy bez ohledu na zprostředkovatele sdělení, a také nezávisle na použitém kódu. Fotografie je kódem, otevřeným znakovým systémem (nemá definovaný konečný počet znaků), jehož jednotlivé znaky jsou motivované – váží se k referentům na základě vnější podobnosti. Ve zpravodajství je fotografie zpravidla součástí komplexního komunikátu, tedy výsledku komunikační události, na jehož výstavbě se podílí dva a více sémiotických kódů (Reifová, 2004). Ať už se jedná o žurnalistiku televizní, tištěnou či

---

<sup>22</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 13.

on-line, vždy je fotografický kód kombinován při nejmenším s přirozeným jazykem, v mluvené či psané formě.

Účelem fotografie v tomto typu komplexního komunikátu je pomoci podat informaci – téma názorně vysvětlit nebo doložit, a upoutat pozornost potenciálního recipienta. (Lábová, 1989) Přirozený jazyk zde funguje jako prostředek ohraničení významu vizuálního sdělení, případně mu ho zcela dodává. Stejnou funkci již měly hieroglyfy napsané na nástěnných malbách ve starověkém Egyptě (Černý, Holeš; 2004). V praxi náš pohled nejprve upoutá obraz, a až po přečtení textu si doplníme jeho význam (Sturken, Cartwright; 2009). A opět i u komplexního komunikátu fungují principy Gestalt psychologie, což bývalý obrazový redaktor časopisu Life, Wilson Hicks, naznačil, když poznamenal, že „*obraz a slova dohromady vytvářejí význam za hranicí toho, co znamená obraz a text sám.*“<sup>24</sup>

Složky komplexního komunikátu se podílí na výstavbě *smyslu* sdělení. „*Různé znaky jsou zpravidla užity tak, aby vzájemně podporovaly nesené významy, uzavíraly alternativní významy a směřovaly příjemce k preferovanému čtení.*“<sup>25</sup> Cílem složeného komunikátu je tedy předcházet komunikačnímu šumu. Mezi jednotlivými částmi komunikátu fungují tři zásady: princip harmonie, dominance a substituce (Reifová, 2004). *Princip harmonie kódů* označuje předpoklad, že znakové systémy uvnitř daného komunikátu spolupracují při výstavbě společného smyslu. Tedy, že se navzájem doplňují, ať už informačně nebo z hlediska působení na různé smysly recipienta.

Další charakteristikou znakových systémů uvnitř složeného komunikátu je *dominance* jednoho nad druhým. Zpravidla má jeden z nich ve výstavbě smyslu převahu. „*Ve zpravodajství je obrazový kód považován za sekundární, neboť je zvýznamňován na základě mluvené, případně psané složky textu.*“<sup>26</sup>

Poslední, *princip substituce kódů*, pojmenovává vzájemnou zastupitelnost jednotlivých znakových systémů v komplexním komunikátu – jednotlivé složky

<sup>23</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3, s. 136.

<sup>24</sup> WILKINS, Lee a Clifford G. CHRISTIANS. *The Handbook of Mass Media Ethics*. New York: Routledge. 2008. ISBN: 978-0-8058-6191-4, s. 94.

<sup>25</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 357.

<sup>26</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 357.

komplexního komunikátu vyjadřují stejný obsah, a tak mají mezi sebou substituční vztah.

Podle doktorky Lábové by novinářská fotografie neměla být pouze vizuálním ztvárněním toho, co bylo řečeno slovy, ale měla by nabízet vlastní přidanou hodnotu, např. v podobě nové informace nebo estetického zážitku. Ve zpravodajství se však stalo konvencí *simultánní označování* - postup, při němž sdělujeme tu samou myšlenku více znaky zároveň, z nichž některé jsou, vzhledem k tomu, že nepřináší nic nového, nadbytečné, avšak mohou přispívat k větší srozumitelnosti řečeného. Často se tímto způsobem pracuje právě s fotografií, jejím popiskem a přilehlým článkem (Sedláková, 2014).

Na každý pád by si kódy směřující k výstavbě stejného smyslu neměly odporovat. Jak se píše v *Analýze obsahu mediálních sdělení* k tématu měření informační kvality – aby byla myšlenka srozumitelná, musí být *vnitřně relevantní*.<sup>27</sup> Jestli bylo dosaženo požadavku interní relevance, zjistíme tak, že definujeme význam všech kódů v komunikátu odděleně, porovnáme je, a poté zhodnotíme význam, jenž utváří jejich kombinace.

### 2.3.1 Interpretace významu fotografie

*„Porozumět fotografii není snadné; fotografie jsou texty zapsané v pojmech fotografického diskursu, jenž však jako každý jiný zahrnuje diskursy, které ho přesahují; fotografický text, stejně jako každý jiný, je místem složité intertextuality, řady překrývajících se dřívějších textů, považovaných za samozřejmosti při určité kulturní a historické shodě okolností,“* píše britský umělec a teoretik fotografie, Victor Burgin, ve své stati *Prohlížení fotografií*.<sup>28</sup>

Z Burginova příspěvku lze vyvodit, že ač fotograf tlumočí svoji myšlenku pomocí systému svébytných výrazových prostředků, divák kód často nevnímá. Fotografický jazyk působí tak přirozeně díky své ikonicitě a motivovanosti. Současně je zásluhou své indexiality univerzálně srozumitelný – jak konstatuje doktorka Lábová

<sup>27</sup> SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

<sup>28</sup> BUDDEUS, Hana. Editorial. Mezi znaky. In: *Fotograf. Časopis pro fotografii a vizuální kulturu*. 22/2013 Obraz a text. Praha: Fotograf 07. 2013, roč. 19, č. 22. s. 2. ISSN 1213-9602.

v *Základech fotožurnalistiky II*: tato schopnost fotografie vyvěrá z její dokumentární podstaty a autentičnosti. Dalším důvodem, proč rozumíme vizuálnímu kódu, aniž bychom se ho vědomě učili, je zvyk na esenciální *synekdochičnost komunikace*. Víme, že za několika málo znaky se skrývají komplikované příběhy, a jsme navyklí si je domýšlet. A fotografie, jakožto otevřený systém, vždy vyvolává u čtenářů představu toho, „co je za snímkem“ – jak vypadala událost ve skutečnosti, v celistvosti, nejen ve výřezu (Lábová, 1989).

Máme také vrozenou *schopnost kategorizace*, což znamená, že jsme např. způsobilí určit, že je na obrázku ztvárněn nástroj, i když jsme se s ním nikdy dříve nesetkali, a ani nevíme, jak se s ním zachází.<sup>29</sup> Význam mimo jiné přenáší zobrazené objekty a pózy, jež zaujímají. Podle Rolanda Barthesa existuje nepsaný slovník póz, kterému každý rozumí (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Dále platí, že „*příslušníci jednoho jazykového, popř. kulturního společenství spojují vždy s určitými znaky i stejné představy*.“<sup>30</sup> Podle Leeuwena a Jewitta, lidská vlohá číst znaky ve vizuálním materiálu není fotografické, nýbrž společenské povahy. Významy totiž ve fotografii vznikají na základě fotografických a sociálních konvencí (Leeuwen, Jewitt; 2002). Obrazovým znakům tedy rozumíme stejně, ale smysl jim můžeme přikládat jiný. Interpretace totiž znovu závisí na kontextu – dějinném období, podmínkách recepce vizuálního sdělení, ...; také na stupni kulturních nebo všeobecných znalostí příjemce či jeho původu. Jak poznamenávají M. Sturken a L. Cartwright – kultura je proces, a tedy „*neexistuje žádné správné čtení, správný význam, jež by měli čtenáři v mediálním textu/obrazu objevit*.“<sup>31</sup>

Význam sdělení v komunikaci se rodí při jeho tvorbě a konzumaci. Na vzniku významu fotografie se podílí čtyři činitelé: fotograf, objekt, divák a kontext. *Fotograf* je autorem myšlenky, již zhmotňuje na základě fotografických a společenských konvencí. Jeho schopnost vyjádření je však omezena vlastními dovednostmi, dostupným vybavením a charakterem zachycovaného *objektu*.

<sup>29</sup> VAN LEEUWEN, Theo a Carey JEWITT. *Handbook of visual analysis*. London: Sage Publications, 2002, xii, 210 s. ISBN 0-7619-6477-0

<sup>30</sup> SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8, 67-68.

<sup>31</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 62.



*Divák* ovlivňuje význam svou interpretací, a zásadně působí na následně zhodnocený smysl sdělení *kontext*, který dokáže význam obrazu zcela změnit (Sturken, Cartwright; 2009).

### ***Analýza významu fotografie***

Chceme-li tedy odhalit smysl fotografie pro recipienta, musíme rozkrýt fotografem užití kódy (konvence), které obraz strukturují, vzít v potaz kontext, v němž je sdělení zhlédnuto, a osobnost příjemce.

#### **2.3.1.1 Významy vkládané autorem**

Postup dekódování obrazů vychází z poznatků vědního oboru zabývajícím se významem znaků - sémiotiky. Používá se pro něj metoda interpretace. „*Obrazy dekódujeme tak, že interpretujeme určité záchytné body směřující k zamýšlenému, nezamýšlenému i doporučenému významu,*”<sup>32</sup> čili definujeme a hodnotíme orientátory vedoucí k preferovanému čtení.

Na základě Barthesova přístupu, *vizuální sémiotiky*, se význam obrazu vložený autorem skládá ze dvou složek - dílčího významu na úrovni denotace a druhého na stupni konotace (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Na stupni *denotace* sledujeme označované: co je na obraze/fotografii ztvárněno. Kdo/co se na snímku objevuje a co dělá? Setkáváme se s autorovým záměrem v podobě volby motivu a okamžiku stisknutí spouště. Ze zachycené situace zjišťujeme, jestli se jedná o momentku, která vyvolává dojem autentičnosti, nebo plánovaný snímek. Výpovědní hodnotu má také to, co v zobrazené situaci chybí.

Denotativní význam fotografie je již předem stanovený. Oproti tomu *konotace*, je významem přeneseným. Na úrovni konotace hledáme, jaké hodnoty a myšlenky obraz vyjadřuje, prostřednictvím toho, jakým způsobem je označované ztvárněno. Konotace jsou tedy kulturní asociace k zobrazovaným objektům, nebo ke způsobu, jakým jsou ztvárněny. „*Konotace je často utvářena pomocí úpravy formální podoby označujícího.*”<sup>33</sup> Pro zjištění tohoto stupně významu je tedy potřeba analyzovat

<sup>32</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 36.

<sup>33</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 357.

společenské (kulturní) konvence a jazyk fotografie (estetické konvence a technické prostředky), které se na výstavbě sdělení podílely.

### 2.3.1.1.1 Výrazové prostředky na úrovni společenských/kulturních konvencí

Nástroje pro tvorbu významu vycházející ze společenských zvyklostí analyzuje disciplína zvaná *sociální sémiotika*. Ta rozděluje složky významu obrazu do třech kategorií: na reprezentační, interaktivní a kompoziční (Leeuwen, Jewitt; 2002).

**Reprezentační** skupina významů zahrnuje ty znaky, které představují nějaký děj nebo zastupují určité koncepty. *Narativní* kategorie zastřešuje fenomény, jež vyprávějí, co objekty na fotografii dělají. Nositeli významu mohou být výraz, pohyb, dotyk, oční kontakt mezi zobrazovanými osobami, póza, proxemika, atp., zkrátka prvky neverbální komunikace. *Konceptuální* významy poukazují na to, že i vizualizované objekty, které neztvářejí žádný děj, přenáší významy - v podobě konceptů. Prostřednictvím stereotypů a mýtů lidé klasifikují zobrazované osoby, věci a místa na základě jejich podoby, a z těchto informací tvoří svou interpretaci viděného. Např. osoba tmavé pleti bude, ať je její úloha na vizuálu jakákoliv, současně symbolizovat hodnoty vážící se k africké či afroamerické kultuře. Znaky, které vytváří konceptuální asociace, jsou pro nás kupříkladu podoba těla, věk, rasa, pohlaví, oblečení, rekvizita nebo počet či velikost objektu.<sup>34</sup> Rozměr fotografovaného objektu vzhledem k ostatním prvkům na snímku bývá indexem významnosti, větší množství osob, které se na fotografii chovají stejně, vede recipienta ke generalizaci. Totožný účinek má zobrazení postav v dálce, při němž nelze rozeznat konkrétní rysy jednotlivce (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Konceptuální asociace vyvěrají z hodnot a názorů převládajících v dané kultuře, např. z přesvědčení o tom, co je považováno za standardní a co za neobvyklé, exotické či divné. K třídění významů se dříve v dějinách výtvarného umění používaly binární protiklady (např. muž/žena, černý/bílý), které fungovaly právě na základě tohoto druhu konotací (Sturken, Cartwright; 2009).

Významy reprezentační povahy lze také přenášet, a to pomocí specifických uměleckých prostředků, např. metafory či metonymie.

---

<sup>34</sup> ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, 287 s. ISBN 978-1-4129-2191-6.

Zatímco reprezentační proměnné označují ty fenomény, které nesou význam samy o sobě, kategorie *interaktivních* znaků zahrnuje ty, jejichž význam vzniká na základě vztahu k recipientům daného vizuálního sdělení - ty, které navazují interakci s divákem, definují jejich vzájemnou pozici a postavení. Jedná se především o směr pohledu zobrazovaných postav (kontakt), úhel jejich zobrazení a vzdálenost fotografovaného objektu (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Adresáti vizuálního sdělení mohou být na základě významu interaktivních znaků jak implikovaní, tak reprezentovaní (zobrazení přímo na snímku jako účastníci komunikace) (Rose, 2007). Vztah mezi implikovanými diváky a osobou na fotografii definuje její oční kontakt. Pokud *pohled* osoby na snímku směřoval při fotografování přímo do objektivu, máme dojem, že se z fotografie dívá přímo na nás. Obraz vyžaduje naši pozornost, cítíme se tedy přímo zapojeni jako účastníci komunikace. Také se může jednat o snahu fotografa vyvolat pocit romantické lásky (Sturken, Cartwright; 2009).

Pakliže pohled osoby na snímku směřuje stranou, může asociovat nějaký děj mimo rám fotografie, který je nám skryt.

V případě, že se na nás zobrazovaní jedinci vůbec nedívají a navazují kontakt mezi sebou, jednoznačně poznáme, že jsme v pozici třetí osoby, voyéra (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Velmi důležitou proměnnou je *úhel záběru* (v literatuře také "pohledu"), jenž dalším způsobem definuje, kdo je divák - odkud se na vizualizovaný prvek dívá. Při nadhledu/pohledu shůry ("ptačí perspektiva") je moc reprezentovaného objektu umenšena na úkor diváka (Lábová, 1989). Letecké záběry či počítačové hry, při nichž je možné vidět celou scénu rozprostírající se před recipientovýmá očima (odborně: "externí focalizace"), v něm dokonce vyvolávají dojem postavení Boha (Rose, 2007). Přímý (také frontální či čelný) pohled v úrovni očí naopak evokuje rovnocennost diváka a zobrazovaného objektu. Podhled ("žabí perspektiva") zase staví recipienta do nižší pozice, klade moc do rukou obrazu (Lábová, 1989). Úhel záběru ovlivňuje také to, zda se příjemce vnímá jako účastník komunikace nebo jako třetí osoba, která sleduje situaci zpozzdáli. Pokud je osoba zachycená zepředu, vyvolává to u diváků pocit zapojení. Zobrazení z profilu na druhou stranu vysílá signály o distancování (Leeuwen, Jewitt; 2002). V počítačových hrách se používá i "ich forma" zobrazování, která u diváka

umocňuje dojem prostoru a pohybu, a tím i prožitek ze hry - pomáhá přiblížit virtuální realitu té skutečné.

Roli hraje také *vzdálenost*. Pokud je objekt zachycen z blízka, vyvolává v příjemcích pocit intimity, dojem, že příjemcem sdělení je pouze daný recipient sám. Zároveň však tento "uzavřený rám", při němž je reprezentovaný obsah příliš přiblížený, nedovoluje divákovi podívat se, co se děje za jeho hranicemi (Rose, 2007). Eliminuje tedy veškeré další prvky, které by mohly být součástí fotografie, a to především proto, aby svedl pozornost pouze na daný ztvárněný objekt (Lábová, 1989).

Za *kompoziční* proměnné považují Van Leeuwen a Jewitt ty, jež nesou význam na základě společenských zvyklostí vážících se ke skladbě vizuálního sdělení. Kompozice, tedy uspořádání jednotlivých prvků v ploše obrazu, je nástrojem fotografa, jenž mu pomáhá otevřené znaky organizovat tak, aby je divák dečkoval co nejbližší tomu, jak autor zamýšlel (Lábová, 1989). Prostředky kompozice vycházejí jak z fotografických, tak společenských konvencí. Orientátorem bývá v případě organizačních pravidel společenské povahy např. *prostor mezi focenými objekty*, který vypovídá o jejich vztahu, *hloubka ostrosti* (ostré objekty vnímáme jako významnější a neurčitě/rozmazané jako méně podstatné), *směr pohledu diváka* - fotografii čteme stejně jako text zleva doprava, a jako první se většinou podíváme do levého horního rohu, poté do pravého a nakonec doprostřed, přičemž náš pohled se pohybuje po úhlopříčce obrazové plochy, proto považujeme za hlavní motiv ten, který leží na průsečíku dvou úhlopříček. Nebo *očekávaná informační hodnota* - vespod vizuálního sdělení předpokládáme seriózní informace, nahoře ty snové, ideální (Lábová, 1989).

Některé objekty také přirozeně poutají naši *pozornost* více než druhé, a ty hodnotíme jako významnější.

„Ačkoli tyto (pozn.: vizuální) systémy reprezentace nejsou jazykové povahy, v některých ohledech jsou jazykovým systémům podobné, takže mohou být analyzovány prostřednictvím metod vypůjčených z lingvistiky a sémiotiky.“<sup>35</sup> Autoři *Metod výzkumů médií* s výrokem souhlasí, když jako způsob analýzy jakýchkoliv mediovaných (tedy i vizuálních) obsahů uvádí sledování řazení jednotlivých prvků v rámci sdělení - jejich

syntagmatické a paradigmatické uspořádání. *Syntagmatické uspořádání* prvků na fotografii označuje způsob, jakým jsou zobrazené objekty na fotografii rozmístěny ve vztahu k sobě navzájem: jinou důležitost totiž přikládáme tomu, co je umístěno v popředí, další prvkům v pozadí.

V rámci sledování *paradigmatického uspořádání* prvků porovnáváme znaky, jež byly ve sdělení použity, se všemi dalšími možnými znaky, které být k vyjádření stejné informace použity mohly, ale nebyly.

### 2.3.1.1.2 Výrazové prostředky na úrovni jazyka fotografie (estetických konvencí a technických prostředků)

Nizozemský lingvista Teun Van Dijk smýšlí o fotografii jako o grafické formě diskurzu (Kraus, 2008). Fotografický kód má své vlastní prostředky a pravidla, jež na počátku své existence převzal z malířství, ale později si díky své specifičnosti s ohledem na tradiční techniku výtvarného umění, ustanovil vlastní. Jsou povahy technické a estetické.

Podobu záznamu, a tím i následný význam, ovlivňuje především dostupná *technika* - technické parametry fotoaparátu (Jedná se o digitální fotoaparát nebo polaroid?), objektivu, dostupné příslušenství (blesk, filtr), citlivost ISO/velikost zrna. Některé objektivy jsou totiž díky své ohniskové vzdálenosti vhodné pro zachycování vzdálených objektů, jiné těch blízkých. S vysokou citlivostí lze kupříkladu znázornit i povrch materiálu foceného předmětu. Dalším nástrojem je pro fotografa *výřez*. Tím omezuje znaky, které chce na fotografii mít (Lábová, 1989). V první úrovni rozhoduje o tom, jaký úsek skutečné situace zachytí. V druhé, jakým způsobem nastaví *rámování* tohoto úseku tak, aby bylo v souladu s významy, které chce sdělovat, a podpořilo to jejich srozumitelnost pro příjemce. Zde má fotograf na výběr zvolit ze čtyř možností velikosti záběru: *celek*, který nejlépe orientuje diváka v události a nejmýstižněji zachytí vztahy a souvislosti mezi jednotlivými zobrazenými prvky; *polocelek*, jenž taktéž umožňuje recipientovi získat přehled ve ztvárněné situaci, ale už umí částečně zachytit atmosféru; *polodetail*, potlačující okolí snímku, přičemž hlavní motiv znatelně vystupuje do popředí, a *detail*, který umožňuje objevit podstatu zobrazené situace, ale nedovolí recipientovi zorientovat se události jako celku (Lábová, 1989). Dále v této fázi fotograf volí *formát*. Ten je zpravidla obdélníkový, na výšku či na šířku. Výškový

---

<sup>35</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 22.

formát podtrhne motiv s monumentálním charakterem a potlačí šířkové prvky. Formát na šířku zase uklidňuje a potlačuje výškové prvky (Lábová, 1989). Mimo formát již při výřezu přemýšlí i *popředí* a *pozadí*, proměnných, které jsou nositeli velikosti významu.

Důležitým prostředkem je i **hloubka ostrosti**, funkce, díky níž je možné zdůraznit hlavní motiv na úkor dalších prvků nacházejících se ve vizuálním sdělení. Je stěžejní pro podání prostoru v záběru a nastavuje se kombinací nastavení clony a závěrky. **Úhel zobrazení (pohledu)** má ještě kromě konotací zmíněných v textu o výrazových prostředcích sociální povahy, schopnost zdůrazňovat popředí (v případě žabí perspektivy) nebo vytvářet přehled o znázorněné situaci a souvislostech (při pohledu shůry). Při snaze o věrné zachycení skutečnosti je autorům snímků doporučováno fotit z čelného pohledu, v úrovni očí (Lábová, 1989).

Pomocí geometrické či lineární perspektivy fotograf **organizuje prostor v rámci obrazu**, který je dalším z řady nástrojů pro klasifikaci významů. Perspektiva vyvolává dojem hloubky obrazu - jako menší jsou zobrazeny ty prvky vizuálního sdělení, které mají být recipientem považovány za vzdálenější. Třídící funkci mají směry čar v obraze a jejich charakter (ostré, oblé, tenké,...) a hloubka či vzdálenost zobrazených objektů. Např. ztvárnění rámu uvnitř samotného rámu fotografie vyvolává pocit trojrozměrnosti (Rose, 2007).

Fotografie, z překladu “psaní světlem”, přirozeně využívá jako stěžejního výrazového prostředku **světla**. To dokáže vytvořit celkovou náladu snímku, má vliv na kontrast a barvu. Kvalita světla určuje ostrost či neurčitost stínů (rozptýlené světlo vytváří světlé, neurčité stíny, kontrastní naopak) a směr svitu světla má vliv na celkové podání skutečnosti: např. boční světlo vyvolává prostorový dojem a zdůrazňuje detaily, kdežto protisvětlo vykreslí kolem fotografovaného objektu auru. Osvětlení předmětu či osoby shora v kombinaci s tmavým pozadím zase vyvolá pocit blízkosti (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Černobílé fotografie používají jako základní kameny své obrazové stavby světlo a stín, linie, tvary a plochy. U barevných snímků tuto funkci zastupuje **barva**. Jiné asociace v nás evokují různé barevné tóny, odlišně syté barvy či ty s jinou hodnotou (světlé vs. tmavé). Používají se k vyzdvihnutí určitých prvků v obraze (Lábová, 1989).

A konečně, stejně jako v předchozí kategorii proměnných, slouží k uspořádání významů **kompozice**. Její pravidla vychází z obecných zákonitostí lidského procesu vnímání a jejím úkolem je vyzdvihnout stěžejní a potlačit méně podstatné prvky proto,

aby bylo vizuální sdělení pro diváka čitelné a pochopitelné. Mezi základní kompoziční prvky patří *umístění významných míst snímku* (z hlediska pravidel vnímání spíše doprava nebo blíže ke středu), přičemž lze využít tzv. *zlatého řezu*, metody využívané napříč uměleckými a vědními obory, určující ideální proporce objektů (a tedy i polohu jejich středu), které jsou pak většinovou populací shledávány za krásné<sup>36</sup>; anebo jeho uchopitelnější variantu, "*pravidlo třetin*", které rozděluje snímaný obdélníkový záběr na tři stejné vodorovné i svislé části, a doporučuje, aby hlavní motiv fotografie byl umístěn na průsečíky dělicích přímk.<sup>37</sup> Případně lze využít jiných skladebných přístupů.

Dále pak mezi kompoziční prvky řadíme *dělení plochy fotografie* (např. optické rozdělení na dvě stejnoměrné části působí staticky), *umístění optické dominanty fotografie* (největší pozornost přitahují velké světlé plochy a výrazné bílé linie) a *tonální kompozice* - rozhodování o rozdělení tmavých a světlých ploch v obraze (kupříkladu tmavé zarámování světlého motivu zvyšuje dojem prostoru a tmavý tón spodní části obrazu vzbuzuje dojem stability obrazu) (Lábová, 1989).

Je patrné, že autor - fotograf, má při tvorbě snímku k dispozici velmi širokou paletu výrazových prostředků, jimiž může svoji myšlenku ztvárnit. Van Leeuwen a Jewitt na adresu vztahu nástrojů vyplývajících ze sociálních konvencí a těch, vyplývajících z technické povahy fotografie, ještě dodávají, že při užívání znaků vycházejících ze společenských zvyklostí pracuje fotograf zároveň i s těmi fotografickými. Ty však fungují pouze jako podpůrné, aby zdůraznily, co má být viděno. Jednotlivé významy tak ve fotografii fungují dohromady a tvoří fotografický kód, jazyk, a jak uvádí V. Burgin a T. Van Dijk, i diskurz.

### 2.3.1.2 Význam kontextu

Stejně důležitá jako interpretace fotografického kódu, je pro porozumění smyslu vizuálního sdělení znalost kontextu, v němž je divákem přijímán. Významy obrazů totiž musíme dekodovat podle jejich náležitosti k dějinnému a společenskému rámci (Sturken, Cartwright; 2009). Jedním z důvodů je, že se vizuální kódy a konvence mění v čase - dnes vnímáme znaky na vizuálních sděleních jinak, než jejich současníci. Záleží

---

<sup>36</sup> KOTKOVÁ, Kateřina. *Zlatý řez*. Brno: Masarykova univerzita, 2008. 60 listů. Vedoucí práce Doc. RNDr. Jaroslav Beránek, CSc.

na tom, jaké v dané době panují ve společnosti trendy, jaké hodnoty jsou uznávány, co se děje na domácí půdě i ve světě. Také je důležité, kde se recipient s obrazem setkává (Sociální síť, časopis nebo galerie?), za jakých podmínek (Má možnost se na něj soustředit nebo ho sleduje za chůze?) a s jakou motivací ho konzumuje (Aktivně ho vyhledal nebo mu byl vystaven?). Kontextem je u fotografie i podpis autora - ten ji automaticky řadí mezi umělecké záležitosti (Leeuwen, Jewitt; 2002). U novinářské fotografie představuje podstatnou součást kontextu související redakční text a její umístění ve vydání novin - v jaké rubrice se nachází a kolik zabírá prostoru: na základě velikosti snímku s ohledem na rozměr ostatních komplexních komunikátů vyvozujeme jeho důležitost. Největší význam má pak fotografie titulní.

Význam obrazu se tedy změní vždy, když se změní kontext.

### 2.3.1.3 Divákova interpretace

Jak bylo již detailně popsáno v kapitole 2.2 věnující se významu, eminentní, ne-li nejvýznačnější, podíl na interpretaci smyslu sdělení má recipient. Podavatel myšlenky sice má ve své režii její srozumitelnost pro diváka, na původu příjemce, jeho intelektu, životních zkušenostech, vzdělání, stupni kulturních znalostí i charakteru a osobnosti celkově však závisí, jak si bude polysémické znaky vykládat (Lábová, 1990). *„Je zřejmé, že diváci nepřijímají mediální text na prvním místě tak, jak zamýšleli producenti. Mnohem více záleží na kontextu, v němž se diváci s obrazem setkávají.”*<sup>38</sup> postulují autoři knihy *Studia vizuální kultury* a upozorňují na to, že proces dekodování se odehrává ve vědomé i nevědomé rovině - aktivují se při něm kulturní vzorce, vzpomínky a vědomosti člověka.

*„Můžeme říci, že jen málo diváků přijímá obrazy pasivně (pozn.: idea dominantně-hegemonického čtení), protože žádná masová kultura nedokáže uspokojit kulturně-specifické potřeby, naplnit vzpomínky a touhy všech diváků. Interpretace je tak mentální proces přijetí a odmítnutí významů a asociací, které se vážou k danému obrazu prostřednictvím dominantní ideologie.”*<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> LENKAS. *Základní pravidla kompozice fotografie*. [online]. Jaknafoceni.cz. [citováno 1. 7. 2015]. Dostupné z: <http://www.jaknafoceni.cz/12/kompozice-fotografie/>

<sup>38</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 405.

<sup>39</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 81.



Leeuwen a Jewit v *Handbook of visual analysis* klasifikují pět ukazatelů, které vedou diváka při interpretaci vizuálního sdělení. Buď nám název díla napovídá, co je na něm zobrazeno, nebo jsme vedeni slovním popisem, výzkumem, osobní zkušeností či intertextualitou - odkazem k jiným textům, které již známe, a jež nás nasměrují při určování smyslu grafické informace.

Chceme-li interpretovat význam fotografie, nemůžeme předpokládat, že odhalíme smysl, který má sdělení pro všechny příjemce paušálně. Nic takového totiž neexistuje. Jak píše M. Sturken a L. Cartwright ve své knize: „*Významy neleží v samotných obrazech. Jsou spíše výsledkem komplexní společenské interakce mezi obrazy, diváky a kontextem.*“<sup>40</sup> Fotografie je však univerzálně srozumitelná, právě díky tomu, že používá výrazové prostředky vyplývající ze společenských konvencí. Za pomoci sledování výše představených proměnných lze tedy určit pravděpodobný význam, který obrazu většina příslušníků stejného kulturního prostředí přisoudí.

### 2.3.2 Interpretace významu textu

*“Znaky mohou mít podobu obrazů, zvuků, pachů, ale nejvýznamnější ze všech jsou pro člověka slova.”*<sup>41</sup>

#### *Význam jednoduchých jazykových znaků*

Slova jsou jednoduché jazykové znaky, jejichž význam byl utvořen na základě společenského konsenzu. Vztah mezi slovy a referenty je *arbitrární*, převážně se tedy jedná o symboly, jen několik slov je motivovaných a daly by se tudíž označit za ikony (v češtině např. výraz kukačka). Vedle arbitrárnosti je další vlastností jazykového znaku *lineárnost* - znaky lze řadit jeden za druhým, a *diskontinuita*, která označuje schopnost tohoto fenoménu ohraničit úsek z kontinua mimojazykové skutečnosti vnímaného naší myslí (Černý, Holeš; 2004).

Jak vysvětlují S. Machová a M. Švehlová v knize *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*, význam v rámci slova nesou nejmenší jazykové jednotky - morfémy (slabiky). Existují však i slova sémanticky vyprázdňená, v češtině např.

<sup>40</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1, s. 64.

<sup>41</sup> ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5, s. 39.

pomocná sponová slovesa “být”, “mít”, “stát se”). Význam jednoduchého jazykového znaku tvoří několik složek, jejichž počet a označení se různí. Např. polská akademička Barbara Lewandowska-Tomaszczyk mluví o *konvenční* (univerzální) a *individuální* (tvořené na základě znaků vyplývajících z konkrétních komunikace a jejího kontextu) složce významu. Britský jazykovědec, Geoffrey Leech, zase rozlišuje složek až sedm. Vyděluje *konceptuální význam* - denotativní složku znaku; *význam kolokační*, který vzniká užíváním slov v ustáleném spojení s jinými verbálními prostředky; *konotační*; *sociální*, který zahrnuje společenské faktory užívání výrazu (nářečí, profesionalismy, vulgarismy,...); *emoční*; *reflektovaný*, označující případy, kdy má slovo ještě jiný konceptuální význam, od něhož ho nelze zcela oddělit (dvojsmysly); a *tematicko-rematický*, jenž vyplývá ze stanovení, který ze sledu výrazů je stěžejní informací výpovědi (v češtině se téma a réma určuje většinou slovosledem a intonací).

Studiem významů jazykových znaků se zabývá věda zvaná sémantika a také pragmatika, která zkoumá smysl jazykových znaků uvnitř konkrétní výpovědi, v komunikační praxi. Význam jazykového znaku je totiž nejen záležitostí pravidel a konvence, ale i komunikačního záměru. V současnosti se proto v odborných kruzích zastává názor, že „význam jazykového znaku se v jistém smyslu neustále děje.“<sup>42</sup>

Mezi jednoduchými jazykovými znaky rozlišujeme opět dvě kategorie vztahů - paradigmatické a syntagmatické. *Syntagmatické* vznikají při lineárním uspořádání prvků na základě vztahu k předcházejícím a následujícím verbálním prostředkům. V této souvislosti rozeznáváme antonymii a kompatibilitu či nekompatibilitu prvků. *Paradigmatická* úroveň označuje spojitost se znaky stejné kategorie, a tehdy rozlišujeme *synonymii* - slova stejného významu, vzájemně zástupná (např. lístek - jízdenka); *polysémii* - výrazy mnohovýznamové (např. rys - zvíře, rys - nákres, rys - příznak); a *hyponymii* v případě, že jedno slovo je vůči tomu druhému neutrální nebo má stejnou hodnotu (např. žena a člověk) (Machová, Švehlová; 1996).

### ***Význam složitých jazykových znaků***

Složitě jazykové znaky nazýváme **výpověďmi**. Jejich význam chápeme na základě smyslu, který dohromady tvoří jednotlivá slova ve výpovědi obsažená,

a několika dalších faktorů. U tohoto druhu verbálních prostředků platí, že *“nejsme-li schopni přiřadit význam všem jednoduchým jazykovým znakům, které užil ve své promluvě produktor, jsme schopni přiřadit význam výpovědím (složitým jazykovým znakům) jen zcela výjimečně.”*<sup>43</sup> (pouze v případě, že si osvojujeme cizí jazyk přímo v cizím prostředí). Když nejsme schopni přiřadit tvrzením význam, označujeme je za nesrozumitelné.

Mezi významy složitých jazykových znaků můžeme rozlišit několik typů vztahů: *kognitivně shodný*, kdy mají jednotlivé věty stejný smysl, protože se liší použitím jiných, avšak synonymních, slov; *kontradiktorní*, v němž si tvrzení odporují; vztah *inkluze*, kde je jeden výrok konkretizací druhého, nebo *tautologie*, v případech, kdy spojení slov nepřináší žádnou informaci a význam se plně odvíjí od situačního kontextu (např. “Děti jsou děti.”) (Machová, Švehlová; 1996).

Užívání jednoduchých a složitých jazykových prostředků nazýváme řečovým (komunikačním) aktem. Jedná se tedy o způsob užití jazyka v konkrétní situaci. **Řečový akt** vzniká tak, že podavatel sdělení zakóduje svoji myšlenku pomocí zvoleného (přirozeného či umělého) jazyka (Kraus, 2008).

Komunikační akt obsahuje dvě složky významu: *propoziční* (jinde kognitivní) obsah a *ilokuční sílu* (komunikativně-pragmatickou část). *Propoziční obsah* je význam nezávislý na mluvčích nebo řečové situaci, *ilokuční aspekt (řečový záměr)* je význam podmíněný osobou podavatele a jí také míněný. *Ilokuční síla* mění význam výroku. Např. věta “Budete vystupovat?” pronesená ke spolusedícímu v MHD, neznamená otázku, nýbrž výzvu k uvolnění průchodu ke dveřím (Kraus, 2008). Řečový záměr může být vyjádřen explicitně (“Varuji tě, že to udělám!”) nebo jako v předchozím příkladu implicitně. Prostředky pro uplatnění implicitního řečového záměru bývají změna modality (otázka, negace), intonace, kadence, či jiné. *“Partner komunikačnímu aktu porozumí jedině tehdy, jestliže na základě znalosti řečového kontextu a jazykových konvencí dovede odhlédnout od toho, co autor řekl, a přiblížit se k tomu, co měl mluvčí skutečně na mysli, čeho chtěl svou výpovědí dosáhnout.”*<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6, s. 16.

<sup>43</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6, s. 34.

<sup>44</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3 s. 62.

Tato pravidla platí pro obě formy verbální komunikace, jak mluvenou, tak psanou. I když obě mají svá specifika. Psané výpovědi mají složitější obsahovou a formální strukturu a jsou na rozdíl od improvizované a často informačně nedostatečně nasycené ústní komunikace, emocionálně odtažitě. Vzhledem k tomu, že se při písemné komunikaci podavatel s adresátem nekontaktují tváří v tvář a nesdílí společný časoprostor, chybí zde možnost pro recipienta odvodit význam řečového aktu pomocí prvků neverbální komunikace nebo ze situačního kontextu (Machová, Švehlová; 1996). Na rozdíl od fotografie, která je univerzálně srozumitelná i bez znalosti fotografických konvencí (jelikož používá slovník neverbální komunikace), text má smysl pouze pro toho, kdo ho dokáže interpretovat. Znalost jazykového kódu je tedy v psané formě verbální komunikace klíčová.

Základní jednotkou tohoto způsobu řečového aktu je text, komplexní jazykové jednání. Definujeme ho jako *sled znaků, obsahově/smyslově soudržný komunikát, v němž každá výpověď (větná i nevětná) plní speciální funkci - je výsledkem posloupnosti jazykových jednání.*<sup>45</sup> Smysluplnost textu zajišťuje jeho *koherence* - jak ta strukturní, funkční (např. rozdělení na úvod, stať a závěr), tak stylová (vnímáme, že věty patří k sobě, když jsou psány stejným stylem), či pragmatická, vycházející ze společenských znalostí (víme, že výroky, které stojí vedle sebe, smyslově patří k sobě) (Machová, Švehlová; 1996).

### ***Analýza významu textu***

Na významu textu se rovnocenně podílí jak autor, tak příjemce sdělení (Kraus, 2008). Důležitou roli zde opět hraje kontext.

#### **2.3.2.1 Význam vkládaný autorem**

Mluvčí vytváří význam prostřednictvím výběru z repertoáru výrazových prostředků a jeho uspořádáním na základě svého komunikačního záměru, situace a pravidel jazykového systému (Kraus, 2008). Do textu pak integruje orientátory na úrovni obsahu (kognitivní složky významu), jeho formy a struktury (komunikativně - pragmatické součásti významu). Výrazové prostředky vybírá s ohledem na diváka, jeho

<sup>45</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6, s. 112.

záměrem je totiž, aby recipient porozuměl sdělení tak, jak si přál (Machová, Švehlová; 1996).

### 2.3.2.1 Výrazové prostředky na úrovni obsahu

Při tvorbě obsahu by se měl autor držet komunikačních maxim, obecně uznávaných zákonitostí pro úspěšnou komunikaci, navržených Paulem Gricem, a v ideálním případě i Leechových týkajících se interpersonální rétoriky. Grice mluví o čtyřech základních maximech - kvantitě (neříkat toho zbytečně mnoho, ani naopak), kvalitě (myslet slova, která říkám, vážně, mluvit pravdu, přestože často nemá paušální platnost), relevance (“*držet se informovanosti a mentální krajiny příjemce*”<sup>46</sup>) a způsobu (myšlenku podat způsobem, který je vhodný k obsahu sdělení) (Kraus, 2008).

V rámci obsahu můžeme význam textu hodnotit nejen na základě explicitně podaných informací (*propozičního základu*), ale také díky těm implicitním. Tím, co říká, ztvárňuje podavatel své *povědomí o komunikačním partnerovi* - o tom, jaké informace má, co mu bude připadat zajímavé, co nové nebo naopak známé, atp. (souvisí s maximem relevance). Dále jsou za textem skryty *sémantické presupozice* a *implikace*. Za oběma názvy se skrývají předpoklady, které ze sdělení vyplývají v momentě jeho šíření. Presupozicí výroku “Eva přestala hrát na saxofon.” je víra, že v období před tím se této aktivitě věnovala. Implikací vycházející z pragmatiky pak může být předpoklad, že člověk, který strávil roční studijní pobyt v Anglii, se plynule dorozumí anglicky (Machová, Švehlová; 1996).

Na explicitní rovině se na výstavbě smyslu podílí *sémantická aktualizace* - díky slovesným časům, zájmenům a jiným gramatickým výrazovým prostředkům chápeme, k jakému výseku producentovy skutečnosti se jeho sdělení vztahuje. Také záleží na volbě logických operátorů, především spojek, které jsou základním kamenem argumentace. Též může autor odkazovat na jiné texty či situace, které se dříve staly, tedy použít *aluzi* či *intertextovost* (Machová, Švehlová; 1996).

### 2.3.2.1.2 Výrazové prostředky na úrovni formy

Význam sdělení také výrazně ovlivňuje, jakou formu myšlenky dáme. Jaká vybereme slova z repertoáru své **slovní zásoby**: použijeme k vyjádření myšlenky

---

<sup>46</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3 s. 74.

kontextově závislé frazémy, nebo tropy či figury? Jak budeme komunikačního partnera *oslovovat*? Dále můžeme do výpovědi zahrnout *deiktické prostředky*, které bezprostředně odkazují na čas, místo a účastníky komunikace (zájmena, příslovce času, slovesný čas), nebo *modalizátory*, jež prozrazují postoj komunikátora k vysílanému sdělení - jeho suverenitu, nejistotu, výhrady (výrazy jako např. “prý”, “údajně”, “určitě”) (Kraus, 2008).

Svou roli hraje také *styl*, “*schopnost vyjádřit totéž různými prostředky*,”<sup>47</sup> v němž se projevují společenské identity. Rozlišujeme např. zpravodajský, administrativní, popisný, reklamní, vojenský,... Stylistické jazykové prostředky rozdělujeme na příznakové - se stylovou charakteristikou, a nepříznakové - bez ní. Také z nich lze vydělit spisovné a nespisovné kategorie. Jako příznakové klasifikujeme *regionalismy* a *dialektismy* (nářečí a dialekty), *profesionalismy* (odborné výrazy), *slang* (neoficiální odborná terminologie) a *argot* (nespisovný slovník uzavřené zájmové či profesní skupiny), kategorie vycházející ze stylové úrovně slov - *knižní*, *hovorové* či *lidové* výrazy, *slova citově zabarvená*, *vulgarismy*, *dětské výrazy*, skupiny prostředků vycházející z funkčních stylů (např. *básnické výrazy*), slova *domácí/přejatá*, *módní*, *klišé*, *okazionalismy* či *pojmenování zcela vymyšlená autorem*, z hlediska času vzniku *archaismy* (zastaralá pojmenování) a *neologismy* (Kraus, 2008).

**Formu** má i myšlenka vyjádřená **na úrovni věty**. Autor si volí, zda ji vyjádří oznamovací větou, nebo dodá dynamičnost rozkazem či upoutá recipientovu pozornost otázkou. Ty mohou být nejen typického zjišťovacího či doplňovacího charakteru, ale také *dialektické* - řečnické, které nevyžadují odpověď komunikačního partnera a mají funkci zesílení tvrzení (např. “A proč o tom píš?”), či *eristické*, jež mají příjemce sdělení destabilizovat (např. “Vy si myslíte, že jsem tak zkažený, že vykořisťuji své dodavatele?”). Strategie otázky předjímá nejen její odpověď, ale i formu, a vztah mezi tazatelem a adresátem (Kraus, 2008).

V češtině dále markantně ovlivňuje význam výpovědi **slovosled** věty. Ten určuje, která z informací je tématem a která rématem sdělení, a kdo je činitelem (agensem) a předmětem (patiensem) děje; postavení dalších větných členů je také nezanedbatelné (Machová, Švehlová; 1996). Češi jsou zvyklí pokládat nejdůležitější

část výpovědi na konec věty a podmět zpravidla na její začátek (pokud ho nechceme zdůraznit) (Kraus, 2008).

*Vztahy mezi větami* v rámci větných konstrukcí jsou zase nositeli argumentačního významu. Díky volbě *spojovacího výrazu* určujeme, jestli je tvrzení příčinou nebo důsledkem, podmínkou, námitkou, základní či rozvíjející informací. Argumentace neboli zdůvodňování se vždy sestává z východisek (premis) a z nich vyplývajících závěrů. “*O argumentaci tedy jde tehdy, můžeme-li souboru určitých tvrzení rozumět tak, že jedno zdůvodňuje, ospravedlňuje, vysvětluje, zakládá, implikuje tvrzení druhé.*”<sup>48</sup> Často nejsou premisy explicitně vyřčeny nebo je tvrzení od nich izolované, přesto výpověď označíme jako argument, a jsme schopni zamlčenému východisku porozumět. Argumentace je totiž stejně jako fotografické konvence sociální praktikou. Navíc lze použít znalosti pragmatiky, vědní disciplíny, která se záměry řečových aktů zabývá.

Dalším pilířem tvorby významu textu jsou prostředky vycházející z *pravopisu*. Především interpunkce (tečka, čárka, otazník, vykřičník, uvozovky,..), která často zcela mění výpovědní hodnotu věty, koncovka y/i, díky níž dokážeme poznat, jakého rodu jsou substantiva ve shodě přísudku s podmětem, velká písmena označující vlastní jména, předpona s/z oddělující významy souzvučných slov, atd.

Pravopis je také indexem kvality obsahu či inteligence podavatele. Velké množství gramatických chyb v textu nevypadá důvěryhodně, především získá negativní ohlasy, jedná-li se o text určený pro veřejnost.

Jedním z orientátorů může být také *grafické provedení textu* (Machová, Švehlová; 1996). Zvýrazněné nebo podtržené informace jsou vnímány za důležité. Kurzíva často znamená doslovnou citaci.

### 2.3.2.1.3 Výrazové prostředky na úrovni struktury

Podklad k interpretaci smyslu dává i struktura výpovědi. Na tu má vliv užitý *funkční styl*. V *popisném, vyprávěcím, výkladovém a úvahovém* přístupu k tvorbě textu

---

<sup>47</sup> KRAUS, Jirí. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3 s. 84.

se většinou používá členění výpovědi v pořadí úvod, stať a závěr, přičemž nejdůležitější informace čtenář najde v závěru. V *informačním* stylovém postupu je proces řazení informací v komunikátu opačný - klíčová fakta se dávají na první řádky článku a směrem dolů se čtenář dozvídá o širších souvislostech, doplňujících zprávách. Existují v podstatě dva základní přístupy vyplývání (inference) - *deduktivní*, při němž jsou informace řazeny od obecného ke konkrétnímu, a *induktivní*, kdy se postupuje naopak. Základem deduktivního je sylogismus - vyvození závěru z několika premis. Je používán především v odborných a vědeckých textech (Kraus, 2008).

Také užité *textové vzorce* se podílejí na výstavbě smyslu. Text plný příkladů budeme vnímat jako učebnici, citací jako akademickou stať. Slovní hříčky charakterizují zábavný obsah, obrazná vyjádření uměleckou literaturu (Kraus, 2008).

Význam nese také *délka vět*. Ty krátké jsou více dynamické a emocionálně nabitě. Stejně tak *postavení sdělení v rámci textu* nám napovídá, jakou má funkci, či jak podstatné je – větu napsanou na stránce pod čarou označujeme jako citaci a víme, že představuje zdroj informací, případně nějaké doplňující sdělení. V titulku zase najdeme to, na co autor výpovědi klade největší důraz.

Nejdůležitějším předpokladem fungování významu a nalezení smyslu složitého jazykového znaku je však *kauzální vztah*, jedna ze základních kategorií lidského myšlení. Je to víra, že je-li nějaký jev doprovázen jevem druhým, pak mezi nimi existuje příčinný vztah, a obvykle ten časově předcházející je označen za příčinu, a ten pozdější za následek (Kraus, 2008).

Způsob, jakým se vyjadřujeme, a sdělovaný obsah nenesou význam jen ve vztahu k sobě samým, ale také ve vztahu k podavateli informace. Užívání jazyka je indexem osobnosti autora: vypovídá o jeho původu, příslušnosti k sociální, profesní či zájmové skupině, vzdělání, postojích, životních zkušenostech, atp.

### 2.3.2.2 Význam kontextu

Stejně jako u fotografie, význam textu markantně ovlivňuje kontext. Komunikáty se stejným propozičním obsahem mohou mít v různých kontextech velmi odlišný smysl. Znovu záleží na tom, kde se čtenář s textem setkává (V novinách nebo na plakátu? V jaké rubrice?), kolik má na pochopení sdělení času, s jakým úmyslem text

---

<sup>48</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3 s. 151.



vyhledal nebo byl-li mu vystaven i v jakých dějinných souvislostech jazykové znaky vnímá. Význam slov se totiž mění s časem. Např. pražské nářečí už se dnes nechápe jako jazykový útvar, který je užíván obyvateli daného regionu, ale spíše jsou jeho projevy vnímány jako slova stylově příznaková - vyjadřující důvěrnost a neformálnost (např. “uplakaný holky”, “to je hloupý”) (Kraus, 2008). Součástí kontextu je také naše povědomí o tom, kdo je podavatel, případně o jeho komunikačním záměru. Jak psal anglický osvícenský filozof John Locke: „*Významy slov hledějme nikoli ve slovech samých, ale v lidech, kteří tato slova užívají a ožívují.*“<sup>49</sup> Důležitější než význam slova samotného je tedy kontext, do něž je slovo zasazeno.

### 2.3.2.3 Čtenářova interpretace

Při interpretaci recipient zjišťuje význam sdělení a na jeho základě mu přisuzuje určitý smysl. Ten nacházíme v každé výpovědi, protože očekáváme, že ho má - jsme zvyklí, že přijímáme smysluplná sdělení (Machová, Švehlová; 1996). „*Interpretaci však nelze vnímat jako odhalování autorem zakódovaného sdělení.*“<sup>50</sup> Jazyk má konstitutivní povahu, definujeme jím svět okolo nás a zastánci Sapir-Whorfovy hypotézy věří, že jazyk dokonce ovlivňuje způsob, jakým své okolí vnímáme. Interpretace je tedy spíše konstruování významu na základě znalostí a komunikačních dovedností příjemce. Je ovlivněná kognitivními faktory - stupněm znalosti daného jazyka a encyklopedických vědomostí recipienta; jeho schopností usuzovat, postoji či aktuální náladou.

Úspěšné porozumění ve verbální komunikaci tak souvisí s odhalením, kdo je autor, kdo adresát, co je obsahem sdělení, a jaké jsou komunikační záměry těchto tří proměnných (Machová, Švehlová; 1996). Je tedy výsledkem střetnutí rovnocenných činností podavatele i příjemce.

---

<sup>49</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3 s. 43.

<sup>50</sup> MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6, s. 113.

### 3 Etika zpravodajské fotografie

#### 3.1 Co je etika a proč je třeba se jí v souvislosti s významem novinářské fotografie zabývat?

Etika je filozofická disciplína, která se zabývá zkoumáním lidské *morálky*.<sup>51</sup> Tu definujeme jako “souhrn norem, principů a požadavků, které řídí chování jednotlivce ve vztahu k sobě samému, jinému člověku, skupině, společnosti, ale i přírodě.”<sup>52</sup> Je to chování na základě konvence či nepsaného zákona. Evropské morální principy vychází z křesťanského náboženství (Wilkins, Christians; 2008). Jejich elementárním východiskem je neškodit jiným, přičemž vnímáme dva prostředky regulace lidského chování - svědomí a veřejné mínění (Remišová, 2010).

*Etika* je oproti tomu povinnost respektovat daný univerzální princip, vycházející z morálky (Remišová, 2010). Je to dynamický proces, za pomoci něhož určujeme, jak se máme chovat každý den (Wilkins, Christians; 2008).

Etiku aplikovanou na novinářskou profesi nazýváme *novinářskou etikou*. Definovat ji můžeme podle autorky knihy *Etika médií* jako souhrn etických požadavků, kterými se mají řídit všichni členové novinářské obce - jak ti, kteří již zaměstnání vykonávají, tak ti, jež se na něj připravují.

Existence profesních norem je tím, co dané povolání ustavuje. V oblasti profesní etiky vnímáme dvě úrovně - institucionální, jež reguluje hodnoty vyznávané v daném oboru všemi jeho účastníky, a osobní, která ovlivňuje chování každého jednotlivce. Obsah každé profesní etiky se přitom mění se společenským vývojem.

Novinářské etice je nadřazená *etika mediální*, která upravuje jednání všech pracovníků v mediální oblasti, nejen žurnalistů (Remišová, 2010).

Důvodem, proč se zabývat analýzou významu komplexního komunikátu, je právě šetření, zda dochází k naplňování etických principů ze strany novinářů. Informace, které zprostředkovávají veřejnosti, mají totiž obrovský vliv na formování jejich názorů a postojů. Moc médií vychází jednak z povahy lidského vnímání - věříme všemu, co vidíme - zrak je pro nás přirozeně smyslem, kterým si ověřujeme informace

<sup>51</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>52</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8, s. 50.

získané jinými vjemy (Newton, 2001), a tak nejprve tomu, co vidíme, důvěřujeme, a až poté se teprve ptáme, jestli je to pravda (pakliže nás vůbec napadne o zhlédnutém sdělení pochybovat) (Wilkins, Christians; 2008). Za druhé pochází persvazivní síla hromadných sdělovacích prostředků z povahy používaných nástrojů pro komunikaci sdělení. Média totiž pracují s výrazovými prostředky majícími vysokou míru denotativnosti (obraz, zvuk, pohyblivý obraz, přirozený jazyk), a ty se zdají být věrným obrazem reality (Jiráček, Köpplová; 2003). Nejen dokumentárnost a autenticita fotografie, díky nimž je snímek provázen “mýtem fotografické pravdy” (Sturken, Cartwright; 2009), ale také její schopnost rychlé čitelnosti, názornosti a vyvolání emocí z ní činí významný nástroj ke sdělování informací a šíření ideologie.<sup>53</sup> Vnímání fotografie jako důkazu, věrné reprodukce reality, ještě přispívá fakt, že *„fotografové byli vždy považováni spíše za „zachycovače“ než podavatele (interprety), jakoby jejich pohled na věc byl stejně neutrální jako pohled jejich přístroje.“*<sup>54</sup> Přirozený jazyk není o nic méně mocný než ten fotografický. Jak jsem vysvětlovala výše, vlastností a podstatou jazyka je definovat náš okolní svět (diskontinuita jazykového znaku).

Za třetí se na významném vlivu médií podílí poslání žurnalistiky, které máme podvědomě na zřeteli. Úkolem novinářské profese je zprostředkovávat lidem informace o dění ve společnosti, které si nedokáží opatřit sami, vlastními smysly (Trampota, Vojtěchovská; 2010). Od novinářů tím pádem očekáváme přinejmenším to, že budou informovat o tom, co se doopravdy stalo, a že z množství událostí uplynulých dní vybírají ty, které jsou nejdůležitější - nejrelevantnější pro danou čtenářskou obec. Jelikož si většinou nejsme sdělení schopni ověřit, spoléháme se na to, že informace nalezené v seriózním zpravodajském médiu jsou pravdivé a že mají deklarovanou významnost. A zapomínáme, že text zpracovával redaktor a že se na vyfotografovaný výjev díváme očima fotografa, ne vlastníma (Wilkins, Christians; 2008), tedy že je mezi tím, co se stalo, a tím, jak jsme informaci o události obdrželi, prostředník, který rozhoduje o tom, jak (a jakou) skutečnost prezentuje.

---

<sup>53</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6.

<sup>54</sup> NEWTON, Julianne H. *The Burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, xv, 217 s. ISBN 0-8058-3376-5, s. 6.

Další z vnímaných funkcí žurnalistiky je hlídání demokracie/spravedlnosti/mocných členů společnosti (Schulz a kol., 2004). Jako příjemci mediálních obsahů máme tedy dojem, že jsou novináři “na naší straně”.

Hromadným sdělovacím prostředkům jsme zkrátka naučeni důvěřovat. Přitom např. fotografický obraz, který je častým nástrojem k přenosu sdělení, je ze své podstaty zavádějící. “*Manipulovatelnost je integrální složkou fotografie*”<sup>55</sup>, konstatují autoři knihy *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Fotografie je totiž pouhým 2D zobrazením ve skutečnosti trojdimenzionálního prostoru, je výřezem celku, nezachytí zvuky ani vůně a jen v omezené míře zachytí pohyb, a zkrsluje zachycené barvy (lidské oko vidí odstíny barev jinak) (Lábová, Láb; 2009). Také nemá velkou schopnost zobecňovat, což může vést k chybné interpretaci události (Lábová, 1990). Kromě toho, celý proces pořizování snímku je ovlivněn záměrem fotografa. Ten rozhoduje, co zvěčnit, přičemž se řídí intuicí napovídající, co bude recipient považovat za zajímavé a relevantní; a určuje, jak to zachytí, u čehož je v případě fotožurnalistiky veden požadavkem srozumitelnosti pro příjemce (Lábová, 1989).

Nadto jsou cílené pokusy o zásah do výsledné podoby snímku (a to jak z hlediska formy, tak i obsahu) staré jako fotografie sama a s příchodem digitální fotografie se enormně rozšířily možnosti, jak toho docílit (Lábová, Láb; 2009). Fotografie bychom tedy neměli vnímat pouze jako záznam reality, ale také jako její konstrukci (Leeuwen, Jewitt; 2002).

Dále také víme, že média jsou ve světě tržní ekonomiky produktem jako každý jiný. Řídí se tedy svými ekonomickými zájmy a navíc jsou ovládána silnými obchodními, někde i politickými, subjekty (Sturken, Cartwright; 2009). Přesto máme tendenci věřit tomu, co nám předkládají.

Mediální obsah je zrcadlem společnosti, díky čemuž má konstitutivní povahu - potvrzuje či vyvrací platnost stávajících společenských soudů a vytváří nové (Jiráček, Köpplová; 2003). Média tím pádem určují vnímání lidské reality a historie (Lábová, Láb; 2009), a proto je důležité se zkoumáním etiky jejich produktů zabývat.

---

<sup>55</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6, s. 14.

## 3.2 Etické a neetické chování ve fotožurnalistice

Podle L. Wilkinse a C. G. Christianse lze etiku fotožurnalistiky rozdělit na dvě kategorie - procesu a významu. V obou případech jsou požadavky kladeny nejen na jednání fotografa, ale na všechny, kteří mají s publikováním fotografických zpráv co dočinění, tedy i na obrazové redaktory, editory, a další.

### 3.2.1 Pracovní proces a etika

*Kategorie procesu* zahrnuje etické principy platné v dané profesi v rámci průběhu každodenní pracovní činnosti. Upravuje fotografovo jednání při zachycování svých snímků, vztah k dalším fotožurnalistům, počínání obrazového redaktora při výběru snímků k publikaci, jejich zodpovědnost vůči společnosti, atp.

Jak říká kodex *Národní asociace novinářských fotografů (NPPA)*: se všemi fotografovanými osobami by měl fotograf zacházet důstojně a s respektem, a obzvláště opatrný by měl být při spolupráci s oběťmi zločinu nebo tragédie.<sup>56</sup> Je potřeba důsledně se řídit rozkazy policie, která v jistých případech určuje, co je a co není možné pro potřeby hromadných sdělovacích prostředků zachytit. Fotografové jsou také vázáni slibem mlčenlivosti - neměli by mluvit o tom, co při zvětčování událostí zaslechli (Kobré, Brill; 2008). Některá pravidla však nejsou zcela jednoznačná. Na příklad při rozhodování, kterou situaci zachytit a kterou nikoliv, je požadavek ohleduplného přístupu k fotografovaným osobám v konfliktu s požadavkem zodpovědnosti vůči celé společnosti. Pokud zachycujeme oběti násilných činů nebo katastrof, je podle Remišové *“empatie s postiženými postavená nad novinářskou povinnost informovat o událostech”*.<sup>57</sup> Kobré a Brill se ale domnívají, že by žurnalisté měli postupovat na základě utilitářského přístupu - konat ve jménu největšího dobra pro co nejvíce lidí. A ukazování strašlivých událostí je nositelem důležitých informací pro komunity žijící v demokratickém systému. Benefit společnosti by tedy podle nich měl být předřazen právu na soukromí jednotlivce či malé skupiny lidí. Rozřešení tohoto dilematu nepomáhá ani tzv. zlaté pravidlo *“nedělej ostatním, co by se nelíbilo tobě”*, protože je nemožné určit, jak se druhá osoba cítí (Kobré, Brill; 2008).

<sup>56</sup> KOBŘE, Kenneth a Betsy BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, c2008, vii, 504 s. ISBN 978-0-7506-8593-1.

<sup>57</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8, s. 219.

Některá média pracují s citlivými fotografiemi tak, že jejich emoční náboj zmírní prostřednictvím úprav snímku (např. retuší). Tento postup má však také své kritiky, kteří říkají, že pokud přijde médiu fotografie příliš drastická, nemá ji vůbec publikovat (Lábová, Láb; 2009). V České republice vymezuje, co smí a nesmí novinář zveřejnit, potažmo fotograf zachytit, zákon č. 52/2009 Sb., populárně nazývaný „náhubkový zákon“. Upravuje poskytování informací v trestním řízení a jeho cílem je ochránit oběti trestných činů a neprávem obžalované před nežádoucí publicitou.<sup>58</sup>

Vůči dalším fotožurnalistům by se měl fotograf chovat kolegiálně. Neměl by kupříkladu úmyslně sabotovat záměry jiného fotografa (Kobré, Brill; 2008). A také by měl respektovat autorský zákon - nekopírovat díla jiných, nepřivlastňovat si je svým podpisem (Lábová, Láb; 2009).

S vydáváním práce jiných za svoji vlastní souvisí i jiné etické pravidlo - s ohledem na poslání, které vůči společnosti mají, by novináři neměli prezentovat materiály firem zasílané do redakcí v rámci jejich PR aktivit, za svoji nebo redakční tvorbu (Remišová, 2010). Neměli by také přijímat dary či laskavosti od nikoho, jehož cílem je ovlivnit názor veřejnosti, ani naopak platit své zdroje informací nebo fotografované osoby na důkaz díků, píše ve svém kodexu NPPA. *“Úkolem fotografa-novináře je zaznamenávat, ne ovlivňovat.”*<sup>59</sup> Fotografové by tedy neměli prostřednictvím vizuálního sdělení prezentovat vlastní názor (Kobré, Brill; 2008), a měli by zachycovat jevy charakteristické pro danou událost, ne ty náhodné (Lábová, 1990), zaznamenávat, co se doopravdy stalo, nikoliv záběr inscenovat či jakkoliv přikrášlovat. Pravidlo nerežirování zachycovaného jevu se netýká pouze fyzického fotografování, ale i postprodukce. Takzvaná fotografie bez referentu, která zobrazuje něco, co nikdy neexistovalo, vytvořená zpravidla jako fotomontáž, by měla vždy být označena jako ilustrace (Lábová, Láb; 2009).

Ani zde však nejsou pravidla černobílá. Jak například řešit situaci, kdy sami účastníci akce kvůli přítomnosti fotografa situaci zinscenují? Fotograf zachytí, co se doopravdy stalo, dokonce se může jednat i o typické chování na dané události, přesto se jedná o nahrávku.

---

<sup>58</sup> POSPÍCHAL, Tomáš. *Mediální diskurz regulace médií: komparativní analýza českého a britského denního tisku*. 2015. 111 listů. Vedoucí práce Tomáš Trampota.

Etickou povinností fotografa je také poskytnout kontext k fotografované události (Kobré, Brill; 2008) a rozhodně by neměl záměrně podávat lživé informace (Remišová, 2010).

Závažným prohřeškem proti svému poslání pro společnost je také zjednodušování zpráv - informování o událostech, které nemají takovou důležitost, namísto poskytování prostoru skutečným problémům. Častou obhajobou médií pro toto počínání je, že dokud mají diváky a čtenáře, znamená to, že dělají svoji práci dobře - že si to lidé tak přejí. To je však podle Remišové pouze alibismus - široká veřejnost totiž nedokáže rozeznat podprůměrně zpracovanou zprávu od té kvalitní. Úkolem žurnalistiky je informovat a pomáhat lidem v rozhodování, a tak zlehčování zpravodajství určitě není eticky v pořádku (Remišová, 2010).

### 3.2.2 Význam fotografie a etika

Neetického chování pojícího se k *významu* fotografie a komplexního komunikátu se mohou fotožurnalisté a další mediální pracovníci dopustit způsobem zobrazení/vyličení dané události, výběrem fotografie k uveřejnění - zasazením do kontextu, či zařazením nebo seřazením sdělení v sérii dalších zpráv; pokud těmito prostředky záměrně význam sdělení zkreslují (Remišová, 2010).

#### 3.2.2.1 Manipulace obsahem fotografie

Snahy o manipulaci s obsahem fotografického obrazu se vyskytovaly již od počátku existence fotografie. Tehdy se jednalo především o inscenace, či tvrzení, že na snímku je něco, co tam není (příkladem mohou být tzv. spiritistické fotografie), ale také již o retuše či fotomontáže. Odborníci se domnívají, že nutkání retušovat vzniklo z potřeby vyrovnat kulturní šok, který vyvolala věrnost zobrazení fotografovaného objektu, jež byla v rozporu s lichotivými ztvárněními malířů, na něž byli lidé zvyklí. Jenže s chemickou fotografií bylo zásluhou existence negativu vcelku snadné takovou manipulaci odhalit či prokázat. Díky možnostem editace a tvorby obrazu, které přinesla digitální fotografie, již však nelze ani věřit, že to, co je na snímku, se doopravdy stalo (Lábová, Láb; 2009).

---

<sup>59</sup> KOBŘÉ, Kenneth a Betsy BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, c2008, vii, 504 s. ISBN 978-0-7506-8593-1, s. 361.

Ovlivňovat obsah snímku lze pomocí způsobu zachycení dané skutečnosti nebo při postprodukcí. Podobu zaznamenané události určují užité výrazové prostředky, které jsem popisovala v podkapitole 2.3.1.1. Snímek můžeme také zinscenovat, a pak se jedná o velký prohřešek, pakliže fotografie není označena jako ilustrační a má-li zpravodajský charakter (Lábová, Láb; 2009).

Možnosti úpravy obsahu fotografického obrazu v postprodukcí jsou např. výřez, retuš, fotomontáž či rearanžování. **Výřez** je z výčtu jediným prostředkem globálně akceptovaným jako způsob editace sloužící k vyzdvižení hlavního motivu, a tedy není považován za manipulaci. U ostatních způsobů záleží, s jakým záměrem jsou použity či jak jsou označeny. Na příklad **fotomontáž**, při níž kombinací několika obrazů vzniká fotografie nová, sloužila prvotně k praktickým nebo uměleckým účelům. Poprvé záměrnou manipulaci fotomontáží použila z politických důvodů Pařížská komuna v roce 1871, která vytvořila fotografii demolice Vendômského sloupu a později do ní včlenila fotografii herce zpodobňujícího malíře Couberta, jehož obvinění se komuna snažila vytvořit. Mezi techniky, které řadíme k fotomontáži, patří vedle koláží, sendvičových, kompozitních a kombinovaných obrazů také klonování (zobrazování jednoho objektu vícekrát, než se ve skutečnosti vyskytoval), či dříve oblíbená “výměna hlavy”. **Rearanžováním** máme na mysli přesouvání jednotlivých prvků uvnitř obrazu - kupříkladu se jedná o přibližování zobrazených osob, což, jak jsem vysvětlila u výrazových prostředků vycházejících ze sociálních konvencí, výrazně ovlivní čtenářem vnímaný význam fotografie. **Retuši** rozumíme jakýkoliv zásah do fotografického obrazu, jehož cílem je opravit nebo upravit výslednou podobu snímku. Většinou se používá ke kosmetickým úpravám (zakrytí kruhů pod očima, vrásek,..), ale také k odstraňování celých vyfotografovaných prvků (Lábová, Láb; 2009).

Názory na to, jaká technika a míra úpravy snímků je v novinářině i fotografickém diskurzu přijatelná, se velmi různí. Britský fotograf z 19. století, Henry Peach Robinson, byl toho názoru, že fotograf je povinen snímky upravovat, aby zaryl to, co je ošklivé, a vyhnul se všednosti. Svůj přístup nazýval “uměleckou pravdou”. Jeho generační nástupce, Peter Henry Emerson to však viděl diametrálně odlišně - hlásal, že fotograf má zobrazovat realitu tak, jak ji vidí lidské oko (což, jak již víme, je také nedostižný ideál). Lze říci, že v současné době existují vedle sebe oba přístupy. Žurnalistice by měl být však bližší postoj P. H. Emersona, jelikož, jak trefně



poznámenal Rick Thames, současný šéfredaktor deníku The Charlotte Observer: „Předmětem žurnalistiky není vytváření uměleckých děl. V novinářině jde o zachycení skutečného života.“<sup>60</sup> Podle NPPA je editace ve fotožurnalistice eticky nezávadná, dokud zachovává integritu fotografického obsahu a kontextu, v němž se událost stala (Kobré, Brill; 2008). Ale i fotomontáže mohou najít v novinách uplatnění, jen musí být označeny jako ilustrace, neb, jak deklarují autoři knihy *Soumrak fotožurnalistiky*: „*Jakékoliv zásahy do obsahu zpravodajské fotografie jsou nepřijatelné!*“<sup>61</sup>

Význam fotografie může být také záměrně ovlivněn způsobem, jakým je uvedena, tedy verbálními a neverbálními (v případě snímku v televizním vysílání) prostředky, jimiž je provázena.

### 3.2.2.2 Manipulace výběrem fotografie

Eticky závadný může být také způsob výběru snímku k publikaci. Nejen, že k němu může docházet pod tlakem cenzury různých autorit, ale editor či obrazový redaktor mohou volit fotografii podle kritéria, jestli má vhodný rozměr pro volné místo na stránce, jež je třeba zaplnit, namísto kvality či obsahu snímku. Snímek by se také měl vztahovat k textu, jenž má doprovázet. I fotografie mohou být vytrženy z kontextu, a tedy zavádět, účelně zkreslovat význam.

### 3.2.2.3 Manipulace umístěním

Vnímání komplexního komunikátu lze také ovlivnit tím, kde je ve srovnání s dalšími informacemi umístěno - v jaké rubrice/pořadu, a na které pozici. Zprávy na titulní straně a prvním místě ve zpravodajské relaci vždy chápeme jako ty nejdůležitější.

## 3.3 **Novinářská etika**

Média jsou označována vedle moci zákonodárné, výkonné a soudní, za čtvrtý stav každého demokratického systému, protože také ovlivňují politickým vlivem.<sup>62</sup> Jsou nezávislou institucí, jejíž posláním je pravdivě informovat o událostech, vzdělávat, „hlídat demokracii“ a bavit (Remišová, 2010). Vyplývajícím úkolem novináře je pak

<sup>60</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6, s. 129.

<sup>61</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6, s. 48.

shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat pravdivé informace o dění ve společnosti a kontrolovat dodržování hodnot režimu vlády lidu. Z této veřejné role médií vyplývají principy novinářské etiky: pravdivost, čestnost, respektování lidských práv a zodpovědnost.

### 3.3.1 Etické principy

Požadavek *pravdivosti* souvisí s apelem záměrně nelhat, nepodávat neověřené údaje. *Čestnost* je spojená s odmítáním úplatků, dodržení anonymity zdroje informace, pokud je přislíbena, následování pravidel autorského zákona. *Respektovat lidská práva* znamená uznávat právo na svobodu projevu všech lidí, nepomlouvat a záměrně neškodit jiným, a *zodpovědnost* souvisí se závazkem sloužit veřejnému zájmu, požadavkem ověřování zdrojů informací minimálně ze dvou seriózních nezávislých pramenů, odmítnutí vnějších vlivů ze strany nadřízených či jiných skupin, a zodpovědností za své skutky a jejich důsledky.

Vlastnostmi a dovednostmi, kterými by měl každý žurnalista oplývat, jsou pak čestnost, odvaha, empatie, zodpovědnost a sebereflexe. S tou souvisí např. požadavek odmítnutí zpracování úkolu v momentě, kdy novinář tuší, že jeho aktuální psychický stav může způsobit zaujaté vylíčení události.

### 3.3.2 Informační kvalita

Z veřejné role médií pak vycházejí normativní požadavky na informační kvalitu sdělovacími prostředky šířených obsahů: mediální produkty musí být *pravdivé*, *relevantní* a *srozumitelné*.

#### 3.3.2.1 Pravdivost

Pravda, respektive existence objektivní pravdy, je jednou z tradičních filozofických otázek. Jak lze určit, jestli je sdělení pravdivé nebo nikoliv, když neexistuje objektivní realita? Při formování požadavku objektivitativy zpravodajství sehrála podle Briana McNaira stěžejní roli fotografie - *“svou denotativní věrností a zdánlivě nezpochybnitelnou pravdivostí vyvolala pocit, že lze realitu zachytit nezkrášeně*

---

<sup>62</sup> ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Vyd. 1. Praha: Institut Václava Klause, 2013, 175 s. ISBN 978-80-87806-21-0. Dostupné z: <http://bit.ly/1I2FVYQ>.

*takovou, jaká je.*”<sup>63</sup> Autoři knihy *Analýza mediálních obsahů* definovali dílčí kritéria, která musí sdělení informačního žánru dodržet, aby bylo považováno za pravdivé neboli objektivní. Je jimi přesnost, věcnost, transparentnost a vyváženost. **Přesnost** určuje, že zpráva musí obsahovat pouze údaje odpovídající realitě a že novinář by měl čerpat z ověřených zdrojů a nepodložené informace vůbec nepublikovat. **Věcnost** znamená oddělování faktů od názorů, nevkládání vlastního hodnocení do zprávy. **Transparentnost** souvisí s apelem uvádění informačních pramenů, pokud novinář sám nebyl účastníkem dané události. A **kritérium vyváženosti** požaduje, aby se k diskutovanému tématu vyjádřily všechny dotčené strany. Zároveň by se redaktor neměl přiklonit k názoru ani jedné z nich. Nevyváženost je nebezpečnou formou stranění, není totiž patrná na první pohled (Schulz a kol., 2009). I když se však některá sdělení mohou zdát vyvážená, nemusí to vždy znamenat, že jsou objektivní doopravdy - novinář si totiž pro zprávu vybral zdroje na základě vlastního úsudku, a mohlo jít o pouze ty, které korespondují s jeho názorem - podají informaci, kterou chce žurnalista slyšet. Případně může být názor dotázaného zkreslen stříhem záběru či zkrácením citace redaktorem.

### 3.3.2.2 Relevance

Relevance v sobě podle Schulze zahrnuje kritéria vhodnosti, aktuálnosti a různorodosti. Sdělení je **vhodné/relevantní**, pokud je pro příjemce užitečné. Je však na rozhodnutí redakce, co z domácích a světových událostí považuje za zaznamenáníhodné. Pokud zpráva není relevantní, nepřináší recipientovi žádnou informační hodnotu. Kolektiv autorů *Analýzy mediálních obsahů* relevanci rozděluje na **externí** - nakolik je téma přínosné pro společnost; a **interní** - nakolik jsou důležité jednotlivé části sdělení a jestli bylo řečeno vše, co je pro výklad dané události stěžejní. Je tedy nejen logické, aby jednotlivé části komplexního komunikátu byly vůči sobě v harmonii, ale je to žádoucí i z hlediska etiky - obsahy mají být vnitřně relevantní.

Jelikož není možné přesně určit, co je pro společnost podstatné, měla by média poskytovat **různorodé** zpravodajství. Dále kromě toho, že musí být informace obsahově přínosná, musí být také **aktuální**.

---

<sup>63</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 9788073676834, s. 130.

### 3.3.2.3 Srozumitelnost

Významný je také požadavek *srozumitelnosti* zpráv. *“Pokud je zpráva nesrozumitelná, nelze z ní žádnou informaci čerpat.”*<sup>64</sup> K tomu, aby byly výpověď nebo text srozumitelné, je třeba se vyjadřovat v logicky správném sledu a vhodně zvolenými výrazovými prostředky.

Apely pravdivosti, relevance a srozumitelnosti jsou samozřejmě aplikované i na fotožurnalistiku. Srozumitelnost fotografie je určována jejími výrazovými prostředky - především obrazovou skladbou. Dojem splnění kritéria pravdivosti v sobě fotografie nese již ze své podstaty - je indexiálním znakem, který dosvědčuje, že byl fotoaparát v přítomnosti zaznamenané události. Podle doktorky Lábové je *“pravdivá ta fotografie, která věrně odráží objektivní realitu. Pravdivost ale nelze redukovat na shodu obrazu se zobrazovaným.”*<sup>65</sup> Záleží totiž na tom, jak fotograf skutečnost zachytil, co při jejím zaznamenávání potlačil či zdůraznil, atd. Stranit tedy umí i obrazový materiál, nejen text (Schulz a kol., 2004).

Tato tři kritéria se však netýkají pouze významu obrazu jako takového, ale především smyslu komplexního komunikátu jako celku. Kombinací textu a obrazu může být např. porušena interní relevance zprávy. K tomu dojde v případě, že se vybraná fotografie tolik nevztahuje k textu, jenž ji doprovází. Pokud není mediovaný obsah vnitřně relevantní, není ani srozumitelný (Schulz a kol., 2004). Komplexní komunikáty budou dále nesrozumitelné, pokud budou obsahovat jiné informace – tedy nebudou vykazovat princip substituce kódu.

## 3.4 Kdo zodpovídá za zabezpečení etiky novinářské fotografie?

Klíčovou rolí při tvorbě významu fotografie, a tedy pro zajištění její korektnosti, má samozřejmě *fotograf*. Zachytí několik snímků jedné události a následně vybírá, kterým z nich se mu danou skutečnost podařilo vyjádřit nejlépe, a ty předává dále do redakce (Lábová, 1989). Připojuje k nim také popisek a navrhuje text, přičemž ručí za

<sup>64</sup> SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8, s. 52.

<sup>65</sup> LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky - II.: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 197 s. ISBN 80-7066-119-4, s. 87.

pravdivost dodaných údajů. Za článek ke snímku, který spoluutváří smysl fotografie, je dále zodpovědný *novinář/redaktor*.

Výběr fotografie k textu hodnotí *obrazový redaktor*. Je nejbližším spolupracovníkem fotografa a výtvarného redaktora, jenž dohlíží na celkovou grafickou úpravu novin. Snímek k publikování ovlivňuje také *technický redaktor*, který rozhoduje o velikosti formátu fotografie, případně o jejím výřezu, jenž dokáže význam snímku velmi změnit. Hotový komplexní komunikát pak posuzuje podle jeho obsahu a rozměru, s ohledem na další články daného čísla, *vedoucí vydání* (Lábová, 1990). Za obsah každého čísla je pak zodpovědný *editor, šéfredaktor*, případně jeho *zástupce*.

Ať už médium publikuje fotografie agenturní nebo své vlastní, pracovníci, kteří se na výsledném významu fotografie podílejí, zůstávají v podstatě neměnní, rozdílný je pouze zaměstnavatel primárního článku - fotografa.

Řetězec pracovních pozic, které mají vliv na to, jak budou recipienti vnímat smysl publikovaného komplexního komunikátu, je vcelku dlouhý. Není tedy divu, že může snadno dojít ke zkreslení původně fotografem zamýšleného významu a skutečné události vůbec.

### **3.5 Prostředky regulace neetického chování v žurnalistice**

#### **3.5.1 Zákonné**

V demokratické společnosti, která respektuje lidská práva a svobody, nelze mediovaný obsah příliš zákonně omezovat. Bylo by to v rozporu s právem na svobodu projevu. Na druhou stranu je *“určitá forma regulace nezbytným předpokladem pro zachování stabilních kvalit fungování moderní společnosti”*<sup>66</sup>, jak píše Tomáš Pospíchal ve své diplomové práci. A tak zákon postihuje ty případy, kdy se zveřejňované výpovědi negativně dotýkají práv a osobní svobody druhých, státní či veřejné bezpečnosti, zdraví nebo mravnosti.<sup>67</sup> Prostředky zákonné regulace médií v ČR jsou především: Listina základních práv a svobod, občanský zákoník, “autorský zákon”, “tiskový zákon”, trestní

<sup>66</sup>POSPÍCHAL, Tomáš. *Mediální diskurz regulace médií: komparativní analýza českého a britského denního tisku*. 2015. 111 listů. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 14.

<sup>67</sup> Listina základních práv a svobod. In: *Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb.* Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>.

řád a Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.

### 3.5.1.1 Listina základních práv a svobod

Podle článku sedmnáct *Listiny základních práv a svobod* zakotvené v Ústavě máme právo na informace a svobodu názoru a projevu. Těchto oprávnění smíme využívat mimo zákonem stanovených výjimek (výše zmíněných) libovolně. Cenzura je podle tohoto oddílu politických práv zapovězena. Článek deset naopak reguluje svobodu projevu prohlášením, že *“každý má právo na ochranu před neoprávněným zasahováním do soukromého života, shromažďováním, zveřejňováním či zneužíváním údajů o své osobě, a na zachování lidské důstojnosti, osobní cti, dobré pověsti.”*<sup>68</sup>

### 3.5.1.2 Občanský zákoník

Právo na soukromí upravuje dále *občanský zákoník ČR* - nikdo nemá právo sledovat soukromý život druhého člověka a šířit o něm informace, nemá-li k tomu zákonný důvod.<sup>69</sup> Fotografie člověka či písemnosti osobní povahy lze rozšiřovat jen se svolením dotyčného. Bez svolení je lze však *přiměřeným způsobem* využít pro zpravodajství. Na veřejné projevy nebo výpovědi, k nimž dochází při výkonu veřejné funkce, se ale povinnost žádat o svolení nevztahuje.

### 3.5.1.3 „Autorský zákon“

Mediální produkce se také týká tzv. *“autorský zákon”* (Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů), který zajišťuje především právo autora uměleckého nebo vědeckého díla na rozhodnutí o zveřejnění své práce.<sup>70</sup> V žurnalistice se tento zákon týká především publikovaných fotografií, reprodukcí uměleckých děl a jiných obrazových ilustrací, ale i textů, hudebních podkresů reportáží či audiovizuálních záznamů.

<sup>68</sup> Listina základních práv a svobod. In: *Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb.* Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>.

<sup>69</sup> Předpis č. 89/2012 Sb. *Občanský zákoník*. Www.zakonyprolidi.cz [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

<sup>70</sup> Předpis č. 121/2000 Sb. *Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů*. Www.zakonyprolidi.cz [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

#### 3.5.1.4 „Tiskový zákon“

Dále publikované informace reguluje „*tiskový zákon*“ (Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů), který se vztahuje na všechny periodický tisk vydávaný na území ČR.<sup>71</sup>

Za zveřejňované informace odpovídá vydavatel, s výjimkou inzertního obsahu jiných subjektů. Kromě povinných výtisků a náležitostí týkající se evidence periodik, upravuje předpis opět ochranu soukromí, lidské důstojnosti a dobrého jména jednotlivce - zajišťuje „*právo na odpověď*“ a „*právo na dodatečné sdělení*“. Pokud periodikum uveřejnilo sdělení, které se dotýká cti nebo soukromí určité fyzické osoby, nebo dobré pověsti právnické osoby, mají tyto subjekty nárok na uveřejnění odpovědi na jejich protestní stížnost. Instituci dodatečného sdělení může zase subjekt uplatnit v případě, že proti němu bylo vedeno trestní řízení, o němž médium informovalo, které však skončilo neprokázáním viny. Dotyčný má v daném případě právo požadovat uveřejnění informace o výsledku řízení.

Důležitou podporu pro to, aby média mohla plnit poslání hlídacího psa demokracie, tvoří § 16 tiskového zákona, o ochraně zdroje a původu informací. Fyzická či právnická osoba, která sdělení pro uveřejnění zpracovávala, nemá povinnost prozradit původ těchto informací, a to ani státnímu orgánu či institucím veřejné správy. Výjimkou je však v tomto privilegiu situace, kdy by tímto jednáním došlo k nadržování pachatelů trestného činu nebo bylo bráněno v překažení daného činu (Ministerstvo kultury ČR, 2015).

#### 3.5.1.5 Trestní řád – „náhubkový zákon“

V rámci trestního řádu pak do charakteru publikovaných sdělení zasahuje již zmiňovaný *zákon č. 52/2009 Sb. - „náhubkový“*. Podle § 8 nesmí nikdo zveřejnit fotografie či jakékoliv jiné materiály a informace, díky kterým by veřejnost dokázala identifikovat oběti trestných činů, především ty nezletilé.<sup>72</sup> Předpis má za cíl zabránit sekundární viktimizaci poškozených. Údaje lze zveřejnit pouze se souhlasem oběti či jejího zákonného zástupce, nebo je-li jejich publikace nezbytná k úspěšnému uzavření

<sup>71</sup> Zákon č. 46/200 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů. Ministerstvo kultury České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>

<sup>72</sup> Zákon č. 52/2009 o trestním řízení soudním. Ministerstvo vnitra České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

případu. Tato novela trestního řádu byla přijata v souvislosti s kauzou o týraných chlapcích z Kuřimi (Pospíchal, 2015).

Jak píše Tomáš Pospíchal ve své diplomové práci, v Evropě jsou vysílací média daleko více zákonem regulovaná než tištěná. Důvodem bylo v minulosti omezené množství frekvencí, díky kterému byl zaveden systém přidělování licencí. V České republice má tuto pravomoc Rada pro rozhlasové a televizní vysílání zřízená *Zákonem 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů* a Český telekomunikační úřad. V jejich kompetenci je nejen licenci udělit, ale i odebrat. Přímou v zákoně 231/2001 Sb. je zakotven požadavek objektivního a vyváženého zpravodajství a politické publicistiky, a oddělování faktů od názorů.<sup>73</sup>

### 3.5.1.6 Rady

Dalšími kontrolními nástroji médií vyplývajícími ze zákona jsou rady veřejnoprávních sdělovacích prostředků. Radu České televize zřizuje *zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi*<sup>74</sup>, a Radu Českého rozhlasu *zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu*.<sup>75</sup> Stěžejní činností obou orgánů je kontrola vysílaného obsahu.

Nejvýznamnějším dozorčím prostředkem, který ovlivňuje téměř všechna česká média, je Rada tiskové kanceláře. Byla ustavena *zákonem č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři*, jejímž účelem je “*důsledné plnění poslání tiskové kanceláře*”, tedy zabezpečit, že ČTK poskytuje “*objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů*”.<sup>76</sup>

<sup>73</sup> *Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.*

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

<sup>74</sup> Co je Rada ČT. *Česká televize* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>

<sup>75</sup> Rada Českého rozhlasu. *Český rozhlas* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z:

<http://www.rozhlas.cz/rada/portal/>

<sup>76</sup> Ministerstvo vnitra ČR: Předpis č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři. *Portál veřejné správy* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z:

<https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=40291&recShow=7&nr=517~2F1992&rp=15#parCnt>



### 3.5.2 Samoregulace

Obsah jednotlivých deníků a jiných tištěných periodik není tedy z hlediska požadavků informační kvality přímo zákonem upraven. Proto se v novinářské profesi uplatňuje *samoregulace*, jejíž podstatou je dobrovolné omezení svobody projevu novináře proto, aby nedocházelo ke konfliktům s právy občanů.<sup>77</sup> Nejúčinnějším způsobem samoregulace jsou *etické kodexy* (Remišová, 2010). Přijímají je jak profesní sdružení, tak jednotlivé redakce. Kodexy jsou takovými desatery vymezujícími hranice, které by novinář při výkonu svého povolání neměl překročit, aby nepoškodil dobré jméno žurnalistiky. Základem etických norem novinářiny je princip pravdivosti a zodpovědnosti. (Remišová, 2010).

Prostředkem samoregulace je však i *existence profesního svazu* či *systém vzdělávání*, získávání dané odbornosti. Podle Remišové musí být samoregulace institucionalizovaná, aby byla účinná.

#### 3.5.2.1 Profesní sdružení

V České republice je stěžejním profesním uskupením *Syndikát novinářů ČR*, jež staví svůj etický kodex na právu občanů na informace. Toto právo, zakotvené v Listině základních práv a svobod, je motorem, který do žurnalistiky vnáší požadavek informační kvality - občan má právo na *přesné* a *pravdivé* informace. Podle kodexu Syndikátu novinářů má žurnalista ctít pravdu, zveřejňovat jen ověřené údaje, vyhledávat informace i přes překážky, ale nezískávat je nepoctivě (lze omluvit jen v případě velkého významu pro veřejné blaho), rozlišovat fakta od názorů, hájit svobodu tisku, nést odpovědnost za všechny uveřejněné materiály. Měl by *“považovat pomluvu, neprokázané obvinění, překroucení dokumentů, faktů a lži za nejzávažnější profesionální chyby.”*<sup>78</sup> Kodex však myslí i na takové prohřešky jako plagiátorství, zneužívání svého postavení k prezentaci osobních názorů nebo k získání výhody na trhu (*“Novinář nesmí využívat ve svůj prospěch informace získané při výkonu svého*

<sup>77</sup> Etický kodex. *Syndikát novinářů ČR*. [online]. Syndikát novinářů České republiky, ©2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>

<sup>78</sup> Etický kodex. *Syndikát novinářů ČR*. [online]. Syndikát novinářů České republiky, ©2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>

*povolání dříve, než budou tyto informace zveřejněny.*"<sup>79)</sup>, nerespektování soukromí a presumpce nevinny, diskriminaci menšin, přijímání darů či porušení právního zdroje informací o jeho anonymitě. Kodex Syndikátu novinářů vznikl roku 1998 a je závazný pro všechny jeho členy. Proviněním pro němu se zabývá Etická komise Syndikátu novinářů, a to bez ohledu na to, jestli je viník jejím členem nebo ne (Lábová, Láb; 2009).

Při Syndikátu novinářů existuje profesní uskupení *Klub novinářů - fotoreportérů*, a to již od 60. let 20. století, kdy vznikl pod tehdejší Svazem československých novinářů.<sup>80</sup> Jeho hlavní činností je však pořádání výstav. Etické zásady platné v oblasti fotožurnalistiky jsou v obecné rovině upraveny pravidly Syndikátu novinářů, ta však neobsahují žádná konkrétní doporučení vztahující se na fotoreportéry. V České republice tak práci novináře-fotografa upravují kodexy jednotlivých redakcí, není to však pravidlem vždy (Lábová, Láb; 2009). Vzhledem k naší totalitní historii u nás nemá používání kodexů dlouhou tradici, a tak je nevytváří každé periodikum.

### 3.5.2.2 Etické kodexy

S příchodem digitální fotografie musely být kodexy upravující práci fotoreportéra aktualizovány. Nyní se více zaměřují na proces postprodukce. V etických kodexech médií napříč světem lze zaznamenat dva trendy - výstavbu pravidel na základě definování zakázaných úprav v editačních programech, nebo s ohledem na prohřešky proti novinářské etice, za které byla již v minulosti redakce kritizována. Za ideální považují autoři knihy *Soumrak fotožurnalistiky* pravidla sestavená americkým profesním sdružením fotožurnalistů, *NPPA*. Jsou totiž obecného rázu, a tak obtojí i v době, kdy se software pro úpravu fotografií rychle vyvíjí.

#### 3.5.2.2.1 Kodex NPPA

Podle kodexu NPPA má editace zachovat integritu obsahu a kontextu snímku - je tedy zakázáno upravovat snímky způsobem, který by mohl vytvořit význam pro

<sup>79</sup> Etický kodex. *Syndikát novinářů ČR*. [online]. Syndikát novinářů České republiky, ©2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>

<sup>80</sup> MEVALD, Karel. *Klub fotoreportérů při Syndikátu novinářů*. Fotomonitor.info, ©2008 - 2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://fotomonitor.info/www/asoc/KF.asp>

čtenáře zavádějící.<sup>81</sup> Novinář-fotograf má být v zobrazování situací úplný a přesný, informovat o kontextu a vyvarovat se ztvárnění zachycovaného tématu na základě společenských stereotypů nebo vlastních předsudků. Do průběhu snímané události by neměl nijak zasáhnout. Kodex Národní asociace novinářských fotografů se také zabývá úpravou chování vůči fotografovaným subjektům či ostatním kolegům, jak jsem již zmínila v kapitole 3.2. Své “modely” a zdroje nesmí za jejich příspěvek na vznik snímku nijak odměňovat. Sami též nemají přijmout žádnou odměnu od kohokoliv, jehož cílem by mohlo být působit na mediální agendu. Ovlivnit se nemají nechat také příležitostí k režirovanému snímku. Mají se zkrátka chovat v souladu se svým posláním - dokumentovat život společnosti za účelem zaznamenání její minulosti prostřednictvím obrazů, a vědomím, že fotografie dokáží zranit či způsobit velké škody, když příliš zasahují do soukromí lidí, nebo jsou zmanipulované. Kodex je závazný pro všechny fotožurnalisty a další dílčí novinářské profese, které s obrazovými zprávami pracují (NPPA, 2012).

#### 3.5.2.2.2 Kodex Reuters

Podrobnější úpravu zacházení s novinářskou fotografií obsahuje etický kodex mezinárodní zpravodajské agentury Reuters. Ten definuje i pravidla přípustnosti/nepřípustnosti aranžování scény a podoby titulku fotografie (Lábová, Láb; 2009). Kodex povoluje inscenovat zachycované subjekty pouze při vytváření portrétů, při formálních rozhovorech a u ilustračních fotografií, jež nejsou zpravodajského charakteru, přičemž výsledný snímek nesmí vyvolat u čtenářů dojem, že se jedná o spontánní situaci. V případě, že inscenaci vyvolávají sami účastníci dění nebo je zřejmé, že je daná situace ovlivněná přítomností médií, musí to fotograf uvést v titulku k fotografii. Pakliže zachycovaný výjev aranžuje jiný fotograf, přesto se jedná o nahrávku.

Titulek „*musí splňovat základní pravidla Reuters a zodpovídat na základní otázky kvalitního žurnalismu. Kdo je zobrazen? Kde je snímek pořízen? Kdy byl pořízen? Co zobrazuje? Proč zobrazený dělá to, co dělá? Titulek musí uvádět okolnosti, za jakých byl snímek pořízen, a přesné datum.*“<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> NPPA Code of ethics. *NPPA, the voice of visual journalists*. [online]. National Press Photographers Association, ©2012. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [https://nppa.org/code\\_of\\_ethics](https://nppa.org/code_of_ethics)

Z českých médií měl nejpodrobnější etický kodex s ohledem na použití fotografie časopis Týden. Ten upravoval i vztah fotografie a titulku. Podle redakčních pravidel Týdnu se mají *odpovědní redaktori ptát, jestli konkrétní využití fotografie a její textový popis nemění její původní sdělení*.<sup>83</sup>

## 4 Předmět výzkumu

Tématem, kterým se tato diplomová práce zabývá, je novinářská etika a její dodržování na české mediální scéně. Námět je zkoumán prostřednictvím analýzy mediálních obsahů, přičemž konkrétním předmětem výzkumu jsou významy komplexních komunikátů, jejichž součástí je novinářská fotografie. Smyslem výzkumu této diplomové práce je zjištění, jestli jsou komplexní komunikáty českého zpravodajství eticky v pořádku z pohledu dvou kritérií informační kvality – vnitřní relevance a srozumitelnosti. Prostředkem tohoto zjištění je analýza, jestli se mezi složkami daných komplexních komunikátů nalézají vztahy harmonie a substituce.

Za materiál pro své bádání jsem si z toho důvodu zvolila zástupce z řad tištěných médií, u kterých jsou tyto jevy nejsnáze průkazné. Konkrétně nečtenější seriózní zpravodajský deník - Mladou frontu DNES<sup>84</sup>, a nejčtenější periodikum zaměřené na ekonomické zpravodajství, Hospodářské noviny.<sup>85</sup> Lze totiž předpokládat, že u bulvárních médií bude disharmonie kódu spíše zvykem z důvodu jejich snahy o přilákání čtenářů senzací. U seriózních titulů jsou prohřešky vůči etice závažnější - mají větší dopad na společnost, která jim věří a nebere je s nadsázkou tak, jako jejich bulvární kolegy.

---

<sup>82</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6, s. 143.

<sup>83</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6, s. 149.

<sup>84</sup> Čtenost celostátních deníků, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z:

[http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

<sup>85</sup> Čtenost ekonomických časopisů, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z:

[http://www.unievydavatelu.cz/cs/casopisy/fakta\\_cisla\\_casopisech/ctenost\\_casopisu/2492-ekonomicke\\_casopisy](http://www.unievydavatelu.cz/cs/casopisy/fakta_cisla_casopisech/ctenost_casopisu/2492-ekonomicke_casopisy)

Zkoumaným obdobím jsem zvolila březen 2014, abych mohla své výsledky v konečném zhodnocení porovnat se závěry, k nimž došla ve své bakalářské práci studentka žurnalistiky na Karlově univerzitě, Magda Polmanová, jež zkoumala stejné, úžeji pojaté téma, na období března 2011.

Vzorek výzkumu jsem vymezila na domácí a zahraniční *zpravodajství* vydávané *celostátně*. Cílem komentářů, názorových článků, reportáží či rozhovorů totiž není znázorňovat objektivní realitu, a tak u nich nemusí být požadavek interní relevance tolik striktní. Kulturní, sportovní a regionální zpravodajství zase nemá takovou závažnost pro všechny občany ČR.

Mezi výzkumné otázky patří: Jsou složky komplexních komunikátů v takto definovaném vzorku, období a materiálu vůči sobě v harmonii a substitučním vztahu? Pokud nejsou, u kolika případů se prohrašek proti požadavku informační kvality objevuje? Jak se tento počet různí mezi MF Dnes a Hospodářskými novinami? A jak se výsledky mého výzkumu liší od zjištění M. Polmanové z r. 2011?

Svým výzkumem de facto kontroluji práci obrazového redaktora, který je za výběr fotografie ke článku zodpovědný, ale také vedoucího vydání, editora a šéfredaktora, kteří výsledek jeho práce schvalují. Zkoumám, jestli dodržují principy novinářské etiky a etiky fotožurnalistiky na úrovni procesu a významu fotografie, které upravují jejich počínání při každodenním výkonu povolání; a nenechávají se strhnout touhou po - pro čtenáře - vizuálně atraktivních fotografiích.

## **4.1 Zkoumaný materiál**

### **4.1.1 Mladá fronta DNES (dále také MF Dnes či MfD)**

Mladá fronta DNES je deníkem vydavatelství MAFRA, a. s. Podle dat Unie vydavatelů čte každé jeho vydání v průměru 633.000 obyvatel ČR.<sup>86</sup> Vychází 6x týdně, sobotní a nedělní vydání je sloučeno. Je celostátním titulem, vychází ve 14 regionálních

---

<sup>86</sup> Čtenost celostátních deníků, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

mutacích.<sup>87</sup> Ke každému vydání obdrží čtenáři přílohu v podobě magazínů: v pondělí Ona DNES pro ženy, v úterý Test DNES, ve středu Doma DNES, ve čtvrtek Magazín DNES+TV, v pátek Rodina DNES a se sobotním vydáním Víkend DNES. V Praze vychází k MF Dnes jednou měsíčně příloha City Life.<sup>88</sup>

Deník MF Dnes vznikl po privatizaci listu Mladá fronta 1. září 1990.<sup>89</sup> Ten založili již v květnu 1945 mladí nadšenci z ilegálního *Hnutí mládeže za svobodu* s cílem vytvořit prostor pro vyjádření mladým literárním umělcům. Od roku 1995 bylo vydavatelství MfD vlastněno německou společností Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH.<sup>90</sup> V roce 2013 koupil MAFRu potravinářský holding Agrofert současného ministra financí, Andreje Babiše. Šéfredaktorem deníku je v této době Jaroslav Plesl.<sup>91</sup> Ve zkoumaném období ho vedla Sabina Slonková.<sup>92</sup>

V březnu 2014 měla Mladá fronta DNES 26 vydání. Každé z nich přinášelo v tomto období zpravidla dva sešity - A a B. Výjimkou bylo páteční vydání, které mělo části tři, a pondělní vždy čtyři. Mezi pravidelné rubriky prvního sešitu patřily *Z domova, Ekonomika, Názory, Publicistika*; sešitu B *zprávy z regionu, Ze světa, Kultura, Servis, Taháky nejen k maturitě a Sport*. Každé pondělí se však ekonomické zpravodajství přestěhovalo do sešitu B - *Byznys speciál*, a tak se zprávy ze světa objevovaly již v sešitu A. Samostatně v sešitu D pak vycházelo zpravodajství z regionu, třetí sešit pak obsahoval zbývající rubriky. Ve víkendovém vydání místo rubriky *Publicistika* vycházel *Sobotní rozhovor*, sešit B pak zahrnoval pouze sekce *Region, Scéna a Sport*.

<sup>87</sup> Ceník tištěných titulů platný od 1.1.2015. *Mediální skupina MAFRA* [online]. MAFRA, a.s., ©2014. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_pro-inzerenty\\_mlada-fronta-dnes-s-magaziny.htm&menu=](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_pro-inzerenty_mlada-fronta-dnes-s-magaziny.htm&menu=)

<sup>88</sup> Mladá fronta DNES. *Mediální skupina MAFRA* [online]. MAFRA, a.s., ©2014. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra\\_all\cs\\_produkty-a-sluzby\\_mlada-fronta-dnes.htm](http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm)

<sup>89</sup> VILDOVÁ, Marta. O privatizaci deníku Mladá fronta. In: *Britské listy: deník o všem, o čem se v České republice příliš nemluví* [online]. Občanské sdružení Britské listy, ©1996-2015. 16. 6. 2015 [citováno 29. 8. 2015]. ISSN 1213-1792 Dostupné z: <http://www.blisty.cz/art/23779.html>

<sup>90</sup> KEJLOVÁ, Tamara. Babiš koupil Mafru. Do obsahu novin zasahovat nebude, říká jeho mluvčí. In: *Česká televize* [online]. Česká televize, ©1996 - 2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1089933-babis-koupil-mafru-do-obsahu-novin-zasahovat-nebude-rika-jeho-mluvci>

<sup>91</sup> VOLDÁNOVÁ, Jolana. Andrej Babiš nemá na chod novin vliv, říká šéfredaktor MF DNES. In: *Český rozhlas Dvojka* [online]. Český rozhlas, ©1997 - 2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/dvojka/jejakaje/zprava/andrej-babis-nema-na-chod-novin-vliv-rika-sefredaktor-mf-dnes--1462885>

<sup>92</sup> Tiráž. *Mladá fronta DNES*. Praha: MAFRA, a.s. 21.3.2014. roč. 25, č. 68, s. 10.

Zkoumaným materiálem byly přesně řečeno pražská vydání MF Dnes. Konkrétním výzkumným vzorkem byly u tohoto titulu zprávy v rubrikách *Z domova* a *Ekonomika* v sešitu A, příp. B u pondělního vydání, a rubrika *Ze světa* v sešitu B či A u pondělních výtisků.

#### 4.1.1.1 Etický kodex Mladé fronty DNES

Všichni zaměstnanci MfD, kteří se podílejí na utváření obsahu novin, časopisů a online médií vlastněných společností MAFRA, a to i ti externí, mají povinnost řídit se etickým kodexem tohoto vydavatelství. Dvoustránkový dokument vytvořil se souhlasem šéfredaktorů Lidových novin a Mladé fronty DNES novinář a spisovatel Karel Hvizďala, na popud tehdy nového majitele vydavatelství, Andreje Babiše. Ten se přijetím kodexu snažil očistit své jméno potom, co se osočil na redaktora Lidových novin za to, že noviny neuveřejnily informaci o tiskové konferenci jeho politického hnutí.<sup>93</sup>

Pravidla pro práci novináře MAFRY z části vycházejí z etických norem stanovených Syndikátem novinářů: také upravují způsob získávání informací, hlásají nehodnocení těch, o nichž informují, na základě společenských předsudků, či respektování žádosti zdroje o jeho anonymitu (kterou však musí redaktor na žádost šéfredaktora porušit).<sup>94</sup> Další body tohoto dokumentu se téměř bezvýhradně věnují zákazu jakéhokoliv jednání, které by znamenalo konflikt zájmů a/nebo vedlo k poškození dobré pověsti vydavatelství. Požadavky informační kvality se dokument zabývá pouze ve třech odstavcích. Ukládá žurnalistům zprostředkovávat pouze pravdivé a nezkreslené údaje, a v případě, že dojde k pochybení, zveřejnit opravu klamného sdělení. A zakazuje jim čerpat ze zdrojů, které nejsou znovu ověřitelné, a bez označení vyjadřovat subjektivní názor. Specificky novinářské fotografii se kodex nevěnuje. Sankcemi za jeho nedodržení jsou následky pracovně-právního charakteru.

<sup>93</sup> ČTK. Etický kodex pro Babišovu Mafru vypracuje Karel Hvizďala. In: *Mediamania* [online]. Empresa media, a. s., ©2006. [citováno 5. 9. 2015]. Dostupné z: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/eticky-kodex-pro-babisovu-mafu-vypracuje-karel-hvizdala\\_275275.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/eticky-kodex-pro-babisovu-mafu-vypracuje-karel-hvizdala_275275.html)

<sup>94</sup> Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA. In: *Redakční blog iDnes.cz* [online]. 7. 6. 2013, aktualizováno 13. 3. 2014. MAFRA, ©1999-2015. [citováno 5. 9. 2015]. Dostupné z: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/346756/Eticky-kodex-novinaru-medialni-skupiny-MAFRA.html>



#### 4.1.2 Hospodářské noviny

“Hospodářské noviny jsou nejčtenější a nejrespektovanější deník mezi osobami s rozhodovacími pravomocemi v České republice a jsou hodnoceny jako noviny s nejkvalitnějším ekonomickým zpravodajstvím.”<sup>95</sup> V průměru čte každé jejich vydání 157 000 osob, celkově je sedmým nejčtenějším deníkem v ČR.<sup>96</sup> Jsou celostátním titulem a vychází 5x týdně - ve všední den.

Hospodářské noviny původně vznikly jako ekonomický týdeník ÚV KSČ.<sup>97</sup> Vydávalo je vydavatelství Rudé právo od r. 1957. V roce 1990 vznikla společnost *Economia*, která začala Hospodářské noviny vydávat jako deník.<sup>98</sup> O devět let později se stalo majoritním vlastníkem *Economie* německé vydavatelství *Verlagsgruppe Handelsblatt*, od něhož ji v roce 2008 koupil podnikatel Zdeněk Bakala. Šéfredaktorem tohoto ekonomického titulu je Martin Jašminský.<sup>99</sup>

V březnu 2014 si mohli čtenáři přečíst 21 vydání Hospodářských novin. Každé bylo rozdělené do dvou sešitů. První z nich obsahoval pravidelně rubriky *Téma, Česko, Svět, Kultura, Názory, Sport*. Druhý, nazvaný *HN Byznys*, přinášel témata *Česko, Svět, Finance, Lidé, Business class* a *Autorskou stranu*. Každý den v týdnu se v rámci rubriky *Business class* střídala témata - v pondělí to byla *kariéra&management*, v úterý *peníze&investice*, ve středu *reality&development*, ve čtvrtek *technologie* a v pátek bylo rozšířeno zpravodajství z oblasti kultury a designu/módy. Jednou za 14 dní vyšla u střeďečního vydání příloha *Kariéra*.

V pražské verzi Hospodářských novin byly předmětem analýzy komplexní komunikáty v rubrikách *Téma, Česko, Svět* v prvním i druhém sešitu, pakliže se jednalo

<sup>95</sup> Hospodářské noviny. *Economia* [online]. *Economia*, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

<sup>96</sup> Čtenost celostátních deníků, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.unievychavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievychavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

<sup>97</sup> Souborný katalog České republiky (CASLIN) - Seriály. *Databáze Národní knihovny ČR*. [online]. Ex Libris, NK ČR, ©2014. [citováno 30. 8. 2015]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/HU9CIQ8YSTNP32Y41CN9HQ9JS4KYXXTMQI78MFBMXDCLKF4SK8-27811?func=full-set-set&set\\_number=034086&set\\_entry=000010&format=999](http://aleph.nkp.cz/F/HU9CIQ8YSTNP32Y41CN9HQ9JS4KYXXTMQI78MFBMXDCLKF4SK8-27811?func=full-set-set&set_number=034086&set_entry=000010&format=999)

<sup>98</sup> O společnosti. *Economia* [online]. *Economia*, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/o-spolecnosti/#historie>

<sup>99</sup> Kontakty. *Economia* [online]. *Economia*, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/kontakty/#redakce>



o aktuální zpravodajství. Reportáže s nadčasovou tematikou a jiné formy publicistického žánru nebyly ve středu mého zájmu, jelikož u nich není významný apel dokumentárního zobrazení situace, a tak k nim novináři často pro ilustraci používají feature fotografie, nebo subjektivně zachycené snímky, u kterých, jsou-li řádně označeny, k porušování novinářské etiky nedochází.

#### 4.1.2.1 Etický kodex Hospodářských novin

Na rozdíl od kodexu akciové společnosti MAFRA se etický kodex vydavatelství *Economia* věnuje problematice širěji. Čerpá z “tiskového zákona”, kodexu Syndikátu novinářů i “náhubkového zákona”. Vychází z práva na informace platného v demokratické společnosti a definuje jako svou jedinou prioritu zájem čtenáře. Apeluje na všechny své zaměstnance, kteří tvoří obsah médií tohoto vydavatelství, aby odlišovali fakta od spekulací, používali informace pocházející z více než jednoho zdroje, vyvarovali se různým možnostem konfliktu zájmů, a podobně. Dokonce se zabývá i pravidly autorizace rozhovorů. Hned v prvním bodě vztahujícím se k práci s informacemi upravuje i způsob používání novinářské fotografie, který se přímo dotýká tématu této diplomové práce: *“Redaktoři přinášejí čtenáři co nejpřesnější a nejúplnější informace. Dbají na to, aby je nezkreslili ani použitím nevhodného titulku, doprovodnou fotografií a podobně.”*<sup>100</sup>

Tento třístránkový kodex nabyl účinnosti 1. 11. 2011.

## **4.2 Novinářská fotografie v rubrikách domácího a zahraničního zpravodajství**

Z pohledu žánrového rozlišení se v tomto období ve specifikovaném vzorku objevovaly v obou denících výhradně fotografické aktuality, věcné ilustrace a podobenky. Zřídka se objevil fotografický referát. V rámci fotografických aktualit používaly Hospodářské noviny více snímky z kategorie general news, u MF Dnes převládaly spot news. Podobenky používaly oba tituly především k vizuálnímu představení autora článku či osob, o nichž se v textu píše.

Z hlediska zdroje snímků používala redakce Mladé fronty Dnes ve větší míře vlastní fotografie. Zejména v oblasti zahraničního zpravodajství využívala agenturních

---

<sup>100</sup> Etický kodex vydavatelství *Economia* schválený 24. 10. 2011. Viz příloha č. 1.

fotografií, které byly z hlediska žánru primárně spot news či věcnými ilustracemi, a často (např. u podobenek nebo menších věcných ilustrací) autora fotografie vůbec neuvedla. Hospodářské noviny využívaly převážně agenturních fotografií či snímků z jiných zdrojů (často archivů firem), redakční fotografy zaměstnávaly výhradně pro fotografické aktuality nebo věcné ilustrace z oblasti domácího zpravodajství, a u podobenek také vlastnická práva neuváděly. V obecné rovině používaly Hospodářské noviny více grafických prvků, různých ilustračních schémat a grafů, než Mladá fronta DNES.

### **4.3 Text vztahující se k novinářské fotografii v daných rubrikách**

Z pohledu celých komplexních komunikátů, jednalo se v březnu 2014 v obou denících především o čtyřsložkové či třísložkové<sup>101</sup> komunikáty. Články s fotografií tedy ještě obsahovaly zpravidla titulek, popisek a přilehlý text, nebo se obešly bez popisku (tehdy se jednalo nejčastěji o podobenky a věcné ilustrace). Zřídka se objevily snímky doprovázené pouze s nadpisem a popiskem, a to výlučně u Mladé fronty DNES. Redakční články byly z hlediska žánru v rámci daného vzorku výhradně zprávami.

## **5 Postup a metody výzkumu<sup>102</sup>**

Před započítím samotného výzkumu proběhlo jeho plánování – především definice výzkumných otázek, které jsou vyjmenovány v předchozí kapitole, a volba kritérií, na základě kterých budou ze základního souboru vybrány „závadné“ komplexní komunikáty (tedy ty, jejichž složky nevykazují princip harmonie a substituce kódů), jež se dále podrobí bližší analýze.

Poté jsem přistoupila k vyhledávání problematických komplexních komunikátů. Prošla jsem všechny složené komunikáty odpovídající definovanému vzorku ve všech březnových vydáních obou deníků. Ty, které vyhovovaly mým kritériím výběru, jsem si označila, a veškeré novinářské fotografie základního souboru jsem sečetla a zapsala do

<sup>101</sup> HESOVÁ, Lada. *Žurnalistická fotografie jako součást komplexního komunikátu*. Praha: s.n., 1999. 146 s., XXIV obr. příl. Vedoucí práce Alena Lábová.

<sup>102</sup> Pozn.: Užítá terminologie výzkumu vychází z výkladu v knize Výzkum médií: SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.

tabulky (viz níže), abych získala data pro vytvoření závěrů výzkumu. Překvapivě se jednalo převážně o čtyřsložkové komplexní komunikáty.

Počty novinářských fotografií ve zkoumaném vzorku

**MF Dnes**

Den	Vydání	Počet
SO	1.3.	24
NE		
PO	3.3.	22
ÚT	4.3.	15
ST	5.3.	39
ČT	6.3.	23
PÁ	7.3.	19
SO	8.3.	19
NE		
PO	10.3.	22
ÚT	11.3.	14
ST	12.3.	17
ČT	13.3.	31
PÁ	14.3.	17
SO	15.3.	17
NE		
PO	17.3.	16
ÚT	18.3.	20
ST	19.3.	19
ČT	20.3.	9
PÁ	21.3.	22
SO	22.3.	18
NE		
PO	24.3.	21
ÚT	25.3.	15
ST	26.3.	30
ČT	27.3.	15
PÁ	28.3.	22
SO	29.3.	13
NE		
PO	31.3.	18
Celkem		517

**Hospodářské noviny**

Den	Vydání	Počet
SO		
NE		
PO	3.3.	15
ÚT	4.3.	25
ST	5.3.	26
ČT	6.3.	19
PÁ	7.-9.3.	22
SO		
NE		
PO	10.3.	8
ÚT	11.3.	10
ST	12.3.	22
ČT	13.3.	12
PÁ	14.-16.3.	11
SO		
NE		
PO	17.3.	16
ÚT	18.3.	12
ST	19.3.	13
ČT	20.3.	11
PÁ	21.-23.3.	13
SO		
NE		
PO	24.3.	15
ÚT	25.3.	23
ST	26.3.	11
ČT	27.3.	12
PÁ	28.-30.3.	10
SO		
NE		
PO	31.3.	16
Celkem		322

Součet
839

Pozn.: Zahrnuty byly pouze fotografie vztahující se ke článkům zpravodajských žánrů.

Označené komunikáty jsem dále podrobila analýze, abych vysvětlila, proč vybrané složené komunikáty nevyhovují požadavkům informační kvality.

Výsledky analýz jednotlivých deníků jsem porovnávala mezi sebou, abych odhalila, jestli v publikování nevyhovujících komunikátů existují zákonitosti.

Závěry svého výzkumu jsem dále srovnala s výsledky výzkumu M. Polmanové z roku 2011, abych zhodnotila, jak se zkoumaný jev změnil v průběhu tří let.

## 5.1 Metoda výběru problematických komunikátů

Komplexní komunikáty byly v rámci daného vzorku selektovány na základě hodnoty proměnné. Tou byl v tomto případě vztah mezi významy složek těchto komunikátů. Ze tří nebo čtyř součástí komplexních komunikátů byl tento vztah zkoumán mezi dvěma většími celky – fotografií a jejím popisem na jedné straně, a titulkem a přilehlým textem na straně druhé.

Důvodem tohoto zúžení byl předpoklad, že v rámci těchto dvou složek existuje harmonie kódů přirozeně: Fotografie je otevřeným systémem, tedy potřebuje popis k tomu, aby vymezil význam snímku. Zkoumat význam snímku odděleně od popisku bylo dokonce zavádějící. Navíc, jak zmiňuji výše, popis navrhuje samotný fotograf, lze tedy předpokládat, že významy těchto dvou složek budou mezi sebou automaticky v souladu.

Smyslem titulku je informovat čtenáře o tom, co se dočte v následujícím textu (a k jeho přečtení ho přilákat). Můžeme tedy usuzovat, že významy textu a titulku, také vůči sobě budou vykazovat harmonii kódů.

S ohledem na fakt, že obrazový kód je ve zpravodajství považován za druhořadý<sup>103</sup>, nabývala sledovaná proměnná dvou hodnot:

- » **1. význam fotografie s popisem byl v souladu s významem textové části** (sdělení vycházející z fotografie tedy poskytovalo rozšiřující informace k těm, které uvedl text, popř. měl snímek obsah zcela stejný, tedy pouze rozšiřoval sdělení o vizuální informace)
- » **2. význam fotografie s popisem byl v rozporu s významem textové části**, a to buď:
  - a) na úrovni denotace, kdy fotografie s popisem přinášely nové informace, o kterých v souvisejícím textu nepadla ani zmínka
  - b) na úrovni konotace, kdy druhotný význam fotografie nekorespondoval s významem, který přinášel verbální kód.

Neexistovala tedy varianta, při které bych zkoumala, jestli přilehlý text obsahuje na úrovni denotace stejné informace, jako fotografie s popisem. Aktualita a titulek jako

primární prostředky přenosu sdělení ve zpravodajství, byly považovány za základ, který určoval denotativní rovinu komplexního komunikátu. Vždy, přirozeně, obsahoval oproti fotografii nové informace – zohlednění této hodnoty proměnné ve výzkumu by nemělo smysl.

Výběrový soubor byl sestaven z výzkumných jednotek, u nichž se hodnota proměnné rovnala druhému případu.

Při hodnocení významů jednotlivých složek jsem využila svých znalostí z oblasti vizuální a sociální sémiotiky, sémantiky a pragmatiky, přiblížených v 2. kapitole. Abych mohla zohlednit roli kontextu na utváření významů, tedy dokázala si představit stupeň informovanosti tehdejších příjemců sdělení, procházela jsem daná vydání chronologicky, tedy vždy jedno vydání Mladé fronty Dnes a vzápětí to samé vydání Hospodářských novin. Abych nebyla při hodnocení významu fotografie ovlivněná informacemi z přilehlých textových částí, směřovala jsem svůj pohled nejprve na obrazovou část komunikátu, dále na její popis, poté k titulku a naposledy jsem si přečetla danou aktualitu. Vycházejíc z vizuální atraktivity fotografie a titulku, jsem tímto způsobem pravděpodobně simulovala cestu pohledu většiny čtenářů novin.

Selekce eticky problematických komplexních komunikátů proběhla dvoufázově. V prvním kole jsem označila jednotky, u nichž nebyly významy složek v souladu, nebo jsem si nebyla stoprocentně jistá, jestli tomu tak je. Při druhém procházení jsem tento výběr eliminovala na soubor výzkumných jednotek, jejichž složky opravdu nenesou významy vykazující harmonii či substituci kódů.

## **5.2 Metoda analýzy**

Cílem analýzy bylo na základě výkladu prvků utvářejících význam komplexního komunikátu vysvětlit, proč byly dané složené komunikáty zařazeny do výběrového souboru, odkrýt význam, který může čtenář komunikátu přikládat, a najít zákonitosti používání závadných komunikátů v rámci zkoumaného vzorku.

S ohledem na předmět výzkumu, jehož podstatou je studium významů, bylo potřeba zvolit kvalitativní metodu analýzy. Vhodnou kvalitativní metodou pro

---

<sup>103</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 357.

zkoumání obsahů mediálních sdělení je *sémiotická analýza*.<sup>104</sup> Její postup však není přesně definován tak, jako tomu bývá u kvantitativních metod založených převážně na kódování obsahu. Aplikace sémiotické analýzy je zcela podmíněna jejím cíli – vyložit význam mediovaných obsahů. A tak se jedná zejména o výklad významu jednotlivých znaků, které výzkumník vyhodnotí jako podstatné (Trampota, Vojtěchovská; 2010).

Já jsem se ve své analýze zabývala významem textu, titulku, fotografie a popisku, dále vztahem mezi významem textu a titulku, fotografie a popisku a vzájemným vztahem dvou základních složek komplexního komunikátu. Významy jsem zkoumala na úrovni denotace i konotace (v případech, kdy byl rozpor mezi oběma složkami na rovině konotace), přičemž analýzu denotativního významu jsem provedla vždy na prvním místě.

Jelikož je verbální kód primárním způsobem sdělování informací ve zpravodajství a přilehlý text podstatou komunikátu, k jehož přečtení mají další jeho součásti lákat, zvolila jsem při analýze opačný postup zkoumání významů, než při sestavování výběrového souboru. Začala jsem vždy interpretací obsahu textu, který definoval denotační rovinu celého komunikátu. Dále jsem ověřila vztah významu titulku a textu, vyložila denotační význam snímku (který často vycházel z významu popisku) a zhodnotila vztah novinářské fotografie a textu s titulkem.

#### Postup analýzy:

- význam textu na úrovni denotace,
- význam titulku a jeho vztah k významu textu,
- význam snímku na úrovni denotace,
- vyhodnocení vztahu novinářské fotografie a souvisejícího textového doprovodu,
- sběr dat k vyhodnocení závěrů.

Význam verbálního kódu jsem interpretovala na základě svých znalostí pragmatiky a sémantiky, vycházejících zejména z četby titulů *Jazyk v proměnách komunikačních médií* (Kraus, 2008) a *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny* (Machová, Švehlová; 1996) (viz kapitola 2.3.2.). Indikátory významu

---

<sup>104</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál,

výpovědi byly především užitý funkční styl a z něj vycházející struktura textu, spojky a interpunkce. Při určování významu jednoduchých jazykových znaků jsem se opírala o *Slovník spisovného jazyka českého*<sup>105</sup>, *Tezaurus jazyka českého*<sup>106</sup>, případně o *Nový slovník cizích slov pro 21. století*<sup>107</sup>. Pro určování významu frazému jsem dále používala *Internetový slovník současné češtiny*<sup>108</sup> či *Slovník nespisovné češtiny*<sup>109</sup>. K vyložení významu textu na denotativní rovině mi posloužil slohový útvar výtah.

Interpretaci významu obrazového kódu jsem prováděla na základě četby literatury věnující se vizuální a sociální sémiotice, tedy díky znalosti technických a estetických prostředků a společenských konvencí utvářejících význam fotografie, které jsem podrobně popsala v kapitole 2.3.1. Zejména to byla *Studia vizuální kultury* (Sturken, Cartwright; 2009), *Handbook of visual analysis* (Van Leeuwen, Jewitt; 2002), *Základy fotožurnalistiky I* (Lábová, 1989), *Visual methodologies* (Rose, 2007), *Sémiotika* (Černý, Holeš; 2004) nebo např. *Neverbální komunikace*<sup>110</sup>. Výklad fotografického sdělení jsem prováděla prostřednictvím popisu jednotlivých znaků a významu popisku.

Vztahy mezi významy daných kódů jsem určila jejich vzájemným porovnáním, často i pomocí zohlednění kontextu. Hodnotila jsem je pak z pohledu existence harmonie kódu (když jedna část komunikátu obsahuje rozšiřující informace ke sdělení vycházející z druhé části) a možnosti vzájemné zastupitelnosti (princip substituce), a to jak na úrovni denotace, tak (v některých případech) na úrovni konotace. Princip

2010, 293 s. ISBN 9788073676834.

<sup>105</sup> HAVRÁNEK, Bohuslav a kol. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., V - Ž. Doplňky a opravy.* Vyd. 1, Praha: Academia, 1971, 1011 s.

a

HAVRÁNEK, Bohuslav, Jaromír BĚLIČ, Miloš HELCL, Alois JEDLIČKA, Václav KŘÍSTKA a František TRÁVNÍČEK. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., P - Q. 2.* nezměněné vyd. Praha: Academia, 1989, 8 sv., 716 s.

<sup>106</sup> KLÉGR, Aleš. *Tezaurus jazyka českého: slovník českých slov a frází souznačných, blízkých a příbuzných.* Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2007, 1189 s. ISBN 978-80-7106-920-1.

<sup>107</sup> BARTÁK, Matěj, Jitka VEBROVÁ a Soňa RYCHLÁ. *Nový slovník cizích slov pro 21. století.* 1. vyd. Praha: Plot, 2008, 367 s. ISBN 978-80-86523-89-7.

<sup>108</sup> *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny.* [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/>

<sup>109</sup> HUGO, Jan, Markéta FIDLEROVÁ, Kateřina ADÁMKOVÁ a Zdeňka JURÁNKOVÁ. *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov.* 2. rozšířené vyd. Praha: Maxdorf, ©2006, 460 s. ISBN 80-7345-098-4.

<sup>110</sup> TEGZE, Oldřich. *Neverbální komunikace: co vám prozradí lidské chování a jednání, a jak toho využít.* Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2003, IX, 482 s. ISBN 80-7226-429-x.

harmonie je předpokladem pro existenci principu substituce. Tedy pokud složky vykazovaly substituční vztah, byly vůči sobě také v harmonii. Naopak to však neplatilo.

Dále jsem definovala, jaké principy novinářské etiky problematický komunikát porušuje, a případně jaký dopad na vnímání aktuality čtenáři mohl mít. Zaznamenávala jsem také technické a další údaje o fotografii, které byly potřeba k vyhodnocení výsledků výzkumu: umístění a velikost komplexního komunikátu a dané fotografie v rámci strany - k určení významnosti prohrěšku proti etice, téma aktuality (zahraniční/domácí zpravodajství), autora fotografie a jejíž žánr - pro nalezení zákonitostí mezi jevy. Dále jsem evidovala počet výzkumných jednotek u každého u deníků, a místo a důvod rozporu významu komunikátů.

Abych mohla závěry snadno vyvodit, zapsala jsem si výsledky analýzy do přehledné tabulky (viz kapitola 6).

### **5.3 Metoda vyhodnocení analýzy**

Pomocí tabulky, do které byly zapisovány výsledky analýzy na základě stanovených kritérií, jsem zjištění z analýzy vyhodnotila: Spočítala jsem, kolikrát se daná kritéria ve výběrovém souboru vyskytla, případně v jaké byly mezi sebou návaznosti, a vyvodila z toho obecně platné závěry pro tento výzkum. Ty jsem pak konfrontovala s teoretickými východisky a svými hypotézami.

### **5.4 Metoda porovnání výzkumů**

Pro porovnání závěrů svého výzkumu s výsledky šetření Magdy Polmanové, jsem nejprve zmapovala, co bylo předmětem její práce, výzkumným vzorkem, metodami, výzkumnými otázkami a z jakých východisek vycházela.

Jelikož se naše výzkumné otázky a metody výběru a analýzy lišily, nemohla jsem provést komparaci obou studií bez předchozí přípravy (resp. úpravy) dat. Potřebovala jsem získat informace, které jsou mezi sebou porovnatelné – tedy takové, které byly hodnoceny na základě stejných měřítek.

Nejprve jsem tedy přistoupila k úpravě výzkumu sl. Polmanové na základě kritérií, které jsem sledovala ve vlastním výzkumu. Z jejího výběrového souboru jsem



vybrala jen ty komunikáty, které dopovídaly mému vzorku. Na ty jsem pak aplikovala metodu sémiotické analýzy – určila jsem, na jaké úrovni označování jsou rozpory mezi významy složek jednotlivých komunikátů. Dále jsem si zapsala údaje o tématu aktuality, žánru a zdroji fotografie a její významnosti v rámci strany.

Dále jsem výsledky svého výzkumu upravila na základě výzkumných otázek Magdy Polmanové. Definovala jsem tedy, u kterých mých výzkumných jednotek existuje nesrovnalost významů kódů již na úrovni titulku, popisku a snímku. U těchto komunikátů jsem na základě nové výzkumné otázky upravila výsledky svého výzkumu v kategorii úroveň rozporu složek.

Z těchto dvou studií jsem vytvořila prakticky nový výběrový soubor, jenž zahrnoval pouze komunikáty odpovídající mému vzorku, hodnocené na základě kritérií, která mohou být sledována u výzkumných jednotek obou studií.

Data z nově vytvořeného výběrového souboru jsem evidovala v tabulce (viz kapitola 7). Na základě součtu frekvence analyzovaných kritérií a konfrontace se svými východisky, jsem vyvodila zákonitosti platné pro oba deníky v rámci zkoumaného vzorku.

## **6 Realizace výzkumu**

### **6.1 Sběr dat – výběr problematických komunikátů**

V čtyřiceti sedmi výtiscích zkoumaných deníků z března 2014 bylo dohromady 839 novinářských fotografií, které vyhovovaly kritériím výzkumného vzorku. Z tohoto základního souboru jsem v prvním kole vybrala 22 komunikátů, které jsem označila za problematické, v druhé fázi výběru jsem tento soubor omezila na 12 komplexních komunikátů, jejichž hodnota proměnné skutečně sdělovala, že dané složky komunikátů nejsou ve vzájemném souladu. Ty se staly finálními výzkumnými jednotkami.

Mým původním záměrem při plánování celého výzkumu bylo zohlednit i komplexní komunikáty, které obrazem ilustrují informace, jež jsou v článku upozaděny, nebo jen letmo zmíněny. Jak jsem však procházela jednotlivé komunikáty, zjistila jsem, že je tento způsob výběru doprovodné fotografie velmi častým jevem,

a pochopila jsem, že není vždy v silách redakce mít vhodnou ilustrační fotografii k hlavnímu tématu dané aktuality. Také jsem vypožorovala, že v ani jednom případě tento způsob obrazového doprovodu nebyl pro čtenáře nijak zavádějící, vždy úzce souvisel s rozebíraným tématem, ať už na úrovni denotace či konotace, a tak jsem od sledování této hodnoty proměnné upustila.

## **6.2 Analýza problematických komplexních komunikátů**

Výsledky analýzy 11 čtyřsložkových a jednoho třísložkového komunikátu, jsem rozdělila do tří skupin - podle toho, na jaké úrovni označování se nacházel rozpor mezi významy jejich složek: Výzkumné jednotky, u kterých se objevil rozpor na úrovni denotace, byly takové, u nichž novinářská fotografie obsahovala informace, které nebyly řečené v textu a titulku. Komunikáty s rozporem na úrovni konotace byly ty, u nichž druhotný význam snímku nekorespondoval s významem verbálního kódu. Jedna výzkumná jednotka vykazovala rozpor v obou sledovaných rovinách označování.

U výzkumných jednotek, jejichž části spolu nebyly v souladu na denotativní rovině, jsem už zpravidla analýzu druhotného významu neprováděla.

U těch aktualit, které měly problémy s konotační rovinou významu, musel být často vyložen i význam popisku snímku a zhodnocen jeho vztah k dalším součástem komunikátu.

### **6.2.1 Významy složek komunikátu jsou v rozporu na úrovni denotace**

#### **6.2.1.1 Česko má jasno: jednání Moskvy je nepřijatelné. MF Dnes, 3. 3. 2014, str. A3**<sup>111</sup>

##### ***Význam textu na úrovni denotace***

Zpráva, která je součástí čtyřsložkového komunikátu informuje o stanovisku české vlády a prezidenta republiky, k intervencím Ruska na ukrajinském Krymu. Aktualita vyjadřuje jejich nesouhlas s počínáním Ruska a podporu stanoviska NATO a Evropské unie.

---

<sup>111</sup> JANOUŠEK, Petr. Česko má jasno: jednání Moskvy je nepřijatelné. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 3. 3. 2014, roč. 25, č. 52, s. A3. ISSN 1210-1168.

### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Mezi titulkem a článkem panuje vztah substituce – stručně vystihuje hlavní sdělení článku. Výraz *Česko* je v titulku synekdochou, která by mohla být označena za zavádějící – vyvolávat ve čtenářích dojem, že se jedná o názor všech občanů ČR vyjádřený např. v nějakém referendu, ne pouze našich zastupitelů, nicméně užití označení *Česko* jako zástupného výrazu za slova *politici* je, vzhledem k tomu, že jsou volenými zástupci lidu, legitimní.

### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Fotografie, žánrově spadající do kategorie spot news, zobrazuje muže ukrajinského původu (soudě podle popisku fotografie) držícího transparent s nápisem v azbuce, a za ním pár dalších demonstrantů. V levém horním rohu fotografické aktuality se vznáší ukrajinská vlajka. Muž je zachycen z žabí perspektivy za denního světla.

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

Z hlediska kompozice je snímek velmi dobře provedený – zobrazuje znaky, které jsou vypovídající samy o sobě, a navíc jsou vhodně v rámci snímku rozmístěny. Vizuálně atraktivní redakční fotografie, jejíž autorkou je Anna Vavříková, však nevykazuje se souvisejícím článkem a titulkem vztah harmonie a už vůbec ne substituce: Popisek fotografie sděluje, že se jedná o zachycení Ukrajinců demonstrujících před ruským konzulátem v Brně, což je informace, o které se přílehlý článek vůbec nezmiňoval. Z tohoto důvodu považuji za snímek problematický z pohledu novinářské etiky.

### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Velikost tohoto komplexního komunikátu je zhruba ¼ strany. Je umístěn v rubrice zahraničního zpravodajství věnovaného krymské krizi, a snímek, který k němu patří, je největší novinářskou fotografií dané strany.

### ***Závěr***

Složky komplexního komunikátu nejsou vnitřně relevantní, použití této fotografie k danému snímku je zavádějící.

# krymská krize

A 3


**Protest v Brně** Ukrajinci demonstrují před ruským konzulátem v jihomoravské metropoli.

Foto: Anna Vavříková, MAFRA

## Česko má jasno: jednání Moskvy je nepřijatelné

**PRAHA** (pja, ČTK) V současné ukrajinské krizi Česko podporuje stanoviska NATO a Evropské unie, jichž je členem. Tuzemští politici zdůrazňují, že jednání Moskvy je nepřijatelné. Ministr zahraničí Lubomír Zaorálek se kvůli Ukrajině sešel s ruským velvyslancem v Česku Sergejem Kiseljovem. „Povolal jsem si ho, abych mu tlumočil znepokojení premiéra i české vlády, protože to, co se odehrává na Krymu, je porušení mezinárodního práva,“ uvedl Zaorálek. Kvůli napjaté situaci na východě Ukrajiny české ministerstvo zahraničí doporučilo českým občanům, aby cesty do tohoto regionu zrušili nebo odložili.

K situaci na Ukrajině se vyjádřil i prezident Miloš Zeman. „I když naprosto rozumím zájmům většinového ruskojazyčného obyvatelstva Krymu, který byl v roce 1954 nesmyslným Chruščovovým rozhodnutím přičleněn k Ukrajině, máme své zkušenosti s vojenskou intervencí z roku 1968. A domnívám se, že jakákoliv vojenská intervence vytváří hluboký příkop, který po generaci nelze zasypat,“ uvedl Zeman. Narážel tak na to, že Krym v roce 1954 tehdejší sovětský vůdce Nikita Chruščov daroval Ukrajině SSR.

Po večerním jednání představenstva bezpečnostní rady státu pak Lubomír Zaorálek uvedl, že by současná situace na Ukrajině mohla zkomplikovat jednání s Ruskem o bezvízovém styku.

„Pokud jde o ohrožení dodávek ropy a plynu z Ruska, Česko má dostatečné alternativní zdroje, aby situaci zvládlo,“ uklidnil premiér Bohuslav Sobotka obavy z toho, jak by Česko zasáhlo, kdyby Rusko uzavřelo kohoutky ropovodů a plynovodů.

rekreují na Floridě, a to by se jim nyní mělo zatrhnout.

### Tajná diplomacie

Ještě existuje jeden nástroj, kterým Obama, pokud tak již nečiní, může Putina zbrzdít. A sice tajná diplomacie. I za časů studené války bylo běžné, že USA se Sověty jednaly pomocí neformálních komunikačních kanálů. Sázel se též na blíž-

kost některých členů obou vlád. Taková šance se nabízí i nyní, kdy by ke zklidnění napětí mohli dospět třeba ministři zahraničí John Kerry a Sergej Lavrov. Zatím je ve hvězdách, jak se o současné krizi bude jednou psát. Jisté však je, že Obamův „reset“ vztahů s Ruskem je definitivně pryč. Opět se ukazuje, že Moskva nechává vstřícná gesta bez odpovědi. **Petr Janoušek**

### 6.2.1.2 Ruská ruleta o Krym. Armáda se přelévá na Ukrajinu, pozval ji padlý Janukovyč. MF Dnes, 4. 3. 2014, str. A1<sup>112</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Aktualita obsahuje hned několik sdělení. Hlavní zprávou, která je zmíněna hned na začátku článku a je podpořená i titulkem, je informace o obsazení Krymu ruskými vojáky. Doplnujícími jsou sdělení o poplašné bleskové zprávě ukrajinské zpravodajské agentury, mimořádných zasedáních NATO a EU a dopisu prezidenta Viktora Janukovyče, kterým údajně zval ruského prezidenta Putina k intervenci na Krymu. Článek dále pokračuje na stranách A2 a A3.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

*Ruská ruleta* je frazémem, který prostřednictvím přeneseného významu označuje hazard s lidskými životy (odkazuje ke skutečné hře s pistolí s jedním nábojem<sup>113</sup>). Spojení *armáda se přelévá* je metaforou, která trefně odráží skutečnost, že většina vojáků na Krym připlula na lodích. Výraz padlý definuje *Slovník spisovného jazyka českého* mimo jiné jako „*takový, který pozbyl moci*“<sup>114</sup>. Zde tedy slouží jako metafora k jeho únorovému sesazení ukrajinským parlamentem<sup>115</sup>.

V několika slovech titulek postihuje všechny zásadní informace daného článku. Titulek je tedy na denotační i konotační rovině v harmonii i substituci se souvisejícím textem.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Fotografická aktualita odpovídající označení spot news zobrazila prezidenta Putina kráčejícího od vrtulníku se čtyřmi dalšími muži za sněhové přeháňky. Dva z mužů jsou soudě podle uniforem příslušníky armády (jeden je podle popisku ministr obrany Sergej Šojgu). V pozadí je možné rozlišit skupinku dalších, mladých mužů.

<sup>112</sup> PALATA, Luboš. Ruská ruleta o Krym. Armáda se přelévá na Ukrajinu, pozval ji padlý Janukovyč. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 4. 3. 2014, roč. 25, č. 53, s. A1. ISSN 1210-1168.

<sup>113</sup> Ruská ruleta. *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/rusk%C3%A1%20ruleta?>

<sup>114</sup> HAVRÁNEK, Bohuslav, Jaromír BĚLIČ, Miloš HELCL, Alois JEDLIČKA, Václav KŘÍSTKA a František TRÁVNÍČEK. *Slovník spisovného jazyka českého*. Sv. 4., P - Q. 2. nezměněné vyd. Praha: Academia, 1989, 8 sv., 716 s., s. 5.

<sup>115</sup> Kyjev: Parlament sesadil Janukovyče, volby budou v květnu. In: *Česká televize* [online]. Česká televize, ©1996 - 2015. [citováno 21. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1047139-kyjev-parlament-sesadil-janukovyce-volby-budou-v-kvetnu>

Popisek k fotografii nás informuje, že se díváme na situaci zachycenou při Putinově prohlídce vojenského cvičení na Baltu. V následující větě doplňuje „*Další ruské jednotky mezitím provedly invazi na Krym.*“

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

Článek se vojenskému cvičení na Baltu vůbec nevěnuje. Nebýt doplňující věty v popisku, nevykazoval by komunikát jak princip substituce kódů svých složek, tak harmonie. Nyní u něj chybí jen substituční vztah – vizuální informace o cvičení na Baltu je rozšiřující informací ke sdělením ve článku, nemohla by však textové sdělení zcela zastoupit, protože samotný snímek má na denotační rovině zcela jiný obsah. Autorem záběru je fotograf zpravodajské agentury Reuters.

### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Tento komplexní komunikát zabírá téměř polovinu titulní strany, je tedy stěžejní zprávou daného vydání.

### ***Závěr***

Použití této fotografie v souvislosti s informacemi, o kterých se píše v textu a titulku, je pro čtenáře velmi zavádějící. Dokázala bych rozumět pohnutkám obrazového redaktora k výběru tohoto snímku – je vizuálně atraktivní a navíc jeho význam na úrovni konotace ilustruje metaforu užitou v titulku a informace z článku. Jenže na úrovni denotace se tyto informace zkrátka neshodují. Vladimír Putin nebyl tehdy na Krymu a nevedl tam svá vojska, jak se to na první pohled, bez přečtení popisku snímku, zdá. Díky poznatkům gestaltismu víme, že čtenář přisuzuje komunikátu smysl jako celku. Toto zobrazení může u čtenářů vyvolávat představu, že už je dobojováno, situace je uzavřená, prezident Putin přijel osobně zasáhnout, tedy přijel si rovnou převzít vládu nad Krymem. Sice většina čtenářů už pravděpodobně tušila, že to tak nakonec stejně dopadne, 4. března však ještě definitivně rozhodnuto nebylo. Vzhledem k tomu, že se najde spousta čtenářů, kteří čerpají informace jen z fotografie a titulku (např. časově vytížení čtenáři, náhodní „diváci“, kteří koukají spolusedícím v MHD přes rameno nebo minou vydání novin při nákupu v supermarketu), je použití této fotografie nevhodné, o to více na titulní straně. Z pohledu novinářské etiky byla porušena nejen interní relevance komunikátu, ale také jeho pravdivost, vzhledem k významu, který lidem přenáší složený komunikát jako celek.



# Ruská ruleta o Krym

## Armáda se přelévá na Ukrajinu, pozval ji padlý Janukovyč

**SEVASTOPOL.** Dnesšek může být dnem, kdy začne válka na Ukrajině.

Ruští vojáci ze základna na Krymu, posílení o tisíce dalších vojáků elitních jednotek, v pondělí definitivně obkličili ukrajinské síly na poloostrově. A obsadili i pohraniční stanoviště v Kercké úžině. Spojili Krym s Ruskem.

Přísunu dalších Rusů do oblasti už nic nebrání.

V Sevastopolu mřížela ruských letadel na přiletu ukrajinské Ceronomorské loďky, kde kotví plavidla, kterým se nepodařilo v minulých dnech z Krymu uniknout.

Vojenská letiště jsou pod ruskou kontrolou už od soboty.

Ve všech případech mají Rusové nad Ukrajinou naprostou převahu. Počet bojů vypuknou, odhalila mléčná přehra. Rusů ukrajinské vojsko na Krymu rozstříhlo.

Ukrajinskí vojáci, včetně námořníků Ceronomorské loďky, se však přesto Rusům vešinou odmítají vzdát. Neponáhají uplaky – ani peníze ani okamžité udělení ruského občanství či další výhody.

Na straně Kyjeva také zůstávají krymské jednotky ministerstva vnitra. Více než deset tisíc ukrajinských vojáků věrných Kyjevu je po fázi odleženou, byt paralyzovanou silou. Kyjevská vláda jim však dala příkaz nepoužívat proti Rusům zbraně. Zbraně nepoužívali zatím ani Rusové.



**Vojenské manévry.** Ruský prezident Vladimir Putin a ministr obrany Sergej Sojgu (vpredu vlevo) si přijeli prohlédnout vojenské cvičení na Balu. Cvičení je součástí blížkové prověrky boj schopnosti ruských vojsk. Další ruské jednotky mezitím provedly invazi na Krym.

Foto: Reuters

Zřejmě je, že staci málo, jen mají incident, a bude zle.

V pondělí chyběl kráček. Agentura Interfax-Ukraina zveřejnila blížkovou zprávu, že velitelství ruské Ceronomorské flotily dalo Ukrajinectm ultimatum, „Složte zbraně do čtyřé ranní, jinak začne útok.“ Informaci podpořilo soustředění ruských vojsk na východní hranici Ukrajiny.

„Naprostý nesmysl,“ reagoval však – až o mnoho hodin později – ruský ministr obrany Sergej Sojgu. A po další hodině přidalo demontní i velení ruského ceronomorského loďstva.

Mezitím se světová diplomacie snaží přimět „cara“ Vladimira Putina, aby agrese zanechal. Padají tvrdá slova o sankcích, mimofádně se schází NATO i EU.

Moskva však trvá na tom, že intervence je namístě. A dokonce vyžaduje, Ruský zástupce při OSN Vitalij Čurkin zveřejnil v noci na úterý dopis, v němž svržený ukrajinský prezident Viktor Janukovyč žádá Putina o záchr ruských vojáků. „Pod vlivem západních zemi dochází k otevřeným aktům teroru a násilí,“ citoval z listu Čurkin. Jeho kopii dostali zástupci mocnosti do rukou coby důkaz; sám Janukovyč se totiž před pár dny zapřísahal, že Rusko na Ukrajině nepozval.

**Luboš Palata**

➤ Více na str. A2 a A3

6.2.1.3 Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu. MF Dnes, 4. 3. 2014, str. A3<sup>116</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Krátká aktualita informuje čtenáře o ruském vojenském cvičení na Baltu. Jako doplňující informaci poslední větou sděluje, že prezident Putin, který se cvičení zúčastnil, požádal následující den ruský parlament o souhlas s invazí na Krym.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek shrnuje stěžejní informaci daného článku - shoduje se s ním na úrovni denotace, a jeho význam je tedy vůči významu textu v harmonii a dokáže být i jeho substitucí.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Fotografická aktualita typu spot news zahraniční zpravodajské agentury Reuters podle svého popisku zobrazuje Ukrajinu, která přišla podpořit svého muže – vojáka hlídajícího základnu na Krymu. Pár je oddělen kovovou mříží a je zachycen těsně před polibkem.

#### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

U tohoto komunikátu se objevuje v podstatě stejná situace, jako u předchozího analyzovaného. Díky poslední větě daného článku je možné říci, že jsou jednotlivé složky komunikátu mezi sebou v harmonii – fotografie je vizuálním doplněním informace uveřejněné v poslední větě. Ale princip substituce zde nenajdeme, protože textový a obrazový komunikát obsahují z hlediska denotace jiné významy. Komunikát tedy není vnitřně relevantní a nepodává srozumitelnou informaci.

#### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Komplexní komunikát, který je součástí zmiňovaného pokračování článku „Ruská ruleta o Krym“ z titulní strany, zabírá v rubrice zahraničního zpravodajství věnované krymské krizi přibližně třetinu strany. Fotografie k němu je největším obrazovým sdělením dané strany.

---

<sup>116</sup> ČTK. Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 4. 3. 2014, roč. 25, č. 53, s. A3. ISSN 1210-1168.



***Závěr***

Zdá se, že v tomto a předchozím případě došlo k záměně fotografií. Ke článku o zabrání Krymu byla umístěna fotografie ze cvičení na Baltu a naopak. Není mi však zcela jasné, proč k této výměně došlo. Obě fotografie jsou vizuálně atraktivní, dokonce je dle mého názoru snímek líbajícího se vojáka pro čtenáře atraktivnější – je pravděpodobně zachycen teleobjektivem - zobrazuje situaci z velmi blízké vzdálenosti, a tak navozuje pocit intimity, podněcuje voyerské sklony lidí, navíc je trochu kontroverzní, protože díky ženině stříhu vlasů není možné na první pohled poznat, jestli se jedná o ženu, nebo o muže, tedy homosexuální pár. Podle obrazového redaktora případně jiných zástupců redakce, kteří o těchto dvou komunikátech rozhodli, je však lepší „otevřací fotografií“ snímek s Putinem a helikoptérou, který však nekoresponduje s informacemi v přilehlém článku.



**Ydrlž, myslíme na tebe** Žena přišla podpořit svého muže, jednoho z ukrajinských vojáků, kteří hlídají základnu na Krymu.

Foto: Reuters

## Krátce

### Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu

Cvičeními raketovými a dělostřeleckými střelbami včera zahájilo mořské vojenské manévry válečné lodstvo ruské baltské flotily. Scénář cvičení podle oficiální zprávy předpokládá útok nepřátelských loď a ponorek. Souběžně s nánorním cvičením začaly na pevnině i manévry ruských motoristických jednotek. Cvičení v Kaliningradské oblasti souvedí s Polskem a Litvou je podle ruských médií součástí blekové prověrky boj schopnosti útvarů ruského západního a centrálního vojenského okruhu, kterou v posledním únorový den nařídil prezident Vladimir Putin. Ihned následující den pak požádal horní komoru ruského parlamentu o souhlas s invazí na ukrajinský Krym. (CTK)

### Ruská televize zrušila Oscary kvůli Ukrajině

Ruská státní televize včera zrušila přímý přenos předávání cen americké filmové akademie Oscar. Přestože tento pořad měl být původně odvysílán stejně jako každý rok, televize se rozhodla raději se soustředit na zpravodajské krytí krize mezi Ruskem a Ukrajinou, napsal zpravodajský server Hollywood Reporter. (CTK)

6.2.1.4 Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté. MF Dnes, 10. 3. 2015, str. A7<sup>117</sup>

***Význam textu na úrovni denotace***

S ohledem na stylistiku textu – publicistický styl zpravodajského žánru, můžeme říci, že stěžejním sdělením článku tohoto komunikátu je informace o návratu separatistického lídra krymského sněmu z jednání v Moskvě, po němž oznámil příslib Ruska, že pokud občané Krymu v referendu odhlasují připojení Krymu k Rusku, ekonomicky si přilepší – zvýší jim sociální dávky i rozpočet. Dále článek podává zprávy o činnosti ruských vojsk na Krymu, sankcích Spojených států vůči Rusku, varování ruského ministerstva zahraničí novému ukrajinskému vedení před aktivitami nacionalistické organizace Dmytra Jaroše Pravý sektor, a demonstracích odpůrců i stoupců připojení Krymu k Rusku na Ukrajině – proruští stoupců se sešli např. v Simferopolu, odpůrci anexe v Sevastopolu.

***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek komplexního komunikátu opisuje hlavní sdělení článku metaforami: spojeními *zahrnout rubly* (zahrnout v tomto případě znamená „v hojné míře obdarovat“<sup>118</sup>) a *něco si malovat* („vytvářet si optimistické představy o budoucnosti“<sup>119</sup>), na úrovni konotace tedy vykazují harmonii kódů a vůči stěžejnímu sdělení je dokonce v substituci.

***Význam fotografie na úrovni denotace***

Související snímek zobrazuje čtyři muže při společné řeči nad plápolajícím ohněm, jeden z nich je, soudě podle uniformy, vojákem, druhý z nich je, na základě informací z popisku, Michail Chodorovskij – „někdejší nejbohatší Rus a prominentní politický vězeň“, který „navštívil Kyjev s cílem odvrátit krveprolití a občanskou válku na Ukrajině“. Autorem této fotografické aktuality je zpravodajská agentura Reuters.

<sup>117</sup> NOVOTNÝ, Pavel. Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 25, č. 58, s. A7. ISSN 1210-1168.

<sup>118</sup> Zahrnout. *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/zahrnout?>

<sup>119</sup> Malovat. *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/malovat%20si?>

### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Zpráva o představách ukrajinských separatistů zabírá dvě třetiny strany v rubrice *Ze světa*. Související snímek je největší novinářskou fotografií dané strany.

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu a závěr***

Vzhledem k tomu, že se článek o Chodorovském vůbec nezmiňuje, je těžké odhalit, jestli je jeho návštěva na Krymu rozšiřující informací ke sdělení o demonstracích, nebo není. Z popisku totiž není jasné, na čí straně Chodorovskij stojí. Zdá se, že nestojí ani na jedné – přijel na Krym s vlastním, pacifistickým, záměrem („navštívil Kyjev s cílem odvrátit krveprolití a občanskou válku...“). Zjištění, na čí stranu se Chodorovskij přiklání, komplikuje užití výrazu *prominentní* v popisku fotografie. Slovo je odvozené od podstatného jména *prominent*, které podle *Nového slovníku cizích slov pro 21. století* znamená „osobnost těšící se výsadnímu postavení.“<sup>120</sup> Co přesně si má čtenář představit pod slovním spojením „prominentní politický vězeň“? Byl natolik bohatý, že jeho cela vypadala jako luxusní moskevská garsonka? Nebo byl natolik prominentní, že ani do vězení nešel? Která vláda a za jaké činy ho uvěznila? Zastupuje tedy proukrajinský hlas, když je ve své zemi politickým vězněm? Čtenář Mladé fronty DNES nemá dostatek informací, k tomu, aby rozluštil, jak se fotografie Michaila Chodorovského vztahuje k obsahu článku (ani v předchozích březnových vydáních se deník o Chodorovském nezmiňuje). Čtenáři, kteří četli zároveň toto vydání MF Dnes s vydáním Hospodářských novin z téhož dne, vědí, že Chodorovskij „přijel podpořit kyjevské demonstranty“<sup>121</sup>. Pro toho, kdo však ten den četl pouze MF Dnes a nijak dále se o sděleních z tohoto komplexního komunikátu neinformoval, je tento komunikát nesrozumitelný. Nevykazuje harmonii ani substituci kódů svých jednotlivých složek, a tím porušuje požadavky informační kvality.

<sup>120</sup> BARTÁK, Matěj, Jitka VEBROVÁ a Soňa RYCHLÁ. *Nový slovník cizích slov pro 21. století*. 1. vyd. Praha: Plot, 2008, 367 s. ISBN 978-80-86523-89-7, s. 278.

<sup>121</sup> REUTERS. Kritik Kremli v Kyjevě. *Hospodářské noviny*. *Economia*, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 58, č. 48, s. 1. ISSN 0862-9587.



# Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté

Kremel se bohatě odmění obyvatelům Krymu, pokud budou požadovat připojení k Rusku. Alespoň to po návštěvě Moskvy tvrdí šéf krymského sněmu Vladimir Konstantinov. **Rozpočet Krymu se prý zvýší dvakrát, sociální dávky čtyřikrát.**

**SIMFEROPOL, PRAHA** Vladimir Konstantinov, separatistický lídr krymského sněmu, se včera vrátil z Ruska s velmi srozumitelným poselstvím. Pokud obyvatelé ukrajinského Krymu v neděli 16. března odhlasují, že se chtějí připojit k Rusku, Moskva jim vyhoví. Poloostrov, odkud sovětská moc vyhnala krymské Tatary, aby tu vítala Rusy a další Sověty, často důchodce ozbrojených složek, prý v ruské náručí jen pokvete.

Separatistické předáči tvrdí, že sociální dávky pro obyvatele hospodářsky nepříliš výkonného regionu se pod moskevskou vládou zvýší čtyřikrát. Rozpočet oblasti dvakrát. Ráj na zemi prý nastane již koncem března, kdy se poloostrov plánuje připojit k Ruské federaci.

## Minová pole a pohraniční sloupy

Krymské úřady si už zřídily konta v ruských bankách, čímž přecházejí na účetnictví v ruské měně. Podle Rustama Témirgalijeva, vicepremiéra separatistického kabinetu, jde o důsledek ukrajinského postupu – Kyjev údajně zablokoval Krymu účty.

Jedná se však spíše o přípravu na co nejhladší začlenění Krymu do Ruské federace. O (prokremelském) výsledku budoucího referenda totiž pochybuje málokdo. I proto, že hlasování bude probíhat fakticky v podmínkách ruské okupace, protože se jeho výsledky chystá uznat jen Moskva plus její vazalové.

Ruští vojáci jsou fakticky pány Krymu. Včera dokonce nastražili minová pole u klíčových komunikací spojujících poloostrov s Ukrajinou, přičemž překročili i administrativní hranice Krymu. Jinými slovy: vstoupili na ta ukrajinská území, která – alespoň zatím – Moskva nemíní přičlenit k Rusku. Výbušninami obložili přehradu u krymské obce Bjumšyně. A podle svědků budují pohraniční sloupy.

Ukrajinská média navíc tvrdí, že hlasující budou mít na výběr jen mezi připojením k Rusku a nezávislostí. Koeexistenci s Kyjevem prý volební lístek nepřipouští.

## Krym bude Rusku jen břemenem

Ne všichni v Moskvě jsou vyhlídkou ruského Krymu nadšení. Eko-



**Chodorkovskij na Majdanu** Někdejší nejbohatší Rus a prominentní politický vězeň Michail Chodorkovskij (zcela vpravo) navštívil Kyjev s cílem odvrátit krveprolití a občanskou válku na Ukrajině. Foto: Reuters

nomové argumentují tím, že poloostrov bude již tak stagnující ruské ekonomice spíše přítěží než přínosem. Nejen proto, že sám není právě hospodářským tygrem.

Prodraží se zásobování dvoumilionové krymské komunity. Budou-li přerušeny komunikace přes Ukrajinu, což lze předpokládat, nezbuďte než Krym zásobovat vzduchem či po moři. Separatistický premiér Témirgalijev předpokládá, že maximum zboží z Ruska poputuje nákladními trajekty, jež by vyloží v krymském přístavu Kerč.

Mimořádně, ruský parlament

nedávno rozhodl o výstavbě mostu, který spojí Krym s ruským Krasnodarským krajem. Ten však nebude stát dříve než za tři roky.

Reagují i trhy, které ocenily Putinův přístup k Ukrajině významným pádem ruské měny. Jak připomíná stanice BBC, za poslední dva měsíce ztratila ruská měna již desetinu své někdejší hodnoty, a to navzdory masivní intervenci ruské centrální banky.

USA navíc v souvislosti s krymskými událostmi vyhlásily sankce na ty Rusy, kteří podle jejich soudu narušují celistvost Ukrajiny. Podle

## Děni kolem Ukrajiny

### Rusko posílilo sevření Krymu

Ruská vojska o víkend posílila přípravy k anexi Krymu. Vojáci nyní blokuji severní přístupy na poloostrov a obklíčeným ukrajinským jednotkám vydali nová ultimáta. V sobotu na Krymu padly první výstřely, když prorůstí ozbrojenci napadli odpůrce anexe v Simferopolu a na severu poloostrova zahaly hlídky „domobrany“ střelbou evropské vojenské pozorovatele. Včera ruská armáda prakticky odřízla Krym od ukrajinského vnitrozemí.

### Demonstrovali odpůrci i stoupenci odtržení

Hned na několika místech Krymu včera stoupenci spojení s Ruskem uspořádali mítinky na podporu referenda, v němž má být rozhodnuto o ruské anexi. Největší demonstrace se konala v Simferopolu. Menší demonstrace uspořádali i odpůrce anexe, v Sevastopolu musela při konfliktu obou táborů zasahovat policie.

### Rusko varovalo Ukrajinu před Jarošem

Ruské ministerstvo zahraničí včera varovalo nově ukrajinské vedení před aktivitami vůdce krajně nacionalistické organizace Právý sektor Dmytra Jaroše, který se po převratu v Kyjevě stal místopředsedou ukrajinské Bezpečnostní rady. Podle Moskvy je třeba zabránit tomu, aby Jaroš kandidoval v květnových prezidentských volbách. Rusko na Jaroše minulý týden vydalo mezinárodní zatykač poté, co se na webu krátce objevila výzva Právého sektoru o pomoc adresovaná vůdci severokavkazských teroristů Doku Umarovovi. Ukrajina ruskou žádost o Jarošovo vydání odmítla.

### USA varovaly Moskvu před anexí poloostrova

Spojené státy v sobotu varovaly Moskvu před jakýmkoli kroky vedoucími k připojení Krymu k Rusku. Podle amerického ministra zahraničí Johna Kerryho by se tím uzavřel veškerý prostor pro diplomacii.

zdrojů z Washingtonu je to však jen začátek a je možné, že sankce vůči Moskvě budou širší.

I Evropská unie zvažuje opatření, kterými by dala Rusku najevo nesouhlas s jeho politikou. Je však zdrženlivější, a to i proto, že fada členů Unie je závislá na dodávkách ruského plynu.

Na druhou stranu, Moskva nutně potřebuje prodávat své nerostné suroviny, neboť zisky z jejich prodeje tvoří dominantní zdroj ruských příjmů.

**Pavel Novotný**

s použitím agentury Reuters

### 6.2.1.5 Pomáháte Rusku? Zákaz vstupu. MF Dnes, 21. 3. 2014, str. A9<sup>122</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Hlavním tématem zprávy, soudě na základě pravidel zpravodajského žánru publicistického stylu, byly sankce západních států vůči Rusku za intervence na Krymu. Prezident Obama rozšířil seznam Rusů, na něž se vztahují sankce Spojených států, zato zástupci EU jsou v udělování sankcí mírnější, jednak kvůli energetické závislosti na Rusku, za druhé také s ohledem na evropské právo. Jako rozšiřující informace redaktorka Koubová uvedla uzavření politické části asociační smlouvy s Polskem a původní cíl setkání Evropské rady. Tématem summitu měla být energetika a snížení emisí skleníkových plynů. Autorka zároveň dodala, že Evropská unie bude záhy řešit možnosti emancipace v oblasti energetiky – buď v podobě jiného dovozce, nebo využití např. jaderných elektráren.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek na konotační rovině odpovídal stěžejní informaci daného článku. Odpovědný redaktor použil synekdochu *Rusko* k označení politiky prezidenta Putina a spojení *zákaz vstupu*, které na denotativní rovině shrnuje charakter sankcí USA pro Rusy, v konotativní navíc asociuje význam symbolu bezpečnostní značky *zákaz vstupu* (sociální faktor tvorby významu slova). Význam titulku byl tedy s významem článku v harmonickém vztahu. Jelikož reflektoval pouze jednu informaci z přílehlého textu, neoznačila bych vztah těchto dvou složek za vzájemně zastupitelný.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Na doprovodném snímku, který je z hlediska žánrového zařazení věcnou ilustrací, a u něhož není uveden zdroj, nalezneme devět větrných turbín mořské větrné elektrárny. Fotografii chybí také popis.

#### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Rozměr této výzkumné jednotky byl téměř polovina strany v rubrice *Ekonomika*. Související fotografie byla největším obrazovým kódem dané strany.

---

<sup>122</sup> KOUBOVÁ, Kateřina. Pomáháte Rusku? Zákaz vstupu. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 21. 3. 2014, roč. 25, č. 68, s. A9. ISSN 1210-1168.



Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu a závěr

Ilustrační fotografie se jen velmi vzdáleně dotýká informací psaných v souvisejícím textu, a to na úrovni konotace. Možná chtěl obrazový redaktor čtenářům pomocí fotografie nabídnout své řešení energetické emancipace evropských států. Nicméně verbální složka komunikátu se o větrné energii vůbec nezmiňuje, a tak tento komunikát není vnitřně relevantní (nevyskazuje harmonii kódů svých jednotlivých částí) a tedy porušuje požadavky informační kvality na mediální obsahy.



Pomáháte Rusku? Zákaz vstupu

Američané rozšiřují sankce proti ruským a ukrajinským prominentům. EU je o něco opatrnější, hledá totiž, jak se emancipovat v energetice...

meticky prezident Barack Obama věrná o důraznějším... američané rozšiřují sankce...

novary direktor, mandati EU v Evropě... sáho současně dvora, a protože...

Štěstí navíc, tankovny, ruské, odněv... Štěstí navíc, tankovny, ruské, odněv...

Košípim... Košípim... Košípim... Košípim... Košípim...

Nezručná se ocitají O desítky tisíc z... Nezručná se ocitají O desítky tisíc z...

Sberatelství... Sberatelství... Sberatelství... Sberatelství... Sberatelství...

Městanský plovár... Městanský plovár... Městanský plovár... Městanský plovár... Městanský plovár...

6.2.1.6 Obama bude přemlouvat Saúdy, aby pomohli Evropě. HN, 28. – 30. 3. 2014, str. 7<sup>123</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Verbální část složeného komunikátu informuje o činnosti amerického prezidenta Obamy, jenž se přesouval z Evropy do Saúdské Arábie, kde měl v plánu vyjednávat dodávky energetických surovin pro země EU, jež jsou závislé na dodávkách zemního plynu z Ruska. Novináři však očekávali výtky směrem k Obamovi ze strany Saúdské Arábie, která má dojem, že americký prezident nedostatečně podporuje arabské země a tamní politická hnutí, která si to podle názoru Saúdů zaslouží.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Význam slova *přemlouvat* je podle *Tezauru jazyka českého* blízký ke slovesům přesvědčovat, přivést k názoru<sup>124</sup>. Plně tedy koresponduje s informacemi uveřejněnými v přílehlém článku. Prezident Obama jede do Saúdské Arábie vyjednat pro Evropu podmínky, na které se jim podle autora článku nebude chtít jen tak přistoupit. Jede je tedy doopravdy přemluvit, tím pádem můžeme říci, že titulek je se článkem v substitučním vztahu.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Na fotografické aktualitě žánru general news je však vyobrazen prezident Obama v rozhovoru s papežem Františkem. Popisek nás informuje, že se s papežem setkal ve Vatikánu a pozval ho na návštěvu Bílého domu.

#### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Výzkumná jednotka zabírá polovinu strany v rubrice *Svět* a související fotografie agentury Reuters je jedinou a značně velkou novinářskou fotografií na dané straně.

#### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu a závěr***

Zvolená fotografie se žádným způsobem nevztahuje k významu souvisejícího textu a titulku. Snad jen okrajově – článek mluví o prezidentu Obamovi, a ten je také na

<sup>123</sup> HUDEMA, Marek. Obama bude přemlouvat Saúdy, aby pomohli Evropě. *Hospodářské noviny*. *Economia*, a. s. Praha, 28. - 30. 3. 2014, roč. 58, č. 62, s. 7. ISSN 0862-9587.



snímku zobrazen. Takovou vnitřní relevanci pokládám však za velmi slabou. Pro čtenáře, který porovná význam fotografie a textu, se bude zdát komplexní komunikát nesrozumitelný. Jakým způsobem totiž souvisí papež František s Obamovým jednáním v Saúdské Arábii ani jedna ze složek komplexního komunikátu nevysvětlila. U této výzkumné jednotky postrádáme tedy jak princip harmonie, tak substituce kódů.

---

<sup>124</sup> KLÉGR, Aleš. *Tezaurus jazyka českého: slovník českých slov a frází souznačných, blízkých a příbuzných*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2007, 1189 s. ISBN 978-80-7106-920-1, s. 364.

# Obama bude přemlouvat Saúdý, aby pomohli Evropě

**Větší export ropy a plynu z Arábie může omezit závislost EU na Rusku**

**Poušní království dosud počítalo s těžbou plynu jen pro domácí spotřebu**

**Marék Hudema**  
marék.hudema@economi.cz

**A**merický prezident Barack Obama se ani dnes nezabývá problémy s Evropou, i když se přesouvá ze svého kontinentu do Saúdské Arábie. I tam totiž bude jednat o evropských problémech, které způsobilo ruské obsazení ukrajinského Krymu.

Podle zdrojů z Bruselu bude mimo jiné tláčit na Saúdskou Arabii, aby zvýšila exportu svých energetických surovin pomocí Evropy zčásti se řádní závislosti na dovozu ropy a plynu.

**Úplatky a export**  
Obama to ale nebude mít jednoduše. Zejména když bude přesvědčovat saúdského krále Abdulláha a další vysoké státní představitelky,

tedy členy královské rodiny, aby Saúdská Arábie začala vyvážet svůj plyn.

Monarchie má síce podle americké vládní agentury EIA pět největší ověřené zásoby zemního plynu na světě – po Rusku, soušedním Kataru, Íranu a právě USA – ale dosud se chystala naopak spíše plyn dovážet. Především z Kataru.

V saúdskoarabských elektrárnách, chemickém průmyslu a dokonce i v autech má nahradit ropu a benzin, které chtěl Saúdové naopak vyvážet více dosud. Zisky z exportu ropy jsou totiž po otevření rozsáhlých nalezišť 60krát více než v USA. Vyrazně vyšší než z přibadného vývozu saúdskoarabského plynu.

Navíc Saúdská Arábie má sama enormní spotřebu plynu. Jeho cena je v zemi dovozená a je příbližně na úrovni deseti eur evropských cen. Vláda tím – a také dotacemi na benzin, bydlení a vytvářením míst ve státní správě – „uplácí“ obyvatele země, aby se nebojili. Ostrně podle listu Financial Times je 40 procent obyvatele Saúdské Arábie v produktivním věku bez práce.

**Náhada za Rusko**  
Americký prezident bude zřejmě argumentovat tím, že pokud Ev-

ropa sníží ze strategických důvodů oděr plynu z Ruska, vytvoří tím prostor pro vyválcování vývoz saúdskoarabského plynu. Stejně jako pro zvýšení saúdskoarabského exportu ropy.

Samozřejmě to nebude hned, bude potřeba provést další geologický průzkum (plyn zatím experti hledají jen na patnáct procentech saúdskoarabského území, takže je velká šance, že zásoby plynu v zemi jsou větší, než je dnes známo), postavit nové vrtty a v případě plynu i termíny, které ho dokážou zapalnit. A pak také vybudovat v Evropě zařízení, která plyn uvedou zpátky do plynného stavu. Tento proces bude trvat několik let.

Spojené státy mohou Saúdské Arabii pomoci tím, že podpoří vývoz technologií na těžbu plynu a ropy třeba exportními úvěry. Ríjád má totiž i obří zásoby biřďábného plynu a chce těžit suroviny ve velkých hloubkách v moři, čímž máj americké koncerny značně zkusenosti. A také silben politické podpory.

**Výčitky „slabé“ Americe**

Diskuse o politice, zejména na Blízkém východě by v přítom původně hlavní plánovanou napří Obamaovy navštívy. Podle listu Financial Times se přitom americké vzaly



s Ríjádem zhoršily za posledních pět let v historii nevdaným způsobem. Saúdové pokládají Obamu za slabého prezidenta, který jejích zemi „opustil“, a chystají se mu předložit celou řadu stížností: že je dost Íranu, jehož možné jaderné kapacity se bojí, že málo podporuje povstalec v Sýrii a nebombardoval za-

kladny ramního diktátora Bašára Asada; že podle nich nepodporuje generály v Egyptě a že nezachránil před svržením bývalého egyptského diktátora Husního Mubaraka, který byl americkým spojencem v regionu podobně jako Saúdská Arábie. Pokud nyní bude Obama od Saúdu požadovat službu v za-

jinu Evropské unie – a té to přý jeho úředníci sblíží –, musí ji něčím vyvážit.

Třeba důraznější podporou Saúdské Arábie v regionu a možná také dočkávkami amerických zbraní Ríjádu. Jestli ale něco takového bude chtít Obama v zájmu Evropy skutečně udělat, zůstává otázkou.

**50 MINUT**  
**5 PAPEŽEM**  
Z Bruselu zamířil Barack Obama do Vatikánu, kde se poprvé setkal s papežem Františkem. Prezident přivezl papeži dárkem dřevěnou skříňku plnou semínek z ovocných stromů i zeleniny, které se pěstují na zahrádě Bílého domu. „Když budete moci přijet do Bílého domu, ukážeme vám i naši zahradu,“ řekl Obama při předávání daru a neoficiálně tak papeže pozval na návštěvu Spojených států. „Proč ne?“ odvětil mu papež ve španělštině. Foto: REUTERS

## 6.2.2 Složky komunikátu jsou v rozporu na úrovni konotace

6.2.2.1 Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zastal soud.  
HN, 5. 3. 2014, str. 14<sup>125</sup>

### *Význam textu na úrovni denotace*

Denotační význam aktuality čtenáře informuje o rozhodnutí Krajského soudu v Brně ve věci žaloby Energetického regulačního úřadu (ERÚ) solární elektrárnou Mrlínek. ERÚ v čele s Alenou Vitáskovou vedl vůči elektrárně řízení, jehož výsledek směřoval k odebrání licence na základě vážného podezření z podvodu s falešnými revizními zprávami. Společnost FVE 28, která elektrárnu vlastní, Energetický regulační úřad zažalovala, protože neměla při řízení o odebrání licence možnost klást otázky svědkům v průběhu výslechu. Soud případ uzavřel rozhodnutím, že ERÚ pochybil při prověřování licence solární elektrárny.

### *Význam titulku a jeho vztah k textu*

Titulek stručně vystihuje stěžejní informace daného článku. Používá přitom metafory, když volí slovní spojení *energetický úřad narazil*. Na úrovni konotace tedy vykazují titulek s textem princip harmonie kódů a jsou ve vzájemné substituci.

### *Význam fotografie na úrovni denotace*

Autorem věcné ilustrace je fotograf Hospodářských novin, Jan Rasch. Na snímku je, podle informací z popisku, zachycena předsedkyně Energetického regulačního úřadu, Alena Vitásková, což je na denotativní úrovni zcela v pořádku – fotografie poskytuje doplňující obrazové informace o jednom z aktérů soudního sporu.

### *Význam popisku a jeho vztah k významu ostatních verbálních kódů*

Popisek hovoří o tom, že ERÚ podle „Krajského soudu v Brně pochybil, když zahájil řízení o odebrání licence firmě FVE 28“. Výraz *pochybit* znamená „udělat chybu, dopustit se omylu“<sup>126</sup>. Význam popisku tedy plně koresponduje s významem

<sup>125</sup> FRÁNEK, Tomáš. Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zastal soud. *Hospodářské noviny*. Economia, a. s. Praha, 5. 3. 2014, roč. 58, č. 45, s. 14. ISSN 0862-9587.

<sup>126</sup> HAVRÁNEK, Bohuslav, Jaromír BĚLIČ, Miloš HELCL, Alois JEDLIČKA, Václav KŘÍSTKA a František TRÁVNÍČEK. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., P - Q. 2.* nezměněné vyd. Praha: Academia, 1989, 8 sv., 716 s., s. 225.

přílehlého textu a titulku, se všemi verbálními kódy daného komunikátu vykazuje princip harmonie i substituce.

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

Co je však v rozporu s verbálním kódem, je obrazová informace, a to na úrovni konotace. Paní Vitásková se na fotografii usmívá a má před sebou nataženou pravou ruku ve výrazu „stop“. Gesto ruky mělo pravděpodobně symbolizovat snahu ERÚ o zastavení činnosti solární elektrárny Mrlínek. Také skvěle koresponduje s výrazem „*narazil*“ použitým v titulku. Jenže zde dochází k záměně významů. Ze znalosti sociálních konvencí víme, že pokud má tato póza symbolizovat náraz, ten kdo má ruku ve výrazu „stop“ je tou barikádou, tím, který zastavuje, ne tím, který naráží a je zastavený (Tegze, 2003). Ale na základě denotační roviny verbálního kódu tohoto komunikátu víme, že ten, kdo obrazně řečeno narazil, byl ve výsledku ERÚ, jenž soudní spor prohrál, ne majitelé solární elektrárny. Další moji výtkou k této fotografii je to, že se očividně jedná o inscenaci, avšak snímek není označen jako ilustrace. Kdyby se totiž jednalo o zachycení skutečné situace, paní Vitásková by měla ke gestu ruky i patřičnou mimiku. Gesto „stop“ je velmi silný výrazový prostředek a v českém kulturním prostoru se nepoužívá běžně v každodenní komunikaci. Když už ho někdo v rámci mezilidské komunikace použije, jedná se zpravidla o emočně vypjatou situaci (nebo se lidé nachází v hlučném prostředí). Pokud by své gesto předsedkyně ERÚ myslela vážně, jistě by ho doprovodila souvisejícím výrazem v obličeji – staženým obočím, do široka otevřenými očima a pravděpodobně i pootvřenými ústy.

### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Rozměr této výzkumné jednotky je přibližně polovina strany v rubrice *Česko*. Související fotografie je největší novinářskou fotografií na dané straně.

### ***Závěr***

Složky tohoto výzkumného komunikátu nejsou ve vzájemné harmonii ani substituci. Pro čtenáře, který si prohlédne pouze fotografii, popisek a titulek je sdělení nesrozumitelné a zavádějící.



# Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zastal soud

www.iHned.cz

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

## Vitásková odmítá změny na svém úřadě

Petr Lukeš  
petr.luke@econline.cz

**Soud rozhodl, že úřad pochybil při prověřování solární licence**

**Divodem byla především nevěrohodnost svědků**

**Tomáš Fránek**  
aut@econline.cz

**P**ředsedkyně Energetického regulačního úřadu Alena Vitásková hrubě zaskočila do práv majitelů solární elektrárny Mělněk u Bystřice pod Hostýnem, rozhodl Krajský soud v Brně. Při prověřování licence uklele tento elektrárne totiž úřad nemohl jím majitelům výsledkem svévýchledů, které úřadu vrátil, že elektrárna získala povolení k provozu předtím.

Solární elektrárna Mělněk, kterou vlastní společnost PV 28, přitom patří mezi 150 elektráren, u nichž existují vážná pochybnosti, že začaly fungovat díky podvodu s falešnými revizními zprávami. Tyto elektrárny měly být honově už v roce 2010, elektrárně začaly dodávat až v roce 2011. Datum uvedení do provozu je přitom podstatné: na přelomu roku 2010 a 2011 totiž solární elektrárnám výrazně poklesly výkupní ceny. Stač je od října 2011 snížil z 12 150 korun na 5500 korun za megawatthodinu.

**FVE: Nemohli jsme se hájit**  
Elektrárny Mělněk stvrdily zástupce úřadu v jednom z prvních případů podvodu. Úřadní představitel se odvolal na rozhodnutí Energetického regulačního úřadu, majitelé elektrárny i zástupce dodavatelů se pokusili změnit. Podle rozhodnutí se pokusili změnit. Na Energetický regulační úřad (ERÚ) navíc kvůli elektrárně Mr-



**ALENA VITÁSKOVÁ** Předsedkyně Energetického regulačního úřadu, který podle rozhodnutí Krajského soudu v Brně pochybil, když zajištil řešení o odborné licenci firmě FVE 28. FOTO: IM - JARUŠKOVÍ

línek zmanipuloval, který vykonával stavební dozor při přípravě solární elektrárny. Úřadní představitelé byli vyzváni, aby předložili důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.

Úřad proto zabýval řízení, na jehož konci mělo být v případě prokazání podvodu odebrání licence u elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.

Firma proto Energetický regulační úřad zaskočila. „Nemohli jsme dostatečně hájit svoje práva, bylo nám zneuzmožněno klást dotazy svědkům. Úřad jednoduše a tendentně hodnotil důkazy a došlo také k zásahu do práva vlastnit majetek“, uvedl v žalobě právní zástupce společnosti PV 28 Lukáš Slička. Podle žaloby také pracovníci Energetického regulačního úřadu elektrárnu v prosinci 2010 ukročili a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

Soud spor začal mezi vyžizenými firmami, které si stěžovaly na postup ERÚ. Nejvyšší soud správního soudu nepočítá s tím, že ERÚ by měl být povinen postupovat jinak. Rozhodnutí je napadeno, protože se týká nových výslechů osob. To se nám nepovedlo, čímž muselo být řízení zastaveno,“ řekl mluvčí ERÚ Jiří Chvojlíba.

Podle soudu úřad vylovenil jako nevěrohodné výpovědi lidí, kteří byli majitelům zapsaným společně s majiteli elektrárny. Nejednalo se o svědky, kteří by mohli říci, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

„Něbylo umožněno klást svědkům přímo v průběhu výslechu otázky, zároveň protokol vůbec nepožadovali, jakým způsobem byly svědky vedeni. Negativně hodnotím a rozhodli, že společnost PV 28 má povolení k provozu elektrárny. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy, které by dokázaly, že elektrárna byla v provozu předtím, než byla dokončena. Úřadní představitelé však nebyli schopni předložit žádné důkazy.“

**Středobodem sporu jsou nová pravidla pro provoz solárních elektráren, která mají být zavedena od října 2014.**

### 6.2.2.2 Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů. HN, 10. 3. 2014, str. 5<sup>127</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Skládaná zpráva<sup>128</sup> informuje čtenáře o situaci v českém školství. Tématem je zákon nařizující všem učitelům absolvovat pedagogické vzdělání (alespoň kurz pedagogického minima). Ten měl vstoupit koncem r. 2014 v účinnost. Názorově vyvážený text obsahuje pohled 47leté učitelky základní školy, Markéty Sedelmayerové, která přes svou vysokou kvalifikaci v oboru, jenž učí, i několikaletou praxi, nedosahuje podle nového zákona požadavků na kvalifikaci učitelů.

Ti, kteří si vzdělání nedoplní, musí ze svého zaměstnání odejít. Povinné dozdělení přitom stojí nejméně 7.000 Kč za semestr, což je v porovnání s platem učitele základní školy po sedmi letech praxe, nákladná investice. Aby ministr Chládek zabránil kolapsu základního školství, udělil výjimky pro určité skupiny učitelů, na něž se zákon nevztahuje. I tak se ale očekává odchod tisíců učitelů, počet by však neměl překročit 3.000.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek článku „*Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů*“ zhuštěnou formou informuje o důsledku nového zákona, stěžejním tématu článku. Vztahy těchto částí jsou tedy ve vzájemné harmonii i substituci.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Snímek uveřejněný ke článku byla ilustrační fotografie z databáze ČTK. Fotograf zachytil učitelku středního věku při výuce žáků na prvním stupni ZŠ (věk osob byl odhadován na základě jejich vzhledu – výšky, tělesné konstituce, pleti, barvy vlasů, zvoleného oblečení). Učitelka právě něco názorně ukazovala žákům a přitom se na děti usmívala.

<sup>127</sup> ŠNÍDL, Vladimír, DAŇKOVÁ, Julie. Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů. *Hospodářské noviny*. *Economia*, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 58, č. 48, s. 5. ISSN 0862-9587.

<sup>128</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

### ***Význam popisku a jeho vztah k významu ostatních verbálních kódů***

Popisek snímku uvádí argumentaci školních odborů, proč je nový zákon nezbytný. Verbální kódy jsou tak vůči sobě opět v harmonii. Popisek rozvíjí informace řečené v článku a některé z nich opakuje.

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

Význam fotografie však ničím nepoukazuje na předpokládaný kolaps základního školství, neukazuje našťvané učitele, kteří si musí zaplatit finančně nákladný kurz nebo přeplněné třídy kvůli nedostatku kvalifikovaných lektorů. Divák fotografie má dojem, že vše je v nejlepším pořádku. Učitelka se usmívá, oční kontakt má navázaný s dětmi sedícími v první lavici, které jí úsměv opěťují. Tabule za paní učitelkou je čistě smazaná a nová (neoprýskaná), do třídy proudí jasné denní světlo a nic zkrátka nenasvědčuje tomu, že by žáci či učitelé při výuce strádali. Na základě sociálních konvencí – reprezentačních znaků a znalosti kontextu – českých poměrů na základních školách, je tedy možné odvodit, že obrazový a verbální kód tohoto komplexního komunikátu nejsou mezi sebou v harmonii, ani nevykazují substituční princip.

### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Tato výzkumná jednotka zabírá v rubrice *Česko* téměř polovinu strany. Související fotografie jedinou novinářskou fotografií uveřejněnou na dané straně.

### ***Závěr***

Pro čtenáře, který si vybírá články, jež si přečte, na základě vizuální atraktivity komunikátů, může být tento článek nezajímavý. Na první pohled není ze snímku patrný žádný konflikt, a tak komunikát navozuje dojem, že jeho tématem je nějaké nenáročné téma o českých základních školách. V tomto případě nefunkční vnitřní relevance kódů tedy vede k bagatelizaci tématu, a proto není v pořádku z pohledu novinářské etiky.



# Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů

**Na odchodu je kvůli nedostatečné kvalifikaci na 3000 vyučujících**

**Fakulty pro učitele otevřou mimořádné, zpoplatněné, programy**

**Vladimír Šnidl, Julie Daňková**  
autofit@economi.cz

**M**arkéta Sedelmayerová je pro práci učitelky ve své předkvalifikované Na univerzitě vystudovala národopis, několik let pracovala jako produktivní televizních pořadů o hudbě, a vzdělání si navíc ještě doplnila na taneční konzervatoři. To vše se snaží již sedm let využívat při hodinách hudební výchovy a vedení tanečních kurzů pro zájvy ve středoevropské Baštrádu.

S koncem letošního roku bude ale muset skončit – paradoxně kvůli nízké kvalifikaci. Začne totiž platit zákon, který nařizuje učitelům doplnit si pedagogické vzdělání. Učitelé na ministerstvu mi napsali, že si musím docílit pedagogické minimum, které by mi zabralo rok a půl dalšího studia. Víbec neřešili, jakou mám praxi, ani to, že umím hrát na klavír, kytaru i flétnu. „Říká sedmadvacetiletá učitelka. Sedelmayerová je navíc jednou z vyučujících, kterou oběhla

inejnovější zachranný plán ministra školství Marcela Chládky.

Jeho úřad ve snaze zabránit kolapsu zejména základního školství rozhodl, že vybraným skupinám udělá výjimky – pedagogům starším 55 let, rodilým mluvčím, kteří učí cizí jazyk, nebo učitelům odborných předmětů s maximálně polo-

vičním úvazkem. „Výjimky zohledňují největší problém, který v tom systému byl – tedy učitele ve vyšším věku a odborníky, kteří učili jen pár hodin týdně“, tvrdí Chládek. Jenže i po těchto změnách zůstane početná skupina těch, kteří školství opustí. Pokud tedy nezачnou znovu studovat. „Předpokládám, že se to bude týkat méně než tři tisíce učitelů“, odhaduje ministr.

## Povinný kurz za tisíce

Podle Chládky, který problem kolem nedostatečné kvalifikace zdedil po svých předchůdci, by sítuaci učitelů měla vyřešit domluva s pedagogickými fakultami. Ty letos kvůli očekávanému nárůstu zájemců vypíšu mimořádné studijní programy. „Aby fakulty nápor zvládly, vyčleníme jim částku 21 milionů“, říká Chládek.

Povinné vzdělávání ovšem není zadarmo – například Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy si u svých kurzů účtuje minimálně sedm tisíc korun za semestr. Hrubý plat učitele základní školy přitom dosahuje i po sedmi letech praxe 21 tisíc hrubého. „Musím bohužel přiznat, že já bych na to peníze nemě-



**POVINNÉ VZDĚLÁNÍ** ▶ Právnicka, který nemá vystudovanou práva, byste si taky nemajili. Tak hájí pro všechny učitele povinnou znalost teoretické výuky a postupu školní odborní. **ILUSTRACI FOTO: ČTK**

la. Na škole mám pouze třicetvrtinov úvazek, a navíc se u toho starám o vlastní tři děti“, podotýká k tomu Sedelmayerová.

Ministr nicméně tvrdí, že s poplatky nelze nic dělat. „Řada učitelů si už za těchto podmínek kvalifikaci doplnila, vůči nim by nebylo spravedlivé, kdybychom to nyní zmírnili“, vysvětluje.

## Teorie vs. praxe

Povinnou kvalifikaci pro učitele nařídil zákon, který politici schvá-

lili již před více než deseti lety – až do soudnosti se však schvalová-ním různých dodatků oddalovala jeho účinnost.

Na to, aby se hlitý již dále neposouvaly, tlačí zejména školní odborníci. Podle nich je totiž nezbytné, aby učitelé povinné znali i teoretické postupy výuky.

„To, že jsem odborník na nějakou oblasť, ještě neznamená, že tuto odbornost dokážu převést i na žáky. U lékařů také mádo nepochybujete, že potřebuje mít vystu-

dovanou lékařskou fakultu. A stejně tak byste si nenahali právnicka, který nemá vystudované právo,“ uvádí šéf školských odborů František Dobšák.

Ne všichni učitelé však s podobnými paralelami souhlasí. „Lékař potřebuje mít vystudovaný obor, aby uměl operovat, a právník zase, aby znal zákony. U učitelů je však hlavní to, aby znal svůj předmět a uměl vycházet s dětmi. A to vás žádá pedagogická teorie nemanu-“ říká namita Sedelmayerová.



6.2.2.3 Vláda žádá oligarchy o peníze pro armádu. HN, 12. 3. 2014,  
str. 6<sup>129</sup>

***Význam textu na úrovni denotace***

Aktualita Ondřeje Soukupa nás informuje o obsahu projevu ministra obrany Ukrajiny Ihora Teňucha, který požádal majetné občany země, aby přispěli finanční částkou na nákup nové techniky pro vyzbrojení armády. Informoval své kolegy o současném stavu ukrajinské armády a vysvětlil jeho příčiny.

***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek shrnuje hlavní téma daného článku, je tedy s doprovodným textem v harmonii i substituci.

***Význam fotografie na úrovni denotace***

Doprovodný snímek agentury Reuters zachycuje čtveřici vojáků, která provádí jakési úpravy na tanku, na jehož vršku se nacházejí. Jedná se o ukrajinské vojáky, protože za nimi vlaje ukrajinská vlajka (která má buď zásluhou použitého filtru, chyb v postprodukci nebo při tisku jednu z barev zelenou místo žluté). V předu, na kabině řidiče, vidíme obraz - ikonu, symbol křesťanství.

***Význam popisku a jeho vztah k významu ostatních verbálních kódů***

Popisek shrnuje čtenářovu podívanou slovy „*pod ochranou ikony*“ a informuje nás o obsazení kontrolních stanovišť nedaleko hranice s Krymem ukrajinskými vojáky, zaminování té samé hranice ruskými vojáky a činností domobrany. Popisek je zřejmě doplňující informací k diskutované ochraně hranic Ukrajiny, tedy je v harmonii s přílehlým článkem, ale nedokázal by text plně zastoupit, takže princip substituce nevykazuje.

***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu a závěr***

Fotografická aktualita charakteru spot news je na denotační úrovni v harmonii s popiskem, avšak na konotační rovině není v harmonii s článkem a titulkem. Význam

těchto dvou složek komunikátu je, že ukrajinská armáda je slabá, špatně vybavená a potřebuje finanční pomoc bohatých občanů státu. Na fotografii však vidíme tank. Už jeho přítomnost na snímku značí, že zas tak špatné to s ukrajinskou armádou nebude. Navíc, fotografie je zachycena z velké blízkosti, má těsné rámování, ze zachycované situace vidíme pouze polocelek. Tedy jako diváci, kteří událost nespatřili na vlastní oči, nemůžeme tušit, jestli je za tankem 100 dalších tanků nebo jestli je jediný, který ukrajinská armáda má. Snímek je zachycen z pohledu, a tento způsob zobrazení vytváří dojem monumentálnosti/moci/síly objektu. Popisek nás informuje, že položená ikona ukrajinské vojáky chrání. Vlající prapor konotuje vítězství, je symbolem síly.<sup>130</sup> Celkově tedy význam fotografie nevytváří dojem, že by ukrajinská armáda byla slabá, a s boji s Rusy neměla žádnou šanci. Obrazová a verbální složka tohoto komunikátu tedy nevykazují princip substituce, a sdělení, které celek přenáší, není vnitřně relevantní, koherentní, a tedy není srozumitelné.

#### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Složený komunikát informující o aktuálním dění na Ukrajině se rozkládá na více než polovině strany. Související fotografie o velikosti jedné třetiny strany je jediným obrazovým kódem na dané straně v rubrice *Svět*.

---

<sup>129</sup> SOUKUP, Ondřej. Vláda žádá oligarchy o peníze pro armádu. *Hospodářské noviny*. Economia, a. s. Praha, 12. 3. 2014, roč. 58, č. 50, s. 6. ISSN 0862-9587.

<sup>130</sup> BECKER, Udo. *Slovník symbolů*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2002, 351 s., [16] s. obr. příl. ISBN 80-7178-612-8.

# Vláda žádá oligarchy o peníze pro armádu



**POD OCHRANOU KONVY** Ukrajinskí vojáci obdělávají kontroly stanoviště u hranice Surovo, mezikrajské administrativní hranice s Krymem. Na obrázku strážníci hranice mezi ruské jednotky podle svědectví došle zamožný oligarcha Šarockij a jeho vojenský doprovod zaslouží a poskytl Ukrajině speciální protipěchotní autonomní protivzdušnou obranu.

**Jestli máte naroditi hodot, pripisje, vyrazil ministr bohaté občany**

**Ruští vysadkari zatím zahájili největší cvičení za posledních 20 let**

**Ondřej Soukup**

Ukrajina se proti ruské armádě nemůže bránit, protože nemá žádnou armádu. Její vojáci jsou jen pasivní pozoratelé, kteří se mohou jen dívat, jak ruská armáda postupuje na Ukrajině. Nová ukrajinská vláda proto dceřivým způsobem vyhlásila vojenské cvičení, jako by byla armáda. Ministr obrany vyhlásil vojenské cvičení, jako by byla armáda. Ministr obrany vyhlásil vojenské cvičení, jako by byla armáda. Ministr obrany vyhlásil vojenské cvičení, jako by byla armáda.

mlho své jednotky a proto, by to vyvolalo jako vojenský zasažení vlastním občany, začal před parlamentem vysvětlovat ministr obrany Ilvor Teremchuk, proč ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany. Ukrajinská armáda zveřejnila čast zasažení vlastním občany.

**Co se děje kolem Ukrajiny**

**ŠAROCKIJ NA SCENĚ** Šarockij přijel na ukrajinské konferenci. Předtím se ommuniovoe problémy, ve kterém zúčastnil, že zadržel legitimním prezidentem Ukrajině a tudíž i vzhledem velkým Ukrajině. Ukrajinská vláda se snaží na finanční pomoci, kterou Barack Obama sdělil jeho zemi, bude sdělovat americkému kongresu.

**KRYM VYHLÁŠIL NEZÁVISLOST** Krymský parlament naprosto většinou hlasů vyhlásil nezávislost poloostrova. Podle informací ruské agentury Baka Kozlov po provedení zprávy, že Krym je součástí Ruska, ho nezavázal stát obděl na Měsíku s proubov a připojení k Rusku federaci. Podle zprávy agentury je to pro něj z hlediska mezinárodního práva výhodnější.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

**EVROPA SNIŽÍ CIA** Evropská komise rozhodla o deklasování smlouvy cel pro ukrajinské výrobky. Obchodní výhody pro Ukrajinu, které byly poskytnuty v rámci smlouvy, hodnota asi 500 milionů eur, komisi pro obchodí Korei De Guitt oznámil, že zvýhodnění bude platit přinejmenším do 1. listopadu. Pak se očekává podpora vývozu výrobků z EU do Ukrajiny.

6.2.2.4 První dáma USA mezi čínskými hliněnými válečníky. MF Dnes, 26. 3. 2014, str. B7<sup>131</sup>

***Význam textu na úrovni denotace***

Článek komunikátu informuje o aktivitách, kterými Michelle Obamová a její doprovod v podobě dcer a matky, tráví svůj čas při návštěvě Číny. Ač se plánovala vyhnout kontroverzním tématům, vzbudila rozruch při svém projevu o lidských právech na Pekingské univerzitě.

***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Titulek komunikátu popisuje jednu z aktivit paní Obamové v ČLR, a tedy je v harmonii s přílehlým textem. Nemá však dostatečný potenciál k tomu, aby celý článek sám zastoupil.

***Význam fotografie na úrovni denotace***

Na souvisejícím snímku stojí Michelle Obamová se svými dvěma dcerami u soch terakotové armády. Jedna z jejích dcer se jí opírá o rameno a všechny tři si prohlíží sochy, které mají před sebou. Snímek z kategorie general news pořídili fotografové fotobanky Isifa.

***Význam popisku a jeho vztah k významu ostatních verbálních kódů***

Popisek k fotografii je tentokrát vyznačen červeně a oznamuje, že první dáma USA „až na plamenný projev o svobodě slova ukazuje Číně vlídnou tvář.“

***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu a závěr***

Ustálené slovní spojení *ukázat vlídnou tvář* znamená „*chovat se laskavě*“<sup>132</sup>. Verbální kódy jsou vůči sobě opět v harmonii, ale to bohužel o souvisejícím snímku neplatí. Sociální konvence tvořící význam snímku prostřednictvím neverbální komunikace napovídají, že ani jedna ze zúčastněných si prohlídku terakotové armády,

<sup>131</sup> První dáma USA mezi čínskými hliněnými válečníky. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 26. 3. 2014, roč. 25, č. 72, s. B7. ISSN 1210-1168.

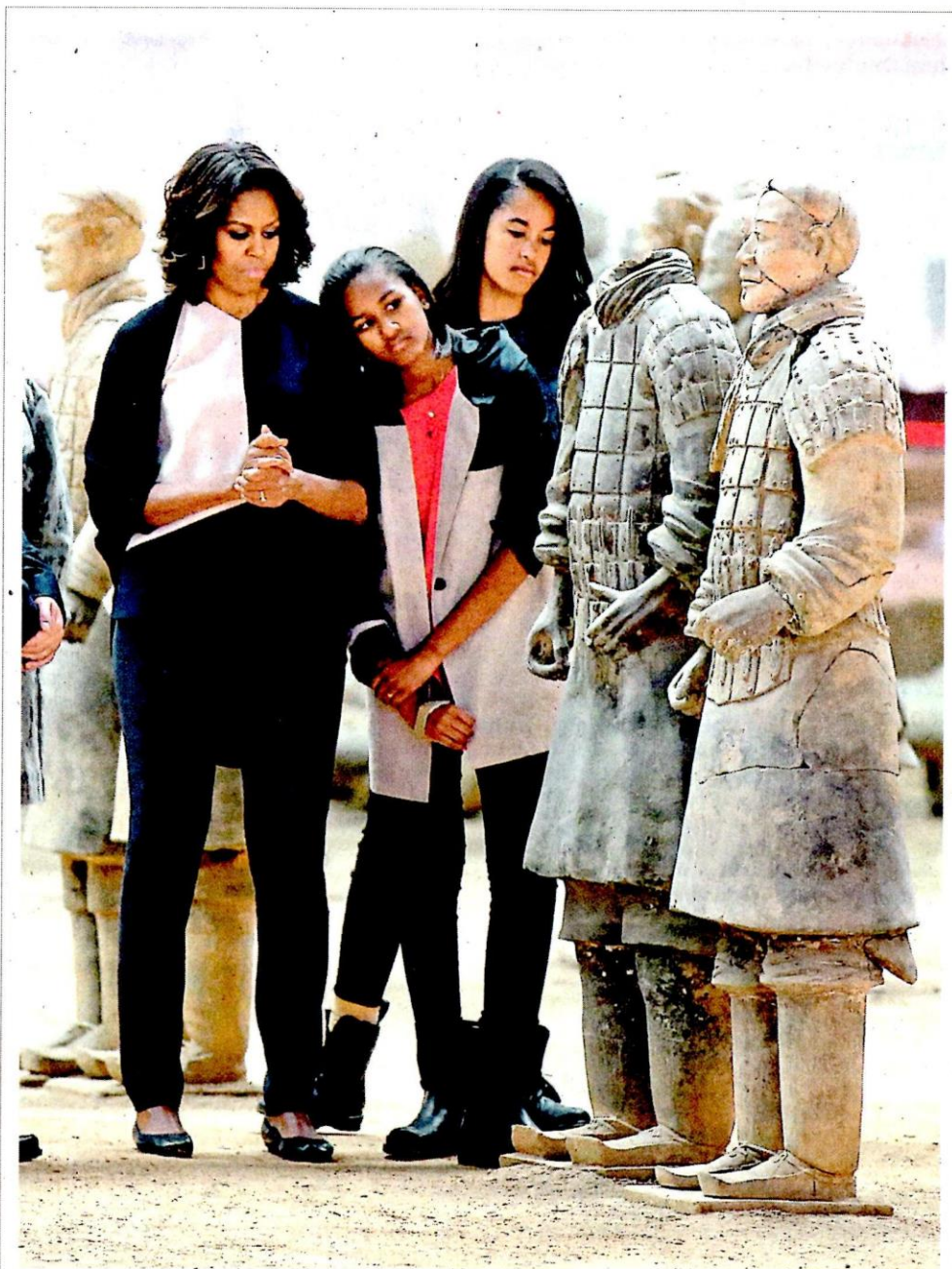
<sup>132</sup> Tvář. *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/v1%C3%ADdn%C3%A1%20tv%C3%A1%20C5%99?>

kteřá je v tomto pŕípadě synekdochou pro jejich návštevŕu Číny, neuvívá tak, jak se popisuje v pŕílehlém textu. Koutky vřech tŕí žen i pohledy očí směřují dolŕ a jejich mimika naznačuje, že jsou buď unavené, nebo otrávené, což nejsou pŕávě pocity, které si asociujeme s výrazem „užit si“. Výmluvný pohled doplňují také řeči tĕla – jedna z dcer Michelle Obamové ji spočívá na rameni a obě dvě mají ruce pŕekříženy pŕed tĕlem, což značí nepŕístupnost/uzavřenost človĕka vůči komunikaci se svým okolím (Tegze, 2003). Význam obrazové a verbální složky komplexního komunikátu si tedy navzájem odporuje. Mezi všemi složkami komunikátu tím pádem nepanuje harmonický vztah a už vŕbec ne princip substituce kódŕ. Aktualita není vnitřně relevantní a srozumitelná, a tedy porušuje hodnoty novinářské etiky. Jelikož nese jiný význam než její slovní doprovod, je také prohřeškem proti zásadám etiky fotožurnalistiky na úrovni významu a procesu.

#### ***Umístění a rozměr komunikátu***

Pŕibližně jednu čtvrtinu strany zaujímal komplexní komunikát informující o návštevĕ Číny první dámy Spojených státŕ. Pŕílehlá fotografie byla největší novinářskou fotografií umístĕnou na dané stránce rubriky *Ze svĕta*.





**Michelle Obamová ukazuje Číně vlídnou tvář - až na plamenný projev o svobodě slova**

### **První dáma USA mezi čínskými hliněnými válečníky**

První dáma Spojených států Michelle Obamová si návštěvu Číny užívá. Kromě jiného se už se svými dvěma dcerami a matkou prošla po Velké čínské zdi, prohlédla si legendární muzeum poblíž Si-anu, kde se nachází obrovská terakotová armáda z éry dynastie Čchin, a včera si s místními zacvičila tai-či v Čchengdu v provincii S'-čchuan. Obamová je v Číně od pát-

ku a předem avizovala, že se bude chtít vyhnout kontroverzním otázkám, jako je třeba dodržování lidských práv. Navzdory tomu vzbudila rozruch tím, jak plamenně obhajovala význam svobody projevu na Pekingské univerzitě. Její cesta končí dnes. (zah)

Michelle Obamová s dcerami v muzeu poblíž Si-anu.  
Foto: Isifa

### 6.2.2.5 Turecko si došláplo i na YouTube. MF Dnes, 28. 3. 2014, str. B7<sup>133</sup>

#### ***Význam textu na úrovni denotace***

Aktualita informuje o tvrdém předvolebním boji v Turecku, v rámci něhož brání turecký premiér Tayyip Erdogan veřejnosti v přístupu na sociální sítě Twitter a YouTube, protože se přes ně začaly šířit soubory, které by poškodily jeho reputaci. Dále odebral licenci televizní stanici Kanaltürk, jež ho často kritizovala. Doplňující informací uveřejněnou v posledním odstavci je nesouhlasné postavení Západu i turecké justice k dění v Turecku.

#### ***Význam titulku a jeho vztah k textu***

Výraz *došlápnot si na někoho* znamená „*vynadat někomu, provést někomu kontrolu*“<sup>134</sup> či „*obořit se na někoho*“<sup>135</sup>. Titulek je metaforou hlavní informace řečené v textu, na úrovni konotace tedy vykazuje v rámci komunikátu princip harmonie i substitute.

#### ***Význam fotografie na úrovni denotace***

Doprovodný snímek z objektivu Associated press, je fotografickou aktualitou zobrazující po domácku vyrobený transparent s podobenkou premiéra Erdogana a několik červených tureckých vlaječek. Popisek ke snímku konstatuje „*Turecký premiér Erdogan před volbami přitvrdil.*“

#### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

Problematický je v tomto případě opět význam komunikátu na úrovni konotace. Verbální část kódu informuje o přísné cenзуře, kterou premiér na různá média uvalil, aby zabránil šíření protirežimních názorů. Protože ani turecká justice jeho jednání neschvaluje, lze implikovat, že nebude příliš oblíbeným politikem v demokratickém státě. Avšak obrazový kód, na němž se vyjímá amatérsky vyrobený transparent s jeho

<sup>133</sup> Turecko si došláplo i na YouTube. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 28. 3. 2014, roč. 25, č. 74, s. B7. ISSN 1210-1168.

<sup>134</sup> HUGO, Jan, Markéta FIDLEROVÁ, Kateřina ADÁMKOVÁ a Zdeňka JURÁNKOVÁ. *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov*. 2. rozšířené vyd. Praha: Maxdorf, ©2006, 460 s. ISBN 80-7345-098-4, s. 100.

podobenkou, sděluje pravý opak – že má voliče, kteří k němu vzhlížejí, a tak investují čas do výroby vlastního transparentu. Text však žádnou existenci jeho fanoušků nepřipouští, a tak složky tohoto komunikátu nejsou vůči sobě v harmonii, ani nejsou vzájemně zastupitelné.

### *Umístění a rozměr komunikátu*

Tato výzkumná jednotka zabírala přibližně jednu šestinu strany v rubrice *Ze světa*. Související fotografie charakteru spot news byla nejmenší novinářskou fotografií na dané straně.

### *Závěr*

Komunikát porušil požadavek vnitřní relevance kódů a srozumitelnosti.

## Turecko si došláplo i na YouTube

Vláda premiéra Erdogana přitvrdila jen pár dnů před **klíčovými obecními volbami**

**ANKARA** (Reuters, kro) Den poté, co turecký soud nařídil ukončit vládní blokádu mikroblogové sítě Twitter, začal turecký telekomunikační úřad TIB bránit přístupu na největší internetový server pro sdílení videosouborů – YouTube. Podle tureckých médií přistoupily úřady k tomuto kroku poté, co se do okruhu YouTube dostala nová tajná nahrávka poškozující vládu.

Turecký premiér Tayyip Erdogan už před dvěma týdny varoval, že pokud bude pokračovat zneužívání webů, jako jsou třeba YouTube a Facebook, může dojít k jejich zákazu. „Jsme odhodláni nenechat tuto zemi na milost YouTube a Facebooku. Podnikneme ty nejráznější možné kroky,“ prohlásil.

Za ono zneužívání Erdogan považuje šíření protirežimních odposlechů a videí, které mimo jiné upozorňují na údajnou korupci premiéra a jeho okolí. Erdogan to však po-



Turecký premiér Erdogan před volbami přitvrdil. Foto: AP

važuje za štvavou kampaň politických oponentů.

Sít Twitter byla v Turecku zablokována 21. března.

Turecko včera vystupňovalo boj proti opozici prostřednictvím médií a internetu. Nejprve odebralo celostátní licenci televizní stanici Kanaltürk, která je známá svou kritikou premiéra Erdogana, poté zablokovalo internetový videoportál YouTube.

### **Přitvrzení před volbami**

Režim přitvrdil jen několik dní před klíčovými obecními volbami, které se uskuteční tuto neděli. Vládní Strana spravedlnosti a rozvoje (AKP) chce hlasování opět vyhrát a Erdogan se již dříve nechal slyšet, že pokud se tak nestane, odejde z politiky.

Kontroverzní opatření proti internetu kritizuje nejen Západ, ale i turecká justice. Ve středu nařídil turecký soud ukončit blokádu Twitteru. Telekomunikační úřad má třicet dní na to, aby buď obnovil twitterové spojení, anebo se odvolal.

<sup>135</sup> Došlápnout si. *Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/do%20si>



### 6.2.3 Složky komunikátu jsou v rozporu na úrovni denotace i konotace

#### 6.2.3.1 Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů.

MF Dnes, 1. 3. 2014, str. A1<sup>136</sup>

##### *Umístění a rozměr komunikátu*

Hned první zkoumaný komplexní komunikát, otevírací fotografie 1. březnového vydání Mladé fronty DNES, se zařadil do výběrového souboru budoucích výzkumných jednotek. Komunikát zabírá necelou jednu třetinu strany a snímek je největším nositelem vizuálního kódu na titulní straně.

##### *Význam textu na úrovni denotace*

Sdělením, které přenáší verbální kód komunikátu, je informace o intervenci ruských vojenských sil na ukrajinském Krymu. Článek popisuje aktivitu ruské armády v této oblasti a reakci prozatímního ukrajinského prezidenta Turčynova, který Putina vyzval, aby své provokace zastavil. Doplnujícími informacemi jsou, s ohledem na zpravodajský žánr textu, který umísťuje nejdůležitější sdělení na začátek textu, sdělení o mimořádném setkání Rady bezpečnosti OSN a tiskové konferenci sesazeného ukrajinského prezidenta Janukovyče.

##### *Význam titulku a jeho vztah k textu*

Titulek zprávy je v souladu s významem textu, protože na úrovni denotace shrnuje to, o čem informuje článek. Dokázal by text také plně zastoupit.

##### *Význam fotografie na úrovni denotace*

Snímek fotobanky Getty Images, který bychom zařadili do kategorie spot news, zobrazuje dvě ženy středního věku, obě zahalené v ruské vlajce, kterou si zavázaly přes své klasické oblečené na způsob pláště. Ústa ženy v popředí jsou pootevřená, snímek byl zřejmě zachycen v momentě, kdy něco říkala. Druhá žena se usmívá a v levé ruce drží žerď s další ruskou vlajkou. V pozadí vidíme jehličnaté i opadané listnaté stromy a

<sup>136</sup> Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 1. 3. 2014, roč. 25, č. 51, s. A1. ISSN 1210-1168.

kousek chodníku. Fotograf zachytil ženy pravděpodobně v nějaké městské aleji nebo parku. Popisek fotografické aktuality nás informuje, že se díváme na proruské obyvatelky Krymu, a ta, jejíž rty jsou od sebe, právě na adresu svých rekvizit říká: „*Tohle je vlajka Krymu.*“

### ***Vztah mezi významem obrazového a verbálního kódu***

U složek tohoto komplexního komunikátu bezpochyby nefunguje ani princip harmonie kódů, natož pak substituce. Článek ani titulek se nezmiňují o proruský naladěných obyvatelích Krymu nebo obecně o civilistech a jejich názorech. Důvod porušení požadavků informační kvality tkví tedy na úrovni denotace, zároveň však také na rovině konotační. Význam verbální části komunikátu je, eufemisticky řečeno, že se Ukrajincům nelíbí ruská vojenská intervence na Krymu. Dokladem mého tvrzení je věta „*Prozatímní ukrajinský prezident Oleksandr Turčynov vyzval ruského prezidenta Vladimira Putina, aby „zastavil provokace a okamžitě stáhl ruské jednotky“.*“ Díky tomu, že autor zprávy použil přímou řeč, víme, že přesně tato slova (v překladu) použil prezident Ukrajiny - zástupce ukrajinského lidu, při konverzaci s agresorem, ruským prezidentem Putinem. Redaktor použil výraz *vyzval*, které má i v konvenčním způsobu užití ostrý a výrazný význam. Podle *Slovníku spisovného jazyka českého* znamená *vyzvat* „*dát někomu podnět, příkaz ke konání něčeho.*“<sup>137</sup> Když se podíváme na slovo *vyzval* z paradigmatické roviny – z pohledu jaká jiná slovesa podobného významu mohl redaktor použít, měl na výběr například neutrální výrazy typu: *řekl, oznámil*, případně slovo *požádal*, které indikuje zdvořilé a mírné jednání. Výraz *vyzval* má však silný emoční náboj - je důraznou žádostí o reakci druhé strany. Sám ukrajinský prezident pak výzvu ještě zesiluje výrazem *okamžitě*, deiktickým prostředkem, který nám sděluje informaci o časovém rámci děje, a urgenci dané výzvy. Podle *Tezauru jazyka českého* je podstatné jméno *okamžitost*, které je příbuzné příslovci *okamžitě*, významově blízké výrazu *naléhavost* (Klégr, 2007). Vpád Putinových vojsk nazývá výrazem *provokace*, které *Slovník spisovného jazyka českého* definuje jako „*úmyslně vyzývavý projev, čin dráždivý chování*“<sup>138</sup>. Z těchto indicií soudím, že se Ukrajincům ruská intervence nelíbila. Na snímku jsou však zachyceny ženy, které se usmívají, tedy nejsou naštvané,

<sup>137</sup> HAVRÁNEK, Bohuslav a kol. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., V - Ž. Doplnky a opravy.* Vyd. 1, Praha: Academia, 1971, 1011 s., s. 405.

<sup>138</sup> HAVRÁNEK, Bohuslav, Jaromír BĚLIČ, Miloš HELCL, Alois JEDLIČKA, Václav KŘÍSTKA a František TRÁVNÍČEK. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., P - Q. 2. nezměněné vyd.* Praha: Academia, 1989, 8 sv., 716 s., s. 497.

frustrované, ani se nejedná o ironický úšklebek, což poznáme na „usmívajících“ se očích. Navíc se dobrovolně halí do ruské vlajky, kterou si kladou kolem ramen, aby je objímala, choulí se do ní, dávají najevo, že se pod jejími ochrannými křídly cítí v bezpečí.

### ***Závěr***

Tento komplexní komunikát porušuje zejména požadavek srozumitelnosti. Trpí krymští obyvatelé invazí ruských vojáků nebo ji vítají? Dnes již víme, že v dané oblasti tou dobou existovaly dva názorové proudy na danou situaci, ale tato aktualita byla uveřejněna v prvních dnech krymské krize. Čtenář se tedy nemohl sám v jeho významu zorientovat ani pomocí kontextu z událostí předchozích dní, pokud nesledoval ještě další média. A tak Mladá fronta DNES touto titulní stranou přispěla zmatečnosti informací, které se o nepřehledné situaci na Ukrajině českým občanům dostávaly. Dle mého názoru se jedná o nezanedbatelné porušení novinářské etiky.

## Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů

**KYJEV (zah)** Na Krymu, který jako by se více a více vzdaloval kontrole ústřední vlády v Kyjevě, nadále houstne atmosféra. Komanda pro-ruských ozbrojenců večera načas zablokovala dvě krymská letiště, na ruskou vojenskou základnu u Sevastopolu mezitím přiletaly helikoptéry. A po nich transportní letouny, které přivezly až dva tisíce ruských výsadkářů.

Prozatímni ukrajinský prezident Oleksandr Turčynov vyzval ruského prezidenta Vladimíra Putina, aby „zastavil provokace a okamžitě stáhl ruské jednotky“. Ukrajinská armáda podle něj nebudě na provokace reagovat. Kvůli krizi se v noci na dnešek sešla Rada bezpečnosti OSN a Spojené státy vyzvaly Rusko, aby své vojáky z Krymu stáhlo.

Poprvé od svého útěku se večera objevili na veřejnosti sesazený ukrajinský prezident Viktor Janukovyč. Na tiskové konferenci v ruském Rostově na Donu tvrdil, že zůstává hlavou ukrajinského státu.

➤ Více na str. A6 a A7



**Pod ruskou vlajkou** Proruské obyvatelky Krymu s ruskými vlajkami. „Tohle je vlajka Krymu,“ říká ta vpravo.

Foto: Getty Images

## 6.3 Výsledky výzkumu

### Výsledky analýzy výběrového souboru

Titulek	Deník	Téma	Fotografie		Rubrika	Velikost komunikátu	Velikost fotografie v rámci strany	Úroveň rozporu složek	Chybějící vztah	Místo rozporu
			autor	žánr						
Česko má jasnou jednání Moskev je nepřijatelné	MF Dnes	zahr.	red.	f. akt. spot news	zahr.	1/4 s.	největší foto	denotace	harm. + subs.	tit.+text x obr.+pop.
Ruská mlha o Krym. Armáda se předevá na Ukrajinu, pozvali ji patřily žantlovýc	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt. spot news	tit.	1/2 s.	největší foto	denotace	subs.	obr. = pop., pop. = tit. + text, tit.+text x obr.
Rusko zahájilo vojenské cvičení na Balhu	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt. spot news	zahr.	1/3 s.	největší foto	denotace	subs.	obr. = pop., pop. = tit. + text, tit.+text x obr.
Moskva nás zabíje nabý. malují si krajní separatisé	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt.	zahr.	2/3 s.	největší foto	denotace	harm. + subs.	tit.+text x obr.+pop.
Pomohli Rusku? Zázrak vstupu	MF Dnes	zahr.	?	véc. il.	oko.	1/2 s.	největší obr. k.	denotace	harm. + subs.	tit.+text x obr.+pop.
Obama bude přemlouvat Saúdý, aby pomohl Evropě	HN	zahr.	ag./fot.	f. akt. gen. news	zahr.	1/2 s.	jedna foto	denotace	harm. + subs.	tit.+text x obr.+pop.
Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zaslal soud	HN	red.	red.	véc. il.	dom.	1/2 s.	největší foto	konotace	harm. + subs.	verb. k. x obr. k.
Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelé.	HN	ČR	ag./fot.	véc. il.	dom.	1/2 s.	jedna foto	konotace	harm. + subs.	verb. k. x obr. k.
Vláda žádá občany o peníze pro armádu	HN	zahr.	ag./fot.	f. akt. spot news	zahr.	1/2 s.	největší obr. k.	konotace	subs.	obr. = pop., pop. = tit. + text, tit.+text x obr.
První dáma USA mezi tluskými hlínyoni vládníky	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt. gen. news	zahr.	1/4 s.	největší foto	konotace	harm. + subs.	verb. k. x obr. k.
Turecko si dostálo i na YouTube	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt. spot news	zahr.	1/6 s.	nejmenší foto	konotace	harm. + subs.	verb. k. x obr. k.
Moskva zvyšuje napětí, posílá na Krym letadla plná vřesedlíři.	MF Dnes	zahr.	ag./fot.	f. akt. spot news	tit.	1/3 s.	největší obr. k.	obojí	harm. + subs.	tit.+text x obr.+pop.

Legenda  
 ag./fot. - fotografie zpravodajské agentury/vz fotobanky  
 red. - redakční fotografie  
 f. akt. - fotografická aktualita  
 víc. il. - vícenásobná ilustrace  
 ? - není známo  
 gen. news - general news

zahr. - zahraniční zpravodajství  
 dom./ČR - domácí zpravodajství  
 tit. - titulní strana  
 oko - ekonomické zpravodajství  
 s. - strana  
 harm. - harmonie kódů

subs. - substituce kódů  
 největší foto - největší novitářská fotografie dané strany  
 největší obr. k. - největší obrazový kód dané strany  
 jediná foto - jediná novitářská fotografie dané strany  
 pop. - popisník  
 verb. k. - verbální kód

Analýza výzkumných jednotek přinesla hned několik zajímavých objevů. Potvrdila moji hypotézu, že titulek a text budou vždy vykazovat minimálně harmonii kódů, ideálně budou vzájemně zcela zastupitelné. Naopak vyvrátila můj předpoklad, že popisník, jehož účelem je vymezit význam daného snímku, bude vždy v harmonickém ne-li substitučním vztahu k dané fotografii: v případech, kdy docházelo k rozporu mezi dvěma základními složkami komunikátu<sup>139</sup> na úrovni konotace, se ve čtyřech z pěti

<sup>139</sup> Pozn.: text s titulkem na jedné straně, fotografie s popisem na druhé – viz kapitola Popis a metody výzkumu

případů ukázalo, že popisek nekoresponduje s významem daného snímku, avšak s ostatními verbálními kódy komunikátu je v harmonii. U těchto situací dostal v analýze více prostoru.

Šest komplexních komunikátů bylo problematických na úrovni denotace, pět na úrovni konotace a jeden na úrovni denotace i konotace. V devíti z dvanácti případů byl chybějícím článkem mezi dvěma základními složkami komunikátu vztah harmonie i substituce. U třech případů se však jednalo pouze o chybějící vztah substituce.

Ve výběrovém souboru se objevily tři vzorce vztahů v rámci daných komplexních komunikátů (pro lepší přehlednost použijí k výkladu matematické symboly):

**1. (titulek  $\approx$  text)  $\neq$  (snímek  $\approx$  popisek)** Význam titulku byl v souladu s významem textu, význam snímku byl v souladu s významem popisku, avšak významy těchto dvou složek nevykazovaly mezi sebou vztah harmonie či substituce kódů. Tento vztah se objevoval výhradně v případě, že existoval mezi dvěma základními složkami komunikátu rozpor na úrovni denotace. Z dvanácti výzkumných jednotek se tento vzorec objevil u pěti.

**2. (titulek  $\approx$  text  $\approx$  popisek)  $\neq$  snímek.** Význam titulku, textu a popisku byly vůči sobě v harmonickém či substitučním vztahu, avšak význam snímku s nimi nekorespondoval. Obrazový kód byl de facto v rozporu s verbálním kódem. Tento vzorec se objevoval výhradně u případů, kdy se mezi základními složkami komunikátu objevil rozpor na úrovni konotace. Z dvanácti výzkumných jednotek se objevil u čtyřech případů.

**3. (titulek  $\approx$  text) a (snímek  $\approx$  popisek), zároveň (titulek  $\approx$  text  $\approx$  popisek), ale (titulek  $\approx$  text)  $\neq$  snímek.** Významy titulku a textu vykazovaly mezi sebou vztah harmonie či substituce, stejný vykazovaly vůči sobě významy snímku a popisku. Význam popisku vykazoval vztah harmonie vůči významu textu a titulku, avšak význam snímku nebyl v harmonii ani substituci s významem textu a titulku. Tento vzorec se ve výběrovém souboru 12 výzkumných jednotek objevil třikrát, a to v případech, kdy byla mezi oběma složkami komunikátu chybějícím vztahem pouze vzájemná zastupitelnost - substituce. Složky do určité míry vykazovaly vůči sobě princip harmonie.

U devíti z dvanácti výzkumných jednotek byly tedy problematické oba chybějící vztahy – jak harmonie, tak substitute. U tří se jednalo pouze o chybějící vztah substitute. Nejčastějším prohřeškem z hlediska novinářské etiky bylo porušení požadavků informační kvality na úrovni vnitřní relevance a srozumitelnosti. Často byl význam celého komplexního komunikátu tak zavádějící, že lze hovořit o porušení požadavku pravdivosti.

U deseti z dvanácti případů byl do výběrového souboru zařazen komunikát s tematikou zahraničního zpravodajství, pouze u dvou se jednalo o zprávy z domova. V devíti případech se z hlediska žánru jednalo o fotografické aktuality, ve třech o věcné ilustrace. Devět z dvanácti výzkumných jednotek používalo agenturní fotografie, u dvou byl vložen redakční snímek a u jednoho byl autor snímku neznámý. Vždy se jednalo o největší nebo jedinou novinářskou fotografii na dané straně, v devíti případech zabíral komplexní komunikát z výběrového souboru minimálně 1/3 strany. Dvakrát se ve výběrovém souboru objevila fotografie z titulní strany a to u deníku Mladá fronta DNES. Osm z dvanácti, tedy dvě třetiny výzkumných jednotek výběrového souboru bylo publikováno deníkem MF Dnes, počet problematických komunikátů u Hospodářských novin byl čtyři. Nejčastějším problémem u složek komplexních komunikátů HN byl rozpor na úrovni konotace. U MF Dnes převládala rozpor na rovině denotace.

## **6.4 Zhodnocení výsledků výzkumu**

Z 839 novinářských fotografií, které spadaly do vymezeného vzorku, bylo dvanáct označeno za eticky problematické. V tomto poměru se číslo zdá jako zanedbatelné, jednalo se však o snímky, které byly největší nebo jedinou novinářskou fotografií (nebo dokonce obrazovým kódem) na dané straně deníku. Převážně se týkaly tematiky zahraničního zpravodajství, tedy informací, které si čtenář jen tak vlastní zkušeností neověří, a proto je důležité zabývat se i takovým množstvím zavádějících komplexních komunikátů.

Některé z dílčích výsledků mého výzkumu mě samotnou překvapily. Když jsem si vybírala téma diplomové práce a přemýšlela o zkoumaném jevu, neočekávala jsem, že bych v těchto seriózních denících našla případy komplexních komunikátů, které nevykazují vztah harmonie a substitute na úrovni denotace. Předpokládala jsem, že



zachycená situace bude automaticky souviset s informacemi, které se objevují v souvisejícím textu, a že praxe, kdy to tak není, je běžná pouze u bulvárních periodik. Stejně tak překvapená jsem byla ze zjištění, že u vztahu titulku a textu se tak nedělo – pokaždé jejich významy vykazovaly princip harmonie a často i substituce kódu. Případné nesouvislosti jsem tedy spíše očekávala u významu titulku, než fotografie.

Při analýze vztahových vzorců mezi jednotlivými složkami závadných komplexních komunikátů jsem také neočekávala zjištění, že existují případy, kdy snímek nevykazuje harmonii a substituci kódů vůči svému popisku. Na základě literatury, kterou jsem k tématu nastudovala, je popisek integrální součástí fotografie, záměrně vymezuje jeho význam, a proto je autorem popisku sám fotograf. Byť se tak u všech případů rozpor stal „pouze“ na konotační rovině, jak je možné, že k těmto situacím vůbec mohlo dojít, si nedovedu vysvětlit.

Oba dva deníky 12 závadnými komplexními komunikáty porušily etické kodexy svých redakcí. Mladá fronta DNES v bodě, který novinářům ukládá zprostředkovávat nezkrácené údaje. Hospodářské noviny v pasáži, která redaktorům zakazuje jakkoliv zkreslovat publikované informace – pravidlo výslovně platí i pro použití nevhodného titulku či doprovodné fotografie. Navíc se obrazoví redaktori obou deníků dopustili prohřešku vůči kodexu Syndikátu novinářů, který členy novinářské obce zrazuje od překrucování faktů. Jejich případný postih je v kompetenci Etické komise Syndikátu novinářů.



## 7 Komparace výsledků výzkumu s analýzou komunikátů z r. 2011

V roce 2012 obhajovala studentka žurnalistiky na Karlově univerzitě, Magda Polmanová, bakalářskou práci s názvem *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*<sup>140</sup>. Její předmět výzkumu byl totožný s tím mým, tedy analyzovala významy komplexních komunikátů, jejichž součástí byla novinářská fotografie. Předmět zkoumala na stejném materiálu, ale z jiného roku – na březnových vydáních deníků Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny z roku 2011. Vymezila si i obdobný vzorek výzkumu – zpravodajskou část deníků. Neomezovala ho však jen na domácí a zahraniční zpravodajství, zahrnula také např. aktuality ze sportu.

Práce Magdy Polmanové vycházela ze stejných východisek jako má – zastávala názor, že významy verbálního a obrazového kódu mají být v rámci komplexního komunikátu ve zpravodajství v souladu, a pokud tomu tak není, dochází k porušování novinářské etiky. Pokládala si však jiné výzkumné otázky: zabývala se vztahem titulku, popisku a snímku tak, že analyzovala vztahy mezi titulkem a snímkem a popisem a snímkem, nesledovala vztahy v rámci celého komplexního komunikátu. Nevěnovala se popisu metody výběru závadných komplexních komunikátů, ale na základě její následné analýzy lze usuzovat, že si, jako já, interpretovala význam fotografie a verbální části, a dané významy mezi sebou porovnávala. Analýzu poté provedla prostřednictvím „*teorie založené na sémantice*“<sup>141</sup>, svá tvrzení opírala o významy slov definované v *Slovníku spisovného jazyka českého* (Havránek, 1971).

Ač vycházela ze stejného faktu jako já, a sice že text vymezuje význam fotografie, výsledky svého výzkumu rozřadila do 3 kategorií: titlek ovlivňuje význam fotografie, popis ovlivňuje význam fotografie a fotografie ovlivňuje text. Na základě své metody výběru v daném vzorku našla 6 závadných komplexních komunikátů,

---

<sup>140</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová

<sup>141</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová. S. 34.

z nichž 3 odpovídaly kategorii *titulek ovlivňuje význam fotografie*, u jednoho došlo k ovlivnění významu snímku prostřednictvím popisku a ve dvou případech byla definována situace, kdy fotografie ovlivnila význam textu. Ve 4 případech se jednalo o zpravodajství MF Dnes, ve dvou o aktuality Hospodářských novin.

## **7.1 Výsledky výzkumu M. Polmanové optikou mé metody analýzy**

Pokud bych výzkum Magdy Polmanové podrobila kritériím svého výzkumu, z jejího výběrového souboru by pro mě byly relevantní 4 komplexní komunikáty, které bych označila jako závadné (další dva neodpovídaly mnou stanovenému vzorku – jeden se týkal sportovního zpravodajství a druhý byl komentářem, subjektivním vyjádřením autora, ne zprávou): *Vraha Aničky může ještě usvědčit laboratoř*<sup>142</sup>, *Zaútočit či nechat Libyi být? Těžká volba pro Západ*<sup>143</sup>, *Lybie*<sup>144</sup> a *Historický proces s Chirakem začíná*.<sup>145</sup> Ze čtyř závadných fotografií byly dvě uveřejněny v Mladé frontě DNES a dvě v Hospodářských novinách, z toho se ve třech komplexních komunikátech jednalo o tematiku dění v zahraničí. Ve dvou případech se z hlediska žánrového jednalo o fotografické aktuality, ve dvou o věcné ilustrace. V žádném z případů se nejedná o redakční fotografie. Tři fotografie jsou velkého rozměru, jejich poměr vůči ostatním fotografiím nebo obrazovým kódům na daných stranách nelze určit.

U komplexního komunikátu MF Dnes *Vraha Aničky může ještě usvědčit laboratoř*, byl rozpor mezi verbální a obrazovou složkou na úrovni konotace, respektive význam celého komunikátu byl zavádějící – spojením titulku s fotografií podezřelého z vraždy došlo k vytvoření nového významu, a sice že obžalovaný je jistě vrahem.

<sup>142</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová. S. 42.

<sup>143</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová. S. 44.

<sup>144</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová. S. 49.

<sup>145</sup> POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová. S. 50.

Článek MF Dnes *Zaútočit či nechat Libyi být? Těžká volba pro Západ* vykazuje naopak rozpor na úrovni denotace – ke zprávě o Libyi byla přiložena fotografie z Jemenu.

V aktualitě Hospodářských noviny *Libye* jsme mohli sledovat rozpor na úrovni konotace – popisek nás informoval o nepokojích v Libyi a hroucení tamního systému, a snímek ukazoval dobře naladěnou skupinku dětí při jízdě v autě.

Ke zprávě *Historický proces s Chirakem začíná* přiložil obrazový redaktor Hospodářských novin starší fotografii, na níž zaujímá bývalý francouzský prezident směšnou, skoro pantomimickou grimasu, která nijak nesouvisí s významem titulku ani souvisejícího textu, a to na žádné z úrovní. Autor výběru chtěl asi vyjádřit svůj subjektivní názor a politika zesměšnit. U tohoto komplexního komunikátu také v podstatě došlo k rozporu mezi kódy na úrovni konotace.

## **7.2 Výsledky mého výzkumu optikou výzkumných otázek**

### **M. Polmanové**

Pokud bych ve svém výzkumu měla analyzovat pouze komunikáty, u kterých dochází k rozporu významů titulku a snímku a popisku a snímku, v mém výběrovém souboru by se nacházelo 10 závadných komplexních komunikátů. Sedm z nich by M. Polmanová zařadila do kategorie „titulek ovlivňuje význam fotografie“ a tři do „fotografie ovlivňuje text“. Přičemž se musím ohradit proti použití slova „ovlivňuje“, které konotuje, že ten druhý kód přejímá význam toho prvního kódu, což může být v některých případech pravda, ale není možné to paušalizovat. Raději bych užila spojení „není v souladu“ nebo „liší se“. U komplexních komunikátů MF Dnes: *Česko má jasno: jednání Moskvy je nepřijatelné; Ruská ruleta o Krym. Armáda se přelévá na Ukrajinu, pozval ji padlý Janukovyč; Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu; Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté; Pomáháte Rusku? Zákaz vstupu; Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů*, a Hospodářských novin: *Obama bude přemlouvat Saúdy, aby pomohli Evropě*, se jedná mezi složkami snímek, popisek a titulek, o rozpor na úrovni denotace. Zprávy Hospodářských novin: *Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zastal soud; Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů* a Mladé fronty DNES: *První dáma USA mezi čínskými hliněnými válečníky*, vykazují mezi určenými složkami rozpor na úrovni konotace.

## 7.3 Výsledky komparace obou výzkumů

Komparace výsledků svého výzkumu s výzkumem M. Polmanové

Rok vydání	Titulek	Deník	Téma	Fotografie		Velikost fotografie v rámci strany	Uroveň rozporu složek*	Místo rozporu
				anot.	žánr			
2011	Zastínečí mechat Libyvi bý? Třetka volba pro Západ	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt. spot news	velký snímek	denotace	tit. x ohr.+pop.
2011	Vraha Amický mlže ještě uvědomit laborant?	NF Dnes	ČR	ag./fot.	véc. il.	malý snímek	konotace	x ohr.+pop.
2011	Libye	HN	zahr.	ag./fot.	F. akt. spot news	velký snímek	konotace	ohr. k. x ohr. k.
2011	Historický proces s Chirkem zakládá	HN	zahr.	ag./fot.	véc. il.	velký snímek	konotace	tit. x ohr. k.
2014	Moskva má zahne mhlý, malují si kymři separátisté	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt.	největší foto	denotace	tit. x ohr.+pop.
2014	Obama bude přemlouvat Saúdý, aby pomohl Evropě	HN	zahr.	ag./fot.	F. akt. gen. news	jedna foto	denotace	tit. x ohr.+pop.
2014	Ruská ruce o Krym, Amida se přelévá na Ukrajinu, pozval Ji padly Janukovyč	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt. spot news	největší foto	denotace	tit. x ohr.+pop.
2014	Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt. spot news	největší foto	denotace	ohr.+pop. tit.
2014	Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt. spot news	největší ohr. k.	denotace	ohr.+pop. tit.
2014	Česko má jasnou, jedinou Moskvu? Je nepřijatelné	NF Dnes	zahr.	red.	F. akt. spot news	největší foto	denotace	tit. x ohr.+pop.
2014	Pomáháte Rusku? Zakaz vnitřní	NF Dnes	zahr.	?	véc. il.	největší ohr. k.	denotace	tit. x ohr.+pop.
2014	První dáma USA mezi širákými bliněnými valčičky	NF Dnes	zahr.	ag./fot.	F. akt. gen. news	největší foto	konotace	ohr. k. x ohr. k.
2014	Kvůli vzáhlání zmizí tisíce učitelů	HN	ČR	ag./fot.	véc. il.	jedna foto	konotace	ohr. k. x ohr. k.
2014	Energetický úrad narazil, sporné solární elektrárny se zrasil soud	HN	ČR	red.	véc. il.	největší foto	konotace	ohr. k. x ohr. k.

\* Prohlášením zkomunikání byl při této komparaci pouze tříhodinový komunikát - hodnoceny tedy byly vztahy mezi titulem, popisem a snímkem

**Legenda**  
 ag./fot. - fotografie zpravodajské agentury/z fotobanky  
 red. - redakční fotografie  
 f. akt. - fotografická aktualita  
 věc. il. - věcná ilustrace  
 ? - není známo  
 gen. news - general news  
 zahr. - zahraniční zpravodajství

den. ČR - domácí zpravodajství  
 největší foto - největší novinařská fotografie dané strany  
 největší ohr. k. - největší obrázový kód dané strany  
 jediná foto - jediná novinařská fotografie dané strany  
 pop. - popisek  
 ohr. k. - vzhlední kód

Jak je možné odvodit ze souhrnu informací upravených pro vzájemné porovnání (tabulky výše) v používání eticky závadných komplexních komunikátů existuje v těchto denících ve zkoumaných obdobích a sledovaném vzorku několik zákonitostí:

Převážně se téma rozporu významu složek v rámci jednotlivých komunikátů týkalo fotografických aktualit (tento žánr se objevil u 9 ze 14 výzkumných jednotek výběrového souboru pro komparaci) a agenturních fotografií (12 ze 14 případů). Z hlediska tématu se jednalo převážně o zahraniční dění (11 ze 14 jednotek) a fotografie v závadných komplexních komunikátech nebo komunikáty samotné se těšily spíše velkému rozměru. Jejich etická nekorektnost tedy není zanedbatelná.

Nejčastějším úskalím výběrového souboru byl vztah na úrovni denotace (8 ze 14 případů). U MF dnes byly v obou ročnících převážně zaznamenány prohřešky vůči novinářské etice na úrovni denotace, u HN naopak konotace. Z hlediska vztahových vzorců převládala situace, kdy význam titulku byl v rozporu s významem snímku s popiskem (8 z 14 výzkumných jednotek), nad vzorcem, kdy je s obrazovým kódem v rozporu celý verbální kód.

V roce 2011 se podle měřítek Magdy Polmanové objevilo více závadných fotografií u Mladé fronty DNES než u Hospodářských novin. Podle mých metod výzkumu byl v tomto roce počet konfliktních komunikátů s MF Dnes vyrovnaný se závadnými komunikáty Hospodářský novin. V roce 2014 byla zaznamenána převaha konfliktních komunikátů ve vydáních Mladé fronty DNES.

Celkem se ve výzkumu M. Polmanové objevily 4 komplexní komunikáty, které vyhovovaly mému vzorku a druhé hodnotě proměnné, v roce 2014 jich bylo 10. Vzhledem k tomu, že neexistuje přesný popis metody výběru závadných fotografií ve výzkumu sl. Polmanové, lze jen se silnou mírou nadsázky říci, že počet případů, kdy dochází k porušování novinářské etiky výběrem nevhodné novinářské fotografie, se v průběhu let zvyšuje.

## Závěr

Z výzkumu mé diplomové práce vyplývá, že v rámci zkoumaného materiálu a vzorku z března 2014 doopravdy došlo k publikování komplexních komunikátů, mezi jejichž složkami neexistoval vztah harmonie a substituce kódů, či pouze princip substituce. Z 839 novinářských fotografií základního souboru, který splňoval parametry definovaného vzorku, se jednalo o 12 závadných komunikátů, z nichž většina (2/3) se vyskytla u deníku Mladá fronta DNES. Nejčastěji se jednalo o fotografické aktuality, agenturní fotografie s tematikou zahraničního zpravodajství. Ve dvou případech se eticky závadný komplexní komunikát objevil na titulní straně deníku, a to hned v prvním březnovém vydání MF Dnes, s tím, že druhý případ se objevil u stejného periodika. Majorita výzkumných jednotek vykazovala chybějící principy harmonie i substituce složek. Téměř shodně se jednalo o problémy na denotační a konotační úrovni zobrazování. MF Dnes častěji porušovala principy harmonie a substituce na úrovni denotace, Hospodářské noviny byly naopak neúspěšné na konotační rovině. V porovnání s rokem 2011 došlo k navýšení počtu závadných komunikátů o více než dvojnásobek. Ostatní zkoumané parametry se v průběhu tří let nezměnily: i v roce 2011 se jednalo nejčastěji o fotografické aktuality, agenturní fotografie informující o dění v zahraničí, a u Hospodářských novin převažoval nedostatek na úrovni konotačního významu mezi složkami komunikátu, u MF Dnes na rovině denotace.

U těchto dvanácti závadných komunikátů došlo k porušení novinářské etiky a etiky fotožurnalistiky na úrovni významu fotografie ve formě manipulace obsahem (slovním doprovodem) a výběrem fotografie. Zodpovědnost za toto jednání náleží primárně obrazovým redaktorům těchto deníků, kteří spáchali přestupky vůči etickým kodexům obou redakcí a Syndikátu novinářů. Došlo k porušení požadavků informační kvality z pohledu interní relevance, srozumitelnosti i pravdivosti (přesnosti). V některých případech užití fotografie s jiným významem vedlo k bagatelizaci tématu.

Pouze v období března 2014 se tedy ve vydáních těchto deníků objevilo dvanáct případů, ve kterých význam snímku nesouvisí s významem přilehlého verbálního kódu. Zpravidla se jednalo o fotografie, které byly větší než 1/3 strany, byly největší nebo jedinou novinářskou fotografií, příp. obrazovým kódem, dané strany. Tématem sdělení komplexních komunikátů bylo nejčastěji zahraniční zpravodajství.

Ač počet konfliktních složených komunikátů ve zkoumaných denících není jinak horentní, je významný a má dopad na společnost, protože:

- Žurnalistika má za úkol zastupovat smyslové orgány jednotlivce v momentě, kdy si nemůže určitou informaci ověřit vlastním počítkem (Newton, 2001). V souvislosti se zahraničním zpravodajstvím je role novinářské profese nenahraditelná, čtenářům nezbyvá než publikovanému sdělení věřit – často si ho nemohou sami ověřit, proto je zavádění ve významu komplexních komunikátů značným prohřeškem.
- Časová tíseň, v níž se často lidé v dnešní době nacházejí, vede k rostoucí oblíbě vizuálních sdělení, která dokáží rychle přenést velké množství významů. Dokumentární podstata a autentičnost fotografie vytváří mýtus fotografické pravdy (Sturken, Cartwright; 2009), a tak si uspěchaní čtenáři krátí čas čtení médií prohlížením fotografií, přičemž ani netuší, že význam fotografie a popisku nemusí vždy korespondovat s významem celého komplexního komunikátu.
- Díky součtu několika faktorů, mezi které patří např. konstitutivní povaha verbálního kódu nebo zmiňovaná veřejná role médií, mají hromadné sdělovací prostředky moc konstruovat skutečnost, kterou vnímáme.<sup>146</sup> Na základě svého vnímání skutečnosti pak vytváříme vlastní názory, postoje a ovlivňujeme své jednání.
- Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny patří mezi šest nejčtenějších deníků v České republice.<sup>147</sup> Každé vydání MF Dnes čte přibližně 630 000 lidí, Hospodářských novin 150 000 lidí, mezi kterými je nejpočetnější skupina osob

<sup>146</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a doplněné. Praha: Portál, 2009, 639 stran. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>147</sup> Odhad čtenosti tisku – Media Projekt, 4. čtvrtletí 2013 a 1. čtvrtletí 2014. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR. © 2013, 6. 6. 2014 [citováno 16. 6. 2014]. Dostupný z:

[http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP\\_4-1-2014-Prezentace\\_v03mh.pdf](http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP_4-1-2014-Prezentace_v03mh.pdf)

Čtenost celostátních deníků, 1. - 2. čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, © 2013. [citováno 6. 9. 2015]. Dostupné z:

[http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

s rozhodovacími pravomocemi.<sup>148</sup> Oba deníky jsou českou veřejností vnímány jako seriózní, tedy důvěryhodné, proto by se podobných zkreslení významů neměly v ideálním případě vůbec dopouštět.

Vzhledem k veřejné roli médií, jejich účinkům na společnost, vlastnostem vizuálních kódů, charakteru doby a postavení zkoumaných deníků na českém mediálním trhu doporučuji, aby se výzkum komplexních komunikátů minimálně na tomto vzorku prováděl pravidelně. Po vyhodnocení svého výzkumu vidím v českém mediálním prostředí potřebu existence nějaké nezávislé, v nejlepším případě neziskové instituce, která by pravidelně prováděla výzkumy obsahů tištěných periodik (alespoň těch, která přinášejí zpravodajství obecného zájmu) a která by měla pravomoc ty, kteří se proviní proti pravidlům novinářské etiky, postihovat. Tak jako to již funguje např. u Rady pro rozhlasové a televizní vysílání<sup>149</sup>, Rady ČT<sup>150</sup> nebo Českého rozhlasu.<sup>151</sup> Svoboda projevu je sice důležitým atributem demokratické společnosti, ale špatně informovaná veřejnost nemůže dělat správná rozhodnutí, a to by pro nás mělo být dostatečnou motivací se v této svobodě trochu omezit.

## Summary

Outcomes of my diploma thesis confirms that there were defective complex communicates published within researched dailies and sample from March, 2014. The relationship of harmony and substitution (sometimes just substitution) didn't exist between meanings of particular parts in those communicates. There were 12 defective communicates out of 839 news photos that fitted researched sample. Two thirds of them have been found in Mlada fronta DNES. In the terms of genre, they were mostly news photos, whose author was a news agency, and they informed about world news. Twice, a defective communicate has appeared on the front page. It happened right on 1<sup>st</sup> March

<sup>148</sup> Hospodářské noviny. *Economia* [online]. Economia, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

<sup>149</sup> Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

<sup>150</sup> Co je Rada ČT. Česká televize [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>



for the first time in MF Dnes, and the second case appeared in the same daily. The most of research units showed missing both harmony and substitution relationships. There were almost the same number of cases where the defect appeared at the denotation and at the connotation level. The MF Dnes daily failed most frequently in respecting the harmony and substitution principles at denotation level, Hospodarske noviny, on the other hand, at connotation level. Comparing to the year 2011, the number of faulty communicates have risen more than two times. Other analysed parameters, however, haven't changed at all during three years: even in the year 2011, defective communicates contained mainly news photos, news agencies photos and world news, Hospodarske noviny failed in respecting coherence at connotation level, MF Dnes at denotation level.

These twelve defect communicates have broken both journalism and photojournalism ethics – relating to ethics of photography meaning – ban of content (verbal support) manipulation, and photography selection. Primarily, it's a photo editor's responsibility. Thus, photo editors of these dailies have broken codes of ethics of their own editorial offices and the Journalists' Syndicate code of ethics. They have violated the journalism standards of information quality in the terms of internal relevancy, comprehensibility and truth (accuracy). In some cases, the usage of a photo with different meaning has led to playing down the topic, too.

So there were twelve cases of verbal and visual meaning in complex communicates not corresponding just during one month. Usually their size was bigger than one third of a page, they were the largest or the only news photography, or visual code of the page. The topic of these fault communicates was world news, most frequently.

Even though the number of fault complex communicates is not very high, it is important and it has influence on the readers, I believe. Because:

- The role of journalism is to fill in sensory organs of a human, while he/she cannot verify what happened by his/her own sensors (Newton, 2001). The role of journalism is irreplaceable relating to world news – the readers have

---

<sup>151</sup> Rada Českého rozhlasu. *Český rozhlas* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z:

often no other option, than to believe to what has been published, because they are not able to check it out by themselves. Hence, misleading in meaning of complex communicates is a significant misconduct.

- Being pressed for the time is an everyday reality for many people in contemporary society. As a consequence, visual form of information is getting more and more popular, because pictures are able to transmit large amount of meanings in very short time. The documentary essence and authenticity of photography creates a myth of photographic truth (Sturken, Cartwright; 2009), and so readers in a rush keep saving time by watching just photos in the newspapers, unaware of a fact, that the meaning of a photo with a caption does not necessarily need to match meaning of the whole complex communicate.
- Thanks to the sum of several factors, such as constitutive character of the verbal code or already mentioned role of media in the society, mass media have the power to build up a reality we perceive.<sup>152</sup> And we are acting and creating our own opinions and attitudes on a basis of how we perceive our world.
- The dailies *Mlada fronta DNES* and *Hospodarske noviny* are in the list of top six most read dailies in the Czech Republic.<sup>153</sup> Every issue of *MF Dnes* reads approximately 630,000 people. *Hospodarske noviny* likes to read 150,000 people every day. The most of *HN* readers are decision makers.<sup>154</sup> Both newspapers have an image of a quality press among Czech society.

---

<http://www.rozhlas.cz/rada/portal/>

<sup>152</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a doplněné. Praha: Portál, 2009, 639 stran. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>153</sup> Odhad čtenosti tisku – Media Projekt, 4. čtvrtletí 2013 a 1. čtvrtletí 2014. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR. © 2013, 6. 6. 2014 [citováno 16. 6. 2014]. Dostupný z:

[http://www.unievychavatelu.cz/gallery/files/MP\\_4-1-2014-Prezentace\\_v03mh.pdf](http://www.unievychavatelu.cz/gallery/files/MP_4-1-2014-Prezentace_v03mh.pdf)

Čtenost celostátních deníků, 1. - 2. čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, © 2013. [citováno 6. 9. 2015]. Dostupné z:

[http://www.unievychavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievychavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

<sup>154</sup> *Hospodářské noviny*. *Economia* [online]. *Economia*, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

Thus, they are trusted, and therefore they should not misrepresent meanings of the news at all, ideally.

Considering the role of media in the society, their impact, character of visual code, current lifestyle and position of researched dailies on the Czech media market, I recommend to conduct research of complex communicates regularly, at least on this same sample. After evaluating results of my diploma thesis, I feel the need of having an independent, preferably non-profit institution, in the Czech Republic, that would regularly check published content (at least of general-interest print media) and had the power to punish those ones who would broke journalism ethics rules. I'd welcome institution such as Czech Radio and Television Broadcast Committee (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání)<sup>155</sup>, The Czech TV Committee (Rada ČT)<sup>156</sup> or The Czech Radio Committee (Rada Českého rozhlasu)<sup>157</sup> that has been working like this already, however, they are specialized on private and public TV and radio segment, not the press.

I understand, that the freedom of expression is an important attribute of a democratic society. However, incorrectly informed society is not able to act correctly, which should mean a correspondingly strong appeal to us, so that we would limit this freedom by ourselves a little bit.

---

<sup>155</sup> *Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.*

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

<sup>156</sup> Co je Rada ČT. *Česká televize* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>

<sup>157</sup> Rada Českého rozhlasu. *Český rozhlas* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/portal/>

## Použitá literatura

### Knihy:

BARTÁK, Matěj, Jitka VEBROVÁ a Soňa RYCHLÁ. *Nový slovník cizích slov pro 21. století*. 1. vyd. Praha: Plot, 2008, 367 s. ISBN 978-80-86523-89-7.

BECKER, Udo. *Slovník symbolů*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2002, 351 s., [16] s. obr. příl. ISBN 80-7178-612-8.

ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5.

HAVRÁNEK, Bohuslav a kol. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., V - Ž. Doplňky a opravy*. Vyd. 1, Praha: Academia, 1971, 1011 s.

HAVRÁNEK, Bohuslav, Jaromír BĚLIČ, Miloš HELCL, Alois JEDLIČKA, Václav KŘÍSTKA a František TRÁVNÍČEK. *Slovník spisovného jazyka českého. Sv. 4., P - Q*. 2. nezměněné vyd. Praha: Academia, 1989, 8 sv., 716 s.

HUGO, Jan, Markéta FIDLEROVÁ, Kateřina ADÁMKOVÁ a Zdeňka JURÁNKOVÁ. *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov*. 2. rozšířené vyd. Praha: Maxdorf, ©2006, 460 s. ISBN 80-7345-098-4.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

KLÉGR, Aleš. *Tezaurus jazyka českého: slovník českých slov a frází souznačných, blízkých a příbuzných*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2007, 1189 s. ISBN 978-80-7106-920-1.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3.

KOBRÉ, Kenneth a Betsy BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, c2008, vii, 504 s. ISBN 978-0-7506-8593-1.

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-80-246-1647-6.

LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky – I.: Fotografická a snímková technika pro novináře*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství., 1989, 123 s.

LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky - II.: Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 197 s. ISBN 80-7066-119-4.

MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatika jako lingvistické disciplíny*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1996, 190 s. ISBN 80-86039-05-6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a doplněné. Praha: Portál, 2009, 639 stran. ISBN 978-80-7367-574-5.

NEWTON, Julianne H. *The Burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, xv, 217 s. ISBN 0-8058-3376-5.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 255 s. ISBN 80-85983-76-1.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

PARRISH, Fred S. *Photojournalism: an introduction*. 1. vyd. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning, ©2002, ix, 390 s. ISBN 0-314-04564-3.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8.

ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, 287 s. ISBN 978-1-4129-2191-6.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009, 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1.

TEGZE, Oldřich. *Neverbální komunikace: co vám prozradí lidské chování a jednání, a jak toho využít*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2003, IX, 482 s. ISBN 80-7226-429-x.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 9788073676834.

VAN LEEUWEN, Theo a Carey JEWITT. *Handbook of visual analysis*. London: Sage Publications, 2002, xii, 210 s. ISBN 0-7619-6477-0.

WILKINS, Lee a Clifford G. CHRISTIANS. *The Handbook of Mass Media Ethics*. New York: Routledge. 2008. ISBN: 978-0-8058-6191-4.

ŽANTOVSKÝ, Petr. *Česká politika a média po roce 1989*. Vyd. 1. Praha: Institut Václava Klause, 2013, 175 s. ISBN 978-80-87806-21-0. Dostupné z: <http://bit.ly/1I2FVyQ>.

## Periodika:

BURGIN, Victor. *Úvod. Vidět smysl.* In: *Fotograf. Časopis pro fotografii a vizuální kulturu.* 22/2013 Obraz a text. Praha: Fotograf 07. 2013, roč. 19, č. 22, s. 3. ISSN 1213-9602.

BUDDEUS, Hana. Editorial. *Mezi znaky.* In: *Fotograf. Časopis pro fotografii a vizuální kulturu.* 22/2013 Obraz a text. Praha: Fotograf 07. 2013, roč. 19, č. 22, s. 2. ISSN 1213-9602.

ČTK. Rusko zahájilo vojenské cvičení na Baltu. *Mladá fronta DNES.* MAFRA, a. s. Praha, 4. 3. 2014, roč. 25, č. 53, s. A3. ISSN 1210-1168.

FRÁNEK, Tomáš. Energetický úřad narazil, sporné solární elektrárny se zastal soud. *Hospodářské noviny.* Economia, a. s. Praha, 5. 3. 2014, roč. 58, č. 45, s. 14. ISSN 0862-9587.

HUDEMA, Marek. Obama bude přemlouvát Saúdy, aby pomohli Evropě. *Hospodářské noviny.* Economia, a. s. Praha, 28. - 30. 3. 2014, roč. 58, č. 62, s. 7. ISSN 0862-9587.

JANOUSEK, Petr. Česko má jasno: jednání Moskvy je nepřijatelné. *Mladá fronta DNES.* MAFRA, a. s. Praha, 3. 3. 2014, roč. 25, č. 52, s. A3. ISSN 1210-1168.

KOUBOVÁ, Kateřina. Pomáháte Rusku? Zákaz vstupu. *Mladá fronta DNES.* MAFRA, a. s. Praha, 21. 3. 2014, roč. 25, č. 68, s. A9. ISSN 1210-1168.

Moskva zvyšuje napětí, poslala na Krym letadla plná výsadkářů. *Mladá fronta DNES.* MAFRA, a. s. Praha, 1. 3. 2014, roč. 25, č. 51, s. A1. ISSN 1210-1168.

NOVOTNÝ, Pavel. Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté. *Mladá fronta DNES.* MAFRA, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 25, č. 58, s. A7. ISSN 1210-1168.

PALATA, Luboš. Ruská ruleta o Krym. Armáda se přelévá na Ukrajinu, pozval ji padlý Janukovyč. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 4. 3. 2014, roč. 25, č. 53, s. A1. ISSN 1210-1168.

První dáma USA mezi čínskými hliněnými válečníky. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 26. 3. 2014, roč. 25, č. 72, s. B7. ISSN 1210-1168.

REUTERS. Kritik Kremlu v Kyjevě. *Hospodářské noviny*. Economia, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 58, č. 48, s. 1. ISSN 0862-9587.

SOUKUP, Ondřej. Vláda žádá oligarchy o peníze pro armádu. *Hospodářské noviny*. Economia, a. s. Praha, 12. 3. 2014, roč. 58, č. 50, s. 6. ISSN 0862-9587.

ŠNÍDL, Vladimír, DAŇKOVÁ, Julie. Kvůli vzdělání zmizí tisíce učitelů. *Hospodářské noviny*. Economia, a. s. Praha, 10. 3. 2014, roč. 58, č. 48, s. 5. ISSN 0862-9587.

Tiráž. *Mladá fronta DNES*. Praha: MAFRA, a.s. 21.3.2014. roč. 25, č. 68, s. 10.

Turecko si došláplo i na YouTube. *Mladá fronta DNES*. MAFRA, a. s. Praha, 28. 3. 2014, roč. 25, č. 74, s. B7. ISSN 1210-1168.

### Kvalifikační práce:

HAVLOVICOVÁ, Anna. *Fotografický esej včera a dnes (komparace mediálního obrazu válečných konfliktů ve zpravodajských periodikách)* [online]. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2013. Vedoucí práce Alena Lábová.

HESOVÁ, Lada. *Žurnalistická fotografie jako součást komplexního komunikátu*. Praha: s.n., 1999. 146 s., XXIV obr. příl. Vedoucí práce Alena Lábová.

KOTKOVÁ, Kateřina. *Zlatý řez*. Brno: Masarykova univerzita, 2008. 60 listů. Vedoucí práce Doc. RNDr. Jaroslav Beránek, CSc.



POLMANOVÁ, Magda. *Vztah obrazu a textu u zpravodajské fotografie*. Praha, 2012. 51 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alena Lábová.

POSPÍCHAL, Tomáš. *Mediální diskurz regulace médií: komparativní analýza českého a britského denního tisku*. 2015. 111 listů. Vedoucí práce Tomáš Trampota.

## Etické kodexy

Etický kodex vydavatelství Economia schválený 24. 10. 2011. Viz příloha.

Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA. In: *Redakční blog iDnes.cz* [online]. 7. 6. 2013, aktualizováno 13. 3. 2014. MAFRA, ©1999-2015. [citováno 5. 9. 2015]. Dostupné z: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/346756/Etický-kodex-novinaru-medialni-skupiny-MAFRA.html>

Etický kodex. *Syndikát novinářů ČR*. [online]. Syndikát novinářů České republiky, ©2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>

NPPA Code of ethics. *NPPA, the voice of visual journalists*. [online]. National Press Photographers Association, ©2012. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [https://nppa.org/code\\_of\\_ethics](https://nppa.org/code_of_ethics)

## Zákony

Listina základních práv a svobod. In: *Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb.* Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>.

Ministerstvo vnitra ČR: Předpis č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři. *Portál veřejné správy* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=40291&recShow=7&nr=517~2F1992&rpp=15#parCnt>

Předpis č. 89/2012 Sb. *Občanský zákoník*. Www.zakonyprolidi.cz [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

Předpis č. 121/2000 Sb. *Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů*. Www.zakonyprolidi.cz [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

*Zákon č. 46/200 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů*. Ministerstvo kultury České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>

*Zákon č. 52/2009 o trestním řízení soudním*. Ministerstvo vnitra České republiky [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

*Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů*. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

## E-články

ČTK. Etický kodex pro Babišovu Mafru vypracuje Karel Hvizďala. In: *Mediamania* [online]. Empresa media, a. s., ©2006. [citováno 5. 9. 2015]. Dostupné z: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/eticky-kodex-pro-babisovu-mafu-vypracuje-karel-hvizdala\\_275275.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/eticky-kodex-pro-babisovu-mafu-vypracuje-karel-hvizdala_275275.html)

KEJLOVÁ, Tamara. Babiš koupil Mafru. Do obsahu novin zasahovat nebude, říká jeho mluvčí. In: *Česká televize* [online]. Česká televize, ©1996 - 2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1089933-babis-koupil-mafu-do-obsahu-novin-zasahovat-nebude-rika-jeho-mluvci>

Kyjev: Parlament sesadil Janukovyče, volby budou v květnu. In: *Česká televize* [online]. Česká televize, ©1996 - 2015. [citováno 21. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1047139-kyjev-parlament-sesadil-janukovyce-volby-budou-v-kvetnu>

LENKAS. *Základní pravidla kompozice fotografie*. [online]. Jaknafoceni.cz. [citováno 1. 7. 2015]. Dostupné z: <http://www.jaknafoceni.cz/12/kompozice-fotografie/>

MEVALD, Karel. *Klub fotoreportérů při Syndikátu novinářů*. Fotomonitor.info, ©2008 - 2015. [citováno 28. 8. 2015]. Dostupné z: <http://fotomonitor.info/www/asoc/KF.asp>

VILDOVÁ, Marta. O privatizaci deníku Mladá fronta. In: *Britské listy: deník o všem, o čem se v České republice příliš nemluví* [online]. Občanské sdružení Britské listy, ©1996-2015. 16. 6. 2015 [citováno 29. 8. 2015]. ISSN 1213-1792 Dostupné z: <http://www.blisty.cz/art/23779.html>

VOLDÁNOVÁ, Jolana. Andrej Babiš nemá na chod novin vliv, říká šéfredaktor MF DNES. In: *Český rozhlas Dvojka* [online]. Český rozhlas, ©1997 - 2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/dvojka/jejakaje\\_zprava/andrej-babis-nema-na-chod-novin-vliv-rika-sefredaktor-mf-dnes--1462885](http://www.rozhlas.cz/dvojka/jejakaje_zprava/andrej-babis-nema-na-chod-novin-vliv-rika-sefredaktor-mf-dnes--1462885)

## Další on-line zdroje

Rada Českého rozhlasu. *Český rozhlas* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/portal/>

Co je Rada ČT. *Česká televize* [online], [citováno 23. 8. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>

Souborný katalog České republiky (CASLIN) - Seriály. *Databáze Národní knihovny ČR*. [online]. Ex Libris, NK ČR, ©2014. [citováno 30. 8. 2015]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/HU9CIQ8YSTNP32Y41CN9HQ9JS4KYXXTMQI78MFBMXDC LKF4SK8-27811?func=full-set-set&set\\_number=034086&set\\_entry=000010&format=999](http://aleph.nkp.cz/F/HU9CIQ8YSTNP32Y41CN9HQ9JS4KYXXTMQI78MFBMXDC LKF4SK8-27811?func=full-set-set&set_number=034086&set_entry=000010&format=999)

O společnosti. *Economia* [online]. Economia, a. s., ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/o-spolecnosti/#historie>

Kontakty. *Economia* [online]. Economia, a. s. ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/kontakty/#redakce>

Hospodářské noviny. *Economia* [online]. Economia, a. s. ©2015. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

Mladá fronta DNES. *Mediální skupina MAFRA* [online]. MAFRA, a.s., ©2014. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra\\_all\cs\\_produkty-a-sluzby\\_mlada-fronta-dnes.htm](http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm)

Ceník tištěných titulů platný od 1.1.2015. *Mediální skupina MAFRA* [online]. MAFRA, a.s., ©2014. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_pro-inzerenty\\_mlada-fronta-dnes-s-magaziny.htm&menu=](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_pro-inzerenty_mlada-fronta-dnes-s-magaziny.htm&menu=)

*Nechybujte.cz: Internetový slovník současné češtiny*. [online]. Lingea ©2015. [citováno 22. 12. 2015]. Dostupné z: <http://www.nechybujte.cz/>

Čtenost celostátních deníků, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/ctenost\\_deniku/239-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni)

Čtenost ekonomických časopisů, 1.-2.čtvrtletí 2015. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR, ©2013. [citováno 29. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/casopisy/fakta\\_cisla\\_casopisech/ctenost\\_casopisu/249-2-ekonomicke\\_casopisy](http://www.unievydavatelu.cz/cs/casopisy/fakta_cisla_casopisech/ctenost_casopisu/249-2-ekonomicke_casopisy)

Odhad čtenosti tisku – Media Projekt, 4. čtvrtletí 2013 a 1. čtvrtletí 2014. *Unie vydavatelů* [online]. Unie vydavatelů ČR. © 2013, 6. 6. 2014 [citováno 16. 6. 2014].

Dostupný z: [http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP\\_4-1-2014-Prezentace\\_v03mh.pdf](http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP_4-1-2014-Prezentace_v03mh.pdf)

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Etický kodex vydavatelství *Economia* schválený 24. 10. 2011, 1-3 s.  
(dokument)**

## Přílohy

### Příloha č. 1: Etický kodex vydavatelství *Economia* schválený 24. 10. 2011, 1-3 s. (dokument)

Společnost **Economia, a.s.**, IČ: 281 91 226, DIČ: CZ281 91 226, se sídlem Praha 7, Dobrovského 25, PSČ 170 55, zapsaná v oddílu B vložce 12746 obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze (dále jen „vydavatelství *Economia*“ nebo „vydavatel“) tímto aktualizuje

#### ETICKÝ KODEX VYDAVATELSTVÍ ECONOMIA

##### PREAMBULE

Základní listina práv a svobod zaručuje právo na informace. Naši odpovědnosti je, že informace, které poskytujeme našim čtenářům, jsou pravdivé, úplné a nezkreslené. Prvotní je pro nás zájem našich čtenářů. Nesloužíme zájmům zdrojů informací, politiků či lobbistů.

Protože se naše tituly věnují politice, ekonomice a byznysu, mají pro své čtenáře nezastupitelný význam. Naše články slouží pro jejich profesionální i osobní rozhodování. Často pro ně mohou být jediným zdrojem. Z toho vyplývá mimořádná zodpovědnost za obsah našich článků.

Jsme si vědomi konfliktu zájmů, který je dán tím, že jsme sami součástí mediálního průmyslu, který je významnou součástí ekonomiky, a také tím, že většinový akcionář vydavatelství *Economia* podniká v dalších odvětvích ekonomiky. Tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, abychom se těmto problematikám vyhýbali, psali o nich z důvodu konfliktu zájmů méně nebo jinak než píšeme o jiných odvětvích. Naši profesionální povinnost je o nich psát ve stejném rozsahu, jako by tento konflikt zájmů neexistoval. Není-li to zcela zřejmé ze samotného článku, vždy na konflikt zájmů explicitně upozorníme.

Vydavatel rozhoduje o základním zaměření titulů a jejich pozici v rámci relevantního trhu. Koncepti titulu předkládá jeho šéfredaktor, v případě odborného tisku publisher B2B. Odsouhlasená koncepce se stává závazným rámcem pro redakční práci. Vydavatel garantuje redaktorům plnou svobodu k novinářské tvůrčí práci v rámci zaměření titulu a schválené koncepce.

Tituly vydavatelství *Economia* podporují principy demokracie a tržní společnosti založené na volné konkurenci subjektů. Neposkytují prostor propagaci extrémních názorů směřujících k diskriminaci a potlačování lidských práv. Při své práci se redaktoři řídí zákony České republiky.

(Poznámka: Jako redaktoři jsou pro účely tohoto kodexu chápáni všichni, kdo se podílejí na zpracování textových i obrazových materiálů tj. autoři, editoři, vedoucí vydání, webeditoři, grafičtí redaktoři ad. bez ohledu na druh právního vztahu k vydavateli.)

##### PRÁCE S INFORMACEMI

- Redaktoři přinášejí čtenáři co nejpřesnější a nejúplnější informace. Dbají na to, aby je nezkreslili ani použitím nevhodného titulku, doprovodnou fotografií a podobně.
- Ve svých materiálech redaktoři rozlišují faktické údaje, osobní názory a spekulace.
- Každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná a mohla by kohokoliv poškodit, musí být neprodleně opravena.
- Redaktoři obecně nepublikují zpravodajské články vycházející pouze z informací jednoho zdroje. Výjimkou jsou agenturní zprávy, články statistického charakteru, zpravodajství o projevech politiků a podobné články.
- Ve výjimečných případech je možné čerpat pouze z informací jednoho zdroje. Publikování takové informace schvaluje šéfredaktor.
- Redaktoři uvádějí zdroje, z nichž čerpali.
- Ti, kterých se týká zveřejňovaná negativní informace, musí vždy dostat možnost vyjádření.
- Osobám, se kterými redaktor mluví a žádá je o informace, se musí představit jako novinář. Výjimky se týkají například testování kvality služeb a citlivé investigativní práce a musí je schválit šéfredaktor.
- Veškeré osobní údaje shromážděné, zpracované a použité pro redakční účely jsou předmětem redakčního tajemství.

- Redaktor je povinen upozornit šéfredaktora na článek, jehož zveřejnění může být spojeno s rizikem žaloby. Pro takový případ je povinen zaarchivovat všechny podklady, z nichž vycházel, zejména nahrávky, fotografie apod.

#### ODDĚLENÍ REDAKČNÍCH A KOMERČNÍCH ZÁMĚRŮ

- Redaktoři se nepodílejí na náboru inzerce. Redaktor nesmí slibovat článek výměnou za inzerci.
- Články napsané redaktory nemohou být využívány v inzertech.
- Inzertní části deníku jsou zřetelně odlišeny od redakčních.
- Sdělení vydavatele jsou jako taková označena.

#### KONFLIKT ZÁJMŮ

- Pokud redaktorovi hrozí při výkonu práce jakýkoliv konflikt zájmů, je povinen to sdělit šéfredaktorovi a takové práci se vyhnout.
- Politická a občanská angažovanost redaktora nesmí být v rozporu s novinářskou nezávislostí a nesmí poškozovat dobré jméno titulu a vydavatele. Redaktoři na ni musí upozornit svého šéfredaktora.
- Členství v orgánech společnosti se redaktorům nedoporučuje.
- Redaktoři se musí vystríhat jakékoli formy manipulace trhu.
- Redaktor nepíše o podniku, na jehož hospodářských výsledcích má zájem on sám nebo osoby jemu blízké. Takový konflikt zájmů sdělí bezodkladně šéfredaktorovi.
- Redaktoři při své práci nepřijímají dary od lidí a firem, o nichž píší. Netýká se to symbolických dáreků či běžného pohoštění. Pokud by odmítnutí hodnotného daru bylo nezdvořilé, redaktor tento dar může přijmout za redakci, která jej pak věnuje charitě. Při přijímání daru to oznámí dárci.

#### INFORMOVÁNÍ O VYDAVATELSKÉM TRHU A O VYDAVATELI

- Redaktoři považují vydavatelský, reklamní a inzertní trh za nedílnou součást tržní ekonomiky a v tomto smyslu mají povinnost o nich kvalitně a profesionálně informovat.
- Redaktoři mají povinnost věnovat se s maximální profesionalitou i tématům, v nichž figuruje vydavatelství Economia nebo jeho jednotlivé součásti. Vyplyvá to z povinnosti dávat čtenářům úplné a nezkrácené informace.
- O vydavatelství Economia nebo o jeho součástech a titulech informují redaktoři v rozsahu a způsobem, jakým by o těchto skutečnostech informovali v případě, kdyby jejich účastníkem nebylo vlastní vydavatelství.
- O aktivitách majoritního akcionáře informují redaktoři bez zábrán a objektivně. Činí tak v rozsahu a způsobem, jakým by o těchto skutečnostech informovali v případě, kdyby jejich účastníkem nebyl majoritní akcionář. Skutečnost, že tomu tak je, uvedou v textu či poznámce.

#### SLUŽEBNÍ CESTY

- Redaktoři mohou v některých případech a po schválení šéfredaktorem cestovat za peníze vlád a neziskových organizací v souvislosti s přípravou příspěvků pro vydavatele.
- Ve výjimečných případech může redaktor cestovat za peníze třetí osoby, pokud má cesta pro titul jednoznačnou zpravodajskou hodnotu a na základě předloženého programu cesty. Takovou cestu musí schválit šéfredaktor a v případě odborného tisku publisher B2B vydavatele.

#### RESPEKTOVÁNÍ SOUKROMÍ A PRÁCE SE ZDROJI

- Redaktoři respektují soukromí osob, o nichž přinášejí informace. Veřejně známí lidé požívají menší ochranu soukromí než ostatní občané. Důvodem je zvýšená odpovědnost veřejně známých lidí za jejich jednání vůči společnosti.



- Vyžaduje-li investigativní práce narušení soukromí, lze to zdůvodnit jen veřejným zájmem informovat. Takový postup musí předem schválit šéfredaktor.
- Redaktoři chrání identitu zdrojů. Šéfredaktor může požádat redaktora o sdělení jména zdroje informace. Redaktor je povinen toto šéfredaktorovi sdělit. Nestane-li se tak, nemůže být článek publikován, protože šéfredaktor za něj nemůže přijmout odpovědnost.
- Citace výroků a informace od občanů, kteří si nepřejí být jmenováni, používá redakce výjimečně.
- Redakce neuznává institut autorizace rozhovoru. Pravidla vedení každého rozhovoru domluví redaktor s interviewovaným předem. Redaktor nedovolí dodatečné zásahy do textu rozhovoru, které mají jiný než zpřesňující charakter. Zhlédnutí textu rozhovoru interviewovaným před publikací je však zdvořilostí.
- Redaktoři dodržují zásadu presumpce nevinny. Jména obviněných a obžalovaných uvádějí pouze v případě, je-li to ve veřejném zájmu. Neidentifikují v článcích příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich výslovného souhlasu.

#### SPOLUPRÁCE S JINÝMI MÉDII

- Redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, nespolupracují s médii, která jsou přímými konkurenty vydavatele.
- Redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, mohou se souhlasem šéfredaktora spolupracovat se všemi tituly vydavatelství Economia.
- S ostatními médii mohou redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, spolupracovat, pokud jsou v nich identifikováni jako redaktoři, autoři, spolupracovníci nebo přispěvatelé příslušného titulu vydavatelství Economia. Spolupráci musí předem povolit šéfredaktor, v případě šéfredaktorů generální ředitel (v případě šéfredaktorů odborného tisku publisher B2B).
- Pro redaktory, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, zároveň platí zákaz výkonu jiné výdělečné činnosti shodné s předmětem činnosti vydavatele bez předchozího písemného souhlasu vydavatele ve smyslu příslušných ustanovení zákoníku práce.
- Redaktoři, kteří nejsou zaměstnanci vydavatele, mohou spolupracovat s ostatními vydavatelstvími (mimo tituly Economia), pokud tím nedojde nebo nemůže dojít k poškození práv a oprávněných zájmů vydavatele.

#### PLATNOST A DODRŽOVÁNÍ KODEXU

Tento kodex platí pro všechny tištěné a elektronické tituly vydavatelství Economia.

Vydavatelství Economia přikládá tomuto kodexu velký význam. Všichni redaktoři titulů vydavatelství Economia jsou povinni ve všech ohledech ustanovení tohoto kodexu dodržovat.

Porušení zásad kodexu může být důvodem pro ukončení spolupráce s redaktorem. Tento etický kodex byl schválen vedením vydavatelství Economia, a. s. dne 24. 10. 2011 a je účinný od 1. 11. 2011.

Ing. Petr Babický v.r.  
Generální ředitel a člen představenstva

Eva Čermáková v.r.  
Ředitelka řízení lidských zdrojů