

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

**FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA VÝTVARNÉ KULTURY**

**ANALÝZA ZOBRAZOVÁNÍ NAHOTY A EROTICKÝCH MOTIVŮ
V HUDEBNÍCH VIDEOKLIPECH
(DIPLOMOVÁ PRÁCE)**

Lucie Skýpalová

Vizuální kultura se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí práce: PhDr. Jan Mašek, Ph. D.

Plzeň 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni

.....

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat především svému vedoucímu PhDr. Janu Maškovi, Ph. D. za vstřícný přístup, odbornou pomoc, cenné rady, podněty a připomínky při vedení mé práce. Dále děkuji svým blízkým za podporu, kterou mi během studia poskytli.

V Plzni

.....

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta pedagogická

Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie SKÝPALOVÁ**
Osobní číslo: **P13N0033P**
Studijní program: **N7503 Učitelství pro základní školy**
Studijní obory: **Učitelství českého jazyka pro základní školy**
Učitelství výtvarné výchovy pro základní školy
Název tématu: **Analýza zobrazování nahoty a erotických motivů v hudebních videoklipech**
Zadávací katedra: **Katedra výtvarné kultury**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Autorka se ve své diplomové práci bude zabývat způsoby zobrazení nahoty a erotických motivů v hudebních videoklipech prezentovaných v českých hudebních televizích. Metodou multimodální sémiotické analýzy a v souvislosti s kinematografickou stránkou audiovizuálního komunikátu zhodnotí vybrané scény a klipy s nahotou a erotickými motivy a odvodí vlastní klasifikaci zobrazované nahoty a erotických motivů v hudebních videoklipech. V mediálně pedagogické části na konkrétních příkladech doporučí učitelské a rodičovské veřejnosti, které typy scén a videoklipů jsou přiměřené či nevhodné z hlediska psychosomatického vývoje dětí a mládeže.

Rozsah grafických prací: **vyplyne ze zprac. BP**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran textu formátu A4**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

GILES, D. Psychologie médií. Praha: Grada, 2012. LEWIS, D. Tajná řeč těla. Praha: Victoria Publ. a East Publ., 1998. NAKONEČNÝ, M. Encyklopedie obecné psychologie. Praha: Academia, 1997. ŘÍČAN, P; PITHARTOVÁ, D. Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií. Praha: Portál, 1995. ŠEĎOVÁ, K. Děti a rodiče před televizí : rodinná socializace dětského televizního diváctví. Brno : Paido, 2007. BLAŽEK, B. Tváří v tvář obrazovce. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995. ŘÍČAN, P; PITHARTOVÁ, D. Krotíme obrazovku : Jak vést děti k rozumnému užívání médií. Praha : Portál, 1995. RUEDE - WISSMANN, W. Satanské metody vyjednávání. Praha: Grada, 2011. VÁGNEROVÁ, M. Vývojová psychologie: dětství a dospívání. Praha: Karolinum, 2012.

Vedoucí diplomové práce: **PhDr. Jan Mašek, Ph.D.**
Katedra výtvarné kultury

Datum zadání diplomové práce: **6. prosince 2013**
Termín odevzdání diplomové práce: **30. června 2015**

J. Coufalová
n.8. Doc. PaedDr. Jana Coufalová, CSc.
děkanka



J. Zikmundová
PhDr. Vladimíra Zikmundová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 7. února 2014

Anotace

Diplomová práce začíná popisem videoklipu jako pojmu, dále jeho historie, a to jak světové, tak i české. Následuje vývoj použití erotických motivů v české kinematografii a videoklipu. Dále jsou vysvětleny základní pojmy, především pro pochopení rozdílu mezi erotikou a pornografií. Část práce je věnována genderovým charakteristikám ve spojení s videoklipem a erotickými motivy. Hlavní část vyplňuje vlastní model kategorizace zobrazované nahoty a erotických motivů v hudebním videoklipu. Pro multimodální sémiotickou analýzu jsou použity vybrané scény videoklipů nynějších populárních světových interpretů. Poslední část obsahuje popis regulace médií v Česku, také vliv nahoty a erotických motivů v audiovizuálních médiích na děti a mládež. Závěr práce poukazuje na výsledky vlastního pozorování těchto motivů a z něho vyvozené úsudky.

Klíčová slova: videoklip, hudební televize, nahota a erotické motivy, regulace televizního vysílání, vliv médií na děti a mládež

Annotation

The master thesis begins with describing the music video as a concept, as well as its global and Czech history. It also deals with the development of using erotic motives in Czech cinematography and in the music video. The part of this thesis explains the basic terms, especially for highlighting the difference between erotica and pornography. A next part of the work is devoted to the gender characteristics in conjunction with a video and erotic themes. The main part contains the model of categorization of displaying nudity and erotic themes in the music videos. For Multimodal semiotic analysis are used selected scenes from video clips of current popular international artists. The last section contains a description of a media regulation in the Czech Republic and description of an impact of nudity and erotic themes in the audiovisual media on children and youth. The conclusion of the thesis points to the results of my own observations of these motives and my drawn judgments.

Keywords: music video, music television, nudity and erotic motifs al themes, regulation of television broadcasting, the impact of media on children and youth

OBSAH

1	ÚVOD	3
2	DEFINICE VIDEOKLIPU	4
3	SÉMOTICKÉ POJETÍ.....	6
3.1	Sémiotika	6
3.2	Sémiotická analýza, multimodální sémiotická analýza	6
3.3	Sémiotika videoklipu	7
4	VIZUÁLNÍ STYLY HUDEBNÍCH VIDEOKLIPŮ	9
5	HISTORIE VIDEOKLIPU	11
5.1	První kořeny.....	11
5.2	První pokusy o synchronizaci obrazové a zvukové složky.....	12
5.3	Éra MTV	15
5.4	Historie videoklipu v Čechách.....	17
5.5	Hudební televize v Česku	20
6	SEXUÁLNÍ ZNAKY VE VIDEOKLIPU	23
6.1	Sexuální znaky v českém filmu, videoklipu	23
6.2	Základní pojmy	25
7	SEXUÁLNÍ MOTIVY VE VIDEOKLIPU Z HLEDISKA POHLAVÍ	28
7.1	Gender a média	28
7.2	Gender a videoklip.....	29
7.3	Žena a muž jako objekt.....	29
8	KLASIFIKACE SEXUÁLNÍCH ZNAKŮ VE VIDEOKLIPU	31
8.1	Typologie osob nesoucích sexuální znaky ve videoklipu.....	31
8.2	Typologie prostředí spojovaných se sexuálním chováním	47
8.3	Úprava zevnějšku zesilující sexuální účín	57
8.4	Chování zesilující sexuální účín	73
8.5	Sexuální referenty	88

8.6	Mluvené slovo.....	98
8.7	Vizuální efekty.....	99
9	REGULACE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČESKU	101
10	VLIV SEXUÁLNÍCH MOTIVŮ V MÉDIÍCH NA DĚTI A MLÁDEŽ	103
11	ANALÝZA VIDEOKLIPŮ TV ÓČKO	105
	11.1 Výsledky pozorování	115
	11.2 Reakce na výsledky pozorování	116
	11.3 Vlastní doporučení	117
12	ZÁVĚR	119
13	RESUMÉ	122
14	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	123

1 ÚVOD

Hudební videoklip je médiem, které má v dnešní uspěchané době velký význam nejen pro jeho tvůrce a zprostředkovatele, ale hlavně diváky. Během velmi krátkého časového úseku dokáže s publikem komunikovat a předat poselství zpěváka individuální formou. Divákův hudební vkus je tedy ovlivnitelný prostřednictvím videa, které jej může na rozdíl od audioložky zaujmout a naopak. Spektrum vnímání je tedy dvojnásobné a tím pádem i pro hudebního umělce efektivnější. Proto je jen v jeho zájmu, aby byl videoklip poutavý, jedinečný a pokud možno současný.

Tyto nároky ovšem nejsou výdobytkem pouze diváka dnešního. Spojení audia a videa v této formě má v naší kultuře své pevné místo již po desetiletí. Odráží nejen informace o písni, ale i o interpretovi a době a životním stylu, v nepolední řadě i o technologii, kterou byl pořízen. Role videoklipu se v závislosti na popularitě a houževnatosti interpretů v průběhu několika dekad proměňovala. Přestal být jakýmsi reklamním a reprezentativním nadstandardem a stal se již běžným komunikačním a propagačním prostředkem hudebního umělce.

Ať už je videoklip sledován záměrně či nezáměrně, v televizi či na internetu, působí na diváka všech generací. Většina hudebních televizí však uzpůsobuje vysílání tak, aby se zaměřila na generaci mladou – prezentuje tedy především videoklipy mládeži oblíbených interpretů. Ti se snaží prodat svou hudbu nejen prostřednictvím svého zpěvu, ale i vizáže a chování, které je považováno za módní, vrstevníky obdivované. Zároveň však umělec musí být tvůrčí a osobitý, aby se neztratil v nepřehledném množství umělců stejně či podobně starých a vystupujících se stejným hudebním žánrem. Jedná se tedy o jakýsi začarovaný kruh, ve kterém divák na videoklip a hudebníka vysílá určité požadavky, které umělec musí splnit a zároveň je předčit svou originalitou. Tímto působením vysílá zpětný vliv na diváka, který jej hodnotí a vlivy si interiorizuje.

V závislosti na zvyšující se požadavek atraktivnosti a kontroverze společně s vysokou mírou benevolence se zvyšuje míra používání vysokého stupně nahoty a erotických motivů v médiích. A videoklip se nevymyká. A právě způsoby zobrazování těchto motivů a jejich vlivy na dnešní mladou generaci se zabývá následující diplomová práce.

2 DEFINICE VIDEOKLIPU

Videoklip, čili hudební klip, můžeme charakterizovat různými definicemi. Podle nejobecnějších měřítek jej můžeme popsat jako vizualizaci hudební skladby, anebo jako krátkometrážní audiovizuální dílo, jehož buďto celou, anebo podstatnou část tvoří záznam hudebního díla (Uhřík, 2012).

Charakteristiku můžeme doplnit Sczepanikovou definicí (Sczepanik in Steinocherová, 2011). Videoklip je podle něj krátkometrážní, zpravidla 3 – 5 minutový audiovizuální žánr, který vzniká za účelem doprovázející vizualizace konkrétní hudební skladby. První vzniká hudební složka, jež následně limituje délku samotného videoklipu. Ta však může být prodloužena např. formou prologu či epilogu, které mohou tvořit dialogy postav, titulky atd. Většina videoklipové produkce však stopáž zachovává.

Pro definici pojmu můžeme použít i popis Ivana Poledňáka. Ten videoklip chápe jako: „Označení pro zvukově obrazový útvar, zpravidla zpracovávající písničku z oblasti pop music nebo rocku. Používá se k tomu různých postupů: jde o záznam živého vystoupení, záznam oživený nějakými technickými efekty, montáž záznamu a různých filmových dotáček, volnou dějově obrazovou fantazii, využití principů animovaného, kresleného, počítačově vytvořeného filmu, filmové grotesky apod. Některé klipy jsou příběhové, některé vystihují sledem obrázků atmosféru písničky. Klipy jsou dnes šířeny především televizí a slouží jako propagace pro hudební nosič se skladbou.“ (Poledňák in Uhřík, 2012, 5).

Carlsson pohlíží na hudební video jako na multidiskurzivní jev mnoha tváří, pro který platí některá obecně uznávaná fakta. Prvním takovým faktem je, že hudební videa komunikují s divákem prostřednictvím televize, obrazovky a reproduktorů. Dalším jevem je, že jsou hudební videa jakousi formou a produktem populární kultury. Jako poslední jev označuje ten, že je recepce hudebního videa závislá na divákovi. Záleží pouze na něm, zda je pro něj ošklivým, krásným, dále třeba uměním anebo odpadem. (Carlsson in Uhřík, 2012).

Michael Shore hudební videoklip vymezuje pouhým tokem myšlenek, které poukazují na nepřeborné množství vlastností tohoto fenoménu. Jsou to tyto myšlenky:

Recyklace stylů, povrch bez obsahu, simulovaný zážitek, informační přetížení, obrazoví a styloví mrchožrouti, ambivalence, dekadence, bezprostřední potěšení, pomíjivost momentu, obrazové útoky, smrt obsahu, anestezie násilí skrze eleganci, pubertální mužské fantazie, rychlost, síla, holky a bohatství, alba nabubřelého života, klasické narativní modely, soft – core pornografie, klišé obrazotvornosti. (Shore in Šašek, 2009).

Videoklipy můžeme rozdělit do dvou základních kategorií. Je to performance video a koncept video. Termín performance video poukazuje na videoklipy, ve kterých interpreti zpívají, anebo předvádějí svou píseň přímo před kamerou. Jedná se tedy o záznam vystoupení interpreta, není ovšem nutné, aby bylo obrazově zachyceno typické koncertní prostředí. Druhá kategorie nazývaná se concept video obsahuje příběh, vizualizaci nálad či jiný druh umělecké stylizace (Austerlitz in Steinocherová, 2011).

3 SÉMIOTICKÉ POJETÍ

3.1 *Sémiotika*

Pojem sémiotika pojmenovává obor, který se zabývá znakem, označováním, znamenáním, a to ve vztazích jak k zastupovaným skutečnostem, tak k vnímání. Jedná se tedy o způsoby porozumění, resp. komunikaci.

Podle Doubravové (2002) se sémiotika věnuje studiu znaků a mechanismům fungování mezi nimi a obvykle je členěna na další tři části. První z nich je sémantika, která se zabývá vztahem mezi označujícím a označovaným, druhou je syntaktika, zabývající se vztahy mezi znaky, a tou poslední je pragmatika, která se věnuje vztahům mezi označením a uživatelem (interpretem) (Doubravová in Skýpalová, 2013).

3.2 *Sémiotická analýza, multimodální sémiotická analýza*

Sémiotická analýza slouží k odkrývání významů mediovaných sdělení, přičemž je jejím opěrným kamenem právě sémiotika. V šedesátých a sedmdesátých letech minulého století patřila k nejrozšířenějším kvalitativním metodám analýzy obsahu a později se ze zkoumání lingvistických sdělení rozvinula i na další znakové systémy. Především na fotografii, film, divadlo a hudbu.

Sémiotická analýza rozebírá prvky obsažené ve sdělení a odpovídá na otázku, jaký význam tyto prvky mají, a to nejen na zjevné úrovni zpracování, tak i skryté rovině symbolické. Sémiotická analýza vychází z předpokladu, že veškerá komunikace, včetně té nabízené médií, je založena na výměně znaků, které se vyskytují v podobě slovní, verbální i vizuální. Neplatí však, že by jeden označující byl vždy spojen jen s jedním označovaným, protože označující může být chápán různě. Tímto způsobem vzniká v mediální komunikaci prostor pro autory médií a příjemce k vytváření významů, přičemž význam nemusí být pro autora a příjemce stejný. Znaky operují na dvou rovinách označování, na denotativní (jednoznačný význam znaku) a konotativní (význam druhotný, asociativní). Proto je aplikace sémiotické analýzy silně ovlivněna specifickými kulturními a společenskými hodnotami a zvyklostmi (Trampota a kol. in Skýpalová, 2013).

Trampota (2010) píše, že k rozvoji sémiotické analýzy významně přispěli švýcarský strukturalista Ferdinand de Saussure a americký filozof Charles S. Peirce. Saussure pojmenoval klíčové koncepty sémiotické analýzy – zejména definici znaku jako neoddělitelné jednoty označujícího a označovaného. Peirce zase definoval tři typy znaků podle vztahu k objektu, který reprezentuje. Podle něj lze znak nazvat ikónem (znak založený na podobnosti), indexem (mezi znakem a objektem je příčinná souvislost) a symbolem (znak je přiřazený) (Trampota a kol. in Skýpalová, 2013).

Trampota také píše, že cílem sémiotické analýzy je vyložit text s ohledem na kulturní, politické, historické či společenské tradice a okolnosti. Také zmiňuje, že zkušenosti a znalosti výzkumníka jsou při užití sémiotické analýzy rozhodující a že výsledek sémiotické analýzy je proto více závislý na přesvědčivosti argumentace a méně na validitě nebo reliabilitě výsledků (Trampota a kol. in Skýpalová, 2013).

K analýze vybraných scén se sexuálním obsahem byl využit multimodální sémiotický přístup, který v rámci kritického diskurzu sloužil k hodnocení jednotlivých módů komunikace obsažených ve zkoumaných videoklipech. Podrobné analýze byly vystaveny jednotlivé skupiny módů, mezi které patřila například řeč těla, komunikace pomocí manuálních dovedností, obrazové a zvukové záznamy apod. „Variabilita působení a analytického členění sémiotických prostředků vyplývá z charakteru mediálního komunikátu a determinuje rozsah analýzy a složitost mediální praxe i edukace.“ (Mašek, Zikmundová in Skýpalová, 2013, 6)

3.3 Sémiotika videoklipu

S využitím termínů Frederica Jamesona lze videoklipy definovat jako schizofrenní řetězec izolovaných, nesouvislých znaků, které se nepropojují do koherentního celku a jsou útvarem beze středu. O videoklipu Andrew Godwin hovoří jako o „sémiotické pornografii“, „elektronické tapetě“ a „neofašistické propagandě“. Toto médium je pak Michaelem Shorem, jak již bylo řečeno, definováno na základě „dekadence“, „povrchu bez podstaty“ a „šablonovitých obrazů“.

Avšak ani odsouzení videoklipu nejen kritiky a jejich výroky o tom, že videoklip je pouze něco mělkého a umělého, zbytečně rychlého, prázdného a lascivního, neumenšily jeho vliv na konstruování kultury mládeže a životní ideologie a snahu o jeho využití jako propagačního nástroje v hudebním průmyslu. Díky kultu kolem

známých režisérů videoklipu (Michel Gondry, Spike Jonze a Chris Cunningham) dokonce toto médium přesáhlo stigma nudné komerce a vstoupilo do oblasti kultury či přímo umění.

„Vezmeme-li v úvahu umělecký, komerční a ideologický potenciál tohoto média, ukáže se jako nezbytné analyzovat jak sémiotiku videoklipu jako textu, tak na hlubší úrovni jeho funkci v rámci společnosti. Pro rozbor předmětu zkoumání s tolika dimenzemi jako má hudební videoklip, za pomoci znaků z různých oblastí smyslových vjemů, mohou poskytnout interpretační nástroje kulturní studia a jejich interdisciplinární přístupy. „ (Maixner, 2011^b).

Podle badatele Petra Szczepanika se na videoklip v první řadě vrhli sémioticky, naratologicky, psychoanalyticky, marxisticky a feministicky orientovaní badatelé, a to proto, aby ověřili své postuláty vytvořené v rámci filmové a televizní teorie. Začaly být psány sémiotické analýzy relací obrazu a zvuku stejně tak jako moralizační statě ohledně erotizace, brutalizace a vypočítavosti reklamní strategie videoklipu.

Co se teoretických kořenů videoklipu týče, badatelé celého světa navazovali na uvažování ve Spojených státech amerických. To je i důvod toho, že americká tradice uvažování nad videoklipem v celosvětovém měřítku převažuje, co se týká i sémiotického přístupu k němu, vytváření sémiotických teorií, konceptů a jejich praktických aplikací. Co se týče hudební sémiologie, setkáváme se s pohledem americké a britské školy, které mají tendenci analyzovat hudební videoklip s důrazem na procesy kódování a dekodování (Maixnerová, 2014).

4 VIZUÁLNÍ STYLY HUDEBNÍCH VIDEOKLIPŮ

Pokud budeme chtít roztřídit videoklip z hlediska jeho stylovosti, můžeme se obrátit na švédského teoretika Svena E. Carlssona a jeho stať *Audiovizuální poezie nebo komerční salát obrazů*. Právě on dělí videoklip následovně (Carlsson in Maixner, 2011^a).

Standardní klip

Tento typ klipu obsahuje tyto vizuální tradice: zpěvák na filmu splývá s vloženými obrazy a provedení videoklipu je ovlivněno tradicí experimentálního filmu. Podle autora má tento typ mnoho obměn a je velmi dynamický. Zpěvák se může videa účastnit či stát mimo něj, může nechat zpívat alter ego, měnit oblečení mezi střihy, poskakovat, létat apod. Jako příklad autor uvádí klipy jako *Bohemian Rhapsody* od Queen, anebo třeba *One and One* Roberta Milese.

Performativní klip

V tomto případě jde o jakési hrané přestavení, ve kterém se zpěvák ocitá buďto v jednom či několika prostředích. Běžnými místy jsou nahrávací studio či zkušební místnost, jako klišé bere autor chůzi ulicí. Přestavení mohou být celkem tři – zpívané vystoupení, taneční vystoupení, instrumentální vystoupení a jejich kombinace. Jako příklad tanečních vystoupení Carlsson uvádí Michaela Jacksona.

Narativní klip

Zde jde, jednoduše řečeno, o vizuální příběh s hudebním doprovodem. V ryze narativním klipu je zpěv synchronizovaný s pohybem rtů. Jako ryze narativní klip autor uvádí Springsteenův *I'm On Fire*.

Umělecký klip

O tento druh klipu se jedná tehdy, jestliže klip neobsahuje patrné vizuální vyprávění a zpěv synchronizovaný s pohybem rtů. Umělecký klip hudebního videa využívá populární hudby, zatímco umělecké video modernější, experimentální hudby.

Žánry

Hudební žánr s žánrem vizuálním úplně nesouvisí. Jen těžko si dokážeme představit, jak bude vypadat obraz klipu námi rozpoznávaného hudebního žánru. Autor nachází však některé následující spojitosti. Například taneční videoklipy bývají klipy uměleckými. Způsob střihu v něžných baladách je většinou míšení atd.

Abstraktní forma

Autor píše, že opakování obrazů v hudebním videu převážně odpovídá hudební formě, přičemž tento formální princip podle něj může být tedy nazván abstraktní formou. Hudební video používá tematicky seskupené obrazové prvky, což jsou malé části, na které je obraz rozložen – rychlý zoom tam a zpět, krátké záběry, barvy, tvary, pohyby, prostředí, oblečení, stopáž atd. Právě abstraktní vlastnosti těchto jednotlivých prvků sestavených do tematických spojení určují podobu výsledného videa.

5 HISTORIE VIDEOKLIPU

5.1 První kořeny

Abychom mohli pochopit povahu filmu a faktory, které na něj působily, měli bychom se zaměřit na popsání jeho vývoje či vývoje jeho důležitých součástí.

Historické kořeny hudebního videa spadají až do kultury starověké Číny. Náznaky o souvislosti barev a zvuků se objevují již v práci řeckého myslitele Aristotela. Tímto tématem se zabývá ve svých spisech *Peri psýché* a *O vnímání a vnímatelném*. (Marušková, 2013)

Když se posuneme dále, můžeme se pozastavit nad zvláštními schopnostmi některých významných skladatelů, kteří prokazovali schopnost synestezie, a tedy jako první dokázali propojit auditivní a vizuální složku.

Pro vysvětlení je synestezie jakýmsi zvláštním druhem vnímání, kdy určitý sensorický vstup (nejčastěji zvukový) vede kvůli nekontrolovatelnému zakoušení jiného sensorického vjemu (nejčastěji vizuálního). Takové propojení může být obousměrné a může propojovat různé smysly. Tací lidé, kteří popisují takovéto prožitky, se nazývají synestetici a projevuje se u nich nepatologická změna ve vnímání, která zřejmě souvisí s bohatším nervovým propojením sensorických motorických center. Některé formy mohou souviset s „viděním barev“ při čtení jak čísel tak slov, jiné mohou souviset s „vůní barev“, ovšem nejčastější formou je spontánní přiřazování barev hudebním tóninám a intervalům (Grafologie a Psychologie, 2010).

Athanasius Kircher roku 1646 ve svém díle *Ars Magna Lucis et umbrae* vytvořil komplexní systém analogií a asociací mezi hudbou, barvami, světelnými odstíny a také stupni jasu. Už zde pravděpodobně můžeme hovořit o jistém druhu synestézie (Marušková, 2013).

V 19. století žil ruský významný skladatel Nikolaj Andrejevič Rimskij – Korsakov, který jako první předložil schopnost synestetického vnímání hudby. (Wikipedie, 2015). V následující tabulce můžeme vidět, jak tento skladatel a pedagog tóny barevně registroval.

NOTA	BARVA
C	bílá
D	žlutá
E	safírová modř
F	zelená
G	zlatá
A	růžová
H	tmavě modrošedá

Tabulka 1 Synestetické vnímání A. R. Korsakova

Další ruský umělec, klavírista a hudební skladatel Alexandr Nikolajevič Skrjabin, který žil téměř souběžně s Korsakovem, se také pokoušel o syntézu hudby a světelných efektů, o přiřazení barvy k tóninám. Ten se ve svém nedokončeném díle *Mystérium* snažil o syntézu všech vjemů, dokonce i vůně. *Mystérium* chtěl realizovat v přírodním amfiteátru v indickém Darjeelingu za účasti mnoha tisíců účinkujících. Skrjabin jej však neuskutečnil a textové torzo později použil až sovětský skladatel Alexandr Němtin (Marušková, 2013).

5.2 První pokusy o synchronizaci obrazové a zvukové složky

Dějiny videoklipu jsou úzce spjaty s dějinami filmu. Je jasná jeho vázanost na kinematografii a pokusech o filmové zdokonalování. Obě média (obrazový záznam – film a zvukový záznam – hudba) existovala vedle sebe zvlášť a po určitou dobu bez sebe dokázala fungovat. Hudební klip však potřeboval okamžik, kdy se obě složky propojí a on se bude moci zrodit.

Thompsonová (2011) píše, že se od samých počátků filmu vynálezci snažili spojit obraz s mechanicky reprodukováným zvukem. Pokusy však nebyly až do poloviny 20. let valně úspěšné.

Většina němých filmů byla doprovázena živou hudbou. Šlo např. o klavírní či varhanní doprovod, ale i třeba velký orchestr (Thompsonová, 2011). Hudební doprovod měl však na začátku především funkci přehlušení projektoru. Zpočátku neměla doprovodná hudba žádný vztah k obrazům. Změna nastala tehdy, kdy se kino změnilo

z plebejského jarmarečního povyražení na měšťanskou zábavu. Kvalita doprovodné hudby zpravidla závisela na repertoáru a improvizacním talentu doprovázejících muzikantů. „Doprovodná hudba nebyla hudebníkům povinně předepisována. Obsluhovali se sami v takzvaných kinotékách – archivech, které s využitím celého repertoáru epochy romantismu nabízely vhodná hudební čísla ke každému typu filmové scény... hektická pro honičky, idylická pro milostné scény, zádumčivá k podmalování ran osudu a dramatická k efektnímu zvěstování hrozícího nebezpečí. Tato čísla byla během promítání jednoduše seřazena za sebe a propojena improvizovanými přechody.“ (Gronemeyer, 2004).

Spojené státy, Německo a Sovětský svaz byly země, které určovaly celosvětový přechod ke zvuku. Americký průmysl měl jako první úspěch v přechodu na výrobu zvukových filmů.

V 10. a 20. letech vyvinula firma Western Electric záznamové systémy, zesilovače a reproduktory. Podporovaní vědci dokázali komponenty propojit tak, že byl záznam na fonografickém nosiči synchronní s obrazem.

Nástup synchronizovaného zvuku se datuje rokem 1927, kdy Warner Bros uvádí premiéru mimořádně úspěšného filmu *Jazzový zpěvák* režiséra Alana Croslanda. Převážná část scén měla pouze hudební doprovod, ve čtyřech scénách dokonce promluvila tehdejší vaudevillová hvězda Al Jonson. Úspěch filmu ukázal, že se zvuk zdá jako více než laciná reprodukce jevištních výstupů.



Obrázek 1 Plakát k filmu "Jazzový zpěvák"¹

¹ Obr. 1: viz <http://themindreels.com/2014/11/09/the-jazz-singer-1927-alan-crosland/>

První stopy po zárodku videoklipu můžeme najít již v prvotních fázích filmové avantgardy. Tehdy umělci měnili profesi z malířské na filmařskou, aby mohli zkoumat pohyb a rytmus, což předtím nemohli. Představitelům německého abstraktního filmu (např. Walter Ruttmann, Viking Eggeling, Oskar Fischinger) nestačil rytmus a pokoušeli se zapojit i hudbu – tedy vytvářeli obrazové vyjádření na předem danou hudbu.

Směr tomu, jak by měly videoklipy vypadat, udávaly i některé filmy muzikálového žánru. Například hudební pasáž z filmu *Lod' komediantů* (1936), která při snímání protagonisty přináší inovační prvky. Kamera kolem něj krouží a akce na scéně ilustruje text písně.

Čtyřicátá léta byla zvláštní tím, že do módy přišel tzv. panoram (hlavně ve Spojených státech). Jednalo se o jakýsi „vizuální jukebox“, do něhož diváci vhodili minci a mohli pozorovat tzv. soundies – klipy tehdejších jazzových hvězd hrajících skladbu na naaranžovaném pódiu. Ve Francii se začal podobný přístroj používat v šedesátých letech. Říkalo se mu Scopitone a jednalo se o spojení klipu s populární hudbou.

Jiný postup užil avantgardista Kenneth Anger ve snímku *Scorpio Rising* (1964). Hudbu užil jako podklad k filmu – texty písní tvoří ironický komentář zobrazovanému. Tento princip taktéž nebyl tvůrci videoklipu přehlédnut.

Dalším důležitým podněcovatelem videoklipu byl tehdejší fenomén Beatles. Režisér Richard Lester r.1964 natočil film *A Hard Day's Night*, jehož hudební scény položily základy videoklipového výraziva a ovlivnily další tvůrce. Naopak dva klipy z roku 1967 natočené Peterem Goldmanem (*Strawberry Fields Forever*, *Penny Lane*) užívají prvky avantgardního filmu – zpětný chod filmového pásu, nezvyklé úhly kamery, rychlý střih. O rok později vyšla animovaná hříčka *Yellow Submarine* (George Dunning).

Poměrně ustálený stereotyp zpívajícího zpěváka ve videoklipu porušil roku 1968 klipem *Subterranean Homesick Blues* Bob Dylan (Donn Alan Pennebaker). Zpěvák pouze stál na ulici a držel cedule s textem písně. Klip tedy dostal nové možnosti a významy, čemuž napomohly i další skupiny – The Doors, Rolling Stones či Pink Floyd.

V sedmdesátých letech urychlil vývoj videoklipu příchod videa, jehož pořizování se stalo levnějším a snazším. Užívaly se svébytné triky (především klíčování) a videoklipy si získaly svébytnou estetiku. Videoklip začal nabírat na výrazové pestrosti jak díky filmařům, tak i hudebníkům, kteří jej začali vnímat jako důležitou součást své tvorby.

Na začátku osmdesátých let se stal videoklip pro hudebníky samozřejmostí. Došlo ke kultivaci videotriků a rozvoji dějové složky klipu. Naopak vycházely i parodie, které měly poukazovat na to, že videoklipový boom vede k degradaci hudby (např. *Nice Video Shame About The Song*). V tomto období se začal objevovat tzv. non-reprezentativní klip – tedy takový, v němž se interpret vůbec neukazuje. Zástupcem takového klipu může být Bruce Springsteen a jeho *Atlantic City* (Neděla, 2007).

5.3 *Éra MTV*

„Dámy a pánové, Rock and Roll,“ tak 1. srpna roku 1981 zahájil moderátor John Lack vysílání dnes již legendární hudební televize *MTV* (Music Television) (Novinky.cz, 2011).

Zakladatelem konceptu *MTV* byl mediální magnát Robert W. Pittman., který při úpadku vinylu a nástupu disko stylu pochopil sílu hudebního videa.

Původním záměrem televize bylo vysílat hudební videoklipy, které uvádějí mladí moderátoři. Ti se nazývali VJ's (video-jockeys) podle obdoby rádiových DJ's a měli být pro diváky protikladem seriózních postarších moderátorů zpravodajství. „Sloganem MTV bylo bavit, měnit, provokovat. A ovlivňovat světovou popkulturu. Nejen tu hudební.“ Původním konceptem televize bylo non-stop vysílání celých sedm dní v týdnu.

Vysílání začalo upravenými záběry slavného přistání Apolla 11 na Měsíci, ovšem s tím rozdílem, že místo americké vlajky zde Armstrong upevnil vlajku s logem *MTV*. Vůbec prvním klipem, který televize vysílala, byl klip od skupiny Buggles - *Video Killed The Radio Star* (Video zabilo rozhlasovou hvězdu). Ten svým názvem naznačil, co mají tvůrci stanice v plánu – tedy založit program na vysílání videoklipů k populárním hitům, které doposud hrály jen z rádií.



Obrázek 2 Scéna z počátku vysílání MTV²

Počátky vysílání vidělo jen několik tisíc diváků, ale díky masivní reklamní kampani a zájmu o popové interprety se počet diváků za rok zvýšil na stonásobek.

MTV se postupně stala pionýrem nového „klipovitého“ životního stylu.

Pro to, aby se zpěvák stal hvězdou, musel být viděn na MTV. Právě takto byli v 80. a 90. letech proslaveni např. Jon Bon Jovi, Eurythmics, Duran Duran či Prince. Nový dech také prostřednictvím vysílání svých klipů nabraly také starší hvězdy, a to např. Phil Collins, Paul Mc Cartney, Rolling Stones, Robert Plant, anebo David Bowie.

Dokonce s *MTV* přišel fenomén černošských popových interpretů, přičemž ti byli v osmdesátých letech zařazováni spíše do hudebních klubů či hudebních stylů ulice. Roku 1983 se již objevovaly zpěvačky jako Tina Turner nebo Donna Summer, ale černošští zpěváci měli stále omezené možnosti. Až do té doby, kdy byl Michael Jackson požádán o natočení klipu k písni *Billie Jean*, která následně získala mnoho ocenění včetně Grammy a Jacksona vystřelila do zájmu fanoušků a kritiky. Jackson později pro *MTV* natáčel i výpravné, mnohaminutové klipy, např. legendární *Thriller*. *MTV* se tedy otevřela černošským interpretům a postupně se začal upřednostňovat namísto rock and rollu pop a jiné černošské styly v čele s RnB, které se ukázaly jako vizuálně mnohem zajímavější.

Podobně jako Jackson ovlivnil *MTV* progresivní růst popularity Madonny a naopak. Když začala stanice roku 1984 udílet vlastní ceny MTV Video Music Awards, jakési popové protiklady prestižnějších Grammy, právě Madonna udala směr ceremoniálů – tedy šokovat, provokovat, lákat.

² Obr. 2: viz <http://www.thecostmag.com/2011/08/01/mtv-turns-30-years-old/>

Rockový žánr zcela vytlačen nebyl, což počátkem devadesátých let dokázal např. Kurt Cobain, Axel Rose, Pearl Jam, anebo ska – rocková Gwen Stefani s jejím No Doubt, či punk – rockoví Offspring.

Počátkem tisíciletí začaly *MTV* ovládat i jiné žánry krom hudby a hitparád, které se orientovaly na zábavu a životní styl. Byly angažovány známé osobnosti, které měly ukazovat svůj skutečný život. Vznikaly tak reality show jako *The Osbournes*, show *Punk'd* Ashtona Kutchera, anebo třeba různé show milionářské dědičky Paris Hilton. „V posledních letech tak celebrity a jejich reality show *MTV* zcela zahltily. A kritici právem tvrdí, že *MTV* čeká její soumrak.“ (Zemanová, 2009).

5.4 Historie videoklipu v Čechách

Po tom, co spatřil světlo světa film *Jazzový zpěvák*, který vyrazil dech divákům tím, že v něm načerno nabarvený Al Johnson nejen promluvil, ale i zazpíval písničku, nastalo období prvního filmového boomu. V této době nechtěla ani naše První republika zůstat pozadu. Filmy začaly zpestřovat různé písně, především zpívané R.A.Dvorským, Karlem Hašlerem, Oldřichem Novým, anebo dvojicí Voskovec Werich. Samostatně fungující píseň ve spojení s videem však přišla až v druhé polovině století – společně s televizí.

U nás začala televize vysílat roku 1953, její technické vybavení však nebylo příliš dostatečné. Vysílání tak zpočátku probíhalo živě (např. přímé přenosy tanečních či dechových orchestrů) a k zpracování písně tak mohlo dojít až později.

Josef Kotek ve svém díle *Dějiny populární písně a zpěvu* (1996) píše: „Posléze televize přistoupila i k výrobě vlastních písničkových klipů. Na nich také sbírala první poznatky o možnosti kombinovat známé populární písně a jejich zpěváky s náznaky vizuálně dějových akcí (např. *Písnička o bytě* z roku 1958, *Včera neděle byla* z roku 1959). Již brzy nato se stalo významným úspěchem zejména ucelené, dějově navazující pásmo písničkových klipů, které pod názvem *Ztracená revue* (1961, režie Zdeněk Podskalský) překvapivě zvítězilo v televizní soutěži ve švýcarském Montreaux... Přitažlivé spojení hudby a zpěvu s obrazovou akcí přitom napomohlo k prosazení moderní populární hudby i na venkově, předtím se zaměřujícím na tradiční hudební žánry.“

Vzhledem k úplným začátkům českého videoklipu je důležité zmínit jedno neopomenutelné jméno – Ladislav Rychman. Jedná se o režiséra, který do povědomí veřejnosti vstoupil nejen jako zakladatel a hlavní tvůrce filmového muzikálu, ale také jako zakladatel českého hudebního klipu. Klip natočil roku 1958 s herci Josefem Bekem a Irenou Kačírkovou k písni *Dáme si do bytu, dáme si vázu*. Šlo sice o celkem skrovné a levné zpracování (jednoduché kulisy), ovšem poprvé bylo prostředí stejně důležité jako interpreti. Později se Rychman podílel na tvorbě písničkového seriálu ČST *Tisíc pohledů za kulisy*. Jednalo se o jakousi revue, která byla sestavena z klipů samotného Rychmana, ale i jiných režisérů (Roháč, Svitáček, Šefranka, Tichý), které tvořily jednu dějovou linii.



Obrázek 3 Scéna z videoklipu *Dáme si do bytu, dáme si vázu*³

V šedesátých letech zažila hudba bouřlivý rozvoj. Hlavní zájem posluchače (diváka) se přesunul z písně na jejího interpreta – pěvecké hvězdy. Jak rozhlas, tak i televize přestaly chápat píseň jako programovou výplň a začaly sestavovat různé písničkové pořady. Tímto krokem obě média napomohla k šíření popularity zpěváků a k rostoucí prodejnosti jejich desek. „Už z tohoto vývoje lze vidět, že pokud bychom poněkud blíže specifikovali definici hudebního klipu a k onomu obecnému „filmové ztvárnění písničky“ doplnili dovětek „za účelem její propagace a prodeje“, zjistili bychom, že se u nás tento prvek tzv. showbyznysu objevil už v 60. letech.“

K rostoucímu zájmu o obrazové ztvárnění písní také přispěla vlna filmových muzikálů, které byly natočeny v polovině 60. let. To byly např. *Starci na chmelu* (1964,

³ Obr. 3: viz <https://www.youtube.com/watch?v=lpmAUVchBeg>

režie Ladislav Rychman), *Kdyby tisíc klarinetů* (1964, režie Ján Roháč, Vladimír Svitáček), anebo *Dáma na kolejích* (1966, režie L. Rychman).

Ján Roháč společně s Vladimírem Svitáčkem také společně natočili několik hudebních videoklipů do televize. Z nich jeden z nejvděčnějších – *Zdvořilý Woody*, pocházející od Suchého a Šlitra, což byli původci toho nejprogresivnějšího, co šlo na televizní obrazovce spatřit.

V těchto letech fungoval klipový pořad jménem *Album Supraphonu* (režie Ivo Paukert), přejmenovaný roku 1967 na *Gramohit*, v němž každoročně tehdy jediná gramofonová firma prezentovala svoji produkci vydaných desek. Klipy byly prosté, kulisy byly jedny z nejjednodušších, které šly ve studiu najít.

V této oblasti je také nutno zmínit jméno Jaromír Vašta. V šedesátých letech natočil několik recitálů popových hvězd, dále vytvořil třicetidílný cyklus *Vysílá studio A*, který se věnoval novinkám z oblasti populární hudby. Nejvíce do klipové tvorby přispěl roku 1967 hudebním TV-seriálem *Píseň pro Rudolfa III.* o kouzelném křesle vedoucího prodejny masa a uzenin, které dokázalo přenášet do různých historických dob. V seriálu se objevily ty největší hvězdy české pop kultury, které excelovaly v kulisách historických reálií. Z tohoto období nesmíme zapomenout na pohádkový muzikál s V. Neckářem a H. Vondráčkovou *Šíleně smutná princezna* (1967, režie Bořivoj Zeman).

60. léta rostla do generační vzpoury, jejíž nejmocnější zbraní byla populární, potažmo rocková hudba. Rockové klipy se do r. 1968 v televizi příliš neobjevovaly. Malým příkladem však může být minidokument Ivana Soeldnera *Horečka* (1964), a také krátký televizní pořad *Big beat ve fraku*. V posledních dvou letech šedesátých let se objevily klipové pořady, ve kterých se objevily české rockové skupiny. Příkladem je *Kdopak by se beatu bál* režiséra Ivana Hrocha.

Nejvýraznějším klipovým dokumentem se stal filmový profil zpěvačky Marty Kubišové (režie Jan Němec). Zajímavě zpracoval klipy skupiny Shut Up režisér Ján Roháč – ve formě pozitivu a negativu.

V 70. letech začalo být poněkud krušno. Rocková skupina byla pro moc ideologickou diverzí. Pokud se rocková píseň někdy objevila v televizi, z plejbeku ji mohl odzpívat pouze fronton skupiny. První polovina 70. let byla na videoklipy skromná. Jejich ztvárnění bylo dokonce stejně jednoduché (obyčejné kulisy) jako na počátku 60. let. Nikdo z interpretů ani nesměl vyčuhovat, protože by zájem o populární

hudbu snižoval zájem o budování socialismu. Ženy vystupovaly v maxi sukních, muži ve společenských oblecích.

Na konci 70. let Karel Šíp a Jaroslav Uhlíř založili hitparádový pořad uváděný vtipnými scénkami zvaný *Hitšaráda*. Šlo o soutěžní pořad s hudebními klipy našich rockových skupin i popových zpěváků. Pořad byl vysílán od roku 1978 do roku 1986 a bylo natočeno celkem sto dílů. Na tento pořad navázal jiný podobný – *Klip-klap*, opět z dílny Šíp – Uhlíř.

V polovině 80. let do filmové tvorby závažně vstupují i nadšenci a amatéři. Např. trojice Lexa Guha, Vladislav Burda a Petr Ryba se v době persekuce novovlnných českých kapel rozhodli natočit koncerty kapel a souborů, protože nebylo jisté, zda si ještě kdy zahrají. Záběry z koncertů doplnili hranými sekvencemi a vznikl dvouhodinový film sestříhaný z klipů a ukázek z koncertů, který se odehrával v imaginárním hudebním domě.

Léta 1988 a 1989 byly shovívavější. Byly sice hlídány některé undergroundové a alternativní proudy (punk), ale bylo znát uvolnění. Určitá liberalita se projevila ve státní televizi pořadem *Klubparáda*, který se stal jakousi náhradou *Hitšarády*.

„Moc zvolna povolovala, až listopadu 1989 povolila úplně a tím byl zároveň také napsán nový scénář pro vývoj českého klipu, který na začátku 90. let začal prožívat největší boom své doposud podivné a zapeklité historie.“ (Ceskatelevize.cz, 2014).

5.5 Hudební televize v Česku

První českou tematickou televizí zaměřenou na hudbu a moderní lifestyle se 27. října roku 2002 stala stanice *Óčko*, zpočátku nazývána *Stanice O*. Roku 2005 stanici zakoupila mediální skupina MAFRA, a. s.. Jedná se o stanici, která je dostupná zdarma na satelitu, prostřednictvím digitálního pozemního vysílání, u kabelových operátorů, a dále také na internetu.

Hlavní cílovou skupinou je především mládež ve věku 12 – 19 let a mladí lidé ve věku do 39 let. Měsíčně sleduje tuto stanici více než 2,2 milionu lidí.

TV Óčko poskytuje hudební nabídku téměř pro každého, dá se říci. „Největší část programu hudební stanice *Óčko* tvoří videoklipy. Přes den k aktuálním domácím i zahraničním hitům, večer oblíbené retro-hity, devadesátky i výběr toho nejlepšího z

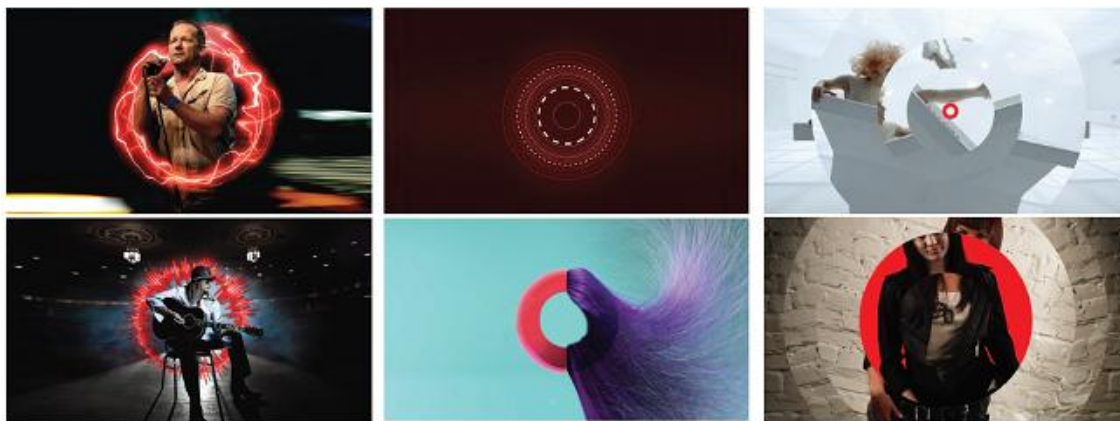
taneční a elektronické hudby. ÓČKO dává ve svém vysílání prostor i menšinovým hudebním žánrům a domácí hudební scéně. Krom videoklipů televize vysílá i přímé přenosy či záznamy koncertů.“

Každoročně také předává své výroční Hudební ceny na akci, která je spojena s megakonzertem těch největších českých a slovenských hvězd. Zvláštností je promotérská agentura Óčko Promotion, která pod značkou Óčka pořádá koncerty, vystoupení a různé komerční akce (Mafra.cz, 2014).

Celý týden je seskládán z různých pořadů tak, aby celé vysílání dávalo smysl. Jsou to různé živé moderované pořady, tematické moderované pořady, hitparády, klipové žánrové speciály, tematické klipové pořady a proudy videoklipů (Wikipedie, 2014).

Charakteristickou je pro *Óčko* originální, moderní a líbivá grafika, která zdůrazňuje zaměření na mladé publikum. Výraznou změnou v grafice prošla stanice koncem roku 2012. Tu navrhli designéři ze studia Frame100R.

„Filozofie nové grafiky vychází ze dvou klíčových premis. První je litera „O“ vyjadřující identitu stanice („Óčko“) a současně představující symbol tradičně spojený se záznamem hudby (ať to byly v minulosti gramofonové desky, magnetofonové kotouče, CD, či nyní ovládací prvky mp3 přehrávačů). Druhou je propojení obrazu a hudby, které je klíčové pro všechny hudební televize. Nová grafika tak bude živě reagovat na konkrétní hudební podkres, tempo a náladu.“ (Font.cz, 2012).



Obrázek 4 Nová grafika TV Óčko⁴

⁴ Obr. 4: viz <http://www.font.cz/logo/redesign-tv-ocko-a-nove-logo-petky.html>

Krom *TV Óčko* jsou v Česku volně a bezplatně dostupné i jiné hudební televizní stanice. Většinou jsou určeny staršímu publiku než *TV Óčko* a nemají tak vysokou sledovanost, avšak i tak si mezi českými diváky a posluchači dokážou najít své fanoušky.

Jedná se např. o odnož již zmiňovaného *Óčka – Óčko Gold*. Tato stanice je zaměřena na české i zahraniční hity od 60. až do 90. let a cílí na muže a ženy starší 35 let (MÉDIÁŘ, 2013). Další sesterskou stanicí je *Óčko Expres*. Ta vysílá moderní metropolitní hudbu. Dále jde o stanici *Pohoda – Relax*. Její program se především skládá z několika lifestylových a hudebních pořadů a hudebních (především rockových) videoklipů. Dále můžeme naladit stanici *Rebel*. Ta obsahuje hudební (především rockové) klipy, zprávy z rocku a motoristický magazín. Další stanicí je *TV Písnička/Country no.1*. V původně country kanálu věnovanému zahraniční i české country hudbě jsou zařazeny písničky pro malé děti. Další stanice – *Retro Music Television*, podobně jako *Óčko Gold*, vysílá klipy z 60. až 90. let 20. století. Poslední stanicí je *TV Šlágr*, jinak řečeno „česká lidová televize“. Tuto stanici si oblíbili především starší lidé v důchodovém věku, jelikož zde mohou vychutnávat dechovku, lidové písně, country apod. (Wikipedie, 2014).

Zmínit můžeme i všechny ostatní hudební televize, které je vůbec možno v České republice naladit, ty, které poskytují různá satelitní a kabelová vysílání. Zkrátka takové stanice, které můžeme sledovat, pokud si připlatíme.

<i>1 Music Channel</i>	<i>Music Choice</i>	<i>MTV Music</i>
<i>360 TuneBox</i>	<i>Muzika CS</i>	<i>MTV NHD</i>
<i>BRAVA HDTV</i>	<i>Mooz Dance</i>	<i>MTV Rocks</i>
<i>C Music</i>	<i>Mooz Dance HD</i>	<i>Óčko Expres HD</i>
<i>FUN 1</i>	<i>Muzsika TV</i>	<i>Unitel Classica</i>
<i>iConcerts</i>	<i>MTV Base</i>	<i>Unitel Classica HD</i>
<i>Mezzo</i>	<i>MTV Dance</i>	<i>VH1</i>
<i>Mezzo Live HD</i>	<i>MTV Europe</i>	<i>VH1 Classic</i>
<i>Musiq 1</i>	<i>MTV Hits (Evropa)</i>	
<i>Music Box</i>	<i>MTV Live HD</i>	

6 SEXUÁLNÍ ZNAKY VE VIDEOKLIPU

Je pochopitelné, že milostné scény, erotika a otázka sexuality nebyly v médiích takovou samozřejmostí jako dnes. V těch současných snímcích se divák naprosto standardně setkává s explicitně vyjádřenou erotikou. Už se nedělí sexuální orientace na protizákonnou a legální a queer motivy již nejsou celkem vůbec pobuřující. Proto jsou v dnešní kultuře vzhledem k sexuálním náznakům dveře otevřené celkem čemukoliv (Lauš, 2013).

Ve všech médiích, včetně videoklipu, tyto motivy můžeme nalézt. Je obecně známo, že tyto motivy, ať jde o jakékoliv, ať explicitní či implicitní, obecně poutají pozornost diváka. Buďto mají za účel jej příjemně naladit, anebo jej pobouřit, což je sice druhá strana, ale stejně tak efektivní.

„Každý ví, že nejrychleji se dají prachy ve filmu, v muzice a v reklamě nadělat využitím sexu. Zjišťuji, že tento prvoplánový přístup je nejběžnější. Když se má prodat deska nebo film, stačí vzít hezkou holku s pěkným poprsím a prdelkou. A je to. Na téhle cestě je takový nával jako na avenu Franklin Delano Roosevelt ve špičce. Mimo hlavní tah hrozí větší riziko. Proč? Protože nás to nutí přemýšlet. Když je to dost silné a provokující, lidi se zastavují a poselství probírají.“ (Toscani, 1996, 40). Právě tato slova ve své knize cituje Oliviero Toscani, fotograf, který nafotil sérii provokativních reklam pro obchodní řetězec jménem Bennetton (Skýpalová, 2013).

6.1 *Sexuální znaky v českém filmu, videoklipu*

Vzhledem k tomu, jak je dnešní společnost mnohem otevřenější, než tomu bylo v počátcích minulého století, traduje se, jak bylo právě toto dřívější období čisté a zdrženlivé. „Snad panuje obecná představa, že ženy nosily pásy cudnosti a muži nepotřebovali uspokojit svou sexuální potřebu (nebo naopak). Ale kdeže!“ (Lauš, 2013).

Jakákoliv sexuální tematika byla tabu. Šlo o jakési „nedotknutelné“ téma. Ovšem když se podíváme do ještě vzdálenější minulosti, uvědomíme si, že lidé měli o erotično zájem již od počátku civilizované společnosti. Sousošími nahých žen či mužů a plátny

s akty umělci ukazovali, že je erotika, nahota a milostný akt součástí života každého člověka.

V patnáctém století se začaly šířit nemravné knihy a v devatenáctém století lechtivé fotografie. Poté přišly dokonce „pohyblivé obrázky“ – tedy krátký film, ve kterém se cudné ženy rozpochybovaly. Samozřejmě, že se v české kinematografii objevilo tabuizování erotiky a sexuálních témat. Přímou zobrazovaná nahota však na plátno být přenesena nemohla kvůli zábránám cenzury. Masová kultura, do níž kinematografie spadala, pokládala znázornění erotiky za mravně závadné. Milostné scény tedy logicky chyběly.

Jak již bylo řečeno, videoklip je úzce spjat s filmem a jeho vývojem. Tato dvě média jsou úzce spjata právě kvůli tomu, že se stal jakýsi „klip“, tedy video podkreslené hudbou, anebo jen scény, ve kterých hraje píseň výraznou roli, součástí filmu či naopak. Tedy rozšíření krátkého hudebního videa na film, který má rozšířenou dějovou linii.

Na sklonku němé éry se stal boříčem cenzurních předpisů a obecných mravních zásad Gustav Machatý s filmem *Erotikon* (1929). Nešlo o zobrazení nahoty, ale zobrazení sexuálního aktu pomocí záběrů na obličej a symbolistických zobrazení. Dalším jeho úspěšným filmem byl *Extase* (1933), v němž je zabrána nahá dívka koupající se v přírodě a následně honící svého koně – opět nahá.



Obrázek 5 Záběr na nahou dívku ve filmu *Erotikon*⁵

Od té doby přestal být československý film tolik puritánský. Nešlo o žádný průlom, ale v dialozích se objevovaly dvojsmysly, byly vyjadřovány milostné touhy a

⁵ Obr. 5: viz http://history.sffs.org/films/film_details.php?id=1488

bylo zachycováno erotické napětí v koketních scénách. Bylo možné vidět např. obnaženou Lídu Baarovou (*Turbína*, 1941), anebo Adinu Mandlovou (*Noční motýl*, 1941).

Po druhé světové válce byla vlivem Edvarda Beneše a jeho dekretu československá kinematografie zestátněna. Později totalitní režim se slovy, že erotika je nastolování západního imperialismu, jakékoliv její projevy razantně zakázala. Tzv. socialistický realismus znemožňoval náznaky lidské vzájemnosti. I tak ji můžeme zaznamenat. Např. dublérka Vlasty Fialové je nahá ve filmu *Divá Bára* (1949). Erotické představy vzbuzoval dále film *Stříbrný vítr* (1954), anebo *Osení* (1960).

V šedesátých letech došlo k částečné liberalizaci filmové tematiky. Scény byly mnohem explicitnější – byla zachycována nahota, sexuální volnost, chtíč, vášně, a dokonce i sexuální deviace.

Následuje množství filmů, které vyvolaly ohlas vzhledem k neobvyklému, byť kraťoučkému erotickému obsahu. Např. *Souhvězdí Panny* (1964) – nahota obou protagonistů, *Alibi ve vodě* (1965) – záběry na fotografické akty, dále film *Romance pro křídlovku a Hoří, má panenko* (1967) – motivy sledování a voyeurismu, *Lásky jedné plavovlásky* (1965) – přirozená nahota, *Markéta Lazarová* (1967) – sexuální deviace. Filmaři nebyli zcela odpoutáni od obecných morálních pravidel, ale měli znatelnější svobodu ve vyjadřování, čehož také notně využili a využívají dodnes (Lauš, 2013).

6.2 Základní pojmy

6.2.1 Sexualita

Tento pojem označuje jeden z nejzákladnějších projevů nejen lidského, ale i zvířecího života, o jakousi přirozenou vlastnost, která má biologický, psychologický i kulturní rozměr.

Lidská sexualita má mnoho podobných znaků se zvířaty, např. hetero- a homosexuální styk, masturbaci, milostné hry i předehry, smyslové podněty. Lidé se od zvířat liší četností sexuálních praktik, vyšší sebekontrolou (schopnost odložit dosažení

slasti), oddělením sexuálního chování od reprodukce a trvalou sexualizací (nemáme období říje) (Jandourek, 2008).

Tento pojem tedy zahrnuje celek zážitků a způsobů chování, které původně vedly k rozmnožování, ale později se historicky a kulturně transformovaly v interakci mezi pohlavími vedoucí k slasti a navazování partnerských vztahů (Nakonečný in Skýpalová, 2013).

6.2.2 *Sex*

Sex je slovem, které patří podle statistik internetových vyhledávačů k nejužívanějším. Míjí se jím projevy lidského chování, které směřují buďto k reprodukci lidského rodu anebo k fyzickému a psychickému uspokojení.

Nakonečný (1997) jej chápe jako souborný název lidského pohlavního života, který má stránku sociálně – psychologickou a kulturní, resp. sociologickou. V užším smyslu sex označuje pohlavní styk, který vrcholí v souloži.

6.2.3 *Erotika*

Podle Nakonečného (1997) se jedná o jakési zduchovnění lidské sexuality a mezilidského vztahu, pojem erotika tedy označuje širší psychický kontext sexuálního života, který obsahuje emoce „erotické lásky“. „Z prehistorické sexualnosti opřené o smyslovost se vyvinula emociogenní erotika transformující původní pudovost v obsahově bohatý a zduchovnělý mezilidský vztah, představující jednu z největších životních hodnot, erotickou lásku.“ (Nakonečný in Skýpalová, 2013, 14).

6.2.4 *Pornografie*

„Pornografie je zobrazením sexuálního chování, za účelem sexuálního vzrušení. Na rozdíl od erotiky nemůže mít estetickou hodnotu, protože neumožňuje estetickou distanci od svého předmětu, kterým je sexualita. Nemůže vyvolat nezaujatou libost, ale vždy vyvolává zájem zaujatý, konkrétně sexuálně. Jejím cílem není estetická

kontemplace, ale sexuální vzrušení. Nefunguje jako umělecké dílo, ale jako náhražka skutečného sexuálního chování – často také ke skutečnému sexuálnímu chování vede“ (Škyřík in Skýpalová, 2013, 14).

Stanovení hranice mezi pornografií a erotikou je někdy obtížné, povětšinou však díky kulturním a morálním zvyklostem od sebe dokážeme tato dvě zobrazení odlišit. Erotika je alespoň částečně působí estetiky, líbivě, zatímco pornografie působí pouze pudově.

7 SEXUÁLNÍ MOTIVY VE VIDEOKLIPU Z HLEDISKA POHLAVÍ

7.1 *Gender a média*

Problematikou genderu se zabývá mnoho vědních disciplín. Právě jednou z nejčastěji řešených otázek je zobrazování ženy, ženského těla a muže či mužského těla v masových médiích. Některé výzkumy v této oblasti například dosvědčují skutečnost, že se stereotypizace ohledně zobrazování žen v průběhu let proměnila jen nepatrně. (Nejezchlebová 2010).

Zajímavý je pohled na hodnocení „normy ideální ženy a ideálního muže“. Pokud budeme hovořit o fyzické kráse, Cviková (2003) uvádí, že jsou v naší společnosti znatelné patriarchální kořeny. Jde tedy o to, že muži jsou „normou“ a hodnota ženy je pak až závislá na pohledu muže, což způsobuje domněnku, že mužské činnosti jsou považovány za vážnější a důležitější než ty ženské. Tím pádem se ženy stávají centrem mužského pohledu, jejich hodnota je ve velké míře posuzována podle jejich atraktivnosti. Kulturní požadavek na přijatelný a žádoucí vzhled ženy je i o mnoho přísnější než u mužů. Přístup k vlastnímu tělu i tělu obecně se pěstuje již od dětství, a to socializací. Média a okolí v tomto případě dítěti předhazují, že chlapečci mají být fyzicky silní a obratní a dívky by měly být co nejpřitažlivější na pohled.

Pro naši dobu je opravdu příznačná zaujatost hubeností a svaly. Obálky časopisů, módní fotografie, plakáty apod. protlačují mezi společnost vzory ženství a krásy a tím pádem i diktují ideální normy vzhledu.

Genderovými stereotypy využívanými v médiích se ve svém díle věnuje Komárková (2006). Ta např. říká, že typicky mužskými vlastnostmi jsou dominance, ambicióznost, soutěživost, logika, nezávislost, odolnost a zručnost. Zatímco tyto mužské vlastnosti působí přitažlivě, stereotypní vlastnosti žen vybraných autorkou příliš přitažlivě nepůsobí – popisuje je jako hysterické, nezávislé a náladové kariéristky, popř. pečlivé, starostlivé, slabé, nesamostatné a potřebné manželky či matky. Jestliže má být žena brána jako sexuální objekt, je u ní požadována atraktivita a luxusní vzhled (Komárková in Zdeňková, 2013).

7.2 Gender a videoklip

Stejně jako ostatní média, i videoklip samozřejmě podléhá kritice. Pokud se bavíme právě o pohledu na erotické momenty videoklipu, dokonce musíme s kritikou počítat. A to nejen kvůli erotice jako takové, ale i způsobu a četnosti zobrazování mužů a žen v něm obecně.

Právě u videoklipu se kritika nejčastěji vztahuje k zpodobňování žen. Renzetti a Curran (2003) píší, že se v klipech na ženy nahlíží jako na sexuální objekty a muži je v klipech často ponižují a zneužívají. Ať už podle autorů ženy zaujímají roli pasivního sexuálního objektu, anebo zobrazují sexuálně dominantní mladé ženy, společným rysem je podhalování ženských postav.

Pokud se budeme zabývat reakcí žen a mužů na videoklip, zjistíme, že na ně pohlaví reagují odlišně. Např. výzkum Lewisové z r. 1990 ukazuje, že kromě mužského diskurzu, který je pozorovatelný ve většině videoklipů, existuje také tzv. ženský styl diskursu. Autorka výzkumu popisuje, že ženy od poloviny osmdesátých let odmítají tradičně zavedené generové stereotypy a snaží se převrátit generové role. Projevuje se to např. tak, že sex je sice stále ústředním tématem mnoha ženských klipů, avšak působí dojmem, že ženy o své sexualitě rozhodují samy a jednají v zájmu svém, ne v zájmu mužů (Renzetti, Curran, 2003).

7.3 Žena a muž jako objekt

Pokud osoby ve videoklipu buďto chtějí působit líbivě, sexy, anebo jde o jejich úkol, měly by splňovat určité „parametry“. Na rozdíl např. od reklamy je však škála těchto parametrů mnohem širší. To především proto, že existuje mnoho hudebních žánrů, jejichž vyznavatelé uznávají různé druhy úpravy zevnějšku. Jde např. o rozdílný styl oblékání, stupeň odhalování, druh účesu a sestřihu, druh make-upu, ale i třeba stupeň gestikulace. I tak existuje určitý „průnik“ mezi pohledy na ženskou a mužskou atraktivitu, co se tělesnosti týče.

Co se vzhledu žen týče, muži preferují objekty s průměrnou hmotností a s typickým ženským poměrem mezi pasem a boky, který zajišťuje optimální fertilitu. Tento faktor je hned druhý nejdůležitější hned po věku a nazývá se WHR (waist-hip

ratio). Obecně platí fakt, že čím je WHR nižší, tím je atraktivita (i plodnost) nižší. Zajímavostí je, že preference mužů pro ženy s nízkým WHR je konstantní. Např. v 19. století k jeho snižování sloužily korzety. Hodnota supermodelek se přibližně pohybuje kolem 0,66 až 0,7. Těchto hodnot se např. dotýkaly i Marilyn Monroe či Twiggy.

Weiss (2009) popisuje, že do jisté míry je ukazatelem ženské atraktivity také velikost ňader a jejich tonus. Většina současných mužů našeho kulturního okruhu podle něj preferuje až nadprůměrné velikosti.

Takový mužský vzhled, který je obecně považován za poutavý, přitažlivý, popisuje ve svém článku *Sexuální atraktivita a její determinanty* Weiss. Podle něj se stávají nejvýznamnějšími ty vzhledové charakteristiky muže, které souvisejí s testosteronovými ukazateli a s ukazateli dobré imunity. „Mezi tyto indikátory patří především tělesná symetrie (která souvisí i s dobrou fertilitou a s nepřítomností genetických anomálií), muskulatura, WHR (waist-hip ratio, tedy poměr pasu a boků) kolem 0,9. Kromě těchto ukazatelů jsou testosteronově závislé i hustší a tmavší vousy, výška postavy, její „trojúhelníkový“ tvar (muži v posilovnách cvičí především horní část těla, zatímco ženy se v posilovnách zbavují nadváhy nebo cvičí dolní polovinu těla).“ (Weiss, 2009).

Ideální muž tedy nemá nadváhu, jeho muskulatura je vypracovaná, má široká ramena, štíhlé nohy, pevný zadek, úzký pas a ploché břicho. Kromě toho ženy na mužích přitahuje charisma a společenské a profesní postavení. Pokud se zaměříme na zpěváky či herce ve videoklipech, sami musíme uznat, že ženu zaujme spíše typ popsaný výše, než nevýrazný, netemperamentní typ.

8 KLASIFIKACE SEXUÁLNÍCH ZNAKŮ VE VIDEOKLIPU

Následující část práce se věnuje vlastní klasifikaci sexuálních znaků typických pro hudební videoklip. Tuto „problematiku“ nezbývá pojmout jinak než od těch neimplicitnějších znaků až po ty naprosto explicitní. Následuje tedy výčet takových znaků, které jakýmkoliv způsobem souvisí se sexuálním působením na diváka. Kategorizace je sestavena v závislosti na pozorování chování jednotlivců působících ve videoklipu a nesoucích určitou roli, dále na interakci mezi dvěma a více osobami, a nakonec na sledování dalších předmětů, míst a ostatních referentů, které vyvolávají sexuální účín.

Klasifikaci jsem vyvodila na základě vlastního pozorování televizních videoklipů, a to převážně na české hudební televizi *Óčko*, popř. na internetovém portálu youtube.com, který sloužil k prohloubení znalostí ohledně populární moderní hudby. Pro ukázkou a pochopení jednotlivých znaků jsem vybrala takové příklady, které jsou z tvůrčího hlediska srozumitelné a které pochází z klipů, které jsou v Česku na neplacených kanálech vysílány a tudíž jsou zpopularizovány mezi mladou generací. Aby byly výsledky pokud možno nejaktuálnější, volila jsem hlavně videoklipy vyprodukované v posledních několika letech (převážně v roce 2015, 2014, popř. v letech dalších).

8.1 Typologie osob nesoucích sexuální znaky ve videoklipu

Pro videoklip je typické, že osoby v něm vystupující hrají určitou roli stejně tak jako ve filmu. Do této role je zasazen buďto zpěvák, členové kapely, anebo jen osoby důležité pro určité vyznění klipu. Tyto role mohou být různé, přičemž jsem vypožadovala takové typy nesoucí některé ze sexuálních znaků, které se opakují .

8.1.1 Osobnost ženy

8.1.1.1 Naivka

Jde o typ ženy, který působí až lacině a hloupě. Chce působit sexy, ale o její signály se nemůže zajímat nikdo seriózní. Jedná se spíše o jakousi „chudinku“, která si neuvědomuje, že si může svým chováním udělat ostudu.

Takovou naivku ve svém klipu hraje Katy Perry. Kamarádka se z ní snaží udělat krasavici, ale oblečení nepůsobí přirozeně ani módně. Stejně tak účes a chůze na podpatcích nejsou příliš přitažlivé, spíše nucené a strojené.



Obrázek 6 Katy Perry – Last Friday Night⁶

8.1.1.2 Romantička

Jde o dívku či ženu, která působí zamilovaně, něžně, sympaticky, spokojeně. Většinou je tento typ spojován s krajkou, ženskými „sladkými barvami“, určitou nevinností, čistotou duše.

Příklad tohoto typu ženy můžeme najít např. ve videoklipu zpěvačky Shakiry. Zpěvačka v něm působí žensky, něžně a sentimentálně.

⁶ Obr. 6: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KlyXNRrsk4A>



Obrázek 7 Shakira - Empire⁷

8.1.1.3 Lolitka

V tomto případě jde o typ přemíru sladké dívky, která si přijde svým vystupováním a zevnějškem roztomilá. Obléká se do růžových a jiných pudrově zbarvených oblečků, především se jedná o různé šatečky a kostýmky připomínající oblečení porcelánové panenky. Stejně tak účes a make-up má působit roztomile, až dětsky.

Jedná se o jeden z nejčastěji se vyskytujících sexuálních typů. Často jej pro své videoklipy využívá právě Katy Perry. Roli lolitek hrají ženy včetně zpěvačky např. ve videoklipu *This Is How We Do*. Objevují se zde pastelové barvy (zde např. typická růžová), krátké sukýnky, šatečky, „holčičkovské“ účesy, výrazné doplňky (zde např. růžová látková gumička), barevné boty na širokém podpatku, ale i symboly srdce, ovoce, dortíků a jiných sladkostí dotvářejících atmosféru přebujelé roztomilosti.



Obrázek 8 Katy Perry - This Is How We Do⁸

⁷ Obr. 7: viz <https://www.youtube.com/watch?v=QapfTGTXbxc>

⁸ Obr. 8: viz <https://www.youtube.com/watch?v=7RMQksXpQSk>

8.1.1.4 *Křehotinka*

Žena označená tímto pojmem je křehká, jemná. U mužů vzbuzuje pud ochrany. Je hubená, subtilní, avšak svým způsobem něžná až roztomilá. Nosí jemné oblečení, působí romanticky.

Nejen v uvedeném videoklipu působí zpěvačka Taylor Swift právě takto. Nejen svou postavou, výrazem a rysy připomíná tento typ. Často se stylizuje do hodné slušné dívky, zde její bílé lehké šaty a bílé květinové doplňky navíc kontrastují s černým oblečením partnera, takže působí ještě nevinněji než samostatně.



Obrázek 9 Taylor Swift - Mine⁹

8.1.1.5 *Domina*

Tato žena působí nadřazeně a sebevědomě. Má vždy navrch a nesnese pocit podřízenosti. Nechává se obskakovat osobami druhého pohlaví, dokonce to v určitých situacích vyžaduje. Může také působit jako kariéristka. Je výrazně nalíčená, nosí módní oblečení, které působí sexy a tím pádem upoutává pozornost. Pro ránu nejde daleko.

Jako příklad slouží Lady Gaga, zde zachycena v dráždivém černém kostýmku a výrazně nalíčená při odmítání jednoho z obsluhujících mužů. Svým zjevem a chováním tato zpěvačka působí dominantně nejen v tomto videoklipu.

⁹ Obr. 9: viz <https://www.youtube.com/watch?v=XPBwXKgDTdE>



Obrázek 10 Lady Gaga - G.U.Y. - An ARTPOP Film¹⁰

8.1.1.6 Rebelka

Jedná se především o typ dívky, která chce vybočit z řady. Nepochází z konvencí, naopak je boží. Strhává na sebe pozornost, pobuřuje společnost svým vzhledem a jednáním. Má problém s řádem a pravidly, popřípadě dokonce se zákonem.

Typickým příkladem je zpěvačka Pink, opět nejen v uvedeném videoklipu. Zde můžeme znaky rebelky přímo vyzorovat – zpěvačka má koženou bundu s vykasánými rukávy, výrazné legíny a bílé boty, které s outfitem kontrastují. Obraz dotváří brýle „pilotky“, klučíčí střih, drzý pohled a vlastnění motorky.



Obrázek 11 Pink - So What¹¹

8.1.1.7 Lovkyně, svůdnice

Tato žena se snaží působit sexy za účelem zlákaní muže. Snaží se, aby byla krásná, aby svým zevnějškem „vábila“ potenciální partnery. Působí záhadně,

¹⁰ Obr. 10: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ohs0a-QnFF4>

¹¹ Obr. 11: viz <https://www.youtube.com/watch?v=FJfFZqTlWrQ>

tajemně, smyslně. Je sebevědomá, ale přitom působí nedostupně. Ví o sobě, že má u mužů šanci. Umí si muže omotat kolem prstu.

S rolí svůdnice pracuje zpěvačka Rihanna často, umí totiž prodat svou ženskost a vytěžit z ní maximum. V uvedeném příkladu se přímo připravuje na „lov“. Obléká si černé svůdné upnuté šaty a je zachycena v okamžiku, kdy si vyhrnuje krajkovou podprsenku z výstřihu tak, aby upozornila na své přednosti.



Obrázek 12 Rihanna - Unfaithful¹²

8.1.1.8 Milovnice luxusu

Jde o zaopatřenou ženu, která působí jako „dáma“. Pečuje o sebe, protože si to může dovolit. Bez drahých doplňků by nedokázala existovat. Působí povrchně a povýšeně. Buďto se jedná o kariéristku, anebo původní „lovkyni“, která se šikovně provdala. Je obletována, věnuje se hlavně sama sobě. Příliš neprojevuje emoce, je přísná a sebevědomá.

Jako příklad jsem zvolila Jennifer Lopez. Ta je ve svých luxusních zlatých šatech zachycena v přepychové místnosti na drahém ornamentálním gauči. Zpěvačka je zabírána samostatně, aby patřičně vynikla ona sama a její hrdost. Zpěvačka navíc drží hůl, kterou může popohánět služebnictvo. Je výrazně nalíčená a její vzhled doplňují výrazné, opět zlaté doplňky.

¹² Obr. 12: viz <https://www.youtube.com/watch?v=rp4UwPZfRis>



Obrázek 13 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull¹³

8.1.1.9 Školačka

Tento typ zastupuje středoškolačka nebo vysokoškolačka, která působí až naivně. Převažuje představa studentky ve výrazných brýlích a sexy uniformě, rozepnuté košili či upnutém svetříku. Je nevázaná, roztomilá.

Sestavu hned několika školaček působících lechtivým dojmem můžeme zachytit na výřezu níže. Dívky společně prochází školní chodbou a svůj zjev přizpůsobují školnímu jednokroji, i když jednotlivě stylizovaného. Bílé krátké tričko či košile, krátká černá sukně, rozpuštěné vlasy působící dívčím dojmem, u některých dokonce podkolenky. To vše dotváří dojem sexy školačky.



Obrázek 14 Charli XCX - Break The Rules¹⁴

¹³ Obr. 13: viz https://www.youtube.com/watch?v=t4H_Zoh7G5A

¹⁴ Obr. 14: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ABhDiXbUaBE>

8.1.1.10 Sportovkyně

Vypracovaná žena, která dbá o svůj zevnějšek. Má pevnou vyrýsovanou postavu, silnou vůli, působí rozhodně, sebevědomě, svěže. Vyzařuje z ní energie. Je komunikativní a podnikavá.

Své tělo předvádí ve všech různých polohách hned skupina žen v sportovní hale ve videoklipu autora Erica Prydze. Ženy jsou oděny do vykrojených sportovních úborů a cvičí tak, aby ze sebe ukázaly co nejvíce.



Obrázek 15 Eric Prydz - Call On Me¹⁵

8.1.1.11 Fanyňka

Tento typ dívky či ženy udělá cokoli pro to, aby si jí její idol všiml. Stylově upravuje svůj zevnějšek, nebojí se ani radikální proměny, aby se idolu zalíbila. Je mu oddaná, podporuje práci svého vyvoleného, popř. jeho tvorbu.

Pro tuto roli volím výřez z videoklipu DJ Guetty. Dívky faní vyvolenému závodníkovi a volí takový zjev, který působí sportovně a přitom velice atraktivně.



Obrázek 16 David Guetta - Dangerous feat Sam Martin¹⁶

¹⁵ Obr. 15: viz <https://www.youtube.com/watch?v=2ItJV68oYCY>

¹⁶ Obr. 16: viz https://www.youtube.com/watch?v=EVr__5Addjw

8.1.2 Osobnost muže

8.1.2.1 Metrosexuál

Tento typ muže je zženštilý, až nadmíru pečuje o svou vizáž. Nejen, že dbá o módní trendy, ale zvýšeně se zajímá o kosmetiku, kterou k úpravě zevnějšku používá. Klasická je pro něj úprava účesu (gel, žehlička na vlasy), ale i třeba obočí a nehtů. Tento typ jaksí ztrácí své „mužství“.

Nejen v tomto videoklipu tak působí Adam Lambert. Na vybraném výřezu jej můžeme vidět rovnou dvakrát. Na obou záběrech má upravený účes, upravené obočí, náušnice v obou uších, jeho obličej působí velice uhlazeně a na prvním je dokonce výrazně nalíčený.



Obrázek 17 Adam Lambert - Better Than I Know Myself¹⁷

8.1.2.2 Spornosexuál

Jedná se o poměrně nový typ muže, který v sobě našel sebezalíbení a od šatů obrátil pozornost k vlastnímu tělu, které buduje a zdobí. Vznik tohoto „sexuála“ šel ruku v ruce s rozvojem sociálních sítí a popularitou selfie. Chlubí se fotkami z posilovny, často bez svršku, který by jen zbytečně zakrýval vypracované svaly a tetování.

Chlapci na ukázce jsou přesným příkladem. Chlubí se svým vzhledem, dokonce na něj lákají dívky. Mají rozepnuté košile, aby byla vidět jejich vysportovaná těla. Snaží se působit sexy nejen svým ošacením, ale i módními doplňky (piercing v uchu, sluneční brýle, kšiltovka).

¹⁷ Obr. 17: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Lg31XQR22zg>



Obrázek 18 Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang¹⁸

8.1.2.3 *Lumbersexuál*

Jde o moderní ideál mužské krásy. Muži vyznávající tento nový trend se stylizují do role dřevorubce či horolezce. Jsou silní, mužní a inspirují se „zálesáckými trendy“. Vyznačují se plnovousem, košilí (převážně flanelovou), těžkými farmářskými botami, popř. dýmkou a tak trochu „old school“ vzhledem.

I když není muž na příkladu oblečen, působí mužným, pro klip typickým, zvířecím dojmem. Je vousatý, svalnatý, potetovaný.



Obrázek 19 Sia - Elastic Heart feat Shia LaBeouf Maddie & Ziegler¹⁹

8.1.2.4 *Romantik*

Takový muž se chová k ženě šarmantně, něžně. Hýčká ji, dělá romantická gesta. Působí uhlazeně a slušně. Chová se jako gentleman. Má výrazný oční kontakt. Zaujme nás na něm úsměv a upravený vzhled.

¹⁸ Obr. 18: viz <https://www.youtube.com/watch?v=0HDdjwpPM3Y>

¹⁹ Obr. 19: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KWZGAExj-es>

Muž ve vybraném videoklipu působí (nejen zde) zamilovaně, spokojeně. Svou dívku obletuje, líbá, věnuje jí zamilované pohledy. Působí slušně a spokojeně a přitom velmi charizmaticky.



Obrázek 20 Katy Perry - Teenage Dream²⁰

8.1.2.5 Vlastník

Jde o dominu v mužském těle. Stejně tak působí nadřazeně, povýšeně, sebevědomě. Vždy má navrch. Většinou jde o muže na vysoké manažerské či ředitelské pozici, která mu sebevědomí ještě zvyšuje. Jeho sebevědomí, samostatnost a schopnost dělat velká rozhodnutí působí sexy. Je bohatý, pěkně oblékaný, působí až dokonalým dojmem.

Tento dojem zanechává ve videoklipu Pitbull. Ve vybraném výřezu působí drsně, bohatě, mocně. Atmosféru umocňuje kontrast jeho černé košile se světlým interiérem luxusního pokoje.



Obrázek 21 Pitbull - Get It Started feat Shakira²¹

²⁰ Obr. 20: viz <https://www.youtube.com/watch?v=98WtmW-lfeE>

²¹ Obr. 21: viz <https://www.youtube.com/watch?v=q5SG7U76tls>

8.1.2.6 *Milovník luxusu*

Stejně tak jako vlastník je bohatý. Zatímco však pro vlastníka je důležité mít vše pod kontrolou, pro milovníka luxusu je důležité, aby bylo vidět, že „na to má“. Ukazuje, co všechno si může dovolit, a to v té nejlepší a nejpůsobivější kvalitě. Stejně tak jako jeho věcné doplňky (auto, hodinky, ...) je jeho doplňkem jeho přítelkyně, která musí splňovat všechny jeho podmínky pro nelacinou krásu. Proto také své ženě dopřává vše, co může. Proto, že miluje luxus, působí sexy nejen svým vzhledem, který si nemůže jen tak někdo dovolit, ale i svým vlastnictvím.

Nejen v tomto videoklipu se snaží tento dojem zanechávat již zmíněný Pitbull. Zde se nachází v přepychovém pokoji ve společenském obleku. Přitom pije koňak. Atmosféru luxusu dotváří zlaté doplňky.



Obrázek 22 Jennifer Lopez - Dance Again feat Pitbull²²

8.1.2.7 *Sportovec*

Typ tohoto muže je sexy svým vypracovaným tělem a přístupem k životu. Je svěží, energický, sympatický a komunikativní. Nebojí se překračovat překážky. Svůj vztek si dokáže vybit sportem, a proto se k lidem, především k ženám, chová mile.

Hned skupina sportovců působí ve videoklipu s Benem Cristovaem. Skupina mladých mužů cvičí na dvorku. Zvedají těžké pneumatiky, cvičí přitahy, kliky apod. Mají vypracovaná těla a působí drsně, mužně.

²² Obr. 22: viz <https://www.youtube.com/watch?v=bjgFH01k0gU>



Obrázek 23 Ben Cristovao & Cavalier – Těžký Váhy²³

8.1.2.8 *Lovec, svůdník*

Mužský typ ženy lovkyně-svůdkyně. I on se snaží působit co možná nejvíce sexy hlavně proto, aby lákal potencionální milenky. Obléká se módně, volí i vhodné doplňky a úpravu zevnějšku. Nechá si záležet na detailech. Svou kořist si dokáže omotat kolem prstu svou schopností komunikovat, svým tajemným dojmem a uměním si ženu hýčkat. Je sebevědomý.

Takto působí muž ve vybraném videoklipu. Z vybrané scény navíc vyplývá, že umí ženy skutečně zaujmout a pobavit, což je součástí jeho role.



Obrázek 24 Jennifer Lopez - Live It Up ft. Pitbull²⁴

²³ Obr. 23: viz <https://www.youtube.com/watch?v=cHUT25erCas>

²⁴ Obr. 24: viz <https://www.youtube.com/watch?v=BofL1AaiTjo>

8.1.2.9 Školní idol

Druh, který je často součástí tanagerského videoklipu. Jedná se o chlapce, který je přirozeně krásný a sympatický. K dívkám se chová mile, dobře se učí, působí slušným dojmem, reprezentuje školu ve sportu. K tomu všemu má atraktivní postavu.

Takového hezkého „slušňáčka“ najdeme ve videoklipu zpěvačky T. Swift. Dokonce si jej zpěvačka představuje v roli prince, což prohlubuje idealizaci chlapce.



Obrázek 25 Taylor Swift - Love Story²⁵

8.1.2.10 Drsník

Jde o kus chlapa, který nemá rád, když si někdo dobírá jeho nebo jeho blízké. Dává najevo svou sílu. Může ovládat některé z bojových umění. Má výrazné rysy, hluboký hlas, výrazná gesta. Váží si svých blízkých a přátel. Působí sexy svých ochranným dojmem, vypracovanou postavou.

Tento typ si zahrál např. zpěvák skupiny Maroon 5. Je potetovaný, vousatý, má stylizačně nevyhraněnou černou kšiltovku, tmavé kalhoty a drsnícké bílé tílko.



Obrázek 26 Maroon Five – Animals²⁶

²⁵ Obr. 25: viz https://www.youtube.com/watch?v=8xg3vE8Ie_E

8.1.2.11 *Gangster*

Typický kriminálník, ovšem s tím rozdílem, že je sexy. Zloděj, chytrý útěkář. Má rád peníze, ženy, nebezpečí. Má vypracovanou postavu a drsný vzhled. Vlastní zbraň, umí chytře oloupit bohaté ve svůj prospěch. Nebojí se zákona.

Jako příklad opět slouží role zpěváka skupiny Maroon 5. Prchá před policisty v ukradeném vozidle a nakonec i po srážce několika vozidel při policejní honičce vyvázne živý a svobodný.



Obrázek 27 Maroon 5 - Payphone²⁷

8.1.2.12 *Rebel*

Rebel podobně jako rebelka vybočuje z řad. Většinou jde o mladíka, který nesouhlasí s tím, co po něm společnost žádá, co je zkrátka konvenční. Vybočuje vzhledem, kterým se snaží svůj nesouhlas projevit.

Tento typ muže najdeme ve videoklipu zpěvačky Taylor Swift. Je mladý, nespoutaný, záletnický, neobvykle oblečený (džínová vesta, klobouk...), tetovaný a chová se nekonvenčně.



Obrázek 28 Taylor Swift - I Knew You Were Trouble²⁸

²⁶ Obr. 26: viz <https://www.youtube.com/watch?v=qpgTC9MDx1o>

²⁷ Obr. 27: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KRaWnd3LJfs>

²⁸ Obr. 28: viz <https://www.youtube.com/watch?v=vNoKguSdy4Y>

8.1.2.13 *Pracant*

Jedná se o typ muže, který často vystupuje v roli automechanika či opraváře, který se právě zvedl od práce, a i když je umazaný a upocený, působí sexy svou mužnou postavou a typem činnosti, kterou vykonává. Typickým je pro tuto roli bílé, jak již bylo zmíněno, umazané tílko a dále monterky, převážně uvázané v pase.

Takový je muž na uvedeném výřezu. Jeho „humpolácké“ a tvrdácké roli přidává na efektivnosti kouření cigarety.



Obrázek 29 Carrie Underwood - Good Girl²⁹

8.1.2.14 *Samolibec*

Takový muž si o sobě myslí, že po něm každá žena musí šilet, ovšem většinou tomu není tak. Je velice sebevědomý, je si jistý svou dokonalou postavou. Zvenčí však působí tak, že si svou postavou kompenzuje jiné nedostatky (inteligence, velikost přirození). Jeho zjev je přehnaný až komický.

Takové typy jsou pro videoklipy typické tehdy, má – li daný videoklip působit explicitně anebo komicky. Hned několik takových marnivců nalzáme v sexisticky nabitým klipu *I'll Be Ready*. Velice komicky zde působí nepřirozeně svalnatá těla a pevné tváře ve spojení s miniaturními plavkami.

²⁹ Obr. 29: viz <https://www.youtube.com/watch?v=7-uothzTaaQ>



Obrázek 30 Sunblock - I ll be ready³⁰

8.2 Typologie prostředí spojovaných se sexuálním chováním

Podobně jako role osob ve videoklipu je pro jeho celkové působení důležité prostředí, ve kterém se děj odehrává. Na základě vlastního pozorování jsem opět vyčlenila taková místa, která předesílají buďto sexuální chování osob v něm se nacházejících, anebo výskyt jiných sexuálních znaků.

8.2.1 Noční velkoměsto

Právě v takovém prostředí můžeme najít především ženy typu lovkyně, dominy, naivky, popř. školačky, v mužské verzi jde hlavně o všechny druhy „sexuálů“, dále potom lovce či dokonce gangstera a vlastníka. Noc vybízí k jednání, které je přes den zakázané a v tuto chvíli není vidět. V kombinaci s možnostmi velkoměsta je normální alkohol, flirtování, drogy, tanec, seznamování se a celkově uvolnění se. V klipech, které zachycují ruch nočního velkoměsta, většinou právě otvírá záběr velkého celku (zde velkoměsta), který se postupně přibližuje až na přesné ulice a postavy, tedy malý celek.

První příklad zobrazuje již zmíněný záběr velkého celku – nastínění místa, kde se bude děj odehrávat. Druhý příklad ukazuje opět život velkoměsta, navíc poukazuje na osoby v něm vystupující – atraktivní dlouhonohé dívky mířící „do šumu“.

³⁰ Obr. 30: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KZqvvy0dfw8>



Obrázek 31 Selena Gomez - Slow Down³¹



Obrázek 32 The Black Eyed Peas - I Gotta Feeling³²

8.2.2 Závodní dráha

Jde o místo, kde se během nezákonné jízdy srocuji drsňáci a rebelové, v té zákonné jsou to sportovci či milovníci luxusu. V obou případech tyto přitažlivě vypadající muže doprovází spoře oděné fanyanky a přítelkyně. Na závodní dráze je nálada plná adrenalinu a většinou jde o velké peníze. Pro toto místo je většinou použit záběr velkého celku z „ptačí perspektivy“, který se přibližuje a postupně nám ukazuje, čemu a komu se videoklip bude věnovat.

Na závodní dráze se převážně odehrává videoklip písně Calvinu Harrise. Klip je zalitý sluncem, je plný krásných žen a rychlosti.

³¹ Obr. 31: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Z8eXaXoUJRQ>

³² Obr. 32: viz <https://www.youtube.com/watch?v=uSD4vsh1zDA>



Obrázek 33 Calvin Harris - Summer³³

8.2.3 *Koncertní sál popové hvězdy*

Pro tento případ můžeme najít jisté typy zpěvaček, pro které je sexuálně nabitá show přímo charakteristická. Publikum je plné očekávání, s čím tentokrát zpěvačka přijde, aby zaujala, v jakých kontroverzních scénách se tentokrát prodá. Pro taková vystoupení zpěvák či zpěvačka často využívá různých tanečníků, kteří tuto atmosféru mají jedinečně podpořit. Videoklip známé zpěvačky či zpěváka musí všem ukázat, jak velké publikum hvězda má a v jak velkých prostorách se proto musí odehrávat její velkolepá show. Proto i koncertní videoklip většinou otvírá velký celek (koncertní sál či koncertu vyhrazené místo) často obsahující pohled z ptačí perspektivy.

Pro příklad využívám videoklip zpěvačky Taylor Swift k písni *Red*, který se celý odehrává v koncertním sálu.



Obrázek 34 Taylor Swift - Red³⁴

³³ Obr. 33: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLfLACGM>

³⁴ Obr. 34: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Zlot0i3Zykw>

8.2.4 *Moře, pláž*

Obecně léto, letní klipy, tedy i moře a pláž mají v lidech vyvolat pozitivní atmosféru, chuť stýkat se s přáteli, družit se během akcí a různých party. Toto teplé období ve spojení s mořem se též spojuje se sporým oblečením, vystavováním opálených těl a popř. sportem a popíjením na pláži či hotelu. V takovém prostředí mají lovkyně a lovci „pré“. Přišel čas spornosexuálů a naivek, kteří si jsou jisti svou dokonalostí. I u tohoto prostředí videoklip často otvírá záběr typu „velký celek“, který nám ukáže, na jak krásném, popř. honosném místě se bude videoklip odehrávat.

Plážová party je i součástí rozverného videoklipu *I Got U*. Mladí lidé se v něm baví, popíjí, tančí. Přitom samozřejmě v plavkách.



Obrázek 35 Duke Dumont - I Got U feat Jax Jones³⁵

8.2.5 *Tělocvična*

Na tomto místě se budují pěkná těla. Proto se jedná o místo, které atraktivností jen bují. Sportovci a sportovkyně zde sympatizují s přáteli, lovci a lovkyně mohou hledat sobě rovné dokonalé protějšky a drsnáci si budují svalovou hmotu, aby působili ještě drsněji. Spornosexuálové se kochají svou vlastní krásou. Jelikož jsou středem videoklipu hlavně pěkní lidé, mají šanci právě zde ukázat svá těla v upnutém oblečení a v seberůznějších cvičících pózách.

Jako příklad opět slouží videoklip *Call On Me*, který je plný krásných těl v různých vzrušujících pozicích.

³⁵ Obr. 35: viz https://www.youtube.com/watch?v=FHCYHldJi_g



Obrázek 36 Eric Prydz - Call On Me³⁶

8.2.6 Bar

Na tomto místě dochází k bližšímu kontaktu, který jen podporuje alkohol tekoucí proudem. Dochází i k fyzickému kontaktu, a to např. při tanci nebo prodírání se mezi postávajícími a popíjejícími lidmi. Dochází zde ke komunikaci a bližšímu seznamování, kterému předchází oboustranné nalezení sympatií.

Ve vybrané ukázce se zpěvák v roli poblouzněného mladíka snaží se svou vyvolenou komunikovat právě na baru během společného popíjení. Dokonce se snaží i o letmé dotyky, ale stud mu to nedovoluje.



Obrázek 37 Maroon 5 – Animals³⁷

8.2.7 Taneční klub

Stejně tak jako na baru i zde dochází k bližšímu kontaktu, a to především během tance či rozhovoru s přáteli. Obě pohlaví se vyrážejí bavit v tom nejlepším, co mají v šatníku a snaží se působit sexy a komunikativně. Během tance předvádí své tělo

³⁶ Obr. 36: viz <https://www.youtube.com/watch?v=2ItJV68oYCY>

³⁷ Obr. 37: viz <https://www.youtube.com/watch?v=qpgTC9MDx1o>

v různých dráždivých pohybech, kterými na sebe poutají pozornost opačného pohlaví. Takové místo je též typické konzumováním alkoholu, který snižuje zábrany a zvyšuje sexuální apetit.

Jako příklad slouží taneční videoklip zpěvačky J. Lopezové. Všichni se v něm baví a tančí „tělo na tělo“.



Obrázek 38 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull³⁸

8.2.8 *Párty*

Především se jedná o venkovní či domácí party, na které se kupí adolescenti a mladí lidé. Zkouší se rodiči zakázané věci (alkohol, drogy) a pod jejich vlivem jsou školáky a ostatními mladistvými (naivky, lovkyně a lovci) prováděny úkony, které nepropadají jejich kontrole. Je nutností na tuto příležitost dostatečně upravit svůj zevnějšek, aby působil co možná nejmoderněji a co možná nejvíce sexy, a tedy „lapavě“.

Dění domácí party je zachyceno např. ve videoklipu k písni *Maps*. Hojně se popijí alkohol, probíhá nespoutaná páteční zábava, je zachyceno i svádění a polibek.



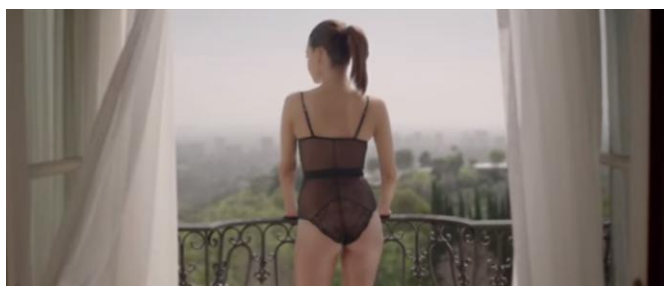
Obrázek 39 Maroon 5 – Maps³⁹

³⁸ Obr. 38: viz https://www.youtube.com/watch?v=t4H_Zoh7G5A

8.2.9 Hotelový pokoj

Toto místo působí reprezentativně, romanticky, a proto své návštěvníky nechává se navzájem hýčkat. Vzhledem ke krátkosti jeho využití vybízí k co největším zážitkům, které si chce mnoho párů z dovolených či cest odvézt. Navíc se jedná o místo, na kterém pár není rušen a nemusí trpět domácími stereotypy, ale právě naopak.

Záběr na takový pokoj otvírá již zmíněný klip *Summer*. Atmosféru dotváří přítomnost mladé atraktivní ženy ve spodním prádle.

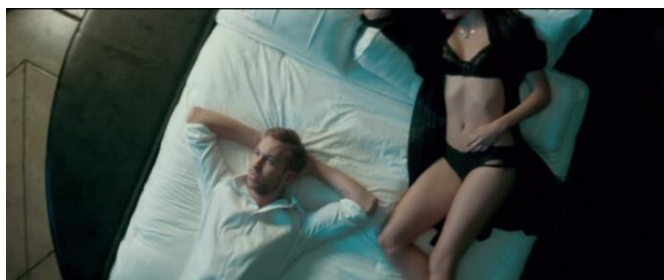


Obrázek 40 Calvin Harris - Summer⁴⁰

8.2.10 Ložnice

Ložnice je nejen typickým místem spánku, ale také sexuálního aktu. Toto místo většinou působí romanticky, svěže. Z žen se zde stávají krásné a svůdné romantičky či dominy a z mužů vlastníci či milovníci luxusního dámského spodního prádla a šperků kontrastujících s holou kůží.

Ložnice je zachycena opět ve videoklipu Calvina Harrise. Dokonce ve spojení mladého páru, přičemž žena odpočívá jen ve spodním prádle a župánku, což poukazuje na možnost sexuálního chování.



Obrázek 41 Calvin Harris - Blame ft. John Newman⁴¹

³⁹ Obr. 39: viz https://www.youtube.com/watch?v=NmugSMBh_iI

⁴⁰ Obr.40: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLfLACGM>

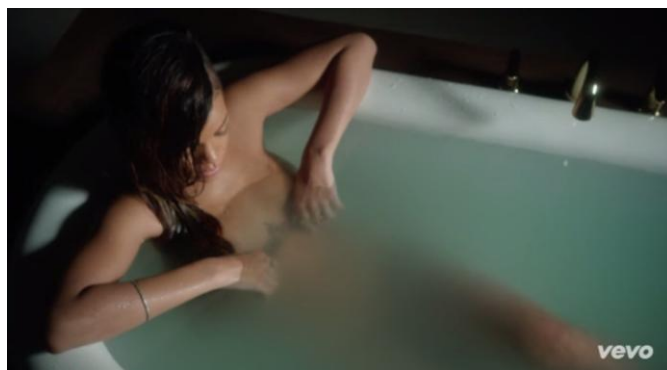
8.2.11 Koupelna

Hlavním esem tohoto místa je nutná nahota. Proto bývá tvůrci videoklipu často vybírána jako místo, pro které je odhalování lidského těla naprosto přirozené. Specifičtější místem je poté vana, jejíž primární funkce může být různými pomůckami ozvláštněna, romantizována. Takovou pomůckou může být např. pěna, která svým způsobem dělá z postavy „oblečenou neoblečenou“, anebo např. svíčky či okvětní lístky.

Zvolila jsem dva příklady z důvodu jejich různosti. První zachycuje pár ve sprše. Místo je tedy spojeno nejen s nahotou, ale i jeho využitím k neobvyklým hrátkám. Druhý příklad poukazuje na spojení ženy s poloprůhlednou vodou ve vaně, což u diváka nutí upustit uzdu fantazii, co se skryté nahoty týče.



Obrázek 42 John Legend - All Of Me⁴²



Obrázek 43 Rihanna - Stay feat Mikky Ekko⁴³

⁴¹ Obr.41: viz https://www.youtube.com/watch?v=6ACl8s_tBzE

⁴² Obr.42: viz <https://www.youtube.com/watch?v=450p7goxZqg> 2

⁴³ Obr.43: viz <https://www.youtube.com/watch?v=JF8BRvqGCNs>

8.2.12 Bazén

Jde o jakési spojení moře, pláže a koupelny. To znamená, že pro toto prostředí platí stejná pravidla jako pro prosluněnou pláž ve spojení s uzavřenými prostory koupelny či vany. Za prosluněného dne může být bazén stejně jako pláž útočištěm bavících se spoře oděných lidí, kteří se touží osvěžit v průzračné vodě, která je nikam neunes, naopak jim dovoluje vypít si svůj drink klidně uvnitř a přitom se nechat hýčkat pohledy ostatních.

Bazénová party je zachycena na výřezu níže. Mladí lidé se baví a užívají si prosluněného dne.



Obrázek 44 Becky G - Shower⁴⁴

8.2.13 Opravna

Garáž nebo dvůr automechanika, který opravuje některý z rychlých amerických „bouráků“. Toto místo je spojením dvou sexuálních znaků – „pracanta“ a „rychlého auta“. Pracanta přitom často doprovází lovkyně až naivka, která spoře již opravený automobil omývá a přitom se „nechtěně“ namočí.

Několik dívek v zanedbatelném oblečení omývá na dvoře vozidlo v zachyceném videoklipu k písni *My Neck, My Back*.

⁴⁴ Obr.44: viz https://www.youtube.com/watch?v=50-_oTkmF5I



Obrázek 45 Khia - My Neck, My Back⁴⁵

8.2.14 Ulice

I když se jedná o naprosto běžné místo, je často využíváno k točení takových hudebních videoklipů, které znázorňují divokost, nevázanost tohoto místa. Pokud mají záběry z tohoto místa působit sexuálně, často se zde srocují různé gangy a pouliční umělci. K tomu všemu patří tanec, rebélie a polonahá děvčata.

Obraz z tohoto místa můžeme vidět níže. Jsou zde zachyceny spoře oblečené tančící dívky a lidé, kteří vpozdvečer celé divadlo sledují a sdílí atmosféru.



Obrázek 46 T.I. - No Mediocore feat Iggy Azalea⁴⁶

⁴⁵ Obr.45: viz <https://www.youtube.com/watch?v=rDJu7r6OUvk>

⁴⁶ Obr.46: viz <https://www.youtube.com/watch?v=qdsTUFdTEhQ>

8.3 Úprava zevnějšku zesilující sexuální účín

8.3.1 Oblečení

Výběr oblečení, které osoby ve videoklipu nosí, umožňuje stupeň odhalení těla osoby, popř. siluetu těla podtrhuje. Některé oblečení je typické pro společnost a některé nikoliv – je intimního rázu. Právě druhem oblečení, popř. stupněm odhalení, tvůrci videoklipu rozehrávají divákovu fantazii a informují jej o situaci, v níž se osoba nachází.

8.3.1.1 Upnuté oblečení

Pokud má žena vystupující ve videoklipu žádoucí postavu, upnuté oblečení pro ni může hrát zaručeně prim. Takové šaty dokážou natolik orýsovat postavu, že jsou divákovi naprosto jasné křivky těla. Je pak jednoduché si takovou postavu následně představit nahou. Nejpůsobivěji působí kožené oblečení (kalhoty), ale i třeba obyčejné jednobarevné tričko či tílko.

Pro příklad uvádím zpěvačky v kombinézách. Ačkoliv ženy nejsou obnaženy, jejich atraktivní postavy podtrhuje materiál, který se tělu dokonale přizpůsobí a perfektně jej orýsuje.



Obrázek 47 Iggy Azalea - Black Widow feat Rita Ora⁴⁷

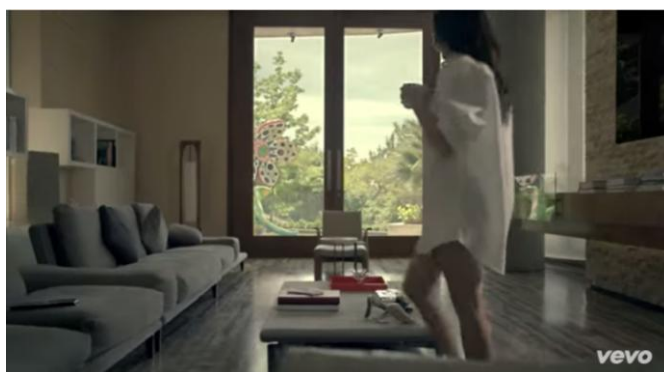
8.3.1.2 Volné, splývavé oblečení

Zatímco v upnutém oblečení nemusíme křivky těla předvídat, u splývavého oblečení je musíme naopak hledat a tím probouzet své libido. Splývavé oblečení často

⁴⁷ Obr.47: viz <https://www.youtube.com/watch?v=u3u22OYqFGo>

používají ženy, které své tělo přímo nevystavují, ale naopak diváka nechávají si s pohledem na tělo „pohrát“. Takové splývavé oblečení často nechá vyniknout výběžky, které naopak zvýrazní (např. poprsí, bradavky), zatímco jiné mohou na tento úkor zaniknout.

Dívka zachycená na obrázku níže má na sobě bílou pánskou košili. Ta je sice volná, ale působí lechtivě proto, že pro ženu není typická a proto, že i přes její velikost dokáže šikovně zachytit ženskou siluetu v pohybu.



Obrázek 48 Lawson - Brokenhearted feat B.o.B⁴⁸

8.3.1.3 Oblečení s výřezy a prostřihy

V tomto případě se může jednat o jakýkoliv druh oblečení, který svým výstřihem či prostřihem v šatech upozorňuje na místa, která působí velice přitažlivě. Takový výstřih či prostřih působí velice odvážně. Převážně se jedná o výstřih v dámském dekoltu, ale i pánském (používaném hlavně spornosexuály), rozparek na šatech, dále o hluboký výstřih na zádech a jiných partiích těla.

Na prvním příkladu můžeme najít netypicky vysoký rozparek u zpěvačky Jessie J, který sahá téměř do výše pasu a podvědomě poukazuje na nepřítomnost dolního spodního prádla. Na druhém příkladu můžeme vidět zpěvačku Kylie Monigue s prostřihy v tričku, které mají za účel rafinovaně zviditelnit kontrastní spodní prádlo.

⁴⁸ Obr.48: viz <https://www.youtube.com/watch?v=jekHmNtLcig>



Obrázek 49 Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang⁴⁹



Obrázek 50 Kylie Minogue - All The Lovers⁵⁰

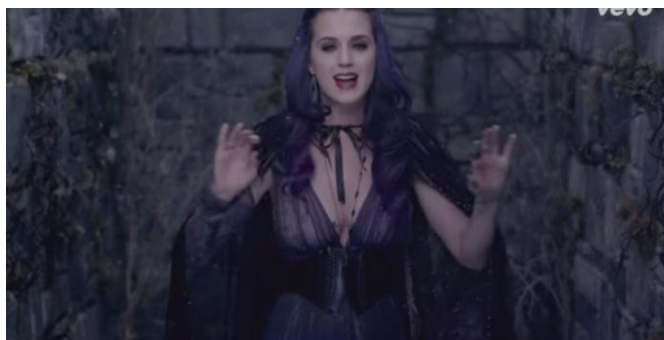
8.3.1.4 Průhledné oblečení

V tomto případě se jedná především o dámskou záležitost. Ženy ve videoklipech využívají takové materiály, které sice intimní partie (především poprsí) zakrývají, ale na druhou stranu ne natolik, aby nebylo něco málo vidět. Tento styl oblékání bychom mohli pojmenovat pohádkovým stylem „oblečená neoblečená“.

Zde zachycená zpěvačka Katy Perry má takové šaty, jejichž horní díl tvoří pouze poloprůhledná látka. Její ňadra jsou tedy, dá se říci, odhalena.

⁴⁹ Obr.49: viz <https://www.youtube.com/watch?v=0HDdjwpPM3Y>

⁵⁰ Obr.50: viz <https://www.youtube.com/watch?v=frv6FOt1BNI>



Obrázek 51 Katy Perry - Wide Awake⁵¹

8.3.1.5 Oblečení – miniatury

Jde o typ oblečení, které je oblékáno se záměrem ukázat co nejvíce, ale moci i tak vyjít na ulici. Je tedy odkrýváno mnoho z partií, které působí sexy a svůdně. Jsou tedy odkryta stehna, popř. část zadečku, ramena, břicho, popř. podbřišek. Jde o typ oblečení jako: kraťasy, minisukně, tílka, body, topy, popř. rozhalené košile.

Hned několik dívek je níže oděno do krátkých kraťásků, které při předklonu nechávají odhalovat část hýždí, nemluvě o zcela odkrytých stehnech.



Obrázek 52 Calvin Harris - Summer⁵²

8.3.1.6 Kostýmy

Samozřejmě, že je ve videoklipu veškeré oblečení dílem kostyméra. Do tohoto „šuplíčku“ však zařazují takové oblečení, které se vymyká již viděnému, charakterově používanému. Jedná se především o dámské kostýmky, které svými barvami a střihem přímo poukazují na ženskost, roztomilost, sladkost.

⁵¹ Obr.51: viz <https://www.youtube.com/watch?v=k0BWlvnBmIE>

⁵² Obr.52: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLfLACGM>

Opět se dostáváme ke Katy Perry a její zálibě v neobvyklých rolích a oblecích. V tomto videoklipu se objevuje hned v několika kostýmcích. Zde zobrazený poukazuje na typ sladké lolitky v krátkých šatečkách .



Obrázek 53 Katy Perry - California Gurls ft. Snoop Dogg⁵³

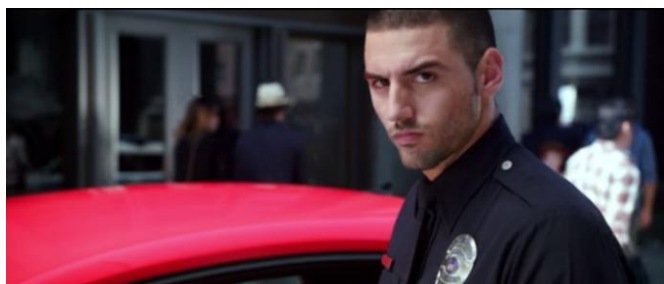
8.3.1.7 Uniforma

Tato složka je blízká oběma pohlavím. Je obecně známo, že ženy přitahují muži v uniformách – tzn. policisté, hasiči, námořníci apod. Opodstatnit se dá tato sexuální přitažlivost nejen často dokonalým, vypasovaným střihem, ale i tím, že se jedná o takový druh muže, který má respekt a uznání ostatních. Dalším důvodem je, že se jedná o jakousi menšinu, která není často k „dostání“. I ženy v uniformách jsou často pro muže středem pozornosti. Kostýmy jsou často taktéž vypasované, součástí je zpravidla sukně, která odkrývá nohy.

Přitažlivosti uniformované osoby ve videoklipu často přidává fakt, že je toto oblečení „nadneseně“ ušité – např. ženská uniforma je příliš krátká, má neobvyklý výstřih apod.

Pro příklad jsem zvolila dva videoklipy, oba od Britney Spears. První ukazuje drsného muže – policistu, druhý nadčasovou letušku.

⁵³ Obr.53: viz <https://www.youtube.com/watch?v=F57P9C4SAW4>



Obrázek 54 Britney Spears - I Wanna Go⁵⁴



Obrázek 55 Britney Spears - Toxic⁵⁵

8.3.1.8 Spodní prádlo

Spodní prádlo je jedním z nejvíce „vybízivých“ prvků. Prádlo (různé podprsenky, kalhotky, boxerky, tanga, korzety, ale i noční košilky) je takovým druhem oblečení, které ve slušné společnosti není vidět – je tedy značně intimní záležitostí. Pokud je ve videoklipu ukazováno, divák vstupuje do velice intimního obrazu, který je vlastní partnerskému vztahu. Kromě stupně odhalení lidského těla je samozřejmě důležitý materiál, z kterého je prádlo zhotoveno. U dam nejpřitažlivěji a „nejženštěji“ působí krajka, která je zároveň průsvitná a ukáže více, než ostatní materiály. Mužům nejvíce sedí boxerky, pěkně upnuté, které zvýrazní jejich křivky a které svým střihem nepřipomínají dámské kalhotky tak jako slipy.

Ženy jsou ve spodním prádle zachyceny ve videoklipu nečekaně často, níže je uveden pro příklad výřez z videoklipu Calvina Harrise. Mladá krásná žena má na sobě pouze černé spodní prádlo a dokonce leží na manželské posteli.

⁵⁴ Obr.54: viz <https://www.youtube.com/watch?v=T-sxSd1uwoU>

⁵⁵ Obr.55: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LOZuxwVv7TU>



Obrázek 56 Calvin Harris - Summer⁵⁶

8.3.1.9 Plavky

Plavky jsou sice množstvím látky srovnatelné se spodním prádlem, ovšem neplatí za tak intimní záležitost jako spodní prádlo. Je tomu tak proto, že je ukazujeme společnosti bez dalších svršků a ona je na to tradičně zvyklá. Na druhou stranu mají podobný účel jako spodní prádlo – zakrytí intimních partií, popř. pozvednutí poprsí, poukázání na vlastní styl. Opět i u plavek hraje roli stupeň odhalení těla a rafinovanosti.

Plavky jsou součástí každého plážového videoklipu. Níže je zachycena sestava žen kyprých tvarů během tance na pláži v plavkách. Plavky jsou sice jednoduché, ale mají hluboký výstřih a vysoké výkroje na bocích.



Obrázek 57 Sunblock - I'll Be Ready⁵⁷

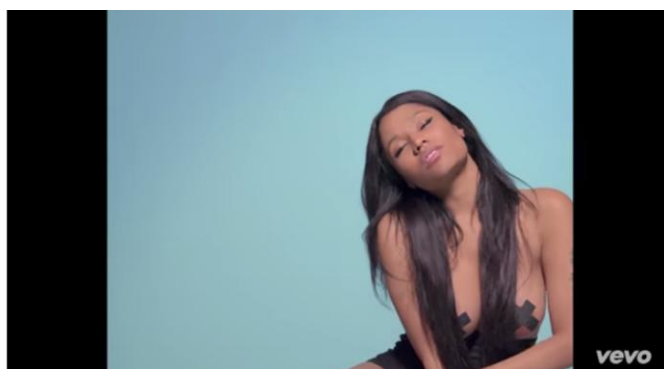
⁵⁶ Obr.56: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLfLACGM>

⁵⁷ Obr.57: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KZqvvy0dfw8>

8.3.1.10 Jiné krycí prostředky

Takové prostředky nejsou přímo oblečením, ale i tak mají zakrývací funkci. Ve videoklipech jsou užívány nejen kvůli cenzuře, ale i kvůli znápadnění, poukázání na neobvyklost, upozornění na detaily.

Na obrázku níže můžeme vidět zpěvačku Nicki Minaj, která je známá svou kontroverzností a sexistickým vystupováním. Můžeme si všimnout, že jsou její bradavky zakryty, ale i tak jsou vidět téměř celá ňadra.



Obrázek 58 Nicki Minaj - Pills N Potions⁵⁸

8.3.1.11 Doplnky

Doplňky jsou především ženskou záležitostí. Je jich velice široká škála a všechny jsou užívány z důvodu doladění outfitu, po česku k „vystajlování“. Užívání doplňků je závislé na roli, kterou daná osoba zastupuje. Jiné doplňky bude nosit romantička, jiné zas rebelka atd. Doplnky mohou být různě výrazné, mohou na sebe tedy poutat různý stupeň pozornosti v závislosti na jejich barevnosti, velikosti, materiálové rozrůzněnosti. Jedná se např. o: boty (nejpřitažlivěji u žen působí ty s podpatkem), náramky, náhrdelníky, náušnice, prsteny, šátky, šály, pásky, silonky, spony, čelenky atd. Nejvíce sexy dojmem působí ty doplňky, které zdůrazňují ženskost či mužnost, popř. ty, které účelně zakrývají určité partie, anebo na krásu určitých partií upozorňují.

Vzhledem k různorodosti těchto předmětů jsem vybrala několik příkladů. Na prvním ze zpěvačka ponořena do perel a navíc jejímu dekoltu dominuje náhrdelník, opět perlový. Na druhém můžeme vidět záběr na ženské nohy ve střevíčkách, velice

⁵⁸ Obr.8: viz <https://www.youtube.com/watch?v=f71d-3nZUxA>

výrazných, na vysokém podpatku. Na posledním příkladu najdeme Beyoncé, zpěvačku, která si na svou vizáž ve videoklipu obzvlášť potrpí. Její ženskost podtrhuje výrazný zlatý pásek kolem pasu, dále potom stejně výrazný náhrdelník a nakonec zlatý pruh mezi ňadry, který oba pásy spojuje. Navíc má přes ramena kožešinový šál, který během tance zdůrazňuje zpěvaččiny pohyby.



Obrázek 59 Kate Perry - This Is How We Do⁵⁹



Obrázek 60 Beyoncé - Pretty Hurts⁶⁰



Obrázek 61 Beyoncé - Run The World⁶¹

⁵⁹ Obr.59: viz <https://www.youtube.com/watch?v=7RMQksXpQSk>

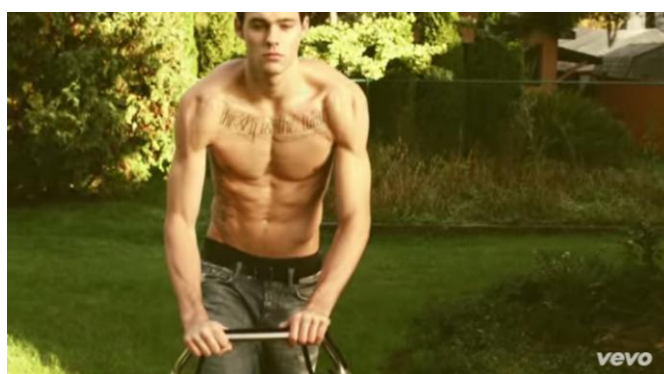
⁶⁰ Obr.60: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LXXQLa-5n5w>

⁶¹ Obr.61: viz https://www.youtube.com/watch?v=VBmMU_iwe6U

8.3.1.12 Odhalená hrud'

Tuto kategorii jsem vytvořila specificky pro mužské pohlaví. Videoklip totiž často využívá takového zobrazení muže, který má spodní díl (kalhoty, kraťasy, tepláky atd.), ale horní díl mu chybí buďto z důvodu horka, anebo vystavování své postavy. Nejedná se sice o odkrývání intimních partií, ale o způsob oděni, které je ve společnosti nepřipustné a kterým muž upozorňuje na svou postavu.

Takové zobrazení můžeme vidět na následujícím obrázku. Chlapec je totiž zachycen přitom, když se svléká a následně seká trávník od pule pasu nahý. Má vypracované svaly, je potetovaný. Toto vyobrazení přidává na jeho atraktivnosti.



Obrázek 62 Carly Rae Jepsen - Call Me Maybe⁶²

8.3.1.13 Rafinované obnažení

Jedná se o nahé tělo, jehož intimní partie protagonisty zakrývá buďto nějakými předměty, jinými částmi těla, anebo způsobem postoje (např. zády k divákovi). Vidíme tedy obnažené tělo, ovšem nemůžeme být pobouřeni pohledem na poprsí, ženské bradavky či genitálie.

Typický se mi zdá videoklip odvážné Miley Cyrus, která se nahá, pouze v botách, houpe na demoliční kouli. I když je nahá, ve videoklipu až na část ňader není vidět žádná intimní část. Rafinovaně je skrývá pažemi a nastavením těla směrem ke kameře.

⁶² Obr.62: viz <https://www.youtube.com/watch?v=fWNaR-rxAic>



Obrázek 63 Miley Cyrus - Wrecking Ball⁶³

8.3.1.14 Úplná nahota

Taková nahota ve videoklipu není příliš častá, jelikož vede k cenzuře videoklipu a jeho posunutí do nočních televizních hodin, což způsobuje snížení počtu diváků. I tak je možno úplnou nahotu, anebo zkrátka nahotu, která ukazuje alespoň některou z intimních partií, nalézt. Většinou se jedná o velice krátké, téměř nepostřehnutelné záběry, které ani nevedou k cenzuře videoklipu.

Ve videoklipu Katy Perry je na zanedbatelný moment zachycena na pláži běžící dívka, která má obnaženou horní polovinu těla. Ňadra si ihned zakrývá, ale i tak je možné je zaznamenat.



Obrázek 64 Katy Perry - Teenage Dream⁶⁴

⁶³ Obr.63: viz <https://www.youtube.com/watch?v=My2FRPA3Gf8>

⁶⁴ Obr.64: viz <https://www.youtube.com/watch?v=98WtmW-lfeE>

8.3.2 Úprava tělesných partií

Pro zvýšení atraktivity je důležitá péče o různé tělesné partie. Je několik hlavních, které jsou ve videoklipech zachycovány a které musí být co nejkrásnější, aby vynikly. Jejich úprava se liší u mužů a žen a je závislá na typu role, kterou osoby ve videoklipu zastávají.

8.3.2.1 Kůže

Kůže pokrývá celé tělo, a proto je pro zanechání dokonalého dojmu z postavy velice důležité, jak vypadá. Pokud má působit přitažlivě a sexy, je u žen hebká, bez ochlupení a napnutá, bez známek strií, celulitidy. Mužská kůže by měla být téže pevná. Na ochlupení u mužů se názory liší. „Výzkum ukázal, že 68 procent žen vítá, když si muž pravidelně holí (depiluje) podpaží a zastříhuje ochlupení v oblasti genitálií. Méně jich vyžaduje vyholování hrudi a pouhá dvě procenta by ráda partnera s oholenýma nohama, o rukách ani nemluví.“ (Šmerglová, 2012). Co se barvy kůže týče, je ze sexuálního hlediska preferováno opálené tělo. Třeba proto, že tmavší pleť působí opticky štíhleji, ale i snáze zakrývá nedokonalosti.

Kůže navíc může ukazovat takové stylizační prvky, jako je např. tetování. Ta mohou působit sexy nejen svým vizuálním zpracováním, ale především místem pro něj zvoleným. Drsník s mužně potetovanou paží či hrudí bude budit rozhodně více vzrušení, než kdyby měl např. delfínka na lýtku. Pokud má tetování u žen působit sexy, často jsou pro ně volena taková místa, aby obrázky zasahovaly tam, kde není vidět a divák si musí domýšlet, kam až zasahují a jak vypadají.

Dalším hojně využívaným prvkem spojeným s kůží je piercing. Ten, pokud je zvolen dobře, může zaujmout pozornost a přivést pozornost k žádoucímu místu (např. ženský pupík). Na druhou stranu může samozřejmě neuváženě vpíchnutá náušnice pohled samozřejmě odpudit.

Na obrázku vystřiženém z videoklipu *Animals* máme možnost vidět nejen nahotu, ale také dvě pevné postavy, navíc obě zkrášlené tetováním. Zpěvák má viditelně potetovanou paži, rameno a hrud'. Žena má laškovně tetování na boku.



Obrázek 65 Maroon 5 - Animals⁶⁵

8.3.2.2 *Nehty*

Úprava nehtů je především ženskou záležitostí, ovšem jak už bylo řečeno, nevyhýbá se ani mužům, především tzv. metrosexuálům. Nehty jsou dominantou lidských rukou a i když by se mohlo zdát, že nestojí při pohledu na člověka v klipu za povšimnutí, opak je pravdou. Nejen zpěváci, ale i ostatní vystupující v klipech většinou široce gestikulují, anebo jsou zachyceni během nějaké činnosti, v níž ruce hrají důležitou roli. Ruce, prsty a nehty jsou často vidět, dokonce i přibližně u hudebníků zachycených při hraní na hudební nástroje.

U žen jsou nehty poměrně výrazným stylizačním prvkem. Např. rebelka zvolí černé nehty, oproti ní školačka bude chtít zaujmout růžovými dlouhými nehty, lovkyně bude chtít svádět rudými nehty.

Nejen v uvedeném videoklipu můžeme zachytit účelně upravené nehty. V tomto příkladu má zpěvačka nehty výrazné – nejen dlouhé, ale i rudě nalakované. Celkově ruce zvýrazňují široké zlaté prsteny.



Obrázek 66 Jessie J - Masterpiece⁶⁶

⁶⁵ Obr.65: viz <https://www.youtube.com/watch?v=qqgTC9MDx1o>

⁶⁶ Obr.66: viz <https://www.youtube.com/watch?v=PTOFegJ9zzi>

8.3.2.3 Vlasy

Vlasy jsou velmi výraznou složkou v hodnocení přitažlivosti. Dnešní moderní doba dopřává nepřeborné množství možností nejen vzhledem k střihům, ale i barvám, a to jak u žen, tak u mužů. Opět se jedná o velmi výrazný stylizační prvek, u zpěváků a zpěvaček především.

Zajímavé jsou v tomto směru výsledky studie magazínu Garnier. Podle té již neplatí pověra, že mužům se více líbí blondýnky. Tento typ žen muži upřednostňují spíše z hlediska krátkodobého sexuálního vztahu. Takže mužům se blondýnky líbí jako krátkodobé sexuální objekty, čehož zpěvačky využívají (Madonna, Pink, Lady Gaga, Pink, Ellie Gouling...), ale sympatie hledají spíše u brunetek (Majerová, 2010). Server Elle.cz oproti těmto názorům uvádí, že sexuálně nejpřitažlivější jsou pro muže zrzky. Vědci pro tento přístup uvádí různé důvody. Např. ten, že je zrzek málo, a proto jdou více „na dračku“. Navíc nešediví, a proto jsou vnímány jako mladé a stále plodné. Psychologové na zrzky nazírají z pohledu barvy – červená barva je totiž symbolem provokace (Doma.cz, 2011). Co se u dam délky vlasů týče, psycholožka Anjula Mutanda uvádí, že již od jeskynního života máme zafixováno, že čím delší vlasy žena má, tím je plodnější a žádanější. Podle výzkumů Sam Spurrové, specialistky na vztahy, krátké vlasy vypovídají o dominanci ženy a maskulinní roli, která je pro většinu mužů méně přitažlivá. (Novinky.cz, 2008) „Když magazín msn oslovil sto mužů, ukázalo se, že pětadesát procent preferuje vlasy středně dlouhé. Střih těsně pod ramena získal mnohem víc bodů než superdlouhé vlasy po pás.“ (Majerová, 2010).

Podle dalšího výzkumu, tentokrát britského Telegraphu, shledává dvaasedmdesát procent mužů přitažlivější lesklé nežli matné vlasy, což je kupodivu v rozporu s faktem, že muži preferují přirozený vzhled vlasů.

Překvapující je výsledek ankety „o nejvíce sexy účes“. Třiaosmdesát procent mužů na první místo umístilo cop. Na druhém místě se umístily asymetrické střihy (nositelkou je např. z hudebního průmyslu Rihanna).

„Co ovšem ve spojení s vlasy na muže působí nejvíce sexy, je „hraní si s vlasy“. Třiačtyřicet procent mužů miluje, když může pozorovat ženu, jak si upravuje vlasy. Dvacet procent z nich to dokonce považuje za nejvíce vzrušující činnost, při které lze ženu pozorovat.“ (Majerová, 2010).

Vybrala jsem záběr na zpěvačku Arianu Grande, v němž jsou její delší vlasy rozprostřeny tak, aby byly působivé a zdůraznily zpěvaččinu jemnost a ženskost.



Obrázek 67 Ariana Grande, The Weeknd - Love Me Harder⁶⁷

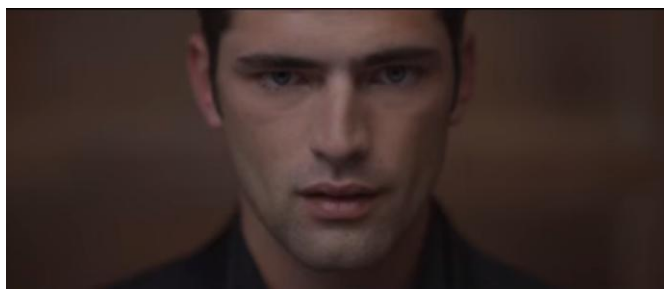
8.3.2.4 *Obličej*

Hodnocení lidské atraktivity silně ovlivňuje vzhled obličeje. Pro hezkou tvář se dokáže zapomenout na leckteré nedokonalosti těla. Jestliže má člověk ukázkové proporce, ale jeho obličej není atraktivní, celkové hodnocení osoby nemůže být pozitivní. Lidský obličej tedy při hodnocení celkové atraktivity hraje velmi výraznou roli. Je to právě ta část těla, která se nám vybavuje při pomyšlení na daného člověka.

Pro různé kultury existují různá měřítka pro posuzování atraktivity lidského obličeje. Existují však empiricky ověřené znaky, které jsou obecně považovány za atraktivní. Pro ženy jsou obličejovými atraktivními rysy: sytější barva kůže, užší obličejový profil, menší množství tuku, plnější rty, nepatrně větší vzdálenost očí, tmavší a tenčí obočí, delší, hustší a tmavší řasy, výše postavené lícní kosti, užší nos, žádné kruhy pod očima, tenčí víčka. U mužů jsou to tyto rysy: sytější barva kůže, užší obličejový profil, menší množství tuku, plnější a symetričtější rty, tmavší obočí, hustší a tmavší řasy, horní polovina obličeje širší oproti dolní polovině, výše postavené lícní kosti, vystupující spodní čelist, neustupující čelo, tenčí víčka, žádné vrásky mezi nosem a ústními koutky (Veselý in Skýpalová, 2013).

Zde zmíněnému popisu podle mě odpovídá obličej muže hrajícího partnera zpěvačky Taylor Swift ve videoklipu *Blank Space*.

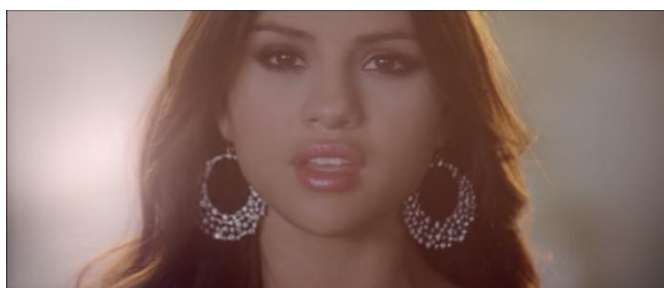
⁶⁷ Obr.67: viz <https://www.youtube.com/watch?v=g5qU7p7yOY8>



Obrázek 68 Taylor Swift - Blank Space⁶⁸

Nejatraktivnější ženský obličej na základě výsledků svých výzkumů popsali Johnston s Franklinem. Podle nich je ideálem obličej typický pro jedenáctiletou dívku. Ten má vyšší čelo, menší bradu a plné rty. K podobným výsledkům došel i výzkum Quinseyho. Ten zkoumal pohled vysokoškoláků na atraktivitu žen a mužů různého věku. Zatímco studenti považovali pubescentní dívky za stejně atraktivní jako vrstevnice, studentky pubescentní chlapeč nepřitahovali vůbec (Weiss, 2009).

Pro ženský vzor atraktivního obličej jsem zvolila obličej populární mladičké zpěvačky Seleny Gomez, a to specificky zbraného ve videoklipu *Who Says*.



Obrázek 69 Selena Gomez & The Scene - Who Says⁶⁹

Atraktivita lidského obličej je dokonce měřena počítačovými programy. Ty vyvinuli vědci různých zemí (Tel Avivu, Sydney) pomocí fotografií více než dvou set modelek, hereček a jiných žen. (Technet.cz, 2008)

Samozřejmostí jsou také zdravé rovné bílé zuby. Dalším důležitým bodem je symetrický úsměv. Muži mají rádi ženy, které o sebe pečují. Proto atraktivitě dodává i make-up, který dokáže leckteré partie podtrhnout, zmenšit či zvětšit, anebo zakrýt jejich nedokonalosti. Stejně tak i muži o svůj obličej pečují, především pak tedy úpravou

⁶⁸ Obr.68: viz <https://www.youtube.com/watch?v=e-ORhEE9VVg>

⁶⁹ Obr.69: viz <https://www.youtube.com/watch?v=BzE1mX4Px0I>

obočí či vousů. „Ačkoli si ženy stěžují, že je neoholená tvář na omak drsná, strniště přitahuje 41 % z nich.“ Ženy na mužích dále přitahují drobné jizvy na těle či obličejí. Ty si ženy automaticky spojují se silou, statečností a schopností ochránit (Fenclová, 2014).

8.4 Chování zesilující sexuální účín

Sexuální chování ve videoklipu je pozorovatelné buďto u jedince samotného během zaujmutí určité role, anebo mezi osobami (mezi dvěma osobami, ale i ve skupině). Toto chování může být velice explicitní a používané účelně, může být ale i méně zřetelné a nemusí být používáno záměrně. Můžeme však většinou sami rozpoznat, zda vysílají jedinci signály svádění, či zda sami prožívají sexuální prožitek.

Sexuální chování jedince vyvozujeme podle jeho „řeči těla“. Jde tedy o neverbální komunikaci a celý komplex mimoslovních signálů. Tato mimoslovní komunikace vypovídá mnohem více, než by netrénovaný pozorovatel mohl říct. „Antropolog Albert Mehrabian odhalil, že pouze 7 % informací, které získáváme z rozhovoru, nám poskytují slova. Z tónu a barvy hlasu získáváme 38 % a 55 % z řeči těla.“ (Nelešovská, 2005, 47).

Pokud tedy cokoliv sdělujeme nonverbálně, jakkoliv tělem, komunikujeme pomocí výrazů obličejí (mimika), pohledy (řeč očí), pohyby (kinetika), fyzickými postoji (konfigurací všech částí těla), gesty (gestika), dotekem (optika), přiblížením či oddálením (proxemika), tónem řeči a úpravou zevnějšku či životního prostředí. Řeč těla lze jednoznačně interpretovat, pokud ji protějšek rozpozná a je ve shodě s příslušnými znalostmi a zkušenostmi o výrazech řeči těla. (Ruede, Weissmann in Skýpalová, 2013). Řeč těla používají zejména ženy. Ty se totiž snaží upoutat pozornost opačného pohlaví hlavně svým tělem, zatímco muže sázejí hlavně na svou prestiž a osobnost (Nejezchlebová in Skýpalová, 2013).

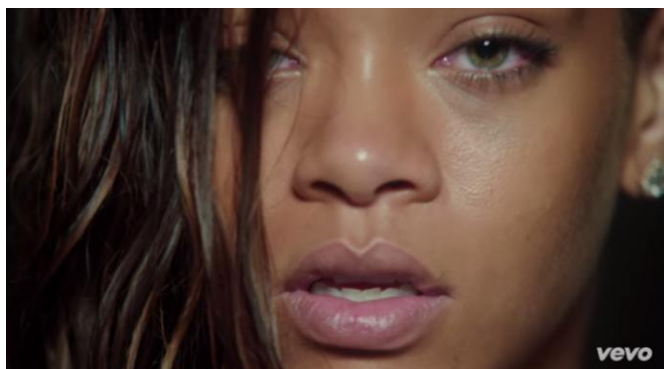
8.4.1 *Sexuální chování jednotlivce*

8.4.1.1 *Pohled*

Říká se, že oči jsou okny do duše. Znamená to tedy, že z očí můžeme vyčíst leccos o člověku, jehož pohled zkoumáme. Mohou to být vlastnosti, myšlenky, ale hlavně emoce. Existují kurzy, v kterých se lidé mohou učit, jak dávat očima najevo emoce a jak se pomocí očí naučit rozeznat lež. Na druhou stranu jsou podle mnoha psychologů orgánem, kterým nelze klamat, což je odůvodněno nošením černým brýlí u dobrých hráčů pokru, kteří dokážou emoce nedávat najevo v tváři, ovšem očima klamat nedokážou (Hofmanová, 2014).

Pohled je důležitým faktorem pro vyjádření sexuálního napětí. Lze z něj vyčíst sexuální výzvu, sebevědomí, prožívání slasti či touhu po zaujetí pohledem. Vykouzlit sexy pohled je rozhodně lehčí pro ženy. Zatímco muži mají sexy či vyzývavý pohled především díky svému charismatu a k zalíbení v jejich očích jim musí stačit to, s čím se narodili (délka, hustota, tvar a barva řas a obočí, posazení, velikost, tvar a barva očí), ženy mohou sáhnout po mnoha kosmetických vychytávkách, kterými mohou svůj pohled naprosto změnit. Pomocí různých líčidel lze totiž oči opticky zvětšit či oddálit, také je možno prodloužit a obarvit řasy a obočí a pomocí barev dát pohledu určitou roli (růžové stíny – romantička, tmavé stíny – svůdnice). Nejvíce sexy u žen působí tzv. večerní líčení - tedy tmavé, případně kouřové stíny, černé „kočičí“ linky a dlouhé, tmavé a husté řasy.

Zájem v pohledu napovídá téže výraz a stupeň přivření očí. Obecně působí sexy, pokud jsou oči lehce přivřené. Třeba takové, jaké má na obrázku níže zpěvačka Rihanna.



Obrázek 70 Rihanna - Stay feat Mikky Ekko⁷⁰

8.4.1.2 *Práce s rty a jazykem*

Rty i jazyk jsou velice intimními částmi těla, jelikož jsou používány při líbání a jiných intimnostech. Podle některých badatelů dokonce připomínají vaginu, čímž se jejich sexuální symbolika ještě utužuje (Skýpalová, 2013).

Každá žena si přeje mít plné rty, které působí smyslně a vybízejí k polibku. Za účelem zkrášlení či optického zvětšení objemu jsou tedy ženami různě zvýrazňovány či zvlhčovány. „Kosmetika nebo sliny použité pro navlhčení rtů zvyšují intenzitu výzvy. Fotografové přikazují z tohoto důvodu modelkám, aby si těsně před snímkem olízly rty.“ (Lewis in Skýpalová, 40).

Sexuálně působí, pokud jsou rty našpulené, jakoby vybízely k polibku, anebo když jsou pootevřené, i když nemluví. Taková ústa jakoby čekala, až budou zaplněna. Ukazují jakousi submisivitu, podbízivost. Ještě více sexuálně působí, jestliže ženské rty obepínají nějaké jídlo (např. lízátko), což může připomínat orální sex. Ještě explicitnější je olizování jídla jazykem (např. zmrzlina). Silně sexuálně působí také olizování rtů či pohrávání si s jazykem obecně.

V příkladu prvním si Katy Perry mlsně olizuje zuby. V příkladu druhém tatáž zpěvačka v jiném videoklipu líže zmrzlinu. Toto gesto má umocňovat její roztomilý sladký zjev. Zpěvačka zmrzlinu olizuje tak, aby byl vidět jazyk a bílá zmrzlina na něm. Můžeme si jen domýšlet, jak má tento záběr na diváky působit. Na ukázce výše krom zpěvaččina pohledu můžeme pozorovat i pootevřené rty naznačující výzvu.

⁷⁰ Obr.70: viz <https://www.youtube.com/watch?v=JF8BRvqGCN>



Obrázek 71 Kate Perry - Dark Horse⁷¹



Obrázek 72 Kate Perry - California Gurls feat Snoop Dog⁷²

8.4.1.3 Způsob chůze

Pokud se jedinec pohybuje v prostoru, zaručeně nás může zaujmout svou chůzí. Ve videoklipech probíhá pohyb účelně a zpěváci či herci svůj způsob pohybů včetně chůze přizpůsobují své roli tak, aby publikum zaujali. Pokud má chůze působit sexy a má upoutat pozornost na tělo a jeho křivky, platí pro ni jistá pravidla.

Atraktivně každopádně působí chůze dynamická, energická, lehce houpavá, která signalizuje sebevědomí a rozhodnost. Takto se pohybují lidé, kteří ví, co chtějí. Pomalé a malé kroky působí nejistě a váhavě. Cupitavá, rychlá chůze s krátkými kroky působí hekticky či podlézavě a snaživě (Adamczyk, 2005).

Muži působí sexy, mají-li chůzi výraznou, dávají-li najevo, že svým pohybem zabírají prostor. Neměli by chodit příliš zeširoka a jejich kroky by měly být spíše delší, pohupování v bocích by mělo být střídme. Ženy mohou svou chůzí zaujmout pozornost tehdy, zda-li k chůzi použijí houpání v bocích a ať už je jejich chůze pomalá či rychlá,

⁷¹ Obr.71: viz <https://www.youtube.com/watch?v=0KSOMA3QBU0>

⁷² Obr.72: viz <https://www.youtube.com/watch?v=F57P9C4SAW4> 14

měla by vždy působit sebejistě. Vždy by měly být kroky ne moc krátké, ale ani chlapecké a příliš dlouhé. Nohy by měly kopírovat pomyslnou čáru na zemi – neměly by se o sebe otírat, ale měly by se těsně míjet. Chůze by neměla být loudavá, vždy by měla vykazovat alespoň trochu dynamiky, která je atraktivní.

Vybrala jsem výřez z části videoklipu skupiny Pussycat Dolls. V něm jsou všechny členky kapely zachyceny jak zezadu, tak i zepředu přitom, co se velmi ráznou, dominantní a sebevědomou chůzí přemísťují z bodu A do bodu B. Ve spojení s dlouhými odhalenými nohami jejich chůze působí velice sexy.



Obrázek 73 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg⁷³

8.4.1.4 Sebedotýkání

Pokud se jedinec kdekoliv dotýká, na místo dotyku chce upozornit, přivést k němu pozornost, popř. chce přivést pozornost k místu, k němuž dotyky směřují. Pozorovatel tedy klouže očima tím směrem, jakým se pohybují ruce či prsty. Svými pohyby dále jedinec ukazuje svou osobnost, náladu či chtíč. Sebedotýkání také působí jako imitace dotýkání jiné osoby. Doteky by měly pozorovatele vybudit k chťiči dotýkat se také, anebo alespoň přemýšlet nad tím, co doteky u osoby samé vyvolávají a co ruce mohou cítit (hebkost kůže, pevnost svalů...).

Existují různé způsoby sebedotýkání, které působí sexuálně. Jde především o hlazení, jemné škrábání, mačkání či poplácání. Také musíme rozlišovat místa a materiály, jichž se ruce dotýkají. Ženy se často hladí po břicho a linii pasu a boků, popř. stehnech, či dokonce okrajů ňader. Dále u žen působí sexy, pokud se prsty dotýkají rtů,

⁷³ Obr.73: viz <https://www.youtube.com/watch?v=VCLxJd1d84s>

anebo do úst dokonce prsty vkládají. Muži se pak dotýkají míst, kterými se chlubí nejvíce. Jsou to především paže, popř. hrud' či břicho.

Rozdíl je mezi dotýkáním se těla přes oblečení a dotýkáním se těla holého, přičemž styk ruky s holou kůží působí mnohem sexuálněji.

Na prvním obrázku můžeme vidět záběr na dolní část těla zpěvačky Rihanny. Ta se nebojí dotýkat se během videoklipu několikrát svého rozkroku. V druhé ukázce vidíme zpěvačku skupiny Pussycat Dolls, která klouzavými pohyby jezdí po svém dekoltu, nadrech i holém břiše. Obě ukázky působí velice sexuálně.



Obrázek 74 Rihanna - You Da One⁷⁴



Obrázek 75 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg⁷⁵

8.4.1.5 Sebesvlékání

Pokud je svlékán takový svršek, který brání nahotě, působí svlékání sexuálně. Pokud se osoba před divákem svléká, pokouší se o svádění. Při propínání se v různých svlékajících se pózách (zvedání rukou, napnutí břišních svalů, zviditelnění výstřihu při

⁷⁴ Obr.74: viz <https://www.youtube.com/watch?v=b3HeLs8Yosw>

⁷⁵ Obr.75: viz <https://www.youtube.com/watch?v=VCLxJd1d84s>

předklonu) si svlékající se osoba vynucuje pohled na své tělo a tím pádem jako by svolovala k dalším krokům. Odsouvání svršků působí sexuálně především proto, že odkazuje k sexuálnímu aktu, který obecně po svlékání následuje.

Ukázka pro toto chování je ze stejného videoklipu jako pro to předchozí. Tento klip je vůbec bohatým zdrojem sexuálních znaků. Všechny protagonistky se ve videoklipu najednou svlékají, aby byly odhaleny ještě více, než byly. Níže je zachycena jedna z nich, která svléká poloprůhledné tričko, aby dále působila jen v podprsence.



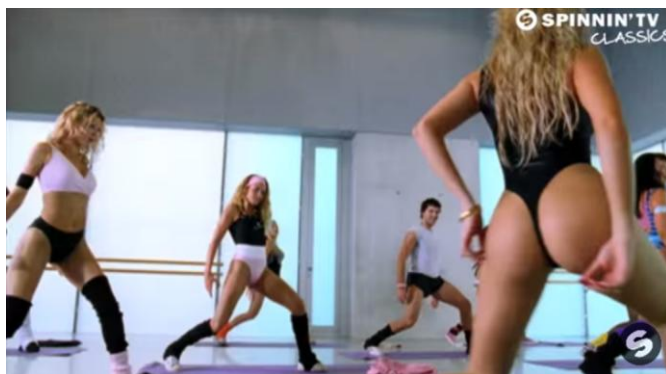
Obrázek 76 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg⁷⁶

8.4.1.6 Sport, posilování

Nejenže sportovci disponují atraktivní pevnou postavou, ale mají možnost svou postavu ukazovat během různorodých cvičebních póz. Muži se stávají atraktivními hlavně během posilování, kdy se zvětšuje hmota jejich svalstva (bicepsy, břišní svaly...) Oproti tomu ženy své tělo vystavují na obdiv především během cvičení a protahování. Během těchto aktivit se totiž dostávají do různých poloh, kterými ukazují svou pružnost, která je pro ženy typičtější nežli pro muže a která je u žen právě atraktivní.

Ženské podání poskytuje již zmíněný videoklip *Call On Me*, to mužské zas *Ťěžký váhy*. V obou se protějšky mohou kochat pevnými vypracovanými postavami zatínajícími svaly během různorodých cviků a přitahů.

⁷⁶ Obr.76: viz <https://www.youtube.com/watch?v=VCLxJd1d84s>



Obrázek 77 Eric Prydz - Call On Me⁷⁷



Obrázek 78 Ben Cristovao & Cavalier - Těžký Váhy⁷⁸

8.4.1.7 Tanec

Tanec je podobně jako sport takovou aktivitou, během níž osoba dává na obdiv své tělo a zaujímá diváky možnostmi svých pohybů. Ženy během tance předvádí svou ladnost a pružnost. Muži mohou poukázat na svou citlivost, pohybové schopnosti a roli muže-ochránce při vedení párového tance.

Ve videoklipech můžeme najít nepřehledné množství tanečních stylů, které většinu souvisí s hudebním žánrem. Pro hip hop a podobné pouliční styly jsou to různé druhy street dance, house dance či break dance, dále krump či la style, pro popovou hudbu je to většinou disco dance, ladies dance či sexy dance či vogue, přičemž tyto tance reprezentují spíše ženy. Sexuálně z těchto tanců působí především zmíněný ladies dance či sexy dance. „Ladies dance je tanec určený pro opravdové dámy. Tento taneční styl se vyznačuje především elegantními a svůdnými pohyby. Na lekcích tance se naučíte bez ostychu předvést svou ženskost, něžnost, svůdnost a přitažlivost, přesně tak

⁷⁷ Obr.77: viz <https://www.youtube.com/watch?v=2ItJV68oYCY>

⁷⁸ Obr.78: viz <https://www.youtube.com/watch?v=cHUT25erCas>

jak se mají v tanci pohybovat a cítit ženy.“ Sexy Dance v sobě skrývá rafinovanost i rebelii. Naučí, jak pohybovat každou částí těla tak, aby výsledek byl harmonický, pro partnera vzrušující. Krása a svůdnost je v jednoduchosti, v náznaku a v detailu. Není nutno odložit ani jednu část oblečení a přesto je účinek dokonalý. Jedná se o sexy taneční projev, který zdokonaluje umění svádění a upevňuje ženské sebevědomí (Hdc taneční centrum, 2014).

Pro taneční styl „Ladies dance“ zmíněný portál jako příklad uvádí tanec, se kterým vystupuje ve videoklipu „Single Ladies“ zpěvačka Beyoncé s dalšími dvěma tanečnicemi.



Obrázek 79 Beyoncé - Single Ladies⁷⁹

Relativně novým ženským „tancem“, který působí velice, dost možná nejvíce eroticky ze všech tanců, je tzv. „twerk“. Jednoduše řečeno se jedná o třesení, kroucení a jiné pohybování zadečkem v různých pozicích, které může dohání k šílenství. „Twerk je součástí již dávno existujícího tanečního stylu dancehall, což je jeden se streetových tanců, který vznikl na Jamajce v sedmdesátých letech. Jako každý party tanec každý prvek vychází z nějaké časté africké činnosti. Z takových prvků se dá pak poskládat sestava. A jedním z těch prvků je i twerk, který u žen využívá zadečky. Samostatně se oddělil někdy před dvaceti lety v New Orleans.“ V Americe jej proslavily zpěvačky jako Beyoncé, Miley Cyrus či Nicki Minaj (OnaDnes.cz, 2014).

Twerk obsahuje většina klipů Nicki Minaj, nejvíce se však vyskytuje ve videoklipu *Anaconda*. Zde uvedený výřez je z části, kdy tento způsob tance předvádí hned skupina tanečnic v kratásech, které odhalují většinu ženského natřásajícího se pozadí.

⁷⁹ Obr.79: viz <https://www.youtube.com/watch?v=4m1EFMoRFvY>



Obrázek 80 Nicki Minaj - Anaconda⁸⁰

8.4.1.8 Pohyby napodobující kopulační pohyby

Jedná se o takové pohyby, které se podobají těm, které jsou užívány během sexuálního aktu. Takovými pohyby jsou: pohyb pánví dopředu a dozadu, ať směrem k některému předmětu anebo jen tak, anebo třeba ženské klekání s roztaženými nohama ze stoje dolů a zpět. Mezi takové pohyby patří i již zmíněný twerk, který takové pohyby, a to rychle a opakovaně, předvádí.

V již zmíněném videoklipu skupiny Pussycat Dolls nejdříve sama zpěvačka Nicole Scherzingerová, potom i s ostatními protagonistkami, stojí rozkročmo na židli a pohybuje se stále nahoru a dolů, přitom stále s roztaženými nohama.



Obrázek 81 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg⁸¹

⁸⁰ Obr.80: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>

⁸¹ Obr.81: viz <https://www.youtube.com/watch?v=VCLxJd1d84s>

8.4.2 *Sexuální interakce mezi více osobami*

8.4.2.1 *Oční kontakt*

Očima se lidé dorozumívají. Dokážou z jím určeného pohledu zjistit, zda pohled protějšku vysílá zalíbení, sympatie, anebo naopak. Právě oční kontakt je prvním signálem, který probíhá mezi dvojicí a nahodí jakousi „jiskru“. Tato jiskra je v pohledech znatelná a ve videoklipu má za úkol ukázat sexuální napětí mezi dvěma herci.

K očnímu kontaktu dochází např. v záběru níže mezi dvěma muži a kolem procházející atraktivní ženou. Je znát, že se navzájem prohlíží s velkým zalíbením.



Obrázek 82 Mark Ronson - Uptown Funk ft. Bruno Mars⁸²

8.4.2.2 *Polibek*

Polibek je velice intimní záležitostí, a to jak v heterosexuálním, tak i homosexuálním vztahu. Ve videoklipech vyjadřuje motiv lásky, vzrušení, experimentu. Jedná se o sexuální chování, které je dost explicitní a každý divák jej popíše jako sexuální. Ve videoklipech je motiv užit často, především, pokud se jedná o mladistvou lásku či lásku „zakázanou“.

Je zvláštní, jak často se vyskytuje ve videoklipech tak kontroverzní znak jako je právě polibek homosexuálního páru. Ten můžeme vidět v relativně novém videoklipu zpěváka jménem Hozier. Druhý polibek již věnuje muž ženě a je součástí dalších intimních hrátek na záchodech jednoho baru.

⁸² Obr.82: viz <https://www.youtube.com/watch?v=OPf0YbXqDm0>



Obrázek 83 Hozier - Take Me To Church⁸³



Obrázek 84 Sam Smith - I'm Not The Only One⁸⁴

8.4.2.3 *Dotek*

Není pochyb, že doteky mezi milenci působí sexuálně, když jsou dobře nasměrovány. Za sexuální dotyk se dá považovat takový dotek, který vybízí k dalšímu sexuálnímu chování, anebo je mířen k místům, jichž se ostatní blízcí lidé nedotýkají. Podle okolností se dají opět vzájemné dotyky rozdělit jako u sebedotýkání. Ve videoklipu má toto chování navodit pocit chtíče až závisti.

První ukázka pochází z již zmíněného videoklipu Nicki Minaj. Zpěvačka v něm dost provokativně poplácává kolegyni po zadečku, což působí značně sexuálně. Další ukázka poukazuje na další dotek, již mezi mužem a ženou. Bílá žena dráždivě škrábe černého muže na holých zádech. Poslední příklad ukazuje scénu, ve které se na jedné velké hromadě osahává kolem stovky mladých lidí, a to každý s každým.

⁸³ Obr.83: viz <https://www.youtube.com/watch?v=MYSVMgRr6pw>

⁸⁴ Obr.84: viz <https://www.youtube.com/watch?v=nCkpzqqog4k>



Obrázek 85 Nicki Minaj – Anakonda⁸⁵



Obrázek 86 Prince Royce - Stuck On a Feeling ft. Snoop Dogg⁸⁶



Obrázek 87 Kylie Monique - All The Lovers⁸⁷

8.4.2.4 Svlékání

Stejně jako u sebesvlékání působí svlékání se navzájem sexuálně právě proto, že odkazuje k sexuálnímu aktu, který normálně po takovém chování následuje. Svlékání působí jako sexuální chování tehdy, je-li účelem tohoto jednání dosažení vyššího stupně nahoty. Ve videoklipu má takové chování vyvolat opět pocit podobného chtíče, vzrušení, vcítění se do osoby prožívající tuto intimní chvíli, která je spojena s určitým typem hudby.

⁸⁵ Obr.85: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>

⁸⁶ Obr.86: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Wlbb3DeA3jU>

⁸⁷ Obr.87: viz <https://www.youtube.com/watch?v=frv6FOt1BNI>

Ve videoklipu *Teenage Dream* je zpěvačka svlékána pomyslným přítelem. Toto chování slouží jako předzvěst aktu, který následuje.

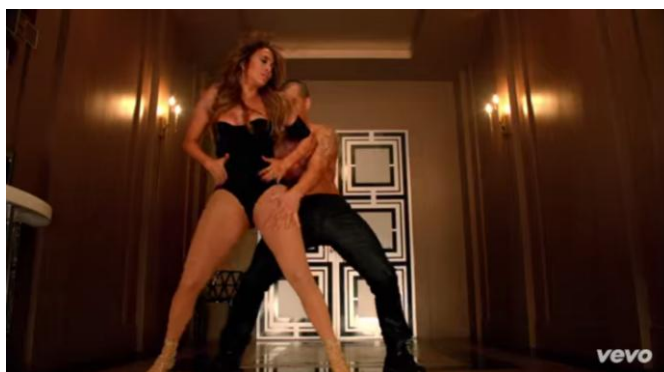


Obrázek 88: Kate Perry - Teenage Dream⁸⁸

8.4.2.5 Tanec

Již bylo řečeno, za jakých podmínek a proč je tanec jednotlivce brán jako sexuální chování. V případě tančícího páru se jedná o spojení dvou jednotlivců, kteří se navzájem pozorují a snaží se působit jeden na druhého sexy dojmem – jde tedy o jakousi hru s těly. V páru však ještě dochází k vzájemné interakci, jejíž součástí je zpravidla dotýkání, oční kontakt a zaujmutí určitých rolí atd., přičemž všechny tyto akce působí jako sexuální.

Příkladem je tanec zpěvačky Jennifer Lopez a jejího tehdejšího přítele. Nejen v této scéně spolu pár tančí, věnuje si pohledy a dotyky.



Obrázek 89 Jennifer Lopez - Dance Again feat Pitbull⁸⁹

⁸⁸ Obr.88: viz <https://www.youtube.com/watch?v=98WtmW-lfeE>

⁸⁹ Obr.89: viz <https://www.youtube.com/watch?v=bjgFH01k0gU>

8.4.2.6 *Pohyby napodobující kopulační pohyby*

Stejně jako u jednotlivce se mezi takové pohyby řadí ty, které napodobují ty, které jsou užívány během sexuálního aktu. Jsou to různé pohyby pánví (dozadu a dopředu, nahoru a dolů, kroužení), ovšem ve spojení s dalším jedincem, který buďto působí nezúčastněně (nehýbá se, pouze pozoruje protějšek), anebo zúčastněně (předvádí podobné pohyby). Takové chování je velice průhledné a využívají jej klipy s „hezkými ženami a bohatými obletovanými muži“.

V ukázce níže se o zpěváka dívka otírá zadečkem takovým způsobem, že je nápodoba daných pohybů naprosto jasná.



Obrázek 90 Trey Songz - Foreign⁹⁰

8.4.2.7 *Pohlavní styk*

I když se jedná o dost explicitní vyjádření a ze všech sexuálních znaků je nejkontroverznější, umí se jej tvůrci videoklipu poměrně šikovně dotknout tak, „aby tam byl, ale přitom nebyl“. Často se jedná o záběry statické – tedy osoby se přitom, co na sobě leží nahé, nehýbou, neprojevují tedy krom nahoty kopulační znaky. Dalším druhem je záběr osob v mlhavém či zapářeném prostředí. Posledním druhem poukázání na sex je záběr na část těla, která přímo se sexem nesouvisí, ale z jejích pohybů, gest či z mimiky dokážeme rozeznat signály projevované osobou vykonávající sexuální akt.

I když na moment, je v videoklipu skupiny Maroon 5 zachycen pár „mající sex“. Zpěvák navíc zakloněné ženě drží ňadra.

⁹⁰ Obr.90: viz <https://www.youtube.com/watch?v=cjj2E9dwjjU>



Obrázek 91 Maroon 5 – Animals⁹¹

8.5 *Sexuální referenty*

„Sexuální referenty jsou takové znaky, které sice nesou sexuální informaci, ale netýkají se přímo osob v reklamě zobrazených. K osobě pouze odkazují a pomáhají dotvořit celkovou atmosféru obrazu. Může se jednat např. o grafiku, rekvizity atd.“ (Skýpalová, 2013, 48).

8.5.1 *Rychlá auta*

Rychlá auta jdou ruku v ruce s krásnými ženami a bohatými muži. Rychlost přináší vzrušující adrenalin a pestré zážitky. Ten, kdo vlastní drahé rychlé auto, je bohatý a většinou o sebe pečuje. Může to být milovník luxusu, ale i třeba rebel. Na takový automobil může jeho vlastník „nachytat“ krásky, které o pozornost takového muže žadoní a které budou jeho automobilu ozdobou.

První obraz zachycuje závod dvou „amerických bouráků“. Druhý zas formuli dýdžeje Guetty v roli závodníka, jíž kontroluje ženský tým.



Obrázek 92 Calvin Harris – Summer⁹²

⁹¹ Obr.91: viz <https://www.youtube.com/watch?v=qpgTC9MDx1o>



Obrázek 93 David Guetta - Dangerous feat Sam Martin⁹³

8.5.2 *Divoké zvíře*

Divoké zvíře, ještě lépe šelma, odkazuje k vlastnostem jako jsou: nespoutanost, dravost, rychlost, nevázanost, nezkratnost, ale i třeba ladnost. Všechny tyto vlastnosti působí ve spojení s atraktivní ženou či mužem dráždivě až sexuálně. Jmenované rysy se totiž podvědomě spojí s rysy osobnosti zobrazovaného jedince. Tyto vlastnosti jsou spojovány s aktivním, přitažlivým, žádoucím a žádaným jedincem, který má velmi silné, až živelné charisma.

Na tento znak upozorňuji ve dvou příkladech , a to z důvodu jejich rozdílnosti. V prvním můžeme vidět ve spojení s atraktivní ženou šelmu – lva. V druhém kolem krásné zpěvačky plují nebezpeční žraloci.



Obrázek 94 Beyoncé - Run the World⁹⁴

⁹² Obr.92: viz <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLflACGM>

⁹³ Obr.93: viz https://www.youtube.com/watch?v=EVr__5Addjw

⁹⁴ Obr.94: viz https://www.youtube.com/watch?v=VBmMU_ive6U



Obrázek 95 Britney Spears - Work B**ch⁹⁵

8.5.3 *Peníze*

Je to smutné, ale je to život – boháč je vždy přitažlivější než chud'as. Bohatý muž či žena si mohou dovolit větší luxus - mají co nabídnout, mají možnost o sebe pečovat přepychovou kosmetikou, oblékat se do drahého oblečení a ukazovat se jen v lepší společnosti. Všechny drahé a luxusní předměty jsou hezčí než ty obyčejné a každý po nich podvědomě touží více než po těch všedních. A právě ono bohatství zastupují bankovky.

Pro příklad jsem zvolila výřez z videoklipu zobrazující lásku dvou žen, které spolu vykradou banku a chvíli předtím, než jsou obklíčeny policií, si vzrušeně užívají bankovek. Rozhazují je šťastně kolem sebe a následně se políbí na důkaz společného úspěchu, vzájemné lásky a podpory.



Obrázek 96 Avicii - Addicted To You⁹⁶

⁹⁵ Obr.95: viz <https://www.youtube.com/watch?v=pt8VYOf8T0>

⁹⁶ Obr.96: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Qc9c12q3mrc>

8.5.4 Falické symboly

Falický symbol je takový symbol, který svým tvarem připomíná falus – tedy mužský pohlavní úd. Jedná se tedy o protáhlé oválné předměty. Takové předměty jsou vybírány tak, aby jejich zobrazení připomínalo právě pyj, a to kvůli situaci, v které zastupuje tuto roli. Ve spojení s osobou, která k předmětu přistupuje, anebo jej užívá, působí jako falus a tím pádem sexuálně. Ve videoklipu to jsou např. různé nanuky a lízátka, která děvčata olizují či vkládají do úst. Toto chování pak účelně připomíná orální sex.

Opět jsem zvolila dva příklady z důvodu rozrůzněnosti. V prvním falický symbol zastupuje kladivo, které olizuje frivolní Miley Cyrus. V druhém si do úst vsouvá kontroverzní Nicki Minaj banán jako typický zastupující symbol mužského pohlaví.



Obrázek 97 Miley Cyrus - Wrecking Ball⁹⁷



Obrázek 98 Nicky Minaj – Anakonda⁹⁸

8.5.5 Barvy

Je známo, že barvy hrají v lidském životě důležitou roli. Působí na lidskou psychiku, ovlivňují jednání. Vyvolávají různé emoce, dokonce ovlivňují naše

⁹⁷ Obr.97: viz <https://www.youtube.com/watch?v=My2FRPA3Gf8>

⁹⁸ Obr.98: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>

rozhodování. Přináší určité poselství, podporují působení komunikačního sdělení. Vnímání psychologického obsahu barev je samozřejmě závislé na našem aktuálním emočním rozpoložení, na našich osobnostních vlastnostech a na individuálních zkušenostech.

I videoklipy této symboliky barev využívají. Aby z nich byla cítit určitá atmosféra, je klip lazen do různých barev buďto celý (prostředí, předměty, kostýmy), anebo jeho součásti (Skýpalová, 2013).

8.5.6 Červená

Tato barva je zaručeně tou nejdráždivější. Je barvou akce, hnací síly. Podle Vysekalové (2007) zvyšuje pulz, krevní tlak, dále zrychluje dýchání, ve stresových situacích snižuje soustředěnost a výkonnost. Zvyšuje sexuální apetenci a dodává chuť k jídlu, dokonce zvyšuje hlasitost projevu. I v náboženské symbolice barva označuje planoucí žár lásky, stejně tak jako je červená barvou lásky a vzrušení pro každého z nás dnes.

Tato barva je ve videoklipech často používána jako symbol vzrušení, erotična, rozrušení. V první ukázce vidíme červeně nasvícené prostředí, do kterého zpěvačka vchází a které má diváka hned zkraje naladit. Jedná se o prostory diskotéky. Navíc mají na sobě obě ženy červené svršky, aby byl záběr důraznější. Na druhé ukázce je zpěvačka Lopezová majíce na sobě pouze oblečení a doplňky červené barvy. Tato barva má ještě zdůraznit přitažlivost jejich střihu a materiálu.



Obrázek 99 Zedd - I Want You To Know feat Selena Gomez⁹⁹

⁹⁹ Obr. 99: viz <https://www.youtube.com/watch?v=X46t8ZFqUB4>



Obrázek 100 Jennifer Lopez - Live It Up feat Pitbull¹⁰⁰

8.5.7 Černá

Na jedné straně je černá barva barvou smutku, nicoty, tmy, uzavřenosti a konce. Na straně druhé straně označuje mystické tajemno, eleganci, slavnostní vášnivost a dominanci. Tyto vlastnosti, pokud jsou lidskými, působí přitažlivě. Proto je tato barva ještě prohlubuje (Magia, 2014) .

Na daném příkladu je nejen černé pozadí, ale i veškeré oblečení, které mají protagonistky klipu na sobě.



Obrázek 101 Fifth Harmony - BO\$\$¹⁰¹

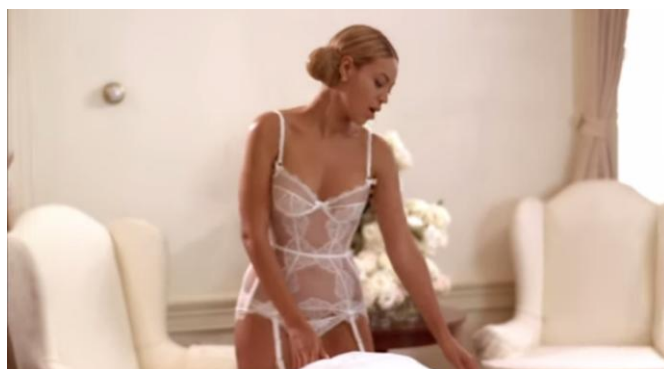
¹⁰⁰ Obr. 100: viz <https://www.youtube.com/watch?v=BofL1AaiTjo>

¹⁰¹ Obr. 100: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Y4JfPlry-iQ>

8.5.8 *Bílá*

V naší kultuře bílá barva symbolizuje nevinnost, čistotu, svobodu, světlo a počátek bytí. Podobně jako černá symbolizuje luxus, což dokazuje využívání této barvy firmou Prada či Chanel (Skýpalová, 2013).

Výřez níže zabírá zpěvačku Beyoncé v bíle laděném pokoji s bílým nábytkem a bílými doplňky (květiny, závěsy). Dokonce ona sama má na sobě bílé prádélko. To něžnost ještě podtrhuje tím, že je vyrobeno z jemné krajky.



Obrázek 102 Beyoncé - Best Thing I Never Had¹⁰²

8.5.9 *Šedá*

Šedá je barvou neutrální, barvou citového vyrovnaní, pohody. V obraze se jedná o spojení bílé a černé, jejichž symbolika je popsána výše. Podle Vysekalové (2007) šedá barva znázorňuje citové naplnění, volně plynoucí vzrušení a hluboké tělesné uspokojení. Možností šedé je stříbrná, symbolizující chlad, ale i chudší bohatství zlaté.

Pro příklad jsem zvolila tento výřez, z něhož nejen díky zvoleným barvám vyzařuje jakási pohoda, uspokojení, ale i zmíněné vzrušení.



Obrázek 103 John Legend - All of Me¹⁰³

¹⁰² Obr. 101: viz <https://www.youtube.com/watch?v=FHp2KgyQUFk>

8.5.10 Žlutá

Podle autorek jde o spojení červené vzrušující barvy a zelené, která asociuje vnitřní napětí. Jde o barvu dynamických paprsků slunce, energie, radosti a rozkoše. Z psychologického hlediska se dokonce jedná o barvu, která symbolizuje vnitřní stav uvolnění nastávající bezprostředně po prožití orgasmu. Co se zlaté týče, jedná se o spojení energické žluté a klidné pasivní hnědé. Tato barva je symbolem bohatství, nádhery, úcty a důstojnosti (Vysekalová in Skýpalová, 2013).

Prvnímu obrázku dominuje žlutá, která ve videoklipu působí energicky, letně, radostně. Na druhém obrázku převládá zlatá barva, která nejen zde, ale i u ostatních ukázek, kde se zlatá nachází, značí popsanou symboliku.



Obrázek 104 Ke\$ha - TiK ToK¹⁰⁴



Obrázek 105 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull¹⁰⁵

¹⁰³ Obr. 102: viz <https://www.youtube.com/watch?v=450p7goxZqg>

¹⁰⁴ Obr. 103: viz <https://www.youtube.com/watch?v=iP6XpLQM2Cs>

¹⁰⁵ Obr. 105: viz https://www.youtube.com/watch?v=t4H_Zoh7G5A

8.5.11 Oranžová

Vyvolává vůli a posiluje tělesné i duševní funkce. Je barvou přátelství, pohody, energie, ale i vzrušení a vzdoru. Dodává pocit tepla i proto, že představuje sytý odstín ohnivého plamene (Magia, 2014).

V uvedeném příkladu je výřez z klipu *Only Girl*, který je celý lazen právě do oranžové až lososové barvy. Celkově působí Rihannin klip velmi energicky, vyzařuje z něj teplo a vzrušení.



Obrázek 106 Rihanna - Only Girl¹⁰⁶

8.5.12 Fialová

Snoubí v sobě napětí červené a klidu modré. Značí tajemství, mystiku i dramatičnost a utlumenou vášeň. Dokonce vyjadřuje skrytou touhu, citlivost a živou představivost. Purpurová znázorňuje nádheru, moc a bohatství (Magia, 2014).

Do tmavě fialové barvy je zas lazen videoklip Katy Perry. Je oblečena do fialového hávu, fialové má i vlasy a nařialovělé je i prostředí, ve kterém zpěvačka účinkuje. Klip skutečně působí mysticky, tajemně.



Obrázek 107 Katy Perry - Wide Awake¹⁰⁷

¹⁰⁶ Obr. 106: viz <https://www.youtube.com/watch?v=pa14VNsdSYM>

8.5.13 Růžová

Růžová barva je barvou něhy, jemnosti, vůně, ale i nezralosti a naivity. Tato barva je často využívána k symbolizaci romantické lásky a sentimentálních citů, také roztomilé sladkosti.

Následující obrázek je vystřižen z již zmíněného Perriina videoklipu *Californian Gurls*. V klipu je celkově růžové až až. Zde si zpěvačka hová v růžové sladké celkové vatě, která celkovou roztomilost jen podtrhuje.



Obrázek 108 Katy Perry - California Gurls feat Snoop Dogg¹⁰⁸

8.5.14 Modrá

Světle modrá barva vyjadřuje klid, věrnost, mír, ticho a touhu, anebo dokonce víru. Tmavě modrá barva je barva jakýchsi magických mocností, hloubky, mystiky, spirituální síly. Je i barvou měsíčního svitu a temné noci (Převážně cestovatelský blog, 2014).

Temně modrá v tomto videoklipu působí jaksí luxusně, toužebně. Tmavě modré jsou stěny i nábytek v místnosti v ukázce níže.



Obrázek 109 Prince Royce - Stuck On a Feeling feat Snoop Dogg¹⁰⁹

¹⁰⁷ Obr. 107: viz <https://www.youtube.com/watch?v=k0BW1vnBmIE>

¹⁰⁸ Obr. 108: viz <https://www.youtube.com/watch?v=F57P9C4SAW4>

8.6 *Mluvené slovo*

8.6.1 *Hlas*

Videoklip sestává ze dvou základních složek – zvukové a obrazové. Zvuková složka je ta původní, kterou složka obrazová pouze dotváří, dodává jí pohled na narativ, dolazuje náladu, anebo dodává zcela nový pohled na text písně. Obrazová složka též slouží k propagaci písně, k jejímu vysílání i jinými, nyní již videopřenosnými médii.

Zvuková složka je dále složena z části instrumentální (hudba) a hlasové (zpěv). Postup při výběru hudby posluchačem je každému dobře známý. Nejprve volí svou hudební sortu, tedy oblíbený žánr, a v něm si dále volí takové interprety, kteří posluchače zaujmou svou originalitou, osobitostí a sympatií.

Z tohoto jednoduchého vzorce můžeme vyvodit, že hlas zpěváka je při výběru hudby, popřípadě videoklipu, velmi důležitý. Každý z nás má jiný vkus a za atraktivní může volit různé hlasové kvality.

Obecně však platí výzkumy potvrzená fakta, co se atraktivity mužského a ženského hlasu týče. Již mnoho studií prokázalo, že ženy dávají přednost hlubšímu mužskému hlasu. Ten je pro ně přitažlivý a dokonce ovlivňuje jejich volbu. „Faktem je, že hluboký hlas je důkazem vysoké hladiny mužských hormonů, což je vždy v "přirozeném výběru" výhodou.“ (Žena.cz, 2012). Další studie zas ukazují, že u žen je tomu naopak - tedy že ženy s vysoko posazeným hlasem jsou hodnoceny jako atraktivnější a hezčí. Opět jsou v hlavní roli hormony. Tyto ženy jsou mají vyšší hladinu estrogenu, který má klíčovou roli v plodnosti a ovlivňuje i zdravotní stav (Sýkora, 2010).

„Podle psychologů se na atraktivitě hlasu podepisují mimo jiné výška, intenzita, vibrace, neshodli se ovšem na konkrétním prvku, který je příčinou toho, že se nám něčí hlas zdá být tzv. sexy.“ (Hospodářské noviny, 2008).

Zajímavé je, že obecně vzato se lidé shodnou na tom, jaký hlas je atraktivní a jaký není, není však možné zachytit atraktivní vlastnosti počítačem (tak, jako např. atraktivita lidské tváře). Byla to právě doktorka Hugesová, která spektrogramem analyzovala hlasy, které dobrovolníci označili za přitažlivé. Zhodnotila výšku, intenzitu,

¹⁰⁹ Obr. 109: viz <https://www.youtube.com/watch?v=Wlbb3DeA3jU>

zabarvení i další vlastnosti hlasu. Nepodařilo se jí však najít tu vlastnost, kterou mají sexy hlasy společného (Novinky.cz, 2008).

8.6.2 *Texty písní*

Texty písní jsou někdy smysluplné, jindy v nich nějaký hlubší význam hledáme jen těžko. Pokud má nést text písně nějaké vzrušující poselství či popisuje určitou intimní situaci, anebo jsou v ní lidé popisováni sexisticky či neslušně, jsou volena různá slova se sexuálním významem.

Taková slova mohou přímo odkazovat k sexu a slovům tomuto slovu příbuzným, anebo k jiným, která k důvěrnostem odkazují. Taková slova jsou buďto již zařazena v názvu písně a videoklipu, anebo až v textu.

V textech jsem našla taková slova a slovní spojení jako: sexy, vášeň (LMFAO – *Sexy And I Know It*), zlato, rozkrok, penis (Jessie J – *Do It Like A Dude*), políbit se, být žhavý (Mark Ronson ft. Bruno Mars – *Uptown Funk*), zatřepat velkým zadkem, kočky z večírku (Jennifer Lopez ft. Pitbull – *Booty*), ale i velice perverzní slovní spojení znamenajíc slušně „mít sex“ (Nicki Minaj – *Anaconda*).

To je jen velmi krátký výčet slov či slovních spojení nalezených v textech populárních písní posledních let. České texty jsou v tomto ohledu v porovnání se zahraničními tak troch „pozadu“. Ty, které jsou populární, nepůsobí natolik zvrhle a sexuálně vůbec.

8.7 *Vizuální efekty*

8.7.1 *Záběr na detail, přiblížení detailu*

Pro detailnější záběry platí, že zdůrazňují určitá místa či informace. Pro účely této práce jde o takové detaily, které nesou sexuální informaci. Často se vyskytují takové záběry, které jsou zaměřeny na intimnější partie či partie, které jsou přitažlivější než ostatní. Jedná se např. o ženské poprsí, zadek, rozkrok, anebo např. ústa, a to buď

ve statické poloze, anebo v pohybu. Buďto přichází detailní záběr rovnou přes stříh, anebo po nájezdu kamery či zoomu kamery.

Jako první je uveden příklad záběru na ženský výstřih, který je velmi hluboký. Tento typ velikosti a zaměření záběru je pro tento videoklip velice častý. Objektem druhého detailnějšího záběru je dámský zadeček v jiném klipu.



Obrázek 110 Sunblock - I'll Be Ready¹¹⁰



Obrázek 111 Nicki Minaj – Anaconda¹¹¹

8.7.2 Zpomalení záběru

Pokud tvůrce videoklipu potřebuje upozornit na nějakou vlastnost, která nevynikne v autenticky zachyceném čase a která stojí za to, aby si jí divák všimnul, pomůže si právě zpomalením záběru. Jedná se např. o zachycení ladnosti ženské chůze, pohybů atraktivních vlasů ve větru apod.

¹¹⁰ Obr. 110: viz <https://www.youtube.com/watch?v=KZqvvy0dfw8>

¹¹¹ Obr. 111: viz <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>

9 Regulace televizního vysílání v Česku

Regulační funkci v České republice plní Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV), která má zákonem danou řadu možností regulace. Jednou z možností jsou finanční sankce, kterých v případě potřeby využívá.

Co se nevhodnosti pořadů pro děti a mládež týče, je regulace pořadů v Česku vyřešena hlavně zákonem, který mj. hovoří o povinnosti nezařazovat v době od 6 do 22 hodin takové pořady, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých. Další povinností televize je slovní upozornění před začátkem vysílání takových pořadů a označení obrazovým symbolem na jejich nevhodnost. Tento systém se však ukázal jako neplnohodnotný z důvodu, že neupozorňuje na druh a stupeň nevhodnosti. Začátkem roku 2013 se konečně kontrolní Rada pro televizní vysílání rozhodla zavést systém označování vhodnosti jednotlivých pořadů podle věku závadných témat, tzv. labelling. Ten byl již přítomen v minulých novelách mediálních zákonů, ale nakonec vždy při projednávání norem vždy vypadl. (Britské listy in Skýpalová, 2013).

„Systém značek pro upozorňování na závadné scény v Česku vzniká podle zahraničního vzoru, konkrétně podle osvědčeného holandského systému Kijkwijzer. Nizozemský systém Kijkwijzer má (zleva) symboly pro věkovou přístupnost a pak označení scén násilí, strachu, explicitně sexuální výjevy, diskriminující chování, požívání drog a slovní vulgarismy.“ (Aust, 2015).



Obrázek 112 ukázka z nizozemského systému Kijkwijzer¹¹²

„Česko je jednou ze zemí, kde označování audiovizuálních produktů v televizním vysílání není upraveno zákonem. Provozovatelé vysílání sdružení v ATO se rozhodli k labellingu dobrovolně přistoupit, a sice formou samoregulace. Labelling by

¹¹² Obr. 112: viz <http://www.mediar.cz/hranice-22-hodiny-pro-zavadne-porady-se-zrejme-rozvolni/>

měl nejen ochránit děti a mladistvé před negativním dopadem nevhodných pořadů, ale očekává se, že přinese i jasná a předvídatelná pravidla při posuzování správních deliktů.“ (MEDIAGURU, 2014)

Jednoduchý zkušební provoz začal až v září roku 2014, a to prostřednictvím veřejnoprávní České televize a privátní televize Prima. Tehdy se začal testovat systém označování pořadů prostřednictvím piktogramů, které rodiče informují, od jakého věku je pořad vhodný pro děti. Model, který je podroben zkušebnímu provozu, by měl být aplikován jak pro lineární vysílání, tak pro nabídku pořadů na internetu. Zkušební provoz měl být koncem roku 2014 vyhodnocen na základě diskuze s rodiči a odborníky na dětskou psychologii a média.

„Česká televize při posuzování pořadů bude zhodnocovat tyto kategorie rizikových obsahů: pornografie, hrubé samoučelné násilí, násilí, strach a děsy, alkohol a drogy, sex a vulgarismy. Pokud by vyhodnocovaný pořad obsahoval prvek pornografie či hrubého samoučelného násilí, bude pořad zcela vyloučen z vysílání. Podle míry a kontextu ztvárnění dalších sledovaných kategorií potenciálně ohrožujících obsahů bude pořadu přiřazen label přístupnosti od 4, 8, nebo 15 let. Za výslednou klasifikaci pořadu bude odpovědný dramaturg.“ (děti a média, 2014).

Nynější generální ředitel České televize Petr Dvořák uvedl, že televize se postupně označování pořadů přizpůsobují a že do konce ledna měl být projekt vyhodnocen. Následně měl být předán ministerstvu kultury a diskutován na úrovni Asociace televizních organizací. V dohledné době by tedy mělo dojít k uplatnění legislativy ohledně této problematiky a následné nastolení labellingu v Česku.

Další novinkou je plánování třetího pásma, které by začínalo od 20 hodin a bylo přijatelné pro mladistvé od patnácti let. Zavedení této nové hranice by umožňovalo vysílání takových pořadů, které mírou explicitnosti nejsou vhodné např. pro šestileté děti, ale mohou se na ně dívat děti starší. Jinak řečeno by určitý film nemohl být vysílán třeba v pět hodin odpoledne, ale už třeba od osmé večerní. Tato úprava normy by napomohla tomu, že by televize mohly výraznější či původní tvorbu nasazovat v řadě případů dříve (Aust, 2015).

10 Vliv sexuálních motivů v médiích na děti a mládež

Děti jsou právě tou skupinou diváků, která je nejovlivnitelnější. Jsou velmi snadným a efektivním cílem, jelikož nemají vlastní zkušenosti a tudíž nemohou empiricky posoudit jednotlivá zobrazení, popř. tato zobrazení srovnat s životem prověřenou praxí. Podobně jsou na tom dospívající, ke kterým najdou média cestu skrze potřebu sebevědomí a uznání vrstevníků. Ať už se jedná o děti či starší mládež, existuje mnoho způsobů, kterými média mohou ovlivňovat, ať už pozitivně či negativně.

Jedním z diskutovaných témat ohledně negativního vlivu na děti a mládež je právě dopad sexualizace masmédií. Problémem je, že vlivem stále se zvyšující benevolentnosti společnosti se staly sexuální motivy poměrně přirozenou součástí obrazových sdělovacích prostředků, hlavně z důvodu snahy o přitáhnutí pozornosti, která je těmito zobrazeními bezprostředně stržena.

Existuje řada výzkumů zabývajících se vlivem sexuálních motivů v různých typech médií, jejichž výsledky se s ohledem na různost položených hypotéz v závěru shodují. „Výzkumy potvrzují, že věk, ve kterém dochází k prvnímu pohlavnímu styku, se významně snižuje díky vlivu televize. Čím více dítě sleduje televizi, tím dříve má první sexuální zkušenost. Dokonce i samy děti přiznávají, že televize je povzbuzuje k sexuální aktivitě v jejich mladém věku.“

Přestože jsou relace vysílané v hlavním vysílacím čase všeobecně pokládány za přijatelné, mohou mít skrytý cíl sexuálně vyburcovat diváka, ukazuje výzkum prezentovaný na internetovém portále magazinzdravi.cz (PRAMENY ZDRAVÍ, 2010).

Zde vyřčené teze potvrzuje zpráva vydaná roku 2007 Americkou psychologickou asociací (APA), která je výsledkem zkoumání nejrůznějších sdělovacích prostředků - od televize a filmů přes hudbu a časopisy až po počítačové hry a internet. Tento výzkum potvrdil, že vzrůstající sexualizace médií ohrožuje zdravý a přirozený vývoj mládeže, přičemž nejohroženější skupinou jsou dívky.

Závěry jsou takové, že sexualizace má negativní vliv na nejrůznější oblasti, včetně poznávací funkce, fyzického a mentálního zdraví a zdravého sexuálního vývoje. Nezdravý pohled na sexualitu páchá největší škody na mladistvých, jejichž už tak složité dosažení sexuální dospělosti je značně komplikováno povzbuzováním k tomu „být sexy“ bez dobré znalosti tohoto pojmu.

Základem této studie se staly závěry studií předchozích, které uvedly, že děti a adolescenti tráví denně až šest hodin u různých druhů sdělovacích prostředků, přičemž zhruba tři hodiny patří televizi. „Podle zprávy APA se mládež v televizi setkává se světem, který je nepřiměřeně mužský a kde jsou ženské postavy mnohem více než mužské představovány jako atraktivní a provokativní. Podobně umělkyně bývají prezentovány tak, že spíše než jejich schopnosti je představován vzhled, jako by základem jejich úspěchu bylo tělo a sexualita, říká zpráva.“

V oblasti písňových textů APA neposkytla podrobnější studie, avšak na mnoha příkladech ukazuje, že současné populární písně ukazují ženy spíše jako sexuální objekty popisované degradujícím způsobem. K podobným závěrům také došla analýza časopisů pro náctileté. Ty nesou poselství ženy snažit se být atraktivní a upoutat muže.

Podstatná část výzkumů APY se mimochodem věnovala oblasti obchodních produktů a došla k znepokojivým zjištěním. Například si všimla skutečnosti, že výrobky určené dětem a dospívajícím dívkám též podléhají tomuto trendu. Dále, že oblečení a kosmetika pro stále mladší věkové kategorie zdůrazňuje ženskou sexualitu. Dokonce bylo zjištěno, že i panenky pro dívky ve věku 4-8 let bývají oblečeny do provokativních modelů. V oblasti výzkumu reklamy si APA povšimla významné míry sexualizace svůdně pózujících žen pro zlepšení odbytu.

„Všechny tyto vlivy dávají u dívek vzniknout řadě vážných problémů, říká zpráva APA – z nezdravého předávání sexuality pocházejí tři hlavní psychické problémy dívek, tj. poruchy příjmu potravy, sebepodceňování a deprese. Existují též doklady o tom, že tento falešný obraz a z něj pocházející negativní vztah k vlastnímu tělu vedou k pozdějším problémům v sexuální oblasti v dospělosti.“ (Tiskové středisko České biskupské konference, 2007).

11 Analýza videoklipů TV Óčko

K tomu, abych mohla zaujmout vlastní postoj k četnosti, přiměřenosti či nevhodnosti vybraných scén s minimální či naopak vysokou mírou sexuálních motivů ve videoklipech na všemi přístupném hudebním kanálu, jsem učinila pozorování.

S ohledem na vlastní zkušenosti s vysíláním *TV Óčka* jsem vybrala pro pozorování dva dny v týdnu – čtvrtek (26. 3. 2015) a pátek (27. 3. 2015), a to v době od 19:00 do 23:00.

Dny jsem vybrala z důvodu různosti programu tak, aby byla četnost videoklipů co nejvyšší a také proto, aby se jednalo o pozorování ve všední večer pracovního týdne a na druhou stranu o den sice také všední, ale o večer typický uvolněnou zábavou, jíž *TV Óčko* přizpůsobuje obsah playlistu.

Čas jsem vybrala s ohledem na dobu, kdy se již mládež nachází doma a po splnění povinností se může věnovat zábavě. Pozorování jsem účelně o hodinu překročila nad hranici 22. hodiny, která vysílatele omezuje, a to z důvodu takové hypotézy, že bude obsah sexuálně „nabitější“.

Pro potřeby přehlednosti jsem vytvořila dvě tabulky, z nichž každá přesně vystihuje pořadí a název autenticky vysílaných písní v různých pořadech. V pravém sloupci se vždy vyskytují krátce popsané znaky, které jsem v klipech našla a které jsou samozřejmě součástí mé vlastní klasifikace.

Tyto znaky jsou zapsány v případě, že se jedná skutečně o znaky se sexuálním podtextem. Tedy takové, které v klasifikaci odůvodňuji a popisuji u nich, za jakých podmínek na diváka jako sexuální působí. Například barvy jsou vyzdviženy jen tehdy, mají-li v divákovi podpořit účín atraktivních znaků.

Před vlastním pozorováním jsem uskutečnila několik předpokladů, které čerpaly z předchozích zkušeností ohledně hledání příkladů znaků k vlastní klasifikaci a ohledně soukromého sledování *TV Óčko*. Má očekávání byla taková, že celková péče o zevnějšek nevyžadující chirurgický zákrok (péče o nehty, vlasy apod.) bude pro veškeré videoklipy nevyhnutelná a že další typickou záležitostí bude skrovné a atraktivní oblékání protagonistů. Dále jsem očekávala naleznutí většiny mnou vytvořených typů (rolí) osob a míst spojených se sexuálním chováním. U chování jsem očekávala především sexuální chování jednotlivce, s interakcí jsem počítala také, ovšem

s takovou, jejíž intimní ráz se bude zvyšovat s přibývajícím časem. Takové znaky jako např. polibek, svlékání, anebo dokonce kopulační pohyby, pohlavní styk nevyjímaje, jsem očekávala spíše po 22. hodině.

MOJE DESÍTKA – top 10 klipů dle diváka Óčka (19:05 – 19:55)	
Mark Ronson - <i>Uptown Funk</i> ft. Bruno Mars	lovkyně-svůdnice, metrosexuál, doplňky (boty na podpatku, náhrdelníky), oční kontakt, tanec jednotlivce, rychlé auto, taneční klub, barvy (červená a modrá), text (děvka, být žhavý)
Ellie Goulding - <i>Love Me Like You Do</i>	romantička, milovník luxusu, lovec-svůdník, vlastník, dotek, oční kontakt, polibek, rychlé auto, barvy (modrá, bílá, zlatá, růžová), tanec v páru, práce s rty a jazykem, sebesvlékání, svlékání, text (chtít se dotýkat, milovat se)
Ed Sheeran – <i>Thinking Out Loud</i>	romantička, volné splývavé oblečení, spodní prádlo, dotek, tanec v páru, barvy (červená), text (miláčku, zlato, dotyk, políbit)
Magic- <i>Rude</i>	romantička, rebel, vlastník, oblečení–miniatury
David Guetta - <i>Dangerous</i> ft Sam Martin	sportovec, fanyнка, závodní dráha, oblečení s výřezy, upnuté oblečení, oblečení–miniatury, doplňky (boty na podpatku), atraktivní chůze, rychlé auto, barvy (červená, zlatá)

Lipo – <i>Kruhy</i>	
John legend - <i>All Of Me</i>	polibek, koupelna, ložnice, plavky, rafinované obnažení, dotek, barvy (šedá)
Atmo – <i>Andělé</i>	
Sigma - <i>Nobody To Love</i>	rebelka, pláž, moře, průhledné oblečení, oblečení-miniatury, tanec jednotlivce, plavky, rychlé auto
Atmo- <i>Polety</i>	
ÓČKO HITY (19: 55 – 20:00)	
One Direction – <i>Steal My Girl</i>	metrosexuál, tetování
CZ&SK – české a slovenské klipy (20:00 – 21:00)	
Martin Harich – <i>Cakam, Co Sa Stane</i>	polibek
David Koller – <i>Ani Ty Ani Já</i>	
Jelen – <i>Magdaléna</i>	
Smrtislav – <i>V Noci Se Mi Zdálo</i>	rebel, lumbersexuál, pohled, spodní prádlo, úplná nahota (rozmazaná), tetování, práce s rty a jazykem
Nightwork – <i>Tepláky</i>	samolibec, lovkyně-svědnice, rychlé auto, taneční klub, tanec, text (sexy, kočko)
Dara Rolins – <i>Změna Má Príst'</i>	milovnice luxusu, upnuté oblečení, oblečení-miniatury, kostým, oblečení s výstřihy a výřezy, doplňky (boty na podpatku, šperky), tanec jednotlivce, posilování, dotek, barvy (černá, stříbrná)

Ego – <i>Nezávislost</i>	rebel, párty, rychlé auto, barvy (červená)
TataBojs – <i>Virtuální Duet</i>	
XindlX – <i>V Blbým Věku</i>	oblečení – miniatury
Nebe – <i>Padáky</i>	
Mandrage – <i>Šrouby A Matice</i>	ložnice, dotek, párty, bazén, plavky, polibek, tanec, oční kontakt, svlékání, pohyby připomínající kopulační
Imodium – <i>Valerie</i>	rebel
MILLENNIUM – největší hity nového milénia (21:00 – 21:45)	
Eddie Stoilow – <i>Floating</i>	barva (černá)
Robbie Williams – <i>Tripping</i>	kostýmky ,oblečení-miniatury, tetování, polibek (homosexuální)
Pink – <i>Just Like A Pill</i>	rebelka, domina, rebel, dotyk, oblečení s výstřihy, jiné krycí prostředky, spodní prádlo, oblečení-miniatury, doplňky(boty na podpatku), odhalená hrud', tetování, sebedotýkání, dotek, záběr na ňadra, pohyby napodobující kopulační pohyby, barva (černá), text (děvka)
Óčkostars – <i>Ty Jsi Jako Já</i>	
30 Seconds To Mars – <i>A Beautiful Lie</i>	
Mando Diao – <i>Dance With Somebody</i>	
Peter Bjorn & John - <i>Young Folks</i>	

Rihanna ft Jay-Z – <i>Umbrella</i>	oblečení-miniatury, kostýmky, záměrné obnažení, doplňky (rukavičky, boty na podpatku), tanec jednotlivce, pohled, sebedotýkání, práce s rty, barva (černá)
LIMUZÍNA – rozhovor s celebritou: Daniela Šinkorová (21:45 – 22:00)	
SIMPLY THE BEST – největší hity všech dob (22:00 – 23:00)	
Will.i.am. – <i>Scream & Shout</i> ft. Britney pears	lovkyně-svědčyně, oblečení-miniatury, upnuté oblečení, doplňky (boty na podpatku, šperky)
Katy Perry – <i>Unconditionally</i>	milovnice luxusu, romantička, doplňky (boty na podpatku, šperky), odhalená hrud', oční kontakt, pohled, sebedotýkání, dotek, tanec v páru, divoké zvíře
New Kids On The Block – <i>Step By Step</i> Glen Hansad & Markéta Irglová – <i>Falling Slowly</i>	
Bruno Mars – <i>It Will Rain</i>	oblečení-miniatury, tetování, polibek,
Beyoncé – <i>Run The World</i>	domina, lovkyně-svědčynice, oblečení-miniatury, spodní prádlo, oblečení s výstřihy, doplňky (šperky, boty na podpatku, kožešinový šál), tanec jednotlivce, pohled, práce s rty a jazykem, pohyby připomínají kopulační, divoké zvíře
Mika – <i>We Are Golden</i>	spodní prádlo, odhalená hrud', tanec

Depeche Mode – <i>Enjoy The Silence</i> U2 – <i>Pride</i>	jednotlivce
Nicky Minaj – <i>Va Va Voom</i>	naivka, milovnice luxusu, oblečení s výřezy, kostýmky, upnuté oblečení, dotek, tanec jednotlivce, práce se rty, sebedotýkání, pohyby napodobující kopulační, divoké zvíře, text (vzrušení)

Tabulka 2 Analýza vysílání TV Óčko - 26. 3. 2015

MOJE DESÍTKA – top 10 klipů dle diváka Óčka (19:05 – 19:55)	
Justin Timberlake - <i>Mirrors</i>	ložnice, spodní prádlo, kostým, doplňky (boty na podpatku), polibek, tanec, pohyby připomínající kopulační
Nickelback - <i>Lullaby</i>	barva (černá)
One Republic - <i>Love Runs Out</i> Imagine Dragons - <i>Radioactive</i> Linkin Park - <i>Lost In The Echo</i>	
Charli XCX ft. Rita Ora - <i>Doing It</i>	rebelka, naivka, oblečení-miniatury, kostýmy, doplňky (boty na podpatku, chlupatý šál, šperky), uniforma, tetování, tanec jedince, práce s rty a jazykem, sebedotýkání, pohyby připomínající kopulační, rychlé auto, barva (růžová), peníze

Maroon 5 - <i>This Love</i>	polibek, tetování, spodní prádlo, záměrné obnažení, dotek, sex (vyjádřen implicitně)
Ellie Goulding - <i>Love Me Like You Do</i>	romantička, milovník luxusu, lovec-svůdník, vlastník, dotek, oční kontakt, polibek, rychlé auto, barvy (modrá, bílá, zlatá, růžová), tanec v páru, práce s rty a jazykem, sebesvlékání, svlékání, text (chtít se dotýkat, milovat se)
Hozier - <i>Take Me To Church</i>	ložnice, polibek (homosexuální), barva (šedá), text (milénka)
Linkin Park – <i>Until It's Gone</i>	
ÓČKO HITY (19: 55 – 20:00)	
Taylor Swift – <i>Blank Space</i>	milovnice luxusu, domina, lovkyně-svůdnice, milovník luxusu, oblečení-miniatury, spodní prádlo, doplňky (boty na podpatku, šperky, kožesinový šál), oční kontakt, práce s rty a jazykem, polibek, rychlé auto
CZ&SK – české a slovenské klipy (20:00 – 21:00)	
David Koller – <i>Ani Ty Ani Já</i> Aneta Langerová – <i>Tráva</i>	
J.A.R. – <i>Doufám</i>	pohlavní styk (mezi loutkami)
Johny Machette – <i>Spasitelé</i>	samolibec, lovkyně-svůdnice, ložnice, spodní prádlo, kostýmky, rychlé auto, peníze
Monika Bagárová – <i>Never Had</i>	rebel, milovnice luxusu, spodní prádlo,

Tomáš Klus – <i>Noe</i>	rychlé auto, práce s rty
Slza – <i>Celibát</i>	romantička, milovnice luxusu, spodní prádlo, oblečení s výstřihy, ložnice, barvy (zlatá, modrá)
Jaro Smejkal – <i>Everlasting Love</i>	drsňák, rebel, lovkyně-svůdnice, tetování, piercing, sebedotýkání, dotek, práce s rty, polibek (homosexuální a heterosexuální)
Adam Ďurica – <i>Mandolína</i>	piercing
Ewa Farna – <i>Z nálezů A Krás</i>	doplňky (boty na podpatku)
J. Kirschner ft Jelen – <i>Co Bylo Dál</i>	
MILLENNIUM PÁRTY – taneční hity nového milénia (21:00 – 21:45)	
The Underdog Project – <i>Summer Jam</i>	drsňák, sportovec, sportovkyně, ulice, moře, pláž, odhalená hrud', plavky, sport, posilování, záběr na ňadra
David Guetta – <i>Love Don't Let Me Go</i>	oblečení-miniatury, odhalená hrud', tanec jednotlivce, dotek, tanec v páru
Sonique – <i>Alive</i>	lovkyně-svůdnice, domina, ložnice, bazén, oblečení-miniatury, doplňky (boty na podpatku), kostýmky, plavky, tetování, piercing, sebedotýkání, dotek, tanec
Lady Gaga – <i>Bad Romance</i>	domina, milovnice luxusu, lovec-svůdník, vlastník, spodní prádlo, upnuté

	<p>oblečení, doplňky (boty na podpatku, šperky), průhledné oblečení, jiné krycí prostředky, záměrné obnažení, kostýmky, tetování, tanec jednotlivce, pohled, oční kontakt, pohyby připomínající kopulační, sebedotýkání, barvy (černá, bílá)</p>
<p>Michael Grey – <i>The Weekend</i></p>	<p>domina, lovkyně-svůdnice, spodní prádlo, oblečení s výstřihy, oblečení-miniatury, doplňky (boty na podpatku), spodní prádlo, piercing, způsob chůze, sebesvlékání, tanec jednotlivce, pohyby připomínající kopulační, práce s rty</p>
<p>Bob Sinclar – <i>Sound Of Freedom</i></p>	<p>tanec jednotlivce</p>
<p>Atb – <i>Believe In Me</i></p>	<p>ložnice, moře, pláž, splývavé oblečení, spodní prádlo, dotek, barva (černá, bílá)</p>
<p>Paul Van Dyk – <i>For An Angel</i></p>	<p>noční velkoměsto, koncertní sál</p>
<p>Chicane ft Tom Jones – <i>Stoned In Love</i></p>	<p>lovkyně-svůdnice, bazén, gangster, oblečení-miniatury, doplňky (boty na podpatku), uniforma, sebedotýkání, tanec jednotlivce, práce s rty, rychlé auto, peníze</p>
<p>The Chemical Brothers – <i>Hey Boy, Hey Girl</i> The Supermen Lovers & Mani Hoffman – <i>Starlight</i></p>	

Scissor Sisters – <i>Five With Five</i>	noční velkoměsto
PARTY RIDE – dance music pro všechny (22:00 – 23:00)	
Ellie Goulding ft Calvin Harris – <i>Outside</i>	oblečení-miniatury
Tough Love – <i>So Freaking Tight</i>	samolibec, bazén, plavky, tanec jednotlivce, práce s rty a jazykem, sebedotýkání, dotyk, pohyby připomínající kopulační,
David Guetta ft Emeli Sandé – <i>What I Did For Love</i>	moře, pláž, plavky, tanec jednotlivce, polibek, barva (fialová)
Axwell & Ingrosso – <i>On My Way</i>	drsňák, sportovec, samolibec, ulice, závodní dráha, sport, posilování, rychlé auto
Tiesto ft Matthew Koma – <i>Wasted</i>	bazén, tanec jednotlivce, sebesvlékání, spodní prádlo, plavky
Ed Sheeran ft Rudimental – <i>Bloodstream</i>	milovník luxusu, naivka, ložnice, oblečení-miniatury, doplňky (boty na podpatku), spodní prádlo, kostýmky, dotek, text (milenka)
Blonde ft Melissa Steal – <i>I Loved You</i>	rebelka, oblečení-miniatury, oblečení s výřezy, polibek, sebesvlékání, záměrná nahota
Mark Solveig ft GTA – <i>Intoxicated</i>	koupelna, kostýmky, doplňky (šperky, boty na podpatku), oblečení s výstřihy, piercing
Nicky Romero & Anouk – <i>Feet On The Ground</i>	ložnice, spodní prádlo, sebedotýkání

mmet Ozcan – <i>Smash</i>	práce s rty a jazykem
Dimitri Vegas & Like Mike vs. W&W – <i>Waves</i>	fanynky, kostýmky, práce s rty, odhalená hrud'
Avicii – <i>Lay Me Down</i>	koncertní sál
Duck Sauce - <i>NRG</i>	sportovkyně, sport, posilování, kostýmky, záběr na pozadí a rozkrok

Tabulka 3 Analýza vysílání TV Óčko - 27. 3. 2015

11.1 Výsledky pozorování

S přihlédnutím na stanovené hypotézy se mé očekávání převážně naplnilo, ovšem zčásti realita překonala mé očekávání, a to v negativním smyslu.

Péče o vzhled je naprosto přirozenou účelnou záležitostí, a proto jsem tyto znaky ani nevypisovala. Nalakované nehty, pevná pokožka, anebo třeba důraz na delší hustší ženský účes jsou naprostou samozřejmostí. Spodní prádlo či miniaturní kousky oblečení jsou pro tvůrce videoklipu typickou částí ženského denního šatníku.

Z výsledků si můžeme všimnout častého výskytu jak dotyků, tak sebedotýkání, dále tance jak jednotlivce, tak páru. Byla nalezena většina typů osob i míst.

Pro mne překvapující byl ovšem fakt, že takové znaky, jako jsou krycí prostředky (pouhé zakrytí ženských bradavek), kopulační pohyby (jednotlivce i více osob), polibek (heterosexuální i homosexuální), ale i náznak pohlavního styku (pochopitelný ze záběrů jiných částí těla) nejsou vůbec zařazeny po 22. hodině, ale do běžného denního vysílání. Jakousi „cenzuru“ jsem našla pouze v písni skupiny Smrtislav, kde bylo zamlženo ženské poprsí, které je v původním videoklipu zcela odhaleno.

11.2 Reakce na výsledky pozorování

„Potenciálně nebezpečných obsahů, které jsou z pohledu daného ustanovení vyhodnocovány, je celá řada. Může jít o obsahy ztvárňující naturalistické násilí (mučení, vraždění), explicitní sexuální scény či například zobrazování nebezpečného chování způsobem, který takové chování heroizuje a pro děti může mít inspirativní až návodný charakter. Úkolem analytiků Rady není pouze popis a rozbor škodlivých scén, ale zejména analýza potenciálních negativních dopadů na děti. Analýzy pořadů (obchodních sdělení) obsahují rozbor možných předpokládaných následků, a to včetně identifikace skupin diváků, u nichž tyto následky lze očekávat (podle věku dítěte; podle sociálního prostředí, v němž dítě vyrůstá; podle vrozených dispozic dítěte apod.)“ (děti a média, 2015).

Po shromáždění nalezených znaků vyvozují, že pokud není do desáté večerní hodiny zobrazení implicitní (jak je i výše popsáno), tzn. pokud se nejedná o nahotu úplnou (např. zcela odhalené poprsí) či o záběr přímo ukazující pohlavní styk (ne záběr na jinou část těla, která na vykonávání této činnosti přesně poukazuje), není důvod videoklip s tímto zobrazením neodvysílat.

Divák nemůže mít námitky, podle Rady je vše v pořádku a nehrozí negativní vliv na děti a mládež – tedy ohrožení fyzického, psychického nebo mravního vývoje dětí a mladistvých.

Bohužel si však dle mého úsudku Rada jaksi sama sobě odporuje. Jejich prací má být rozbor možných následků či negativních dopadů pořadů (včetně identifikace) na děti a mládež. Ohrozit však podle Rady tuto skupinu diváků mohou jen explicitní scény. Můj názor je však takový, že i scény „sexu bez sexu“ atd. mohou mít téměř stejný dopad.

11.3 Vlastní doporučení

Již bylo řečeno, že nejen televize, ale média obecně jsou výrazným ovlivňujícím faktorem dětí a mládeže. Mají vliv na pojetí fungování světa, ale i na fungování sebe sama v něm. V tomto ohledu, tedy z hlediska přípravy na život, je tím nejvýznamnějším obdobím období dospívání, specificky věk od 11 do 15 let.

V tomto období dochází k hlubšímu uvědomování sebe sama a formování osobní i sociální identity jedince, jsou modifikovány všechny složky osobnosti. Důležité události, pocity a zkušenosti z tohoto období obvykle nikdy nezapomene a nese si je v mysli a pocitech po celý život. Důležitá je vlastní zkušenost. Z těchto důvodů je důležitá kontrola faktorů, které mohou mladého člověka celoživotně ovlivnit v pozitivním i negativním smyslu (DUHA, 2013).

Právě v mládí se formují základní budoucí sexuální postoje a možné chyby ve výchově mohou mít následky. Právoplatně vznikají obavy z předčasné erotizace v důsledku vlivu nových informačních kanálů. Dnešní mládež dostává ve srovnání s předchozí generací mnohem více sexuálních informací a naneštěstí i dezinformací (Weiss, 2010).

Jedním z negativních dopadů ohledně sexuálních motivů je podle mě tedy předčasná erotizace, tedy ukazování takových motivů, na které by měly mít děti ještě času dost, a druhým je neustálé působení takových zobrazení mužů a žen, která je nutí k sebepodceňování a snaze o přiblížení se společenskému ideálu krásy a přitažlivosti.

Těmto dopadům se sice snaží RTV zabránit, ovšem ne vinou svou, ale vinou neustálého zvyšování benevolence společnosti, jim, dle mého úsudku, nedokáže zabránit úplně. A proto by měli na druhém místě fungovat rodiče, kteří by měli sledovat, na co se jejich děti dívají a kteří by měli o sledovaném diskutovat a předávat dětem reálné zkušenosti a pohledy na věc. Na třetím místě potom stojí pedagog, který by měl v rámci výuky (např. během sexuální či mediální výchovy) s dětmi komunikovat s ohledem na vliv všudypřítomných médií.

Z výsledků svého pozorování chci rodičům, pedagogům, ale i ostatním dospělým, kteří mohou usměrnit sexuální vývoj dětí a mládeže, doporučit, aby děti a mládež dokázali probrat především z dokonalého světa polonahých modelek a modelů. Dále by děti a mládež měly pochopit, že sexuální chování (líbání, erotické dotyky, ale i různé sexuální praktiky) nemá být součástí veřejného života, ale soukromého.

Specifikem videoklipu je přítomnost osoby-celebrity-hvězdy-idolu, se kterou se mladí lidé chtějí identifikovat. Nejen zjev, ale i jednání (touto prací popsané jako často sexuálně motivující) považují za obdivné, vrstevníky uznávané, a hlavně přirozené, bohužel pro běžný život nestandardní. Videoklip určený mladému publiku bych popsala jako příjemný útěk do ideální reality. Důležitý je však návrat zpět, ke kterému musíme dětem a mládeži pomoci.

12 ZÁVĚR

Téma zobrazování nahoty a erotických motivů jsem již od počátku považovala za neotřelé a atraktivní. Jeho volbu ovlivnila má bakalářská práce, která se zabývala stejnými motivy, ovšem používanými v televizní reklamě. Očekávala jsem podobná zjištění, ovšem počítala jsem se ztíženou analýzou v závislosti na značně širší časový úsek tohoto média společně se světovým záběrem zkoumaných videoklipů.

Zároveň se zvýšeným záběrem jak časovým, tak množstevním, se však zvýšil rozptyl sexuálních znaků, které jsem mohla hledat a zkoumat. Tomuto vyššímu záběru jsem tedy i přizpůsobila mnou sestavenou kategorizaci. Videoklip je na rozdíl od reklamy laicky řečeno již „krátký film“. Osoby v něm vystupující v něm zaujmají určitou roli, kterou po shlédnutí videoklipu dokážeme definovat. Několikaminutová časomíra navíc poskytuje vyšší míru využití prostředí, které v jakýchkoliv prezentujících záběrech hraje významnou roli. Dalším rozšiřujícím prvkem je vyšší počet osob v něm vystupujících, jejich stylová rozrůzněnost. Jejich jednání navíc není směřováno k výslednému zaměření na produkt, ale na sledování chování jedinců a na pocity, které mají diváka a zároveň posluchače během sledování doprovázet.

Přiznávám, že jsem do této práce přicházela s přece jen zkušenějším pohledem v důsledku podobnosti tematiky diplomové práce s bakalářskou, a proto se můj pohled na téma v průběhu práce téměř neměnil, spíše jen potvrdil v mých osobních hypotézách. Jen jsem se přesvědčila o tom, že jsou sexuální motivy zobrazovány velmi zhusta a že jsou tyto motivy brány jako naprostá samozřejmost dnešní doby. I ve videoklipu jsou tato zobrazení natolik častá, že je vnímáme jako běžná. Ve výsledku tedy za sexuálně působící považujeme jen ta nejexplicitnější. Tedy prostě „sex prodává“, platí nejen pro reklamu, ale i zde.

V části, ve které jsem se pokusila o multimodální sémiotickou analýzu a vlastní kategorizaci sexuálních znaků v hudebním videoklipu, jsem se inspirovala zejména kategorizací vlastní, kterou jsem vytvořila v bakalářské práci a která byla opřena o kategorizaci sexuálních znaků v tištěné reklamě, kterou publikovala ve své knize Lenka Nejezchlebová. O svou „bakalářskou kategorizaci“ jsem se tedy v základech opřela, ale musela jsem ji v značném množství modifikovat, aby byla originální a aby kopírovala individualitu média jménem videoklip.

Při tvorbě vlastní klasifikace jsem kromě literatury a předchozí klasifikace vycházela především z pozorování hudebního videoklipu na hudební televizi *Óčko* a vlastních názorů na problematiku. Přitom jsem se snažila o to, aby se názory v klasifikaci nezdály jako individuálně zabarvené. I když se tedy v klasifikaci opakují interpreti, není jejich volba dílem vlastní oblíbenosti, ale je závislá na pohledu na jejich popularitu v dnešním hudebním průmyslu a také na četnosti zobrazování daných videoklipů v hudební televizi..

Jak už bylo řečeno, ke každé kategorii sexuálních znaků jsem se pokusila nalézt adekvátní příklad, který pochází právě z vlastnoručně vybraného videoklipu jednoho ze světových populárních umělců. Z něj jsem potom vybrala snímek, ve kterém se popsáný znak nachází a v němž má právě funkci sexuální, ne jinou. Videoklipy ne jiných než populárních, tedy častěji na volně dostupných hudebních televizích prezentovaných umělců, jsem vybrala proto, aby měl čtenář práce možnost se nad zmíněným videoklipem zamyslet a vyhledat jej v paměti či dokonce na internetu, ale hlavně proto, aby pro něj bylo čtení znaků v již viděných videoklipech jednodušší.

Po tom, co jsem zpracovala téma videoklipu jako média obecně a potom, co jsem vytvořila vlastní klasifikaci a znaky pro ni charakteristické jsem analyzovala, jsem se také zabývala vlastním pozorováním autentického vysílání *TV Óčko*. To proto, abych dokázala vyvodit závěry vzhledem k četnosti a explicitě mnou vyvozených znaků a později dospělé veřejnosti předala mé názory na vhodnost či nevhodnost tematiky. Další částí, kterou jsem zkoumala, je regulace televizního média v Česku a novinky v legislativě ohledně této problematiky. Také jsem se zabývala důsledky vlivu sexuálních motivů na děti a mládež, přičemž jsem výsledky výzkumů, které jsou popsány v mé bakalářské práci, jen shrnula, ale neopakovala. Výzkumy zabývající se vlivy sexuálních motivů v televizi na děti a mládež jen potvrzují, že jsou dospívající nuceni k předčasné erotizaci a přehnaně atraktivnímu chování.

Sex v médiích, v televizním vysílání především, je obecně ve spojení s dětmi a mládeží velice ožehavým tématem. Dospělým lidem sexuální znaky přirozeně příliš nevadí, jelikož mají vlastní zkušenosti a již upevněné hodnoty, které se dají výrazně ovlivnit jen stěží. Pohled na tyto znaky je však mnohem přísnější tehdy, pokud jsou předloženy dětem. Při pohledu na sexuální znak jej pak nehodnotí jen vzhledem k osobě vlastní, ale také ve vztahu k dětem, které musí vychovávat k správnému postoji k životu.

Můj postoj k sexuálním znakům v médiích se od postoje zaujatého po vytvoření bakalářské práce nezměnil. Nezavrhují je. Krása, přitažlivost, láska, kontakt mezi mužem a ženou – to vše jsou vlastnosti a druhy chování, které chce mít každý z nás a které nám zpříjemňují život. Proto by k nim měly mít děti a mládež postoj reálný, ne nucený vyumělkovaným a přehnaným světem showbyznysu. Vzhledem k vlivu nahoty a erotických motivů v televizi je tomu tak, že zákonem daná regulace chrání děti a mládež před explicitním zobrazením, ne implicitním. Hranice mezi explicitou a implicitou je však dle mého úsudku tenká a hlavně častokrát neodhadnutá dobře.

13 RESUMÉ

This thesis deals with the display of nudity, sex and the other sexual motives showed in music videos. It is divided into several sections, where I describe the topic. The main part deals with the model for the classification of sexual content in music videos. The introduction explains the concepts, which are associated with the music videos and semiotics. There is also described the history of the music video from the beginning of synchronization video and audio component to the present. Then I describe a history of using sex symbols in Czech cinematography. There are also terms as sexuality, sex, eroticism and pornography explained. Thesis deals also with the gender situation in the sexual themes in the music video. It was also examined the objectification of both sexes in music videos.

Another chapter is devoted to self-classification of sexual themes in the music video. It's divided into several parts, which are then divided and sorted again. It's made a multimodal semiotic analysis of all categories and selected music videos, which were assigned to individual categories. For example of sexual motives were selected the music videos of popular international artists, which were showed in recent years in the Czech Republic. From each music video there was chosen a picture that displays the emblem prominently.

In connection with the examined topic, there is a part, which is devoted to the regulation of television broadcasting in the Czech Republic and the influence of media on children and youth. There is also noted my own observation of music videos on TV Očko, results from observation and conclusions.

14 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literatura

AUSTERLITZ, Saul. *Money for nothing: A history of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. London: Continuum International Publishing Group, 2008. 268 s. ISBN 978-0745315126

CVIKOVÁ, Jana a JURÁŇOVÁ Jana. *Rodové stereotypy a ich dôsledky: ružový a modrý svet, Občan a demokracia*, 1. vyd., Bratislava: Aspekt, 2003. 290 s. ISBN 80-98140-02.05

BRUNO, Tiziana a ADAMCZYK, Gregor. *Řeč těla: jak neverbálně působit na druhé a rozumět řeči těla*. Praha: Grada, 2005. 109 s. ISBN 80-247-1313-6

DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: Portál, 2002. 159 s. ISBN 80-7178-566-0

GRONEMEYER, Andrea. *Film*. 1. Vyd. Brno: Computer Press, 2004, 192 s. ISBN 8-251-0209-2

KOMÁRKOVÁ, Olga. *Genderové stereotypy v reklamních textech*, Praha: Karlova univerzita, Filosofická fakulta, 2006. 214 s. ISBN 80-7308-148-2

GRONEMEYER, Andrea. *Film*. 1. Vyd. Brno: Computer Press, 2004, 192 s. ISBN 8-251-0209-2

JANDOUREK, Jan. *Průvodce sociologií*. 1. Vyd. Praha: Grada, 2008, 208 s. ISBN 978-80-247-2397-6

KOTEK, Josef. *Dějiny české populární hudby a zpěvu /1918-1968/*. 1. vyd. Praha: Academia, 1998, 378 s. ISBN 80-200.0634

LEWIS, David. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publ. a East Publ., 1998. 229 s. ISBN 80-85605-49-X.

MAIXNEROVÁ, Marie. *Možnosti a limity sémiotické analýzy pro rozbor hudebních videoklipů*, Olomouc, 2014, 127 s. Diplomová práce na Fakultě filozofické Univerzity Palackého na Katedře divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Doc. Mgr. Zdeněk Hudec Ph.D.

MARUŠKOVÁ, Tereza. *Hudební videoklip v době nových médií*, Brno, 2013, 67 s. Bakalářská diplomová práce na Fakultě filozofické Univerzity Masarykovy na Ústavu hudební kultury. Vedoucí bakalářské diplomové práce Mgr. Martin Flašar, Ph.D.

NAKONEČNÝ, Milan. *Encyklopedie obecné psychologie. 2., rozš. vyd.* Praha: Academia, 1997. 437 s. ISBN 80-200-0625-7.

NEJEZCHLEBOVÁ, Lenka. *Sex v reklamě*. 1. vyd. Liberec: Bor, 2010. 158 s. ISBN 978-80-86807-88-1

NELEŠOVSKÁ, Alena. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi: význam komunikace, vztah učitele k žákovi, komunikace ve škole, ukázky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 171 s. ISBN 80-247-0738-1

POLEDŇÁK, Ivan. *Úvod do problematiky hudby jazzového okruhu*. 2. vyd., Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 231 s. ISBN 80-244-1256-X

RENZETTI, Claire a CURRAN, Daniel. *Ženy, muži a společnost*, 1. vyd., Praha: Karolinum, 2003. 642 s. ISBN 80.246-0625-2

RUEDE – WISSMANN, Wolf. *Satanské metody vyjednávání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 235 s. ISBN 978-80-247-3741-6

THOMPSONOVÁ, Kristin a BORDWELL, David. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. 2., opr. vyd. Praha: Akademie múzických umění, 2011. 827 s. ISBN 978-80-7331-207-7

TOSCANI, Oliviero. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha: Slovart, 1996. 173 s. ISBN 80-85871-82-3

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

SHORE, Michael. *The Rolling Stone Book of Rock Video*. Minneapolis: Quill, 1984, 319 s. ISBN 978-068803039165

SKÝPALOVÁ, Lucie. *Zobrazování nahoty a erotických motivů v televizní reklamě*, Plzeň, 2013, 86 s. Bakalářská práce na Fakultě pedagogické Západočeské univerzity na Katedře výtvarné kultury. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Jan Mašek Ph.D.

STEINOCHEROVÁ, Lucie. *Videoklip jako fenomén MTV: Umění či komerce?*, Brno, 2011, 55 s. Bakalářská diplomová práce na Fakultě filozofické Univerzity Masarykovy na Ústavu hudební kultury. Vedoucí bakalářské diplomové práce Mgr. Martin Flašar, Ph.D.

SZCZEPANIK Petr. Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.

ŠAŠEK, Filip. *Současný videoklip a jeho výrazové prostředky*, Brno, 2009, 59 s. Bakalářská diplomová práce na Fakultě sociálních studií Univerzity Masarykovy. Vedoucí bakalářské diplomové práce Mgr. Jakub Macek.

UHŘÍK, Jan. *Počátky hudebního klipu v Čechách v období 50. – 60. let 20. století*, Brno, 2012, 42 s. Bakalářská diplomová práce na Fakultě filozofické Univerzity Masarykovy na Ústavu hudební kultury. Vedoucí bakalářské diplomové práce Mgr. Martin Flašar, Ph.D.

VESELÝ, Hubert. *Fyzická přitažlivost lidského obličeje*, Brno, 2006. 58 s. Bakalářská práce na Fakultě přírodovědecké Univerzity Masarykovy na Ústavu antropologie. Vedoucí bakalářské práce RNDr. Miroslav Králík, Ph.D.

VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Psychologie reklamy: nové trendy a poznatky*. 3. , rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2007. 294 s. ISBN 978-80-247-2196-5

ZDEŇKOVÁ, Nikola. *Populární hudba a generové videoklipy*, České Budějovice, 2013, 55 s. Bakalářská diplomová práce na Fakultě pedagogické Jihočeské univerzity na Katedře společenských věd. Vedoucí bakalářské diplomové práce Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

Internetové zdroje

30 let legendární stanice MTV In: *Novinky.cz* [online]. 01.08.2011. © 2003–2015 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/veda-skoly/historie/240509-30-let-legendarni-stanice-mtv.html>

ATO připravuje labelling, testuje ho už ČT. In: *MEDIAGURU* [online]. 15.10.2014. © 2015 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/aktuality/ato-pripravuje-labelling-testuje-ho-uz-ct/#.VR6MI_msVgI

AUST, Ondřej. Hranice pro závadné pořady se zřejmě posune z 22. na 20. hodinu. In: *MÉDIÁŘ* [online]. 15.01.2015. © 2011-2014 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/hranice-22-hodiny-pro-zavadne-porady-se-zrejme-rozvolni/>

Barvy-jejich význam a působení na člověka. In: *Převážně cestovatelský blog* [online]. 15.11.2010. © 2015 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://blog.veruce.cz/psychologie/barvy-jejich-vyznam-a-pusobeni-na-cloveka/>

CARLSSON, Swen, E. Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images?: Perspective on Music Video Analysis. In: *FilmSound.org* [online]. [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: http://filmsound.org/what_is_music_video/

FENCLOVÁ, Marta. Co nás dělá pro opačné pohlaví sexy? In: *Ženy.cz* [online]. 22.08.2014. © 2015 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z:<http://zeny.e15.cz/clanek/sex-a-vztahy/co-nas-dela-pro-opacne-pohlavi-sexy>

HOFMANOVÁ, Vratislava. Naučme se číst v očích. Je to zábavné i poučné. In: *i60.cz* [online]. 03. 04. 2014. © 2015 [cit. 2014-12-26]. Dostupné z:
http://www.i60.cz/clanek_879_naucme-se-cist-z-oci-je-to-zabavne-i-

HRABALÍK, Petr. Historie českého hudebního klipu do r. 1989 In: *Ceskatelevize.cz* [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z:
<http://www.ceskatelevize.cz/specialy/bigbit/clanky/187-historie-ceskoslovenskeho-hudebniho-klipu-do-r-1989/>

Která barva vlasů nejvíc sexuálně přitahuje? In: *Doma.cz* [online]. 23.10.2011. © 2012 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z:<http://doma.nova.cz/clanek/laskaasex/ktera-barva-vlasu-nejvic-sexualne-pritahuje.html>

Labelling na programech české televize. In: *děti a média* [online]. 10.10.2014. © 2015 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: http://www.detiamedia.cz/art/2059/labelling-na-programech-ceske-televize.htm?page_idx=0

LAUŠ, Jan. Erotika ve filmu: Od mravních zásad přes cenzuru až k rozbouřenému moři I. In: *film a video* [online]. 14.05.2013. © 2011-2015 [cit. 2014-12-12]. Dostupné z:
<http://www.filmavideo.cz/index.php/za-poznanim/455-erotika-ve-filmu>

Líbí se vám? Možná za to může „sexy“ hlas In: *Hospodářské noviny*[online]. 18.07.2008. © 1996-2015 [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://zahranicni.ihned.cz/c1-26016670-libi-se-vam-mozna-za-to-muze-sexy-hlas>

MAIXNER, Mary. Audiovizuální poezie nebo komerční salát obrazů. In: *25fps.cz* [online]. 25.06.2011^a. © 2012 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z:
<http://25fps.cz/2011/audiovizualni-poezie-nebo-komercni-salat-obrazu/>

MAIXNER, Mary. Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. In: *25fps.cz* [online]. 25.06.2011^b. © 2012 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: <http://25fps.cz/2011/peeters/>

MAJEROVÁ, Jana. Dlouhé, nebo krátké? Jaké vlasy jsou víc sexy? In: *forexample* [online]. 15.6.2010. © 2011 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <http://forexample.cz/view.php?navezclanku=dlouhe-nebo-kratke-jake-vlasy-jsou-vic-sexy&cislocclanku=2010060022>

Moderní tance. In: *HDC taneční centrum* [online]. 22.03.2013. © 2003–2015 [cit. 2015-1-24]. Dostupné z: <https://www.hdc.cz/tanecni-styly>

NEDĚLA, Jiří. Videoklip vs. avantgarda. In: *25fps.cz* [online]. 25.09.2007. © 2012 [cit. 2014-10-10]. Dostupné z: <http://25fps.cz/2007/videoklip-vs-avantgarda/>

NEDĚLA, Jiří. Videoklip vs. Avantgarda. In: *25fps.cz* [online]. 25.10.2007. © 2012 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://25fps.cz/2007/videoklip-vs-avantgarda/>

Nikolaj Andrejevič Rimskij-Korsakov. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 28.02.2015 © 2001- 2015 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Nikolaj_Andrejevi%C4%8D_Rimskij-Korsakov

Nizozemský systém Kijkwijzer má (zleva) symboly pro věkovou přístupnost a pak označení scén násilí, strachu, explicitně sexuální výjevy, diskriminující chování, používání drog a slovní vulgarismy. In: *MÉDIÁŘ* [online]. © 2011 - 2014. [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zpravy/kozel-ktery-netrka>

Óčko. In: *mediální skupina mafra* [online]. © 2014 [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra_all%5Ccs_produkty-a-sluzby_ocko.htm

Óčko. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 03.02.2015 © 2001- 2015 [cit. 2014-12-08]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/%C3%93%C4%8Dko>

Ohrožení fyzického, psychického a mravního vývoje. In: *Děti a média* [online]. © 2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://www.detiamedia.cz/art/1478/ohrozeni-fyzickeho-psychickeho-a-mravniho-vyvoje.htm>

Počítač pozná, zda je žena sexy, nebo ne. In: *Technet.cz* [online]. 17.04.2008. © 1999-2015 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/pocitac-pozna-zda-je-zena-sexy-nebo-ne-dwt-/software.aspx?c=A080417_154347_software_vse

Provokativní tanec twerk, kde hlavní roli hraje ženské pozadí. In: *OnaDnes.cz* [online]. 05.06.2014. © 1999–2015 [cit. 2015-1-24]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/provokativni-tanec-twerk-0yq/dieta.aspx?c=A140604_110219_dieta_pet

Redesign Tv Óčko (a nové logo Pětky) In: *font* [online]. 04.10.2012. © 1991-2015 [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: www.font.cz/logo/redesign-tv-ocko-a-nove-logo-petky.html

Sexualizace médií má katastrofální dopad na dospívající. In: *Tiskové středisko České biskupské konference* [online]. 28.02.2007 © 2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://tisk.cirkev.cz/ze-zahranici/sexualizace-medii-ma-katastrofalni-dopad-na-dospivajici-divky/>

Sexy hlas: Co je na mužích přitažlivé? In: *Žena.cz* [online]. 28.01.2012. © 1999-2015 [cit. 2014-03-03]. Dostupné z: <http://zena.centrum.cz/zdravi/novinky/clanek.phtml?id=729450>

Sexy hlas prozrazuje tělesnou symetrii a zdraví. In: *Novinky.cz* [online]. 22.07.2008. © 2003-2015 [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/zdravi/145471-sexy-hlas-prozrazuje-telesnou-symetrii-a-zdravi.html>

Seznam televizních stanic v Česku. In : *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 01.04.2015 © 2001- 2015 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_televizn%C3%ADch_stanic_v_%C4%8Cesku#Hudebn.C3.AD

SÝKORA, Martin. Jste pro ženy přitažliví? Rozhodne váš úsměv a hlas. In: *forexample* [online]. 27.05.2010. © 2011 [cit. 2014-03-03]. Dostupné z:

<http://www.forexample.cz/view.php?navezclanku=jste-pro-zeny-pritazlivi-rozhodne-vas-hlas&cislocclanku=2010050042>

Symbolika barev. In: *Magia* [online]. © 2014 [cit. 2015-3-4]. Dostupné z:

<http://www.magia.estranky.cz/clanky/symbolika-barev.html>

Synestézie. In: *Grafologie a Psychologie* [online]. © 2014 [cit. 2014-10-4]. Dostupné z:

<http://ografologii.blogspot.cz/2010/03/synestezie.html>

ŠKYŘÍK, Petr. *Hledání flow: Inflow 2008* [online]. Praha: Tribun EU, 2008 [cit. 2014-11-10]. ISBN 978-80-7399-623-9. Dostupné z: <http://books.google.cz/books?>

ŠMERGLOVÁ, Michaela. Holé tělo versus zarostlý muž? In: *květy* [online]. © 2010-2015 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z: <http://kvety.kafe.cz/zaujalo-nas/2012/6/19/clanky/hole-telo-versus-zarostly-muz/>

Televize povzbuzuje k sexuální aktivitě a zvyšuje náchylnost k depresím. In:

PRAMENY ZDRAVÍ [online]. 23.03.2010. © 1992-2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://www.magazinzdravi.cz/televize-povzbuzuje-k-sexualni-aktivite-a-zvys>

V červnu startují tři nové hudební televize: Óčko Gold, Fajn Rock TV, 360TuneBox. In:

MÉDIÁŘ [online]. 30.05.2013. © 2011-2014 [cit. 2014-12-08]. Dostupné z:

<http://www.mediar.cz/v-cervnu-startuji-tri-nove-hudebni-televize-ocko-gold-fajn-rock-tv-360tunebox/>

Vliv elektronických médií na děti a mládež ČR v roce 2003. In: *Britské listy* [online].

19.08.2003 [cit. 2015-03-10]. ISSN 1213-1792. Dostupné z:

<http://blisty.cz/art/15104.html>

WEISS, Petr. Sexuální atraktivita a její determinanty. In: *Psychiatrie pro praxi*

[online]. 04.10.2009. © 2009 [cit. 2014-12-05] [dokument ve formátu pdf]. Dostupné z: <http://www.psychiatriepropraxi.cz/pdfs/psy/2009/04/08.pdf>

ZEMANOVÁ, Irena. MTV: čtvrtstoletí hudby. In: *Finmag* [online]. 27.11.2009. © 2014 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z: <http://finmag.penize.cz/kaleidoskop/263635-mtv-ctvrtstoletihudby>

Změny v psychice a chování u dospívajících ve věku 11-15 let. In: *DUHA* [online]. 15.3.2013. © 2010 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <https://duha.mzk.cz/clanky/zmeny-v-psychice-chovani-u-dospivajicich-ve-veku-11-15-let>

Ženy s dlouhými vlasy jsou žádanější než krátkovlásky. In: *Novinky.cz* [online]. 08.12.2008. © 2003-2015 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/vztahy-a-sex/156177-zeny-s-dlouhymi-vlasy-jsou-zadanejsi-nez-kratkovlasky.html>

Zdroje obrázků

Adam Lambert - Better Than I Know Myself. In: Youtube [online]. 3. 2. 2012 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Lg31XQR22zg>. Kanál uživatele AdamLambertVEVO

Ariana Grande, The Weeknd - Love Me Harder. In: Youtube [online]. 3. 11. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=g5qU7p7yOY8>. Kanál uživatele ArianaGrandeVevo

Avicii - Addicted To You. In: Youtube [online]. 14. 2. 2014 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Qc9c12q3mrc>. Kanál uživatele AviciiOfficialVEVO

Becky G - Shower. In: Youtube [online]. 30. 6. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=50-_oTkmF5I. Kanál uživatele BeckyGVEVO

Ben Cristovao & Cavalier - Tezky Vahy [Prod. Jan Sokolowski] Gladiator Workout Anthem. In: Youtube [online]. 19. 10. 2014 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cHUT25erCas>. Kanál uživatele Ben Cristovao

Beyoncé - Best Thing I Never Had. In: Youtube [online]. 7. 7. 2011 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=FHp2KgyQUFk>. Kanál uživatele beyonceVEVO

Beyoncé - Pretty Hurts. In: Youtube [online]. 24. 4. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LXXQLa-5n5w>. Kanál uživatele beyonceVEVO

Beyoncé - Run the World (Girls). In: Youtube [online]. 18. 5. 2011 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=VBmMU_iwe6U. Kanál uživatele beyonceVEVO

Beyoncé - Single Ladies (Put a Ring on It). In: Youtube [online]. 2. 10. 2009 [cit. 2013-02-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4m1EFMoRFvY>. Kanál uživatele beyonceVEVO

Britney Spears - I Wanna Go. In: Youtube [online]. 22. 6. 2011 [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=T-sxSd1uwoU> BritneySpearsVEVO

Britney Spears - Toxic (Official Video). In: Youtube [online]. 24. 10. 2009 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LOZuxwVkJ7TU>. Kanál uživatele BritneySpearsVEVO

Britney Spears - Work B**ch. In: Youtube [online]. 1. 10. 2013 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pt8VYOfr8To>. Kanál uživatele BritneySpearsVEVO

Calvin Harris - Blame ft. John Newman. In: Youtube [online]. 12. 9. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=6ACl8s_tBzE. Kanál uživatele CalvinHarrisVEVO

Calvin Harris - Summer. In: Youtube [online]. 6. 4. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ebXbLflACGM>. Kanál uživatele CalvinHarrisVEVO

Carly Rae Jepsen - Call Me Maybe. In: Youtube [online]. 1. 3. 2012 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fWNaR-rxAic>. Kanál uživatele CarlyRaeJepsenVEVO

Carrie Underwood - Good Girl. In: Youtube [online]. 12. 3. 2012 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=7-uothzTaaQ>. Kanál uživatele carrieunderwoodVEVO

Dame si do bytu Kacirkova Bek. In: Youtube [online]. 15. 01. 2010 [cit. 2014-11-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=lpmAUVchBeg>. Kanál uživatele Klukjakbukadub

David Guetta - Dangerous (Official video) ft Sam Martin. In: Youtube [online]. 31. 10. 2014 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=EVr__5Addjw 31. 10. 2014. Kanál uživatele David Guetta

Duke Dumont - I Got U (Official video) ft. Jax Jones. In: Youtube [online]. 19. 2. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=FHCYHldJi_g. Kanál uživatele DukeDumontVEVO

Eric Prydz - Call On Me. In: Youtube [online]. 21. 1. 2009 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=2ItJV68oYCY>. Kanál uživatele Ministry of Sound Australia

Fifth Harmony - BO\$\$ (BOSS . In: Youtube [online]. 8. 7. 2014 [cit. 2015-02-26].
Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4JfPlry-iQ>. Kanál uživatele
FifthHarmonyVEVO

Hozier - Take Me To Church. In: Youtube [online]. 25. 9. 2013 [cit. . 2013-02-17].
Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MYSVMgRr6pw>. Kanál uživatele
Hozier

Charli XCX - Break The Rules [Official Video]. In: Youtube [online]. 25. 8. 2014 [cit.
2014-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ABhDiXbUaBE>. Kanál
uživatele officialcharlixcx

Iggy Azalea - Black Widow ft. Rita Ora. In: Youtube [online]. 13. 8. 2014 [cit. 2015-
01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=u3u22OYqFGo>. Kanál
uživatele iggyazaleamusicVEVO

Jennifer Lopez - Dance Again ft. Pitbull. In: Youtube [online]. 5. 4. 2012 [cit. 2014-12-
15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=bjgFH01k0gU>. Kanál uživatele
JenniferLopezVEVO

Jennifer Lopez - Live It Up ft. Pitbull. In: Youtube [online]. 17. 5. 2013 [cit. 2014-12-
15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=BofL1AaiTjo>. Kanál uživatele
JenniferLopezVEVO

Jennifer Lopez - On The Floor ft. Pitbull. In: Youtube [online]. 3. 3. 2011 [cit. 2014-12-
02]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=t4H_Zoh7G5A. Kanál uživatele
JenniferLopezVEVO

Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang ft. Ariana Grande, Nicki Minaj. In:
Youtube [online]. 25. 8. 2014 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=0HDDjwpPM3Y>. Kanál uživatele JessieJVEVO

Jessie J - Masterpiece. In: Youtube [online]. 10. 12. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=PTOFegJ9zzI>. Kanál uživatele JessieJVEVO

John Legend - All of Me. In: Youtube [online]. 2. 10. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=450p7goxZqg>. Kanál uživatele johnlegendVEVO

Katy Perry - California Gurls ft. Snoop Dogg. In: Youtube [online]. 14. 6. 2010 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=F57P9C4SAW4>. Kanál uživatele emimusic

Katy Perry - Dark Horse (Official) ft. Juicy J. In: Youtube [online]. 20. 2. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0KSOMA3QBU0>. Kanál uživatele KatyPerryVEVO

Katy Perry - Last Friday Night (T.G.I.F.). In: Youtube [online]. 12. 6. 2011 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KlyXNRrsk4A>. Kanál uživatele KatyPerryVEVO

Katy Perry - Teenage Dream. In: Youtube [online]. 10. 8. 2010 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=98WtmW-lfeE>. Kanál uživatele emimusic

Katy Perry - This Is How We Do (Official). In: Youtube [online]. 31. 7. 2014 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=7RMQksXpQSk>. Kanál uživatele KatyPerryVEVO

Katy Perry - Wide Awake. In: Youtube [online]. 18. 6. 2012 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=k0BWIvnBmIE>. Kanál uživatele KatyPerryVEVO

Ke\$ha - TiK ToK. In: Youtube [online]. 14. 11. 2009 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=iP6XpLQM2Cs> keshaVEVO

Khia - My Neck, My Back (HQ / Dirty). In: Youtube [online]. 13. 2. 2011 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=rDJu7r6OUvk>. Kanál uživatele HQmvideo

Kylie Minogue - All The Lovers. In: Youtube [online]. 1. 6. 2010 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=frv6FOt1BNI>. Kanál uživatele parlophone

Lady Gaga - G.U.Y. - An ARTPOP Film (G.U.Y.-Only Version). In: Youtube [online]. 27. 3. 2014 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ohs0a-QnFF4>. Kanál uživatele LadyGagaVEVO

Lawson - Brokenhearted ft. B.o.B. In: Youtube [online]. 27. 5. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=jekHmNtLcig>. Kanál uživatele LawsonVEVO

Mark Ronson - Uptown Funk ft. Bruno Mars. In: Youtube [online]. 19. 11. 2014 [cit. 2013-02-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=OPf0YbXqDm0>. Kanál uživatele MarkRonsonVEVO

Maroon 5 - Animals. In: Youtube [online]. 29. 9. 2014 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=qpgTC9MDx1o>. Kanál uživatele Maroon5VEVO

Maroon 5 - Maps (Explicit). In: Youtube [online]. 2. 7. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=NmugSMBh_iI. Kanál uživatele Maroon5VEVO

Maroon 5 - Payphone (Explicit) ft. Wiz Khalifa. In: Youtube [online]. 10. 5. 2012 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KRaWnd3LJfs>. Kanál uživatele Maroon5VEVO

Miley Cyrus - Wrecking Ball. In: Youtube [online]. 9. 9. 2013 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=My2FRPA3Gf8>. Kanál uživatele MileyCyrusVEVO

MTV Turns 30 Years Old. In: *THE COSTMAG.COM* [online]. © 2015. [cit. 2014-11-15]. Dostupné z: <http://www.thecostmag.com/2011/08/01/mtv-turns-30-years-old/>

Nicki Minaj - Anaconda. In: Youtube [online]. 19. 8. 2014 [cit. 2013-02-17]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>. Kanál uživatele NickiMinajAtVEVO

Nicki Minaj - Pills N Potions (Official). In: Youtube [online]. 9. 6. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=f7ld-3nZUxA>. Kanál uživatele NickiMinajAtVEVO

P!nk - So What. In: Youtube [online]. 24. 10. 2009 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=FJfFZqTIWrQ>. Kanál uživatele PinkVEVO

Pitbull - Get It Started ft. Shakira. In: Youtube [online]. 2. 8. 2012 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=q5SG7U76tIs>. Kanál uživatele PitbullVEVO

Prince Royce - Stuck On a Feeling ft. Snoop Dogg. In: Youtube [online]. 10. 12. 2014 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Wlbb3DeA3jU>. Kanál uživatele PrinceRoyceVEVO

Rihanna - Only Girl (In The World). In: Youtube [online]. 14. 11. 2009 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pa14VNsdSYM>. Kanál uživatele RihannaVEVO

Rihanna - Stay ft. Mikky Ekko. In: Youtube [online]. 12. 2. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JF8BRvqGCNs>. Kanál uživatele RihannaVEVO

Rihanna - Unfaithful. In: Youtube [online]. 23. 11. 2009 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=rp4UwPZfRis>. Kanál uživatele RihannaVEVO

Rihanna - You Da One. In: Youtube [online]. 23. 12. 2011 [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=b3HeLs8Yosw>. Kanál uživatele RihannaVEVO

Sam Smith - I'm Not The Only One. In: Youtube [online]. 1. 8. 2014 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=nCkpzqqog4k>. Kanál uživatele SamSmithWorldVEVO

Selena Gomez - Slow Down (Official) . In: Youtube [online]. 19. 7. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Z8eXaXoUJRQ>. Kanál uživatele SelenaGomezVEVO

Selena Gomez & The Scene - Who Says. In: Youtube [online]. 4. 3. 2011 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=BzE1mX4Px0I>. Kanál uživatele SelenaGomezVEVO

Shakira - Empire. In: Youtube [online]. 25. 3. 2014 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=QapfTGTXbxc>. Kanál uživatele shakiraVEVO

Sia - Elastic Heart feat. Shia LaBeouf & Maddie Ziegler (Official Video) . In: Youtube [online]. 7. 1. 2015 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KWZGAExj-es>. Kanál uživatele SiaVEVO

Sunblock - I'll Be Ready (HQ) . In: Youtube [online]. 29. 5. 2010 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KZqvvy0dfw8>. Kanál uživatele FirstGumSound

Taylor Swift - Blank Space. In: Youtube [online]. 10. 11. 2014 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=e-ORhEE9VVg> TaylorSwiftVEVO

Taylor Swift - I Knew You Were Trouble. In: Youtube [online]. 14. 12. 2012 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=vNoKguSdy4Y>. Kanál uživatele TaylorSwiftVEVO

Taylor Swift - Love Story. In: Youtube [online]. 16. 6. 2009 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=8xg3vE8Ie_E. Kanál uživatele TaylorSwiftVEVO

Taylor Swift - Mine. In: Youtube [online]. 30. 8. 2010 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XPBwXKgDTdE>. Kanál uživatele TaylorSwiftVEVO

Taylor Swift - Red. In: Youtube [online]. 3. 7. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Zlot0i3Zykw>. Kanál uživatele TaylorSwiftVEVO

The Black Eyed Peas - I Gotta Feeling. In: Youtube [online]. 23. 12. 2009 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=uSD4vsh1zDA>. Kanál uživatele BlackEyedPeasVEVO

The Jazz Singer (1927) – Alan Crosland. In: *The Mind Reels* [online]. © 2014. [cit. 2014-11-15]. Dostupné z: <http://themindreels.com/2014/11/09/the-jazz-singer-1927-alan-crosland/>

The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg. In: Youtube [online]. 6. 10. 2009 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: [online]. <https://www.youtube.com/watch?v=VCLxJd1d84s>. Kanál uživatele ThePussycatDollsVEVO

T.I. - No Mediocre (Explicit) ft. Iggy Azalea. In: Youtube [online]. 18. 6. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=qdsTUfDTEhQ>. Kanál uživatele TIVEVO

Trey Songz - Foreign [Official Video]. In: Youtube [online]. 17. 6. 2014 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cjj2E9dwjjU>. Kanál uživatele Trey Songz

Zedd - I Want You To Know ft. Selena Gomez. In: Youtube [online]. 10. 3. 2015 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=X46t8ZFqUB4>. Kanál uživatele ZEDDVEVO

Seznam obrázků

Obrázek 1 Plakát k filmu "Jazzový zpěvák"	13
Obrázek 2 Scéna z počátku vysílání MTV	16
Obrázek 3: Scéna z viedoklipu <i>Dáme si do bytu, dáme si vázu</i>	18
Obrázek 4 Nová grafika <i>TV Óčko</i>	21
Obrázek 5 Záběr na nahou dívku ve filmu "Erotikon"	24
Obrázek 6 Katy Perry – Last Friday Night	32
Obrázek 7 Shakira - Empire.....	33
Obrázek 8 Katy Perry - This Is How We Do.....	33
Obrázek 9 Taylor Swift - Mine.....	34
Obrázek 10 Lady Gaga - G.U.Y. - An ARTPOP Film	35
Obrázek 11 P!nk - So What	35
Obrázek 12 Rihanna - Unfaithful	36
Obrázek 13 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull	37
Obrázek 14 Charli XCX - Break The Rules	37
Obrázek 15 Eric Prydz - Call On Me.....	38
Obrázek 16 David Guetta - Dangerous feat Sam Martin.....	38
Obrázek 17 Adam Lambert - Better Than I Know Myself.....	39
Obrázek 18 Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang.....	40
Obrázek 19 Sia - Elastic Heart feat Shia LaBeouf Maddie & Ziegler.....	40
Obrázek 20 Katy Perry - Teenage Dream.....	41
Obrázek 21 Pitbull - Get It Started feat Shakira	41
Obrázek 22 Jennifer Lopez - Dance Again feat Pitbull	42
Obrázek 23 Ben Cristovao & Cavalier – Těžký Váhy	43
Obrázek 24 Jennifer Lopez - Live It Up ft. Pitbull.....	43
Obrázek 25 Taylor Swift - Love Story	44
Obrázek 26 Maroon Five – Animals.....	44

Obrázek 27 Maroon 5 - Payphone	45
Obrázek 28 Taylor Swift - I Knew You Were Trouble	45
Obrázek 29 Carrie Underwood - Good Girl	46
Obrázek 30 Sunblock - I ll be ready	47
Obrázek 31 Selena Gomez - Slow Down	48
Obrázek 32 The Black Eyed Peas - I Gotta Feeling	48
Obrázek 33 Calvin Harris - Summer	49
Obrázek 34 Taylor Swift - Red.....	49
Obrázek 35 Duke Dumont - I Got U feat Jax Jones	50
Obrázek 36 Eric Prydz - Call On Me.....	51
Obrázek 37 Maroon 5 – Animals.....	51
Obrázek 38 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull	52
Obrázek 39 Maroon 5 – Maps	52
Obrázek 40 Calvin Harris - Summer	53
Obrázek 41 Calvin Harris - Blame ft. John Newman	53
Obrázek 42 John Legend - All Of Me	54
Obrázek 43 Rihanna - Stay feat Mikky Ekko	54
Obrázek 44 Becky G - Shower	55
Obrázek 45 Khia - My Neck, My Back	56
Obrázek 46 T.I. - No Mediocre feat Iggy Azalea	56
Obrázek 47 Iggy Azalea - Black Widow feat Rita Ora	57
Obrázek 48 Lawson - Brokenhearted feat B.o.B	58
Obrázek 49 Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang.....	59
Obrázek 50 Kylie Monigue - All The Lovers.....	59
Obrázek 51 Katy Perry - Wide Awake	60
Obrázek 52 Calvin Harris - Summer	60
Obrázek 53 Katy Perry - California Gurls ft. Snoop Dogg	61
Obrázek 54 Britney Spears - I Wanna Go	62
Obrázek 55 Britney Spears - Toxic.....	62
Obrázek 56 Calvin Harris - Summer	63
Obrázek 57 Sunblock - I ll Be Ready	63
Obrázek 58 Nicki Minaj - Pills N Potions	64
Obrázek 59 Kate Perry - This Is How We Do	65
Obrázek 60 Beyoncé - Pretty Hurts	65

Obrázek 61 Beyoncé - Run The World	65
Obrázek 62 Carly Rae Jepsen - Call Me Maybe.....	66
Obrázek 63 Miley Cyrus - Wrecking Ball	67
Obrázek 64 Katy Perry - Teenage Dream.....	67
Obrázek 65 Maroon 5 - Animals	69
Obrázek 66 Jessie J - Masterpiece	69
Obrázek 67 Ariana Grande, The Weeknd - Love Me Harder.....	71
Obrázek 68 Taylor Swift - Blank Space	72
Obrázek 69 Selena Gomez & The Scene - Who Says	72
Obrázek 70 Rihanna - Stay feat Mikky Ekko	75
Obrázek 71 Kate Perry - Dark Horse.....	76
Obrázek 72 Kate Perry - California Gurls feat Snoop Dog	76
Obrázek 73 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg.....	77
Obrázek 74 Rihanna - You Da One	78
Obrázek 75 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg.....	78
Obrázek 76 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg.....	79
Obrázek 77 Eric Prydz - Call On Me.....	80
Obrázek 78 Ben Cristovao & Cavalier - Těžký Váhy	80
Obrázek 79 Beyoncé - Single Ladies.....	81
Obrázek 80 Nicki Minaj - Anaconda.....	82
Obrázek 81 The Pussycat Dolls - Buttons ft. Snoop Dogg.....	82
Obrázek 82 Mark Ronson - Uptown Funk ft. Bruno Mars	83
Obrázek 83 Hozier - Take Me To Church	84
Obrázek 84 Sam Smith - I'm Not The Only One.....	84
Obrázek 85 Nicki Minaj – Anakonda	85
Obrázek 86 Prince Royce - Stuck On a Feeling ft. Snoop Dogg.....	85
Obrázek 87 Kylie Monigue - All The Lovers.....	85
Obrázek 88: Kate Perry - Teenage Dream.....	86
Obrázek 89 Jennifer Lopez - Dance Again feat Pitbull	86
Obrázek 90 Trey Songz - Foreign.....	87
Obrázek 91 Maroon 5 – Animals.....	88
Obrázek 92 Calvin Harris – Summer	88
Obrázek 93 David Guetta - Dangerous feat Sam Martin.....	89
Obrázek 94 Beyoncé - Run the World.....	89

Obrázek 95 Britney Spears - Work B**ch	90
Obrázek 96 Avicii - Addicted To You.....	90
Obrázek 97 Miley Cyrus - Wrecking Ball	91
Obrázek 98 Nicky Minaj – Anakonda	91
Obrázek 99 Zedd - I Want You To Know feat Selena Gomez	92
Obrázek 100 Jennifer Lopez - Live It Up feat Pitbull	93
Obrázek 101 Fifth Harmony - BO\$\$	93
Obrázek 102 Beyoncé - Best Thing I Never Had	94
Obrázek 103 John Legend - All of Me	94
Obrázek 104 Ke\$ha - TiK ToK	95
Obrázek 105 Jennifer Lopez - On The Floor feat Pitbull	95
Obrázek 106 Rihanna - Only Girl.....	96
Obrázek 107 Katy Perry - Wide Awake	96
Obrázek 108 Katy Perry - California Gurls feat Snoop Dogg.....	97
Obrázek 109 Prince Royce - Stuck On a Feeling feat Snoop Dogg	97
Obrázek 110 Sunblock - I'll Be Ready	100
Obrázek 111 Nicky Minaj – Anakonda	100
Obrázek 112 ukázka z nizozemského systému Kijkwijzer.....	101

Seznam tabulek

Tabulka 1 Synestetické vnímání A. R. Korsakova	12
Tabulka 2 Analýza vysílání TV Óčko - 26. 3. 2015	110
Tabulka 3 Analýza vysílání TV Óčko - 27. 3. 2015	115