

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Terézia Dobiašová

**Specifika bulvárního deníku Neue Kronen
Zeitung a jeho postavení na rakouském
mediálním trhu**

Komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku

Diplomová práce

Praha 2012

Autor práce: **Terézia Dobiašová**

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Cebe**

Datum obhajoby: **2012**

Bibliografický záznam

Dobiašová, Terézia. *Specifika bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a jeho postavení na rakouském mediálním trhu. Komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku*. Praha, 2012. 99 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Cebe.

Abstrakt

Diplomová práce *Specifika bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a jeho postavení na rakouském mediálním trhu. Komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku* se pokouší analyzovat neobvykle silné postavení rakouského bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung na rakouském trhu s tištěnými médii a rovněž se snaží o detailní srovnání s českým bulvárním deníkem Blesk. První část práce je věnována především deníku Neue Kronen Zeitung, jeho historii a stručné charakteristice rakouského trhu s tištěnými médii. Teoretická část pak definuje nejdůležitější aspekty bulvárního tisku. V souvislosti s těmito aspekty jsou v další části práce již podrobně analyzovány samotné Neue Kronen Zeitung, a to zejména z hlediska vnější podoby, obsahu, jazyka, formy a způsobu, jakým oslovují své čtenáře. Na závěr je provedena komparace Neue Kronen Zeitung jakožto nejčtenějšího rakouského deníku a Blesku jakožto nejčtenějšího českého deníku, jejíž těžiště spočívá v realizaci obsahové analýzy, která přibližuje profil politického a zahraničního zpravodajství obou deníků. Tato obsahová analýza má přispět k potvrzení, či případně vyvrácení, hypotézy, že charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk.

Abstract

The Master thesis *Specifics of the tabloid Neue Kronen Zeitung and its position in the Austrian media market. Comparison of the most read Austrian and*

Czech daily newspapers tries to analyse the unusually strong position of the Austrian tabloid daily Neue Kronen Zeitung in the Austrian print media market and at the same time attempts to compare the Neue Kronen Zeitung with the Czech tabloid daily newspaper Blesk in detail. The first part of the thesis is mainly devoted to the daily newspaper Neue Kronen Zeitung, to its history and to the characteristics of the Austrian print media market. The theoretical part defines the most important aspects of the tabloid press. With regard to these aspects the Neue Kronen Zeitung is thoroughly analysed in the following part of the thesis, especially in terms of its layout, content, language, form and the way it addresses its readers. In conclusion, a comparison of the Austrian most read daily newspaper Neue Kronen Zeitung and the Czech most read daily newspaper Blesk is carried out. The cornerstone of the comparison is the realization of a content analysis which focuses on the political and foreign coverage of both newspapers. This content analysis should contribute to confirmation or disproof of the hypothesis that the characteristics of political and foreign coverage in the Austrian daily newspaper Neue Kronen Zeitung are significantly different from the characteristics of political and foreign coverage in the Czech daily newspaper Blesk.

Klíčová slova

bulvární tisk, Neue Kronen Zeitung, Blesk, Rakousko, mediální trh, obsahová analýza, politické zpravodajství, zahraniční zpravodajství

Keywords

tabloid press, Neue Kronen Zeitung, Blesk, Austria, media market, content analysis, political coverage, foreign coverage

Rozsah práce: 151 897 znaků

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.

Předkládaná práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze 5. ledna 2012

Terézia Dobiašová

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala především PhDr. Janu Cebemu za odborné vedení práce a cenné připomínky. Dále bych chtěla poděkovat za užitečné rady také Mgr. Vlastimilu Nečasovi a za gramatickou korekturu Mgr. Kateřině Bendlové.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Dobiašová Terézia

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2008/2009

E-mail diplomantky/diplomanta:

terkadobias@gmail.com

Studijní obor/typ studia:

Mediální studia – navazující magisterské

Předpokládaný název práce v češtině:

Specifika bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a jeho postavení na rakouském mediálním trhu

Předpokládaný název práce v angličtině:

Specifics of the tabloid Neue Kronen Zeitung and its position in the Austrian media market

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok)

LS 2011

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování:

Rakouský bulvární deník „Neue Kronen Zeitung“ si každý den přečte přibližně tři miliony lidí, což ho vzhledem k celkovému počtu osmi milionů obyvatel této středoevropské země činí nejčtenějším deníkem na světě a pozoruhodným fenoménem hodným bližšího prozkoumání.

První výtisk novin, tehdy ještě pod názvem „Kronen Zeitung,“ se objevil již v roce 1900 a jako jejich zakladatel je uváděn Gustav Davis. Zpočátku se deník netěšil výraznější oblibě, ale po zveřejnění zprávy o vraždě krále Alexandra Obrenoviče, začala jeho popularita výrazně stoupat, což se nezměnilo ani v současné době. V roce 1944 bylo vydávání deníku nuceně pozastaveno, ale v roce 1959 se díky Hansi Dichandovi dočkal svého „znovuzrození,“ nyní však již pod názvem „Neue Kronen Zeitung.“ Deník brzy získal značný vliv a popularitu, ale zároveň vyvolával mnoho kontroverzních reakcí.

„Neue Kronen Zeitung“ jsou charakteristické především tím, že poskytují velký prostor osobním názorům mnohých novinářů a dalších osobností (vysoký počet sloupků v každém vydání) a také tím, že články v tomto deníku jsou relativně stručné. Velmi často se „Neue Kronen Zeitung“ angažují v nejrůznějších kampaních, jako například v kampani proti jaderné elektrárně Temelín. Politický vliv deníku je sice pouze spekulativní, nicméně obecně se považuje za velmi výrazný.

Tak specifické postavení bulvárního deníku na poměrně malém rakouském mediálním trhu si jistě zaslouhuje pozornost, která mu však v českém prostředí a české literatuře na rozdíl od zahraničí (zejména německy mluvící země) zatím nebyla věnována. Proto bych se postavením deníku „Neue Kronen Zeitung“ na rakouském mediálním trhu a jeho vlivem na rakouskou veřejnost i politickou scénu ve své diplomové práci ráda zabývala.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy:

Cílem mé diplomové práce je především hlubší analýza a zhodnocení specifického postavení deníku „Neue Kronen Zeitung“ na rakouském mediálním trhu a jeho vlivu na rakouskou politickou scénu i rakouskou veřejnost. Ve své práci se soustředím zejména na důvody úspěchu tohoto deníku a na příčiny jeho tak vysoké popularity mezi rakouskými obyvateli. Pokusím se také o srovnání s jinými bulvárními i seriózními periodiky tak, aby bylo možné doložit právě specifika deníku „Neue Kronen Zeitung.“

Ve své práci se dále budu snažit o potvrzení, či případné vyvrácení, hypotézy, že bulvární deník „Neue Kronen Zeitung“ disponuje v Rakousku velmi výrazným vlivem, a to nejen na rakouskou veřejnost, ale také na samotné politiky a celou rakouskou politickou scénu.

Protože cílem mé práce by mělo být zhodnocení zkoumaného jevu, tedy zhodnocení specifického

postavení deníku „Neue Kronen Zeitung,“ pokusím se během výzkumu o zodpovězení hned několika výzkumných otázek, jako například otázky: „Jaké jsou příčiny úspěchu „Neue Kronen Zeitung?“ nebo „Je deník „Neue Kronen Zeitung“ výrazněji podporován určitými politickými či ekonomickými subjekty?“

Předpokládaná struktura práce:

1. Úvod

- vymezení tématu, zdůvodnění výběru tématu
- metody zpracování
- rozbor literatury
- výzkumné otázky a hypotéza

2. Stať

2.1. Rakouský mediální trh

- stručná charakteristika rakouského mediálního trhu

2.2. Historie deníku „Neue Kronen Zeitung“

- původní deník „Kronen Zeitung“
- znovuzaložení deníku pod názvem „Neue Kronen Zeitung“
- filozofie deníku

2.3. Základní charakteristiky deníku

- obsahová, vizuální stránka
- náklad

2.4. Srovnání s jinými bulvárními/seriózními deníky

- rakouský vs. zahraniční mediální trhy
- specifika „Neue Kronen Zeitung“

2.5. Vliv „Neue Kronen Zeitung“ na rakouskou veřejnost

- hlavní charakteristiky rakouské čtenářské obce
- důvody vysoké čtenosti deníku a charakteristika jeho publika

2.6. Vliv „Neue Kronen Zeitung“ na rakouskou politickou scénu

- možné propojení deníku s určitými politickými či ekonomickými subjekty
- možný vliv na volební výsledky
- postoj k jednotlivým stranám
- postoj k zahraniční politice

3. Závěr

- zhodnocení specifického postavení bulvárního deníku „Neue Kronen Zeitung“
- potvrzení či vyvrácení hypotézy

Vymezení podkladového materiálu:

- periodický tisk:
- deník „Neue Kronen Zeitung“ (vydání týkající se důležitých událostí, například voleb, vstupu Rakouska do EU, uvalení sankcí na Rakousko a podobně)
- deník „Der Standard“ a deník „Die Presse“ (vydání za výše uvedená období – srovnání s „Neue Kronen Zeitung“)
- bulvární deník „Das Bild“ a další německá i jiná zahraniční periodika (srovnání s „Neue Kronen Zeitung“)
- tištěná i internetová verze deníků
- obecné zdroje přehledového typu, mediální slovníky
- internetové zdroje (webové stránky rakouské vlády, politických stran apod.)
- monografie - neperiodická literatura (viz základní literatura)
- monografie - periodická literatura (elektronické databáze SAGE, JSTOR, EBSCO aj.)
- oficiální dokumenty, výzkumy veřejného mínění, případně interview s významnými osobnostmi rakouské politické i mediální scény

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Má diplomová práce by měla být především empirickou studií a jejím cílem bude zhodnocení jevů souvisejících s výše uvedenou hypotézou. Pokusím se tedy potvrdit, či případně vyvrátit, tezi, že bulvární deník „Neue Kronen Zeitung“ disponuje v Rakousku velmi výrazným vlivem, a to nejen na rakouskou veřejnost, ale také na samotné politiky a celou rakouskou politickou scénu. Bude proto nutné stanovit si určité koncepty, které by zkoumaly právě míru vlivu deníku „Neue Kronen Zeitung.“ Jedním z nejvhodnějších nástrojů jsou výzkumy veřejného mínění, které danou hypotézu buď podpoří, nebo naopak vyvrátí. Dalším konceptem bude porovnání volebních výsledků do rakouského Parlamentu či prezidentského úřadu s mírou podpory jednotlivých politických stran či kandidátů v „Neue Kronen Zeitung.“ Na základě těchto konceptů budu zkoumat, zda je vliv deníku na rakouskou veřejnost a rakouskou politickou scénu reálný, nebo zda se jedná pouze o jeho zveličování.

V souvislosti s výše uvedenou hypotézou a výzkumnými otázkami předpokládám, že během samotného výzkumu a zpracování materiálu budu vycházet z metody kombinující analytický a deskriptivní postup. O deskripci se bude jednat v případě přiblížení historie, základních charakteristik a filozofie deníku „Neue Kronen Zeitung“ a jeho specifik a dále také v případě přiblížení problematiky rakouského mediálního trhu. O analýzu se pak bude jednat v případě samotného vlivu deníku na rakouskou veřejnost a rakouskou politickou scénu, kdy se pokusím analyzovat důvody oblíbenosti „Neue Kronen Zeitung,“ jeho možné napojení na rakouské vlivné kruhy a podobně (využití obsahové analýzy a v rámci možností provedení dotazníkového šetření).

Základní literatura:

Bruck, P. (ed). *Das Österreichische Format: Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges "Neue Kronen Zeitung."* Edition Atelier, Wien 1991.

Kniha Petera Brucka se zaměřuje na specifika rakouského mediálního trhu a zejména se věnuje bulvárnímu deníku „Neue Kronen Zeitung,“ jehož nebylý úspěch se snaží kriticky analyzovat.

Dichand, H. *Kronen Zeitung: Die Geschichte eines Erfolgs.* Orac, Wien 1977.

Rakouský novinář, spisovatel a zakladatel deníku „Neue Kronen Zeitung“ Hans Dichand shrnuje v knize „Kronen Zeitung: Die Geschichte eines Erfolgs“ počátky a postupný vzestup deníku, o nějž se zasloužil především on sám.

Donsbach, W., Traugott, M. *The Sage handbook of public opinion research.* Sage Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore 2008.

Publikace se podrobně věnuje nejdůležitějším aspektům výzkumu veřejného mínění, tedy nejen teorii výzkumů, ale také jejich metodologii a sociálnímu a politickému ukotvení v moderních společnostech.

Hallin, D., Mancini, P. *Systémy médií v postmoderním světě.* Portál, Praha 2008.

Kniha Hallina a Manciniho představuje základní přehled národních mediálních systémů euroamerického prostoru. Navazuje sice na klasické „čtyři teorie tisku,“ ale zároveň přináší svou vlastní kategorizaci jednotlivých mediálních systémů. Autoři se pokouší zejména o analýzu zásadních rozdílů v přístupu médií k politice, k profesionalitě mediálních pracovníků a podobně.

Im Dienste der Krone: Anekdoten und Geschichten erzählt von den Mitarbeitern der Kronen Zeitung. Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten 2006.

Spolupracovníci deníku „Neue Kronen Zeitung“ popisují své příběhy a zážitky z působení v těchto novinách, čímž čtenáři poutavou formou přibližují denní chod redakce.

Jiráček, J., Köpplová, B. Masová média. Portál, Praha 2009.

Kniha „Masová média“ je uceleným přehledem o fungování a roli médií v moderní společnosti. Autoři se zaměřili především na mediální komunikaci jako obecný rys moderních a pozdě moderních společností, přičemž analyzují témata, jako například média jako výrobní organizace, jejich kontext působení ve společnosti a podobně.

Käfer, P. (et al.). Medien und Politik: Politiker brauchen Medien. Wie sieht die Medienlandschaft in Österreich aus? Holzhausen Verlag GmbH 2008.

Kniha se zabývá obecně systémem fungování masových médií, zejména pak tím, jak jsou vybírána témata jednotlivých článků či jak se provádí výzkum veřejného mínění. Autoři se ve své knize pokusili o jakýsi pohled za kulisy mediálního, ale i politického světa, což má čtenářům pomoci pochopit mechanismus vytváření zpráv, propojení politiky a médií a podobně.

Kaltenbrunner, A. (et al.). Der Journalisten-Report: Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Facultas Universitätsverlag 2007.

Tato kniha se soustředí na novináře jako takové. Jak pracují, jaké mají vzdělání, zda se jedná spíše o muže či ženy, jaké jsou mezi nimi případné rozdíly a podobně. Vedle obecných charakteristik se autoři zaměřují na specifický rakouský mediální trh, na jeho novináře a na význam médií, jakožto politického faktoru.

McQuail, D. Úvod do teorie masové komunikace. Portál, Praha 2007.

Kniha Denise McQuaila podává podrobný přehled o všech hlavních oblastech zkoumání masových médií, od jejich vzniku až po jednotlivé žánry či jejich účinky.

Rendlová, E., Lebeda, T. Výzkumy veřejného mínění - teoretické souvislosti a praktické aplikace. Sociologický ústav AV ČR, Praha 2002.

Kniha autorů Rendlové a Lebedy poskytuje teoretický i praktický náhled do výzkumů veřejného mínění a poukazuje také na význam, které tyto výzkumy mohou mít pro moderní společnost.

Schulz, W. (et al.). Analýza obsahu mediálních sdělení. Karolinum, Praha 2004.

Kniha poskytuje úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. První část uvádí čtenáře do problematiky vztahu médií a veřejné sféry, způsobů kvantitativního rozboru masově mediovaných sdělení a vyhodnocování zpravodajství. Druhá část knihy přináší výsledky konkrétního projektu (zobrazování tzv. vánoční krize v České televizi na přelomu let 2000 a 2001 ve zpravodajství Českého rozhlasu).

Weber, S. Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der Kronen Zeitung. Passagen Verlag, 1995.

Weber se ve své knize pokouší o konstruktivistický náhled na bulvární média a empirické podložení jeho tvrzení na základě důkladného zkoumání rakouského deníku „Neue Kronen Zeitung,“ kdy na základě svých vlastních redakčních zkušeností z tohoto periodika popisuje fungování redakce, napojení deníku na politiku či policii a podobně.

Diplomové a disertační práce k tématu:

Markéta Odehnalová. Ein Vergleich der Boulevard- und soliden Zeitungen. „Der Standard“ und „Kronen Zeitung.“ Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2009.

Datum / Podpis studenta/ky

4.6.2010

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

OBSAH

Úvod	3
1. Rakouský mediální trh – tištěná média	6
1.1 Historický vývoj	6
1.1.1 Jednotlivé fáze historického vývoje rakouských tištěných médií	6
1.1.2 Poválečný vývoj	6
1.1.3 Vývoj rakouského tisku v 80. a 90. letech minulého století	9
1.2 Tištěná média v Rakousku na počátku 21. století	11
2. Historie deníku Neue Kronen Zeitung	14
2.1 Předchůdce Neue Kronen Zeitung: Österreichische Kronen Zeitung	14
2.2 Nový začátek: Hans Dichand a Neue Kronen Zeitung	17
3. Bulvární tisk	22
3.1 Definice pojmu	22
3.2 Hlavní aspekty bulvárního tisku	25
3.3 Problematika bulvarizace	28
3.4 Historie a současnost bulvárního tisku	31
4. Neue Kronen Zeitung – bulvární deník	36
4.1 Tvář Neue Kronen Zeitung	36
4.2 Obsah deníku Neue Kronen Zeitung	39
4.3 Jazyk Neue Kronen Zeitung	41
4.4 Jak oslovit čtenáře aneb faktory úspěchu Neue Kronen Zeitung	42
5. Neue Kronen Zeitung vs. Blesk – komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku	47
5.1 Neue Kronen Zeitung ve srovnání s Bleskem jako seriózní bulvární deník?	47
5.1.1 Vnější podobnost rakouského a českého bulvárního deníku	47
5.1.2 Obsahová rozdílnost rakouského a českého bulvárního deníku	51
5.2 Obsahová analýza politického a zahraničního zpravodajství v denících Blesk a Neue Kronen Zeitung	53
5.2.1 Cíl výzkumu	53
5.2.1.1 Stanovení základních výzkumných otázek a hypotézy	53
5.2.1.2 Metoda výzkumu	54

5.2.1.3 Definice výzkumného vzorku	55
5.2.1.4 Jednotka výzkumu	55
5.2.1.5 Proměnné výzkumu – operacionalizace	55
5.2.1.6 Zpracování dat	56
5.2.2 Výsledky výzkumu a jejich vyhodnocení	56
5.2.2.1 Obecné statistické údaje – identifikační proměnné	56
5.2.2.2 Charakteristika politického a zahraničního zpravodajství v deníku Neue Kronen Zeitung a v deníku Blesk – analytické proměnné	60
5.2.3 Ověření hypotézy	77
Závěr	79
Summary	82
Bibliografie	83
Seznam příloh	91
Přílohy	92

Úvod

Rakouský bulvární deník *Neue Kronen Zeitung* (zkráceně *Krone*) se v přepočtu na počet obyvatel řadí k nejčtenějším deníkům na světě, což je skutečnost, která si zaslouhuje pozornost nejen světové, ale také české odborné veřejnosti. V českém prostředí se však tomuto tématu zatím nikdo podrobněji nevěnoval, a tak by tato práce měla přispět k doplnění odborné literatury věnované obecně rakouskému trhu s tištěnými médii a konkrétně pak fenoménu deníku *Neue Kronen Zeitung*.

Vzhledem k tomu, že o deníku *Neue Kronen Zeitung* se diskutuje zejména v souvislosti s jeho možným vlivem na rakouskou veřejnost a také na rakouskou politickou scénu, bylo prvotním záměrem této práce analyzovat právě potenciální vliv deníku a důvody jeho tak velké oblíbenosti mezi rakouskými obyvateli. Po důkladném rozboru stávající literatury, která se věnuje tématu *Neue Kronen Zeitung*, a několika pokusech o volbu vhodné metody (v úvahu připadala kultivační teorie či teorie agenda setting) jsem však došla k závěru, že výzkum vlivu tohoto rakouského bulvárního deníku tak, aby byl přínosem, by se měl pohybovat na vyšší úrovni než na úrovni diplomové práce a také by vyžadoval větší finanční prostředky i personální zajištění. Proto jsem jako předmět svého zájmu nakonec zvolila detailní analýzu *Neue Kronen Zeitung* z historického hlediska i z hlediska jejich současné podoby a zároveň jsem přistoupila ke komparaci tohoto nejčtenějšího rakouského deníku s nejčtenějším českým deníkem, kterým je v současné době rovněž bulvární deník *Blesk*. Tento výzkum považuji za stejně přínosný jako svůj původní záměr, nicméně se domnívám, že kvalitně provedená analýza vlivu *Neue Kronen Zeitung* na rakouskou veřejnost, případně rakouskou politickou scénu, je jednou z vhodných cest, kterou by se mohl ubírat budoucí výzkum českých odborníků v oblasti rakouského mediálního trhu.

Změna původního projektu s sebou přinesla úpravy v několika bodech. Nejviditelnější je doplnění názvu práce o podtitul *Komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku*, který naznačuje, co je jedním ze základních kamenů celé práce. I další změny se týkají především analytické části věnované porovnání rakouského deníku *Neue Kronen Zeitung* a českého deníku *Blesk*. Jedná se zejména o úpravu výzkumných otázek a hypotézy, které se nevztahují na vliv *Neue Kronen Zeitung*, jak bylo původně zamýšleno, ale nově jsou definovány jako součást

obsahové analýzy dotýkající se politického a zahraničního zpravodajství v obou denících. Komparace rakouských *Neue Kronen Zeitung* a českého *Blesku* se totiž netýká pouze vnější podoby, jazyka či způsobu, jakým oslovují své čtenáře, ale věnuje se také detailnímu rozboru jejich politického a zahraničního zpravodajství, který je založen na metodě obsahové analýzy. Ta má přispět k zodpovězení následujících výzkumných otázek – *Jaké jsou charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung?* a *Jaké jsou charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk?* Zároveň se snaží potvrdit, či případně vyvrátit, s výzkumnými otázkami úzce související hypotézu, že *charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk.*

Vedle metody obsahové analýzy využívá práce analytický postup rovněž při detailním rozboru deníku *Neue Kronen Zeitung* a při jeho komparaci s deníkem *Blesk*. To vše z pohledu vnější podoby, obsahu, jazyka, formy a způsobu, jakým oslovují své čtenáře. Kromě analytického postupu se v práci objevuje také postup deskriptivní, a to zejména při charakteristice rakouského trhu s tištěnými médii, při popisu historického vývoje deníku *Neue Kronen Zeitung* a částečně také při obecné charakteristice bulvárního tisku.

Jak již bylo naznačeno, v českém prostředí je zatím nedostatek odborných studií zabývajících se fenoménem *Neue Kronen Zeitung* či případně jejich porovnáním s českými periodiky. Tato práce proto čerpala především z odborné literatury pocházející od zahraničních autorů, kteří se tématu *Neue Kronen Zeitung* dlouhodobě věnují. Za všechny jmenujme například Haralda Fidlera, Petera Brucka, Thomase Steinmaurera či samotného zakladatele poválečných *Neue Kronen Zeitung* Hanse Dichanda, který je autorem osobních vzpomínek na tento deník a jeho fungování. Kapitola charakterizující nejdůležitější znaky bulvárního tisku jako takového je založena zejména na teoretických pracích Colina Sparkse, Petera Dahlgrena či Joe Atkinsona. Opomenout však nelze ani české autory jako například Jana Jiráka a Barbaru Köpplovou a jejich přehledová díla *Média a společnost* a *Masová média*. Zcela stěžejní pro celou práci jsou však tištěná vydání deníku *Neue Kronen Zeitung* a deníku *Blesk*, jejichž kompletní seznam je uveden v bibliografii.

Diplomová práce je rozdělena do pěti kapitol. První kapitola přibližuje rakouský trh s tištěnými médii, a to, jak jeho historický vývoj s důrazem na období po konci druhé světové války, tak současný stav, kterému dominuje právě bulvární deník Neue Kronen Zeitung. Druhá kapitola pak nabízí exkurz do dějin Neue Kronen Zeitung, který začíná již v roce 1900, kdy vyšlo historicky první vydání deníku Österreichische Kronen Zeitung, tedy předchůdce současných Neue Kronen Zeitung, jejichž vydávání bylo obnoveno Hansem Dichandem ve druhé polovině 50. let minulého století. Třetí kapitola je věnována teoretické charakteristice nejdůležitějších aspektů bulvárního tisku, které jsou následně prakticky aplikovány v kapitole nazvané Neue Kronen Zeitung – bulvární deník. Závěrečná kapitola předkládá komparaci deníku Neue Kronen Zeitung jakožto nejčtenějšího rakouského deníku a deníku Blesk jakožto nejčtenějšího českého deníku. Vedle obecného porovnání obou periodik jsou zde prezentovány výsledky obsahové analýzy, která se soustředí na pojetí politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung a v českém bulvárním deníku Blesk.

1. Rakouský mediální trh – tištěná média

1.1 Historický vývoj

1.1.1 Jednotlivé fáze historického vývoje rakouských tištěných médií

Počátky vývoje tištěných médií se v Rakousku datují do 17. století, kdy se v roce 1621 objevil ve Vídni první týdeník zvaný *Ordinari Zeitung*. Jeho vydáváním byla odstartována první fáze vývoje rakouského tisku, která se vyznačovala zejména silnou regulací a cenzurou. Tato fáze trvala zhruba až do revolučního roku 1848, který znamenal obrat směrem k ustavování moderního tisku. Toto období vyvrcholilo na konci první světové války v roce 1918. Na něj pak přímo navazovala fáze existence tisku První rakouské republiky (1919-1933) a krátká etapa ovlivněná korporativistickým uspořádáním rakouského státu. Velmi významným obdobím ve vývoji tištěných médií v Rakousku bylo také období nacistické Třetí říše, které bylo charakteristické velmi přísnou politickou kontrolou a šířením hitlerovské propagandy zejména skrze média. Po konci druhé světové války, tedy od roku 1945, nastala etapa znovubudování a konsolidace, která nejvýrazněji ovlivnila současný stav rakouských médií, a v následující kapitole jí proto bude věnována největší pozornost.¹

1.1.2 Poválečný vývoj

O poválečném vývoji v Rakousku rozhodovaly, podobně jako v Německu, čtyři okupační mocnosti (Velká Británie, Francie, Spojené státy a SSSR), které si rozdělily rakouské území na čtyři zóny spadající pod jejich politickou i společenskou kontrolu. Také vydávání novin tedy podléhalo regulaci ze strany jednotlivých okupačních mocností, které rozhodovaly o tom, komu bude udělena licence a komu nikoli.² To však nebylo jedinou překážkou pro vydavatele, kteří se mimo to museli vyrovnávat také s všudypřítomným nedostatkem papíru a nedostatečně rozvinutými distribučními sítěmi.³

¹ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick*. StudienVerlag, Innsbruck 2002, str. 12.

² Cílem spojenců bylo skrze vydávání povolení (licencí) zamezit znovuzrození nacionálně socialistických a pangermánských idejí a naopak podpořit vybudování demokratických struktur a rovněž zajistit svou vojenskou bezpečnost.

³ Papír byl po válce přidělen vedle novin spojenců již pouze stranickým novinám, které tak získaly oproti ostatním značně velkou počáteční výhodu.

Lackner, H. *Befriedigung der Sinnesreize. Zum 20. Todestag der „Arbeiter-Zeitung“*. *Profil*, 17. 10. 2011, vol. 42, no. 42, str. 19.

Vůbec první noviny, které se objevily ve spojení obsazeném Rakousku, byly tzv. noviny tří stran nazvané *Das Neue Österreich*, které poprvé vyšly 25. dubna 1945.⁴ Následovaly noviny jednotlivých politických stran jako například socialistické *Arbeiter-Zeitung*, lidovecký *Das Kleine Volksblatt* či komunistický *Volksstimme*, které byly poprvé vydány 5. srpna 1945. Od téhož měsíce vycházel také velmi populární *Wiener Kurier*, deník americké okupační zóny.⁵ Postupně se na rakouském mediálním trhu začala objevovat rovněž stranicky nezávislá periodika, i když zprvu ještě pod kontrolou spojenců a pouze na západě země.⁶ Již po několika týdnech však byly tyto noviny převedeny do rukou rakouských vlastníků. V hlavním městě Vídni se od roku 1946 začaly znovu objevovat tradiční buržoazní *Die Presse*, zprvu jako týdeník a od října 1948 jako deník.

Dynamika poválečné rekonstrukce země se odrazila také v mediálním sektoru, kde se již koncem roku 1946 vyšplhal celkový denní náklad tisku na 2,5 mil. exemplářů 36 různých publicistických jednotek.⁷ Podle rakouského profesora a mediálního odborníka Heinze Pürera byla tato fáze rekonstrukce a znovubudování ukončena v roce 1949, kdy rakouská periodika nebyla již tolik omezována vůči spojencům, ale získala jistou vydavatelskou i redakční autonomii.⁸

Na období poválečné obnovy v oblasti tisku, která počátkem 50. let sestávala z novin okupačních mocností, stranických novin i nezávislých periodik, bezprostředně navazoval proces konsolidace a zejména také mediální koncentrace, která je pro Rakousko tolik typická. Jedním z příkladů tohoto trendu, který v Rakousku přetrvává do jisté míry dodnes, byly značné rozdíly ve vývoji mediálního trhu v rakouské metropoli a v jednotlivých spolkových zemích.⁹ Ačkoli okupační mocnosti usilovaly o rozvoj regionálních tištěných periodik, tento byl přehlušen expanzí regionálních vydání vídeňských listů do západních spolkových

⁴ Na vydávání těchto novin se podílely tři politické strany, a to ÖVP (*Österreichische Volkspartei* – Rakouská lidová strana), SPÖ (*Sozialistische Partei Österreichs* – Socialistická strana Rakouska) a také KPÖ (*Kommunistische Partei Österreichs* – Komunistická strana Rakouska). Odtud název „noviny“ či „list tří stran“.

Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 12.

⁵ Tamtéž, str. 13.

⁶ Mimo jiné se jednalo o *Oberösterreichische Nachrichten*, *Salzburger Nachrichten* či *Tiroler Tageszeitung* se sídlem v Innsbrucku.

⁷ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 13.

⁸ Pürer, H. *Presse in Österreich*. Verband Österreichischer Zeitungen, Wien 1990, str. 2.

⁹ V roce 1955, kdy Rakousko znovu získalo svou nezávislost, se trh s denním tiskem ve Vídni vyznačoval ve srovnání s jednotlivými spolkovými zeměmi značnou rozmanitostí.

Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 14.

zemí.¹⁰ Nicméně vliv spojenců, a to zejména Američanů, na vývoj rakouské novinářské kultury byl zřejmý. A byl to především „americký“ Wiener Kurier, od roku 1954 Neue Kurier, a na něj navazující bulvární tisk, který se stal určujícím faktorem při utváření rakouského trhu s tištěnými médii.¹¹

Započatý proces koncentrace postupně vedl mimo jiné k viditelnému poklesu počtu titulů a naopak ke zvyšování nákladu dominantních periodik, která z mediálního trhu pomalu vytlačovala stranický tisk.¹² V tom lze spatřovat jednu z prvních kritických fází ve vývoji rakouského trhu s tištěnými médii, která se na jedné straně vyznačovala právě úbytkem stranických listů vydávaných v rámci spolkových zemí ve prospěch periodik pocházejících z vídeňských centrálních orgánů a na straně druhé nárůstem nákladu vídeňských stranických novin ve spolkových zemích, což znamenalo stále silnější propojení s rakouskou metropolí.¹³

V oblasti denního tisku docházelo k silným koncentračním tendencím zejména mezi léty 1967 až 1972. Jen během těchto šesti let zaniklo pět titulů. Jednou z hlavních příčin byla stále silnější expanze obou bulvárních deníků – Kurier a Neue Kronen Zeitung – z Vídně na západ země.¹⁴ Ústupu stranického tisku nezabránila ani finanční podpora tisku, která byla poprvé vyplacena vládou kancléře Bruna Kreiskeho v roce 1975. Tato státní podpora náležela nejen hospodářsky nestabilním listům, ale také ekonomicky úspěšným periodikům. V polovině 80. let však byla provedena reforma tohoto opatření, která finančně slabým titulům garantovala speciální prostředky navíc.¹⁵ Je ale třeba klást si otázku, zda zavedení státní finanční podpory bylo správným krokem a nemohlo mít negativní dopad na funkci tisku jako tzv. hlídacího psa.

¹⁰ Harmat, U. Die Medienpolitik der Alliierten und die österreichische Tagespresse 1945-1955. In: Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Band 5.* Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 1999, str. 87.

¹¹ Neue Kurier, který vycházel od 18. 10. 1954 a jehož tehdejší šéfredaktorem byl Hans Dichand, byl předchůdcem dnešního deníku Kurier, který patří stejně jako Neue Kronen Zeitung do mediální skupiny Mediaprint.

Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 14.

¹² Podíl stranických novin na celkovém nákladu všech periodik představoval v roce 1953 ještě zhruba 50 %, v roce 1971 poklesl na asi 20 % a v roce 1988 dosahoval již pouze 12 %.

Pürer, H. *Presse in Österreich...*, str. 2-4.

¹³ Jako další kritické fáze restrukturalizace označují Gabriele Melischek a Josef Seethaler počátek 70. a přelom 80. a 90. let minulého století.

Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Band 5.* Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 1999, str. 117-118.

¹⁴ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 14-15.

¹⁵ Pürer, H. *Presse in Österreich...*, str. 6.

Od počátku 70. let se rakouský trh s tiskem vyznačoval jasnou dominancí jednoho deníku, bulvárních *Neue Kronen Zeitung*, které byly po nucené přestávce znovu vydávány od dubna 1959.¹⁶ Po rozpačitém začátku se v roce 1971 dostaly na první místo mezi rakouskými periodiky s podílem na trhu dosahujícím 28,7 %, který v následujících dvaceti letech ještě navýšily na 42,3 %.¹⁷ V polovině 80. let připadalo na deset nezávislých deníků 83 % a na osm stranických periodik 17 % celkového 2,7 mil. nákladu, z čehož *Neue Kronen Zeitung* zabíraly 36,4 %, což jim zajišťovalo hospodářsky i publicisticky neotřesitelnou pozici na špici rakouského mediálního trhu.¹⁸ Ba co více, v poměru počtu čtenářů k celkovému počtu obyvatel Rakouska patří *Neue Kronen Zeitung* dlouhodobě k nejčtenějším deníkům na světě.¹⁹

1.1.3 Vývoj rakouského tisku v 80. a 90. letech minulého století

Ani přes finanční podporu státu neustával v Rakousku v 80. letech trend zániku stranických listů, které nebyly schopny udržet se na hospodářsky nestabilním trhu s tištěnými médii.²⁰ Jistým východiskem pro ně byl přechod k nezávislosti na politických stranách, který učinily například sociálně demokratické *Neue AZ*. Ani ty však nevycházely dále než do konce října 1991. Lépe si vedla periodika *ÖVP Salzburger Volkszeitung* a *Neues Volksblatt* i sociálně demokratické *Kärntner Tageszeitung*, které pod kontrolou SPÖ vycházely až do roku 2010, kdy se staly nezávislými. Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi si stranický tisk v Rakousku udržel svou pozici poměrně dlouho, i když jeho podíl na celkovém nákladu všech titulů neustále klesal a v současnosti je v podstatě zanedbatelný.²¹

K výrazným změnám na rakouském trhu s denním tiskem pak došlo koncem 80. let, kdy na něm začala působit velká německá vydavatelství, především

¹⁶ Podrobněji o dějinném vývoji *Neue Kronen Zeitung* v kapitole Historie deníku *Neue Kronen Zeitung*.

¹⁷ Bruck, P., Melcher-Smejkal, I. Tageszeitungen. In: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hg.). *Massenmedien in Österreich. Medienbericht 4: Berichtszeitraum 1986 bis 1992*. Internationale Publikationen Gesellschaft, Wien 1993, str. 72.

¹⁸ Pürer, H. *Presse in Österreich...*, str. 6-8.

¹⁹ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 17.

²⁰ V polovině 80. let muselo být zastaveno vydávání lidoveckých novin *Südost-Tagespost* a *Neue Volkszeitung* vycházejících v Klagenfurtu. Také sociálně demokratický *Neue Zeit* se dostal do problémů, a i přes výraznou finanční podporu od štyrské spolkové vlády (jednalo se o příspěvek ve výši 2,906 mil. euro) musel na konci dubna 2011 ukončit svou činnost. Mimo to skončila také mnohá regionální vydání dalších titulů.

Tamtéž.

²¹ V současnosti vychází už pouze jeden stranický deník, a to *Neues Volksblatt* Hornorakouské lidové strany (ÖVP Oberösterreich) s 1% čteností.

Lackner, H. *Befriedigung der Sinnesreize. Zum 20. Todestag der „Arbeiter-Zeitung“...*, str. 18.

Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) se sídlem v Essenu. Nejdříve získal WAZ v roce 1987 45% podíl v Neue Kronen Zeitung a o rok později rovněž 45% podíl v druhých největších novinách Kurier.²² V březnu 1988 založila obě zmíněná periodika dceřinou společností Mediaprint, která se záhy stala lídrem na rakouském trhu s tištěnými médii, čemuž nemohlo zabránit ani plánované zostření protikartelového zákona.²³ Mezitím WAZ zvýšil svůj podíl v Neue Kronen Zeitung i v Kurieru na 50, resp. 49,4 %.²⁴

Po úspěšném vstupu Westdeutsche Allgemeine Zeitung na rakouský mediální trh učinily totéž také další mediální koncerny ze Spolkové republiky. Vedle německé společnosti Bertelsmann, která se 25 % podílela na od března 1989 vycházející televizní příloze Tele (příloha k deníkům Presse a Standard), se v Rakousku začal angažovat rovněž koncern Axela Springera, který převzetím 50% podílu v roce 1988 umožnil znovuzaložení seriózního deníku Der Standard. O rok později získal Springer-Konzern 45% podíl v listu Tiroler Tageszeitung, který v roce 1991 ještě navýšil na 65 %.²⁵ V roce 1995 se však Springer vzdal svého podílu ve Standardu, aby ho o tři roky později převzalo vydavatelství Süddeutsche Zeitung, a to v rozsahu 49 %.²⁶ Do Rakouska ale nepronikaly pouze německé mediální společnosti, nýbrž také společnosti z jiných zemí jako například švédský koncern Bonnier, který v roce 1995 získal 50% podíl v ekonomicky zaměřeném listu Wirtschaftsblatt. V roce 2000 se tak zahraniční mediální koncerny podílely na celkovém nákladu tištěných médií v Rakousku takto: 27,3 % Westdeutsche Allgemeine Zeitung, 2,9 % Springer-Konzern, 2,2 % nakladatelství Süddeutsche Zeitung a 1,1 % švédský koncern Bonnier.²⁷

²² Bruck, P., Melcher-Smejkal, I. Tageszeitungen..., str. 74-75.

²³ Mimo obou deníků se Mediaprint angažuje rovněž ve vydávání několika časopisů, jako jsou například Profil či na ekonomiku zaměřený Trend a také získal podíl v některých rakouských nakladatelstvích.

²⁴ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 19.

²⁵ Tamtéž.

²⁶ Vydavatelství Süddeutsche Zeitung pokračovalo v rozšiřování svého pole působnosti v Rakousku převzetím 74% podílu ve Wirtschaftsverlag, největším rakouském vydavatelství odborných magazínů.

²⁷ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 20.

Pro srovnání uvádím situaci na českém trhu s denním tiskem a s časopisy: v analýze Institutu demokracie pro všechny z roku 2005 se tvrdí, že „měřeno podle průměrného prodaného nákladu vydávají více než 87 % českého denního tisku společnosti v zahraničním vlastnictví“. Například Ringier Nederland B.V. (Švýcarsko) vlastní 100% podíl v nejčtenějším deníku Blesk i v deníku Sport. Rovněž většinu časopisů vydávaných v České republice vlastní zahraniční subjekty například Heinrich Bauer Verlag (Německo), který drží 100% podíl v časopisech Chvilka pro tebe, Rytmus života, Bravo, aj.

Mimo četné zahraniční vstupy na rakouský trh s tištěnými médii docházelo také k užší spolupráci a obchodnímu propojování mezi samotnými rakouskými mediálními společnostmi. V březnu 1989 například odstartovaly Salzburger Nachrichten svá regionální vydání a v roce 1990 převzaly Vorarlberger Nachrichten 74% podíl od koncernu Styria ze Štýrského Hradce v menších Neue Vorarlberger Tageszeitung.²⁸ Koncern Styria naopak získal nejdříve 51 a v prosinci 1999 zbylých 49 % v deníku Die Presse, jehož největším konkurentem na poli seriózního tisku je zmiňovaný deník Der Standard.²⁹

V oblasti rakouského bulvárního tisku na sebe na počátku 90. let znovu upozornil bývalý společník Hanse Dichanda v Neue Kronen Zeitung Kurt Falk, který v roce 1992 založil nový bulvární deník Täglich Alles. Ten byl typický silnou koncentrací na bulvární obsahy, nicméně v konkurenci Neue Kronen Zeitung nemohl obstát a již v roce 2000 musel svou činnost zastavit.³⁰ Důležitým datem pro rakouský mediální trh byl pak 19. březen 2001, kdy ve Vídni začal vycházet bezplatný deník U-Express, jenž byl distribuován převážně ve stanicích vídeňského metra a patřil rovněž do mediální rodiny Neue Kronen Zeitung.³¹

Na počátku 21. století se tedy rakouský trh s tištěnými médii vyznačoval neobyčejně silnou koncentrací, a to zvláště s ohledem na společnost Mediaprint a jejího nejsilnějšího hráče v podobě Neue Kronen Zeitung. S patnácti tištěnými tituly, které se v Rakousku objevovaly, nelze hovořit ani o příliš velké rozmanitosti. Podle rakouských odborníků navíc jen málo z nich ekonomicky prosperovalo, což bránilo ve vytvoření opravdu konkurenčního prostředí.³²

1.2 Tištěná média v Rakousku na počátku 21. století

Jak již bylo několikrát zmíněno, charakteristickým rysem rakouského trhu s tištěnými médii je především koncentrace, kterou bylo možné zaznamenat zhruba

Institut demokracie pro všechny. Vlastnická struktura českého mediálního trhu s ohledem na globalizační procesy. Brno 2005, <http://www.blisty.cz/files/2006/11/16/analyza-internacionalizace-medialniho-trhu.pdf>, staženo dne 15. 10. 2011.

²⁸ Koncern Styria se poté začal angažovat v oblasti obchodu s knihami, když došlo k jeho fúzi se společností Morawa Buchhandel GmbH. Na začátku roku 2001 pak Styria převzala 98 % v největším chorvatském deníku Vecernji.

Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 21.

²⁹ Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D., Zimmermann, A. *Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher*. Facultas Universitätsverlag, Wien 2007, str. 44.

³⁰ Od té doby vycházel ve velmi omezeném rozsahu již pouze na internetu.

³¹ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 21.

³² Tamtéž, str. 22.

od 60. let minulého století a trvá v podstatě až dodnes. Již na začátku 90. let patřilo Rakousko k evropské špičce, co se týče podílu dvou největších ekonomických jednotek na celkovém nákladu všech tištěných médií.³³ V roce 1991 ovládala společnost Mediaprint 58 a vydavatelství Styria (deníky *Kleine Zeitung* a *Die Presse*) 13 % trhu.³⁴ Dále bylo pro období Druhé republiky³⁵ velmi typické zakládání poměrně velkého počtu periodik, která však často nevycházela příliš dlouho.³⁶ Kritické pro vydávání periodického tisku byly zmíněné tři fáze: období bezprostředně po konci okupace, na začátku 70. let a na přelomu 80. a 90. let. Oblastí s tradičně největší rozmanitostí vycházejících titulů byla a stále je rakouská metropole Vídeň.

Ani na začátku nového století se situace na trhu s tištěnými médii v Rakousku nezměnila. V roce 2000 činil podíl *Neue Kronen Zeitung* na celkovém nákladu 43,5 % a společně s deníkem *Kurier* dokonce 55,4 %. V jednotlivých spolkových zemích byla situace obdobná. I tam byly vliv a ekonomická síla většinou koncentrovány v rukou jednoho mediálního subjektu. Tak například v nejzápadnější spolkové zemi Vorarlberg ovládala 95 % trhu jediná společnost, a to společnost Eugena Ruže.³⁷

Prostředí charakteristické velkou mírou koncentrace přirozeně nahrávalo dominantním hráčům na rakouském mediálním trhu, kteří mohli s vědomím toho, že postrádají sobě rovnou konkurenci, snadněji ovlivňovat, do jaké míry bude, nebo nebude skrze média v zemi zajištěna informační a názorová pluralita. Problematickou a velmi citlivou situaci měla pomoci vyřešit mimo jiné reforma státem garantované finanční podpory tisku, jejíž dosavadní podoba podléhala silné kritice.³⁸ Nově měl být podpůrný systém rozdělen do tří pilířů: podpora prodeje,

³³ V případě Rakouska se jednalo o 68 %, více to bylo pouze v Irsku (75 %). Co se týče podílu na trhu pro jeho nejsilnějšího hráče, kterým nebyl nikdo jiný než *Neue Kronen Zeitung*, zaujalo Rakousko s 54,4 % dokonce první místo (51 % Irsko).

Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen...*, str. 134.

³⁴ Jedná se o podíl na trhu.

Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 24.

³⁵ Druhá rakouská republika se zrodila bezprostředně po konci druhé světové války, plnou nezávislost však nabyla až podpisem tzv. Státní smlouvy v roce 1955. První republikou je v Rakousku nazýváno období od roku 1919 do roku 1938.

Veber, V. (et al.) *Dějiny Rakouska*. Nakladatelství Lidové noviny, Praha 2002, str. 475, 551, 565.

³⁶ Například do roku 2001 zaniklo 53 z celkem 66 periodik založených během Druhé republiky.

Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen...*, str. 115.

³⁷ Tamtéž, str. 132.

³⁸ Kritizována byla zejména skutečnost, že na finanční podporu mají nárok všechna periodika bez ohledu na jejich postavení na trhu, což znamenalo finanční příspěvky i pro tak ekonomicky silný deník, jakým je například deník *Neue Kronen Zeitung*.

operativní podpora a strukturální, resp. podpora inovací. Nakonec v červnu 1999 přijatá „malá reforma“ přinesla alespoň jisté omezení reklamního prostoru pro periodika podporovaná speciálním finančním příspěvkem.³⁹ Zmíněná i další opatření (jako například opakované zpřísnění protikartelového zákona) však byla zavedena až ve chvíli, kdy již došlo k propojení mediálních společností vytvářející dominantní postavení na trhu. Tím pádem i nadále přetrvávají pochybnosti, do jaké míry může prostředí rakouských tištěných médií zajišťovat funkce, které se od nich v demokratické společnosti očekávají (hlídací pes, aréna názorů apod.).

Velká míra koncentrace na rakouském mediálním trhu je nejčastěji zmiňována ve spojitosti se společností Mediaprint a jejím nejvýraznějším představitelem, kterým je bulvární deník Neue Kronen Zeitung. Jeho úspěch a obliba u čtenářů nemají v Rakousku konkurenci a také ve světě patří jejich čtenost v přepočtu na obyvatele k rekordním. Tento deník si proto zaslouží hlubší analýzu také v českém odborném prostředí, které je s tím rakouským již historicky spjaté.

³⁹ Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten...*, str. 26.

2. Historie deníku Neue Kronen Zeitung

2.1 Předchůdce Neue Kronen Zeitung: Österreichische Kronen Zeitung

Deník Neue Kronen Zeitung začal psát svou historii na začátku dvacátého století, tehdy však ještě pod původním názvem Kronen Zeitung. Vůbec první vydání tohoto deníku se na veřejnosti objevilo 2. ledna 1900 a zasloužili se o něj především bývalý důstojník Gustav Davis a první šéfredaktor Kronen Zeitung Leopold Lipschütz.⁴⁰ Název deníku nebyl inspirován habsburskou monarchií a ani neměl vyjadřovat jakoukoli náklonnost k tomuto politickému zřízení, nýbrž byl odvozen z ceny předplatného, která byla v roce 1900 stanovena na jednu stříbrnou korunu za měsíc. Cena jednotlivých vydání pak byla čtyři haléře, což v té době bylo zhruba tolik, kolik stála jedna houska. Nastavit tak nízkou cenu bylo možné zejména z toho důvodu, že na konci roku 1899 bylo v rámci monarchie zrušeno kolkovné.⁴¹

I přes velmi nízkou cenu byly ale nově založené Kronen Zeitung obecně nahlíženy jako nepovedený krok, a to především proto, že se zřekly všech tehdy klíčových žurnalistických žánrů a postupů jako například fejetonů či úvodníků. Ba co více, na deníku nebylo znát žádné politické zabarvení a dokonce ani nedisponoval externími spolupracovníky, což v informování o zahraničních událostech znamenalo zpoždění o celý jeden den, protože zprávy bylo nutné přebírat z jiných novin. Mimo to se Kronen Zeitung orientovaly na čtenáře, kteří do té doby neměli „vlastní“ noviny, ale kteří byli součástí čtenářských spolků, ve kterých se noviny předávaly z ruky do ruky. A v neposlední řadě je třeba si také uvědomit, že na počátku dvacátého století nebyla touha po novinkách a informacích z celého světa ještě tak silná.⁴² Proto trvalo téměř tři roky, než se deník Kronen Zeitung dokázal výrazněji prosadit.

K úspěchu deníku přispěla především Davisova myšlenka vytvořit „univerzální“ noviny, tedy noviny pro všechny. Již od samého počátku aspiroval deník Kronen Zeitung na zisk čtenářů napříč sociálními i politickými vrstvami, což se mu postupně také podařilo. Naprosto zásadní událostí, která znamenala obrat v dosavadní ne příliš vydařené existenci Kronen Zeitung, se stala vražda srbského

⁴⁰ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Politikberichterstattung in BILD, Kronen Zeitung und BLICK*. Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2008, str. 93.

⁴¹ Dichand, H. *Kronen Zeitung. Die Geschichte eines Erfolges*. Verlag Orac, Wien 1977, str. 9, 12.

⁴² Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen...*, str. 93.

krále Alexandra Obrenoviče a jeho manželky v červnu roku 1903.⁴³ Davis a Lipschütz se rozhodli vyslat přímo na místo a speciálně kvůli této události vlastního reportéra a kreslíře, což se ukázalo být velmi prozíravé, protože náklad Kronen Zeitung začal konečně stoupat. V roce 1906 představoval již 100 000 výtisků, čímž se Kronen Zeitung staly číslem jedna mezi vídeňskými deníky. O tři roky později počet výtisků dokonce zdvojnásobily. Vedle nákladu stoupal také počet stran, který se v roce 1912 vyšplhal už na 32.⁴⁴

Jak již bylo řečeno, úspěch Kronen Zeitung lze přičítat zejména snaze vydavatelů formou i obsahem se co nejvíce přiblížit nejširším vrstvám rakouské společnosti. Hlavním mottem se tedy stala jednoduchost, srozumitelnost a neustálé připomínání si „rakušanství“, které mělo být patrné v každém vydání. Hlavní zásady shrnul Lipschütz v proslovu ke svým podřízeným: „Naším skutečným šéfredaktorem je čtenář! On to neví, ale jeho přání jsou pro nás určující. Kronen Zeitung nechtějí vést, ovlivňovat; chtějí se pokusit vyrovnávat protiklady. V každém vydání listu musí být patrné vídeňské srdce a veselá rakouská mysl. Chceme být vlajkonosi elementárního hesla: Žít a nechat žít!“⁴⁵ Velký důraz byl kladen rovněž na zmíněnou jednoduchost a srozumitelnost, kdy články a zprávy neměly působit „intelektuálně“, ale „každá věta měla být jednoduchá jako facka, ale jako láskyplná facka“, jak se vyjádřil šéfredaktor Lipschütz.⁴⁶

Nevydařená první léta existence Kronen Zeitung se tedy postupně měnila v až nečekaný úspěch a obrovskou oblibu deníku, která každým rokem stoupala. Matthias Petry cituje ve své práci pět základních bodů určujících právě pro pozdější úspěch Kronen Zeitung, které již na počátku 50. let stanovil ve svém díle Haney. Zprv se jednalo o zdánlivě objektivní informování a možnost pro publikum vyjádřit se k dané události. Dále byla podstatná rozmanitost nabídky, ze které si mohly vybrat všechny sociální vrstvy. Za třetí byl obsah vystavěn srozumitelným a populárním způsobem, čímž si deník získal čtenáře i mezi těmi, kteří dříve o noviny nejevili zájem. Zásadní pro úspěch Kronen Zeitung byla také skutečnost, že každému vydání dominovaly ilustrace. V neposlední řadě pak k vzestupu deníku přispělo flexibilní pojetí práce

⁴³ Bendl, S. a kol. (překl.). *Oxfordský slovník světových dějin*. Academia, Praha 2005, str. 429.

⁴⁴ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen...*, str. 93.

⁴⁵ Cit. dle Dichand, H. *Kronen Zeitung...*, str. 17.

⁴⁶ Cit. dle Weber, S. *Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der „Kronen Zeitung“*. Passagen Verlag, Wien 1995, str. 204.

v redakci, které umožňovalo přizpůsobit se jednotlivým událostem, o kterých deník informoval.⁴⁷

Oblibu u čtenářů však deníku Kronen Zeitung přinesly zejména tzv. romány na pokračování, které byly určeny převážně sociálně slabým vrstvám, jež neměly finance na nákup knih. Do roku 1938 se v Kronen Zeitung objevilo kolem dvou stovek románů na pokračování, přičemž některé z nich byly více než sto dílné a podílel se na nich také samotný vydavatel Gustav Davis.⁴⁸ Dalším prostředkem k získávání nových čtenářů se staly hry a soutěže většinou spojené s určitou důležitou událostí. Tak byla například v roce 1910 u příležitosti sčítání lidu vysána soutěž o nejpřesnější odhad počtu obyvatel Vídně.⁴⁹ Takřka legendární se stala kuchařka Kronen Zeitung sestavená z receptů čtenářek, která velmi rychle zaujala místo nejlépe prodávané knihy mezi kuchařkami. Potenciální čtenářky Kronen Zeitung ale byly oslovovány také četnými příspěvky například o módě. Během první světové války pak Kronen Zeitung výrazně vylepšily svou čtenost téměř pětistránkovým sešitem věnovaným vojákům na frontě. Získané čtenáře si Kronen Zeitung dokázaly trvale udržet, a tak i po 25 letech své existence vykazovaly náklad pohybující se mezi 175 a 195 000 výtisků, což jim zaručovalo první pozici mezi rakouskými deníky.⁵⁰ I přes tyto pozitivní statistiky se však Kronen Zeitung i nadále snažily o různé inovace, a tak do svých vydání postupně zařadily například příspěvky pro mládež, šachovou rubriku, rubriku pro zahrádkáře, lekce gymnastiky pro ženy, kurs angličtiny či soutěž zaměřenou na tipování fotbalových výsledků. I nadále ale bylo pro Kronen Zeitung nejdůležitější, aby zůstaly srozumitelné pro všechny, o což usilovaly nejen v rámci politického zpravodajství, ale také například ve zpravodajství ze sportu. V něm se ve 30. letech proslavil zejména fotbalový reportér Arthur Steiner, který si díky své snaze o zjednodušení sportovní žurnalistiky vysloužil

⁴⁷ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen...*, str. 93 - 94.

⁴⁸ Od roku 1959 se již v rámci Neue Kronen Zeitung objevovaly místo románů na pokračování různě tematicky laděné seriály a kampaně.
Tamtéž, str. 94.

⁴⁹ Stejně jako u románů na pokračování, tak také u soutěží o ceny se v jisté formě pokračovalo i po znovuzaložení deníku v roce 1959. Od tohoto roku se však deník zaměřil především na jednotlivé spolkové země, a tak se rovněž zmiňované soutěže vázaly na lokální události, které v Neue Kronen Zeitung převážily význam událostí světových. „Humor, povyražení a zábava zajímaly publikum podstatně více než těžko uchopitelné světové dějiny.“
Cit. dle Tamtéž.

⁵⁰ Na druhém místě se tehdy pohybovaly Neue Freie Presse se 75 000 výtisků.
Tamtéž.

nelichotivé poznámky od svých kolegů, kteří ho obviňovali z nedostatečné serióznosti. Čtenáři ale byli jeho stylem nadšeni.⁵¹

Neblahé události 30. let však výrazně poznamenaly také chod Kronen Zeitung, jejichž vydavatel Gustav Davis byl nucen deník i tiskárnu odprodat, a to výrazně pod cenou. Novým majitelem se 11. března 1938 stal Robert von Derda. Davisovi zůstala pouze práva na název.⁵² Dočasné ukončení činnosti Kronen Zeitung přišlo po proklamaci totální války v roce 1944, když byly nejprve spojeny s třemi jinými rakouskými novinami malého formátu – Das kleine Volksblatt, Die kleine Volkszeitung a Das kleine Blatt⁵³ – a posléze bylo jejich vydávání úplně zastaveno.⁵⁴

2.2 Nový začátek: Hans Dichand a Neue Kronen Zeitung

Kronen Zeitung se dočkaly svého znovuzrození na konci 50. let, když v roce 1958 získal práva na jejich vydávání bývalý úspěšný šéfredaktor deníků Kleinen Zeitung a Kurier Hans Dichand, který v deníku působil až do své smrti v červnu 2010.⁵⁵ Dichand odkoupil práva na vydávání Kronen Zeitung za 170 000 šilinků od zetě zakladatele deníku Gustava Davise, Franze Geyera. Peníze pomohl Dichandovi sehnat mimo jiné také sociálně demokratický politik a pozdější prezident ÖGB

⁵¹ Dichand, H. *Kronen Zeitung*..., str. 123.

⁵² I Neue Kronen Zeitung byly po tzv. glajchšaltování (něm. *Gleichschaltung*) absolutně podřízeny lidem blízkým NSDAP (*Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei* – Národně socialistická německá dělnická strana), což v praxi znamenalo například vyloučení všech pracovníků neárijského původu a hlavně nucenou podporu nacistickému režimu, pro který byla média jedním z hlavních nástrojů propagandy.

Tamtéž, str. 179-180.

⁵³ Tyto byly nazvány Kleine Kriegszeitung.

Tamtéž, str. 180.

⁵⁴ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen*..., str. 95.

⁵⁵ Hans Dichand se narodil 29. ledna 1921 v rakouském Grazu. Již během docházky na základní školu se zajímal o to, jak by se mohl stát novinářem. Z Kronen Zeitung mu přišla odpověď, aby se vyučil typografickému řemeslu, což také učinil. Později si na večerních kursech dodělal také maturitu. Během druhé světové války sloužil u námořnictva a upadl do britského válečného zajetí. Po návratu do Grazu se nejdříve stal zpravodajem u britské zpravodajské služby a později začal sám vydávat a řídit noviny Murtaler Zeitung. Jistou chvíli působil také jako redaktor novin Steirerblatt a Wiener Zeitung. Šéfredaktorskou pozici pak získal u Kleine Zeitung, z kterých pomohl vytvořit jednu z nejúspěšnějších novin v Rakousku. V roce 1954 se Dichand stal prvním šéfredaktorem nově založeného Wiener Kurier (pozdější Kurier), kde působil do roku 1958. V témže roce se rozhodl s dalšími šesti bývalými redaktory Kurieru znovuvzkřísit Kronen Zeitung, což se jim o rok později opravdu podařilo. Hans Dichand se stal vydavatelem a zároveň také šéfredaktorem deníku. Vydavatelem zůstal až do své smrti, řízení redakce předal v roce 2003 svému synovi Christophovi. Proti předání šéfredaktorské pozice silně protestoval spoluvlastník deníku, kterým byly Westdeutsche Allgemeine Zeitung, až tento krok musel nakonec v roce 2005 odsouhlasit soud. Sám Dichand nadále přispíval do Krone pod pseudonymem „Cato“, a to zejména komentáři k politické situaci. Mnohými byl Dichand považován za jednu z nejvlivnějších osobností rakouského veřejného života.

Dichand, H. *Im Vorhof der Macht*. Ibra & Molden Verlag, Wien 1996.

Kronen Zeitung. Hans Dichand. <http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/hans-dichand/>, staženo dne 16.5.2011.

(*Österreichischer Gewerkschaftsbund* – Rakouský odborový svaz) Franz Olah.⁵⁶ První vydání *Neue Kronen Zeitung* bylo připraveno 10. dubna 1959 v nákladu 165 000 exemplářů.⁵⁷ Nový deník byl představen v článku Ludwiga Derky, který působil již ve starých *Krone*: „Bývaly největším deníkem Rakouska. A také nejoblíbenějším. Velké ne formátem, ale nákladem. Oblíbeny ne kvůli senzačním titulům, nýbrž díky srdci, které do nich bylo vkládáno. Protože se vyskytovaly na správném místě. Protože byly statečné. Protože nebyly nudné. Protože z množství zajímavých událostí, které se ve světě odehrávaly, dokázaly vybrat to nejzajímavější. Protože byly jiné než ostatní noviny. Možná dokonce lepší než většina ostatních. (...) Naším heslem bylo: S národem pro národ! Nemáme žádného stranického sekretáře, který by nám diktoval, jakým směrem se máme ubírat. Jsme svobodní a nezávislí. Píšeme tak, jak nám napovídá naše svědomí a prospěch našeho čtenáře. (...) Ale už dnes víme, že *Kronen Zeitung* budou tím, čím vždy bývaly: novinami se srdcem! (...) V tom budeme starým *Kronen Zeitung* podobní, ale v mnohém budeme rozdílní. Modernější, svěžeji, budeme oslovovat ještě širší okruh čtenářů. Nechceme pouze pobavit, ale také informovat. Chceme zachytit a v celé jeho plnosti lidem nabídnout barevný obraz našeho pestrého světa.“⁵⁸ Dichand sestavil svůj tým spolupracovníků

⁵⁶ Franz Olah zprostředkoval Dichandovi finanční příspěvek od frankfurtského velkoobchodníka, což vyvolalo bouřlivé diskuse o legálnosti financování *Neue Kronen Zeitung* a o několik let později dostalo Olaha dokonce před soud. Byl totiž nařčen ze zpronevěry peněz Odborového svazu, které měl použít mimo jiné právě také na financování deníku *Neue Kronen Zeitung*. Toto nařčení přimělo Olaha v roce 1964 k rezignaci na prezidentský post v ÖGB. Tímto krokem však celá kauza neskončila, neboť někteří členové Svazu se domnívali, že vzhledem k tomu, že deník byl zčásti financován penězi jejich organizace, má tato právo na jeho vlastnictví. Olahův nástupce na postu prezidenta Odborového svazu dokonce navrhl, aby byla vydání deníku, v nichž dochází ke kritice jeho osoby, zabavena. K vyvrcholení celé kauzy pak došlo 23. února 1966, kdy bylo skrze prozatímní nařízení odstaveno z funkce obchodní vedení *Krone* a jeho redakce byla postavena pod správu člověka blízkého Svazu. Proti celé akci se však postavili nejen *Krone* samotné, ale také čtenáři deníku a především většina představitelů ostatních periodik jako například Hugo Portisch z deníku *Kurier*. Po 46 hodinách bylo „obsazení“ novin soudním nařízením ukončeno. 26. února téhož roku hlásaly titulky *Neue Kronen Zeitung*: „My jsme zase my! Právo zvítězilo!“ Kauza ohledně financování deníku se projevila rovněž na politické scéně, když ve volbách do Národní rady utrpěla SPÖ značné ztráty, zatímco její odvěký rival ÖVP dosáhla absolutní většiny. Franz Olah, který byl mezitím z SPÖ vyloučen, kandidoval ve volbách s vlastní stranou, která získala 3 % hlasů. Avšak ani v této chvíli nebylo vše definitivně ukončeno. Začátkem roku 1969 byl Olah skutečně postaven před soud, a to pro podezření ze zneužití peněz ÖGB. I přes těžké onemocnění svědčil u soudu Hans Dichand v Olahův prospěch. Nakonec byl Franz Olah odsouzen za jeden z vedlejších bodů obžaloby k jednomu roku odnětí svobody. Nicméně ve všech článcích v *Neue Kronen Zeitung*, které se kauzy týkaly, byl Olah považován za nevinného. Janitschek, H. *Nur ein Journalist. Hans Dichand. Ein Mann und drei Zeitungen*. Verlag Orac, Wien 1992, str. 127-134.

Kronen Zeitung. Die weitere Geschichte. [http://www.wien-](http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/die-weitere-geschichte/)

[konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/die-weitere-geschichte/](http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/die-weitere-geschichte/), staženo dne 16.5.2011.

Lackner, H. Befriedigung der Sinnesreize. Zum 20. Todestag der „Arbeiter-Zeitung“..., str. 20-21.

⁵⁷ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen...*, str. 95.

⁵⁸ Cit. dle *Kronen Zeitung*. Die Neugründung. [http://www.wien-](http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/)
[konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/](http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/), staženo dne 16.5.2011.

v Neue Kronen Zeitung ze svých dřívějších kolegů převážně z deníku Kurier jako například z Heidi Schulz (dlouholetá vedoucí kulturní redakce), Ernsta Trosta (zahraniční politika), Franze Endlera (hudba), Josepha Zoderera (právní záležitosti) či spisovatele Hanse Weigela (drama). Tisknout se Neue Kronen Zeitung začaly v tiskárně Molden v prvním vídeňském obvodu. První vydání stálo jeden šilink a bylo vyprodáno.⁵⁹

Zpočátku se zdálo, že Neue Kronen Zeitung navážou na úspěchy Kronen Zeitung, ale později se ukázalo, že kontinuitu mezi předválečným a poválečným publikem se nepodařilo zcela udržet. Náklad deníku klesl na 30 000 a později dokonce na 25 000 výtisků.⁶⁰ Čtenáři starých Krone si neuměli zvyknout na změny a naopak mladší generace si stěžovala, že Neue Kronen nejsou dostatečně moderní. Dvě třetiny čtenářů byly starší padesáti let. Stejně jako u Kronen Zeitung, tak také u jejich nástupce Neue Kronen Zeitung trvalo zhruba tři roky, než se Dichandovi a jeho spolupracovníkům podařilo, aby se deník úspěšněji prosadil v rámci rakouského mediálního trhu a postupně se vypracoval až na špici rakouských deníků. Přispěla k tomu mimo jiné víkendová vydání s přílohou (nejdříve černobílou, ale později barevnou) či zvětšení řádkování pro zlepšení čitelnosti.

Velkou měrou se na pozitivním obratu podílel také obchodní vedoucí Kurt Falk (původně působil ve firmě na práci prášky Persil a později vydával populární magazín Die ganze Woche), který přišel s myšlenkou mobilního prodeje novin o nedělích a svátcích, kdy byly kamenné trafiky zavřené. Přes počáteční ztráty se tento krok ukázal být geniálním marketingovým tahem zaručujícím příliv mnoha čtenářů. Mimo to se Falk v roce 1963 dohodl s největším konkurentem Neue Kronen Zeitung, Das Kleine Volksblatt (stranické noviny ÖVP a přímý konkurent Neue Kronen Zeitung), na současném přechodu z malého na velký formát. Das Kleine Volksblatt tak skutečně učinil, a byl tedy nucen zvýšit cenu, nicméně Krone zůstaly deníkem malého formátu, a získaly tak 50 000 nových čtenářů, původně příznivců Das kleine Volksblatt.⁶¹ Deník se tak finančně dostal do plusu a už v roce 1965 byl zcela bez dluhů.⁶²

⁵⁹ Cit. dle Kronen Zeitung. Die Neugründung. <http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/>, staženo dne 16.5.2011.

⁶⁰ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen...*, str. 95.

⁶¹ Tamtéž.

⁶² Kronen Zeitung. Die weitere Geschichte...

Další významný úspěch přišel v roce 1969, kdy Kronen Zeitung s nákladem, který mezitím dosáhl půl milionu výtisků, předstihly v počtu čtenářů Kurier, a staly se tak největším deníkem v Rakousku. V následujících letech tuto pozici nejen udržovaly, ale ještě dále vylepšovaly. Počátkem 70. let došlo k technické spolupráci mezi oběma deníky, a to jak při výrobě, tak také při prodeji. V roce 1971 došlo k oficiálnímu přejmenování na dodnes platný název Neue Kronen Zeitung.⁶³

Postupem času se však názory obou hlavních představitelů deníku rozcházely stále častěji, až se vztahy mezi Dichandem a Falkem vyostřily natolik, že v polovině 70. let vyvrcholily odchodem Kurta Falka z pozice obchodního vedoucího i ze samotného vydavatelství. Hans Dichand se tak na příštích deset let stal jediným obchodním vedoucím, potažmo ředitelem celé společnosti.⁶⁴ Falkovo dočasné ustoupení do pozadí bylo nicméně podmíněno, a to maximálním poklesem nákladu deníku o deset procent a také tím, že Falkův podíl na zisku měl převyšovat výdaje na daně minimálně o 30 milionů šilinků. V případě nedosažení těchto cílů byl Falk odhodlán vyměnit Dichanda na jeho pozici.⁶⁵ Nakonec se ale v roce 1987 Kurt Falk rozhodl svůj podíl na společném novinovém vydavatelství Dichandovi odprodat. Požadoval 2,2 miliardy šilinků, které Dichand zaplatil společně s Westdeutsche Allgemeine Zeitung.⁶⁶ Tato společnost za to získala 45, respektive o něco později 50 %, podílu v Krone a rovněž 45, respektive 49,5 %, podílu v deníku Kurier. Tak vznikla rakouská největší společnost tištěných médií nazvaná Mediaprint. Mnozí již tehdy hovořili o vznikajícím monopolu na rakouském mediálním trhu, nicméně tento vývoj tehdy nebyl ještě zcela ukončen. V roce 2000 totiž došlo ke spojení Mediaprintu a nejúspěšnějšího rakouského vydavatelství magazínů NEWS-Gruppe, pod které spadají například týdeníky NEWS, Profil, Format či měsíčník Trend. Převážná většina periodických tištěných médií v Rakousku tak od té chvíle pochází z jednoho vydavatelství.⁶⁷

Neue Kronen Zeitung se s vědomím své takřka neotřesitelné pozice začaly zhruba od 70. let výrazněji podílet také na politických diskusích a kampaních. Velmi často například vystupovaly proti výstavbě nejružnějších elektráren (mimo jiné také proti Temelínu), podporovaly aktivisty protestující proti vládním krokům, zasazovaly

⁶³ Kronen Zeitung. Die weitere Geschichte...

⁶⁴ Dichand, H. *Kronen Zeitung*..., str. 232 – 233.

⁶⁵ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen*..., str. 96.

⁶⁶ Fidler, H., Merkle, A. *Sende Pause. Medien und Medienpolitik in Österreich*. Edition lex liszt 12, Oberwart 1999, str. 173.

⁶⁷ Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen*..., str. 96.

se o ochranu zvířat a podobně. Ve svých aktivitách byly Kronen Zeitung často úspěšné, mimo jiné přispěly v roce 1996 k vyhlášení podunajské oblasti Hainburg za národní park. Angažovaly se ale také v mezinárodně významnějších událostech, jakými byla například Waldheimova aféra⁶⁸, vstup Rakouska do Evropské unie v roce 1995 či sankce členských států EU proti Rakousku v roce 2000⁶⁹, a výrazně tak ovlivňovaly rakouské veřejné mínění.

V těchto, ale i v jiných kauzách, Neue Kronen Zeitung vždy podporovaly rakouské zájmy, a získávaly tak další příznivce mezi rakouskými obyvateli. Na druhé straně jim však byl často vyčítán populismus a čirá vypočítavost, skrze kterou se pouze snaží navyšovat své finanční zisky. Tento přístup je často připisován bulvárním médiím, i když je třeba poznamenat, že v současné době nejen jim, mezi která se řadí právě také rakouský deník Neue Kronen Zeitung. Dříve než přistoupím k bližší analýze samotných Krone, se proto pokusím o obecnou charakteristiku bulvárního tisku tak, aby bylo následně možné stanovit, do jaké míry je tento rakouský deník skutečně bulvární.

⁶⁸ „Tzv. Waldheimova aféra vypukla při prezidentské kampani v roce 1986. Bývalý generální tajemník OSN a kandidát na rakouského prezidenta za ÖVP Kurt Waldheim měl údajně lhát o své nacistické minulosti, když se za války měl jako důstojník wehrmachtu podílet na vyvražďování obyvatelstva v bývalé Jugoslávii. Waldheim později přiznal, že na Balkáně sloužil jako člen wehrmachtu, nikdy ale oficiálně nepřipustil, že by věděl o zločinech, které tam byly tou dobou páčány (například deportace Židů z Řecka). Na otázku redaktora amerického časopisu Time ohledně represálií Němců vůči partyzánům však v dubnu 1986 odpověděl: „Věděl jsem o nich. Byl jsem zděšený. Co jsem však mohl dělat? Musel jsem dále sloužit, jinak by mě popravili.“

Cit. dle Veber, V. (et al.) *Dějiny Rakouska...*, str. 579-580.

Speciálně ustavená komise historiků Waldheimovo provinění nepotvrdila. I přes tuto skutečnost ale mnoho zemí pohlíželo na Rakousko stále skrz prsty či dokonce odmítalo navazovat s Rakouskem jakékoli vztahy (Spojené státy, Izrael), což však v samotném Rakousku mělo za následek spíše posílení patriotismu, podpory pro Waldheima i pro strany, které slibovaly, že tlaku zvenčí nepodlehnu. Zmíněný patriotismus se projevil také ve volebním sloganu podporujícím Kurta Waldheima na prezidentský post, který příznačně zněl: „A teď tím spíš!“ („Jetzt erst recht!“).

Cit. dle Die Waldheim-Affäre und ihre Folgen. 14.6.2007, <http://wien.orf.at/stories/200075/>, staženo dne 23.11.2010.

Dobiašová, T. *Sankce Evropské unie proti Rakousku v roce 2000 v kontextu postavení Rakouska v Evropské unii. Aplikace konstruktivistické teorie na daný případ*. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií, Praha 2011, str. 42-43.

⁶⁹ Čtrnáct členských států EU uvalilo na Rakousko diplomatické sankce z důvodu údajného ohrožení demokratických hodnot a demokratického vývoje v rámci Unie po přijetí FPÖ (*Freiheitliche Partei Österreichs* – Svobodná strana Rakouska) Jörga Haidera do rakouské vládní koalice. Neue Kronen Zeitung tehdy postup členských států EU ostře odsoudily a postavily se za rakouskou vládu.

Gehler, M. Kontraproduktive Intervention: Die „EU 14“ und der Fall Österreich oder vom Triumph des „Primats der Innenpolitik“ 2000-2003. In: Gehler, M., Pelinka, A., Bischof, G. (Hg.). *Österreich in der Europäischen Union. Bilanz seiner Mitgliedschaft*. Böhlau Verlag, Wien-Köln-Weimar 2003, str. 161-162.

3. Bulvární tisk

Přesně definovat pojem bulvární tisk je poměrně problematické, a to zejména z toho důvodu, že se v posledních letech používá stále častěji (někdy snad i nadužívá), a tak se jeho skutečný význam poněkud vytrácí.

Tato kapitola by se proto měla pokusit o co nejpřesnější vymezení pojmu bulvární tisk, ale také bude usilovat o objasnění podmínek jeho vzniku a rozvoje a rovněž popsat jeho současný stav tak, aby bylo zřejmé, proč jsou Neue Kronen Zeitung jeho tolik typickým zástupcem.

3.1 Definice pojmu

Vezmeme-li v potaz etymologické hledisko pojmu bulvár, resp. bulvarizace, lze předpokládat, že tento termín označuje proces přeměny seriózního tisku v tisk bulvární, který se stává jeho protikladem.⁷⁰ V nejobecnější rovině je tedy možné tvrdit, že bulvarizace s sebou přinesla a stále přináší přechod od věcnosti, vyváženosti a objektivitu (pojem objektivita je samozřejmě nutné brát s určitou rezervou, i když je těžké za něj najít odpovídající náhradu) k subjektivitě, často záměrné nevyváženosti a zaujatosti. Dále lze bulvární tisk definovat podle jeho účelu, kterým je čtenáře spíše pobavit než zasvěceně informovat. Proto bývá bulvární tisk (či bulvární média jako taková) řazen do tzv. populární kultury, jejímž protipólem je tzv. kultura elit preferující výše zmíněná seriózní média.⁷¹

Pojem bulvár nebo bulvární lze tedy nahlížet z mnoha různých perspektiv. Nicméně vzhledem k tomu, že tato práce nemá za cíl důkladnou analýzu bulvárního tisku jako takového, nýbrž především jednoho jeho představitele (posléze v komparaci s jiným), postačí pro obecné porozumění problematice a účely této práce definice z Praktické encyklopedie žurnalistiky, která pojem bulvár, resp. bulvární, vymezuje takto:

„bulvár (z franc. boulevard = široká třída se stromořadím, promenáda, velkoměstská tepna) – původně označení novin prodávaných přímo kameloty na ulicích, lákajících kolemjdoucí vyvoláváním senzačních titulků. (...) Noviny tohoto typu byly laciné, a v důsledku toho i masově dostupné, nepředpokládaly vyšší vzdělání, mohl jim

⁷⁰ Atkinson, J. Tabloid Journalism. In: Johnston, D. H. *Encyclopedia of international media and communications*. Vol. 4, R-Z. Academic Press, Amsterdam 2003, str. 317.

⁷¹ Dahlgren, P., Sparks, C. *Journalism and Popular Culture*. 4th edition. Sage Publications, London 2000, str. 24-25.

rozumět každý. Postupně se slovo bulvár stalo synonymem pro neseriózní, neověřený, hovívící vkusu ulice, laciný a pokleslý typ novin či časopisů. V některých případech jsou informace i obrazový materiál v bulváru získány rovněž nelegálními či neetickými způsoby: nelegálním odposlechem telefonátů či rozhovorů v soukromí prominentních osob, snímáním skrytou kamerou nebo mikrofonom, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.⁷²

„bulvární – obecně označení pro něco neseriózního, laciného, vulgárního. Bulvární v tomto širokém smyslu neznamená ani v žurnalistice pouze noviny prodávané na ulici, ale obecně jakékoliv neseriózní médium, které přináší neověřené informace, specializuje se pouze na senzace a podává je jednoduchou a zábavnou formou, která nenutí k přemýšlení, ale pouhé konzumaci (novináři bulváru mají dokonce předepsanou poměrně omezenou slovní zásobu, aby byla pochopitelná co nejširšímu publiku). Bulvár také často směšuje realitu s iluzemi a preferuje skandály a neštěstí, které prezentuje jako nejdůležitější zprávy.“⁷³

Je zřejmé, že ne všechny výše zmíněné atributy či typické rysy bulvárních médií lze aplikovat stejnou měrou na všechna bulvární periodika, rakouský deník Neue Kronen Zeitung nevyjímaje. I v jeho případě totiž platí, že některé rysy jsou u něj více a jiné zase méně výrazné. Přes rozdíly mezi jednotlivými bulvárními tituly lze však formulovat několik základních charakteristik, které jsou v určité míře patrné u všech:

- zjednodušující rámcování událostí upřednostňující formu před obsahem, obrazový popis před slovním a emoce před konkrétními příčinami událostí
- jazyková nadsázka a působivý obrazový doprovod
- odklon od historického kontextu či širšího pozadí událostí a naopak důraz na personalizované a aktuální zpravodajství
- více prostoru pro vychvalující výroky politiků než pro politickou diskusi
- obraz autorit jdoucí proti běžným konvencím
- témata jako sex, kriminalita, sport, horoskopy a celebrity
- inklinace k přehánění a nadpřirozeným jevům

⁷² Osvaldová, B., Halada, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Libri, Praha 2002, str. 31-32.

⁷³ Tamtéž, str. 32.

- šovinismus ve zpravodajství, sklon k rasismu, sexismu apod.⁷⁴

Karel Hvižďala ve své knize *Moc a nemoc médií* uvádí pět sociálních funkcí, které by bulvární tisk měl ve společnosti naplňovat. Zaprvé seznamuje lidi, kteří obvykle tisk nevyhledávají příliš často, s nejdůležitějšími politickými, resp. ekonomickými, problémy v přiměřeně zjednodušené formě. Dále přináší bezplatný právní a sociální servis pro chudší vrstvy obyvatelstva, které si ho nemohou z vlastních prostředků dovolit. Třetí funkcí bulvárního tisku je stimulace kultu úspěšnosti mezi širším obyvatelstvem. Za čtvrté „uspokojuje“ potřebu po krvi a sexu u některých skupin lidí. A konečně za páté se bulvární tisk vyznačuje nejlépe redakčně zpracovanou sportovní rubrikou, která někdy dosahuje až poloviny stránkového rozsahu novin.⁷⁵

V úvodu této kapitoly bylo zmíněno, že bulvární tisk bývá nejčastěji dáván do protikladu k tisku serióznímu, a tak se na tomto místě alespoň ve stručnosti pokusme seriózní tisk charakterizovat. I tak bude možné lépe chápat povahu tisku bulvárního.

Stejně jako v případě definice bulvárního tisku, tak také při definování tisku seriózního narážíme na překážky. Ani seriózní tisk totiž nelze vymezit žádnou jednoznačnou definicí. I zde však jednotliví autoři nalézají charakteristiky, které jsou obecně společné pro všechna tzv. seriózní periodika. Podle Denise McQuaila jsou těmito charakteristikami následující:

- „formální nezávislost na státu a jakýchkoli formálně uplatnitelných zájmech
- uznání novin jako významné instituce politického a společenského života (zvláště jako samozvaného tvůrce mínění a hlasatele „národních zájmů“)
- vysoce vyvinutý smysl pro společenskou a etickou odpovědnost
- vývoj novinářské profese jako „objektivního“ zpravování o událostech.“⁷⁶

Lze tedy předpokládat, že seriózní tisk by měl především poskytovat vyvážené a nezaujaté zpravodajství, vykonávat konstruktivní kritiku konání veřejně činných osob a státních orgánů a vytvářet prostor pro prezentaci plurality názorů na dění ve společnosti. Výchozí koncept seriózního tisku, který nazývá jako tzv. *prestige press*, spatřuje McQuail již na konci 19. století: „Buržoazní listy konce

⁷⁴ Atkinson, J. *Tabloid Journalism...*, str. 318.

⁷⁵ Hvižďala, K. *Moc a nemoc médií*. Dokořán, Praha 2003, str. 173-174.

⁷⁶ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál, Praha 2007, str. 36.

devatenáctého století představují jeden z vrcholů v dějinách tisku a podstatně přispěly k našim současným představám o podobě novin a jejich posuzování. Období „vyšší buržoazie“ v historii tisku, tedy přibližně od roku 1850 do konce století, bylo ovlivněno několika událostmi a okolnostmi: vítězstvím liberalismu a neexistencí nebo zrušením přímé cenzury a finančních omezení, dále nástupem progresivní kapitalistické třídy a několika nových profesí a konečně mnoha společenskými a technologickými změnami, jež podpořily vznik a vývoj národního či regionálního tisku a vedly k vysoké úrovni kvality informací.⁷⁷

Vnější podoba seriózního tisku by pak mohla být ve srovnání s tiskem bulvárním mimo jiné charakterizována zejména nenápadnou úpravou, ať už ve volbě barev, písma či obrazového materiálu, která ve výsledku zdůrazňuje logičnost v návaznosti a skladbě jednotlivých informací. Naopak grafický layout bulvárních periodik se vyznačuje křiklavostí či dominancí fotografií nad textem. Seriózní periodika se také oproti bulváru snaží vyvarovat umístování reklam na titulní strany.

Výše zmíněné aspekty jsou jen velmi stručným výčtem odlišností mezi bulvárním a seriózním tiskem, nicméně pro pochopení hlavních rozdílů mezi oběma mediálními proudy jsou dostačující. Na následujících řádcích se proto pozornost soustředí na detailnější charakteristiku bulvárního tisku, a to konkrétně na jazyk, obsah, formát a způsob, jakým bulvární tisk oslovuje čtenáře.

3.2 Hlavní aspekty bulvárního tisku

Jedním ze slov, které nejlépe charakterizují bulvární tisk, je slovo *emoce*. Právě *emoce* totiž mají přitáhnout čtenáře a citově je zaangažovat. Jak se toho však bulvární média snaží dosáhnout?

Jedním z nejvhodnějších prostředků je nepochybně jazyk. Novináři bulvárního tisku kladou důraz především na specifickou práci s titulky, v nichž se nejčastěji objevují zvolání, citově zbarvené výrazy, přímé věty či interpunkční znaménka jako například otazníky či vykřičníky. Typické pro jazyk bulvárního tisku je také využívání tzv. modalizátorů (z angl. *hedges*, živé ploty, tedy způsoby ohrazování, výhrady, vyjádření odstupu a rezervovanosti), které ve své knize *Jazyk v proměnách komunikačních médií* zmiňuje Jiří Kraus. „Funkcí modalizátorů, které se někdy užívají mimovolně jako výplňková slova, ale častěji prozrazují autorovu

⁷⁷ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál, Praha 2007, str. 36.

předpojatost, je oslabovat jistotu a asertivnost výpovědi, zbavovat se odpovědnosti za platnost nebo bezvýjimečnost vlastního tvrzení: Je to, **jak bych tak řekl**, moje přesvědčení. (...) Studenti se k tomu **zpravidla** nevyjadřují. (...) Máte **v zásadě** pravdu. (...) U zkoušky to **docela** uměl,“ vysvětluje Kraus.⁷⁸ Dalším typem modalizátorů v tisku jsou uvozovky, které vyjadřují autorův nesouhlasný nebo ironizující odstup od popisované události. Modalizátory tak mohou nejen modifikovat, ale také měnit význam sdělení.⁷⁹ Bulvární tisk tedy zapojením modalizátorů do svého jazykového projevu často oslabuje své silně emočně zabarvené a hodnotící výroky.

Texty v bulvárním tisku jsou krátké, vyznačují se jednoduchou větnou skladbou a často vulgárním slovníkem.⁸⁰ Nelze však opomenout ani další z principů bulvárního tisku, kterým je personalizace. Personalizace je v bulvárním tisku prostředkem ke stírání hranic mezi soukromým a veřejným, ke sblížování elit s tzv. obyčejnými lidmi. Události jsou zde popisovány z perspektivy „kdo“ spíše než „co“, v textech jsou upřednostňovány subjektivní pocity, často podpořené nadsázkou, před konkrétními fakty a jazyk bývá negativně zabarven. Typické jsou také zkratky, hovorové výrazy a již zmíněné poutavé titulky, které lákají čtenáře ke koupi daného titulu.⁸¹

Vedle specifické práce s jazykem lze však v bulvárním tisku nalézt ještě jiný, možná dokonce pro něj příznačnější, aspekt, kterým je fotografie. Fotografie neplní stejnou funkci jako slovo, nýbrž má ambici převzít roli hlavního zprostředkovatele při utváření reality a ve způsobu jejího chápání. Fotografie a text se tedy spíše doplňují, navzájem podmiňují a, jak řekl Neil Postman, dodávají si zdánlivý kontext.⁸²

V rámci bulvárního tisku lze rozlišit tři základní typy fotografií. Za prvé se jedná o fotografie obyčejných lidí, dále pak celebrit a nakonec o fotografie událostí.⁸³ Nejčastěji jsou s bulvárním tiskem spojovány fotografie celebrit. Velmi často samy celebrity chtějí být vyfotografovány v určitém kontextu, a objektivy fotografů proto vyhledávají. Jindy se však jedná o fotografie nevyžádané, které jsou pořízené tajně a

⁷⁸ Kraus, J. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Karolinum, Praha 2008, str. 71.

⁷⁹ Tamtéž.

⁸⁰ Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Portál, Praha 2007, str. 30.

⁸¹ Atkinson, J. *Tabloid Journalism...*, str. 318-319.

⁸² Postman, N. *Ubavit se k smrti*. Mladá fronta, Praha 2010, str. 92.

⁸³ Dahlgren, P., Sparks, C. *Journalism and Popular Culture...*, str. 139.

bez souhlasu dané celebrity. Tyto fotografie jsou ale považovány za ty s větší vypovídací hodnotou, protože jsou autentické. A velmi často jsou to právě ony, které stojí na počátku mnohých známých kauz.⁸⁴

Dalším výrazným vnějším znakem bulvárního tisku je jeho formát, tedy rozměr. Formát tištěných médií historicky závisel na technologických možnostech dané doby a také na kulturních zvyklostech té které země. Zpočátku měl tisk menší rozměr, ale s rozvojem technologie výroby tiskařských strojů i samotného papíru formát rostl, až postupně dosáhl rozměru asi 33 x 60 cm.⁸⁵ Články byly řazeny od větších po menší směrem odshora dolů. Postupem času však tato podoba začala být typická zejména pro seriózní periodika, a tak ta populární hledala způsob, jak se odlišit. Nalezla ho v důrazu na jednoduchý styl, krátké články, hojné využití fotografie a v návratu k menšímu formátu.⁸⁶ Tato podoba populárního tisku byla známá čtenářům již na konci 19. století a přetrvala v podstatě dodnes.⁸⁷

Všechny výše zmíněné charakteristiky bulvárního tisku mají samozřejmě sloužit zejména tomu, aby přilákaly co nejvíce čtenářů. A dosažení tohoto cíle je pochopitelně podmíněn také obsah bulvárního tisku. Témata článků jsou vybírána tak, aby nebyla příliš konfliktní, a zasáhla tedy co možná nejširší publikum. Dochází tím k tzv. kulturní homogenizaci a obsahové trivializaci. V různých prostředích jsou totiž nabízeny podobné obecné obsahy, které nezohledňují jejich specifika. Vznikají tak produkty, které jsou univerzálně použitelné a které jsou schopny zasáhnout co největší cílovou skupinu. S rostoucím počtem čtenářů pak samozřejmě stoupají rovněž příjmy z inzerce.⁸⁸ Zabývá-li se bulvární tisk přece jen konfliktem, stojí obvykle na obou stranách. Původcem sociálního konfliktu v bulvárních médiích bývá většinou stereotypní postava jako například neschopný politik či nekompetentní byrokrat.⁸⁹

Nosnými tématy pro bulvár jsou sport, život celebrit, povětšinou tragické příběhy neznámých lidí, různá neštěstí, sex a podobně. Bulváru jednoznačně dominují senzace a skandály. Senzací se rozumí „událost působící rozruch, překvapení, silný podiv veřejnosti“ a skandálem pak „jednání, událost či okolnosti

⁸⁴ Například bývalý premiér Topolánek tajně vyfocený ve vile v Toskánsku.

⁸⁵ Atkinson, J. *Tabloid Journalism...*, str. 319-320.

⁸⁶ Avšak například v České republice či Německu se většina deníků (i bulvárních) stále drží klasického novinového formátu. Výjimkou jsou bezplatné noviny, ale také nedělníky.

⁸⁷ Atkinson, J. *Tabloid Journalism...*, str. 320.

⁸⁸ Tamtéž, str. 322-323.

⁸⁹ Tamtéž.

spjaté s vážným porušením, přehlížením či znevážením hodnot, norem či mravních principů převažujících v dané době a dané společnosti“.⁹⁰ Vzhledem k tomu, že skandály čtenáře velmi přitahovaly, v bulvárním tisku se záhy prosadila tzv. taktika skandalizace, tedy „výkladu něčeho jednání, ať skutečného, nebo domnělého, jako jednání skandálního“.⁹¹ Bulvární média dále upřednostňují jednotlivce před institucemi, domácí události před těmi zahraničními, aktuální okolnosti před hledáním dlouhodobých souvislostí. Je však třeba poznamenat, že bulvární tisk se zcela nevyhýbá tématům, která jsou primárně připisována serióznímu tisku. Rozdíly je ale nutné hledat v prezentaci těchto témat. Jak již bylo řečeno, bulvární tisk se při popisu událostí soustředí zejména na individuum, které považuje za klíč k pochopení sociálních struktur ve společnosti. Bulvární média se tedy nebrání subjektivním pocitům a hodnotícím soudům, na druhou stranu ale často předkládají čtenáři neověřené informace a jen málokdy se snaží vkládat jednotlivé události do kontextu.⁹²

Na závěr lze tedy konstatovat, že bulvární tisk se snaží své čtenáře oslovovat specifickým stylem, skrze který s ním navazuje jakoby osobní vztah. Bulvární médium rovněž přejímá názory čtenářů, čímž zpětně dochází k jejich sebekotvrzování. Bulvární tisk podporuje stereotypy ve společnosti a nejde do konfliktu s většinou. Využívá proto archetypy, ostrakizuje menšiny, často přehání, šokuje a paroduje a ctí všeobecně přijímané a společností uznávané celebrity.⁹³

3.3 Problematika bulvarizace

Všechny výše zmíněné aspekty a postupy bulvárního tisku lze shrnout do jednoho pojmu, kterým je bulvarizace. Bulvarizaci lze zjednodušeně definovat jako proces, při kterém dochází k přeměně seriózního tisku v tisk bulvární. Zařazováním výše uvedených atributů do novin tak vzniká specifický typ listu, který je i v českém prostředí běžně označován anglickým slovem tabloid (odtud tabloidizace jako jiný výraz pro bulvarizaci). Bulvarizace se v západní Evropě výrazněji prosadila zejména v poslední čtvrtině 20. století, nicméně její rysy byly v určité podobě ve společnosti přítomny již mnohem dříve.⁹⁴

⁹⁰ Jiráková, J., Köpplová, B. *Média a společnost...*, str. 31.

⁹¹ Tamtéž.

⁹² Dahlgren, P., Sparks, C. *Journalism and Popular Culture...*, str. 39.

⁹³ Atkinson, J. *Tabloid Journalism...*, str. 320-322.

⁹⁴ V postkomunistických zemích přišel tento jev se zpožděním až po pádu železné opony.

Jedním z hlavních principů bulvarizace je stírání rozdílů mezi médii, která označujeme jako seriózní, a médii bulvárními. Proces bulvarizace je úzce napojen na proces komercializace, která je charakterizována snahou o maximalizaci zisku a zajištění přežití na silně konkurenčním mediálním trhu.⁹⁵ Během procesu bulvarizace tedy i seriózní média získávají rysy tradičně přisuzované bulvárním médiím, jako je časté užití personalizace a hovorových výrazů, rozšiřování prostoru věnovaného fotografiím, zvětšování titulků či častější zařazování tzv. soft news, tedy zpráv věnovaných celebritám (nebo naopak „obyčejným“ lidem) a různým nevšedním událostem. V seriózním tisku tak zároveň ubývá tradičních žurnalistických útvarů jako například fejetonů, ale také zahraničního zpravodajství. I vnější podoba se pak přizpůsobuje pohodlnějšímu menšímu formátu typickému pro bulvární tisk. Procesem bulvarizace jsou však poznamenány i širší oblasti života, především ekonomika, kdy u médií obecně dochází k jednoznačné orientaci na zisk, ale i komodifikaci⁹⁶ a zmíněné komercializaci.

Avšak určit přesnou hranici mezi tím, co lze nazývat seriózním a co bulvárním, je v podstatě nemožné. Navíc jen málokdo je schopen vnímat pojem bulvarizace bezpříznakově, ba spíše naopak, většinou bulvarizace vyvolává negativní konotace, které ztěžují její interpretaci. Vzhledem k tomu, že vývojové procesy ve společnosti, které lze jen těžko zastavit, posouvají rovněž média kupředu a ta se pak přizpůsobují novým podmínkám a reagují na aktuální ekonomickou situaci i poptávku publika, není možné jednoznačně tvrdit, že seriózní tisk se přeměňuje v bulvární, nýbrž je nutné se ptát, zda spíše nedochází ke změně samotné podstaty médií. Vezmeme-li tedy v potaz kontext společnosti, trhu či publika, může být proces bulvarizace přirozeným vývojovým mechanismem a nikoli nutnou degradací seriózních médií.

Rovněž teoretici mediálních studií se snaží bulvarizaci definovat bez primárně negativních konotací a přiklánějí se k dichotomii zmíněných soft a hard news. Pojem bulvarizace tak chápou jako proces vědomého odklonu od důrazu na poskytování věcných zpráv k důrazu na zábavu. Tím, že se médium soustředí především na zábavu, se vzdaluje od ideálu seriózního informačního zdroje k méně elitnímu médiu bulvárnímu. Podle Colina Sparkse je tento proces situací, kdy „tisk

⁹⁵ Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Portál, Praha 2009, str. 258.

⁹⁶ „Proces komodifikace kultury je tak chápán jako získání směnné hodnoty na úkor ztráty jejího opozičního či přímo subverzivního potenciálu.“

Reifová, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. Portál, Praha 2004, str. 254.

věnuje více a více prostoru tzv. soft news a kdy větší část svého prostoru vyhrazuje ve prospěch společenských záležitostí“.⁹⁷ V tomtéž sborníku je ale možné najít i jiné pojetí bulvarizace periodického tisku, které představuje dvojice autorů Shelley McLachlan a Peter Golding. McLachlan a Golding se totiž pokusili o operacionalizaci tohoto jevu, když si stanovili tři sledované proměnné, a to rozsah, formu a styl. Jako rozsah definují velikost prostoru, který je věnován informacím a na druhé straně pak jiným položkám, jako je zábava či jiné nezpravodajské služby. Dalším sledovaným údajem byl procentuální poměr zpráv z domova a zahraničí, přičemž větší zastoupení zahraničních zpráv vypovídá o větší serióznosti, a také poměr již zmíněných hard a soft news.⁹⁸ Formu bulvárního tisku chápou jako stav, kdy více plochy zabírají titulky a obrazový materiál než samotný text. A konečně styl bulvárního tisku je charakteristický personalizací, kdy jeho prostřednictvím vstupujeme do soukromého života veřejně činných osob.⁹⁹

Fenomén odkrývání soukromých příběhů veřejně známých lidí se v poslední době týká zvláště politiků, a tak hovoříme také o bulvarizaci politiky. Tento pojem v sobě skrývá stále intenzivnější sblížování politiky a médií, kdy média přestávají být pouhým tlumočnickem na politické scéně, ale aktivně se do ní zapojují, a utvářejí tak politické vědomí veřejnosti. Na druhé straně veřejnost se do politického dění zapojuje méně a pozoruje ho jen skrze obraz, který jí předkládají média. Ta se ale stále více koncentrují na informování veřejnosti zábavnou cestou, a to i tam, kde se dříve uplatňovala pouhá fakta.¹⁰⁰ Proto média stále častěji vstupují do osobního života politických aktérů a snaží se o jeho skandalizaci. Je však třeba klást si otázku,

⁹⁷ Sparks, C. Introduction: The Panic over Tabloid News. In: Sparks, C., Tulloch, J. (eds.) *Tabloid Tales: global debates over media standards*. Rowman & Littlefield, Lanham 2000, str. 7.

⁹⁸ McLachlan, S., Golding, P. Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigations into Changes in British Newspapers 1952 – 1997. In: Sparks, C., Tulloch, J. (eds.) *Tabloid Tales: global debates over media standards*. Rowman & Littlefield, Lanham 2000, str. 76-77.

⁹⁹ Uribe, R., Gunter, B. Research Note: The Tabloidization of British Tabloids. In: *European Journal of Communication*, Sage Publications, vol. 19, no. 3, 2004, str. 390.

¹⁰⁰ Jedná se o přechod k tzv. infotainmentu (z angl. *information* a *entertainment*), který „označuje využívání prvků zábavy ve zpravodajství, např. nejrůznějších aranžovaných či hereckých projevů v televizním zpravodajství (subjektivní kamera, pohyb reportéra, činnost ilustrující téma zprávy, animace apod.)“.

Reifová, I. a kol. *Slovník mediální komunikace...*, str. 88.

Neil Postman konkrétně popisuje cestu, jak se infotainment dostal na stránky tištěných médií: „Zatímco televize naučila časopisy, že zprávy jsou jen zábavou, časopisy naučily ji, že zprávou se může stát výhradně zábava. Jak forma, tak i obsah zpráv se proměnily v zábavu. Rychle se tak pohybujeme směrem k informačnímu prostředí, jemuž bude dominovat bezbřehá trivialita a v němž fakta budou sloužit výhradně jako zdroj zábavy.“

Postman, N. *Ubavit se k smrti*. Mladá fronta, Praha 2010, str. 131-132.

zda je tento vývoj přirozeným výsledkem proměny médií a politické scény, či zda se jedná o krizi společnosti a veřejné sféry jako takové, proti které je nutné zakročit.

Následující kapitola bude proto věnována historickému vývoji bulvárních médií až po současnost, pro kterou je bulvarizace tolik typická. Tento stručný historický exkurs by měl pomoci porozumět dějinným a společenským okolnostem, které dovedly média až do dnešní podoby, kdy tato získávají stále větší vliv a často i politickou moc.¹⁰¹

3.4 Historie a současnost bulvárního tisku

Ačkoli se vznik prvních bulvárních novin datuje do 30. let 19. století, ve skutečnosti jsou jejich principy známy již z dřívější doby. Touha pobavit a dozvědět se něco pikantního ze života vyšších kruhů byla uspokojována skrze média od nepaměti. Zprvu klasickým ústním podáním, později díky kramářským písním, letákům, pamfletům a po rozvoji knihtisku také díky novinám. Vynález knihtisku, ke kterému došlo někdy kolem roku 1450 a který je připisován Johannesu Gutenbergovi, je obecně pokládán za hlavní předpoklad pro rozvoj periodického tisku. Díky tiskařskému stroji bylo totiž možné výrazně urychlit proces výroby kopií rukopisů, v té době především náboženských textů.¹⁰²

První novináři, autoři zmíněných letáků, pamfletů a bulletinů, psali populárním a zábavným stylem, čerpali z ústní lidové slovesnosti, legend či pověstí a opisovali informace jeden od druhého, tudíž nemohli zaručit jejich pravdivost, což však ani nebylo jejich primárním zájmem. Tyto autory lze proto směle označit za předchůdce dnešních novinářů z bulvárních médií. Otázkou tedy zůstává, zda populární žurnalismus nepředcházel žurnalismu serióznímu, který se mohl vyvinout později jako reakce na třídní diferenciaci.¹⁰³

Noviny sloužící komerčnímu zájmu, které se vyznačovaly periodicitou, snahou o maximalizaci zisku, mnohostranným využitím a veřejným charakterem, se poprvé objevily v 17. století a byly kompilací, kterou sestavoval vydavatel knih a tiskař v jedné osobě, pro nějž byly noviny pouze vedlejší činností.¹⁰⁴

¹⁰¹ Konkrétní příklad politického vlivu v rukou jednoho média bude ukázán právě v souvislosti s Neue Kronen Zeitung a jejich působením v některých důležitých politických kauzách Rakouska.

¹⁰² Jirák, J., Köpplová, B. *Masová média...*, str. 63.

¹⁰³ Tamtéž.

¹⁰⁴ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace...*, str. 34.

S myšlenkou posbírat ručně psané novinky a poté je tištěné vydávat jako noviny přišel na evropském kontinentu zřejmě jako první Johann Carolus, který od roku 1605 vydával ve Štrasburku týdenní noviny nazvané Relation skládající se obvykle ze dvou až tří listů. Caroluse následoval od roku 1609 vydavatel Julius Adolph von Söhne, jemuž je připisován list Aviso vycházející v německém Wolfenbüttelu. Söhneho noviny čerpaly informace od zpravodajů z většího Norimberku.¹⁰⁵ S postupným zdokonalováním techniky tisku a také přechodem společnosti od tradičních vazeb na půdu či rodinu k modernějšímu pojetí veřejného prostoru, kde se projevovala stále silnější potřeba být informován, se rozšiřoval také počet titulů a vydání. Nejprve to bylo patrné v Evropě a s určitým časovým zpožděním pak také ve Spojených státech. Nicméně první deníky se začaly objevovat až počátkem 18. století, ve Velké Británii to byl například od roku 1702 list Daily Curreant. V této době se rozvíjelo také vydávání časopisů (například anglický The Tatler a The Spectator) a politického tisku, tedy tisku různých politických směrů a uskupení.¹⁰⁶

Aktuální zpravodajství, jak ho chápeme dnes, však začal tisk přinášet až zhruba v polovině 19. století, kdy začala fáze tzv. redakční žurnalistiky spojené s agenturním zpravodajstvím.¹⁰⁷ 19. století lze celkově charakterizovat jako století obrovského rozmachu technologií a průmyslu, kterému se nevyhnul ani tisk. Díky technologickým inovacím (využití páry, resp. elektrické energie, rotačky, telegrafu a později telefonu), lepší distribuci (rozvoj železnice) a nárůstu počtu gramotných lidí, tedy čtenářů, mohlo dojít k dalšímu rozvoji periodického tisku, který tehdy procházel výraznými změnami. Ačkoli, jak již bylo řečeno, přibývalo lidí, kteří uměli číst a psát, jejich vzdělání nedosahovalo příliš vysoké úrovně. Proto jim musely být přizpůsobeny také obsahy novin, které měly oslovit masy svými přitažlivými příběhy a výraznou fotografickou dokumentací.¹⁰⁸ Tak se zrodila myšlenka masového publika, potažmo levného masového tisku, který se stal protipólem tisku seriózního. Mezi první tituly tohoto typu je řazen New York Sun Benjamina Daye z roku 1833, New York Herald Jamese Gordona Bennetta z roku 1835 či La Presse Emila de

¹⁰⁵ Stöber, R. *Deutsche Pressegeschichte*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2005, str. 63.

¹⁰⁶ Jirák, J., Köpplová, B. *Masová média...*, str. 77.

¹⁰⁷ Tamtéž, str. 80.

¹⁰⁸ Gorman, L., McLean, D. *Media and Society in the Twentieth Century*. Blackwell Publishing, Oxford 2003, str. 7-8.

Girardina (1836) a Le Siécle Armanda Dutacqa založený téhož roku.¹⁰⁹ K výraznějšímu rozvoji tisku, který byl dříve, než se pro něj vžil výraz bulvární, v USA a Velké Británii označován jako penny press, v německy mluvících zemích jako Groschenpresse a v českých zemích jako šestákový tisk, ale došlo až v poslední třetině 19. století.¹¹⁰

Začátek 20. století značil ustavování modelu moderního tisku s masovým nákladem, koncentrovaným vlastnictvím a orientací na zisk spojenou s rostoucí závislostí na příjmech z inzerce.¹¹¹ Typickým příkladem tohoto vývoje bylo tiskové impérium vybudované Alfredem Harmsworthem známým pod jménem lord Northcliff, který v roce 1896 založil populární deník Daily Mail. Northcliffovo podnikání bylo podřízeno snaze o maximalizaci zisku, ke které měly vedle příjmů od inzerentů dopomoci různé marketingové metody lákající nové čtenáře jako například soutěže či bonusy pro nové odběratele. Zajímavé příběhy obyčejných lidí získávaly Northcliffovi stále více čtenářů, a tak mohl být zvyšován také náklad novin. To zpětně přinášelo větší příjmy z inzerce, a tím možnost snižovat cenu jednotlivých výtisků, což znamenalo opětovný nárůst čtenářské obce. Úspěch tiskové společnosti lorda Northcliffa zahájil epochu tzv. komercializace médií, která je v obecném slova smyslu nejčastěji chápána jako snaha o maximalizaci zisku (vše se stává zbožím, které se má prodat, pokud možno na více než jednom trhu), a to často na úkor tzv. vyšších ideálů, v případě médií například na úkor prosazování role tzv. hlídacího psa demokracie, samozřejmě v případě, jedná-li se o demokratické státní zřízení.¹¹² Dále je komercializace spojována s manipulací, konzumerismem, nedostatkem slušnosti, původnosti a tvořivosti. Může dokonce vést k homogenizaci a přehlížení menšin, které nejsou pro reklamní trh dostatečně atraktivním publikem, z něhož plynou zisky.¹¹³

Je tedy zřejmé, že komercializace médií je vnímána spíše v negativním smyslu slova, i když lze jen těžko někomu vyčítat, že se snaží navyšovat svůj zisk, tím spíše jedná-li se o soukromou sféru, o vlastníky mediálních koncernů, které se neliší od jiných soukromých společností, jejichž snaha o maximalizaci zisku není ze strany veřejnosti posuzována tak kriticky. Je tedy přinejmenším velmi složité nalézt

¹⁰⁹ Jirák, J., Köpplová, B. *Média a společnost...*, str. 30.

¹¹⁰ Tamtéž, str. 30.

¹¹¹ Gorman, L., McLean, D. *Media and Society in the Twentieth Century...*, str. 8-12.

¹¹² Hallin, D., Mancini, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Portál, Praha 2008, str. 42.

¹¹³ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace...*, str. 165.

ideální stav, který by zároveň naplňoval naše představy o ušlechtilosti médií (nezávislé informování, vzdělávání, nástroj k prosazování demokratických hodnot atd.), ale také zajišťoval zainteresovaným osobám slušný výdělek. Současná společnost, kterou popisuje sociolog Zygmunt Bauman slovy „soukromé zájmy v atomizovaných postmoderních společnostech stále více kolonizují veřejný prostor“¹¹⁴, je však nastavena takovým způsobem, že neustálé navyšování zisku jednotlivce je jejím určujícím rysem, a tak jen těžko můžeme očekávat, že se oblast médií a mediální produkce bude chtít vůči tomuto stavu jakkoli vymezovat.

Slovo zisk se tedy stalo jakýmsi zaklínadlem a zůstalo jím v podstatě dodnes. Zároveň sloužilo jako jeden z rozhodujících důvodů pro vydávání novin, které se měnilo v klasické obchodní podnikání. Snaha o maximalizaci zisku byla samozřejmě podmíněna zájmem co největšího počtu čtenářů, což vydavatele tisku přimělo k značné bulvarizaci svých periodik s cílem především zaujmout a také pobavit.¹¹⁵

20. století lze tedy charakterizovat nejen komercializací, ale rovněž nástupem konzumního způsobu života, ke kterému přispívala také reklama.¹¹⁶ Ta se stále častěji objevovala v médiích, která masovým charakterem svých sdělení oslabovala vliv jedinců, jejich sociálních vazeb a kultur jako takových. Tento vývoj ještě zesílil v průběhu 80. a 90. let minulého století, kdy byla média silně ovlivněna ekonomickou globalizací, propojováním jednotlivých mediálních společností, a to už nejen na národní úrovni, ale především v mezinárodním měřítku (globalizace vlastnictví v oblasti médií).¹¹⁷ Zatímco v první polovině 20. století byly sdělovací prostředky, a to zejména tisk, pevně zakotveny v národních státech, v průběhu druhé poloviny minulého století se toto výrazně změnilo, a to především, jak již bylo řečeno, vlivem nadnárodní mediální sféry. Mediální kultura a produkce tak získává v posledních desetiletích nadnárodní charakter stírající specifika jednotlivých států, s jehož prohlubováním dochází k stále větší komercializaci kultury, respektive mediální kultury, což znamená, že na ni má menší vliv příslušná kulturní politika uvnitř daného státu. Může tak následně docházet k oslabování identity jednotlivých

¹¹⁴ Cit. dle Pehe, J. Budoucnost médií v evropském kontextu. Přednáška v rámci konference Evropská integrace, média a národní identita – Divadlo Archa 29. 11. 2004, <http://www.pehe.cz/prednasky/2004/budoucnost-medii-v-evropskem-kontextu>, staženo dne 2. 9. 2011.

¹¹⁵ Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost...*, str. 34.

¹¹⁶ U této charakteristiky se vzhledem k několika bouřlivým obdobím během 20. století samozřejmě nevyhneme jistému zjednodušení a zevšeobecnění, nicméně trend konzumního stylu života, který se naplno projevil ve 21. století, byl započat právě ve století předcházejícím.

¹¹⁷ Například přítomnost kapitálu australského mediálního magnáta v britském listu The Times. Jiráček, J. Komercializace médií a tradic. 2005, <http://old.rvp.cz/clanek/281>, staženo dne 2. 9. 2011.

kultur a národů. V současnosti se proto vede debata, zda je výše popsáný stav problémem, který je nezbytné řešit, či zda se má globalizaci, která tak úzce souvisí právě s komercializací, nechat volný průchod.¹¹⁸

¹¹⁸ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál, Praha 2007, str. 139-140.

4. Neue Kronen Zeitung – bulvární deník

Poté, co byly v předcházející kapitole podrobně popsány znaky bulvárního tisku, jeho historie i současný stav, můžeme přistoupit již konkrétně k samotným Neue Kronen Zeitung. Základní otázkou, na kterou bude tato kapitola hledat odpověď, je, do jaké míry odpovídají charakteristiky rakouského bulvárního deníku výše zmíněným obecným charakteristikám bulvárního tisku. Pozornost bude přitom věnována zejména vnější podobě novin (tzv. layoutu), obsahu, jazyku, formě i způsobu, jakým Neue Kronen Zeitung oslovují čtenáře.

4.1 Tvář Neue Kronen Zeitung

Mezi nejvýraznější vnější znaky Neue Kronen Zeitung patří bezesporu jejich malý formát, který je podobný velikosti papíru A4 a který je typický právě pro bulvární tisk.¹¹⁹ Krone vycházejí denně (a to také ve večerním vydání) v barevném provedení, přičemž jeden výtisk se skládá z asi 80 stran a u novinových stánků stojí 1 euro. Charakteristickým znakem pro Krone jsou rovněž relativně krátké články (maximálně 1600 znaků).¹²⁰ Každá spolková země kromě spolkové země Vorarlberg disponuje vlastní verzí deníku, která vždy zohledňuje především aktuální dění v daném regionu.¹²¹

Layout Neue Kronen Zeitung prošel v minulých letech jen nepatrnými úpravami, kdy nejvýraznější změnou je větší barevnost jednotlivých vydání. Nicméně základní grafická struktura deníku zůstává stejná (viz obr. č. 1, 2, 3 a 4).

¹¹⁹ Nutno podotknout, že v této charakteristice se Krone liší od známého německého bulvárního deníku Bild, který se stále drží klasického novinového formátu.

¹²⁰ Bucher Gruppe. *Medien in Wien*. Books LLC (German Series) 2010, str. 95.

¹²¹ Jako první byla v květnu 1968 otevřena regionální redakce ve spolkové zemi Horní Rakousy. Už v následujícím roce zde Krone dosáhly více čtenářů než do té doby největší regionální list Oberösterreichische Nachrichten. Zatím posledním místem, kde se začaly vydávat regionální Krone, se v roce 1992 stalo Tyrolsko.

Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z*. Falter Verlag, Wien 2008, str. 216-217.



Obrázek č. 1 – Layout Neue Kronen Zeitung z 5. května 1987



Obrázek č. 2 – Layout Neue Kronen Zeitung z 15. září 1997



Obrázek č. 3 – Layout Neue Kronen Zeitung ze 17. září 2007



Obrázek č. 4 – Layout Neue Kronen Zeitung z 30. srpna 2011

Titulní strana Krone nijak nevybočuje z výše popsaného schématu bulvárních listů. Vyznačuje se totiž barevnou pestroostí, velkými titulky (titulek ke „zprávě dne“, částečně červený na žlutém podkladu, zabírá celou horní třetinu, přičemž ale samotný článek nalezne čtenář až na straně 2, příp. 3) a především fotografií, která někdy zaujímá až polovinu plochy titulní strany. Tato fotografie se však obvykle nevztahuje ke zmíněnému titulku, nýbrž často bývá součástí reportáže ze sportu či ze života celebrit. Součástí titulní strany jsou dále také velmi stručné úvody k některým článkům z daného vydání. Na titulní straně většiny vydání Neue Kronen Zeitung se objevuje rovněž reklama, což, jak již bylo řečeno, je jeden ze znaků, který odlišuje bulvární tisk od tisku seriózního (viz obr. č. 5).



Obrázek č. 5 – Titulní strany Neue Kronen Zeitung ze 7. dubna a z 29. srpna 2011

Styl, který je uplatňován na titulních stranách Neue Kronen Zeitung, tedy výrazná pestrost, velké titulky, velká četnost fotografií, ale i reklamních ploch, je zachovávan také uvnitř listu. V něm se objevují převážně stručné články, které jsou řazeny bez jasného řádu a logické návaznosti jednotlivých informací (viz obr. č. 6).



Obrázek č. 6 – Neue Kronen Zeitung z 15. července 2011

Vnější podoba rakouských Neue Kronen Zeitung tedy jednoznačně odpovídá charakteristikám bulvárního tisku, které byly definovány v předcházející kapitole. Zda však těmto charakteristikám odpovídá také obsah listu a jazyk, který je v něm využíván, bude předmětem analýzy na následujících řádcích.

4.2 Obsah deníku Neue Kronen Zeitung

V deníku Neue Kronen Zeitung nalezne čtenář několik pravidelných rubrik, které se opakují v každém vydání. Jedná se například o rubriku politickou, ekonomickou, zahraniční, kulturní či sportovní. Dále bývá v některých vydáních zařazována také rubrika o zdraví či soudních případech. Ve shodě s principy bulvárního tisku však mezi jednotlivými tématy vyčnívají ta věnovaná domácím událostem, a proto převažuje rubrika nazvaná jednoduše Rakousko. Značný prostor (nejčastěji v rozmezí 10-20 stran) je vymezen také sportu, který je jedním z hlavních pilířů každého vydání bulvárních novin, rakouské Krone nevyjímaje. Ty samozřejmě

informují i o zahraničních sportovních událostech, nicméně velmi detailně se věnují především domácím soutěžím a ligám, a to i těm na nižší úrovni. Opomenout však nelze ani několikastránkové inzeráty nabízející prodej například automobilů či nemovitostí, ale také erotické služby dívek z celého světa, jejichž kontakty jsou uvedeny na dvojstraně zařazené právě za zmíněné inzeráty. Nechybí ani fotografie nahé dívky, kterou čtenáři téměř pravidelně naleznou na straně 7 a kterou doprovází velmi stručný popis charakterizující danou dívku.¹²²

Typická pro *Neue Kronen Zeitung* je četnost textů, které nelze jednoznačně zařadit pouze k jednomu žurnalistickému útvaru. Naopak častěji se objevují články, které využívají zároveň několik různých forem jako například zprávy obsahující prvky reportáže či rozhovoru. Nicméně ani *Krone* se nevyhýbají „čistým“ formám, ba naopak, například krátké poznámky či rozsáhlejší komentáře jsou jedním z nejrozšířenějších žánrů v tomto deníku.¹²³ A pravděpodobně nejcharakterističtější typem textu pro *Neue Kronen Zeitung* jsou názorové sloupky, kterých pravidelně vychází až 16 od různých autorů.¹²⁴ Na druhé straně je však v každém vydání věnován značný prostor také názorům čtenářů (až na třech stranách), a to v rámci dopisů vydavateli. Poměrně specifickou rubrikou *Neue Kronen Zeitung* jsou dopisy čtenářů s podtitulem „o divadle EU“, kde se, jak již název napovídá, čtenáři nejčastěji kriticky vyjadřují k aktuálnímu dění v Evropské unii.¹²⁵

Tematicky jsou *Neue Kronen Zeitung* zaměřeny přesně tak, jak se u bulvárního deníku předpokládá, tedy převážně na tzv. soft news, na skandály, na senzace. Hlavními postavami jsou přitom veřejně známé osobnosti, ale i obyčejní lidé, v první řadě Rakušané. *Krone* tak často informují o různých kriminálních činech, náhlých úmrtích (černá kronika je další velmi populární rubrikou bulvárních listů), skandálech celebrit i politiků, přičemž se snaží upoutat pozornost čtenáře nejen

¹²² Jak poznamenává Günther Nennung ve své knize věnované deníku *Neue Kronen Zeitung*, „pikantní“ obrázek spoře oděné ženy byl součástí listu již v době Rakouska-Uherska s tím rozdílem, že tehdy se jednalo o kresbu nikoli o fotografii, jak je tomu dnes.

Nennung, G. *Eine Krone bitte*. Molden Verlag, Wien 2003, str. 119.

¹²³ Ačkoli paleta témat, kterým se *Neue Kronen Zeitung* věnují, je velmi široká, vždy se v nich objeví jedno, dvě či tři výraznější, kterým se autoři komentářů věnují podrobněji po delší dobu.

Bruck, P. (Hrsg.). *Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronenzeitung“*. Wiener Journal Zeitschriftenverlag Ges. m. b. H. – Edition Atelier, Wien 1991, str. 20.

¹²⁴ Jedním z nejznámějších sloupkařů *Krone* byl rakouský novinář Günther Nennung. Krátkými komentáři do svého deníku přispíval také sám Hans Dichand, který se ale pod své texty podepisoval jako Cato.

Dichand, H. *Im Vorhof der Macht*. Ibra & Molden Verlag, Wien 1996, str. 358.

¹²⁵ Arendt, F. Zur kultivierenden Wirkung der *Kronen Zeitung*. In: *Medien Journal*, vol. 32, no. 4/2008, str. 6.

samotnou informací, ale také stylem, kterým je podávána. K tomu jim nejlépe slouží jazyk, který je opět typický pro bulvární média.

4.3 Jazyk *Neue Kronen Zeitung*

Pro dosažení větší čtenářské přitažlivosti a zajímavosti používají autoři článků v *Neue Kronen Zeitung* především různé frazeologismy, přirovnání, metafory, slovní hříčky, citáty či pro bulvární média tolik typické hovorové výrazy (především v přímé řeči, která tak posiluje autenticitu textu). Texty bývají vystavěné převážně z krátkých vět, řečnických otázek či zvolání (zejména v titulcích¹²⁶) a často obsahují také cizí slova a neologismy, které se však již staly běžnou součástí slovní zásoby. Zde několik příkladů:

Hovorové výrazy: „Nicole Richie hat nun die Nase voll.“ („Nicole Richie toho má plné zuby.“)¹²⁷, der Bub (kluk)¹²⁸, ...

Austriacismy: Würstel (die Wurst – klobása)¹²⁹, der Jänner (das Januar – leden), ...

Cizí slova: Ex¹³⁰, Charity¹³¹, Star¹³², Bodypacker¹³³, cool¹³⁴, Tattoo¹³⁵, ...

Neologismy: das Handy (mobilní telefon)¹³⁶, ...

Metafory: auf der politischen Bühne (na politické scéně)¹³⁷, ...

Jednotlivé rubriky v *Neue Kronen Zeitung* (například sportovní či politická rubrika) velmi často využívají rovněž žargon. V tomto případě se však nejedná o výrazy vysloveně nespisovné, ale spíše o hovorová slova používaná lidmi z daného oboru, která jsou expresivně zabarvená a mají text učinit „živým“ a čtenářsky atraktivním.

¹²⁶ Familie als „Opfergabe“? *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 9.

Klöbl, P. Verrückt! Triumph in Graz – und Austria ist wieder vorn. *Neue Kronen Zeitung*, 9. 5. 2011, no. 18.328, str. 58-59.

¹²⁷ Nicht schwanger. *Neue Kronen Zeitung*, 12. 4. 2011, no. 18.301, str. 27.

¹²⁸ Schlange biss Bub. *Neue Kronen Zeitung*, 3. 10. 2011, no. 18.473, str. 13.

¹²⁹ Vor Schreck gelähmt. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 28.

¹³⁰ Nach privaten Turbulenzen Landung in Wien. *Neue Kronen Zeitung*, 20. 6. 2011, no. 18.369, str. 1.

¹³¹ Welch Paradies für Solo-Männer. *Neue Kronen Zeitung*, 3. 10. 2011, no. 18.473, str. 22.

¹³² Erkennen Sie diesen Star? *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 1.

¹³³ Heininger, M. „Bodypacker“ auf Flughafen verhaftet. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 23.

¹³⁴ Moizi, P. Ronaldo als Tennis-Fan. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 67.

¹³⁵ Jolie in libyschem Flüchtlingslager. *Neue Kronen Zeitung*, 7. 4. 2011, no. 18.297, str. 1.

¹³⁶ Jedes dritte Handy in Österreich schon ein Smartphone. 8. 9. 2011,

http://www.krone.at/Handy/Jedes_dritte_Handy_in_Oesterreich_schon_ein_Smartphone-Smart_gewinnt-Story-295539, staženo dne 9. 10. 2011.

¹³⁷ Österreicher von Politik Genervt! *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 2-3.

Příklady: England-Legionär (legionář ve fotbalovém žargonu, tedy hráč působící v zahraničí)¹³⁸, schlagen (bít/tlouci, ve sportovním žargonu porazit)¹³⁹, Drogenkartell (drogový kartel)¹⁴⁰, Wahldebakel (volební debakl)¹⁴¹, ...

Vedle žargonu, který stojí na pomezí mezi odbornou a hovorovou mluvou, se však v člancích *Neue Kronen Zeitung* objevují také výrazy čistě odborné například z oblasti politiky nebo ekonomie, jejichž užití vzbuzuje u čtenáře pocit, že také on se v daném oboru velmi dobře orientuje.

Příklady: die Wachstumsrate (tempo růstu), stagnieren (stagnovat), das Bruttoinlandsprodukt (hrubý domácí produkt)¹⁴², ...

Jazyk rakouského deníku *Neue Kronen Zeitung* tedy hraje významnou roli ve snaze pozornost publika nejen upoutat, ale také udržet. Využívá k tomu celou řadu prostředků, které přispívají k zatraktivnění textů a jejich přiblížení nejširším společenským vrstvám. Jaké další faktory ovlivnily úspěšný postup Krone až na vrchol rakouského mediálního trhu, bude předmětem zkoumání v následující kapitole.

4.4 Jak oslovit čtenáře aneb faktory úspěchu *Neue Kronen Zeitung*

K tomu, aby byly *Neue Kronen Zeitung* tak úspěšné, a to se v žádném případě nejedná o úspěch krátkodobý, protože Krone jsou nejčtenějším rakouským deníkem již mnoho let, jistě nepřispěla pouze jedna věc, ale naopak celá řada faktorů, které vytvořily takový koncept bulvárního deníku, který v Rakousku vyhledává denně kolem 40 % obyvatel starších 14 let.¹⁴³

¹³⁸ Linden, P. Tests statt Urlaub. *Neue Kronen Zeitung*, 8. 6 2011, no. 18.358, str. 66.

¹³⁹ Klöbl, P. Verrückt! Triumph in Graz – und Austria ist wieder vorn..., str. 58-59.

¹⁴⁰ Drogenkartell in Mexiko wünscht frohe Weihnachten. 26. 12. 2010, http://www.krone.at/Digital/Drogenkartell_in_Mexiko_wuenscht_frohe_Weihnachten-Auf_Plakaten-Story-237475, staženo dne 9. 10. 2011.

¹⁴¹ Sozialisten in Spanien erleiden Wahldebakel. 23. 5. 2011, http://www.krone.at/Nachrichten/Sozialisten_in_Spanien_erleiden_Wahldebakel-Wuetende_Jugend-Story-264113, staženo dne 9. 10. 2011.

¹⁴² Österreichs Wirtschaft wächst kräftig. http://www.krone.at/Oesterreich/Oesterreichs_Wirtschaft_waechst_kraeftig-Plus_3.8_Prozent-Story-75998, staženo dne 9. 10. 2011.

¹⁴³ Je však třeba poznamenat, že v posledních několika letech došlo k mírnému poklesu v počtu čtenářů *Neue Kronen Zeitung*, když v roce 2007 dosahoval jejich počet 2,947 mil., v roce 2008 2,944 mil., v roce 2009 2,853 mil., v roce 2010 2,764 mil. a na přelomu roku 2010/2011 2,706 mil, což představuje 37,9 % obyvatel Rakouska starších 14 let. Nicméně ani to zatím nemůže ohrozit vedoucí pozici Krone na rakouském trhu s tištěnými médii, tím spíše ne, když také ostatní listy ztrácejí (např. deník *Kurier* dosahoval v roce 1992 14,6 % a v roce 2010 už pouze 8,1 %). Media Analyse, www.media-analyse.at, staženo dne 7.10.2011.

Harald Fidler ve své knize *Österreichs Medienwelt von A bis Z* vyjmenovává hned několik důvodů zásadních pro vzestup *Neue Kronen Zeitung* a jejich dlouhodobý úspěch. Jako první uvádí malý formát deníku, který mu na začátku 60. let přinesl 50 000 nových čtenářů, kteří odmítli akceptovat zdražení „svého“ listu *Das kleine Volksblatt*, jež bylo způsobené právě přechodem z malého na velký formát.¹⁴⁴ Dalším důvodem pro vzestup *Krone* bylo podle Fidlera zahájení nedělního prodeje a s tím spojené nedělní vydání *Neue Kronen Zeitung*, které tvoří základ vysokého počtu čtenářů, potažmo inzerentů majících zájem o reklamní plochy v tomto deníku. Přesto však spoluzakladatel *Krone* Kurt Falk nehodnotil situaci jen pozitivně: „Kvalita pracovníků redakce v tehdejší době evidentně nestačila na to, aby si čtenáři vedle nedělního vydání *Krone Zeitung* kupovali deník také během týdne.“¹⁴⁵

Jako velmi prozíravý krok se ukázala sázka na výherní soutěže, které pomohly vyřešit zmíněný problém s poklesem počtu prodaných vydání *Krone* během všedních dní. Dalším důležitým rozhodnutím bylo vydávat noviny sedm dní v týdnu, protože původně se na novinových stáncích objevovaly od úterý do neděle. Také to podle Falka ještě posílilo vliv loterií v *Krone*. Kromě cen, které mohli čtenáři získat v populárních soutěžích, bylo možné dostat odměnu také za dlouhodobou přízeň deníku projevenou prostřednictvím předplatného. Nejvěrnější čtenáři, tedy ti, kteří si zajistili předplatné na dva roky, obdrželi nejhodnotnější dárky.¹⁴⁶ Nicméně pro to, aby předplatné *Krone* uspělo také v konkurenci regionálních deníků v jednotlivých spolkových zemích, nestačilo pouze rozdávat hmotné dary, ale bylo nutné co nejvíce vyjít vstříc čtenáři, k čemuž měla přispět také donáška novin až do domu.¹⁴⁷

Všechny výše zmíněné faktory vedoucí k úspěšnému vzestupu *Neue Kronen Zeitung* se týkaly především praktických snah o prosazení se deníku na rakouském trhu s tištěnými médii. Neméně významný je ale také samotný obsah *Krone* a názory v něm prezentované, které byly a stále jsou zaměřeny primárně na čtenáře z co možná nejširších společenských vrstev. Hans Dichand, hlavní postava

Lackner, H. Befriedigung der Sinnesreize. Zum 20. Todestag der „Arbeiter-Zeitung“ ..., str. 22.

Pro srovnání: nejčtenější německý bulvární deník *Bild* prodá denně jen zhruba čtyřikrát více výtisků než *Neue Kronen Zeitung*, přičemž ale Německo má asi desetkrát více obyvatel než Rakousko.

Käfer, P. *Medien und Politik*. Holzhausen Verlag GmbH, Austria 2008, str. 73.

¹⁴⁴ Podrobněji v kapitole Historie deníku *Neue Kronen Zeitung*.

¹⁴⁵ Cit. dle Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z...*, str. 214.

¹⁴⁶ Tamtéž, str. 215.

¹⁴⁷ *Neue Kronen Zeitung* od roku 1968 postupně zakládaly regionální redakce ve všech spolkových zemích kromě spolkové země Vorarlberg.

znovuzrozených Kronen Zeitung, uměl zřejmě nebývale dobře odhadnout aktuální náladu mezi rakouskými obyvateli, kterou poté obratně přenesl na stránky svého deníku, čímž se neustále zvyšovala jeho obliba. Důležitým pomocníkem mu v tom jistě byly dopisy od čtenářů, jejichž editorem byl až do pokročilého věku. Dichandovo pozorné naslouchání čtenářům však mělo za následek časté obviňování jeho novin z xenofobie, rasismu a pravicového nacionalismu či dokonce extremismu. Možná nejvýstižněji popisuje celou situaci rakouský spisovatel Franz Stefan Griebel vystupující pod pseudonymem Franzobel: „Krone nejsou v žádném případě noviny podněcující nacionalistické, rasistické či antisemitské vášně, nýbrž jsou bulvárním plátkem majícím právě tento podtext.“¹⁴⁸

Veškeré charakteristiky deníku lze tedy zjednodušeně shrnout pod pojem populismus¹⁴⁹, který se na stránkách Krone opakovaně projevuje například během volebních kampaní nebo kampaní spojených s otázkami týkajícími se Evropské unie. Jak poznamenává rakouský publicista Joachim Riedl v německých *Süddeutsche Zeitung*: „Tento stroj na názory brázdí se svým kampaňovitým stylem žurnalistiky zemi a zanechává v ní hluboké šovinistické rýhy. Jeho bulvární metody se vyrovnají každému populistickému politikovi. Nelibost přeměňuje v dogma a kazatelským tónem v duchu neomylnosti podporuje společné „my“, které se ve světle spojení čtenáře s listem jeví jako víra v jakési národní náboženství.“¹⁵⁰ A tato „víra“ čtenářů Krone se ukázala být skutečně silná, když byly v roce 2001 zveřejněny výsledky dotazníkového průzkumu IFES (*International Foundation for Electoral Systems – Mezinárodní nadace pro volební systémy*) hovořící o tom, že 29 % pravidelných čtenářů považuje Krone za politicky důvěryhodné, přičemž na druhém místě skončil *Kurier* s pouhými 12 %.¹⁵¹

¹⁴⁸ Cit. dle Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z...*, str. 218.

¹⁴⁹ Obecně lze pojem populismus definovat jako „výzvu pro lidi postavit se proti zavedeným strukturám moci a také proti dominantním ideám a hodnotám společnosti“.

Cit. dle Betz, H. Haider's revolution or the future has just begun. In: Bischof, G., Pelinka, A., Gehler, M. *Austria in the European Union*. Transaction Publishers, New Brunswick 2002, str. 123.

Populismus může být ale nahlížen také obecněji jako strategie k prodeji určitého produktu (politiky, postojů, novin...), jako metoda a způsob užívaný k oslovení lidí a k získání veřejné podpory a moci.

Mareš, M. *Pravicový extremismus a radikalismus v ČR*. Barrister & Principal, Brno 2003, str. 35.

¹⁵⁰ Cit. dle Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z...*, str. 219.

¹⁵¹ Fidler, H. *Im Vorhof der Schlacht. Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege*. Falter Verlag, Wien 2004, str. 19.

Na deklarované důvěryhodnosti je postaven také jeden z reklamních sloganů Krone, který říká: „Věřte tomu až ve chvíli, kdy to píšete v Krone!“

Im Dienste der Krone. Anekdoten und Geschichten erzählt von Mitarbeitern der „Kronen Zeitung“. Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten 2006, str. 9.

Deník *Neue Kronen Zeitung* však neoslovuje své čtenáře pouze skrze komplikovaná politická a celospolečenská témata, ale naopak se vždy snaží odlehčit situaci něčím pozitivním. Sázkou na jistotu jsou v tomto případě zmíněné fotografie nahých dívek, ale také děti a zvířata spolehlivě útočící na city čtenářů, kteří jsou ochotni finančně či dokonce vlastní péčí přispívat na jejich záchranu. O duchovní očistu čtenářů se pak prostřednictvím pravidelných sloupků v nedělním vydání deníku stará vídeňský arcibiskup Christoph Schönborn.¹⁵²

Na závěr nelze než konstatovat, že rakouské *Neue Kronen Zeitung* splňují kritéria bulvárního média, která byla stanovena v předchozí kapitole, a to se všemi jeho klady i zápory. Jejich autorům, a to zejména již zesnulému Hansi Dichandovi, není možné upřít především schopnost vyzorovat aktuální společenské rozpoležení a většinové postoje obyvatel, které poté obratně dokážou přenést na stránky svých novin.¹⁵³ Nejen to je základem bezkonkurenčního úspěchu *Neue Kronen Zeitung*, jejichž vliv v rámci rakouské veřejnosti je stále znovu diskutován a které lze, minimálně z hlediska oblíbenosti u čtenářů, považovat za vzor pro ostatní bulvární deníky.¹⁵⁴

Závěrečná část práce se proto bude zabývat komparací nejčtenějšího rakouského deníku (*Neue Kronen Zeitung*) a nejčtenějšího českého deníku, jímž je rovněž bulvární list (*Blesk*), který ale v přepočtu na obyvatele nedosahuje takového úspěchu jako *Neue Kronen Zeitung*. V první části komparativní analýzy se pokusím zejména o nalezení prvků, které jsou pro oba deníky společné, ale na druhé straně

¹⁵² Další duchovní autoritou přispívající do Krone byl například pravicově konzervativní biskup v St. Pölten Kurt Krenn, který v deníku vystupoval pod jménem Christianus, či v Rakousku proslavený kněz Hermann-Josef Weidinger, jehož pozůstalost se v Krone objevovala denně rovněž ve formě sloupků.

Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z...*, str. 219.

¹⁵³ Wise, M. International: Austria's troubling tabloid. In: *Columbia Journalism Review*, Jan/Feb 2002, vol. 40, no. 5, str. 12.

¹⁵⁴ Vlivem *Neue Kronen Zeitung* na rakouskou veřejnost se zabývá například Florian Arendt působící na vídeňské univerzitě. Mezi jeho studie patří mimo jiné:

Arendt, F. Wie wirkt die Krone? Ein Überblick über den Stand der Forschung über die Wirkung der *Kronen Zeitung*. In: *Medienimpulse*, no. 2/2010, <http://www.medienimpulse.at/articles/view/210>, staženo dne 26. 9. 2011.

Arendt, F. Cultivation effects of a newspaper on reality estimates, explicit and implicit attitudes. In: *Journal of Media Psychology*, vol. 22, no. 4/2010, str. 147-159.

Arendt, F. *Kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung. Eine Cross-Lagged Panel Analyse*. Magisterarbeit, Universität Wien, Wien 2009.

Arendt, F. Explizite und implizite kultivierende Wirkung der *Kronen Zeitung*. Eine empirische Untersuchung von Kultivierungseffekten auf explizite und implizite politische Einstellungen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, vol. 57, no. 2/2009, str. 217-237.

Arendt, F. Zur kultivierenden Wirkung der *Kronen Zeitung*. In: *Medien Journal*, vol. 32, no. 4/2008, str. 3-21.

také těch, které je odlišují. Druhou část pak bude tvořit obsahová analýza. Ta se soustředí na porovnání politického a zahraničního zpravodajství obou deníků.

5. Neue Kronen Zeitung vs. Blesk – komparace nejčtenějšího rakouského a českého deníku

Jak již bylo řečeno, oba deníky spojují zejména dvě věci. Za prvé je to fakt, že Neue Kronen Zeitung i Blesk jsou ve své zemi nejčtenějšími novinami. Za druhé pak přívlástek, kterým jsou oba deníky nejčastěji označovány, tedy přívlástek bulvární. V předcházející kapitole jsem se pokusila ukázat, nakolik se charakteristiky Neue Kronen Zeitung shodují s typickými znaky bulvárních tištěných médií, které byly popsány ve třetí kapitole. Analýza poměrně jednoznačně prokázala, že rakouský deník Neue Kronen Zeitung splňuje stanovená kritéria pro to, aby mohl být označen jako bulvární.

Avšak ne všechny znaky bulvárních médií lze aplikovat univerzálně. Pro nalezení rozdílů mezi pojetím bulvárního listu v Rakousku a v České republice bude proto na následujících řádcích provedena komparativní analýza dvou pro tyto země nejtypičtějších zástupců jmenovaného žánru.

5.1 Neue Kronen Zeitung ve srovnání s Bleskem jako seriózní bulvární deník?

5.1.1 Vnější podobnost rakouského a českého bulvárního deníku

Již při velmi letmém pohledu je zřejmé, že ačkoli se Neue Kronen Zeitung i Blesk řadí do stejné žánrové kategorie, existuje mezi nimi mnoho rozdílů. Tím nejviditelnějším je nepochybně formát obou deníků. Blesk se podobně jako například německý Bild či švýcarský Blick pocházející ze stejného vydavatelství (Ringier AG¹⁵⁵) drží velkého novinového formátu, kdežto Neue Kronen Zeitung se již tradičně spoléhají na malý formát, který je jedním z jejich nejcharakterističtějších rysů.¹⁵⁶

Blesk stejně jako Krone vychází denně v barevném provedení (v pátek rovněž s magazínovou přílohou), tedy i v neděli pod názvem Nedělní Blesk, a to jako rozšířené vydání s televizním programem na celý týden. Na rozdíl od rakouského deníku však nedisponuje večerním vydáním. Stejně jako on ale nabízí svým čtenářům regionální mutace – pro Prahu, Prahu a střední Čechy, jižní Čechy, severní

¹⁵⁵ Pro úplnost je nutné dodat, že vydavatelem deníku Blesk je Ringier Axel Springer CZ a.s., tedy společný projekt švýcarského vydavatelství Ringier AG a německého Axel Springer AG pro oblast střední a východní Evropy.

Ringier Axel Springer CZ a.s., <http://www.ringieraxelspringer.cz/>, staženo dne 3. 12. 2011.

¹⁵⁶ Formát Blesku je cca 42 x 30 cm, formát Neue Kronen Zeitung je cca 30 x 23 cm.

Čechy, východní Čechy, západní Čechy, jižní Moravu (Brno) a severní Moravu. Rozsah deníku Blesk je sice oproti Neue Kronen Zeitung o poznání menší (jedno vydání Blesku obsahuje cca 20 stran, Krone mají až 80 stran), nicméně Blesk vychází ve větším formátu. Cena obou deníků je vzhledem ke kupní síle obyvatel v Rakousku a v České republice srovnatelná. Za rakouské Krone zaplatí čtenář každý den v týdnu 1 euro (tedy i v pátek, kdy je přílohou magazín Live), český Blesk lze pořídit za 10 korun, avšak v pátek je cena vzhledem k magazínové příloze o 5 korun vyšší.

Grafické srovnání Neue Kronen Zeitung a Blesku ukazuje, že ačkoli jsou si oba deníky v hlavních rysech přisuzovaných bulvárním tištěným médiím podobné, lze u nich nalézt také „bulvární“ charakteristiky, které jsou výraznější u českého Blesku.

Titulní strana Blesku i Neue Kronen Zeitung vychází z obdobného konceptu typického pro bulvární deníky, ale v případě Blesku je vše ještě více zdůrazňováno a vzhledem k většímu formátu rovněž násobeno. Grafici českého deníku tak používají při tvorbě titulní strany více barev, i když barevné provedení názvu deníku je identické (bílý text na červeném poli, v případě Neue Kronen Zeitung umístěný na levé straně zhruba v polovině, v případě Blesku v horní části). Dalším typickým znakem obou deníků jsou velké titulky, často zabírající až třetinu titulní strany. Rakouský deník však tímto dominantním titulkem uvozuje článek, který se nachází uvnitř listu, nikoli na titulní straně. Naopak Blesk k danému titulku připojuje i článek obvykle rozšířený na dalších stranách deníku a také fotografii, opět největší, kterou na titulní straně nalezneme. To Neue Kronen Zeitung vztahují tuto fotografii k jinému článku, i když je třeba poznamenat, že jak Blesk, tak také Krone na ní zachycují především známé osobnosti ze showbyznysu či ze světa sportu (zejména Neue Kronen Zeitung). Rozdílné je u obou deníků pojetí stručných úvodů k článkům nacházejícím se uvnitř listu. Blesk totiž umísťuje na titulní stranu často pouze fotografii a stručný titulek k danému článku, kdežto Krone připojují i několik úvodních vět. Co se týče reklamy na titulní straně, je prostor jí věnovaný u obou deníků srovnatelný (porovnání titulní strany Blesku a Neue Kronen Zeitung viz obr. č. 7 a 8).



Obrázek č. 7 – Blesk z 15. listopadu 2011 Obrázek č. 8 – Neue Kronen Zeitung z 15. listopadu 2011

Blesk podobně jako Neue Kronen Zeitung zachovává styl z titulní strany rovněž uvnitř listu, kdy ale ještě výrazněji než rakouský deník vsází na typicky bulvární znaky, tedy převahu fotografické dokumentace nad textem, barevnou pestrost, velké titulky či četnost reklamních ploch, které v mnoha případech zabírají až polovinu strany nebo dokonce celou jednu stranu, a to opakovaně v jednom vydání (viz obr. č. 9 a 10).¹⁵⁷



Obrázek č. 9 – Blesk z 8. listopadu 2011

¹⁵⁷ Reklamní plochy v Blesku tak průměrně tvoří až pět stran z jednoho vydání, které má rozsah cca 20 stran. Reklamní plochy v Neue Kronen Zeitung tvoří také průměrně pět stran, přičemž ale jedno vydání Krone má rozsah zhruba 80 stran.



Obrázek č. 10 – Neue Kronen Zeitung z 24. listopadu 2011

Ačkoli se tedy charakteristiky tištěných bulvárních médií definované ve třetí kapitole projevují v případě českého deníku Blesk s větší razancí než v případě Neue Kronen Zeitung, lze stále konstatovat, že co se týče vnější podoby, jsou si oba deníky podobné. Stejně je to také s jazykem, který je v Blesku i v Krone rovněž typicky bulvární, tedy plný metafor¹⁵⁸, přirovnání¹⁵⁹, cizích slov¹⁶⁰ či hovorových výrazů¹⁶¹. Články jsou obvykle sestaveny ze stručných vět a často se v nich objevují řečnické otázky¹⁶², zvolání¹⁶³ a přímá řeč. To má stejně jako u rakouského deníku přispět

¹⁵⁸ Příklad: V Plzni melou boží mlýny.

Gebert, T. V Plzni melou boží mlýny. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 17.

Příklad: To je Kocourkov.

Škoda slov, to je Kocourkov! *Blesk*, 9. 11. 2011, vol. 20, no. 262, str. 2-3.

¹⁵⁹ Příklad: Chvilí vypadal jako Hurvínek.

Krejča, P. Chvilí vypadal jako Hurvínek. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 18.

¹⁶⁰ Příklad: exministr

Pilipova firma dluží 15 milionů. *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 3.

Příklad: playboy

Playboy? Agáto, radši koj. *Blesk*, 30. 11. 2011, vol. 20, no. 279, str. 11.

¹⁶¹ Příklad: fušuje

Tichý, O. „Sexydračice“ Kovářová fušuje do gynekologie! *Blesk*, 30. 11. 2011, vol. 20, no. 279, str. 2.

Příklad: Staromák

Na smrku vyrosté jablko! *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 4.

¹⁶² Příklad: Doktoři pro bohaté?

Tichý, O. Doktoři pro bohaté? *Blesk*, 14. 11. 2011, vol. 20, no. 266, str. 2-3.

¹⁶³ Příklad: Playboy? Agáto, radši koj!

Playboy? Agáto, radši koj. *Blesk*, 30. 11. 2011, vol. 20, no. 279, str. 11.

Příklad: Plzeňáci, jste pašáci!

Krejča, P. Plzeňáci, jste pašáci! *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 14.

k oživení a zatraktivnění textu, který má za cíl přiblížit se co možná nejširším vrstvám obyvatelstva.

5.1.2 Obsahová rozdílnost rakouského a českého bulvárního deníku

Největší podobnost mezi deníkem Blesk a deníkem Neue Kronen Zeitung lze tedy hledat ve vnějších znacích (titulní strana, fotografická dokumentace, rozsah článků, velikost titulků či obdobné pořadí jednotlivých rubrik¹⁶⁴) a v jazykovém projevu. Obsah obou listů vykazuje ale mnoho rozdílů, které budou definovány na následujících řádcích i v další kapitole prostřednictvím obsahové analýzy týkající se politického a zahraničního zpravodajství obou bulvárních periodik.

Pokud jsme tvrdili, že typické vnější charakteristiky bulvárních deníků jako například převaha fotografií nad textem či velké titulky jsou v případě Blesku výraznější než v případě Neue Kronen Zeitung, pak to o obsahu a složení jednotlivých rubrik platí dvojnásob. Jak již bylo podrobněji popsáno ve čtvrté kapitole věnované analýze Neue Kronen Zeitung a důvodům jejich úspěchu, tento rakouský deník, který je oprávněně řazen mezi bulvární, však po obsahové stránce nabízí víc než jen stále nové informace o skandálech aktuálně nejžádanějších celebrit, jako tomu je, s trochou nadsázky řečeno, v případě českého Blesku. Ačkoli se totiž autoři článků pro Neue Kronen Zeitung v souladu s „pravidly“ bulvárních periodik soustředí při jejich psaní převážně na senzační, skandální či tragické momenty v dané kauze, zasazují je častěji do kontextu a relevantních souvislostí. Odlišný přístup obou deníků je ale patrný již při samotném rozložení jednotlivých rubrik a prostoru jim věnovanému. Neue Kronen Zeitung lze v tomto ohledu nahlížet jako bulvární deník seriózního charakteru, neboť výběr témat se ve srovnání s Bleskem přibližuje více seriózním listům, i když samozřejmě s doplněním o tzv. soft news, které jsou jedním z pilířů (v případě Blesku tím nejdůležitějším pilířem) bulvárních deníků.

Krone jsou tematicky velmi pestré a neomezují se pouze na zprávy ze života celebrit, ale srovnatelný, často dokonce větší, prostor poskytují důležitým politickým, ekonomickým či zahraničním událostem. Tato témata obvykle pokrývají

¹⁶⁴ První rubrikou v deníku Blesk i v deníku Neue Kronen Zeitung je rubrika věnovaná důležitým politickým a ekonomickým událostem, i když je třeba poznamenat, že v Blesku se jedná o domácí události, kdežto Neue Kronen Zeitung do této rubriky zařazují i události ze světa, které v Blesku nalezneme až na samém konci každého vydání. Poté následují další rubriky (v Blesku zejména ty s převahou tzv. soft news), jejichž tematické zaměření bývá v jednotlivých vydáních různé, a také rozsáhlé sportovní zpravodajství.

až třetinu stránkového rozsahu jednotlivých vydání, přičemž základ tvoří domácí události (rubrika Rakousko). Také Blesk staví své zpravodajství na domácích (případně regionálních) událostech, ale na rozdíl od Krone se jedná především o události tragické (vraždy, znásilnění, loupeže), skandální (korupce) a senzační. Mnohem menší prostor pak věnuje významným politickým, hospodářským či zahraničním zprávám, které se zpravidla vejdu na tři strany (dvě strany politická a jedna strana zahraniční rubrika).¹⁶⁵ Co však oba deníky spojuje a co je koneckonců typické pro všechna bulvární periodika, je podrobné zpravodajství ze světa sportu. I zde však najdeme rozdíly mezi pojetím sportovního zpravodajství v rakouském a v českém deníku. Zatímco Neue Kronen Zeitung kladou důraz převážně na konkrétní výsledky a reportáže z jednotlivých utkání, Blesk se zaměřuje spíše na soukromí sportovců a jejich rodin.¹⁶⁶ Dalším společným jmenovatelem je množství různých inzerátů a nabídek (včetně těch na erotické služby, které jsou četnější v Krone) a samozřejmě také fotografie nahých dívek, které jsou pro bulvární periodika jedním z typických znaků. Blesk však fotografii nedoprovází popisem dané dívky, nýbrž vtipem (Zasmějte se s dívkou Blesku).

Celkově se tedy Neue Kronen Zeitung vyznačují větší tematickou rozmanitostí (kromě zmiňovaných rubrik se v Krone objevují například také rubriky Zdraví, Motosport nebo Soudní případy) a také větší rozmanitostí žánrovou. Stejně jako v Blesku v nich sice nejčastěji nalezneme prosté zprávy a reportáže, ale na rozdíl od českého deníku jsou pověstné také velkým počtem komentářů a sloupků od mnoha různých autorů. Mimo to poskytují Krone značný prostor rovněž názorům čtenářů, které jsou ve formě dopisů pravidelně uveřejňovány až na třech stranách každého vydání, což v Blesku nenajdeme.¹⁶⁷

Závěrem lze tedy konstatovat, že rakouské Neue Kronen Zeitung i český Blesk právem označujeme jako bulvární, protože oba deníky se vyznačují charakteristikami typickými pro bulvární tisk, které byly definovány ve třetí kapitole. Zároveň se ale potvrdil předpoklad, že ačkoli obě periodika řadíme do stejné žánrové kategorie, existují mezi nimi rozdíly, díky nimž lze český Blesk označit jako deník

¹⁶⁵ Podrobněji k politickému a zahraničnímu zpravodajství obou deníků ve výsledcích obsahové analýzy.

¹⁶⁶ Skořepa, P. Vonna se rozvádí. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 21.

Žaloudek, P. Mlátí mě, policie nic nedělá. *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 18.

Děti kvůli tomu měly problémy ve škole. *Blesk*, 28. 11. 2011, vol. 20, no. 277, str. 18.

¹⁶⁷ Podrobněji k jednotlivým žánrům v rakouském deníku v kapitole 4 Neue Kronen Zeitung – bulvární deník.

„bulvárně radikálnější“, kdežto rakouské Neue Kronen Zeitung se v mnohém podobají spíše deníkům seriózním. Tuto podobnost je možné vyzorovat zejména v politickém a zahraničním zpravodajství, které je u Neue Kronen Zeitung a Blesku v mnoha aspektech odlišné. Aby bylo možné ukázat, v čem konkrétně, byla provedena obsahová analýza týkající se právě politického a zahraničního zpravodajství v obou denících, jejíž výsledky budou prezentovány v následující kapitole.

5.2 Obsahová analýza politického a zahraničního zpravodajství v denících Blesk a Neue Kronen Zeitung

5.2.1 Cíl výzkumu

Cílem předkládaného výzkumu je podrobná analýza politického a zahraničního zpravodajství nejčtenějšího českého a rakouského deníku. Předcházející kapitola nám nabídla srovnání obou periodik z pohledu vnějších charakteristik a částečně také po obsahové stránce. Zde se však omezila spíše na celkový přístup autorů deníku Blesk a deníku Neue Kronen Zeitung k tvorbě bulvárního listu (výběr témat či rozložení jednotlivých rubrik). Nicméně i tato obecně pojatá analýza prokázala, že ačkoli jsou oba deníky řazeny ke stejnému žánru, vykazují značné rozdíly, které si zaslouží pozornost a detailnější výzkum.

Jako předmět tohoto výzkumu jsem zvolila politické a zahraniční zpravodajství, na kterém lze velmi dobře demonstrovat, jak rozdílné může být pojetí rakouského a českého bulvárního deníku.

5.2.1.1 Stanovení základních výzkumných otázek a hypotézy

Provedeným výzkumem se pokusím hledat odpověď na tyto výzkumné otázky:

- 1) Jaké jsou charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung?
- 2) Jaké jsou charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk?

V souvislosti s výše uvedenými výzkumnými otázkami budu chtít potvrdit, či případně vyvrátit, následující hypotézu:

H) Charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku *Neue Kronen Zeitung* se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku *Blesk*.

5.2.1.2 Metoda výzkumu

Vzhledem k tomu, že cílem výzkumu je detailní charakteristika politického a zahraničního zpravodajství v denících *Blesk* a *Neue Kronen Zeitung*, bude potřeba analyzovat větší počet zpravodajských textů. Proto se jako nejvhodnější metoda jeví kvantitativní obsahová analýza, jež je „nejpoužívanější technikou výzkumu mediálních obsahů“.¹⁶⁸ Pomocí kvantitativní obsahové analýzy je možné převést jednotlivé články na kvantifikovatelné proměnné, jejichž vztahy poté zkoumáme a jejichž prostřednictvím ověřujeme předem stanovené hypotézy.

Obsahová analýza je metodou kvantitativní analýzy zpráv, spoléhající na vědecké metody. Není přitom limitována ani typem proměnných, které mohou být zahrnuty do výzkumu ani kontextem, ve kterých jsou dané zprávy vytvářeny a prezentovány.¹⁶⁹ „Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a s tím je spojen i vysoký stupeň ověřitelnosti. Při rozboru podléhá každý krok explicitně formulovaným pravidlům. Mezi další přednosti této metody patří možnost zpracovat velké množství textů (nebo jiných mediovaných obsahů) a výsledky šetření podrobit statistickým analýzám. Výsledky se pak navíc dají precizně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.“¹⁷⁰ Výhodou kvantitativní obsahové analýzy je také skutečnost, že pokud výzkumník dodrží základní pravidla a předem stanovené postupy, měl by být jeho výzkum snadno ověřitelný (každý další výzkumník by měl dojít ke stejným závěrům). Výsledky by měly navíc být oproštěny od subjektivních názorů výzkumníka, neboť tento nemá vliv na kvalitu výzkumného materiálu.

Využití kvantitativní obsahové analýzy však skýtá také určitá rizika. Jedním z nejzásadnějších je riziko opomenutí komplexního významu textu, jehož příčinou je selektivní výběr zkoumaných kategorií. „Obvyklá praxe konstruování systému kategorií před jeho aplikací v sobě skrývá riziko, že badatel zavede vlastní významový systém, spíše než aby ho „odvozoval“ z obsahu. I když se badatel takové

¹⁶⁸ Reifová, I. a kol. *Slovník mediální komunikace...*, str. 21.

¹⁶⁹ Neuendorf, K. *The content analysis guidebook*. Sage Publications, Thousand Oaks 2002, str. 10.

¹⁷⁰ Scherer, H. Úvod do metody obsahové analýzy. In: Schulz, W. et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Karolinum, Praha 2004, str. 29-30.

situaci pečlivě vyhýbá, každý takový systém kategorií je nutně selektivní a potenciálně deformovaný. Sám výstup obsahové analýzy je novým textem, jehož význam se může, nebo dokonce musí lišit od původního zdrojového materiálu.¹⁷¹ Nicméně budeme-li se pečlivě držet doporučených teoretických postupů, měla by být tato rizika minimalizována.

5.2.1.3 Definice výzkumného vzorku

Pro tuto kvantitativní obsahovou analýzu jsem zvolila dva celostátní tištěné deníky, tedy nejčtenější deník v České republice (Blesk) a nejčtenější deník v sousedním Rakousku (Neue Kronen Zeitung).

Vzhledem k tomu, že cílem je výzkum charakteristik politického a zahraničního zpravodajství jako takového a nikoli spjatého s určitými událostmi, budou analyzována náhodně vybraná vydání obou deníků z období od konce října 2011 do konce listopadu 2011.

5.2.1.4 Jednotka výzkumu

Za jednotku výzkumu je považována „graficky ucelená žurnalistická jednotka s nadpisem nebo samostatný obrazový příspěvek s textem (jako nadpis mohou platit také značky), obrazový materiál k textovým příspěvkům se pokládá za součást příslušného textu“¹⁷². V našem případě se jedná o žurnalistické jednotky (články či obrazové příspěvky), které jsou tematicky zaměřené na politické události a které se tedy objeví v rubrice nazvané Politika a Zahraničí (deník Blesk) a v rubrice Politik a Ausland (něm. zahraničí - deník Neue Kronen Zeitung).

Celkový počet analyzovaných jednotek se ustálil na $n=732$.

5.2.1.5 Proměnné výzkumu – operacionalizace¹⁷³

Celému výzkumu předcházelo vytvoření kódovací knihy (viz příloha č. 2), která obsahuje veškeré proměnné sledované na vybraném vzorku. Tyto proměnné byly rozděleny do dvou kategorií. První kategorie obsahuje tzv. identifikační

¹⁷¹ McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace...*, str. 309.

¹⁷² Scherer, H. *Úvod do metody obsahové analýzy...*, str. 41.

¹⁷³ „Operacionalizace propojuje abstraktní pojmy, které používáme k chápání světa, s konkrétními pozorováními. Říká nám, jaká data máme sbírat a co přesně musíme na jejich úrovni zjistit, abychom mohli říct, že došlo například k mocenskému vzestupu státu X či ke zprůhlednění politického prostředí v zemi Y.“

Drulák, P. a kol. *Jak zkoumat politiku*. Portál, Praha 2008, str. 25.

proměnné, které identifikují daný příspěvek. Druhou kategorií pak tvoří tzv. analytické proměnné, které blíže charakterizují rysy každého příspěvku. Jako identifikační proměnné byly vybrány datum, médium, rubrika, strana a rozsah. Mimo to jsem určila dalších 15 analytických proměnných, jež jsou společně s identifikačními proměnnými blíže specifikovány v kódovací knize.

5.2.1.6 Zpracování dat

Číselné hodnoty přiřazené k jednotlivým proměnným byly zaznamenávány do tabulky vytvořené v počítačovém programu Excel, který byl následně využit rovněž pro tvorbu příslušných grafů.

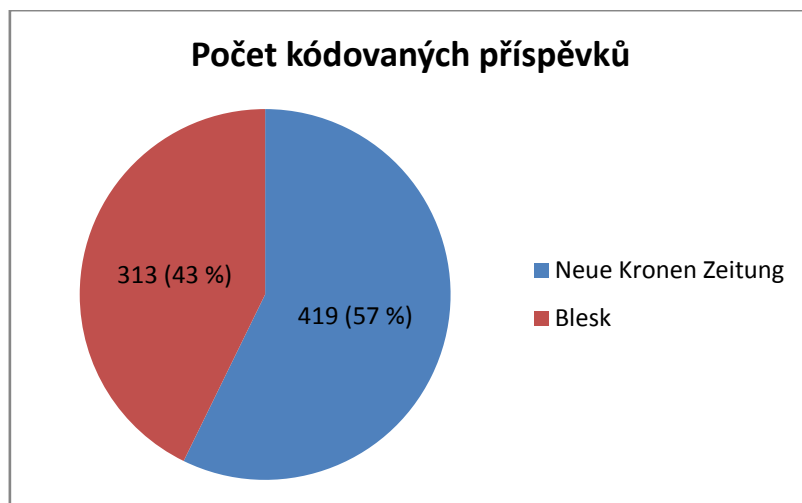
5.2.2 Výsledky výzkumu a jejich vyhodnocení

5.2.2.1 Obecné statistické údaje – identifikační proměnné

Počet analyzovaných jednotek

Celkem bylo analyzováno 40 tištěných vydání nejčtenějšího rakouského a českého deníku (20 vydání Neue Kronen Zeitung a 20 vydání Blesku), což představuje 732 jednotek, které se týkaly politického a zahraničního zpravodajství. Data všech analyzovaných jednotek jsou uvedena v bibliografii.

Na grafu č. 1 je vidět konkrétní poměr analyzovaných jednotek rakouského bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a českého bulvárního deníku Blesk. Počet příspěvků, které se týkaly politického a zahraničního zpravodajství a byly zařazeny do politické či zahraniční rubriky, byl větší u rakouského deníku Neue Kronen Zeitung. To je dáno nejen větším stránkovým rozsahem tohoto rakouského deníku (což je ale na druhé straně z části kompenzováno větším formátem českého deníku Blesk), ale také jeho všeobecně větší pozorností, kterou věnuje politickým událostem a událostem ze zahraničí.

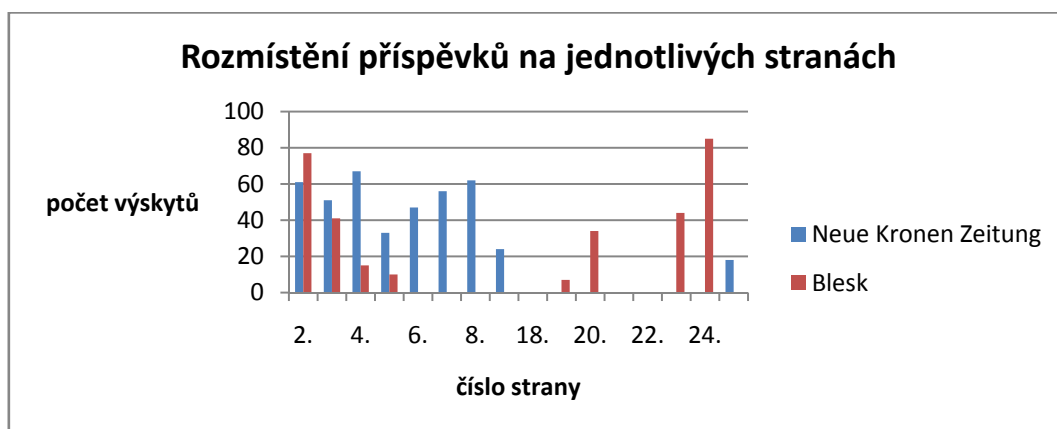


Graf č. 1 – Počet kódovaných příspěvků ve vybraných médiích (n=732)

Rozmístění příspěvků

Analyzované příspěvky se ve většině případů objevovaly v první polovině daného vydání, nebo až na jeho samotném konci (rubrika Zahraničí v deníku Blesk). Politická rubrika je pak v deníku Neue Kronen Zeitung i v deníku Blesk obvykle zařazována hned za titulní stranu, tedy od strany 2 dále.

Konkrétní rozmístění analyzovaných příspěvků na jednotlivých stranách ukazuje graf č. 2.

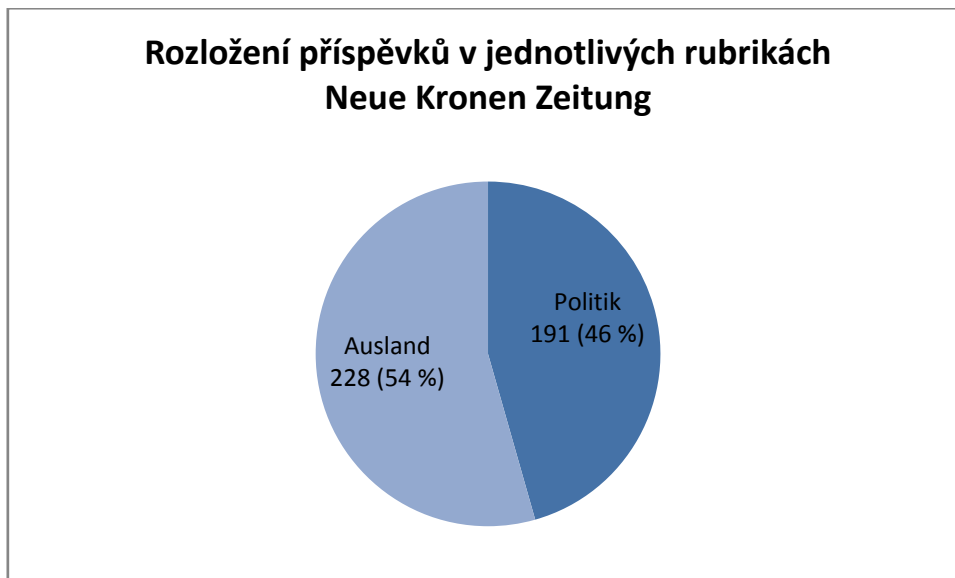


Graf č. 2 – Rozmístění analyzovaných příspěvků na jednotlivých stranách (n=732)

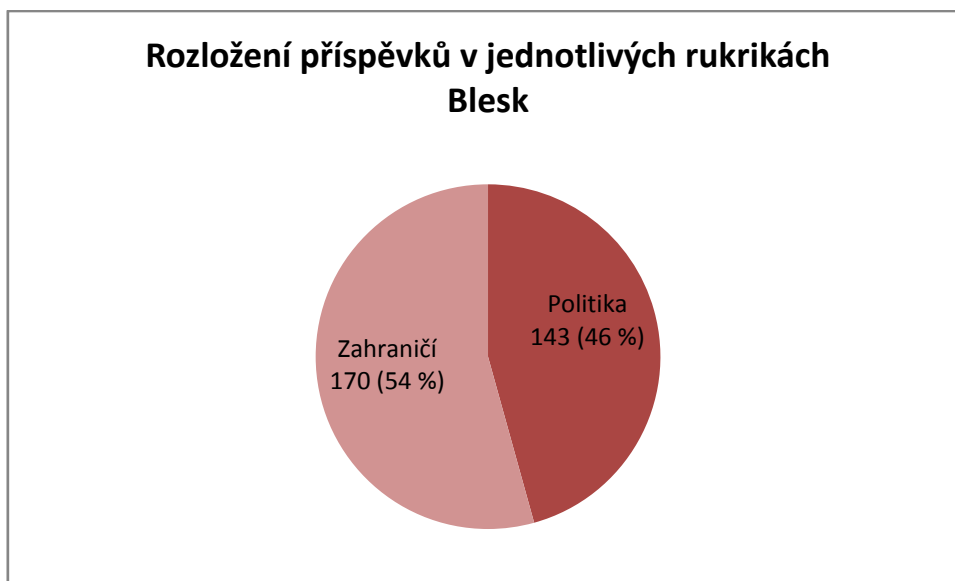
Rubrika

Během výzkumu byly analyzovány všechny příspěvky, které se objevily v rubrice Politika (Blesk), Politik (Neue Kronen Zeitung), Zahraničí (Blesk) a Ausland (něm. zahraničí, Neue Kronen Zeitung).

Na následujícím grafu je patrné, jaký je procentuální poměr příspěvků, které se objevily ve výše uvedených rubrikách.



Graf č. 3 – Rozložení analyzovaných příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

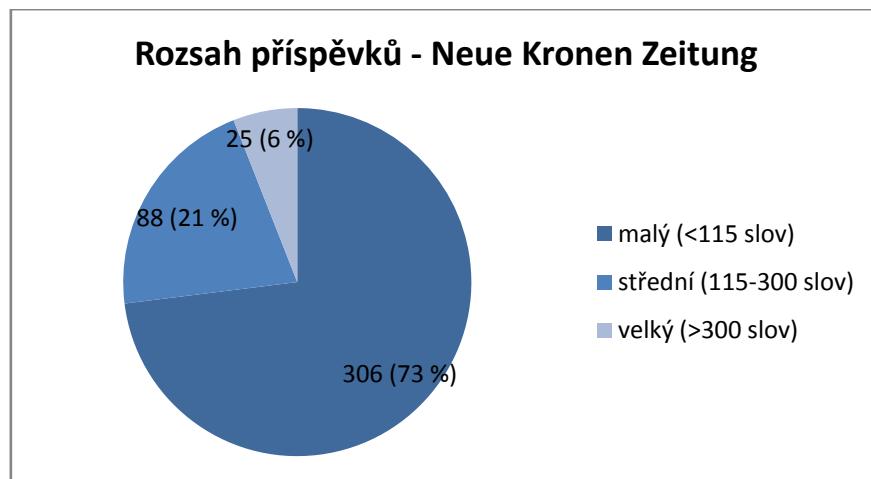


Graf č. 4 – Rozložení analyzovaných příspěvků v deníku Blesk (n=313)

Z grafu č. 3 a 4 je zřejmé, že rozložení analyzovaných příspěvků do rubrik je u vybraných deníků totožné. Nicméně, jak ukazuje graf č. 2, liší se samotné umístění jednotlivých rubrik. V případě rakouských Neue Kronen Zeitung jsou obě rubriky (Politik i Ausland) zařazeny do první třetiny sledovaných vydání, kdežto v případě českého Blesku je na začátek zařazena pouze rubrika Politika, rubrika Zahraničí se objevuje až na samém konci každého vydání.

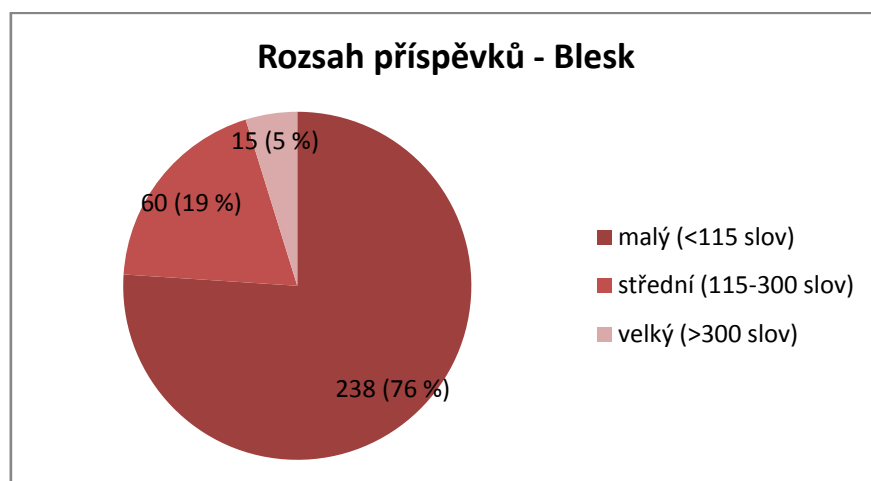
Rozsah

Jedním z typických aspektů bulvárních tištěných médií je malý rozsah článků, což bylo potvrzeno v provedené obsahové analýze, jak naznačuje graf č. 5 a 6.



Graf č. 5 – Rozsah analyzovaných příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

Z grafu je patrné, že naprostá většina analyzovaných příspěvků v rakouském deníku Neue Kronen Zeitung je malého rozsahu, tedy má méně než 115 slov. Zanedbatelné však nejsou ani příspěvky středního rozsahu, kterých bylo celkem 88 (21 %). Spíše výjimku tvoří články velkého rozsahu (více než 300 slov), kterých bylo pouze 25 (6 %).



Graf č. 6 - Rozsah analyzovaných příspěvků v deníku Blesk (n=313)

Rozsahem malé příspěvky představují v případě deníku Blesk dokonce 76 %. Příspěvky středního rozsahu se na celkovém počtu podílí 19 % a příspěvky velkého rozsahu pouze 5 %.

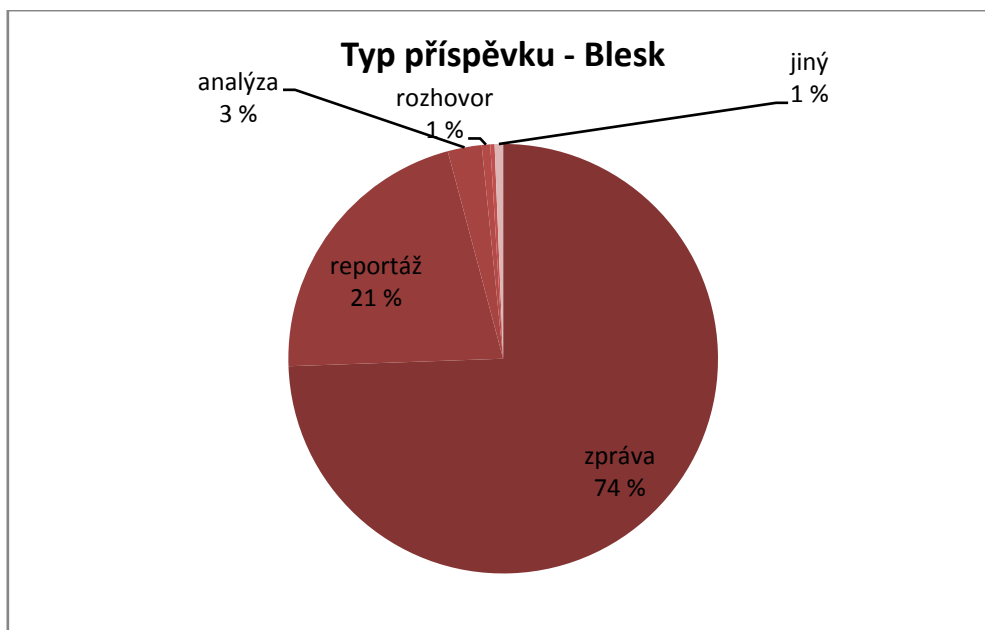
Porovnáme-li tedy rozsah příspěvků v rakouském deníku Neue Kronen Zeitung a v českém deníku Blesk, zjistíme, že výsledné hodnoty jsou srovnatelné. Nicméně i přesto lze konstatovat, že v rakouském deníku Neue Kronen Zeitung se o něco častěji než v českém deníku Blesk objevují příspěvky většího než malého rozsahu.

5.2.2.2 Charakteristika politického a zahraničního zpravodajství v deníku Neue Kronen Zeitung a v deníku Blesk – analytické proměnné

V této kapitole budou blíže specifikovány jednotlivé charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung a v českém bulvárním deníku Blesk. Prostřednictvím 15 analytických proměnných se pokusím nalézt odpověď na výše uvedené výzkumné otázky, tedy na to, jaké jsou za 1) charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung a za 2) charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk. Zároveň s tím budu chtít potvrdit, či případně vyvrátit, hypotézu, že charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk. Proto bude nutné porovnávat výsledky jednotlivých kategorií (proměnných), které vzešly z provedené obsahové analýzy.

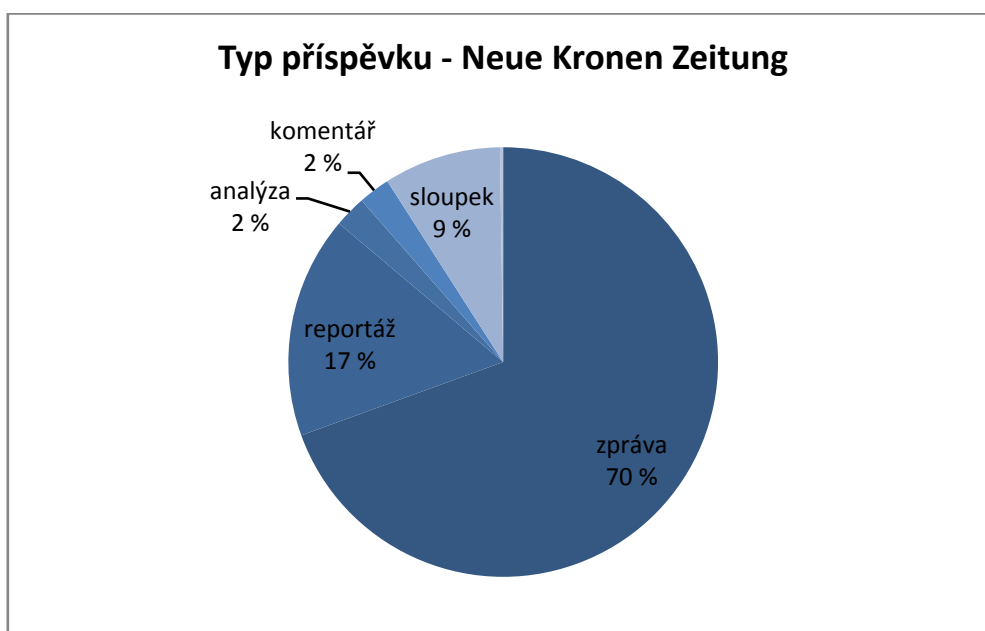
Typ příspěvku

Vzhledem k tomu, že zkoumané deníky byly v předcházejících kapitolách definovány jako bulvární, bylo možné již před samotnou realizací obsahové analýzy předpokládat, že analyzované příspěvky budou žánrově nejčastěji spadat do kategorie zpráva, reportáž či případně rozhovor. To se potvrdilo především u deníku Blesk, kdy podíl zpráv na celkovém počtu zkoumaných příspěvků tvořil celých 74 %; z 313 příspěvků bylo celkem 233 zpráv. Za povšimnutí však stojí také údaj týkající se reportáží, kterých se v Blesku v analyzovaném období objevilo 67, což představuje 21 %. Ostatní žánry nedosáhly výraznějších hodnot.



Graf č. 7 – Rozložení analyzovaných příspěvků dle typu v deníku Blesk (n=313)

Rovněž rakouský deník Neue Kronen Zeitung se vyznačuje velkým počtem zpráv (291 výskytů, tedy 69 %) a reportáží (70 výskytů, tedy 17 %), ale ve srovnání s Bleskem se v něm ve sledovaném období objevil také velký počet sloupků (37 výskytů, tedy 9 %), které jsou pro tento deník typické.



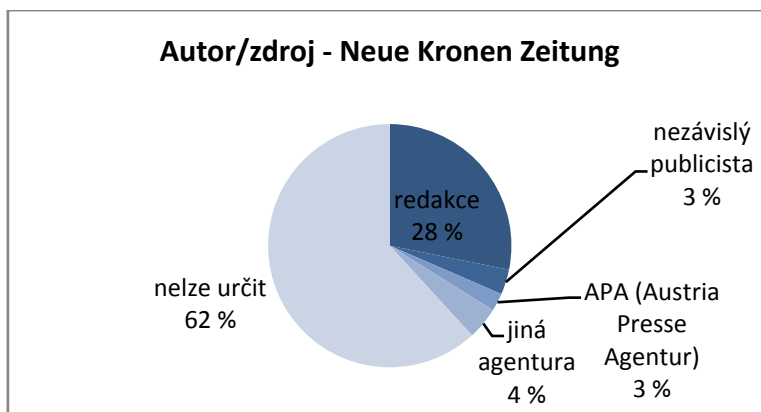
Graf č. 8 – Rozložení analyzovaných příspěvků dle typu v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

Poměrně překvapivé bylo zjištění, že ani v rakouském ani v českém deníku se téměř neobjevovaly rozhovory. V Neue Kronen Zeitung za sledované období

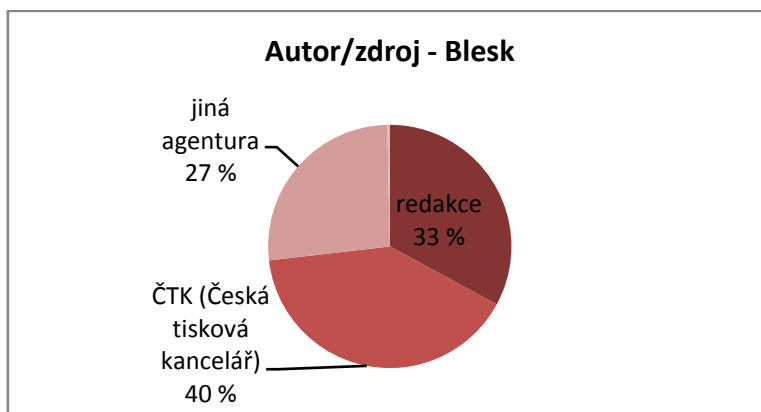
dokonce ani jednou, v deníku Blesk to bylo dvakrát ve formě samostatného příspěvku a dvakrát jako součást článku, což však nebylo zařazeno do statistik.

Autor/zdroj příspěvku

Analytická proměnná autor/zdroj příspěvku je jednou z těch, ve kterých se rakouský bulvární deník Neue Kronen Zeitung nejvíce liší od českého bulvárního deníku Blesk. Deník Neue Kronen Zeitung totiž o poznání méně využívá agenturního zpravodajství (7 %), ale na druhou stranu u většiny příspěvků neuvádí žádného autora ani zdroj a lze tedy pouze spekulovat, zda se jedná o autorský článek, či zda pochází z některé z agentur. To u analyzovaných příspěvků v českém deníku Blesk byl autor nebo zdroj uveden vždy a je tedy možné konstatovat, že redakčních příspěvků bylo pouze 33 % (103 výskytů) a příspěvků agenturních celých 67 % (40 % pocházejících z ČTK a 27 % z jiných světových agentur, celkem 209 výskytů). Neue Kronen Zeitung využívají také služeb nezávislých publicistů (3 % příspěvků), kteří jsou ve většině případů autory názorových sloupků.



Graf č. 9 – Autor/zdroj příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

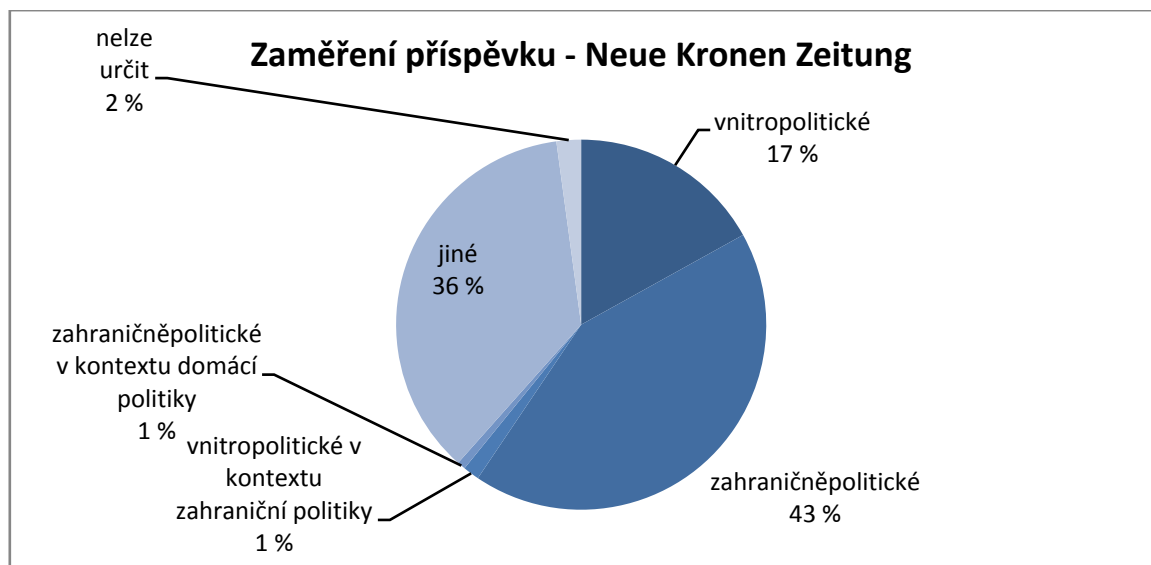


Graf č. 10 – Autor/zdroj příspěvků v deníku Blesk (n=313)

Zaměření příspěvku

Tato proměnná měla ukázat, jaké je zaměření jednotlivých příspěvků dle původu aktérů či perspektivy, z jaké je téma prezentováno. Teorie předpokládá, že bulvární tištěná média se více zaměřují na domácí události a ty zahraniční zůstávají spíše na periferii jejich zájmu. Výsledky realizované obsahové analýzy však ukázaly, že tomu tak nemusí být vždy.

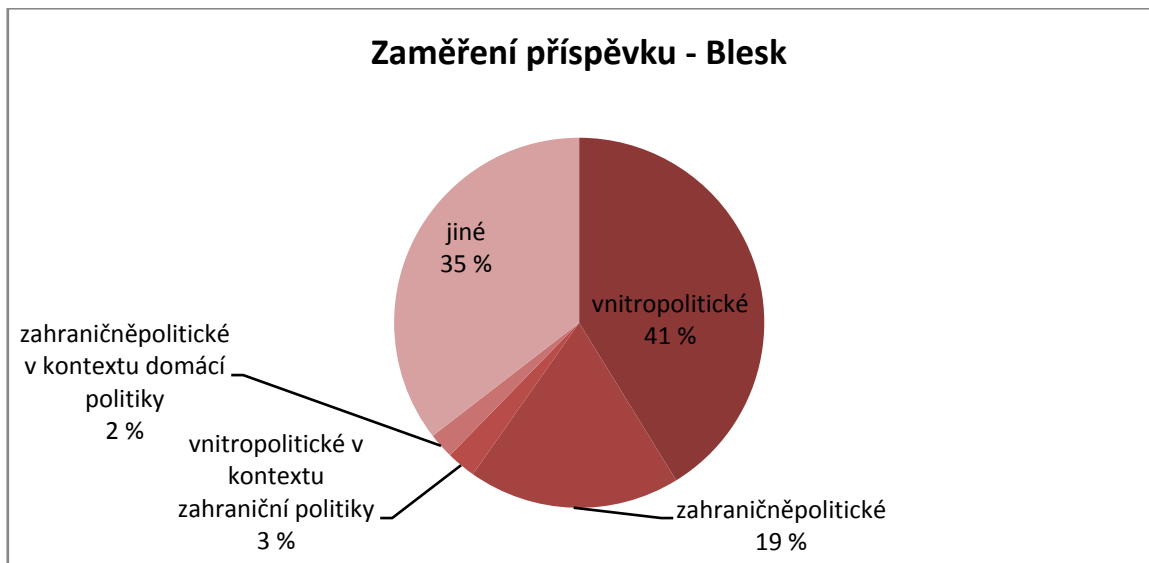
Jak je vidět na grafu č. 11, v deníku Neue Kronen Zeitung převažují příspěvky se zahraničněpolitickým zaměřením (178 výskytů, tedy 43 %) oproti příspěvkům se zaměřením vnitropolitickým, které tvoří pouze 17 % (71 výskytů). Je však třeba si uvědomit, že se jedná o příspěvky ze dvou rubrik a že většina článků týkajících se domácích či regionálních událostí bývá zařazena do dalších rubrik jako například do rubriky Rakousko. Položka „jiné“, která je rovněž znázorněna v grafu č. 11, vyjadřuje skutečnost, že daný příspěvek se sice objevil v jedné ze dvou analyzovaných rubrik, ale neměl politické zaměření.



Graf č. 11 – Zaměření příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

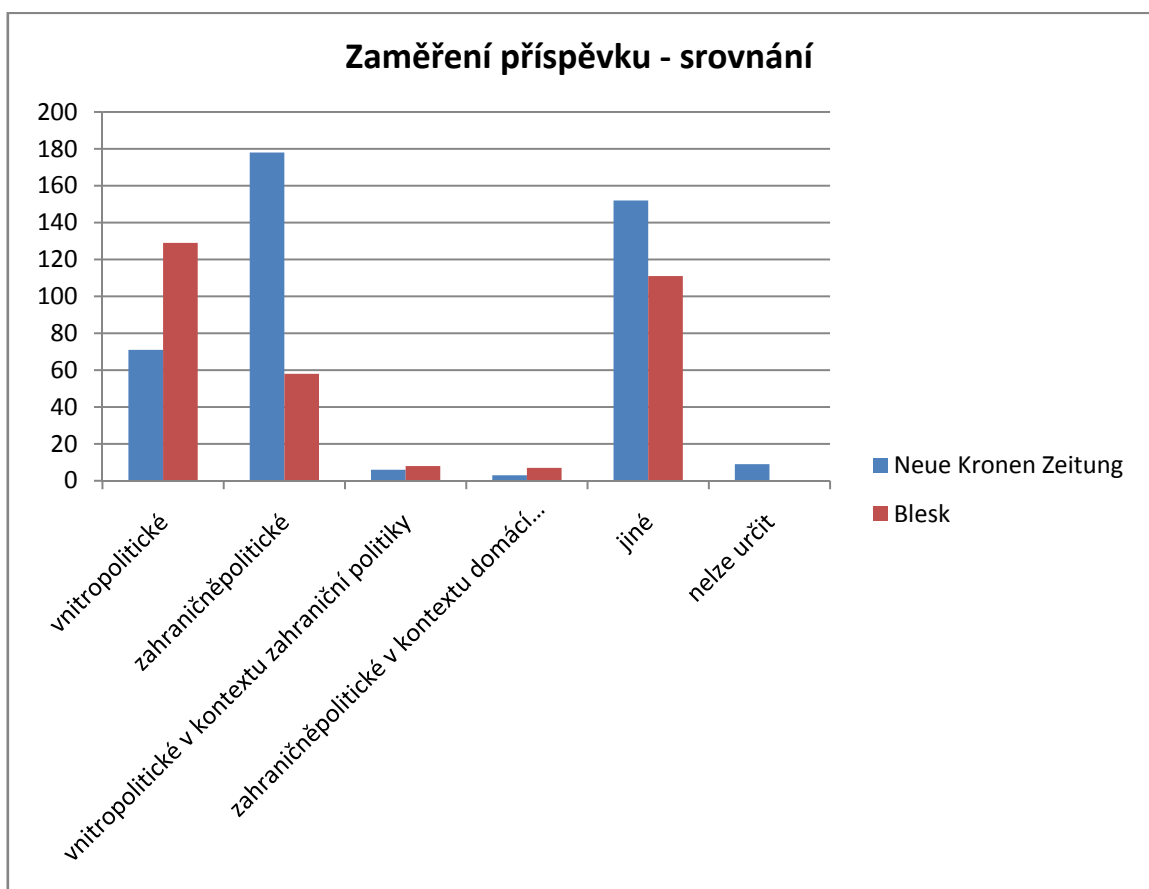
Podíváme-li se na graf č. 12, který ukazuje poměr jednotlivých příspěvků dle jejich zaměření, zjistíme, že tato proměnná je další, která odlišuje rakouský deník Neue Kronen Zeitung od českého deníku Blesk. Blesk totiž na rozdíl od Krone v této proměnné zachovává styl bulvárních médií a soustředí se na vnitropolitické události, které upřednostňuje před událostmi zahraničněpolitickými. Procentuální poměr je téměř přesně obrácený, kdy příspěvky s vnitropolitickým zaměřením tvoří v Blesku

41 % (Krone 17 %) a příspěvky se zahraničněpolitickým zaměřením 19 % (Krone 43 %).



Graf č. 12 – Zaměření příspěvků v deníku Blesk (n=313)

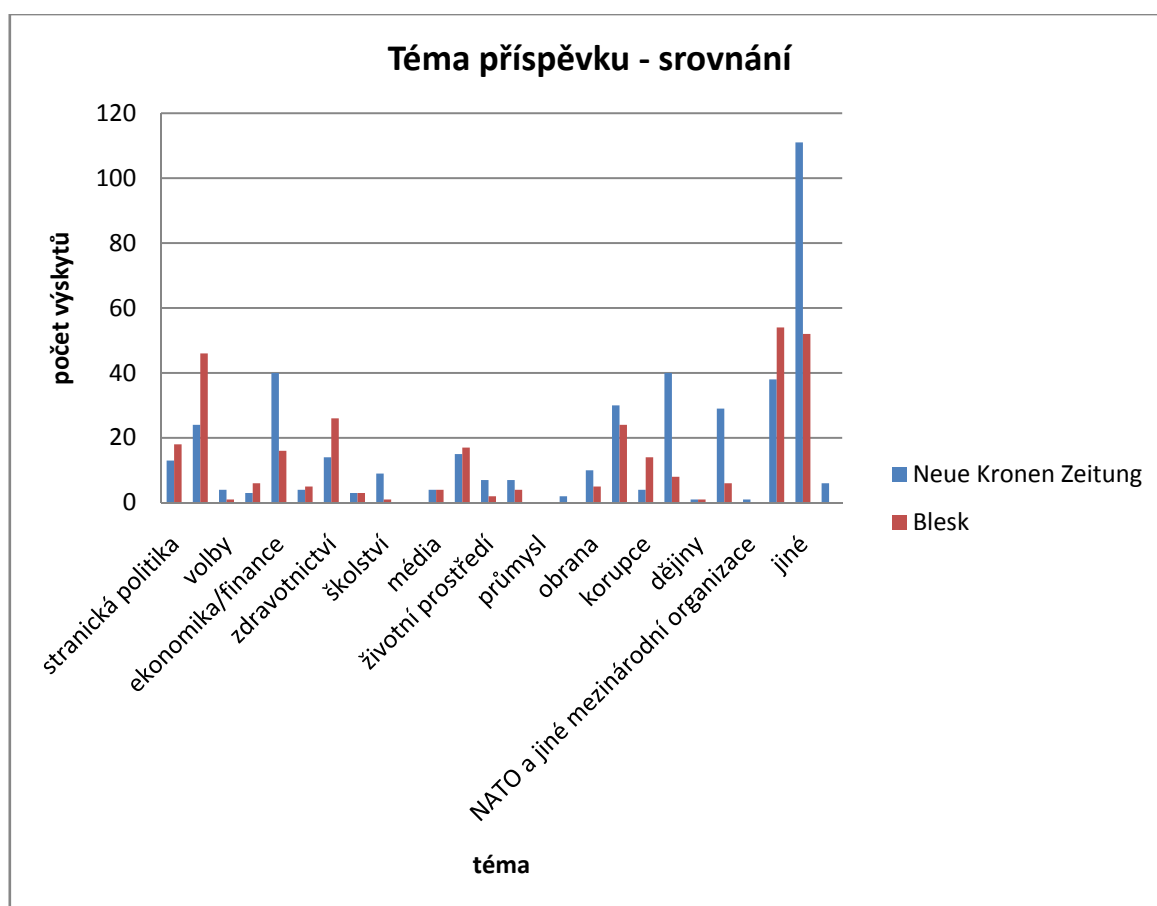
Pro přehlednost uvádím také graf společný pro oba deníky.



Graf č. 13 – Zaměření příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung a Blesk (n=732)

Tematická struktura analyzovaných příspěvků

Tematická struktura analyzovaných příspěvků byla u obou deníků rozmanitá, i když procentuální poměr výskytu jednotlivých témat se lišil. Nejvýrazněji se to projevilo v četnosti výskytu příspěvků týkajících se známých osobností, které byly u Neue Kronen Zeitung zastoupeny 9 % (38 výskytů) a u Blesku 17 % (54 výskytů). Deník Blesk ve sledovaném období obecně věnoval více příspěvků jednotlivcům, což je patrné také na tématu „politických představitelů“, které bylo v případě Neue Kronen Zeitung zastoupeno 24x (6 %) a v případě Blesku 46x (15 %). Naopak rakouské Neue Kronen Zeitung se více zaměřovaly na politicky závažná témata jako například ekonomiku, problematiku Evropské unie či různé světové oblasti nepokojů (zejména asijské a africké státy). Za pozornost jistě stojí téma „korupce“, které se v rakouském deníku objevilo 4x (1 %), kdežto v českém deníku hned 14x (4 %).



Graf č. 14 – Tematická struktura analyzovaných příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung a Blesk (n=732)

Pro úplnost je uvedena tabulka se všemi tématy a četností výskytu v obou denících.

Téma	Neue Kronen Zeitung	Blesk
Stranická politika	13	18
Politici představitelé	24	46
Volby	4	1
Legislativa	3	6
Ekonomika/finance	40	16
Sociální politika	4	5
Zdravotnictví	14	26
Kultura	3	3
Školství	9	1
Lidská práva	0	0
Média	4	4
Doprava	15	17
Životní prostředí	7	2
Energetika	7	4
Průmysl	0	0
Zemědělství	2	0
Obrana	10	5
Justice/spravedlnost	30	24
Korupce	4	14
Teror/války/nepokoje	40	8
Dějiny	1	1
Evropská unie	29	6
NATO a jiné mezinárodní organizace	1	0
Známé osobnosti	38	54
Jiné	111	52
Nelze určit	6	0

Tabulka č. 1 - Tematická struktura analyzovaných příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung a Blesk (n=732)

Fotografie

Vzhledem k tomu, že pro bulvární tištěná média je typické velké množství fotografií, které často zaujmají dokonce větší prostor než samotný text, byla tato

položka zařazena do obsahové analýzy jako jedna z proměnných. Výsledek je velmi překvapivý, protože, jak u rakouských Neue Kronen Zeitung, tak u českého deníku Blesk byla častější odpověď „ne“, tedy více analyzovaných příspěvků se objevilo bez fotografické dokumentace (konkrétní čísla viz graf č. 15 a 16). Nicméně je nutné poznamenat, že pokud se fotografie v článku objevila, tak jeho textovou část většinou rozsahově převyšovala. Zejména v deníku Blesk není výjimkou, pokud fotografie zabere $\frac{3}{4}$ celé strany. Dalším faktorem, který ovlivnil tento výsledek, byl rozsah příspěvků, který mnohdy dosahoval jen něco kolem 20 slov (deník Blesk a příznačné označení Bleskem). Tyto příspěvky jsou do jednotlivých vydání zařazovány vždy bez fotografie. Fotografická dokumentace v případě rakouských Neue Kronen Zeitung je o poznání skromnější a svým rozsahem jen málokdy převyšuje samotný text.



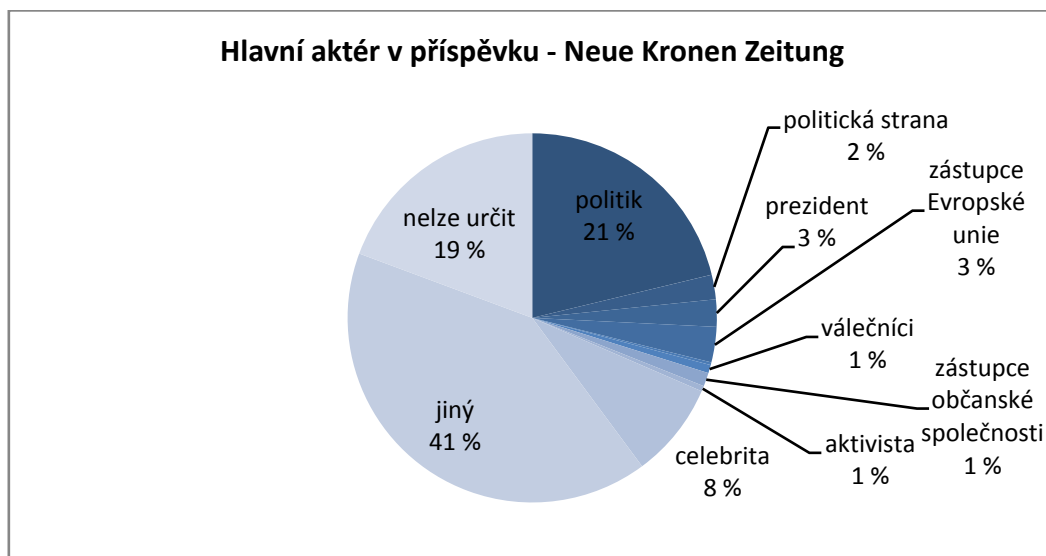
Graf č. 15 – Fotografická dokumentace v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



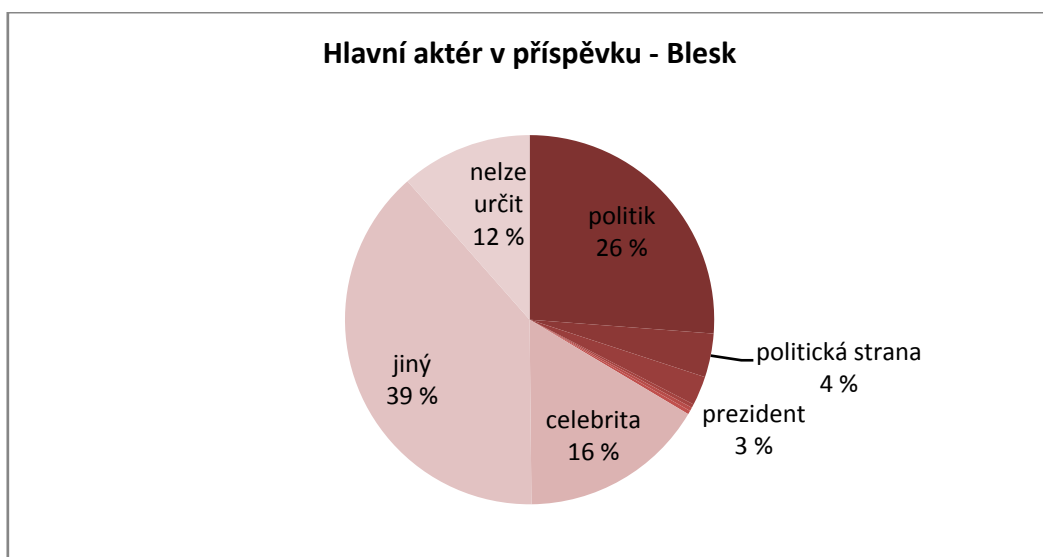
Graf č. 16 – Fotografická dokumentace v deníku Blesk (n=313)

Hlavní aktér

Jak ukazuje graf č. 17 a 18, škála hlavních aktérů byla širší v případě deníku Neue Kronen Zeitung. Nejzajímavější však bylo zjištění, že celebrita byla v analyzovaných příspěvcích deníku Blesk dvakrát častěji hlavním aktérem než v případě deníku Neue Kronen Zeitung, což potvrzuje domněnku, že český deník Blesk poskytuje více prostoru tematicky nenáročným příspěvkům týkajícím se právě života známých osobností. V obou denících se mimo předdefinované kategorie mnohdy objevoval také jiný hlavní aktér, nejčastěji se jednalo o neznámé „obyčejné“ lidi.



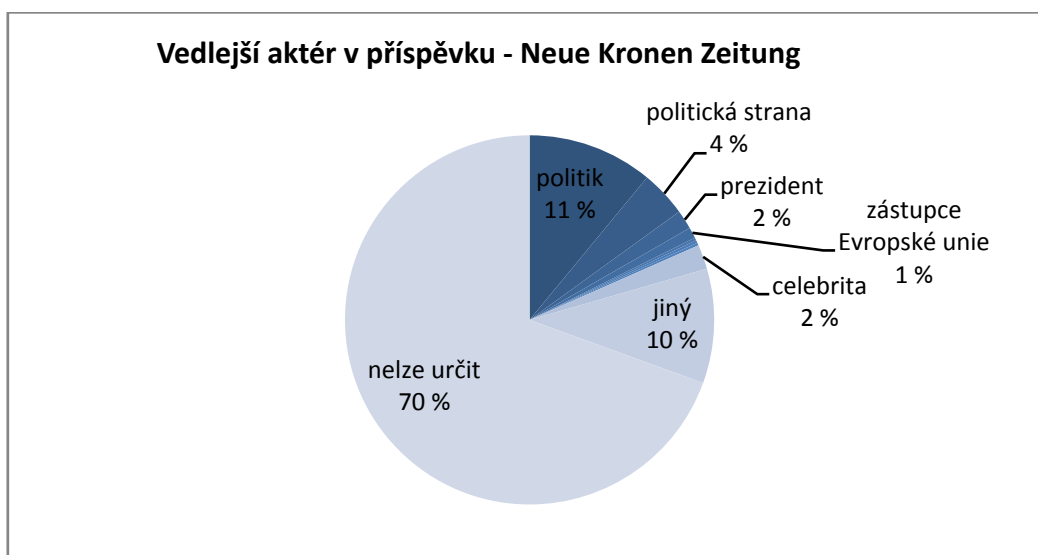
Graf č. 17 – Hlavní aktér v příspěvku v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



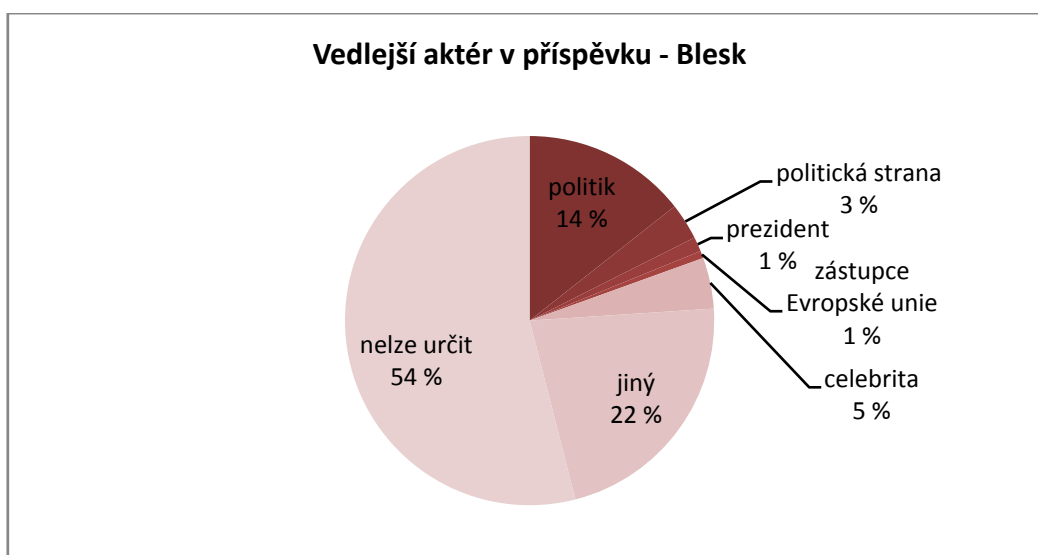
Graf č. 18 – Hlavní aktér v příspěvku v deníku Blesk (n=313)

Vedlejší aktér

Údaje o vedlejších aktérovi v analyzovaných příspěvcích jsou u obou deníků srovnatelné. Pouze v případě Neue Kronen Zeitung bylo možné méně často vedlejšího aktéra vůbec identifikovat (v 70 % případů).



Graf č. 19 – Vedlejší aktér v příspěvku v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



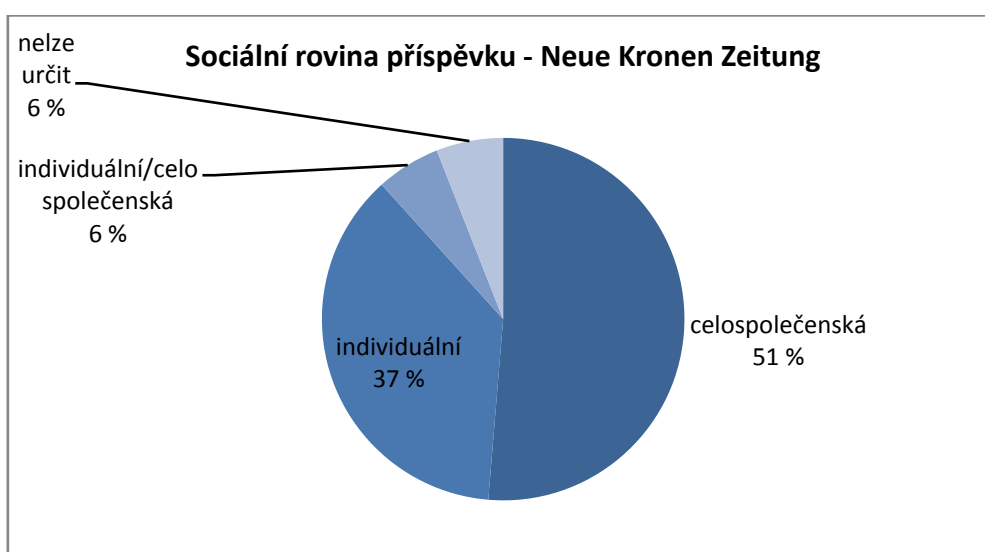
Graf č. 20 – Vedlejší aktér v příspěvku v deníku Blesk (n=313)

Sociální rovina

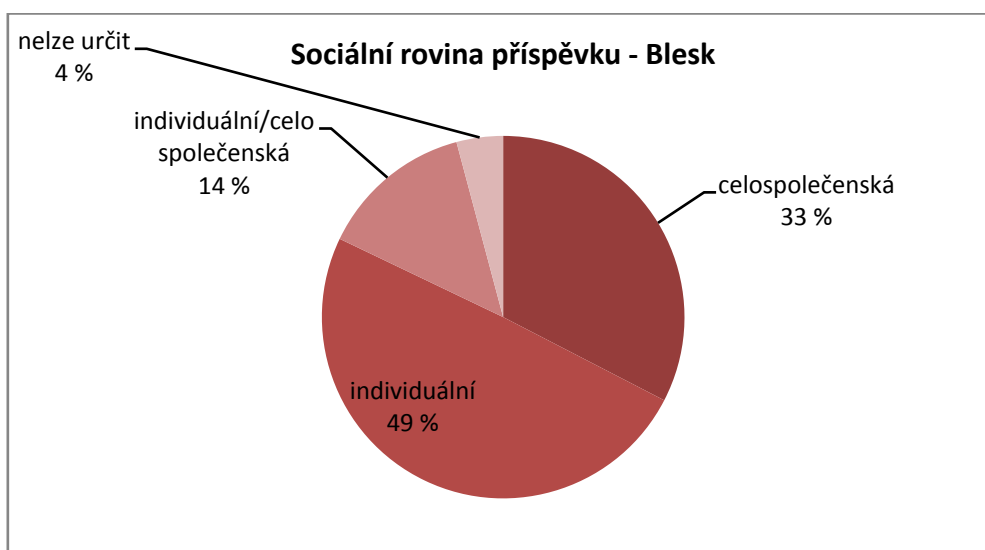
Prostřednictvím této proměnné jsem se pokusila zjistit, v jaké rovině se pohybuje daný příspěvek, tedy zda ve středu jeho zájmu stojí celospolečenské vztahy

a problémy nebo jednotlivci a jejich chování nebo zda je příspěvek orientován na instituce a organizace, jejichž chování může mít celospolečenský dopad.

Jak je vidět na grafu č. 21, v případě rakouského deníku Neue Kronen Zeitung se nadpoloviční většina analyzovaných příspěvků pohybovala na celospolečenské rovině, což je pro bulvární deník netypické. Na druhé straně český deník Blesk se choval pro bulvár typicky, tedy tak, že většina jeho analyzovaných příspěvků se pohybovala na individuální rovině (graf č. 22). Zajímavá je také skutečnost, že v deníku Blesk se objevilo více než dvakrát tolik příspěvků na pomezí individuální a celospolečenské roviny než v deníku Neue Kronen Zeitung.



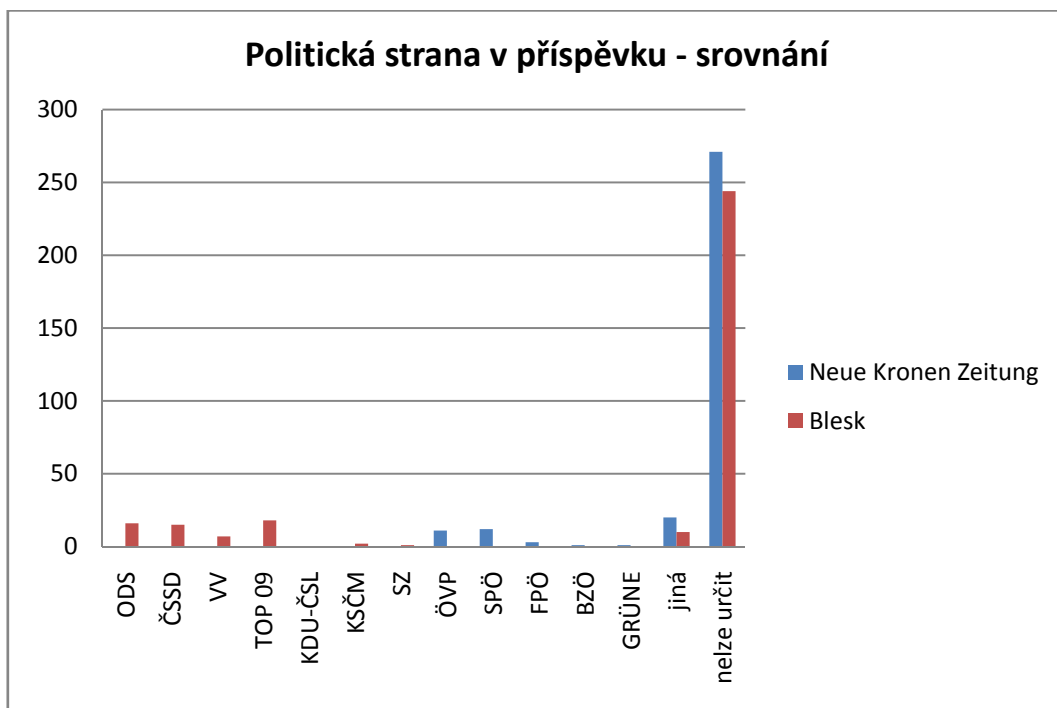
Graf č. 21 – Sociální rovina příspěvku v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



Graf č. 22 – Sociální rovina příspěvku v deníku Blesk (n=313)

Politická strana

Tato proměnná měla především ukázat, v kolika procentech případů nebyla v příspěvku jmenována žádná politická strana, protože je pochopitelné, že v rakouském deníku se objevovaly rakouské, příp. zahraniční (6 %), politické strany a v českém deníku zase české, v menší míře pak zahraniční (3 %), politické strany. V Neue Kronen Zeitung tedy nebyla jmenována žádná politická strana v 85 % případů, v Blesku v 78 % případů. Vzhledem k tomu, že se v příspěvcích neobjevovala žádná politická strana výrazně častěji, nedá se říci, že by deníky k některé z nich inklinovaly.

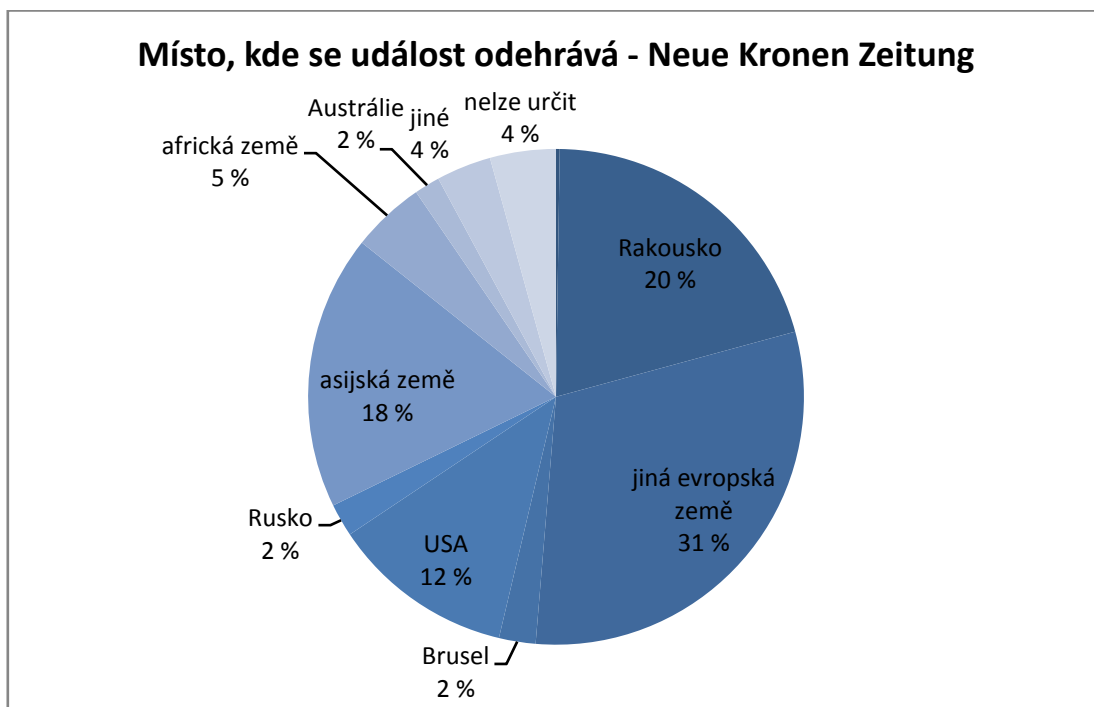


Graf č. 23 – Politické strany jmenované v deníku Neue Kronen Zeitung a v deníku Blesk (n=732)

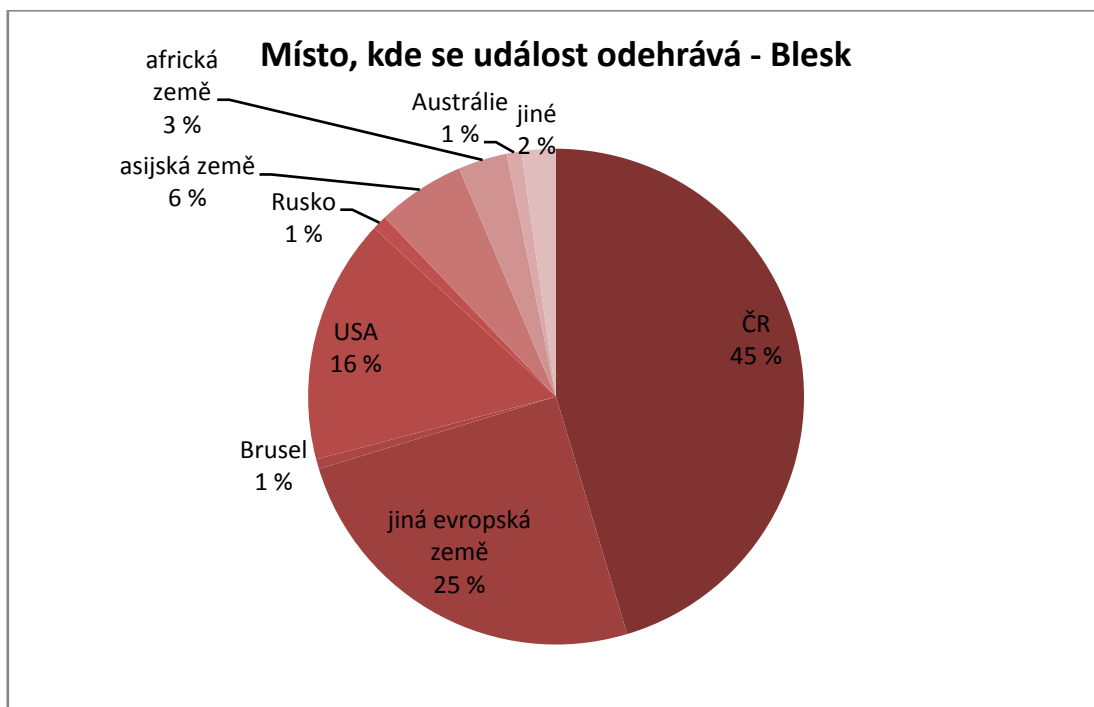
Místo události

Výsledky obsahové analýzy i v tomto bodě ukázaly, že český deník Blesk se obecně více soustředí na domácí události, a to nejen ve speciální rubrice jim věnované, ale také v analyzovaných rubrikách Politika a Zahraničí. Celkový podíl událostí odehrávajících se v České republice je totiž 45 %. Poměrně značný prostor byl věnován také událostem odehrávajícím se v jiných evropských zemích (25 %) a ve Spojených státech amerických (16 %). Naopak celkový podíl událostí odehrávajících se v Rakousku se v deníku Neue Kronen Zeitung ustálil pouze na

20 %. Výraznou většinu tedy tvořily události odehrávající se v zahraničí, zejména v jiných evropských zemích (31 %), v asijských zemích (18 %) a v USA (12 %). Konkrétní podíly jsou uvedeny v grafu č. 24 a v grafu č. 25.



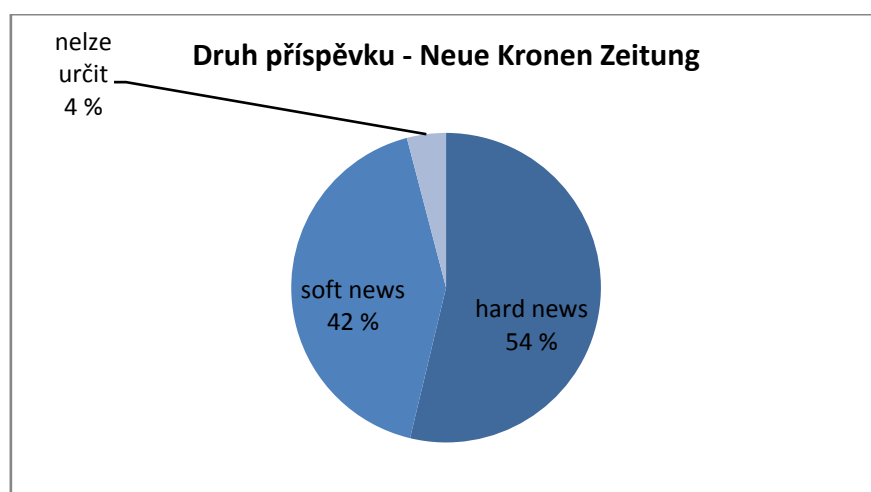
Graf č. 24 – Rozložení příspěvků dle místa události v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



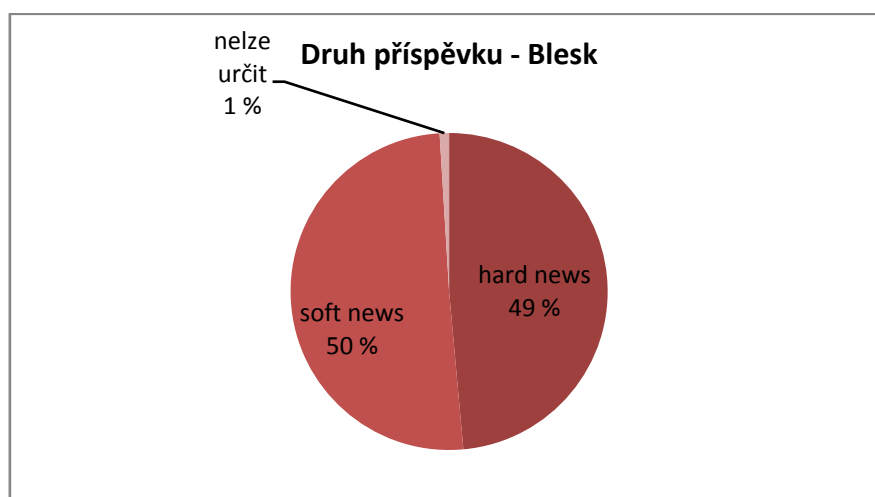
Graf č. 25 – Rozložení příspěvků dle místa události v deníku Blesk (n=313)

Hard/soft news

Zkoumání této proměnné přineslo možná nejpřekvapivější výsledky. Jedním z nejtypičtějších znaků bulvárního tisku je totiž převaha tzv. soft news.¹⁷⁴ Provedená obsahová analýza však tento předpoklad, alespoň co se týče politického a zahraničního zpravodajství, vyvrátila, a to u obou sledovaných deníků. V případě deníku Blesk sice tzv. soft news skutečně převážily, ale pouze o jedno procento. V případě deníku Neue Kronen Zeitung však většinu tvořily tzv. hard news (54 %), zatímco podíl tzv. soft news se ustálil na 42 %.



Graf č. 26 – Podíl hard/soft news na celkovém počtu analyzovaných příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



Graf č. 27 – Podíl hard/soft news na celkovém počtu analyzovaných příspěvků v deníku Blesk (n=313)

¹⁷⁴ Definice tzv. soft a tzv. hard news viz Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka).

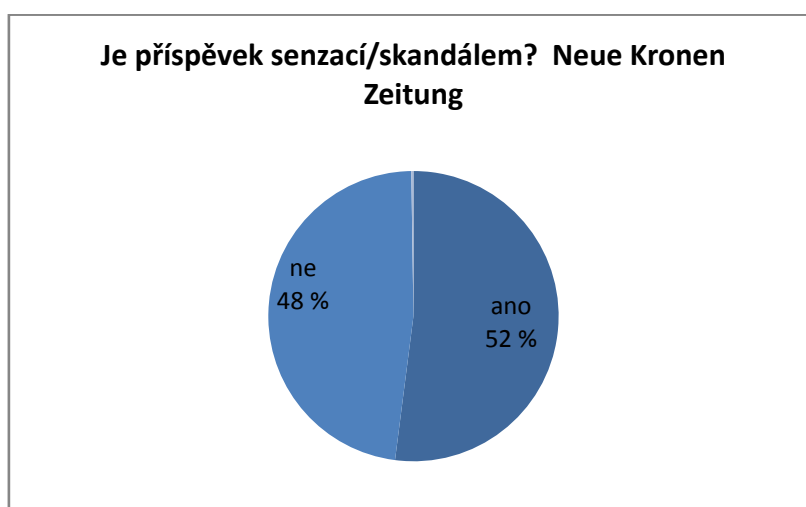
Senzace/skandál

Analýza proměnné týkající se toho, zda může daný příspěvek čtenáře šokovat, přinesla již mnohem méně překvapivé výsledky. Od bulvárního deníku lze totiž očekávat, že jedním z jeho hlavních cílů bude právě to, aby šokoval své čtenáře, což se v případě českého deníku Blesk potvrdilo (graf č. 28).



Graf č. 28 – Zhodnocení příspěvků dle kritéria senzace/skandál v deníku Blesk (n=313)

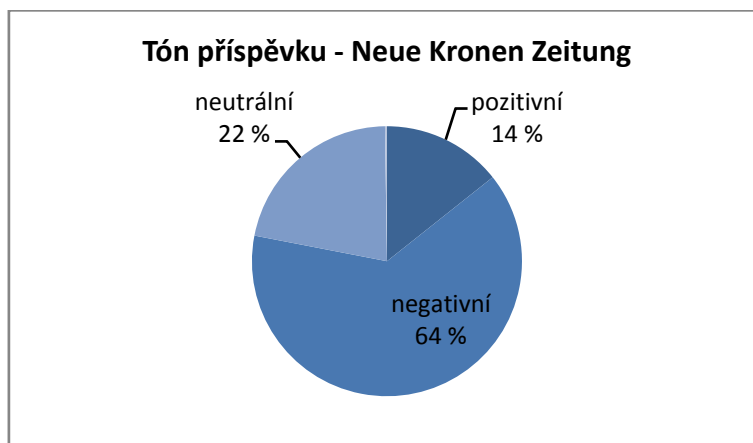
V případě rakouského deníku Neue Kronen Zeitung byl však zachován trend jdoucí proti obecným předpokladům, kdy příspěvky z politického a zahraničního zpravodajství nemají vždy typicky bulvární charakter. To se týká právě také proměnné „senzace/skandál“, jak je zřetelně vidět na grafu č. 29.



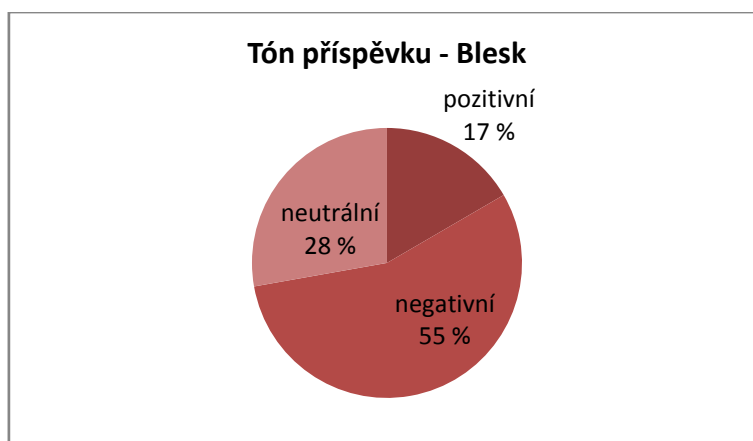
Graf č. 29 – Zhodnocení příspěvků dle kritéria senzace/skandál v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)

Tón příspěvku

Příspěvky v bulvárních tištěných médiích mají obvykle negativní vyznění, což bylo potvrzeno také provedenou obsahovou analýzou. Výsledky jsou v případě Neue Kronen Zeitung i v případě Blesku srovnatelné.



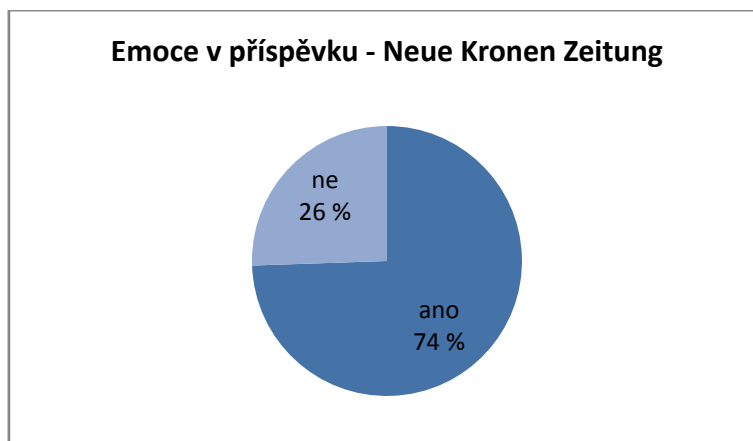
Graf č. 30 – Tón příspěvků v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



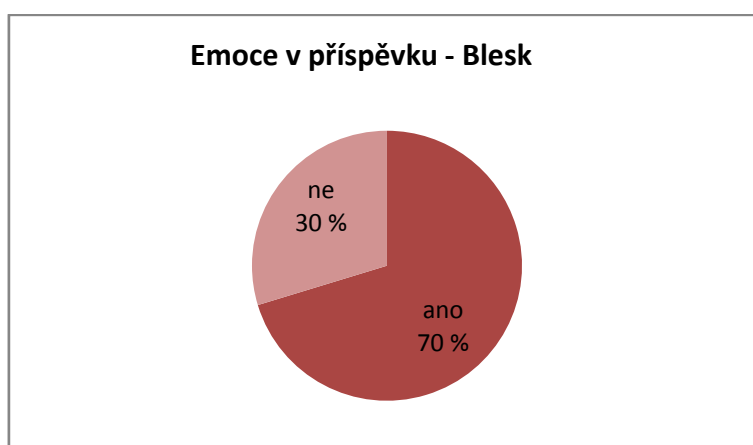
Graf č. 31 – Tón příspěvků v deníku Blesk (n=313)

Emoce

Proměnná „emoce“ měla sloužit k posouzení, zda daný příspěvek v čtenáři vyvolává, ať už pozitivní, nebo negativní pocity, tedy zda příspěvek popisuje například nějaký konflikt či tragédii, nebo naopak úspěch, záchranu života a podobně. Výsledky jsou u rakouských Neue Kronen Zeitung i u českého Blesku podobné a ukazují, že naprostá většina příspěvků emoce v čtenáři vyvolává.



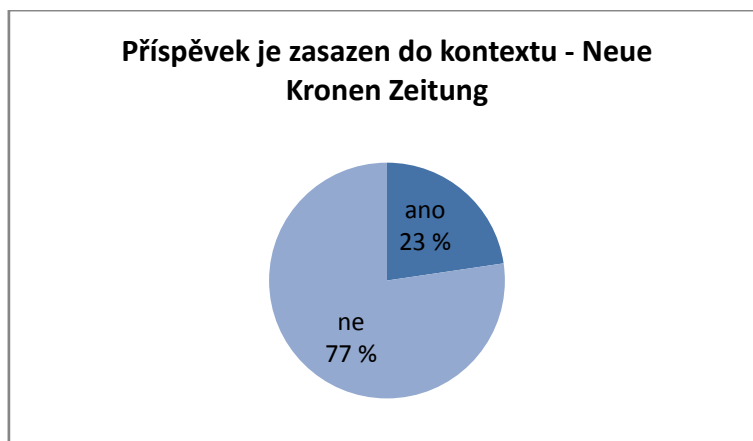
Graf č. 32 – Emoce v příspěvcích v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



Graf č. 33 – Emoce v příspěvcích v deníku Blesk (n=313)

Kontext

Poslední sledovanou proměnnou byla proměnná nazvaná „kontext“, která měla ukázat, zda jsou dané příspěvky zasazeny do hlubšího kontextu a souvislostí. Obecně toto není pro bulvární média obvyklé, což je patrné především u politického a zahraničního zpravodajství českého deníku Blesk, kde 88 % analyzovaných příspěvků nebylo zasazeno do kontextu. V porovnání s tím jsou příspěvky politického a zahraničního zpravodajství rakouského deníku Neue Kronen Zeitung častěji zveřejňovány v souvislostech (23 %). Konkrétní hodnoty jsou prezentovány v grafu č. 34 a v grafu č. 35.



Graf č. 34 – Podíl příspěvků v kontextu v deníku Neue Kronen Zeitung (n=419)



Graf č. 35 – Podíl příspěvků v kontextu v deníku Blesk (n=313)

5.2.3 Ověření hypotézy

V návaznosti na výzkumné otázky, které byly zodpovězeny prostřednictvím obsahové analýzy, lze konstatovat, že hypotéza – H) *Charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk* – byla potvrzena. Nejedná se však o potvrzení úplné, protože výsledky obsahové analýzy ukázaly, že ačkoli mezi politickým a zahraničním zpravodajstvím obou deníků existují rozdíly, přívlastek „významné“ není zcela odpovídající. V mnoha bodech obsahové analýzy byly totiž výsledné hodnoty u obou deníků srovnatelné, ba dokonce téměř identické. Shoda panovala například u proměnné sledující rozložení příspěvků v jednotlivých rubrikách. Téměř identické byly také hodnoty popisující rozsah jednotlivých příspěvků. Na druhou stranu se však vyskytlo několik aspektů, které politické a zahraniční zpravodajství obou

deníků výrazně odlišují. Jedním z nich je autor/zdroj příspěvku, kterým je v případě deníku Blesk mnohem častěji než v případě deníku Neue Kronen Zeitung agentura. Dalším rozdílem mezi oběma periodiky je obecné zaměření jejich politického a zahraničního zpravodajství. Zatímco Neue Kronen Zeitung se pro bulvár dost netypicky soustředí především na zahraničněpolitická témata, Blesk upřednostňuje vnitropolitické události. Zároveň jsou ve středu jeho zájmu spíše jednotlivci (velmi často známé osobnosti), a tak se ve svých příspěvcích pohybuje převážně na individuální rovině na rozdíl od rakouského listu, který častěji řeší celospolečenské vztahy a problémy.

Výsledky obsahové analýzy tedy prokázaly, že charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se v některých aspektech liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk, ale v jiných jsou si naopak velmi blízké.

Závěr

Hlavním cílem této práce bylo objasnit specifika rakouského bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a důvody, které vedly k jeho tak neobvykle silnému postavení nejen na rakouském mediálním trhu, ale i ve srovnání s ostatními světovými médii. Zároveň jsem se snažila prokázat, že Neue Kronen Zeitung jsou právem řazeny mezi bulvární média, ačkoli charakteristiky bulvárního tisku nejsou použitelné zcela univerzálně, jak se projevilo při komparaci rakouského bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung s českým bulvárním deníkem Blesk.

Dominantní postavení deníku Neue Kronen Zeitung ovlivňuje podobu celého rakouského mediálního trhu, který se vyznačuje zejména velkou koncentrací započatou v 50. letech minulého století. Již v té době byl totiž zaznamenán výrazný úbytek pro Rakousko typických stranických listů, které byly nahrazovány především velkými vídeňskými deníky rozšiřujícími svoje pole působnosti do jednotlivých spolkových zemí. Vedoucí postavení mezi nimi zaujímal deník Kurier, který však po obnovení deníku Österreichische Kronen Zeitung (nově jako Neue Kronen Zeitung) postupně ztrácel své čtenáře, kteří houfně přecházeli právě ke konkurenčnímu bulvárnímu deníku. Ten se již počátkem 70. let ocitl na špici rakouského trhu s tištěnými médii, na které se drží dodnes. Dlouhodobou oblibu u čtenářů mu přineslo hned několik aspektů, které dohromady vytváří neobyčejně úspěšný koncept. Patří mezi ně například malý formát listu, jenž byl zachován i v době, kdy se jiné deníky rozhodly k přechodu na větší formát, dále také vydávání deníku sedm dní v týdnu nebo oblíbené čtenářské soutěže o hodnotné ceny. Jako důležitější faktor úspěchu se však jeví schopnost redaktorů Neue Kronen Zeitung, a zvláště pak jejich zakladatele a dlouholetého vydavatele Hanse Dichanda, velmi přesně odhadnout aktuální rozpoložení a náladu obyvatel, čemuž je následně přizpůsoben samotný obsah deníku. Ten je nekomplikovaný a srozumitelný nejširším vrstvám obyvatelstva, což garantuje dlouhodobou stabilitu v počtu čtenářů a rovněž jejich loajalitu.

Analýza rakouských Neue Kronen Zeitung tedy sice potvrdila, že tento deník je právem řazen mezi bulvární periodika (jeho znaky se vesměs shodují s obecnými znaky bulvárního tisku definovanými ve třetí kapitole), ale na druhé straně se ukázalo, že pojetí bulvárního listu v Rakousku a pojetí bulvárního listu v České

republice se může v mnoha aspektech lišit a že je tedy nutné přistupovat k charakteristice jednotlivých periodik individuálně.

Jedním ze záměrů této práce bylo rovněž porovnat rakouský bulvární deník Neue Kronen Zeitung a český bulvární deník Blesk, tedy nejčtenější deník v Rakousku a nejčtenější deník v České republice. Oba deníky byly nejprve komparovány z pohledu vnější podoby a obecně po obsahové stránce. Výsledkem bylo zjištění, že ačkoli jeden ze zásadních znaků každého periodika, tedy jeho formát, je u obou deníků rozdílný, ostatní vnější charakteristiky jako například podoba titulní strany či fotografická dokumentace jsou si u rakouského i českého listu podobné. Stejně tak je tomu s využitím jazykových prostředků (metafor, přirovnání, hovorových výrazů a podobně), jež jsou rovněž obdobné a pro bulvární média typické. Nutno ale podotknout, že u českého deníku Blesk se zmíněné charakteristiky mnohdy projevují výrazněji než u rakouského deníku Neue Kronen Zeitung, takže například více prostoru je věnováno reklamě a inzerci a častěji převažuje fotografická dokumentace nad samotným textem.

Větší rozdíly mezi oběma deníky lze nalézt v jejich obsahu. Ten se v případě českého deníku Blesk více soustředí na události týkající se života známých osobností, a to i ve sportovní rubrice, která je, jak v českém Blesku, tak také v rakouských Neue Kronen Zeitung, značně rozsáhlá. Ani rakouský list neopomíjí u čtenářů oblíbené zprávy o celebritách, častěji však informuje o společensky významných tématech, a to nejen domácích, ale i světových, na které neklade o mnoho menší důraz, jako tomu v případě bulvárních médií, český deník Blesk nevyjímaje, často bývá. Obsahové odlišnosti mezi Neue Kronen Zeitung a Bleskem se projevují také v pojetí politického a zahraničního zpravodajství obou listů, jak ukázala provedená obsahová analýza. Ta měla přispět k zodpovězení dvou výzkumných otázek týkajících se právě charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v tomto českém a rakouském deníku. Zároveň s tím měla obsahová analýza dopomoci k ověření, či případně vyvrácení, hypotézy, že *charakteristiky politického a zahraničního zpravodajství v rakouském bulvárním deníku Neue Kronen Zeitung se významně liší od charakteristik politického a zahraničního zpravodajství v českém bulvárním deníku Blesk.*

Pro obsahovou analýzu byla vytvořena kódovací kniha o pěti identifikačních a patnácti analytických proměnných, prostřednictvím kterých byly popsány hlavní znaky politického a zahraničního zpravodajství obou deníků. Výsledky výzkumu

ukázaly, že pojetí politického a zahraničního zpravodajství rakouského deníku Neue Kronen Zeitung a českého deníku Blesk se skutečně liší, avšak tvrdit, že významně, není zcela odpovídající. Rozložení jednotlivých příspěvků či jejich rozsah jsou totiž u obou periodik velmi podobné. Odlišnosti lze ale nalézt především v důrazu, který je kladen na události pohybující se na individuální, či celospolečenské úrovni, s čímž úzce souvisí také témata, jimž se oba deníky věnují. Vzhledem k tomu, že rakouské Neue Kronen Zeitung se více zaměřují na celospolečenskou problematiku, jejich příspěvky se týkají zejména témat, jako je ekonomika či aktuální situace Evropské unie. Naopak v českém deníku Blesk mají častější zastoupení příspěvky pohybující se na individuální rovině, a proto jsou i tematicky zaměřené na život a soukromí politických představitelů a známých osobností ze světa showbyznysu.

Otázkou tedy zůstává, zda se v budoucnosti bude koncepce rakouského bulvárního deníku Neue Kronen Zeitung a českého deníku Blesk spíše přibližovat, nebo se rozdíl mezi nimi budou naopak prohlubovat.

Summary

The Master thesis *Specifics of the tabloid Neue Kronen Zeitung and its position in the Austrian media market. Comparison of the most read Austrian and Czech daily newspapers* tried to clarify the specifics of the tabloid daily newspaper Neue Kronen Zeitung and reasons for its unusually strong position not only in the Austrian media market but also in comparison to other world media. At the same time the thesis attempted to prove that the Neue Kronen Zeitung is rightly classified as a tabloid newspaper despite the fact that it does not necessarily carry all conceivable attributes of the tabloid press as was especially shown on its comparison with the Czech tabloid daily newspaper Blesk.

The first part of the thesis was devoted to the general description of the Austrian print media market and especially to the daily Neue Kronen Zeitung and its history. It was shown that the Neue Kronen Zeitung has held its dominant position in the Austrian media market since the beginning of the 1970s. There are several aspects which have brought great success to the Neue Kronen Zeitung, above all the intelligibility of its articles to wide social classes of the Austrian population and the ability of its editors to transfer the current mood and attitudes of Austrians to the pages of their daily newspaper.

The second part of the thesis focused on the comparison of the most read Austrian daily newspaper Neue Kronen Zeitung and the most read Czech daily newspaper Blesk. It was found out that certain aspects of the tabloid press such as emphasis on so called soft news are more present in the Czech newspaper Blesk. Moreover, a content analysis regarding the political and foreign coverage of both newspapers was carried out. This content analysis confirmed that the characteristics of the political and foreign coverage of the Austrian tabloid daily newspaper Neue Kronen Zeitung differ from the characteristics of the political and foreign coverage of the Czech tabloid daily newspaper Blesk, but to a lesser extent than it was assumed in the hypothesis.

Bibliografie

Monografie (neperiodická literatura)

- Atkinson, J. Tabloid Journalism. In: Johnston, D. H. *Encyclopedia of international media and communications*. Vol. 4, R-Z. Academic Press, Amsterdam 2003, str. 317-327. ISBN 0-12-387674-5
- Bendl, S. a kol. (překl.). *Oxfordský slovník světových dějin*. Academia, Praha 2005. ISBN 80-200-1054-8
- Betz, H. Haider's revolution or the future has just begun. In: Bischof, G., Pelinka, A., Gehler, M. *Austria in the European Union*. Transaction Publishers, New Brunswick 2002, str. 118-143. ISBN 0-7658-0899-4
- Bruck, P. (Hrsg.). *Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronenzeitung“*. Wiener Journal Zeitschriftenverlag Ges. m. b. H. – Edition Atelier, Wien 1991. ISBN 3-9003-7961-0
- Bruck, P., Melcher-Smejkal, I. Tageszeitungen. In: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hg.). *Massenmedien in Österreich. Medienbericht 4: Berichtszeitraum 1986 bis 1992*. Internationale Publikationen Gesellschaft, Wien 1993, str. 57-91. ISBN 3-901052-08-9
- Bucher Gruppe. *Medien in Wien*. Books LLC (German Series) 2010. ISBN 9-781159-158705
- Dahlgren, P., Sparks, C. *Journalism and Popular Culture*. 4th edition. Sage Publications, London 2000. ISBN 0-8039-8671-8
- Dichand, H. *Kronen Zeitung. Die Geschichte eines Erfolges*. Verlag Orac, Wien 1977. ISBN 385368-832-2
- Dichand, H. *Im Vorhof der Macht*. Ibero & Molden Verlag, Wien 1996. ISBN 3-900436-36-3
- Drulák, P. a kol. *Jak zkoumat politiku*. Portál, Praha 2008. ISBN 978-80-7367-385-7
- Fidler, H. *Im Vorhof der Schlacht. Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege*. Falter Verlag, Wien 2004. ISBN 3-85439-341-5

- Fidler, H. *Österreichs Medienwelt von A bis Z*. Falter Verlag, Wien 2008. ISBN 978-3-85439-415-0
- Fidler, H., Merkle, A. *Sende Pause. Medien und Medienpolitik in Österreich*. Edition lex liszt 12, Oberwart 1999. ISBN 3-901757-09-0
- Gehler, M. Kontraproduktive Intervention: Die „EU 14“ und der Fall Österreich oder vom Triumph des „Primats der Innenpolitik“ 2000-2003. In: Gehler, M., Pelinka, A., Bischof, G. (Hg.). *Österreich in der Europäischen Union. Bilanz seiner Mitgliedschaft*. Böhlau Verlag, Wien-Köln-Weimar 2003, str. 121-181.
- Gorman, L., McLean, D. *Media and Society in the Twentieth Century*. Blackwell Publishing, Oxford 2003. ISBN 0-631-22235-9
- Hallin, D., Mancini, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Portál, Praha 2008. ISBN 978-80-7367-377-2
- Harmat, U. Die Medienpolitik der Alliierten und die österreichische Tagespresse 1945-1955. In: Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Band 5*. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 1999, str. 57-96. ISBN 3-631-33036-7
- Hvizďala, K. *Moc a nemoc médií*. Dokořán, Praha 2003. ISBN 80-86569-70-5
- *Im Dienste der Krone. Anekdoten und Geschichten erzählt von Mitarbeitern der „Kronen Zeitung“*. Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten 2006. ISBN 3-85030-050-1
- Janitschek, H. *Nur ein Journalist. Hans Dichand. Ein Mann und drei Zeitungen*. Verlag Orac, Wien 1992. ISBN 3-7015-0265-X
- Jirák, J., Köpplová, B. *Masová média*. Portál, Praha 2009. ISBN 978-80-7367-466-3
- Jirák, J., Köpplová, B. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Portál, Praha 2007. ISBN 978-80-7367-287-4
- Käfer, P. *Medien und Politik*. Holzhausen Verlag GmbH, Austria 2008. ISBN 978-3-85493-155-3

- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D., Zimmermann, A. *Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher*. Facultas Universitätsverlag, Wien 2007. ISBN 978-3-7089-0106-0
- Kraus, J. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Karolinum, Praha 2008. ISBN 978-80-246-1578-3
- Mareš, M. *Pravicový extremismus a radikalismus v ČR*. Barrister & Principal, Brno 2003. ISBN 80-86598-45-4
- McLachlan, S., Golding, P. *Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigations into Changes in British Newspapers 1952 – 1997*. In: Sparks, C., Tulloch, J. (eds.) *Tabloid Tales: global debates over media standards*. Rowman & Littlefield, Lanham 2000, str. 75-89. ISBN 0-8476-9572-7
- McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál, Praha 2007. ISBN 978-80-7367-338-3
- Melischek, G., Seethaler, J. *Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Band 5*. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 1999. ISBN 3-631-33036-7
- Nennung, G. *Eine Krone bitte*. Molden Verlag, Wien 2003. ISBN 3-85485-104-9
- Neuendorf, K. *The content analysis guidebook*. Sage Publications, Thousand Oaks 2002. ISBN 0-7619-1978-3
- Osvaldová, B., Halada, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Libri, Praha 2002. ISBN 80-7277-108-6
- Petry, M. *Politik im Boulevard – Politikberichterstattung in Boulevardzeitungen. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Politikberichterstattung in BILD, Kronen Zeitung und BLICK*. Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2008. ISBN 978-3-639-05066-0
- Postman, N. *Ubavit se k smrti*. Mladá fronta, Praha 2010. ISBN 978-80-204-2206-4
- Pürer, H. *Presse in Österreich*. Verband Österreichischer Zeitungen, Wien 1990. ISBN 3-85326-926-5

- Reifová, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. Portál, Praha 2004. ISBN 80-7178-926-7
- Scherer, H. Úvod do metody obsahové analýzy. In: Schulz, W. et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Karolinum, Praha 2004, str. 29-50. ISBN 80-246-0827-8
- Sparks, C. Introduction: The Panic over Tabloid News. In: Sparks, C., Tulloch, J. (eds.) *Tabloid Tales: global debates over media standards*. Rowman & Littlefield, Lanham 2000, str. 1-40. ISBN 0-8476-9572-7
- Steinmaurer, T. *Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick*. StudienVerlag, Innsbruck 2002. ISBN 3-7065-1755-8
- Stöber, R. *Deutsche Pressegeschichte*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2005. ISBN 3-8252-2716-2
- Trampota, T. *Zpravodajství*. Portál, Praha 2006. ISBN 807367096-8
- Veber, V. (et al.) *Dějiny Rakouska*. Nakladatelství Lidové noviny, Praha 2002. ISBN 80-7106-491-2
- Weber, S. *Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der „Kronen Zeitung“*. Passagen Verlag, Wien 1995. ISBN 3-85165-163-4

Monografie (periodická literatura)

- Arendt, F. Cultivation effects of a newspaper on reality estimates, explicit and implicit attitudes. In: *Journal of Media Psychology*, vol. 22, no. 4/2010, str. 147-159.
- Arendt, F. Explizite und implizite kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung. Eine empirische Untersuchung von Kultivierungseffekten auf explizite und implizite politische Einstellungen. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft*, vol. 57, no. 2/2009, str. 217-237. ISSN 1615-634X
- Arendt, F. Zur kultivierenden Wirkung der Kronen Zeitung. In: *Medien Journal*, vol. 32, no. 4/2008, str. 3-21. ISSN 1025-9473
- Uribe, R., Gunter, B. Research Note: The Tabloidization of British Tabloids. In: *European Journal of Communication*, Sage Publications, vol. 19, no. 3, 2004, str. 387-402.

- Wise, M. International: Austria's troubling tabloid. In: *Columbia Journalism Review*, Jan/Feb 2002, vol. 40, no. 5, str. 12. ISSN 0010-194X

Tisk (tištěná i internetová vydání)

Blesk:

Obsahová analýza:

- tištěné vydání deníku *Blesk* z 19.10.2011, 20.10.2011, 21.10.2011, 24.10.2011, 25.10.2011, 27.10.2011, 31.10.2011, 2.11.2011, 3.11.2011, 4.11.2011, 7.11.2011, 8.11.2011, 9.11.2011, 14.11.2011, 15.11.2011, 21.11.2011, 24.11.2011, 25.11.2011, 29.11.2011, 30.11.2011

Další:

- Děti kvůli tomu měly problémy ve škole. *Blesk*, 28. 11. 2011, vol. 20, no. 277, str. 18.
- Gebert, T. V Plzni melou boží mlýny. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 17.
- Krejča, P. Chvilí vypadal jako Hurvínek. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 18.
- Krejča, P. Plzeňáci, jste pašáci! *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 14.
- Na smrku vyrostе jablko! *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 4.
- Pilipova firma dluží 15 milionů. *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 3.
- Playboy? Agáto, radši koj. *Blesk*, 30. 11. 2011, vol. 20, no. 279, str. 11.
- Skořepa, P. Vonna se rozvádí. *Blesk*, 29. 11. 2011, vol. 20, no. 278, str. 21.
- Škoda slov, to je Kocourkov! *Blesk*, 9. 11. 2011, vol. 20, no. 262, str. 2-3.
- Tichý, O. Doktoři pro bohaté? *Blesk*, 14. 11. 2011, vol. 20, no. 266, str. 2-3.
- Tichý, O. „Sexydračice“ Kovářová fušuje do gynekologie! *Blesk*, 30. 11. 2011, vol. 20, no. 279, str. 2.
- Žaloudek, P. Mlátí mě, policie nic nedělá. *Blesk*, 24. 11. 2011, vol. 20, no. 274, str. 18.

Neue Kronen Zeitung:

Obsahová analýza:

- tištěné vydání deníku *Neue Kronen Zeitung* z 19.10.2011, 20.10.2011, 21.10.2011, 24.10.2011, 25.10.2011, 27.10.2011, 31.10.2011, 2.11.2011, 3.11.2011, 4.11.2011, 7.11.2011, 8.11.2011, 9.11.2011, 14.11.2011, 15.11.2011, 21.11.2011, 24.11.2011, 25.11.2011, 29.11.2011, 30.11.2011

Další:

- Drogenkartell in Mexiko wünscht frohe Weihnachten. 26. 12. 2010, http://www.krone.at/Digital/Drogenkartell_in_Mexiko_wuenscht_frohe_Weihnachten-Auf_Plakaten-Story-237475, staženo dne 9. 10. 2011.
- Erkennen Sie diesen Star? *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 1.
- Familie als „Opfergabe“? *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 9.
- Heininger, M. „Bodypacker“ auf Flughafen verhaftet. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 23.
- Jedes dritte Handy in Österreich schon ein Smartphone. 8. 9. 2011, http://www.krone.at/Handy/Jedes_dritte_Handy_in_Oesterreich_schon_ein_Smartphone-Smart_gewinnt-Story-295539, staženo dne 9. 10. 2011.
- Jolie in libyschem Flüchtlingslager. *Neue Kronen Zeitung*, 7. 4. 2011, no. 18.297, str. 1.
- Klöbl, P. Verrückt! Triumph in Graz – und Austria ist wieder vorn. *Neue Kronen Zeitung*, 9. 5. 2011, no. 18.328, str. 58-59.
- Linden, P. Tests statt Urlaub. *Neue Kronen Zeitung*, 8. 6 2011, no. 18.358, str. 66.
- Moizi, P. Ronaldo als Tennis-Fan. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 67.
- Nach privaten Turbulenzen Landung in Wien. *Neue Kronen Zeitung*, 20. 6. 2011, no. 18.369, str. 1.
- Nicht schwanger. *Neue Kronen Zeitung*, 12. 4. 2011, no. 18.301, str. 27.

- Österreicher von Politik Genervt! *Neue Kronen Zeitung*, 30. 4. 2011, no. 18.319, str. 2-3.
- Österreichs Wirtschaft wächst kräftig.
http://www.krone.at/Oesterreich/Oesterreichs_Wirtschaft_waechst_kraeftig-Plus_3.8_Prozent-Story-75998, staženo dne 9. 10. 2011.
- Schlange biss Bub. *Neue Kronen Zeitung*, 3. 10. 2011, no. 18.473, str. 13.
- Sozialisten in Spanien erleiden Wahldebakel. 23. 5. 2011,
http://www.krone.at/Nachrichten/Sozialisten_in_Spanien_erleiden_Wahldebakel-Wuetende_Jugend-Story-264113, staženo dne 9. 10. 2011.
- Vor Schreck gelähmt. *Neue Kronen Zeitung*, 30. 8. 2011, no. 18.439, str. 28.
- Welch Paradies für Solo-Männer. *Neue Kronen Zeitung*, 3. 10. 2011, no. 18.473, str. 22.

Jiné:

- Lackner, H. Befriedigung der Sinnesreize. Zum 20. Todestag der „Arbeiter-Zeitung“. *Profil*, 17. 10. 2011, vol. 42, no. 42, str. 18-24.

Ostatní

Internetové zdroje:

- Arendt, F. Wie wirkt die Krone? Ein Überblick über den Stand der Forschung über die Wirkung der Kronen Zeitung. In: *Medienimpulse*, no. 2/2010, *http://www.medienimpulse.at/articles/view/210*, staženo dne 26. 9. 2011.
- Die Waldheim-Affäre und ihre Folgen. 14. 6. 2007, *http://wien.orf.at/stories/200075/*, staženo dne 23. 11. 2010.
- Jirák, J. Komeracionalizace médií a tradic. 2005, *http://old.rvp.cz/clanek/281*, staženo dne 2. 9. 2011.
- Kronen Zeitung. Die Neugründung.
http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/, staženo dne 16.5.2011.
- Kronen Zeitung. Die weitere Geschichte.
http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/die-weitere-geschichte/, staženo dne 16. 5. 2011.

- Kronen Zeitung. Hans Dichand.
<http://www.wien-konkret.at/wirtschaft/medien/printmedien/1/hans-dichand/>,
staženo dne 16. 5. 2011.
- Institut demokracie pro všechny. Vlastnická struktura českého mediálního trhu s ohledem na globalizační procesy. Brno 2005,
<http://www.blisty.cz/files/2006/11/16/analyza-internacionalizace-medialniho-trhu.pdf>, staženo dne 15. 10. 2011.
- Media Analyse, *www.media-analyse.at*, staženo dne 7. 10. 2011.
- Pehe, J. Budoucnost médií v evropském kontextu. Přednáška v rámci konference Evropská integrace, média a národní identita – Divadlo Archa 29. 11. 2004,
<http://www.pehe.cz/prednasky/2004/budoucnost-medii-v-evropskem-kontextu>,
staženo dne 2. 9. 2011.
- Ringier Axel Springer CZ a.s., *<http://www.ringieraxelspringer.cz/>*, staženo dne 3. 12. 2011.

Kvalifikační práce:

- Arendt, F. *Kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung. Eine Cross-Lagged Panel Analyse*. Magisterarbeit, Universität Wien, Wien 2009.
- Dobiašová, T. *Sankce Evropské unie proti Rakousku v roce 2000 v kontextu postavení Rakouska v Evropské unii. Aplikace konstruktivistické teorie na daný případ*. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií, Praha 2011.

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Seznam zkratk (text)
- Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka)
- Příloha č. 3: Ukázka kódovacího formuláře (tabulka)

Přílohy

Příloha č. 1: Seznam zkratk (text)

APA	<i>Austria Presse Agentur</i> Rakouská tisková agentura
BZÖ	<i>Bündnis Zukunft Österreich</i> Spojenectví pro budoucnost Rakouska
ČSSD	Česká strana sociálně demokratická
ČTK	Česká tisková kancelář
FPÖ	<i>Freiheitliche Partei Österreichs</i> Svobodná strana Rakouska
GRÜNE	<i>Die Grünen</i> Zelení
IFES	<i>International Foundation for Electoral Systems</i> Mezinárodní nadace pro volební systémy
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová
KPÖ	<i>Kommunistische Partei Österreichs</i> Komunistická strana Rakouska
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
NSDAP	<i>Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei</i> Národně socialistická německá dělnická strana
ODS	Občanská demokratická strana
OSN	Organizace spojených národů
ÖGB	<i>Österreichischer Gewerkschaftsbund</i> Rakouský odborový svaz
ÖVP	<i>Österreichische Volkspartei</i> Rakouská lidová strana
SPÖ	<i>Sozialdemokratische Partei Österreichs</i> Sociálně demokratická strana Rakouska
SZ	Strana zelených
TOP 09	Tradice, Odpovědnost, Prosperita 09
VV	Věci veřejné
WAZ	<i>Westdeutsche Allgemeine Zeitung</i> Západoněmecké všeobecné noviny

Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka)

Identifikační proměnné

1. DATUM	DD/MM/YYYY
2. MÉDIUM	1 Neue Kronen Zeitung 2 Blesk
3. STRANA	1 2. 2 3. 3 4. 4 5. 5 6. 6 7. 7 8. 8 9. 9 18. 10 19. 11 20. 12 21. 13 22. 14 23. 15 24. 98 jiná
4. RUBRIKA	1 Politika (Politik) 2 Zahraničí (Ausland)
5. ROZSAH Rozsah příspěvku podle počtu slov.	1 malý (<115 slov) 2 střední (115-300 slov) 3 velký (>300 slov)

Analytické proměnné

<p>6. TYP PŘÍSPĚVKU</p>	<p>1 zpráva 2 reportáž 3 analýza 4 rozhovor 5 komentář 6 glosa 7 sloupek 98 jiný 99 nelze určit</p>
<p>7. AUTOR/ZDROJ</p>	<p>1 redakce 2 nezávislý publicista 3 politik 4 expert 5 ČTK (Česká tisková kancelář) 6 APA (Austria Presse Agentur) 7 jiná agentura 98 jiný 99 nelze určit</p>
<p>8. ZAMĚŘENÍ PŘÍSPĚVKU Zaměření příspěvku dle původu aktérů či perspektivy, z jaké je téma prezentováno.</p>	<p>1 vnitropolitické 2 zahraničněpolitické 3 vnitropolitické v kontextu zahraniční politiky 4 zahraničněpolitické v kontextu domácí politiky 98 jiný 99 nelze určit</p>
<p>9. TÉMA Téma, které je dominantní. Je-li v článku více témat, je nutné vybrat jedno hlavní, tedy takové, které v příspěvku figuruje na prvním místě nebo mu je věnována většina příspěvku nebo je v příspěvku zmíněno nejčastěji.</p>	<p>1 stranická politika 2 političtí představitelé 3 volby 4 legislativa 5 ekonomika/finance 6 sociální politika 7 zdravotnictví 8 kultura 9 školství</p>

	10 lidská práva 11 média 12 doprava 13 životní prostředí 14 energetika 15 průmysl 16 zemědělství 17 obrana 18 justice/spravedlnost 19 korupce 20 teror/války/nepokoje 21 dějiny 22 Evropská unie 23 NATO a jiné mezinárodní organizace 24 známé osobnosti 98 jiné 99 nelze určit
10. FOTOGRAFIE	1 ano 2 ne
11. HLAVNÍ AKTÉR Vyskytuje-li se v příspěvku více aktérů, je nutné vybrat hlavního aktéra, tedy takového, který v příspěvku figuruje na prvním místě nebo kterému je věnována většina příspěvku nebo který je v příspěvku zmiňován nejčastěji.	1 politik 2 politická strana 3 prezident 4 zástupce Evropské unie 5 zástupce neziskové agentury 6 zástupce mezinárodní organizace 7 válečníci 8 představitelé justice 9 zástupce občanské společnosti 10 aktivista 11 celebrita 98 jiný 99 nelze určit
12. VEDLEJŠÍ AKTÉR Jiný než hlavní aktér.	1 politik 2 politická strana 3 prezident 4 zástupce Evropské unie

	5 zástupce neziskové agentury 6 zástupce mezinárodní organizace 7 válečníci 8 představitelé justice 9 zástupce občanské společnosti 10 aktivista 11 celebrita 98 jiný 99 nelze určit
13. SOCIÁLNÍ ROVINA Zhodnocení, v jaké rovině se daný příspěvek pohybuje: 1) celospolečenská – ve středu zájmu stojí celospolečenské vztahy a problémy 2) individuální – ve středu zájmu stojí jednotlivci, příp. menší sociální skupiny bez celospolečenského vlivu, a jejich chování 3) individuální/celospolečenská – ve středu zájmu stojí instituce a organizace, jež jsou výsledkem jednání jednotlivců, ale jejich chování může mít celospolečenský dopad.	1 celospolečenská 2 individuální 3 individuální/celospolečenská 99 nelze určit
14. POLITICKÁ STRANA Politická strana/ny, jež je/ jsou v příspěvku jmenována/ny.	1 ODS 2 ČSSD 3 VV 4 TOP 09 5 KDU-ČSL 6 KSČM 7 SZ 8 ÖVP 9 SPÖ 10 FPÖ 11 BZÖ 12 GRÜNE 98 jiná 99 nelze určit
15. MÍSTO Místo, kde se daná událost odehrává.	1 ČR 2 Rakousko 3 jiná evropská země 4 Brusel

	5 USA 6 Rusko 7 asijská země 8 africká země 9 Austrálie 98 jiné 99 nelze určit
16. HARD/SOFT NEWS Zhodnocení, zda je obsahem daného příspěvku tzv. hard nebo tzv. soft news, tedy: 1) hard news – „události, které je z nějakého důvodu nutné aktuálně a okamžitě zpracovat a zařadit do zpráv (...) informace, které by měl každý dobře informovaný občan znát (...) zabývají se důležitými událostmi“ ¹⁷⁵ 2) soft news – „zabývají se spíše běžným každodenním životem lidí (...) jsou záležitostmi zajímavými“ ¹⁷⁶	1 hard news 2 soft news 99 nelze určit
17. SENZACE/SKANDÁL Zhodnocení, zda může být daný příspěvek pro čtenáře šokující, tedy zda je událost zasazena do nečekaných souvislostí, zda se jedná o novou překvapivou událost apod.	1 ano 2 ne 99 nelze určit
18. TÓN PŘÍSPĚVKU Jaké má daný příspěvek vyznění, jak působí na čtenáře.	1 pozitivní 2 negativní 3 neutrální 99 nelze určit
19. EMOCE Zhodnocení, zda daný příspěvek popisuje například konflikt, tragédii apod., zda je personalizovaný, zda využívá emocionální jazyk (především přídavná jména) atd.	1 ano 2 ne
20. KONTEXT Zhodnocení, zda je daný příspěvek zasazen do hlubšího kontextu a souvislostí.	1 ano 2 ne

¹⁷⁵ Trampota, T. *Zpravodajství. Portál*, Praha 2006, str. 30-31.

¹⁷⁶ Tamtéž.

Příloha č. 3: Ukázka kódovacího formuláře (tabulka)

	datum	médium	strana	rubrika	rozsah	typ příspěvku	autor/zdroj	zaměření příspěvku	téma	fotografie	hlavní aktér	vedlejší aktér	sociální rovina	politická strana	místo	hard/soft news	senzace/skandál	tón příspěvku	emoce	kontext
1	19.10.2011	1	1	1	3	5	1	1	1	1	1	2	1	9	2	1	2	3	2	1
2	19.10.2011	1	1	1	2	2	1	2	22	1	4	1	2	99	4	2	1	2	1	1
3	19.10.2011	1	1	1	1	1	99	1	9	2	98	2	3	9	2	1	2	3	2	2
4	19.10.2011	1	1	1	1	7	2	1	5	2	98	99	1	99	2	99	2	2	1	2
5	19.10.2011	1	2	1	1	1	99	1	5	2	9	99	1	99	2	1	2	3	2	2
6	19.10.2011	1	2	1	2	2	1	1	5	1	9	1	1	99	2	1	2	3	2	1
7	19.10.2011	1	3	1	3	2	1	2	20	1	98	1	2	98	7	1	1	3	1	2
8	19.10.2011	1	3	1	2	7	2	2	20	1	98	1	3	98	7	1	1	2	1	1
9	19.10.2011	1	5	2	1	1	99	98	98	2	98	99	2	99	3	2	1	3	1	2
10	19.10.2011	1	5	2	1	1	99	2	24	1	11	1	2	99	3	2	2	3	2	2
11	19.10.2011	1	5	2	1	1	99	2	24	1	11	99	2	99	5	2	2	1	1	2
12	19.10.2011	1	5	2	1	1	99	2	22	2	4	99	1	99	3	2	2	3	2	2
13	19.10.2011	1	5	2	1	1	99	2	98	1	98	99	1	99	7	1	2	2	1	2
14	19.10.2011	1	6	2	2	2	99	98	98	1	98	99	2	99	5	2	1	2	1	2
15	19.10.2011	1	6	2	1	1	99	98	13	1	98	5	2	99	98	2	2	1	1	2
16	19.10.2011	1	6	2	1	1	99	2	17	2	98	99	1	99	5	1	1	2	1	2
17	19.10.2011	1	6	2	1	1	99	2	7	2	6	99	1	99	3	1	2	1	2	2
18	19.10.2011	1	6	2	1	2	99	98	24	1	98	98	2	99	3	2	2	1	2	2
19	19.10.2011	1	7	2	1	2	99	98	24	1	11	11	2	99	3	2	2	3	2	2
20	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	98	98	1	98	99	99	99	99	2	2	1	2	2
21	19.10.2011	1	7	2	1	2	99	98	98	2	98	99	2	99	98	2	1	3	1	2
22	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	98	12	1	98	99	99	99	99	2	2	3	1	2
23	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	98	18	2	98	99	2	99	99	2	1	2	1	2
24	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	2	98	2	98	99	1	99	98	1	2	2	1	2
25	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	98	98	2	98	99	2	99	8	2	2	2	1	2
26	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	2	13	2	2	98	1	99	3	1	2	3	2	2
27	19.10.2011	1	7	2	1	1	99	2	98	2	99	99	1	99	7	1	2	3	2	2
28	19.10.2011	1	8	2	2	2	99	98	98	2	98	99	2	99	98	2	1	2	1	2
29	19.10.2011	1	8	2	1	1	99	98	24	2	11	99	2	99	5	2	1	3	2	2
30	19.10.2011	1	8	2	1	1	7	2	14	1	98	99	1	99	7	1	2	3	2	2
31	19.10.2011	1	8	2	1	1	99	98	24	2	11	99	2	99	5	2	2	3	2	2
32	19.10.2011	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	11	2	2	1	2	1	2	1	2
33	19.10.2011	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	98	2	99	1	2	2	3	1	2
34	19.10.2011	2	3	1	3	2	1	98	24	1	11	98	2	99	1	2	1	2	1	2
35	19.10.2011	2	3	1	1	1	5	1	19	2	3	99	1	4	1	1	1	3	2	2

36	19.10.2011	2	3	1	1	1	1	1	19	2	1	98	2	3	1	1	1	3	2	2
37	19.10.2011	2	3	1	1	1	5	1	11	2	98	99	1	99	1	1	2	3	2	2
38	19.10.2011	2	3	1	1	1	1	1	19	2	99	99	1	99	1	1	1	3	2	2
39	19.10.2011	2	3	1	1	1	5	1	7	2	1	99	1	4	1	1	2	3	2	2
40	19.10.2011	2	14	2	2	2	5	98	24	1	11	99	2	99	5	2	2	1	2	2
41	19.10.2011	2	14	2	2	2	1	98	98	1	98	98	2	99	5	2	1	1	1	2
42	19.10.2011	2	14	2	1	1	5	98	98	2	98	99	2	99	8	2	1	2	1	2
43	19.10.2011	2	14	2	1	1	5	3	17	2	98	98	1	99	5	2	2	3	2	2
44	19.10.2011	2	15	2	2	2	1	2	20	1	98	98	2	99	7	1	1	1	1	2
45	19.10.2011	2	15	2	1	2	7	98	24	1	11	11	2	99	5	2	1	2	1	2
46	19.10.2011	2	15	2	1	1	7	98	12	2	98	99	99	99	3	2	2	3	2	2
47	19.10.2011	2	15	2	1	1	7	98	98	2	98	98	2	99	7	2	1	2	1	2
48	19.10.2011	2	15	2	1	1	7	2	18	2	98	99	1	99	3	1	1	2	1	2
49	19.10.2011	2	15	2	1	1	7	2	24	2	11	11	1	99	5	2	1	3	2	2
50	19.10.2011	2	15	2	1	1	7	98	7	1	99	99	1	99	5	2	2	2	1	1