

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého**

**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**OSOBNOST IVETY BARTOŠOVÉ V DENÍCÍCH BLESK A  
MLADÁ FRONTA DNES**

*Bakalářská práce*

Petra KRATOCHVÍLOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalsová

Olomouc 2016

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „*Osobnost Ivety Bartošové v denících Blesk a Mladá fronta DNES*“ vypracovala samostatně s vyznačením všech použitých pramenů a spoluautorství. Souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách, v. z. p. p. Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 120/2000 Sb., autorský zákon, v. z. p.p.

V Olomouci dne 22. srpna 2016

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce, Mgr. Věře Bartalové, za věcné a podnětné připomínky při psaní práce.

## Obsah

1. Úvod .....	1
1 TEORETICKÁ ČÁST .....	3
1.1 Bulvár/bulvární.....	3
1.2 Bulvarizace .....	4
1.3 Infotainment .....	5
1.4 Human interest story .....	6
1.5 Senzace a skandály .....	7
1.6 Témata bulvárního tisku .....	7
1.6.1 Celebrity .....	8
1.7 Vizuální stránka .....	9
1.7.1 Titulky.....	9
1.7.2 Fotografie .....	10
1.8 Zdroje.....	11
1.9 Předchozí výzkumy bulvarizace.....	12
1.10 Teorie zpravodajských hodnot, agenda setting, teorie sociální konstrukce reality .....	13
1.10.1 Teorie zpravodajských hodnot .....	14
1.10.2 Teorie agenda setting .....	15
1.10.3 Sociální konstrukce reality.....	16
1.11 Popis deníků.....	18
1.11.1 Mladá fronta DNES .....	18
1.11.2 Blesk.....	18
2 ANALYTICKÁ ČÁST .....	19
2.1 Obsahová analýza .....	19
2.2 Téma a cíle práce, výzkumné otázky, hypotézy .....	20
2.3 Vzorek analýzy.....	23
2.4 Jednotky analýzy .....	24
2.5 Operacionalizace .....	24
2.5.1 Výběr kódovacích jednotek .....	24
2.5.2 Výběr textu pro analýzu .....	25
2.5.3 Výběr obrazového materiálu.....	25
2.5.4 Sledované proměnné.....	26
2.6 Analýza titulních stránek.....	29

2.6.1	Témata fotografií .....	29
2.7	Výsledky analýzy.....	30
2.7.1	Celkový prostor věnovaný Ivetě Bartošové.....	30
2.7.2	Počet článků .....	31
2.7.3	Velikost zpráv .....	32
2.7.4	Plocha fotografií.....	35
2.8	Počty slov .....	35
2.8.1	Témata článků .....	36
2.8.2	Zdroje informací .....	39
2.8.3	Fotografie .....	40
2.8.4	Titulní stránky .....	44
2.8.5	Témata článků .....	47
2.9	Vyhodnocení hypotéz .....	48
3	Závěr.....	53
3.1	Použitá literatura.....	55
3.2	Prameny.....	57

## ANOTACE

Tato práce se zabývá projevy bulvarizace v denících Mladá fronta DNES a Blesk. Pro účel práce bylo vymezeno pouze jedno téma, na němž byly konkrétní aspekty bulvarizace zkoumány. Sledovaným tématem je osoba zesnulé zpěvačky Ivety Bartošové, o jejíž smrti roku 2014 informovala jak bulvární, tak seriózní média. Práce prostřednictvím obsahové analýzy zjišťuje, v čem se obě periodika liší a v čem se shodují. Aspekty bulvarizace jsou zkoumány v denících vydaných v období 15. dubna až 13. května, tzn. dva týdny před a dva týdny po smrti zpěvačky. Analýza porovnává témata, o kterých noviny informovala, sleduje počty článků vydaných k tématu a zaměřuje se rovněž na grafickou stránku Mladé fronty DNES a Blesku. Sleduje zároveň změnu, ke které v zobrazování tématu došlo vlivem úmrtí zpěvačky.

## ANOTATION

This thesis deals with the signs of tabloidization in newspapers Mladá fronta DNES and Blesk. For this work was chosen one theme, on which particular aspects of tabloidization was researched. Monitored theme was personality of deceased singer Iveta Bartošová, on whose death in 2014 informed both tabloid and serious media. Through content analysis work surveys, in what were both media different and in what the same. Aspects of tabloidization are researched in dailies published in period since 15<sup>th</sup> April to 13<sup>rd</sup> May, which means two weeks before and two weeks after singer's death. Analysis compares amount of themes in the dailies, monitors count of articles published on topic and focuses on graphical side of Mladá fronta DNES and Blesk. Simultaneously monitors the change, which occurs due to singer's death.



## KLÍČOVÁ SLOVA

Bulvarizace, Iveta Bartošová, Mladá fronta DNES, Blesk, bulvár, seriózní tisk

## KEY WORDS

Tabloidization, Iveta Bartošová, Mladá fronta DNES, Blesk, tabloid, broadsheet



# 1. Úvod

Iveta Bartošová byla pro bulvární tisk velmi zajímavým tématem. Před tím, než 29. dubna spáchala sebevraždu, bulvární tiskoviny pravidelně informovaly o jejím, jak po psychické, tak po fyzické stránce zhoršujícím se stavu. Její smrt však byla tak významnou událostí, že se dostala i na stránky deníků seriózních.

Tato práce si k analýze zvolila právě zprávy o Ivetě Bartošové v denících Mladá fronta DNES a Blesk. Za cíl si klade obě periodika porovnat, zjistit, v čem se liší, v jakých ohledech se naopak shodují a především to, do jaké míry a v jakých aspektech se Mladá fronta DNES přibližuje bulvárnímu Blesku a zdali ji tedy také lze v některých ohledech označit jako bulvární.

Záměrně byl vybrán jeden čistě bulvární deník a jeden, který nelze jednoznačně zařadit ani k tisku serióznímu, ani k bulváru. Některé zdroje hovoří o Mladé frontě DNES jako o čistě seriózním periodiku, jiné již jako o bulváru a některé tvrdí, že je tento deník na pomezí. Samotná Mladá fronta DNES o sobě tvrdí, že je *největším seriózním deníkem v České republice*<sup>1</sup>. Někdy také bývá označována jako polo-seriózní tisk nebo také pop-noviny, které v sobě kombinují prvky jak bulvárního, tak také seriózního tisku. T. Trampota a J. Končelík ve svém výzkumu<sup>2</sup> bulvarizace českých deníků však již Mladou frontu nekompromisně řadí k bulváru.

Práce dále hovoří o Mladé frontě DNES jako o novinách seriózních i přesto, že se zde prvky typické pro bulvární tisk vyskytují. Právě tyto shody má analýza nalézt. Za tímto účelem bude porovnáváno několik aspektů, které obecně slouží jako indikátory bulvarizace. Jsou měřeny a porovnávány počty zpráv, jejich velikost v centimetrech čtverečních nebo také plocha, která je tvořena fotografiemi. Analýze budou podrobena i témata, o kterých oba deníky v souvislosti s Ivetou Bartošovou informují.

Dalším úkolem této práce bude zjistit, jak obě tiskoviny informují o zpěvačce před tím, než 29.4.2014 spáchala sebevraždu, a jak po této události. Zda-li a jak se změní četnost

---

<sup>1</sup> Oficiální internetové stránky Mladé fronty DNES, dostupné z <http://www.mafra.cz/>

<sup>2</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4.

příspěvků k tomuto tématu, o jakých dalších skutečnostech oba deníky informují před tím a poté v souvislosti se smrtí zpěvačky a také jaký prostor je jí v obou případech věnován. Nakonec bude srovnáno jedno vydání Mladé fronty DNES a jedno vydání Blesku ze 30.4.2014, tedy dne po tom, co Iveta Bartošová zemřela. Zkoumána budou opět témata zpráv, jejich četnost a velikost.

Informace o celebritách se řadí k čistě bulvárním tématům, avšak pokud se jedná o nějakou významnou událost v souvislosti s těmito osobnostmi, dostane se zpravidla také na stránky seriózních novin. Zpráva o tragické smrti člověka (byť i obyčejného) však patří i do nebulvárních médií. Pokud se tedy tato dvě témata sejdou v jedné události, budou o nich informovat jak noviny bulvární, tak také seriózní. Právě z tohoto důvodu byl pro analýzu vybrán případ Ivety Bartošové.

# 1 TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Bulvár/bulvární

Utvářející se masová společnost 19. století se odrážela v levných masových novinách, které se začaly objevovat od třicátých let. Za jejich vznikem stála industrializace a rychlý růst měst. Levný masový tisk tehdy nabízel nižším třídám snadnou a lacinou reflexi jejich sociálních problémů, ale také zábavu. Tento tisk se vyznačoval novým obsahem, který kladl důraz na informace o zločinech, romantických či tragických love story, senzacích, divadelních a později filmových star i o sportu. Typickým rysem tohoto tisku bylo emocionální zabavení, zkratkovité vyjadřování a snaha bavit.<sup>3</sup>

Levné masové noviny se též označují jako noviny bulvární, z francouzského výrazu boulevard - široké a dlouhé třídy v centrech měst. Název zdůrazňoval jejich zájem o dění ve velkoměstech a specializaci na senzace. Tyto noviny spojovalo především to, že komerční aspekt u nich stál na prvním místě a že názorově odrážely představy čtenářů místo toho, aby je formovaly.<sup>4</sup>

Masová média bývají pro svůj obsah často kritizována, v moderní společnosti však hrají nezastupitelnou roli faktoru, který může zajišťovat sociální soudržnost, podporovat rozdělení moci a společenskou komunikaci<sup>5</sup>, *neboť předkládají alespoň nějakou kulturu milionům lidí a denně poskytují neškodnou zábavu.*<sup>6</sup> Bulvár má tedy i své světlé stránky, může být adresován lidem z nižších sociálních vrstev a přinést jim alespoň nějaké informace, které jsou pro ně důležité.<sup>7</sup>

Samotné označení „bulvární“ se může vztahovat k mnoha aspektům novin, je používáno v mnoha kontextech.<sup>8</sup> Může popisovat jak jazykový styl, kterým jsou zprávy

---

3 VEČEŘA, Pavel. Úvod do dějin tištěných médií. Praha: Grada Publishing, 2015. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-4178-9, str. 139.

4 Tamtéž.

5 JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. ISBN 8071786977 str. 25----???

6 BALL-ROKEACH, Sandra J a Melvin L DEFLEUR. Teorie masové komunikace. 1. vyd. Přeložil Jan JIRÁK. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 8071840998 str. 41.

7 TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4 str. 289.

8 Mooney A.M. (2008): Tabloidization and the Irish Press Media. An Analysis of How the Irish Independent Reacted to the Introduction of Irish Versions of British Tabloids, Leeds, str. 7.

psány, tak jejich obsah a témata, která se v tomto typu tisku objevují.<sup>9</sup> V neposlední řadě se jako bulvární označuje také výrazný layout s velkými fotografiemi a výraznými, barevnými titulky, kde obraz převažuje nad textem.<sup>10</sup>

Současný bulvární tisk tedy klade důraz především na senzace, emoce, šokující události a bizarnosti. Často se také uchyluje k expresivním výrazům.<sup>11</sup> Co se týče témat, věnuje malou pozornost politice a ekonomice a zaměřuje se spíše na soukromí jak slavných, tak obyčejných lidí.<sup>12</sup> Dále je ještě možné dodat nízký podíl mezinárodních zpráv.<sup>13</sup>

Termín „bulvár“ se používá zejména pro noviny, ale bulvární může být také televizní či rozhlasové vysílání, které je zaměřeno především na zábavu, human interest story a vyskytuje se zde velké množství reklam.<sup>14</sup>

## 1.2 Bulvarizace

Termínem bulvarizace se často označuje proces změny prezentace reality médií. Změna nastává ve výběru událostí, i v tom, jakým způsobem o nich noviny informují.<sup>15</sup> McNair tento trend označuje jako všeobecnou degeneraci žurnalistických principů.<sup>16</sup>

Tento proces bývá někdy označován také jako „dumbing down“ neboli „zhloupnutí“ žurnalistiky. Masová média se totiž zaměřují na co nejširší okruh čtenářů, tzn. na vzdělanostní průměr. Tomu přizpůsobují také obsah. Složitější problémy jsou zjednodušovány do snadno přístupných sdělení, témata zpracovávána podle stereotypních vzorců a schémat. Jednotlivé

---

<sup>9</sup> Mooney A.M. (2008): *Tabloidization and the Irish Press Media. An Analysis of How the Irish Independent Reacted to the Introduction of Irish Versions of British Tabloids*, Leeds, str. 9.

<sup>10</sup> Mooney A.M. (2008): *Tabloidization and the Irish Press Media. An Analysis of How the Irish Independent Reacted to the Introduction of Irish Versions of British Tabloids*, Leeds, str. 12.

<sup>11</sup> CONBOY, Martin. *Tabloid Britain: constructing a community through language*. New York: Routledge, c2006. ISBN 0-415-35553-2. Str. 12.

<sup>12</sup> SPARKS, Colin a John TULLOCH (eds.). *Tabloid tales: global debates over media standards*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000. *Critical media studies*. ISBN 0-8476-9572-7. Str. 10

<sup>13</sup> CONBOY, Martin. *Tabloid Britain: constructing a community through language*. New York: Routledge, c2006. ISBN 0-415-35553-2. Str. 12.

<sup>14</sup> BIRESSI, Anita a Heather NUNN (eds.). *The tabloid culture reader*. Berkshire: Mc Graw- Hill, c2008. ISBN 978-0-335-21932-2, str. 7.

<sup>15</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. *The tabloidisation of the Czech daily press*. In *Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4 str. 287.

<sup>16</sup> MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071788406, str. 124.

problémy jsou personalizovány, navázány na osudy konkrétních osob, aby se s nimi masový čtenář snáze identifikoval. Dále je zde snaha zezábavňovat i vážná témata.<sup>17</sup>

Bulvarizace médií úzce souvisí s komercializací. Média jsou vnímána jako regulérní podnikání a zaměřují se především na zisk,<sup>18</sup> takže pokud se pokouší zaujmout široké masové publikum, musí být zastoupena zábava. Především na ní závisí sledovanost nebo prodaný náklad.<sup>19</sup>

Svůj podíl na této situaci mají však i samotní čtenáři/diváci. Velká část publika totiž není vedena motivy vztahujícími se pouze k základním potřebám informovanosti člověka.<sup>20</sup> Samotné masové publikum, jak bylo již zmíněno výše, vyhledává především zábavu a jelikož existuje přímý vztah mezi médii a diváky (oba subjekty jsou zároveň tvůrci a produkty toho druhého), odpovídají mediální sdělení požadavkům a způsobu života společnosti.<sup>21</sup>

### 1.3 Infotainment

*Nepřímým důsledkem ekonomických tlaků a snahy zpravodajských médií prosadit se na trhu informací je bulvarizace a snaha prezentovat informace zábavnou formou (infotainment).*<sup>22</sup> Tento výraz vznikl spojením anglických slov information (informace) a entertainment (zábava). Používá se pro zprávy, kde zajímavost vytlačuje užitečnost informace. Sdělení je co nejstručnější a nejjednodušší s důrazem na zábavu a nikoliv společenskou relevantnost informace.<sup>23</sup>

Infotainment je úzce spojen s bulvarizací: ve zpravodajství je typické zaměření na nedůležitý detail, zdůrazňování překvapivých událostí a kuriozit. To má však i své negativní důsledky, neboť se tak stává důležitým to, co je jímavé a zábavné. Mění se tak výběrový filtr médií. Opakující se výběr zábavných informací zpětně ovlivňuje normu, co lze považovat za

<sup>17</sup> URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4. Str. 77.

<sup>18</sup> MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. Str. 28.

<sup>19</sup> RUß-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada Publishing, 2005, 292 s., [24] s. obr. příl. ISBN 8024701588 str. 35

<sup>20</sup> MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. Str. 28.

<sup>21</sup> URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4. str. 77.

<sup>22</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 8073670968, str. 160.

<sup>23</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667, str. 92.

zprávu. Snaha podávat informace zábavnou formou postupně vede k posouvání hranice mezi zábavou a informací a hranice toho, co je ve zpravodajství ještě přijatelné.<sup>24</sup>

V případě infotainmentu je možné mluvit i o převaze formy nad obsahem, kdy je prezentace zprávy důležitější než zpráva samotná. Nedůležité události také v současnosti dostávají stejně, ne-li více prostoru než seriózní zprávy věnované politice a ekonomice.<sup>25</sup>

Ze zábavňování zpravodajství však nemusí být vždy nutně negativním jevem. McNair uvádí, že ne každý čtenář je schopen vstřebat kvalitní a seriózní zpravodajství. Některým stačí zpravodajství o zločinu, záchraně lidského života nebo o životním stylu celebrit.<sup>26</sup>

#### 1.4 Human interest story

V obecné rovině se bulvární tisk vždy specializuje na osudy obyčejných lidí (human interest story) podávané dramatickým a senzacechtivým způsobem, píše McQuail. Stejně tak ovšem dochází k průniku tohoto typu zpráv i do seriózního tisku, lidsky jímavé příběhy jsou silnou součástí současného zpravodajství.<sup>27</sup>

Na příběhu jednotlivce lze totiž snadno vysvětlit i složité problémy, kterým by čtenář jinak neporozuměl. Ten dnes již od počátku konkrétní příběh očekává. Často proto zprávy jakýmsi minipříběhem začínají, aby přitáhly čtenáře a uvedly ho do dané problematiky.<sup>28</sup>

V některých případech však nejde ani tak o přiblížení a vysvětlení složitého problému, jako spíše o samotný osud člověka, o kterém chtějí noviny informovat. Tento typ zprávy je označován jako story a obvykle se používá jako doplněk zpravodajství.<sup>29</sup>

Lze říci, že human interest stories mají velmi blízko k literárním příběhům. Více či méně důležité události jsou popsány formou populární literatury a záměrně dramatizovány.<sup>30</sup>

---

<sup>24</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667, str. 92.

<sup>25</sup> THUSSU, Daya Kishan. News as entertainment: the rise of global infotainment. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2007. ISBN 978-0-7619-6879-5 str. 7.

<sup>26</sup> MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6 str. 124.

<sup>27</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 8073670968, str. 147.

<sup>28</sup> ČUŘÍK, Jaroslav. Nové trendy v médiích. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5. Str. 49.

<sup>29</sup> Tamtéž.

<sup>30</sup> HUGHES, Helen MacGill. News and the human interest story. New Brunswick, N.J.: Transaction Books, c1981. Social science classics. ISBN 0878557296, Úvod.

## 1.5 Senzace a skandály

Encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace definuje senzaci jako neobyčejnou, výjimečnou událost, která přitahuje pozornost buď proto, že nějaký jev je sám o sobě neobvyklý, např. přírodní katastrofy, nebo je událost neobvykle zpracovaná a za senzaci uměle vydávaná (tzv. senzacionalizace, viz dále). Bulvární média se zaměřují především na nevěry, vraždy a tragédie. Ty nejpokleslejší mohou zařadit i senzace, které jsou vymyšlené,<sup>31</sup> zkušenost s tím, že pozornost čtenářů přitahují právě senzační zprávy, vede postupem času ke zveřejňování nepravdivých, ale parametry senzace splňujících zpráv.<sup>32</sup>

Kromě senzací jsou pro bulvární noviny typické také skandály. Skandálem je myšlena událost či okolnost spjatá s vážným porušením, přehlížením, či znevážením hodnot, norem nebo mravních principů převažujících v dané době v dané společnosti.<sup>33</sup> Thompson označuje jako skandál skutečnost, která má být utajena, ale objeví se na veřejnosti, kde je viditelná mnoha lidem. Takto uniklá informace může například zničit image subjektu nebo zhatit cíle, kterých se snaží dosáhnout,<sup>34</sup> zařazení zpráv o těchto událostech je pro jejich aktéry většinou silně negativní.<sup>35</sup>

Úspěch senzace může vést ke vzniku falešné senzace. Tato taktika se nazývá senzacionalizace nebo skandalizace. Jde o výklad něčího jednání, ať skutečného nebo domnělého, jako jednání skandálního, i když ve své podstatě samo skandální být nemusí. Taktika senzacionalizace je hojně využívána bulvárními médii, které se tak snaží přitáhnout pozornost čtenářů.<sup>36</sup>

## 1.6 Témata bulvárního tisku

T. Trampota ve své práci věnované bulvarizaci českého tisku zmiňuje dvě hlavní tendence, kterým podléhají témata v bulvarizujících se médiích. Jde o odklon od informování o politice, ekonomice, společnosti a zaměření se na soukromé životy lidí (jak slavných, tak obyčejných). Tím se zpravodajství posouvá od informativní funkce k zábavní. Důraz je

---

<sup>31</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667, str. 191.

<sup>32</sup> Tamtéž.

<sup>33</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. ISBN 8071786977 str. 31.

<sup>34</sup> THOMPSON, John B. The media and modernity: a social theory of the media. Cambridge: Polity Press, 1995. ISBN 0-7456-1004-8. Str. 145.

<sup>35</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 8073670968. Str. 34.

<sup>36</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. ISBN 8071786977 str. 31.

kladen zejména na skandály, sport a bizarní události<sup>37</sup> a také povodně, nehody, osudy celebrit, hrdinské činy obyčejných lidí a osobní tragédie. Témata se týkají každodenního života a mají tedy své právoplatné místo ve společnosti. „... každodenní život je základem, ze kterého vycházejí události, o nichž noviny informují. Hoří v obyčejném domě, povodeň zaplaví obyčejné předměstí, k explozi dojde v obyčejné nemocnici...“<sup>38</sup>

Obsahy bulváru a seriózního tisku, se značně odlišují. Oba typy novin považují za důležité a podstatné rozdílné informace, a proto si události, o kterých budou informovat, vybírají podle odlišných kritérií. Zprávy ze seriózních médií bývají často označovány jako mimořádné, důležité, klíčové, podstatné, rozhodující, zatímco bulvární témata jsou prezentována jako naléhavá, exkluzivní, nebo nepostradatelná.<sup>39</sup>

Od seriózních médií se bulvár liší i způsobem, jakým jsou témata podávána. Jak jazykem a výběrem slov, tak použitím narace za účelem „zrychlit“ zprávu, dodat jí spád a tím ji učinit atraktivnější pro potenciálního čtenáře. Obhajoba bulvárních médií se často opírá o tvrzení, že jejich obsah je alternativou k optice, kterou na svět pohlížejí média seriózní.<sup>40</sup>

### 1.6.1 Celebrity

Jedním z nejvýznamnějších a pro bulvární tisk typických témat jsou slavné osobnosti neboli celebrity. Dnešní celebrity většinou vznikají ze sportovců nebo ze zábavního průmyslu a středem pozornosti jsou hlavně díky médiím. Jejich soukromý život však přitahuje pozornost publika spíše než jejich profesionální výkony. Odborná literatura často mluví o celebritách jako o produktu mnoha kulturních a ekonomických procesů, celebrity jsou významná komodita, která je vytvářena samotnými médii.<sup>41</sup> Vývoj celebrity je proces, který zahrnuje komunikování a informování o určité osobnosti. Celebrita tak získá jistý speciální typ sociálního statusu, který je rozdílný od statusů ostatních v dané komunitě. V době

---

<sup>37</sup>TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4.

<sup>38</sup>SPARKS, Collin, John TULLOCH, Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards, Rowman & Littlefield, 2000, ISBN 9780847695720, str. 154.

<sup>39</sup>BEDNAREK, Monika, Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus, A&C Black, 2006, 9781847142825, str. 163.

<sup>40</sup>TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4.

<sup>41</sup>TURNER, Graeme. Understanding celebrity. London: Sage Publications, 2004. ISBN 0-7619-4167-3 (1.kapitola).



masmédií jsou celebrity právě s médii úzce spojeny. Díky nim jsou brány jako komodity, které mají svou hodnotu.<sup>42</sup>

Média však prokázala schopnost vytvořit celebrity téměř z jakéhokoliv jedince, aniž by oplýval nějakými zvláštními schopnostmi, dovednostmi nebo talentem.<sup>43</sup> Současné slavné osobnosti jsou často zobrazovány jako upadající a chybné a jsou vystavené všeobecnému posměchu. Bulvární tisk má za úkol odhalovat „šokující pravdu“ o celebritách a „strhávat jejich masku“, za kterou se skrývá pravda.<sup>44</sup>

To, co bylo dříve považováno za skandální, se však v současnosti jeví jako daleko méně šokující než dříve. Veliké titulky dnes a denně zpravují čtenáře o tom, že slavné osobnosti trpí například alkoholismem nebo depresemi. Stránky bulvárních deníků by bez zpráv o nepovedených plastických operacích, poruchách příjmu potravy a drogových excesech dnes působily prázdňě.<sup>45</sup>

## 1.7 Vizuální stránka

Vzhled bulvárního tisku je jedním z aspektů, které nejspolehlivěji rozliší tento typ novin od tisku seriózního. Bulvár má poutavější layout, titulky jsou větší a barevnější a také je zde výrazně větší množství obrazového materiálu.<sup>46</sup> Výzkum McCombse a Gilberta v oblasti agenda-setting (viz dále), který zkoumal, jakými způsoby je možné nejlépe nastolit určitá témata v médiích, mimo jiné zjistil, že k tomu, aby příjemci akceptovali dané téma, je důležitá také jeho prezentace (specifická pro určité médium), tedy například již zmiňované titulky, obrazové materiály nebo způsob lámání.<sup>47</sup>

### 1.7.1 Titulky

Bulvární tisk je od toho seriózního poměrně snadno odlišitelný jak obsahem, tak také vzhledem. Titulek v seriózním médiu má podobou i zařazením odpovídat skutečné důležitosti informace. Proto nesmí mást nebo slibovat jiný žánr, než následuje ve zpravodajském textu.

---

<sup>42</sup> GUNTER, Barrie. *Celebrity capital: assessing the value of fame*. ISBN 9781628923964. str. 7.

<sup>43</sup> TURNER, Graeme. *Understanding celebrity*. London: Sage Publications, 2004. ISBN 0-7619-4167-3 (1.kapitola)

<sup>44</sup> HOLMES, Su. a Sean REDMOND. *Framing celebrity: new directions in celebrity culture*. New York: Routledge, 2006. ISBN 9780415377102, str. 292.

<sup>45</sup> HOLMES, Su. a Sean REDMOND. *Framing celebrity: new directions in celebrity culture*. New York: Routledge, 2006. ISBN 9780415377102, str. 289.

<sup>46</sup> SPARKS, Colin a John TULLOCH (eds.). *Tabloid tales: global debates over media standards*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000. *Critical media studies*. ISBN 0-8476-9572-7. str. 13.

<sup>47</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X. str. 199.

Také od sebe jednotlivé texty vizuálně odděluje a zvolenou velikostí a zalomením naznačuje, jak je materiál pro čtenáře důležitý. Má tedy informační, orientační, grafickou a estetickou funkci.<sup>48</sup>

Bulvární titulek má však za úkol především zaujmout, takže zpravidla bývá co nejnvýraznější a často se stává, že následující text pojednává o jiných nebo pouze vzdáleně podobných skutečnostech. Bulvární noviny dávají přednost velkým typům písma a tvar listu je užší, z čehož vyplývá, že titulek může obsahovat kratší slova.<sup>49</sup> (Toto však platí spíše u zahraničních bulvárních novin, neboť jeden listu Blesku je přibližně o 3 centimetry užší než list Mladé fronty. Nemění to však nic na skutečnosti, že díky velkému a širokému písmu se na stránku vejdu opravdu pouze kratší titulky.

### 1.7.2 Fotografie

Stejně jako se zprávy v bulvárních médiích věnují především celebritám, tragédiím a skandálům, zaměřují se na tato témata i bulvární fotografie, aby zprávy vhodně doprovodily. Snímky zpravidla pořizují paparazzi. Toto označení se vžilo pro novináře nerespektující soukromí, fotografující bez dovolení známé osobnosti a shánějící pikantní, bulvární informace. V obecnějším slova smyslu jde o označení pro senzacechtivého novináře.<sup>50</sup>

Naopak zpravodajská fotografie v seriózním médiu vizuálně komunikuje a popisuje nějakou událost nebo skutečnost. Odpovídá na klasické zpravodajské otázky kdo? co? jak?, výjimečně může napovědět otázku kde? Fotografická aktualita<sup>51</sup> přináší fotografickou informaci z událostí, které jsou nové, momentálně pro společnost důležité, a jsou středem zájmu veřejnosti a médií. Je srozumitelná, snadno čitelná a upoutá čtenáře na první pohled.<sup>52</sup>

Mnoho bulvárních fotografií je ve skutečnosti velmi jednoduchých. Nejčastěji zobrazují buď, jak bylo již výše zmíněno, celebrity, ale také zcela obyčejné lidi, kteří byli součástí nějaké neobvyklé události. Jsou prezentovány osoby, které vypadají velmi obyčejně,

---

<sup>48</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-, str. 30.

<sup>49</sup> BURNS, Lynette Sheridan. Žurnalistika. Vyd. 1. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071788716 str. 140

<sup>50</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667, str. 142.

<sup>51</sup> Obrazová zpráva o událostech a lidech do událostí zapojených, která přináší fotografickou informaci o něčem novém, co se právě stalo. (OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9, str. 91).

<sup>52</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9 str. 44

obvykle v jejich přirozeném prostředí (například rodina sedící doma na gauči). Jejich tváře většinou vyjadřují silné emoce, většinou snadno rozpoznatelnou radost nebo smutek.<sup>53</sup>

I slavné osobnosti jsou hojně fotografovány v domácím prostředí, v doprovodu rodiny, aby působily jako obyčejní lidé, jako jedni z nás. Čtenáři tak mají přístup k jejich soukromému životu. Obvyklé jsou i fotografie z vystoupení umělců. Jsou často přidávány ke zprávám o nějaké skandální události, která se kolem nich děje. Používají se jako ilustrační materiál, neboť zobrazují známou a snadno rozpoznatelnou tvář celebrity.<sup>54</sup>

Fotky zachycující slavné osobnosti v trapných nestřežených momentech se v bulvárním tisku objevují s mnohem menší frekvencí, než by se na první pohled mohlo zdát. Celebrity totiž často pozornost bulvárních fotografů vyhledávají záměrně.<sup>55</sup>

## 1.8 Zdroje

K základním zdrojům informací v seriózních médiích patří vlastní zjištění, rozhovor s oficiálními představiteli, informátory, oficiální dokumenty, tisková sdělení, agenturní zprávy, internet, jiná média nebo archivy a databáze. Informace, které jsou základem seriózního zpravodajství, musejí pocházet z důvěryhodných zdrojů a také samotné informace musejí být důvěryhodné. Nesmí jít o spekulace.<sup>56</sup>

Bulvární tisk by sice tyto hodnoty měl respektovat, ale v některých případech jsou zde informace i obrazový materiál získávány neetickým nebo dokonce nelegálním způsobem – odposlechem telefonátů, skrytou kamerou, mikrofonom nebo dálkovými objektivy.<sup>57</sup> Informace, které bulvár využívá při tvorbě zpráv, mohou být získány jak od expertů na danou problematiku (lékaři, psychologové, univerzitní profesori...), tak i ze zdrojů daleko méně důvěryhodných, jako jsou ezoterici nebo obyčejní lidé „z ulice“.<sup>58</sup>

---

<sup>53</sup> BIRESSI, Anita a Heather NUNN (eds.). The tabloid culture reader. Berkshire: Mc Graw- Hill, c2008. ISBN 978-0-335-21932-2.str. 90.

<sup>54</sup> Tamtéž.

<sup>55</sup> Tamtéž.

<sup>56</sup> ČUŘÍK, Jaroslav a Rudolf BURGR. Nové trendy v médiích. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.str. 39.

<sup>57</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667 str. 213.

<sup>58</sup> BIRESSI, Anita a Heather NUNN (eds.). The tabloid culture reader. Berkshire: Mc Graw- Hill, c2008. ISBN 978-0-335-21932-2, str. 251.

## 1.9 Předchozí výzkumy bulvarizace

Podobných výzkumů bylo provedeno několik, avšak pouze malá část z nich se zaměřovala přímo na porovnávání seriózních novin s bulvárními na základě jednoho určitého tématu a to, jak se seriózní nebo poloseriózní tisk tomu bulvárnímu přibližuje. Práce většinou zkoumaly mediální obraz událostí či osob, nebo také pouze bulvarizaci pouze jednoho určitého média.

Jedním z podobných výzkumů, které byly na toto téma provedeny, byla práce S. McLachlana a P. Goldinga, která také porovnávala seriózní a bulvární tisk. Zkoumala časový úsek delší než čtyřicet let a použitím obsahové analýzy se pokoušela zjistit míru bulvárnosti vybraných deníků. Studie se zakládala na předchozí práci D. Edwardse z roku 1999, která se zabývala psychologickými účinky bulváru na člověka. K dispozici tedy díky tomu byl obsáhlý vzorek bulvárních a seriózních novin od padesátých let v pravidelných intervalech až do dneška.

Analyzovány byly dva britské seriózní deníky The Times a The Guardian, spolu se třemi neseriózními Mirror, Sun a Express. Obsahová analýza zkoumala tyto kategorie: počet zahraničních zpráv, poměr textu k obrazovému materiálu (kterému se bude věnovat i tato práce), množství human interest stories (viz výše) nebo jinak zábavních zpráv a také množství zpráv informujících o politice. Měřeny byly také počty slov v jednotlivých článcích. Práce sice primárně sledovala proměnu novin v čase, avšak na srovnání mezi bulvárním a seriózním tiskem se zaměřila také. Navíc prokázala, že za poslední čtyři desetiletí skutečně došlo ve sledovaném seriózním tisku k nárůstu bulvarizačních prvků a noviny částečně ztratily svou úroveň.

Výzkum seriózních Timesů a Guardianu prokázal pokles množství zahraničních zpráv. Odklon od zahraničního zpravodajství je obecně považován za jeden ze znaků bulvarizace. Míra obrazového materiálu na stránku naopak vzrostla, nejvíce u deníku Mirror. Analýza také prokázala znatelný pokles počtu slov na článek. Míra human interest stories a zábavních zpráv v bulvárním tisku zůstala po celé zkoumané období pětáctyřiceti let s menšími či většími výkyvy pořád stejná. U seriózních novin však v posledních třiceti letech došlo k nárůstu tohoto typu zpráv. Počet zpráv o politice v Timesech a Guardianu se měnil pouze minimálně. V bulváru byl zaznamenán jejich nárůst v padesátých letech a pak v letech devadesátých. Za

celé sledované období pak tedy výzkum podle sledovaných indikátorů prokázal zvyšující se míru bulvarizace.<sup>59</sup>

Výzkumem bulvarizace českých deníků se zabývali T. Trampota a J. Končelík. Byla provedena obsahová analýza Mladé fronty Dnes, Blesku a Práva. Zkoumáno bylo vždy šest čísel od každého periodika z let 1995, 2000 a 2005.

Jako indikátory bulvarizace byly vybrány: poměr zpráv (a také komentářů a rozhovorů) k ostatnímu materiálu vyskytujícímu se v novinách (servisní informace, reklamy atd.), poměr soft news ku hard news, obsah domácího zpravodajství a množství zpráv o celebritách.

Analýza zjistila, že ne u všech sledovaných periodik došlo ke zvýšenému výskytu bulvarizačních prvků. Například v deníku Právo se naopak vyskytovalo čím dál méně soft news. O to více se však takovýchto článků objevilo v Blesku a Mladé frontě Dnes. Počet zpráv z domova během sledovaného období se zvedl ve všech třech denících za celé sledované období.<sup>60</sup>

Výzkum T. Trampoty a J. Končelíka sice sledoval odlišné aspekty bulvarizace než tato práce, avšak přinesl velmi důležité poznatky. Potvrdil, že Mladá fronta se stále více přibližuje bulvárnímu tisku, neboť u ní došlo k nárůstu ve všech sledovaných kategoriích. Navíc také zjistil, že v tomto deníku se čím dál častěji objevují zprávy ze života celebrit. Díky tomu je tedy žádoucí provádět další výzkum, v tomto případě porovnání přímo s bulvárním deníkem.

## **1.10 Teorie zpravodajských hodnot, agenda setting, teorie sociální konstrukce reality**

V této kapitole budou představeny základní teorie, ze kterých tato práce vychází a které bere v potaz; teorie zpravodajských hodnot, agenda setting a teorie sociální konstrukce reality.

---

<sup>59</sup> SPARKS, Collin, JOHN TULLOCH, *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*, Rowman & Littlefield, 2000, ISBN 9780847695720, str. 154.

<sup>60</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. *The tabloidisation of the Czech daily press*. In *Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4, str. 24.

### 1.10.1 Teorie zpravodajských hodnot

Autory této teorie ze šedesátých let minulého století jsou J. Galtung a M. Ruge, kteří přišli mimo jiné s myšlenkou, že existují jisté vlastnosti, které dávají události větší šanci proniknout do médií.<sup>61</sup>

Hodnota zprávy neznamena v podstatě nic jiného než více či méně intuitivní domněnky žurnalistů o tom, co dané publikum zajímá, co vzbudí jeho pozornost. Při zkoumání hodnot zprávy je doposud možno popsat pouze znaky, které selekci zpráv určují. Vznik hodnoty zprávy a její geneze na základě specifických zvláštností žurnalistického povolání, vysvětleny nejsou.<sup>62</sup>

Galtung s Rugeovou rozlišili celkem dvanáct faktorů zpráv, díky kterým má událost větší šanci dostat se do médií. Řadí se mezi ně frekvence, neboli časové rozpětí, které událost potřebuje k rozvoji. Pokud toto rozpětí odpovídá periodicitě novin, je velká šance, že se událost stane zprávou. Dále musí zpráva překročit jistý práh pozornosti, aby média zaujala, musí být intenzivní (intenzita se může vztahovat k různým aspektům zprávy, například k negativitě). Vyžadována je také jasnost a jednoznačnost. Událost také musí být publiku pochopitelná a měla by splňovat očekávání publika, naplňovat jeho přání. Pokud je překvapivá a neočekávaná, má také velkou šanci proniknout do médií. Jestliže se již jednou dostala do médií, je pravděpodobné, že se v nich objeví znovu. Důležitý je také vztah k elitním osobám nebo celebritám.<sup>63</sup> (...) *Média lační také po zprávách ze života pochybných celebrit, často i neblaze proslulých tváří populární kultury nebo zločinců. Vztah k těmto „elitním“ osobám je klíčovou vlastností zejména pro bulvární média.*<sup>64</sup> Dále zde hraje roli personalizace, události, které mohou být podány jako důsledky jednání konkrétních osob, mají větší zpravodajskou hodnotu než abstraktní jevy a pokud je událost negativní, tím spíše se stane zprávou.<sup>65</sup>

---

<sup>61</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X. str.120.

<sup>62</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X. str.119.

<sup>63</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X.str. 122.

<sup>64</sup> TOMANDL, Jan. Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru. Vyd. 1. Ilustroval Pavel DANIEL. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3457-3 str. 36

<sup>65</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X. str. 122.

K základním dvanácti zpravodajským hodnotám někteří autoři přidávají ještě další. Zejména bulvár<sup>66</sup> upoutá například výrazná odchylka. *Zpravodajsky atraktivní jsou také události a jevy, které narušují normalitu nebo se odchyľují od společenských či kulturních norem chování a morálky (například v sexuální oblasti).*<sup>67</sup> Podobně je tomu u zpráv s emocionálním nábojem, nebo u skutečností, které se někdo pokouší utajit.<sup>68</sup>

### 1.10.2 Teorie agenda setting

*Základní myšlenkou agenda setting je to, že média naznačují veřejnosti, co jsou hlavní otázky dne, a to se potom odrazí na tom, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální záležitosti.*<sup>69</sup>

S touto teorií přišli na konci šedesátých let minulého století autoři M. McCombs a D. Shaw, kteří sledovali vývoj názorů nerozhodnutých voličů (u kterých bylo možné předpokládat, že budou nejvíce přístupní sdělením nabízeným jak médií, tak politiky) během předvolební prezidentské kampaně v roce 1968. Výzkum potvrdil téměř dokonalou korelaci mezi pěti nejsledovanějšími tématy nastolovanými médií a politiky a pěti voliči nejvíce připomínanými tématy.<sup>70</sup>

Agenda setting může být vysvětlována jako neustále probíhající proces, kdy spolu jednotlivé události soupeří o pozornost médií, publika nebo politických elit. Teorie agenda setting nabízí vysvětlení, proč média informují zrovna o těchto konkrétních událostech a ne o jiných.<sup>71</sup>

Agenda setting se skládá ze dvou stupňů. Na prvním stupni média ovlivňují to, jakou důležitost bude veřejnost přikládat určitým tématům. Jako důležité budou diváci vnímat ty události, které se v médiích objevují nejčastěji. Agenda setting druhého stupně se zaměřuje na

---

<sup>66</sup> „Vydavatel amerického deníku *New York Sun* (...) v roce 1835 napsal: „Zprávy, mají-li dostát svému jménu a být zajímavé pro publikum, musí obecně vzato zpravovat o válkách a bojích, hrdelních zločinech a krvi, o zraněních a kacířích, o rozbitých hlavách, zlomených srdcích a zlomených kostech, neštěstích způsobených požárem či potopou, o zničeném majetku, uloupeném majetku, odpíraných právech, poškozené pověsti, zhořklých citech a nebo o útlaku působeném národy, obcemi i jedinci. (TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 8073670968, str. 243.)

<sup>67</sup> TOMANDL, Jan. Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru. Vyd. 1. Ilustroval Pavel DANIEL. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3457-3, str. 25

<sup>68</sup> Tamtéž

<sup>69</sup> MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, str. 256

<sup>70</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 9788073674663, str. 358.

<sup>71</sup> JAMES W. DEARING, EVERETT M. ROGERS., James W. Dearing, Everett M. Rogers. *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Calif: Sage, 1996. ISBN 1452248842, str. 1,2.

to, jakým způsobem divák události vnímá. Média totiž neovlivňují jen to, o kterých tématech publikum smýšlí, ale také co si o nich myslí.<sup>72</sup>

S touto prací úzce souvisí také tzv. intermediální nastolování agendy. Tato teorie předpokládá, že *důležitým zdrojem výběru událostí do mediálních obsahů jsou témata obsažená v ostatních médiích ve zpravodajských agenturách. Média tak k vlastní produkci nepoužívají jen mimo-mediální zdroje, ale i obsahy jiných médií, případně agentur.*<sup>73</sup> *Elitní zpravodajská média tak často uplatňují výrazný vliv na agendu ostatních zpravodajských médií.*<sup>74</sup>

### 1.10.3 Sociální konstrukce reality

*Mediální konstruování vytváří realitu, která je považována veřejností za danou. Představy občanů o realitě jsou rozhodujícím způsobem určovány selektivními kritérii žurnalistiky.*<sup>75</sup>

Na konci šedesátých let P. Berger a T. Luckmann představili myšlenku sociálně vytvářené reality, kterou formulovali v knize Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Podle této teorie je orientace aktérů ve světě postavena na třech vzájemně propojených procesech: externalizaci, objektivizaci a internalizaci, jež jsou základy neustále probíhajícího procesu institucionální reprodukce světa. Každodenní svět tedy není danou realitou, ale má původ v myšlenkách jedinců a je jako reálný udržován jejich jednáním. Důležité jsou především sociální interakce jedinců a jazyk, jehož prostřednictvím se ve většině případů odehrávají.<sup>76</sup>

Jazyk takto tedy ukotvuje každodenní realitu. Běžná mluva, která je jedinci k dispozici, aby mohl objektivizovat své zkušenosti, je zakořeněna v každodenním životě a neustále na něj odkazuje. Vždy je ale přítomno zkreslení reality vyhraněných oblastí

---

<sup>72</sup> GUO, Lei a Maxwell E. MCCOMBS. The power of information networks: new directions for agenda setting, (1. Kapitola).

<sup>73</sup> ČERVENKA, Jan. Agenda-setting: teoretické přístupy. 1. vyd. Editor Markéta ŠKODOVÁ. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4 str. 24.

<sup>74</sup> MCCOMBS, Maxwell E. Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Vyd. 1. Přeložil Tomáš KAČER, přeložil Vlastimil NEČAS. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2 str. 165.

<sup>75</sup> Kunczik 1995 str. 125.

<sup>76</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Obraz Romů v televizním zpravodajství - příklad mediální konstrukce reality [online]. Brno, 2007 [cit. 2016-08-17]. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. Dostupné z: <http://theses.cz/id/xsis5z/> str. 26.



významů, když je k jejich výkladu použit běžný jazyk, tedy když jsou „neběžné“ zkušenosti převáděny zpět do výsadní reality každodenního života.<sup>77</sup>

Nejběžnější a nejdůležitější zkušeností, kde právě jazyk hraje nezastupitelnou roli, je setkání jedince s ostatními tváří v tvář, což je prototyp sociální interakce, od něž se odvozují všechny další typy. Probíhá tady a teď a výsledkem je neustálá výměna výrazových prostředků dvou jedinců.<sup>78</sup> Komunikace jedinců s médii je však poněkud odlišná, mediální konstruování reality se od toho sociálního odlišuje svou jednostranností. Zatímco Berger s Luckmannem mluví o sociální konstrukci reality jako o recipročním procesu, v případě médií se interakce vytrácí a většina příjemců sdělení není do vytváření reality ze strany médií zahrnuta. Proto lze hovořit o vytváření, reprodukování a redefinování světa masovými médii.<sup>79</sup> Mediální sdělení vycházejí z mimomediální skutečnosti, neboť využívají prvků ze smyslově vnímatelného světa, a jejich prostřednictvím zpětně k tomuto světu odkazují, vypovídají o něm, a tak jej zároveň vytvářejí, formují a stvrzují.<sup>80</sup>

W. Lippmann ve své knize „Public Opinion“ tvrdí, že mnohé obrazy v lidských myslích vytvořila právě masová média. V tomto kontextu Lippmann rozlišuje okolní svět (reálně existující) a pseudosvět (subjektivní vnímání tohoto světa).<sup>81</sup> Podle této teorie jsou tedy témata, o kterých píše deníky zkoumané touto prací, médii vytvářena. Podoba mediálního obrazu určité osobnosti nebo události tak závisí na tom, jakým způsobem a jakým stylem o ní média informují.

---

<sup>77</sup> BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1, str. 31.

<sup>78</sup> BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1, str. 34.

<sup>79</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Obraz Romů v televizním zpravodajství - příklad mediální konstrukce reality [online]. Brno, 2007 [cit. 2016-08-17]. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. Dostupné z: <http://theses.cz/id/xsis5z/> str. 30.

<sup>80</sup> Tamtéž.

<sup>81</sup> KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X, str. 119.

## 1.11 Popis deníků

### 1.11.1 Mladá fronta DNES

Oproti zahraničním médiím není český bulvár, poloseriózní a seriózní tisk tak striktně rozlišen.<sup>82</sup>

Mladá fronta DNES vznikla po roce 1989, kdy se, stejně jako řada dalších deníků, odtrhla od své předlistopadové minulosti změnou názvu, majitele, nakladatelství a grafické podoby. Nyní je vlastněn mediální společností Mafra.<sup>83</sup>

V současnosti jde o (jak tvrdí oficiální webové stránky Mladé fronty DNES<sup>84</sup>) největší seriózní deník v České republice, jeho četnost je asi 639 000, denně je prodáno zhruba 174 tisíc výtisků. Šéfredaktorem Mladé fronty DNES je v současné době Jaroslav Plesl. Deník se dělí do osmi rubrik: Z domova, Ekonomika, Publicistika, Ze světa, Kultura, Názory, dále zprávy z regionu. Náleží k němu také přílohy Ona Dnes, Auto Dnes, Doma Dnes, čtvrtěční magazín, páteční Rodina Dnes a Víkend.<sup>85</sup>

### 1.11.2 Blesk

Když v dubnu 1992 zahájilo vydavatelství Ringier vydávání prvního velkého bulvárního listu Blesk, byl to zřejmě jeden z neúspěšnějších mediálních počínů v oblasti tištěných médií v České republice po roce 1990.<sup>86</sup> Vyplnil tehdy prázdné místo na trhu. Doplnil totiž spektrum zábavy, která v naší zemi do té doby neexistovala. Blesk je v současné době nejprodávanějším a nejčtenějším českým deníkem. Nyní je vlastněn vydavatelstvím Czech News Center a.s.. Do jeho portfolia patří tituly Blesk TV magazín, sobotní Blesk TV mánie, komerční přílohy, samostatně prodejny Nedělní Blesk či křížovkářské tituly Blesk Křížovky a Nedělní Blesk křížovky. Šéfredaktorem je Radek Lain.<sup>87</sup>

---

<sup>82</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4.

<sup>83</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8, str. 265.

<sup>84</sup> Dále Mf DNES, nebo Mladá fronta DNES.

<sup>85</sup> Oficiální internetové stránky Mladé fronty DNES, dostupné z <http://www.mafra.cz/>.

<sup>86</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8, str. 265.

<sup>87</sup> Dostupné z <http://www.cncenter.cz/>, citováno dne 18.4. 2016

## 2 ANALYTICKÁ ČÁST

### 2.1 Obsahová analýza

K výzkumu zpráv byla vybrána obsahová analýza, která umožňuje zmapovat mediální obraz určité události nebo v tomto případě osobnosti. Stručně bývá charakterizována jako *kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace*<sup>88</sup>. Zkoumá, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim věnují. Umožňuje snadné srovnávání různých typů médií a různých mediálních krajin.<sup>89</sup>

Tuto metodu v padesátých letech vymezil americký sociolog a sociální psycholog B. Berelson, který je často označován za otce této metody, i když to není úplně přesné, neboť tato metoda je mnohem starší a její použití sahá až do 19. století nebo ještě dále.<sup>90</sup> R. Sedláková v knize Výzkum médií uvádí, že obsahová analýza je úzce spojena s rozšířením masového tisku v polovině 19. století, které vedlo k většímu zájmu o výzkum témat, která noviny pokrývají. Byla ovlivněna také teorií masové komunikace rozvíjející se v první polovině 20. století. Označení obsahová analýza pochází ze čtyřicátých let, kdy byla hojně používána k výzkumu filmu a rádia – tehdy nových médií.

Na počátku výzkumu vždy stojí stanovení jasného cíle zkoumání. Ten by měl být jednoznačně definován formou výzkumné otázky nebo hypotézy. Následujícím krokem je výběr médií a mediálních obsahů, kterým se analýza bude věnovat. Tento soubor je nutné vymezit časově, z hlediska zvoleného média (zde např. vybrány dva deníky), případně i žánrově (vybrány jen určité části deníků). Z výběrového souboru je nadále konstruován vzorek. Poté přichází na řadu volba jednotky měření, nejmenšího zkoumaného prvku analýzy. Jednotka měření je úsek mediálních obsahů, na kterém jsou pozorovány zvolené proměnné a jejich kategorie. Soustavě proměnných a jejich kategorií se říká kódovací kniha (manuál) a po jejím zpracování dochází k samotnému zpracování vzorku mediálních obsahů.<sup>91</sup>

---

<sup>88</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9 str. 385.

<sup>89</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, str. 99.

<sup>90</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9

<sup>91</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4 str.105

Podle Sedlákové má obsahová analýza schopnost vypovídat o větších souborech dat, což je nezbytné, pokud je potřeba získat širší přehled o pokrytí daného tématu v mediální krajině, zjišťovat dlouhodobé trendy v mediálním zobrazování určitých jevů či skupin, nebo komparovat jejich reprezentace v různých médiích.<sup>92</sup> Právě díky možnosti této metody porovnávat dvě různá média a to, jak reprezentují určitý jev (v tomto případě osobu Ivety Bartošové), byla obsahová analýza vybrána pro tuto práci.

Obsahová analýza má však i své nevýhody. Sedláková uvádí, že výsledek analýzy může být vnímán pouze jako specifický způsob interpretace sdělení výzkumníkem, o němž nelze říci, zda či do jaké míry se překrývá s tím, jak mu rozumí ostatní příjemci.<sup>93</sup> Jinými slovy jde sice o kvantitativní analýzu, cílem které je přesně spočítat, kolikrát se určitý jev vyskytuje ve vybraném souboru, avšak výzkumník může tento jev interpretovat jinak než ostatní. Možné tudíž není ani měření objektivity, jelikož je problematické operacionalizovat a následně posuzovat, které prvky textu přispívají k jeho pozitivnímu, neutrálnímu či negativnímu vyznění.<sup>94</sup>

## 2.2 Téma a cíle práce, výzkumné otázky, hypotézy

Práce si klade za cíl porovnat dvě periodika, jedno bulvární, druhé poloseriózní a zjistit, v čem se liší a v čem se naopak shodují. K analýze byla vybrána Mladá fronta DNES a bulvární deník Blesk. Mladá fronta DNES často bývá označována jako tzv. „pop noviny“, které jsou na pomezí bulváru a seriózního tisku. J. Končelík a T. Trampota však již ve své práci o bulvarizaci českých médií nekompromisně řadí Mladou frontu DNES k bulváru, alespoň v porovnání se zahraničním tiskem<sup>95</sup>. Bude tedy zkoumáno, do jaké míry lze Mladou frontu DNES považovat za bulvár na základě toho, jakým způsobem informuje o životě a smrti Ivety Bartošové. Dále se práce zaměří na to, jak si při informování o zpěvačce počíná samotný deník Blesk.

Práce se tedy zaměří na to, zdali lze porovnávat Mladou frontu DNES s Bleskem, do jaké míry a v čem se tyto dva deníky shodují. Analýza se bude věnovat tomu, jak oba deníky

---

<sup>92</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9 str. 291.

<sup>93</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9 str. 296.

<sup>94</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9, str. 303.

<sup>95</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In *Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4, str. 24.

pracují s tématem Bartošové, jak o ní informují za jejího života a po smrti, a v souvislosti s jakými dalšími tématy se o ní píše. Zkoumána bude také četnost a velikost příspěvků k tomuto tématu a také jejich grafická stránka. Ze zvoleného tématu pak vyplývají následující výzkumné otázky a hypotézy:

1. VO<sup>96</sup>: Jak vysoké budou počty zpráv o zkoumaném tématu v obou denících?

H: Blesk bude Mladou frontu DNES v jejich četnosti několikanásobně převyšovat.

V Mladé frontě DNES se však bude Bartošová také vyskytovat. Výzkum T. Trampoty a J. Končelíka<sup>97</sup> prokázal vzrůstající podíl zpráv o známých osobnostech v tomto periodiku. Výskyt Bartošové i v seriózních novinách je možné vysvětlit mimo jiné teorií agenda setting, konkrétně intermediálním nastolováním agendy, kdy dochází k tomu, že média se ve výběru svých témat ovlivňují (viz teoretická část práce). Blesk tak pravidelně informuje o této celebritě a vytvoří téma, které poté díky jeho významnosti musí při výběru zpráv zohlednit i ostatní periodika.

2. VO: Jaká témata se objevují v Mladé frontě DNES a jaká v Blesku?

H: Blesk se bude zabývat převážně soukromým životem zpěvačky, jejími partnery, rodinou a problémy s alkoholem, zatímco Mladá fronta DNES se omezí na zprávy o její hudbě a po smrti na informace o její sebevraždě. Témata, která jednotlivá periodika vybírají, se řídí podle zpravodajských hodnot (viz teoretická část práce), které se u seriózního a bulvárního tisku liší.

3. VO: Jak se změní četnost příspěvků k tématu v obou periodicích po sebevraždě Ivety Bartošové?

H: V obou novinách se bude objevovat větší množství zpráv o zpěvačce. Blesk se celkově bude tomuto tématu věnovat ve větší míře a zařazovat více zpráv o Bartošové, jak před sebevraždou Bartošové, tak po ní, neboť bulvár je zaměřený především na celebrity a negativní, tragické události. Autor teorie agenda setting McCombs zjistil, že jedním

---

<sup>96</sup> VO = výzkumná otázka, H = hypotéza.

<sup>97</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4, str. 25.

z prostředků, jak nejlépe nastolit dané téma, je kvantita zpráv. Hlavním náznakem toho, co je důležité, je to, jak často se o záležitosti informuje.<sup>98</sup>

4.VO: Jaké osoby budou prezentovat své názory ve zprávách Mladé fronty DNES a Blesku? Koho tato periodika oslovují, pokud potřebují názory na toto téma?

H: V člancích Mladé fronty DNES se budou objevovat především (výhradně) výpovědi odborníků (lékařů, psychologů, psychiatrů...), zatímco v Blesku tito také budou citováni, avšak analýza očekává výskyt i jiných zdrojů, než seriózních, například výpovědi obyčejných lidí „z ulice“ atp. Noviny často pracují s tzv. expertními zdroji, často je potřeba do zprávy doplnit stanovisko lékaře nebo psychologa.<sup>99</sup> Bulvární tisk bude zařazovat také neodborné výpovědi, jelikož se prostřednictvím vyjádření například rodinných příslušníků snaží zapůsobit na city čtenáře, neboť má sklon k emocionalizaci<sup>100</sup>.

5. VO: Jak se od sebe oba deníky odlišují po grafické stránce?

H: Bulvární noviny kladou velký důraz na obrazovou složku. Blesk bude tudíž obsahovat mnohem více fotografií a obrazového materiálu než Mladá fronta DNES. Jak prokázal výzkum S. McLachlana a P. Goldinga, bulvární noviny vždy množstvím obrazového materiálu ty seriózní značně převyšovaly. Analýza však bude zaměřena také na titulky a jejich poměry ke zprávám. Bulvární titulky tedy budou v průměru větší než ty u seriózního deníku a poměr plochy titulku k textové části bude takřka vyrovnaný, neboť *bulvární noviny se vyznačují velkými titulky a kresbami či fotografiemi a krátkými články.*<sup>101</sup>

6. VO: Jak se hodnoty ve zkoumaných kategoriích u Mladé fronty DNES přiblíží hodnotám Blesku při porovnání jednoho vydání obou deníků den po smrti Bartošové?

H: Rozdíl ve všech zkoumaných kategoriích nebudou tak znatelné, Mladá fronta DNES se značně přiblíží bulvárnímu Blesku. V souladu s teorií zpravodajských hodnot hypotéza předpokládá zvýšený výskyt informací o sledovaném tématu v seriózním deníku v den po smrti Bartošové, neboť jde o dramatickou událost, která je blízká příjemcům. Pro Mladou

---

<sup>98</sup> KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X, str.199.

<sup>99</sup> ČUŘÍK, Jaroslav a Rudolf BURGR. Nové trendy v médiích. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.str. 41.

<sup>100</sup> MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5 str. 258.

<sup>101</sup> HVÍŽDALA, Karel. Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003. 1. vyd. Praha: Jaroslava Viskrová - Máj, 2003. ISBN 8086569705, str. 173.

frontu DNES se tedy toto téma také stane atraktivním, hodnoty ve všech zkoumaných kategoriích vzrostou a budou s bulvárním deníkem srovnatelné, tzn. v obou vydáních bude obdobný počet článků a fotografií, které navíc pokryjí přibližně stejnou plochu novin.

7. VO: Co zobrazují fotografie v Blesku a Mladé frontě DNES?

H: Mladá fronta DNES bude na fotografiích zachycovat Bartošovou převážně jako zpěvačku a nebude zveřejňovat fotky, na kterých je opilá nebo v jiné nedůstojné situaci. Blesk bude tyto dehonestující fotografie publikovat pravidelně a také se zaměří na soukromí zpěvačky, tzn. na rodinu a blízké osoby. *Bulvární fotografie se zaměřují na to, jak lidé reagují, když se ocitnou mimo každodenní pohodlný život, když prožívají štěstí nebo naopak čelí tragické ztrátě.*<sup>102</sup>

### 2.3 Vzorek analýzy

K analýze bude vybráno 14 dní před smrtí Ivety Bartošové a 14 dní poté, tedy přesně třináct čísel Blesku a třináct čísel Mladé fronty DNES před 29. dubnem 2014, kdy spáchala sebevraždu, včetně tohoto dne, a deset čísel těchto periodik po této události.<sup>103</sup> Důvod pro výběr Mladé fronty DNES je zřejmý, často bývá označována jako pop noviny, které jsou na pomezí bulváru a seriózního tisku. Pro porovnání s jasně bulvárním Bleskem tedy bude dostačující. Pokud se, dle výzkumné hypotézy, bude Mladá fronta DNES o Bartošové před její smrtí zmiňovat jen minimálně, po její sebevraždě bude pro analýzu dostatek materiálu, jak předpokládají následující hypotézy (viz. dále). Blesk o životě Ivety Bartošové bude informovat průběžně.

Období jednoho měsíce by mělo být dostatečně dlouhé k tomu, aby se projevil všechny zkoumané aspekty. Cílem totiž není sledovat proměnu novin v čase, nýbrž pouze zjistit aktuální stav. 14 dní před smrtí Ivety Bartošové a 14 dní po ní se zdá jako ideální doba pro výzkum, neboť lze porovnat, jak se změní přístup obou novin k tématu.

Téma smrti celebrity obecně spadá spíše pod bulvár. Mladá fronta DNES se však také neřadí k čistě serióznímu tisku, a tak, jak předpokládají hypotézy, se v tomto případě ukáže, nakolik se vlastně bulvárnímu deníku přibližuje (kolik jí věnuje prostoru, kolik slov obsahují články o tomto tématu, jakou část sdělení tvoří fotografie atp.).

---

<sup>102</sup> BIRESSI Anita, Heather NUNN, *The Tabloid Culture Reader*. Vyd. 1. McGraw-Hill Education (UK), 2007, ISBN 9780335219315, str.231

<sup>103</sup> Do sledovaného období vstoupily víkendy a květnové svátky.

## 2.4 Jednotky analýzy

Výzkumnými jednotkami, které budou dále analyzovány, se stanou jednotlivá vydání Mladé fronty DNES a Blesku. Jelikož je práce zaměřena pouze na jedno specifické téma, na kterém zkoumá daný problém, kódovací jednotkou<sup>104</sup>, ke které se vztahuje měření, budou jednotlivé články (zprávy), jejichž společným tématem je osoba Ivety Bartošové. Co je považováno za článek, bude pro potřeby analýzy dále upřesněno. Stránky Blesku jsou graficky velmi složitě řešeny a proto je v tomto případě nutné kódovací jednotky detailněji vymezit. Sledované proměnné však zůstanou pro oboje noviny stejné, aby je dále bylo možné porovnat.

## 2.5 Operacionalizace

### 2.5.1 Výběr kódovacích jednotek

Články s tématem Ivety Bartošové budou pro analýzu vybrány za pomoci databáze Anopress. V době od 15.4. do 13.5. 2014 se výzkum zaměří na všechny zprávy z tištěné Mladé fronty DNES a Blesku, které databáze vyhledala a jejich hlavním tématem je zesnulá zpěvačka.

Je zcela zřejmé, že v Mladá fronta DNES se bude vyskytovat mnohem méně článků o daném tématu než v Blesku. Výzkum Mladé fronty DNES se zaměří na část „Z domova“ a „Revue“, kde se zprávy s touto tematikou vyskytují. Zcela vynechány budou všechny ostatní sešity, neboť zde se výskyt článků o zpěvačce nepředpokládá. Kódován nebude ani sešit „Servis“, přestože je možné, že zde se zmínky o Bartošové objeví. Avšak vzhledem k tomu, že tato část novin obsahuje převážně televizní program a zde se může Bartošová objevit například v popisku televizního pořadu, který ovšem nemá pro analýzu žádný přínos, je logické, že bude sešit „servis“ z analýzy vyjmut. Pokud se článek se zkoumaným tématem vyskytne v regionální příloze Mladé fronty DNES, kódován nebude, neboť hypotézy (viz. výše) nepředpokládají výskyt velkého množství článků k tématu ani v celostátní části tohoto deníku, tudíž počet zpráv v jeho regionální části bude zcela zanedbatelný, ne-li nulový.

V Blesku budou zkoumány rubriky „Téma“, „Společnost“ a „Osobnost“, neboť se v nich Bartošová pravidelně vyskytovala. Ostatní části, stejně jako veškeré jeho přílohy, Blesk pro ženy a Nedělní Blesk, kódovány nebudou.

---

<sup>104</sup> Kódovací jednotka = část výzkumné jednotky, která je analyzována. V tomto případě jde o jednotlivé články. (Sedláková, Výzkum médií, str. 313)



### 2.5.2 Výběr textu pro analýzu

Zpracovávaný materiál se dále rozdělí na články (zprávy) a zpravodajské fotografie s popiskem. *Za zprávu je považován každý graficky a tematicky ucelený úsek textu, který obsahuje titulek a text (a případně také perex, domicil a mezititulky). U článků s tzv. „přetahem“ na jinou stranu listu bude každý takový článek analyzován jako samostatný (neboť má přes tematickou souvislost s jinou zprávou v listu vlastní titulek i text a jde o graficky a tematicky ucelenou a samostatnou jednotku<sup>105</sup>).* Ke článku budou patřit také infoboxy či výčty doplňujících informací, pokud se k němu tematicky a graficky vztahují. V některých případech není snadné určit, co je infobox a co už ne. V takovýchto sporných případech se postupuje podle toho, co jako infobox zobrazuje databáze Anopress.

*V případě rubrik zahrnujících více kratších článků budou jednotlivé krátké zprávy (z nichž každá má svůj vlastní titulek) analyzovány jako samostatné celky, ačkoli mohou být umístěny pod společným zastřešujícím nadpisem<sup>106</sup> a vztahovat se ke stejnému tématu. Zvláště pokud jsou odděleny čarou nebo odlišnou barvou. Barevné (většinou růžové) kruhy s doplňujícími informacemi, které se vyskytují v Blesku, budou kódovány jako součást článku.*

Bulvární Blesk je však graficky o něco složitější než Mladá fronta DNES, proto se zde vyskytují zvláštní případy článků, které druhý zkoumaný deník neobsahuje a které je pro dále prováděnou analýzu potřeba upřesnit. Za samostatnou a ucelenou zprávu je tedy považována série fotografií doplněných o obsáhlejší texty, které jsou psány stejným typem písma jako běžné zprávy. Také články, složené pouze z perexu a výpovědí (přímých řečí) většinou slavných (nebo kterýchkoli jiných) osob, budou kódovány jako celistvá zpráva, přestože textu je tu jen malé množství a font písma odpovídá spíše fotografii s popiskem. Anopress články tohoto typu také zobrazuje jako samostatnou zprávu. Naopak zpravodajské fotografie s popiskem, které jdou za sebou a vytvářejí jakýsi příběh, kódovány jako článek nebudou, neboť obraz je do analýzy započítán samostatně a popisky pouze opakují informace obsažené v člancích.

### 2.5.3 Výběr obrazového materiálu

Dalším zkoumaným aspektem bulvarizace jsou fotografie, obrázky a poměr textu k obrazu. U každého sdělení s tématem Ivety Bartošové, které se v denících objevilo, bude zjištěno, jak

---

<sup>105</sup> BUREŠOVÁ, Zdenka. Mediální svět. Svět pohledem Mladé fronty Dnes.. Olomouc, 2013. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta str.38

<sup>106</sup> BUREŠOVÁ, Zdenka. Mediální svět. Svět pohledem Mladé fronty Dnes. Olomouc, 2013. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta str. 38

velkou část (v cm<sup>2</sup>) tvoří obrázky a jak velkou část tvoří text. Dále bude určeno, co fotografie zobrazují (za samostatnou fotografii je považován každý ohraničený a graficky oddělený obrázek). Nezapočítají se reklamní sdělení a do analýzy nebudou zahrnuty ani případné malé fotky autorů článků.

K výzkumu grafické stránky patří také velikost titulků zpráv. Titulek bude měřen jako celek, také v cm<sup>2</sup>. Podtitulky, mezititulky ani případný doplňující text, který se může vyskytnout kolem zprávy, do analýzy zahrnuty nebudou.

Obrazová část Blesku bude měřena jako plocha, která je věnovaná (všem) zprávám o zesulé zpěvačce (na jednotlivých stránkách) mínus text, který k nim náleží. Tento postup je zde možný, jelikož plochy fotografií s textem vždy tvoří čtverec nebo obdélník. Toto je nutné zejména proto, že fotografie a text se zde překrývají a mnohdy písmo tvoří pouze malou část umístěnou do určité části tohoto celku. Odečtením celé této plochy od obsahu stránky je navíc možné zjistit, jakou část stránky zprávy o Bartošové zabírají. Fotografie v Mladé frontě DNES jsou od ostatního textu (a jedna od druhé) striktně odděleny, proto zde takový postup není nutný, stačí změřit text a fotografie zvlášť, sečíst jejich plochu na stránce a poté porovnat. Protože mezititulky, popisky fotek a další graficko-textové materiály měřeny nejsou, po odečtení textu od celkové plochy věnované fotce a článku se automaticky zahrnou do kategorie obrázků.

Mladá fronta DNES má však diametrálně odlišný layout, a tak je při měření fotografií nutné postupovat jinak. Fotky totiž netvoří „pozadí“ článků, ale jsou rozmístěny v textu. Budou tedy přesně změřeny a také porovnávány s celkovým prostorem věnovaným Ivetě Bartošové.

#### **2.5.4 Sledované proměnné**

U zkoumaných článků budou nejprve zjišťovány údaje, které následně usnadní jejich zpětnou identifikaci. Jsou to:

- 1) pořadové číslo zprávy v analýze
- 2) datum, v němž zpráva vyšla
- 3) titulek zprávy

4) strana, na níž byla zpráva umístěna

Další kategorie se již vztahují přímo k tématu práce – k bulvarizaci. Zkoumány tedy budou:

5) Témata článku

6) Velikost článku (v cm<sup>2</sup>)

7) Velikost titulku (v cm<sup>2</sup>)

8) Výskyt Ivety Bartošové na titulní straně novin

9) Zdroje informací, citované osoby

10) Počty slov

U fotografií a obrázků budou zaznamenávány následující kategorie:

12) Téma, neboli co zobrazují

13) Poměr textu k obrazu

V případě prvních čtyř kategorií není třeba dalších zpřesnění, neboť slouží pouze k identifikaci a jsou pevně stanoveny samotnými periodiky. U článku je měřena celá jeho plocha. *Za zprávu bude považován každý graficky a tematicky ucelený úsek textu, který obsahuje titulek a text (a případně také perex, domicil, mezititulky a další fakultativní části textu).*<sup>107</sup> V případě titulků bude měřen pouze jeden, hlavní, nezapočítají se nadtitulky, podtitulky, nebo jiné doplňující písmo, které se kolem zprávy může objevit, neboť Mladá fronta tyto typy textu kolem zpráv neobsahuje a srovnání s Bleskem by tedy nebylo možné. (Občas není snadné hlavní titulek od podtitulku či nadtitulku odlišit. Opět se zde tedy postupuje podle databáze Anopress, je měřeno to, co je jako titulek uvedeno v ní.)

Témata zpráv budou rozdělena do 14 kategorií. Souběžně s tématy zpráv budou sledována také témata titulků, které ke zprávám náleží. Vymezení pro témata titulků je stejné jako pro témata zpráv. Tématem je myšlen uzavřený celek spojený jedním autorem, tématem a hodnocením. Pokud se autor, téma nebo hodnocení změní, jedná se již o jiné téma. Jelikož téměř všechny zprávy obsahují více témat nežli jen jedno, budou u každé z nich zaznamenána všechna sledovaná témata, která se v ní vyskytují. Často totiž dochází k situaci, kdy se vedle

---

<sup>107</sup> BUREŠOVÁ, Zdenka. Mediální svět. Svět pohledem Mladé fronty Dnes. Olomouc, 2013. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta str. 38.

hlavního tématu ve zprávě objevují další, stejně důležitá. Omezením pouze jedním tématem pro každý jeden článek by navíc byla analýza ochuzena o další poznatky, takto bude možné sledovat téměř vše podstatné, co je ve zprávě obsaženo. Tématem je myšlena každá jednotlivá zmínka o tom, co je sledováno, vytvořená buď samotným tvůrcem textu, nebo ve formě přímých a nepřímých řečí. Témata tedy jsou:

- 1) Pozitivní zprávy o Ivetě Bartošové, vyskytují-li se ve zprávě předpovědi jejího návratu ke zpěvu, k normálnímu životu, informace o zlepšení jejího stavu
  - 2) Zdraví Bartošové, zmínky o jejích problémech s prášky a alkoholem, její životní příběh, zprávy o pobytech v léčebně, psychické problémy
  - 3) Sebevražda zpěvačky, informace o okolnostech její smrti
  - 4) Bartošová a bulvár, obvinění bulvárního tisku z jejího konce
  - 5) Předchozí vztahy Ivety Bartošové, její bývalí muži: Macura, Matrucci, Pomeje a spol., informace a zmínky o nich
  - 6) Osoba Josefa Rychtáře
  - 7) Syn Artur
  - 8) Zprávy o kariéře Bartošové: koncerty, rekapitulace její profesní dráhy
  - 9) Zprávy o její rodině a blízkých (vyjma syna Artura a manžela Rychtáře), výpovědi blízkých osob a přátel, zprávy o nich (započítávání jsou pouze známí a rodinní příslušníci Bartošové, nikoliv Rychtáře). Pokud některý z rodinných příslušníků vypovídá o zpěvačce, jeho promluva bude zařazena jak do tohoto tématu, tak do tématu, ke kterému se vztahuje výpověď.
- Jako výpověď je sledováno každé vyjádření sledovaných osob, tzn. jejich přímé nebo nepřímé řeči, které jsou v novinách uvedeny.
- 10) Výpovědi slavných osobností, jejich vyjádření ke stavu zpěvačky, poté k její sebevraždě (pokud je osobností v článku víc, jsou vždy počítány jako jedna a kód 10 je přidělen pouze jedenkrát ke každému článku)
  - 11) Dluhy, spory o majetek, dům, finanční situace zpěvačky

12) Pohřeb a dění kolem něj

13) Vyšetřování sebevraždy, vyjádření policie

14) Zprávy upozorňující na určitý problém v souvislosti s Bartošovou. Např. články o alkoholismu, depresích, domácím násilí nebo o škodách železničních společností způsobených sebevrahy.

Je jisté, že v souvislosti se zpěvačkou se v obou denících objeví ještě množství dalších témat, analýza však sleduje pouze tato.

## **2.6 Analýza titulních stránek**

Souběžně s analýzou zpráv a fotografií bude samostatně provedena také analýza a srovnání titulních stránek Blesku a Mladé fronty DNES. Titulní stránka má mnoho specifických vlastností, které ostatní následující strany nemají. Její úkol je především zaujmout čtenáře a přimět ho ke koupi novin. V tomto případě je podstatné spíše odkázat na obsah novin, a proto podoba první stránky a to, co je na ní vyobrazeno, také vypovídá leccos o tom, kterým tématům přikládají oba typy novin význam.

Na titulní straně bude zkoumáno pouze to, jak velkou plochu informace o Bartošové zabírají (text i obraz měřeny dohromady), co je na fotografii a k jakému tématu se řadí titulek s případným doplňujícím textem.

### **2.6.1 Témata fotografií**

Pro analýzu bylo vybráno 13 základních témat, která jsou fotografiemi zobrazována. Analyzován nebude jenom obrazový materiál, který obsahuje přímo samotnou Bartošovou, ale všechny obrázky, které náleží ke zprávě o ní. Do výzkumu nebudou zahrnuta reklamní sdělení, které noviny obsahují, přestože zde lze Bartošovou také nalézt. Stejně jako u článků nebude u fotek zkoumáno pouze jedno téma, ale všechna vybraná a sledovaná témata, která se na obrázcích objevují, což znamená, že jedna fotka může obsahovat více než jedno téma. Pokud by se ke každé fotografii řadilo pouze jedno, analýza by mohla být o ta další ochuzena (na jedné fotografii se často vyskytuje více sledovaných objektů zároveň, například Bartošová je na obrázku zachycena spolu se synem i s manželem atd.). Fotografie tedy mohou zobrazovat:

1) Bartošovou jako zpěvačku, na jevišti, s mikrofonem v ruce nebo při přebírání některé z cen

- 2) Bartošovou jako obyčejnou ženu, doma, s rodinou nebo při všedních činnostech v dobrém fyzickém a psychickém stavu
- 3) Bartošovou ve špatném fyzickém a psychickém stavu, plačící nebo extrémně vyhublou
- 4) Manžela Rychtáře
- 5) Syna Artura
- 6) Další muže, kteří k Bartošové patřili (Macura, Pomeje, Matrucci, Štáidl)
- 7) Odborníky vyjadřující se k sebevraždě a fyzickému a psychickému stavu Bartošové (lékaři, psychologové...)
- 8) Věštce, kartáře, léčitele nebo jiné ezoteriky
- 9) Ilustrační fotografie slavných osobností vyjadřujících se k problému
- 10) Rodinu a blízké osoby zpěvačky
- 11) Místo nehody a její vyšetřování, policii
- 12) Pohřeb
- 13) Majetek Ivety Bartošové, dům, věci, domácí mazlíčky

## 2.7 Výsledky analýzy

### 2.7.1 Celkový prostor věnovaný Ivetě Bartošové

Pro tento zkoumaný aspekt byly měřeny text, titulky i fotografie dohromady<sup>108</sup>. Součet velikostí všech článků společně s fotografiemi publikovanými v bulvárním tisku je dohromady 63 498,25 cm<sup>2</sup> (tedy více než 6 metrů čtverečních). Mladá fronta DNES věnovala tomuto tématu v součtu pouhých 972,5 cm<sup>2</sup> (tedy ani ne desetinu metru čtverečního).

V Blesku je velmi dobře patrné datum sebevraždy Bartošové 29.4.,( resp. 30.4., neboť tato informace se do tištěných novin dostala až den poté). Po smrti zpěvačky se přesně dle očekávání celková plocha na stránkách věnovaná Bartošové rapidně zvětšila. Zatímco před

---

<sup>108</sup> Samotný článek dohromady s fotografií a titulkem většinou tvoří ucelený tvar, nejčastěji čtverec nebo obdélník.

její smrti se průměrná velikost textu společně s fotografií pohybovala kolem 400 cm<sup>2</sup>, poté to bylo průměrně 845 cm<sup>2</sup>, tedy více než dvakrát tolik.

Součet všech velikostí sledovaných útvarů za prvních 14 dní dosáhnul 6833,5 cm<sup>2</sup>.<sup>109</sup> Součet v druhých čtrnácti dnech se vyšplhal na 56 664,25 cm<sup>2</sup>. V jednadvaceti případech byla článkům a fotografiím týkajícím se Bartošové věnována úplně celá stránka. Na některá čísla Blesku tak připadlo i dva a více listů obsahujících pouze text a obraz s tématem Ivetty Bartošové, nevyskytovala se zde ani inzerce. Naproti tomu v Mladé frontě DNES se vyskytla pouze jedna celá stránka beze zbytku věnovaná zesnulé zpěvačce. Další obsahovaly také zprávy s jiným tématem nebo inzerci.

Co se tedy týče celkového prostoru věnovaného Bartošové, plocha všech článků v Mladé frontě DNES spolu s fotkami je přibližně pětadesátkrát menší než prostor, který toto téma zabírá v bulvárním deníku.

### 2.7.2 Počet článků

Za jeden sledovaný měsíc se v obou periodických vyskytlo celkem 158 textů (splňujících stanovené podmínky pro zařazení do kategorie článků) o Ivetě Bartošové. Mezi Mladou frontou DNES a Bleskem je však enormní nepoměr. Zatímco bulvární Blesk věnoval zesnulé zpěvačce přesně 150 zpráv, seriózní deník se omezil na pouhých 8. Mladá fronta DNES se navíc ve zkoumané části novin o Bartošové před její sebevraždou vůbec nezmiňuje. Zprávy o zpěvačce se zde objevují pouze dva dny po nehodě v Uhříněvsi. Blesk o ní však informuje téměř každý den. Zvláštní výjimkou byly pouze 17. a 21. duben, kdy se v Blesku neobjevila ani jedna zpráva se zkoumanou tematikou.

Analyzováno bylo období čtrnácti dnů před a čtrnácti dnů po sebevraždě Bartošové včetně obou květnových svátků a víkendů. Dnů, kdy vycházely noviny, tedy bylo přesně 23, z čehož vyplývá, že denně Blesk publikoval průměrně šest článků o zpěvačce denně, zatímco u Mladé fronty DNES připadá pouze 0,32 článku na den.

Jsou-li porovnávány stavy článků pouze v Blesku před a po sebevraždě zpěvačky, výsledek je 12,5% ku 87,5%. U Mladé fronty DNES nemá smysl toto srovnání provádět, neboť, jak bylo již výše zmíněno, se v ní před touto událostí žádné články o Bartošové nevyskytovaly.

---

<sup>109</sup> Což je stále zhruba šestkrát více než celková plocha článků společně s fotografiemi v Mf Dnes.

Mladá fronta DNES se tedy v tomto ohledu Blesku ani náznakem nepřibližuje, neboť bulvár o sledovaném tématu publikoval zhruba dvacetkrát více zpráv.



Na grafu, který zobrazuje počty článků v Blesku v jednotlivé dny, lze pozorovat prudký nárůst zpráv o Bartošové den po její smrti. Před nehodou (a v den nehody, kdy o ní Blesk ještě neinformoval) se jejich průměrný počet pohyboval kolem jednoho a půl článku denně, po ní to bylo průměrně již skoro třináct článků za den. Nejvyšší počet zpráv o sledovaném tématu byl zaznamenán druhý a třetí den po sebevraždě zpěvačky. Blesk v tyto dva dny vydal dvacet zpráv. Jak již bylo řečeno, u Mladé fronty DNES není podobné srovnání možné, jelikož publikovala články k tématu až po smrti Bartošové. První den jich bylo sedm a následující den pouze jeden.

### 2.7.3 Velikost zpráv

#### 2.7.3.1 Textová část

Texty všech zpráv v Blesku sečtených dohromady tvoří plochu o velikosti 10 259 centimetrů čtverečních. Zprávy Mladé fronty DNES měří dohromady 1043 centimetrů čtverečních, to znamená pouhou desetinu toho, co články v bulvárním deníku. Textová část zprávy v Blesku měřila průměrně 71 centimetrů čtverečních. Naproti tomu zpráva v Mladé frontě DNES měla v průměru dokonce 128 centimetrů čtverečních. Jediné možné vysvětlení tohoto jevu je

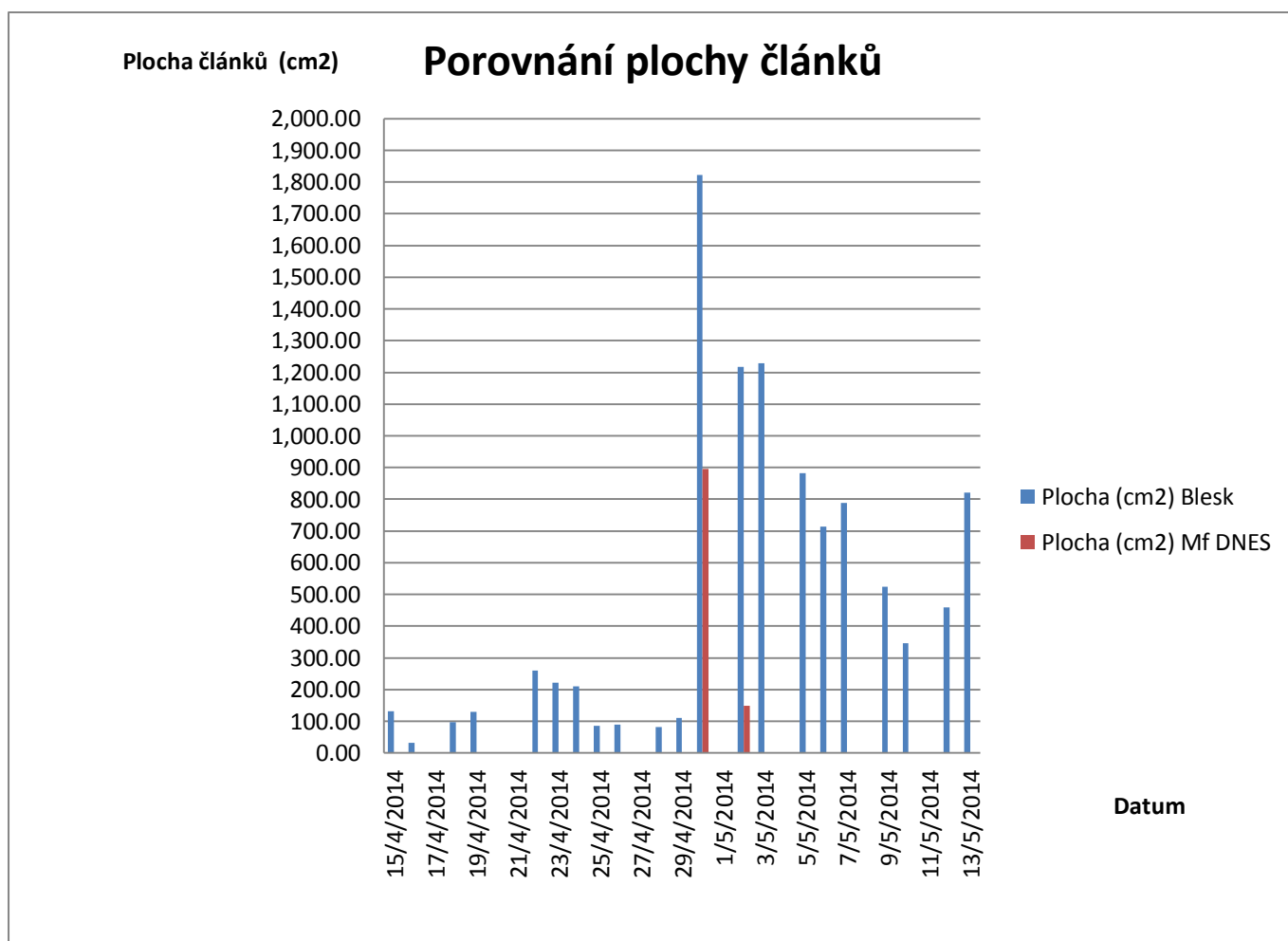


takové, že Blesk o Bartošové informoval průměrně i v menších člancích, zatímco Mladá fronta DNES jí věnovala velký prostor jednorázově a více se o ni nezajímala. Zhruba sedmdesát šest centimetrů čtverečních měřila průměrně jedna zpráva v Blesku před zpěvaččinou sebevraždou, poté se průměr dostal k pouhým sedmdesáti centimetrům čtverečním. Vysvětlení je stejné jako v případě velkých článků v Mladé frontě DNES.

Vůbec největší zpráva o zkoumaném tématu s 241 cm<sup>2</sup> byla publikována v Blesku. Pojednávala o Josefu Rychtářovi na pohřbu Bartošové. Největší zpráva Mladé fronty DNES měřila 221 cm<sup>2</sup>, což znamená, že v tomto ohledu tento seriózní deník přibližuje bulvárnímu, jelikož Mladá fronta DNES také vydala článek, který měřil více než 200 cm<sup>2</sup> a byl jen o 20 cm<sup>2</sup> menší než ten v Blesku. Zpráva se však vyskytovala v rubrice Názory a její hlavní náplní byla právě kritika bulváru (tudíž není jisté, zdali jde v pravém slova smyslu o projev bulvarizace, avšak není cílem této práce zkoumat významy textu).

V čase se měnila velikost článků v obou novinách. První velký nárůst ploch textových částí zpráv v Blesku připadá na 30. dubna, tedy den po tragédii v Uhříněvsi. Další pak na 5. května, což by se dalo označit víceméně za náhodu, neboť se tehdy kolem Ivety Bartošové nic podstatného nedělo. V tento den se vyskytly hned dvě větší zprávy s obsahem pohybujícím se okolo hranice 200 cm<sup>2</sup>. Jednou z nich je výpověď matky Bartošové. Tím druhým byl rozhovor s moderátorem reality show zachycující život zpěvačky, ve kterém mluvil o podezřelém chování Josefa Rychtáře. Třetím (a největším) výkyvem je článek ze 13. května, tedy ze dne po pohřbu Ivety Bartošové. Jak již bylo řečeno, je skoro celý věnován Rychtářovi. O samotný pohřeb se však bulvár také velmi zajímal (viz dále analýza témat).

Nejrozsáhlejší článek z Mladé fronty DNES svým plošným rozsahem dosahuje velikosti zpráv bulvárních. Graf také ukazuje, že skoro všechny zprávy o Bartošové v seriózních novinách jsou co do rozsahu bulváru velmi podobné a mnohdy ho v této oblasti dokonce převyšují. Jestliže je tedy zkoumána pouhá rozloha článků, lze prohlásit, že v tomto směru se Mladá fronta DNES bulvárnímu Blesku velmi přibližuje. Pokud je zkoumán součet ploch článků obou novin, za bulvárem značně zaostává.



### 2.7.3.2 Titulky

U velikosti titulků zpráv v obou novinách nastal předpokládaný vývoj. Blesk pravidelně publikoval články s titulky jen o něco menšími, než byla samotná textová část. Průměrná velikost v Blesku se pohybovala kolem 50 cm<sup>2</sup>, v případě Mladé fronty DNES to bylo pouze 30 cm<sup>2</sup>. Velké množství titulků v bulváru se svým rozměrem přibližuje článkům, ke kterým náleží. V patnácti případech titulek svou velikostí samotnou zprávu dokonce převyšoval o více než dvacet centimetrů čtverečních. Největší rozdíl mezi článkem a jeho titulkem byl zaznamenán u zprávy s nadpisem „Iveta pojistila svou smrt na 3 500 000 Kč“, kdy se jednalo o bezmála 200 cm<sup>2</sup>. Tento titulek byl, se svými dvě stě osmdesáti centimetry čtverečními, zároveň největší za celé sledované období. Nejrozměrnější nadpisy se vyskytovaly až po sebevraždě Bartošové.

V Mf DNES je situace naprosto opačná. Titulky jsou vždy bez výjimky menší než články (průměrně o osmdesát centimetrů čtverečních). Dokonce by se ve většině případů dala vysledovat jakási nepřímá úměra; čím rozsáhlejší článek, tím menší titulek. U největší

publikované zprávy je také největší rozdíl mezi velikostí článku a titulku. Pokud je tedy snižující se poměr mezi velikostmi nadpisů a článků považován za znak bulvarizace, lze tvrdit, že se Mladá fronta DNES v tomto ohledu bulvárnímu tisku nepřibližuje.

Průměrná velikost titulků před sebevraždou Bartošové v Blesku se pohybovala kolem pětapadesáti centimetrů čtverečních a poté překvapivě klesla na padesát centimetrů čtverečních. Tento jev by byl možný vysvětlit jedině tím, že po smrti zpěvačky bylo publikováno velké množství menších článků s menšími titulky, které ovlivnily průměrnou velikost.

#### **2.7.4 Plocha fotografií**

Fotografie a obrázky v Blesku celkem zabíraly plochu o velikosti 45 095 cm<sup>2</sup>, zatímco obrazový materiál v Mladé frontě DNES měl celkovou rozlohu pouze 803 cm<sup>2</sup>.

Ukázalo se, že v bulvárním deníku značně převažuje obraz nad textem, neboť na 45 095 cm<sup>2</sup> fotografií připadá jenom 10 259 cm<sup>2</sup> textu, což odpovídá zhruba jedné čtvrtině. Pokud jsou k ploše článků přičteny ještě jejich titulky, celková velikost se rovná 17 735 cm<sup>2</sup>, což stále není ani polovina plochy, která je tvořena obrazem.

Jestliže všechen publikovaný text v Mf DNES měřil 1043,5 cm<sup>2</sup> a obraz 803 cm<sup>2</sup>, nevykazuje tento deník v tomto ohledu s bulvárním tiskem žádnou shodu.

Před smrtí Bartošové vydal Blesk dohromady 1452 cm<sup>2</sup> čistého textu (bez titulků). K němu náleželo 4737 cm<sup>2</sup> obrazu. Poté to bylo 8 808 cm<sup>2</sup> textu a 40 358 cm<sup>2</sup> obrazu. To znamená, že zatímco v prvních čtrnácti dnech byla plocha obrazu v Blesku asi 3,2krát větší, ve druhém zkoumaném období byl obsah fotografií větší asi 4,5krát.

### **2.8 Počty slov**

Všechny zkoumané články Blesku dohromady obsahovaly 28 846 slov. Před sebevraždou zpěvačky měly zprávy celkem 3776 slov a na druhých 14 dní připadá zbylých 25 070. Průměrný počet slov na článek pro celé zkoumané období se rovnal dvěma stům. V prvních čtrnácti dnech články obsahovaly průměrně 198 slov. Ve druhém sledovaném období to bylo pouhých 200 slov, což je velmi překvapivé a vysvětlitelné jedině tím, že Blesk po sebevraždě Bartošové publikoval sice několikanásobně více článků, ale jejich velikost nezměnil. Není překvapivé, že vydání Blesku s největším počtem slov k tématu bylo to ze třicátého dubna, tedy den po smrti Bartošové.

Mladá fronta DNES naproti tomu vydala články o celkovém počtu 2874 slov. Průměrná délka jednoho článku však byla 410 slov, což je více než dvojnásobek počtu slov v Blesku.

Obecně platilo, že nejdelšími články v Blesku byly rozhovory. V tom s nejvyšším počtem slov vůbec za celé sledované období zpovídal bulvár matku Ivety Bartošové. Článek obsahoval přesně 687 slov. Nejdelší zprávou Mladé fronty DNES byl komentář o obsahu 640 slov. Jak je již v této práci jednou zmíněno, autor tohoto komentáře se v něm pozastavuje nad životním příběhem zpěvačky a její tragickou smrt částečně dává za vinu bulváru.

V Blesku jsou také velmi dobře patrné dvě (pro bulvární tisk) důležité události. Ke zvýšení počtu slov v článcích pojednávajících o Ivetě Bartošové došlo v souvislosti s její smrtí a poté s jejím pohřbem. Mezi těmito dvěma událostmi se vyskytoval onen rozhovor (článek s nejvyšším počtem slov) s matkou zpěvačky.

Blesk tedy obsahoval mnohonásobně víc článků o mrtvé zpěvačce, věnoval jim i více prostoru a celkový počet slov je mnohonásobně vyšší (není tedy sporu o tom, které periodikum se tématu věnuje více), nicméně co do průměrného počtu slov na zprávu Mladá fronta DNES Blesk značně převyšuje. Seriózní tisk tedy píše o Bartošové rozsáhlejší články, i když jich je několikanásobně méně.

### **2.8.1 Témata článků**

První téma, které měl výzkum sledovat, tedy pozitivní zmínky o stavu Bartošové nebo předpovědi jejího návratu ke zpěvu, se v obou sledovaných denících neobjevilo ani jednou. Tento výsledek však není nijak překvapivý, neboť zpěvaččin zdravotní stav byl v té době opravdu špatný. Cílem seriózního deníku není informovat o skandálech celebrit a bulvár je zaměřen spíše na negativní události, takže by pro něj šťastná Bartošová nejspíše nebyla zajímavým tématem.

Druhé zkoumané téma, podlomené zdraví zpěvačky a její problémy s alkoholem a jinými návykovými látkami, se v obou novinách pravidelně objevovalo napříč celým zkoumaným obdobím. Mladá fronta DNES se o zdravotních a psychických problémech zmiňuje ve dvou článcích, zatímco Blesk ve dvačtyřiceti. Pokud se zde tedy denně objeví průměrně šest zpráv o Bartošové, zmínka o jejím zdraví a alkoholismu je obsažena ve 3,5 z nich, tzn. zhruba v polovině článků. Mladá fronta DNES o tomto tématu informovala ve čtvrtině všech svých zpráv. Před smrtí zpěvačky se o jejím zdraví a závislostech bulvár zmínil

ve třinácti člancích z devatenácti. Po její sebevraždě pouze devětadvacetkrát ze všech zbývajících sto třiceti zpráv. V Mladé frontě DNES však toto téma obsahovala celá čtvrtina článků, což může být buď pouhá náhoda, nebo se tomuto tématu bulvární tisk věnuje méně zcela záměrně, neboť se zaměřuje na (pro jeho čtenáře) atraktivnější, více šokující témata.

U zpráv o okolnostech zpěvaččiny smrti bohužel z logických důvodů srovnání „před a po“ není možné. Po tragédii Blesk o tomto tématu informoval ve čtyřiatřiceti člancích ze všech 150, což je celých 22,5 %. Jsou-li však brány v úvahu jen zprávy po sebevraždě, jde o 26 %. Seriózní deník toto téma zmiňuje ve čtyřech člancích z osmi. V poměru s Bleskem se mu tedy věnuje víc.

V Mladé frontě DNES se tvzení, že bulvární tisk značnou měrou přispěl ke konci Ivety Bartošové, objevilo hned ve třech člancích z osmi. Blesk sám sebe ani jiné bulvární deníky z podílu na sebevraždě zpěvačky neobviňoval.

Bývalé partnery zpěvačky (Macura, Matrucci, Štáidl) zmiňovala Mladá fronta DNES ve 37,5 % zpráv, tzn. ve třech člancích, přestože samotný Rychtář (nejsledovanější téma Blesku) se tu objevil jen jednou. To však znamená, že seriózní tisk připomínal partnery Bartošové hned čtyřikrát v osmi člancích, což nelze považovat za náhodu. Blesk toto téma promítl do 29 článků ze 150, tzn. do 19,3 % z nich. Pokud by bylo bráno v potaz pouze období po nehodě, bylo by to ve 25 případech, což je 19,8 %. Před ní o těchto osobách informuje v 21 % případů, z čehož vyplývá, že vztahy Bartošové byly pro bulvár v obou zkoumaných obdobích zajímavé zhruba stále stejně.

Nejvíce prostoru v Blesku však dostal Josef Rychtář. Zmínky o něm je možné najít v 65,3% zpráv, což je nejvíce ze všech sledovaných témat. Mladá fronta DNES naopak zmiňuje Rychtáře pouze jednou. Blesk o něm informoval většinou v souvislosti se špatným zdravotním stavem Bartošové a nezdědky se objevily i spekulace o tom, že svou manželku týrá. K tomuto tématu se vyjadřovali jak odborníci (lékaři a psychologové), tak i známí a rodinní příslušníci zpěvačky. Dále byly zmiňovány jeho potyčky se Zdeňkem Macurou (šlo o ostré výměny názorů plné expresivních nebo dokonce vulgárních výrazů), pře o majetek zesnulé Ivety Bartošové a konflikty Rychtáře s rodinou Bartošové ohledně organizace pohřbu. Před sebevraždou zpěvačky o něm informuje 37 % článků, zatímco po ní je to celých 70 %. Pro bulvár byl tedy Rychtář jedním z nejzajímavějších témat. Mladá fronta DNES se mu nevěnovala skoro vůbec.

Syna Bartošové Artura nezmiňuje seriózní deník ani jednou. Blesk o něj také neprojevil přílišný zájem, když o něm informuje v celkově 17 % všech článků. Dokud Bartošová žila, objevil se pouze ve dvou článcích (10,5 %). Poté zájem bulváru o jeho osobu stoupl na 18,3 %, což je ve srovnání například s Rychtářem relativně málo. Syn zpěvačky na sebe však nestrhával pozornost hádkami, rvačkami a jiným skandálním chováním, tudíž neměl bulvár důvod se jím více zabývat.

Umělecká kariéra Ivety Bartošové byla pro Blesk zajímavá ještě méně. Mladá fronta DNES ji zmiňuje dvakrát, což je z celkového počtu článků 25 % a Blesk za celé zkoumané období jen v osmi ze všech sto padesáti článků, což je pouhých 5,3 %. Kvůli nedostatku článků v Mladá fronta DNES nelze zcela přesně určit, zdali jde pouze o náhodu, nebo se seriózní deník opravdu zabývá Bartošovou spíše jako zpěvačkou. Je to však velmi pravděpodobné, neboť tomu nasvědčují i zkoumané fotografie (viz dále), na kterých je také Bartošová zobrazována jako umělkyně a ne jako neupravená, unavená, nebo dokonce opilá žena, jak je tomu v Blesku. Po její smrti se Blesk o její práci zmínil pouze ve čtyřech procentech svých článků.

Rodinné příslušníky a blízké přátele zpěvačky seriózní deník také nezmiňuje ani v jednom článku. Bulvár se o ně zajímá více. Toto téma zde obsahuje celkově 20,5 % článků. Před smrtí Ivety je to 26,3 %, po ní 20 %.

Výpovědi známých osobností se v obou periodicích objevily až po sebevraždě Bartošové, před ní nejspíše nebyl důvod k tomu, aby se další celebrity vyjadřovaly k jejímu špatnému zdravotnímu stavu a životu plnému skandálů. Nicméně v Mladé frontě DNES se názory celebrit objevily ve třech článcích a v Blesku v osmi, což znamená, že (vzhledem k poměru počtů článků v obou denících) se v tomto ohledu Mladá fronta DNES Blesku přibližuje.

O dluzích a špatné finanční situaci zpěvačky se Mladá fronta DNES vůbec nezmiňuje. V Blesku je to naopak docela frekventované téma. Před smrtí Bartošové bylo popsáno v 15 % zpráv a poté v 11 %. Po její sebevraždě se Blesk zaměřoval převážně na spory o majetek.

Pohřeb (toto téma se z pochopitelných důvodů vyskytuje v novinách také až po smrti zpěvačky), zmiňuje Mladá fronta DNES jednou. Pro Blesk byl pohřeb Bartošové velmi vděčné téma, neboť se ve většině případů pojil s osobou Josefa Rychtáře, který jeho přípravu bral do svých rukou a dostával se tak do sporu s rodinou Bartošové, což bylo pro

senzacektivě čtenáře velmi atraktivní. Ze všech článků vydaných po smrti zpěvačky jich celá čtvrtina (tedy 25 %) pojednávala právě o pohřbu a dění kolem něj. Bylo to tedy druhé nejdiskutovanější téma hned po osobě Josefa Rychtáře.

Dalším tématem, které analýza sledovala, bylo vyšetřování sebevraždy a výpovědi policie k případu. Mladá fronta DNES se o tomto ve svých člancích zmiňuje pouze jednou, zatímco Blesk jednadvacetkrát, což je 16 % z článků publikovaných po smrti Bartošové. Nejvíce se zde tyto informace objevovaly druhý a třetí den po nehodě, kdy byly pokaždé zmíněny hned čtyřikrát.

Článek upozorňující na určitý problém v souvislosti s Ivetou Bartošovou (a tedy ji samotnou zmiňující pouze okrajově) se v obou periodicích objevil pouze jednou. V Mladé frontě DNES i v Blesku se jednalo o škody vzniklé železničním společnostem kvůli sebevrahům, které podle všeho měli zaplatit pozůstalí.



Graf zobrazuje četnost výskytu jednotlivých témat za celé sledované období.

### 2.8.2 Zdroje informací

Specifikem bulvárního Blesku je uvádění názorů věstců, astrologů nebo léčitelů. Mladá fronta DNES takovéto výpovědi vůbec neobsahuje. V Blesku se však objevují hned ve

čtyřech článcích. Ty z doby, kdy byla Iveta Bartošová ještě naživu, mluví o jejím brzkém konci.

Vyjádření lékařů, psychologů a dalších odborníků ke stavu zpěvačky se objevovala jak v Blesku, tak v Mladé frontě DNES, která však jejich názory uvádí pouze jednou. Bulvár se na odborníky obrací ve třech článcích před tragédií a po ní ve dvanácti ze 131 zpráv, které byly po smrti zpěvačky vydány. Celkově tento zdroj informací využila Mladá fronta DNES v jedné ze svých zpráv a Blesk v patnácti.

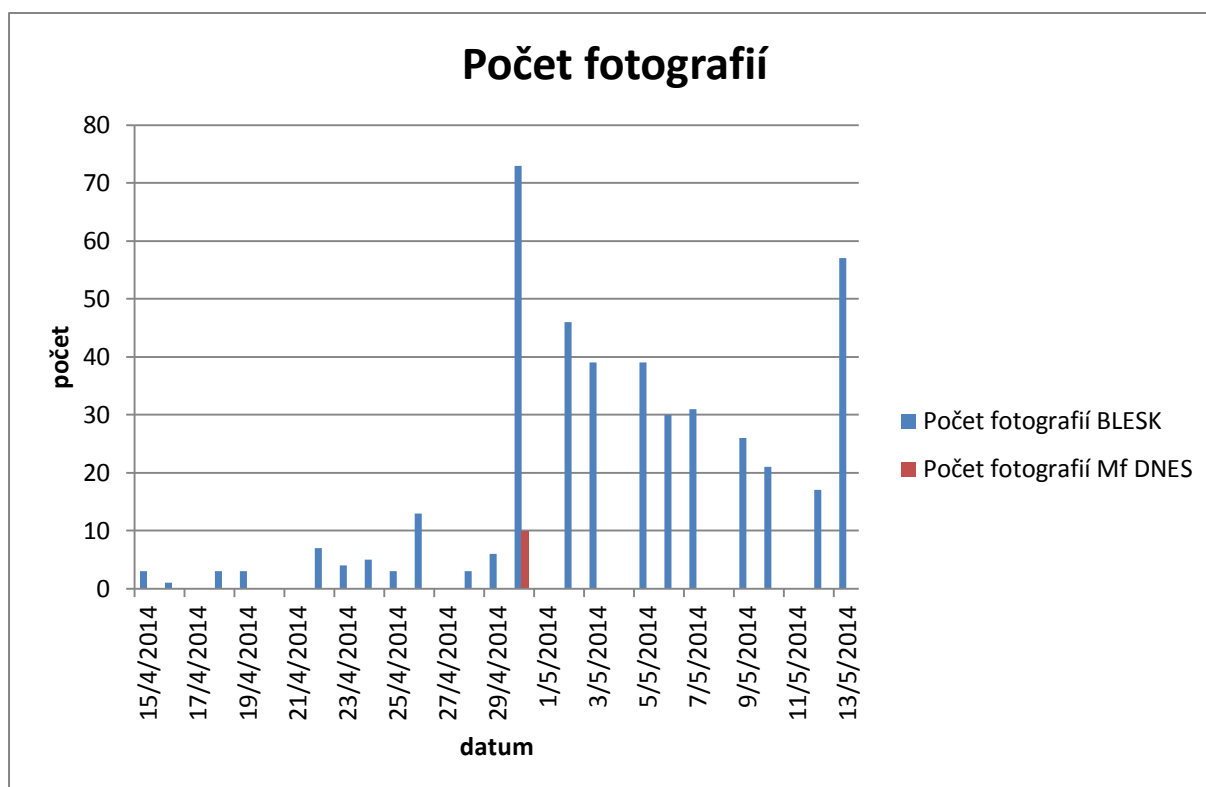
### **2.8.3 Fotografie**

#### **2.8.3.1 Počty**

Celkový počet fotografií v bulvárním Blesku se vyšplhal na 427. Naproti tomu Mladá fronta DNES se svými dvěma čísly, které obsahují zprávy o Bartošové, obrázků a fotografií k tomuto tématu otiskla pouze deset (z celkového počtu fotografií, které byly k tomuto tématu v obou denících publikovány, je to tedy pouze 2,3 %, zatímco na Blesk připadá zbylých 97,7 %). Rozdíl je však také v počtu obrazového materiálu publikovaném v Blesku před a po sebevraždě Bartošové. Před tragédií je to 51 fotografií, zatímco po 376. Vyjádřeno procenty 12 ku 88.

Výrazný nárůst byl zaznamenán v souvislosti s úmrtím zpěvačky, kdy se den poté v Blesku objevilo 73 fotografií (mnoho z nich zachycovalo vzpomínky na Bartošovou a doplňovalo rozsáhlou rekapitulaci její umělecké kariéry a celého života vůbec). Další velká vlna fotografií je spojena s pohřbem zpěvačky, kdy Blesk zachycoval každý detail, včetně hostů, zvědavých lidí stojících venku před pohřební síní nebo Rychtáře, který ovšem přitahoval bulvár od samého začátku. V Mladé frontě DNES se neobjevil ani jeden snímek s touto tematikou.





### 2.8.3.2 Témata fotografií<sup>110</sup>

Nezobrazovanějším tématem Blesku se stal manžel Bartošové Josef Rychtář. Tento výsledek není nikterak překvapivý vzhledem k tomu, že v tomto periodiku se o něm zmiňovalo největší množství zpráv. Před sebevraždou své manželky byl zachycen na dvanácti snímcích, poté na sedmdesáti sedmi. Mladá fronta DNES se o něj však příliš nezajímala, neboť se zde objevuje pouze na jediné fotografii.

Druhým nejčastěji fotografovaným objektem je samotná Bartošová, avšak v dobrém stavu, aniž by byla zmatená, opilá nebo v jiné nedůstojné situaci. Za svého života byla ve sledovaném období takto zobrazena desetkrát a poté pětapadesátkrát, což je dáno tím, že se po její smrti objevovaly různé vzpomínkové články rekapitulující celý její život.

Zajímavé je srovnání s počtem fotografií Bartošové, na kterých je zachycena právě ve skandálních situacích, které bulvární tisk vyhledává. Před její smrtí bylo otištěno dvanáct snímků, na kterých byla zobrazena jako troska ku deseti, na kterých vypadala dobře. Pokud se k těm, na nichž vypadala dobře, přičtou ty, kde je zachycena jako zpěvačka (vyskytly se dvě), výsledné počty se vyrovnají. Z toho plyne, že bulvár neměl s Ivetou Bartošovou příliš velké slitování. Po smrti Bartošové ji Blesk připomněl v nelichotivých situacích patnáctkrát, což ku zbývajícím pětapadesáti fotkám, kde je zobrazena jako zdravě vypadající žena (plus několika

<sup>110</sup> Jsou seřazena od nejčtenějšího po nejméně zobrazované v deníku Blesk

dalším, na kterých je zachycena jako zpěvačka) zdánlivě není zas tak špatné, avšak je třeba brát v úvahu, že zde stále připadá zhruba jedna dehonestující fotka na den.

Mladá fronta DNES nikdy žádné fotky Bartošové v nevhodných situacích neotiskla. Zde se objevily pouze tři fotografie upravené a dobře vypadající zpěvačky a tři, na kterých je zobrazena jako zpěvačka. Seriózní deník ji po její smrti vždy připomíná takto a její problémy s alkoholem a prášky zmiňuje pouze okrajově jen v textu.

Čtvrtým nejvíce fotografovaným tématem se překvapivě staly ostatní slavné osobnosti, které vyjadřovaly svůj názor na dění okolo Ivety Bartošové s jednačtyřiceti snímky. Jejich fotografie se také objevovaly až po smrti zpěvačky, kdy vyjadřovali lítost nad její smrtí. Mladá fronta DNES žádnou fotografii další slavné osobnosti vzpomínající na Bartošovou neotiskla, objevují se pouze jejich výpovědi v textu.

Se třiatřiceti fotkami se pátými nejčastěji zobrazovanými stali bývalí muži Bartošové Štaidl, Martucci, Pomeje a Macura. Před neštěstím se na fotkách objevili třikrát a poté devětadvacetkrát. Nejzajímavějším pro bulvár byl Zdeněk Macura kvůli svým věčným potyčkám s manželem Bartošové Rychtářem. Seriózní deník žádné fotografie ani jednoho z bývalých partnerů zpěvačky neotiskl, jelikož se o toto téma nijak výrazně nezajímal.

Dalším relativně hojně fotografovaným tématem bylo místo nehody a její vyšetřování. Blesk mu věnoval třicet dva obrázků a Mladá fronta DNES dva. U Blesku byl takový zájem o toto místo částečně způsoben tím, že se na něm dost často objevoval Rychtář (nezřídka v podnapilém stavu).

Rodinní příslušníci a blízcí známí Bartošové se na stránkách bulváru objevili devětadvacetkrát (a to také až po zpěvaččině smrti). Co do četnosti jsou tedy až na sedmé příčce pomyslného žebříčku a Mladá fronta je nezobrazuje ani jednou. Hned za nimi jsou fotografie z pohřbu zpěvačky, které Mladá fronta DNES také na své stránky vůbec nezařadila, protože v době pohřbu už se o osobu Ivety Bartošové vůbec nezajímal. Blesk jich zařadil hned osmnáct, ale převážně proto, že se na nich vyskytovaly další pro bulvár velmi atraktivní postavy jako například Rychtář s Macurou.

Na patnácti fotografiích se v Blesku vyskytli odborníci popisující fyzický a psychický stav zpěvačky. Třikrát před a dvanáctkrát po její smrti. Seriózní deník otiskl pouze jednu takovouto fotografii.

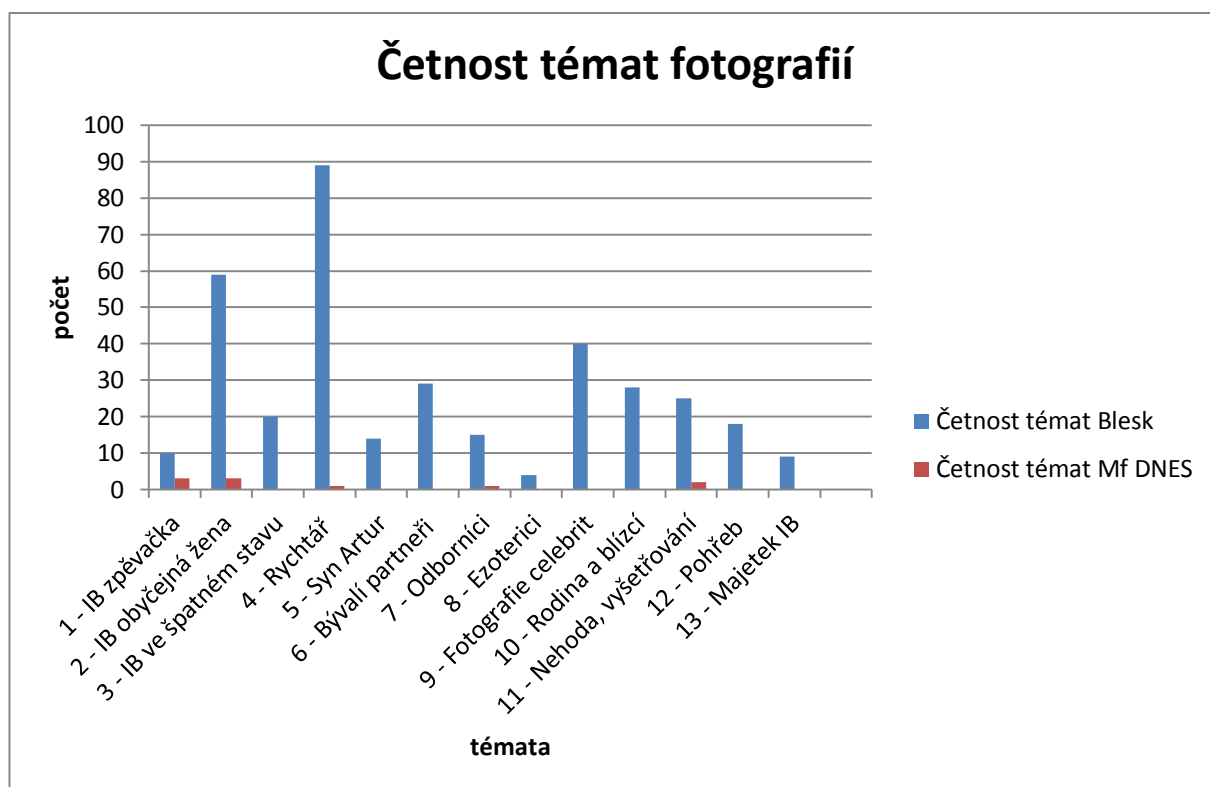
Ještě méně prostoru dostal syn Bartošové Artur, který byl pouze na třinácti fotografiích, z toho dvanáctkrát po smrti své matky. V Mladé frontě DNES se neobjevil ani jednou. Ani jeden z deníků tedy nevěnoval synovi Bartošové příliš pozornosti. Mladá fronta DNES se soustředila spíše na samotnou Bartošovou. Je pravděpodobné, že pro bulvár by byl Artur zajímavý tehdy, kdyby se kolem něj dělo něco skandálního.

Jedenáctkrát byl v Blesku vyfocen majetek zesnulé zpěvačky, převážně její dům, o který se vedly spory. Mladá fronta DNES se o finanční situaci Bartošové nezmiňuje, a tudíž se zde neobjevují ani fotky s tímto tématem.

Až předposlední jsou co do četnosti fotografie Ivety Bartošové coby zpěvačky. V Blesku byly přesně dvě před její smrtí a jedenáct poté. Blesk neměl důvod zobrazovat ji před smrtí jako zpěvačku, neboť její manžel Rychtář spolu se závislostí na alkoholu byly pro bulvární tisk mnohem atraktivnějšími tématy. Mladá fronta DNES obsahovala takovéto fotky tři, neboť ji po oné tragédii zejména jako zpěvačku připomínala.

Posledním sledovaným tématem fotografií byli věštcí, léčitelé a ezoterici. V Blesku se tyto fotografie objevily čtyři, což přesně odpovídá počtu článků, které obsahovaly jejich výpovědi.

Mladá fronta DNES tedy vůbec neobsahovala obrázky Bartošové pod vlivem alkoholu, její bývalé partnery, slavné osobnosti, další členy rodiny Bartošové, její majetek, ezoteriky ani fotografie pohřbu. Ze třinácti analýzou sledovaných témat, které mohly fotografie zobrazovat, se tak zaměřila pouze na pět z nich.



Na grafu lze pozorovat počet jednotlivých témat za celé sledované období.

## 2.8.4 Titulní stránky

U titulních stránek obou novin byla zjišťována celková plocha, kterou zabírá text i s fotografií (měření od sebe nebyla oddělena tak jako v případě článků uvnitř novin) a také témata fotek, které se na titulní stránce vyskytují. Analýza se zaměří i na to, kolikrát a ve které dny se zpěvačka na titulní straně objevila a také se bude zabývat tématy samotných titulků.

### 2.8.4.1 Plocha na titulní straně

Jestliže celkový rozměr všech titulních stránek Blesku za sledované období (ve všechny dny kdy vycházely noviny) byl 23 466 centimetrů čtverečních, plocha, kterou zabíraly informace o zpěvačce, se rovnala 3 661 centimetrů čtverečních. Na titulní straně se Bartošová neobjevila pouze v pěti číslech Blesku, která byla všechna vydána před její sebevraždou. Z plochy všech titulních stran za první zkoumané období (13 263 cm<sup>2</sup>) bylo 528,5 centimetrů čtverečních věnováno zesnulé zpěvačce. V druhém období to bylo již 3 076 z celkových 10 203 centimetrů čtverečních.

Největší plochu z titulní stránky pokrývalo zkoumané téma třináctého května, kdy Blesk přinesl informace z pohřbu Ivety Bartošové (její pohřeb byl pro bulvár jedno

z nejdiskutovanějších témat, vyskytovalo se velmi často zvláště díky tomu, že bylo spojeno s osobou Josefa Rychtáře).

Mladá fronta DNES umístila Bartošovou na titulní stránku pouze jednou a to den po její smrti. Jednalo se však o pouhou fotografii s popiskem, která u sebe neměla žádný další text ani titulek. Fotografie zabírala 220 centimetrů čtverečních z celkových 1276 cm<sup>2</sup>.

Lze tedy říci, že v tomto ohledu se Mladá fronta DNES a Blesk velmi liší. Zatímco titulní stránky bulvárního deníku plnila Bartošová téměř den co den a mnohdy tvořila jejich značnou část (dvakrát se na titulní stránce dokonce žádné jiné téma nevyskytovalo), Mladá fronta DNES pouze jednou otiskla na první stránku její fotografii.

#### **2.8.4.2 Témata titulků**

Jelikož titulek není tak rozsáhlý jako samotný článek, vyskytuje se v něm podstatně méně informací a tedy i témat. Texty titulních stránek nejčastěji informovaly<sup>111</sup> o Josefu Rychtářovi. Ten byl na první stránce za celé sledované období zmíněn hned dvanáctkrát. Dalším tématem, které se objevovalo na titulních stránkách, byl pohřeb Bartošové, který se zde vyskytl sedmkrát. Pětkrát se bulvární deník snažil upoutat pozornost potenciálních čtenářů zhoršujícím se zdravím zpěvačky a čtyřikrát informoval na první stránce o její sebevraždě. Tříkrát se zde objevil Artur a stejné množství prostoru dostaly i informace o majetku a finanční situaci. Vyšetřování nehody bylo na titulní stránku umístěno dvakrát, slavná osobnost a Štaidl jednou.

Před nehodou nebyl nejdiskutovanějším tématem Rychtář, ale špatný zdravotní stav zpěvačky. V Mladé frontě DNES byla umístěna pouhá fotografie s popiskem, takže téma titulku nelze určit.

#### **2.8.4.3 Témata fotografií**

Na titulní straně Blesku se nejčastěji objevovala samotná Bartošová, pokud jsou sečteny fotky, na kterých je zachycena jako zpěvačka nebo jako hezká a úspěšná žena s těmi, kde je vyfotografovaná nenalíčená a unavená nebo pod vlivem alkoholu. Upravená a dobře vypadající se na titulní straně objevila jedenáctkrát. Přesně tolikrát se zde však objevil i Josef Rychtář. Dalším nejčastěji zobrazovaným tématem na titulních stránkách se stal Artur, který byl na titulní straně zobrazen pětkrát. Pětkrát se zde objevila i Bartošová vypadající jako

---

<sup>111</sup> Vzhledem k tomu, že byl text analyzován nezávisle na doplňujícím obrazu, mohou se témata titulků a k nim náležejících fotografií lišit.

troska a pětkrát také fotografie z místa nehody a jejího vyšetřování. Čtyřikrát se na titulní stranu dostali také příbuzní zpěvačky a dvakrát se zde objevili dva z jejích bývalých partnerů: Štáidl a Macura. Majetek zpěvačky byl na první stránce vyobrazen také dvakrát. Jednou se zde objevila slavná osobnost, odborník a fotografie z pohřbu (pohřeb se však udál až na konci sledovaného období, není tedy vyloučeno, že se na titulních stranách objevoval i po skončení tohoto výzkumu, neboť to bylo pro bulvár velmi atraktivní téma).

Na jediné fotografii, která se vyskytovala na titulní stránce v Mladé frontě DNES, byla profesionální vyretušovaná fotografie Bartošové. V počtu fotek týkajících se tohoto tématu tedy seriózní deník za bulvárním značně zaostává.

#### **2.8.4.4 Srovnání obou deníků ze dne 30. 4. 2014**

##### 2.8.4.4.1 Počty článků

Den po sebevraždě Ivety Bartošové vydal Blesk sedmnáct článků, zatímco Mladá fronta DNES jich otiskla sedm. V tomto kontextu je to sice značný rozdíl, ale proti poměru článků vydaných za celé sledované období v obou periodicích je mizivý. Zvláště když jsou porovnány počty slov, zde je poměr 4960 ku 2415. Mladá fronta DNES tedy, co se týče počtu slov, publikovala zhruba polovinu toho, co Blesk.

##### 2.8.4.4.2 Velikost zpráv

Zprávy vydané v Blesku v tento den měly celkovou rozlohu 1823 cm<sup>2</sup>. Druhý zkoumaný deník věnoval textům o mrtvé zpěvačce celých 818 cm<sup>2</sup>. Rozdíl je zde sice značný (plocha všech textů zpráv z tohoto dne v Mladé frontě DNES je zhruba poloviční) avšak v porovnání s výsledky předchozí analýzy větší množství vydání opět nepatrný. Blesk dal textům o Bartošové jen zhruba 2,3krát větší prostor. Velikosti titulků se však již liší více. Zatímco nadpisy článků v Mladé frontě DNES dohromady pokrývají plochu 202 cm<sup>2</sup>, celková velikost titulků v Blesku se vyšplhala až na 846 cm<sup>2</sup> (až doposud byla výsledná čísla u všech zkoumaných aspektů Mladé fronty DNES zhruba poloviční, v porovnání s bulvárními titulky se však zmenšila na méně než čtvrtinu).

##### 2.8.4.4.3 Velikost fotografií

V tomto ohledu nedošla analýza k žádným překvapivým zjištěním. Fotografie Mladé fronty DNES celkem zabíraly plochu o velikosti 803 cm<sup>2</sup> a Blesk otisknul 9081 centimetrů čtverečních obrazového materiálu. Se seriózním deníkem tedy není možné srovnávat, jelikož se zde objevilo více než deset stran s vysokým podílem fotografií.

#### 2.8.4.4.4 Celkový prostor věnovaný fotografiím společně s textem

Bulvár věnoval celému tématu den po smrti zpěvačky dohromady 9082 cm<sup>2</sup>, Mladá fronta DNES pouhých 2280 cm<sup>2</sup>, což je také zhruba čtvrtina prostoru, které tématu věnoval bulvár. V Blesku totiž v tento den vyšlo speciální zpravodajství o Ivetě Bartošové, které pokrývalo několik celých stránek. Co se však týče Mladé fronty DNES, čtvrtinové množství textu v porovnání s Bleskem rozhodně není zanedbatelné.

### 2.8.5 Témata článků

Blesk nejčastěji informoval o sebevraždě zpěvačky. Toto téma se v článcích z 30. 4. objevilo třináctkrát. Druhým nejčastějším zmiňovaným byl opět manžel Bartošové Josef Rychtář, kterého bulvár v tento den zmínil desetkrát. Devětkrát se zde diskutovalo zdraví a psychický stav zpěvačky a třikrát její syn Artur. Témata finanční situace a dluhů Blesk ve svých článcích uvedl také třikrát. Dvakrát připomněl její život a kariéru a dvakrát se objevilo i téma vyšetřování nehody. Dvakrát také vypovídaly slavné osobnosti.

Články Mladé fronty DNES se také nejvíce zaměřovaly na nenadálou smrt zpěvačky, zmiňují ji ve čtyřech článcích z osmi. Dále ve třech zprávách informují o předchozích vztazích Bartošové a třikrát se zde objevují i výpovědi slavných osobností. Dvakrát je zmíněna její profesní dráha. Dvakrát byl zde také bulvární tisk obviněn z toho, že přispěl k blízkému se konci Bartošové. Na rozdíl od Blesku je zde Rychtář zmíněn pouze jednou, Mladá fronta DNES mu nevěnuje téměř žádnou pozornost. V jednom případě komentuje zpěvaččin život psycholog a jednou deník informuje o detailech sebevraždy.

Vzhledem k tomu, že k dalšímu výzkumu byly vybrány výtisky obou novin ze třicátého dubna, tedy den poté, co Bartošová skočila pod vlak, je toto téma v obou denících zastoupeno nejvíce. Dále se počty sledovaných témat velmi liší, bulvár se zaměřuje spíše na Rychtáře a stav zpěvačky před smrtí, zatímco Mladá fronta DNES připomínala kariéru zpěvačky (Blesk ji sice taky dvakrát zmiňuje, ale v poměru k ostatním tématům je to zanedbatelný počet).

#### 2.8.5.1 Titulní stránky

V Mladé frontě DNES se titulek v pravém slova smyslu nevyskytuje, a je nahrazen pouze zpravodajskou fotografií s popiskem. Text pod ní však stručně informoval o její smrti. Titulek v Blesku mluvil o tomtéž. Seriózní deník otiskl na titulní stránce černobílou,

umělecky stylizovanou fotografií zpěvačky. Na první straně Blesku se objevuje stejné téma, avšak k Bartošové je zde navíc přidán její syn. Oba deníky se zde v tomto směru tedy víceméně shodují.

Mladá fronta DNES a Blesk se však od sebe liší plochou, kterou sledované téma zabírá na první stránce. Zatímco Blesk věnuje obrazu i textu k tématu celou stranu, v Mladé frontě DNES zabírá fotka a sdělení jenom 220 centimetrů čtverečních.

#### **2.8.5.2 Témata fotografií**

Na fotografiích ze dne po sebevraždě zpěvačky se nejvíce objevuje samotná Bartošová. Blesk otiskl dvacet fotek, na kterých je vyobrazena upravená a usmívající se. Fotografie, na nichž je ve špatném stavu, se zde objevily čtyřikrát a jako zpívající zde byla vyfotografována pouze dvakrát. Dalším často zobrazovaným tématem se staly další slavné osobnosti, které se vyjadřovaly k náhlé smrti Bartošové. Jejich ilustrační fotografie se vyskytly dvanáctkrát. Třetím nejčastěji fotografovaným byl Josef Rychtář, který se na stránkách Blesku ve zkoumaný den objevil devětkrát. Šestkrát byli vyobrazeni blízcí a známí zpěvačky, a čtyři obrázky byly věnovány místu nehody a jejímu vyšetřování. Dvakrát se objevil majetek Bartošové (dům, osobní věci apod.). Pouze jednou se 30.4. na stránkách Blesku vyskytli bývalí partneři zpěvačky, její syn a ilustrační fotografie odborníka vyjadřujícího se k případu.

Mladá fronta DNES také nejvíce zobrazovala samotnou Bartošovou, avšak pouze dobře vypadající. Takovéto fotografie se zde objevily tři. Třikrát se zde však objevuje i Bartošová zachycená jako zpěvačka. Dvakrát tyto noviny otiskly obrázky místa nehody a jejího vyšetřování, jednou se objevil Rychtář a jednou ilustrační fotografie odborníka.

Ze srovnání obou deníků vyplývá, že se zaměřovaly především na zobrazování samotné Bartošové. V Blesku se vyskytovalo mnohem více fotografií, které tím pádem zobrazovaly i více témat. Pozoruhodný je zejména fakt, že i přes nepoměr množství fotek v obou denících byla Bartošová jako zpěvačka v Blesku zachycena jen dvakrát a v Mladé frontě DNES třikrát. Blesk tedy tomuto tématu nepřikládal takový význam.

## **2.9 Vyhodnocení hypotéz**

1. VO: Jak vysoké budou počty zpráv o zkoumaném tématu v obou denících?



H: Blesk bude Mladou frontu DNES v jejich četnosti několikanásobně převyšovat. V Mladé frontě DNES se však Bartošová také objeví (a bude jí věnován více než dostatečný prostor).

Blesk opravdu vydal přibližně dvacetkrát více zpráv o Ivetě Bartošové a informoval o ní po celé zkoumané období. Mladá fronta DNES se o ní však po celé dva týdny před její sebevraždou nezmínila ani jednou, přestože ještě několik dní před smrtí vystupovala Bartošová v televizi a koncertovala. Neobjevila se ale ani v kulturní rubrice. Poté, třicátého dubna, jí ale Mladá fronta DNES věnovala skoro celou dvoustránku. Při porovnání jednoho čísla od obou periodik ze dne po smrti Bartošové se však jednalo o poměr sedmnácti ku sedmi, a při porovnání počtů slov Mladá fronta DNES o zpěvačce napsala asi polovinu toho, co Blesk.

2. VO: Jaká témata se objevují v Mladé frontě DNES a jaká v Blesku?

H: Blesk se bude zabývat převážně soukromým životem zpěvačky, jejími partnery, rodinou a problémy s alkoholem, zatímco Mladá fronta DNES se omezí na zprávy o její hudbě a po smrti na informace o její sebevraždě.

Analýza témat zjistila, že největší zájem měl bulvární tisk o osobu Josefa Rychtáře. Po smrti Bartošové se informace o něm vyskytovaly téměř v každé zprávě. Často byl připomínán v souvislosti s pohřbem své ženy, který byl také jedním z hlavních témat po zpěvaččině smrti. Zejména proto, že díky pohřbu se manžel zpěvačky dostával do (pro Blesk velmi zajímavých) konfliktů s bývalými partnery Bartošové a její rodinou a také byl častokrát nařčen z toho, že má na smrti své ženy významný podíl. Mladá fronta DNES však hned ve třech článcích tvrdí, že k jejímu konci přispěl bulvár a o Josefu Rychtářovi se v této souvislosti vůbec nezmiňuje.

Vzhledem k tomu, že Mladá fronta DNES zařadila články o Ivetě Bartošové pouze do dvou vydání, nestačila se zabývat takovým množstvím témat jako Blesk. Nejvíce se však objevovalo téma sebevraždy Bartošové, o kterém se psalo hned v pěti článcích z osmi. Překvapivě často (tříkrát) se zde však objevily výpovědi a vzpomínky dalších slavných osobností a také zmínky o jejich bývalých partnerech.

Ve volbě témat jsou u obou deníků pozorovatelné jisté shody. Ačkoliv Rychtář pro Mladou frontu DNES příliš zajímavý nebyl, velkou měrou se věnovala dalším bývalým mužům zpěvačky. Z toho vyplývá, že jak bulvár, tak seriózní noviny měly velký zájem o všechny partnery zpěvačky. Dále lze u obou deníků srovnat počet vyjádření slavných

osobností, který není ani v Blesku a překvapivě ani v Mladé frontě DNES zanedbatelný. Hudba a koncerty Ivety Bartošové příliš nezajímaly ani jeden deník.

3. VO: Jak se změní četnost příspěvků k tématu v obou periodících po sebevraždě Ivety Bartošové?

H: O mrtvé zpěvačce budou oboje noviny psát více. Blesk se celkově bude tomuto tématu věnovat mnohem více a zařazovat více zpráv o zpěvačce, jak před sebevraždou Bartošové, tak po ní, neboť bulvár je zaměřený především na celebrity a negativní, tragické události.

Jak bylo již několikrát zmíněno, před onou tragickou událostí seriózní noviny o zpěvačce vůbec neinformují. Bulvár sice ano, ale drtivá většina všech uveřejněných článků je z doby po její sebevraždě, konkrétně sto třicet jedna ze sto padesáti.

Blesk také publikoval asi dvacetinásobné množství zpráv, tudíž je tato hypotéza bezezbytku potvrzena.

4. VO: Jaké osoby budou prezentovat své názory ve zprávách Mladé fronty DNES a Blesku? Koho tato periodika oslovují, pokud potřebují názory na toto téma?

H: V člancích Mladé fronty DNES se budou objevovat především (výhradně) výpovědi odborníků (lékařů, psychologů, psychiatrů...), zatímco v Blesku tito také budou citováni, ale přibudou k nim i hlasy kartářek, astrologů nebo úplně obyčejných lidí „z ulice“ a také známí a rodinní příslušníci.

I přesto, že hypotéza předpokládala vyšší počet vyjádření odborníků v seriózním tisku k tématu, objevila se zde pouze jedna výpověď psychologa, což svědčí o tom, že Mladá fronta DNES s názory odborníků příliš nepracovala. Neobjevily se zde však ani hlasy žádných jiných osob, ani rodinných příslušníků, ani nikoho dalšího.

Blesk se také ve svých člancích na odborníky obracel spíše výjimečně, pouze ve dvanácti člancích, což je v poměru k Mladé frontě DNES srovnatelné. Oba deníky byly zaměřeny na jiná témata. Bulvár však dvakrát otiskl výpovědi úplně cizích lidí, jednou názory ze sociálních sítí a jednou výpověď náhodné ženy z ulice. Srovnání čtyřikrát uvedených názorů kartářky a ezoterika se seriózním deníkem ani není možné srovnávat.

5. VO: Jak se od sebe oba deníky odlišují po grafické stránce?

H: Bulvární noviny kladou velký důraz na obrazovou složku. Blesk bude tudíž obsahovat mnohem více fotografií a obrazového materiálu než Mladá fronta DNES. Analýza se však zaměří také na titulky a jejich poměry ke zprávám. Bulvární titulky tedy budou v průměru větší než ty u seriózního deníku a poměr plochy titulku ku článku bude takřka vyrovnaný.

Jak předpokládala hypotéza, rozdíly v rozměrech obrazových částí obou deníků byly enormní. Nerovnost se projevila jak v průměrné, tak v celkové velikosti všech fotografií. Nepotvrdilo se ani očekávání, že porovnáním dvou samostatných čísel obou periodik se rozdíl zmenší.

Velikost titulků a článků v obou periodicích také zcela potvrdila hypotézu. Průměrný článek v Blesku měřil 71 centimetrů čtverečních a titulek 52. Není překvapivé, že průměrná zpráva Mladé fronty DNES zabírala 130 centimetrů čtverečních a titulek pouhých 20.

6. VO: Jak se projeví srovnání jednoho vydání obou deníků den po smrti Bartošové?

H: Rozdíly ve všech zkoumaných kategoriích nebudou tak znatelné a Mladá fronta DNES se přiblíží Blesku v počtu článků, v jejich velikosti a budou se objevovat podobná témata.

Tato hypotéza byla potvrzena pouze částečně. Množství článků se opravdu mírně vyrovnalo, přesněji řečeno jejich počet v Mladé frontě DNES dosáhl zhruba poloviny počtu zpráv o Bartošové v Blesku. Srovnání počtů slov v obou periodicích dopadlo podobně, jejich množství také bylo zhruba poloviční. I témata se v Blesku a v Mladé frontě DNES objevovala podobná. Nejvíce bylo diskutováno téma zpěvaččiny smrti. Dále je ještě překvapivě možné srovnat počet výpovědí slavných osobností, které jsou za jiných okolností typické spíše pro bulvární tisk. Také o bývalých partnerech Ivety Bartošové píše Mladá fronta DNES relativně často. Ke shodě obou deníků došlo i u výběru fotografie na titulní stránce. Den po smrti zpěvačky se zde objevila její stylizovaná, umělecká fotografie.

Zde však výčet podobností končí. Velikosti článků Mladé fronty DNES jsou proti bulvárnímu deníku čtvrtinové a totéž platí i u průměrné velikosti titulků. Nepoměr je i mezi plochami fotografií, Blesk v jejich rozloze převyšuje Mladou frontu DNES více než desetkrát.

7. VO: Co zobrazují fotografie v Blesku a Mladé frontě?

H: Mladá fronta DNES bude na fotografiích zachycovat Bartošovou převážně jako zpěvačku a nebude zveřejňovat fotky, na kterých je opilá nebo v jiné nedůstojné situaci. Blesk bude tyto

dehonestující fotografie publikovat pravidelně a také se zaměří na soukromí zpěvačky, tzn. na rodinu a blízké osoby.

Tato hypotéza se potvrdila také pouze z části. V Blesku se totiž na největším počtu fotografií vyskytoval Josef Rychtář a ne opilá Bartošová. Tu však v této situaci bulvár zobrazoval také velmi hojně, před její smrtí bylo takovýchto fotografií dokonce o dvě více, než těch, na kterých vypadala dobře. Poté již nebylo možné žádné skandální fotografie zpěvačky pořídít, a tak se jich zde objevovalo méně než těch, na kterých vypadala dobře. O rodinu a blízké zpěvačky se však Blesk překvapivě také nezajímal, ani o jejího syna ne.

Předpoklad, že Mladá fronta DNES bude publikovat nejvíce těch fotografií, na kterých je Bartošová zobrazena jako zpěvačka nebo těch z jejího běžného života, na kterých není pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek, se bezezbytku potvrdil. Potvrdilo se také očekávání, že seriózní tisk neotiskne ani jednu fotografii zpěvačky ve špatném stavu.

### 3 Závěr

Hlavním úkolem této práce bylo stanovit, do jaké míry se Mladá fronta DNES přibližuje bulvárnímu Blesku. K tomuto účelu si analýza zvolila pouze jedno konkrétní téma, a to osobu Ivety Bartošové. Na zprávách v obou denících o tomto tématu bylo poté zkoumáno a porovnáváno několik vybraných kategorií. Sledována byla témata, kterým se v souvislosti s Bartošovou oba deníky věnovaly, témata fotografií, které byly zveřejněny nebo plocha, kterou daná sdělení v novinách zabírala a poměr textu k obrazové části.

Tyto kategorie byly však pouze zlomkem z množství možností, jak lze bulvarizaci zkoumat. Trampota s Končelíkem, kteří si pro výzkum této problematiky vybrali podobné kategorie jako tato práce, uvádějí, že ačkoliv jsou tyto kategorie obecně brány jako indexy bulvarizace, nemusí vždy odhalit všechny její aspekty.<sup>112</sup> *Obsahová analýza ve spojení s výzkumem bulvarizace může vždy odhalit pouze část problému. Existuje mnoho dalších významných indexů, kterým se tyto analýzy většinou nevěnují, jako například jednoduchý, expresivnější jazyk, použití narace, striktní polarizace zpráv atd.*<sup>113</sup> Tato analýza také opomenula výše zmiňované podstatné kategorie, podle kterých je možné projevy bulvarizace identifikovat.

V kategoriích, které byly sledovány, se podle očekávání projevovaly oba deníky rozdílně. V některých se od sebe značně odlišovaly, ale v určitých případech docházelo ke shodám. Mladá fronta DNES v porovnání s Bleskem ve svých článcích například velmi často zmiňovala bývalé partnery Ivety Bartošové. Hojně se zde vyskytovaly i promluvy jiných slavných osobností, které vzpomínaly na zesnulou zpěvačku a vyjadřovaly se k její neočekávané smrti. Oba deníky se naopak výrazně odlišovaly při porovnání svých obrazových částí, kdy Blesk dosahoval hodnot desetinásobně vyšších než Mladá fronta DNES. To samé platilo i v případě velikosti titulků v obou novinách.

Nejblíže k sobě měly oba zkoumané deníky při porovnání jednoho čísla od každého z nich den po smrti Bartošové. V některých aspektech zde dokonce Mladá fronta DNES převyšovala Blesk, například průměrná velikost článku zde byla asi 130 centimetrů čtverečních, kdežto u Blesku to bylo pouhých 100 centimetrů čtverečních (což však bylo

---

<sup>112</sup> TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4.

<sup>113</sup> Tamtéž

z části dáno tím, že se zde vyskytovalo velké množství malých článků, které snížily průměrnou velikost). Dále bylo možné srovnat počty slov obou deníků, Mladá fronta DNES napsala zhruba polovinu toho, co Blesk. I celková velikost plochy věnované zkoumanému tématu byla v Mladé frontě Dnes zhruba poloviční.

Dále bylo možné zjistit, jak se lišily oba deníky před sebevraždou zpěvačky a po ní. Rozdíl byl opravdu značný. Mladá fronta DNES o ní před tím neinformovala vůbec. Blesk jí za prvních čtrnáct dní věnoval pouhých devatenáct článků. Po její smrti se jejich počet vyšplhal na sto třicet jedna. Grafická stránka zpráv o Bartošové se však s její smrtí nezměnila. Průměrná velikost článků a titulků zůstala stejná. Ani témata, o kterých Blesk informoval, neprošla nijak zásadní změnou, pouze se k nim přidalo téma pohřbu zpěvačky.

Jedním z nejzásadnějších zjištění celé analýzy byl fakt, že bulvární tisk se ve svých textech zaměřoval daleko více na osobu Josefa Rychtáře, než na samotnou Bartošovou. Zmiňovalo se o něm největší množství článků a také byl zobrazen na největším počtu fotografií. Mladá fronta DNES se však o něm zmínila jen jednou a zajímala se i o ostatní partnery zpěvačky.

Z textů, které informovaly o Rychtářovi, je možné vyčíst mnohá další fakta. Bulvár ho několikrát<sup>114</sup> obvinil z toho, že má zásadní podíl na smrti své manželky. Toto sdělení se vyskytovalo jak ve formě přímých řečí blízkých osob Bartošové, tak i v částech zpráv psaných samotnými redaktory. Naproti tomu Mladá fronta DNES o Rychtářovi v souvislosti se smrtí zpěvačky vůbec nemluví, avšak několikrát se zde objevily názory, že za sebevraždou zpěvačky je mimo jiné zodpovědný také bulvární tisk. Tato spekulace tehdy proběhla i jinými seriózními médii a často se hovořilo o tom, že bulvár Ivetu Bartošovou doslova „uštval“, neboť jí byl stále v patách a detailně popisoval její blížící se konec.

---

<sup>114</sup> Analýza přesné číslo nezjišťovala, ale podobné informace se objevovaly často

### 3.1 Použitá literatura

BALL-ROKEACH, Sandra J a Melvin L DEFLEUR. Teorie masové komunikace. 1. vyd. Přeložil Jan JIRÁK. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 8071840998

BEDNAREK, Monika, Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus, A&C Black, 2006, 9781847142825

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8

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

BIRESSI, Anita a Heather NUNN (eds.). The tabloid culture reader. Berkshire: Mc Graw-Hill, c2008. ISBN 978-0-335-21932-2

BUREŠOVÁ, Zdenka. Mediální svět. Svět pohledem Mladé fronty Dnes.. Olomouc, 2013. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta

BURGR, Jaroslav a Rudolf. Nové trendy v médiích. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5

BURNS, Lynette Sheridan. Žurnalistika. Vyd. 1. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071788716

CONBOY, Martin. Tabloid Britain: constructing a community through language. New York: Routledge, c2006. ISBN 0-415-35553-2

ČERVENKA, Jan. Agenda-setting: teoretické přístupy. 1. vyd. Editor Markéta ŠKODOVÁ. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4

ČUŘÍK, Jaroslav. Nové trendy v médiích. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5

DEARING JAMES W., EVERETT M. ROGERS., James W. Dearing, Everett M. Rogers. Agenda-setting. Thousand Oaks, Calif: Sage, 1996. ISBN 1452248842

GUNTER, Barrie. Celebrity capital: assessing the value of fame. ISBN 9781628923964

GUO, Lei a Maxwell E. MCCOMBS. The power of information networks: new directions for agenda setting, (1. Kapitola)

HOLMES, Su. a Sean REDMOND. Framing celebrity: new directions in celebrity culture. New York: Routledge, 2006. ISBN 9780415377102

HUGHES, Helen MacGill. News and the human interest story. New Brunswick, N.J.: Transaction Books, c1981. Social science classics. ISBN 0878557296

HVÍŽDALA, Karel. Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003. 1. vyd. Praha: Jaroslava Jiskrová - Máj, 2003. ISBN 8086569705

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 9788073674663

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. ISBN 8071786977

KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. 1. vyd. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134X

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

MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071788406

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5

MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9

MOONEY A.M. (2008): Tabloidization and the Irish Press Media. An Analysis of How the Irish Independent Reacted to the Introduction of Irish Versions of British Tabloids, Leeds

MCCOMBS Maxwell E. a Lei . The power of information networks: new directions for agenda setting

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. ISBN 9788072772667

OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899

RUB-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada Publishing, 2005, 292 s., [24] s. obr. příl. ISBN 8024701588

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Obraz Romů v televizním zpravodajství - příklad mediální konstrukce reality [online]. Brno, 2007 [cit. 2016-08-17]. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. Dostupné z: <http://theses.cz/id/xsis5z/>



SPARKS, Colin a John TULLOCH (eds.). Tabloid tales: global debates over media standards. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000. Critical media studies. ISBN 0-8476-9572-7

THOMPSON, John B. The media and modernity: a social theory of the media. Cambridge: Polity Press, 1995. ISBN 0-7456-1004-8

THUSSU, Daya Kishan. News as entertainment: the rise of global infotainment. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2007. ISBN 978-0-7619-6879-5

TOMANDL, Jan. Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru. Vyd. 1. Ilustroval Pavel DANIEL. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3457-3

TRAMPOTA Tomáš, KONČELÍK Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, ISBN 978-83-229-3184-4

TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 8073670968

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

TURNER, Graeme. Understanding celebrity. London: Sage Publications, 2004. ISBN 0-7619-4167-3

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4

VEČEŘA, Pavel. Úvod do dějin tištěných médií. Praha: Grada Publishing, 2015. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-4178-9

## **3.2 Prameny**

Deník Mladá fronta DNES

Deník Blesk