

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2014-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Robert Kolman**

**Fotbal v Československé a České televizi**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Soňa Štroblová

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR COMBINED (PART TIME) STUDIES**

2014-2017

**BACHELOR THESIS**

**Robert Kolman**

**Football in the Czechoslovak and Czech television**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor: PhDr. Soňa Štroblová

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 21. února 2017

Robert Kolman

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval PhDr. Soně Štroblové za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování bakalářské práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá komercionalizací fotbalu v televizním vysílání. Teoretická část je zaměřena na historii a vývoj televize a televizního vysílání, věnuje se prvním sportovním milníkům v televizi a novodobé historii fotbalu. Dále se práce věnuje televizním právům na sportovní pořady a dopady komercionalizace na podobu fotbalu jako sportovního odvětví, tak změn co se týkají televizního fanouška. Praktická část se skládá z dotazníkového šetření. Výsledky šetření sloužily k potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz, zabývajících se v práci řešenou problematikou.

## **Klíčová slova**

Asociace, fanoušek, fotbal, komercionalizace, medializace, televize, televizní práva.

## **Annotation**

This thesis deals with the commercialization of football on television. The theoretical part focuses on the history and development of television and television broadcasting, dedicated to the first milestones in sports television and the modern history of football. Next are television rights to sports programs and the impact of commercialization on the form of football as a sport sector, and what changes relating to television fan. The practical part consists of a questionnaire survey. Results of the survey were used to confirm or refute the hypotheses dealing with work issues solved.

## **Keywords**

Association, commercialization, fan, football, medialisaton, television, television rights.

## OBSAH

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 MASOVÁ MÉDIA .....	11
1.1 Publikum.....	14
1.2 Účinky audiovizuálních médií.....	18
2 HISTORIE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ A FOTBALU .....	21
2.1 Vznik televize a televizního vysílání ve světě.....	21
2.2 Vývoj televizního vysílání u nás.....	22
2.2.1 Historie Československé televize .....	26
2.2.2 Vznik České televize .....	33
2.2.3 Kanál ČT Sport .....	34
2.2.4 Duální systém vysílání, vysílání veřejné služby .....	37
2.2.5 Digitalizace televizního vysílání v České republice .....	39
2.3 Novodobá historie fotbalu .....	41
2.3.1 První fotbalové soutěže a asociace .....	42
2.3.2 Počátky fotbalu u nás .....	44
2.3.3 Mezinárodní fotbalové úspěchy .....	46
2.3.4 Fotbal v televizním vysílání.....	50
3 KOMERCIONALIZACE FOTBALU V TELEVIZNÍM VYSÍLÁNÍ .....	52
3.1 Vliv televize na výslednou podobu sportu .....	52
3.2 Televizní práva a spory kolem nich.....	54
3.3 Sportovní pořady České televize .....	67
3.4 Dopady komercializace ve fotbale a v televizi.....	70
3.5 Nezákonné sázení a ovlivňování utkání .....	73
PRAKTICKÁ ČÁST .....	78
4 CÍLE A VÝZKUMNÉ HYPOTÉZY.....	78
5 VÝZKUMNÁ METODIKA.....	80
6 VÝSLEDKY VÝZKUMU .....	81
7 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ A DISKUZE .....	103
ZÁVĚR .....	107

<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>110</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>114</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ A TABULEK.....</b>	<b>117</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH- CD .....</b>	<b>119</b>



## ÚVOD

Téma komercializace fotbalu v televizním vysílání je pro fotbalové fanoušky aktuální již mnoho let. A nejenom mezi těmi skalními, kteří zápasy sledují nejraději přímo na stadionu, je toto téma velice ožehavé, často dosti rozporuplné. V poslední době je umocněno odlivem atraktivních zápasů české ligy z volně dostupných televizních programů na programy placené. Právě vrcholový sport je obecně ve středu zájmu masových médií a diváka, o fotbalovou tematiku projevuje zájem početná společenská skupina, která čítá milióny lidí po celém světě. Fotbalové zápasy z vrcholných turnajů patří celosvětově mezi pořady s největší sledovaností, sportovní obsah měl za následek masové rozšíření televizních přijímačů mezi diváky v dobách rozvoje televize. Výrobci i prodejci spotřební elektroniky si mnou ruce před každou blížící se sportovní událostí mezinárodního významu, která bývá impulsem k nákupu nových, modernějších, větších a funkcemi lépe vybavených televizních přijímačů. Zároveň se uvádí, že fotbal na různých úrovních hraje až 250 milionů lidí, což zákonitě vede k ekonomickému zhodnocení ve všech možných podobách.

Cílem bakalářské práce je porovnání četnosti vysílání a postupná komercializace fotbalových přenosů od vzniku Československé televize až po současnost. K dosažení těchto cílů je potřeba se nejdříve v teoretické části seznámit se vznikem televize samotné, vývojem televizního vysílání ve světě, ale i v Československu, rozšiřováním pokrytí signálem, nárůstem počtu hodin, po kterých se vysílá a s prvními sportovními přenosy, přímými či ze záznamu. Věnován je prostor historii fotbalu a nárůstu popularity, zmíněny jsou největší úspěchy našich hráčů v mezinárodní konfrontaci.

Práce je tvořena teoretickou a praktickou částí. V teoretické části je komplexně vymezena problematika pro lepší pochopení předmětu zkoumání. V práci se charakterizuje vliv komercializace na fotbal jako sportovní odvětví, kterými faktory jej ovlivňuje a jak se dotýká veřejnoprávní televize, která byla po mnoho let nositelem této zábavy a pro mnoho fanoušků by jí měla být i nadále. Uvedeni jsou vlastníci aktuálních televizních práv, neustálý nárůst ceny těchto práv a jaké to přináší následky.

Praktická část slouží k naplnění vymezeného cíle práce pomocí výzkumu, který je realizován kvantitativním dotazníkovým šetřením. Dotazník je směřován primárně na fotbalové fanoušky a výzkumné otázky mají za úkol získat jejich názor na komercializaci fotbalu v televizním vysílání nebo zjistit jak se zachovají v situacích, kdy zápas, který chtějí sledovat, není na volně dostupném programu. Výsledky pak podléhají analýze, která napomáhá potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 MASOVÁ MÉDIA

Masová média oslovují široké a zároveň různorodé spektrum diváků, kterým pronikají do domácností a mnozí lidé jim věnují až přespříliš pozornosti a svého času. Masová média mají v současné společnosti stále stoupající význam, jejich účinek se zvyšuje s novými masmediálními komunikačními prostředky, které oslovují stále narůstající počet lidí, především kvůli větší přitažlivosti. Využívají jednotného působení na více smyslových orgánů a využívají stále ve větší míře prostoru i času k tomu, aby na lidi působily a ovlivňovaly je. Masová komunikace nejsou jen postupy, ale také instituce, které pomocí konkrétních technických prostředků ovlivňují veřejnost. Každé rozhodnutí, každá informace, prochází určitým filtrem, než dojde ke zveřejnění. O zveřejnění rozhodují redaktori, ředitelé daného média, reportéři, moderátoři. Jistou roli v rozhodování může hrát i politika a vláda. Problémy můžou nastat, když média zveřejňují informace nebo materiály, o kterých si lidé myslí, že jsou soukromé a že médium nemá právo takové informace odvyšlat. Masová média na naše soukromí útočí i dalšími způsoby, například projevy násilí a agrese, působením na děti, určitým zjednodušováním, zkreslováním informací nebo neuváděním všech faktů, vytrhováním z kontextu, čímž manipulují s divákem a především s jeho názorem. Celkově lze říci, že média ovlivňují naše názory, postoje, myšlení, ale i to, koho budeme volit, emoční reakce, mohou vyvolat paniku, mohou posilovat ideologii. Působení je krátkodobé i dlouhodobé, pravdivost informací není možné vždy ověřit, často ani divák nenapadne, že by si měl informaci ověřit i z jiného zdroje. Ovlivnění diváka je dané tím, že jedinec nerad zůstává sám a má tendenci se podřizovat módním trendům i kulturním formám využívání volného času. I když touží po nezávislosti, realizuje ji jen v omezené míře. Rád se především kvůli pohodlnosti vrací do „zajetých kolejí“, na které je zvyklý. Masová média v tom hrají důležitou roli, především v dlouhodobých změnách. Působí nenápadně, stávají se součástí člověka, přetváří jej, přizpůsobují požadavkům systému, potlačují individuální a kritické myšlení, ovlivňují verbální a stylistický projev. Médium si každý může zvolit dobrovolně, rozhodnout se, kterému

bude věnovat svůj čas a případně i důvěru. Funkce masového média lze definovat jako zdroj zábavy, informací, moci, podnikání, ovlivňování, přesvědčování, veřejného mínění, norem, výchovy, vzdělávání a fórem událostí.<sup>1</sup>

Masovými médii se zpravidla rozumí rozhlasové a televizní vysílání, periodický tisk určený široké veřejnosti, ale také veřejně dostupná sdělení na Internetu, ať už se jedná o zpravodajské portály, servery pro sdílení vlastních autorských obsahů, ale i individuální výtvořky v podobě blogů. Společným rysem je dostupnost tohoto obsahu neomezenému množství adresátů, pro tyto uživatele mohou být obsahy z mnoha důvodů použitelné, jsou nabízeny průběžně nebo pravidelně, na zájmu a potřebách uživatelů závisí samotná existence těchto forem komunikace.

Masová média mají společnou univerzálnost obsahu, jsou velmi populární a jsou veřejné povahy. Samotný pojem odkazuje k organizovaným prostředkům komunikování, jež je otevřené, děje se na dálku a dostává se v krátkém čase k mnoha lidem. Významnou kulturní, sociální a politickou roli nehraje široká dostupnost, ale také to, že masová média si postupně vytvořila výrobní postupy, které dovolují publikovat obsahy aktuálně, v krátkých a pravidelných periodách, podobně jako denní tisk nebo dokonce průběžně jako rozhlas a televize či internetová média a především s důrazem na bezprostředně podstatné nebo zajímavé informace. Objemnost a vynalézavost mediální nabídky může být tak velká, až vede k úvaze, že do mediálně komunikačních aktivit vstupuje jedinec na úkor komunikace s jinými lidmi, případně je do takovéto komunikace vtahován a tím pádem od ostatních izolován. Tento charakter masových médií má zcela zásadní důsledky pro sociální, kulturní a politický život společnosti. V oblasti politiky poskytují média arénu k debatě a možnosti, skrze něž mohou politické myšlenky vejít v obecnější známost a které představují pro politiky a jejich zájmové skupiny, kupříkladu vládní činitele prostředky ke zviditelňování a vyvíjení vlivu. V oblasti kultury jsou masová média primárním kanálem kulturní reprezentace a projevem hlavního zdroje obrazů sociální reality a podkladů pro formování a udržování sociální identity. Každodenní společenský život je zásadně členěn podle rutin v užívání médií

---

<sup>1</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

a obohacován jejich obsahy. Samotný pojem masy a masovosti se váže ke konceptu společnosti, který se váže k vysoce industrializovaným, urbanizovaným a byrokratizovaným společnostem, ve kterých jedinec zdánlivě nebo skutečně ztrácí možnost naplnění své neopakovatelné existence ve společnosti druhých.<sup>2</sup>

Pojem masová kultura bývá ztotožňován s vulgární kulturou, jako komplexem velmi široce používaných norem a vzorů chování. Připodobnit lze k současnému sdělování identických nebo obdobných obsahů, vycházejících z malého počtu zdrojů, velkým masám příjemců, jakož na jednoduté formy hry a zábavy velkých mas lidí. Zřejmé přitom je, že hromadné sdělení pracuje s předpokladem jednodutosti a standardizaci předmětu. Soudobá sociologie zkoumá problém masového chování, vztahujícího se k jevům dobře známým v našich podmínkách. Masová kultura posouvá chápání pojmu publikum ve smyslu volného seskupení, které je charakterizované jako určitá pospolitost zájmů, znalostí, potřeb a hodnot. Publikum je vytvářené působením totožných podnětů širokého dosahu. Nejde o podněty, které vznikají v důsledku fyzického sblížení, což bylo znakem publika přímého, shromážděného v určitém čase na stejném místě, přijímajícího nejen hromadně, ale také společně tytéž obsahy a ovlivněného vzájemným stykem. Masová média poskytují rychlé šíření informací, napomáhají ke snížení kulturních rozdílů mezi městem a venkovem, vzdělanou elitou a masou. Přispívají také ke zpoверхnění a otupení lidských myšlenek a smyslů, v případě že jsou hlavním šířitelem konzumní mentality. Ztrácí se původní bezprostřední osobní kontakt tvůrce s příjemci jako předpoklad kulturního zážitku. A o to více posiluje tržní povaha šíření kulturního obsahu, kultura se stává zbožím, které poutá zájem veřejnosti na trhu uspokojovat potřeby lidí. Prostředky masové komunikace se šíří rychleji než průmysl a dokonce dříve než školy a železnice. Běžně platí, že ne v každé obci je přítomen lékař, obchod se základními potravinami nebo hromadná doprava, ovšem obci na našem území bez masového média lze jen těžko najít.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 18-20. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>3</sup> SEKOT, A. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2002, s. 32-33. ISBN 80-7315-021-2.

## 1.1 Publikum

Publikum jsou příjemci v mediální komunikaci, tedy soubory příjemců informací, kteří jsou nejen skutečnými adresáty sdělení, ale kdo výrobu a distribuci těchto textů platí, byť nepřímo. Nejedná se o stabilní sociální skupinu, v podstatě všichni lidé jsou publikum nebo členy různých typů publika. Zájmem mediálních studií je dlouhodobě otázka vzniku konkrétního publika, jeho charakteristické rysy, vývoj a samozřejmě i zánik. Studia se zabývají také chováním publika a vlivy, jež na něj působí, a to od vlivů socioekonomických po technologické. Vlivem na publikum se zabývali i představitelé nacistické propagandy, kteří byli přesvědčeni o schopnosti médií účinně působit na myšlení a názory příjemců a zásadní nemožnost tomuto působení aktivně čelit. Komerčně zaměřený výzkum konzumentů médií je představován osobitou oblastí studia příjemců, čemuž se věnuje kvantitativní průzkum, tedy měření čtenosti nebo sledovanosti média. Kvalitativní průzkum se zase věnuje složení publika, analýze návyků, postojů a preferencí jejich příslušníků.<sup>4</sup>

Reifová definuje publikum jako „...soubor jedinců, kteří soustavně nebo příležitostně užívají → média, přičemž se liší stupněm aktivity jako formy odstupu od médií a sklonu k vlastnímu způsobu recepce, tvorbě vlastního výběru a užití mediálních obsahů.“<sup>5</sup>

Velikost publika je klíčový faktor, jelikož vzhledem k tomu mediální komunikace umožňuje informovat, bavit, přesvědčovat nebo ovlivňovat v jednu chvíli patřičný díl obyvatelstva. Vzhledem k tomu můžeme média označit jako socializační faktor, jelikož tím, kolik lidí jsou schopna oslovit a jak a čím, napomáhají posilování a ustalování hodnot ve společnosti, představují modelové způsoby chování v jednotlivých rolích, jednoduše řečeno média napovídají člověku, jak si má ve společnosti počínat, aby byl její součástí. I toto je důvod, proč jsou média oblíbená, jelikož nám usnadňují socializaci pro každodenní bytí. Velikost publika je podstatná i z ekonomického hlediska, větší množství příjemců představuje větší množství zisků, které lze z masového publika získat. Pro ekonomiky vyspělých států se proto média stávají velmi

---

<sup>4</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 313-314. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>5</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 197. ISBN 80-7178-926-7.

zajímavým odvětvím, masové publikum odevzdává zajímavé částky vlastníkům médií, hradí také nepřímou mzdu pracovníků, kteří v médiích působí. Jen pouhá masovost není ovšem tím nejdůležitějším na příjemcích mediálních produktů, pojem masa nenaznačuje jen početné publikum, ale určitý typ publika.

Publikum může být považováno za masu, když splňuje čtyři charakteristické rysy, kterými jsou:

- různorodost
- anonymita
- žádný kontakt
- žádné vedení

Publikum je různorodé, když se skládá z lidí s různými charakteristikami. Druhým rysem je, že příslušníci musí být anonymní, zatřetí není mezi jednotlivými členy publika prakticky žádný kontakt. A za čtvrté, masa nemá žádné vedení nebo hierarchii, není organizovaná a nedokáže jednat s konkrétním cílem. Panují ovšem také názory, že publikum jednotlivých médií je vyprofilované, snižuje se anonymita a příjemci mezi sebou udržují kontakty, například pomocí diskuzí na sociálních sítích. Studium médií přináší poznání, že jednotlivá média si publikum dokáží vytvořit nebo se alespoň na jeho vytváření podílejí a že členové takového publika na sebe nemusí mít jiné vazby než vytvořené společným médiem. Poukazuje však i na to, že pro takto vytvořená publika vzniká řada produktů, které spolu s médii jako celek představují osobitou masovou kulturu. Platí ovšem, že televizní stanice vytváří podobnému typu publika předem určené pořady.<sup>6</sup>

### **Typologie publika**

Publikum existuje celá řada, tyto cílové skupiny se mohou lišit výběrem jednotlivých médií, žánrů, sportovních utkání, zastáváním odlišných kulturních pozic. Publikum můžeme chápat jako produkt sociální souvislosti, kdy sdílíme zájem o kulturu,

---

<sup>6</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 315-317. ISBN 80-85947-67-6.

sledujeme stejný fotbalový tým nebo požadujeme informace podobného typu, ale také jako produkt masových médií, která jej formují ke svému obrazu. Můžeme hovořit o filmovém, či televizním publiku, divácích konkrétní stanice nebo čtenářích vybraného časopisu. Publikum se také vytváří kolem konkrétního pořadu nebo kolem osob, které pořad ztělesňují. V tomto případě můžeme hovořit o fanouškovských subkulturách, které mohou podržovat i svůj životní styl nebo mluvu zájmu o vybraný obsah. Typologie diváků lze také dělit dle typu užívaného média, jedná se o publika divácké, posluchačské nebo čtenářské.<sup>7</sup>

### **Produkt a publikum**

Samotné publikum z velké míry ovlivňuje medií vytvářený produkt. Z prezentovaného materiálu musí být zcela patrné, komu je primárně určen. Pokud se publikum s produktem ztotožní, vytvoří si k němu vztah. Média ve skutečnosti publikum promítají do svého produktu. Součástí vazby mezi médiem a publikem je i marketing, prodej předpokládané pozornosti diváka je základem ekonomiky každého produktu. Atraktivnost prodeje reklamy konkrétního pořadu v televizi určuje výše sledovanosti. Specifikace publika inzerentovi reklamy přibližuje typ publika, kam bude jeho reklama mířit. Médium v té chvíli dodává inzerentovi publikum jako výrobek, dokáže je zařadit podle různých kritérií, mj. podle věkového, sociálního, ekonomického zařazení. Publikum je vnímáno jako faktor, který nejenom pomáhá prodávat mediální produkt, ale také výslednou podobu produktu významně podmiňuje. Například zařazení pořadů do vysílacího schématu v televizi je užíváno tak, aby oslovovaly a tím formovaly široce vymezené kategorie příjemců.<sup>8</sup>

### **Nalezení a způsoby oslovení cílového publika**

Aby byla mediální komunikace úspěšná, je třeba si především určit a popsat cílové publikum, na základě toho připravit marketingovou strategii a produkty, aby patřičně odpovídaly životnímu stylu a potřebám publika, k čemuž pomáhají průzkumy trhu, které se snaží získat informace o společenském chování a zvycích různých skupin obyvatelstva, ale i o tom, kterým produktům dávají přednost nebo které naopak

---

<sup>7</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 200-201. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>8</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 319-323. ISBN 80-85947-67-6.



postrádají. Marketingové postupy a případný nový produkt lze také využít k tomu, aby se našel a určil nový typ publika, které do té doby neexistovalo. Není tím pochopitelně myšleno, že by se našla část populace, která nikdy nesledovala televizi nebo nečetla noviny, děje se to tak, že produkt je nabídnut na trhu a najde si v existující populaci dostatek příjemců, kteří jsou připraveni nabízený výrobek přijmout a vytvořit publikum.<sup>9</sup>

Způsoby oslovení a jednání s ním vedou k identifikaci a přilákání konkrétního publika. V mediální komunikaci je popsán styl či způsob jednání s publikem, tedy způsob, jakým mediální text promlouvá k publiku verbálními, vizuálními či jinými prostředky, s cílem navázat kontakt s publikem a probudit u něj zájem. Způsobů, jakými může pořad oslovit publikum je mnoho, osvědčeným pro mladé diváky může být chování moderátora pořadu takové, že se často a poctivě obrací přímo na diváky u televizních obrazovek a snaží se je vtáhnout do děje za cílem podpoření iluze ztotožnění publika a navození komunikační situace, v níž bude pořad pro diváky přitažlivý. Z variability možných oslovení vyskytujících se v reklamě, můžeme učinit podstatný závěr, že způsob oslovení staví příjemce do určité polohy a do určitého vztahu vůči sdělení. Příjemci jsou oslovováni, jako by patřili do konkrétní skupiny lidí a měli konkrétní sociální roli. Toto zařazení jim pomáhá přistoupit na preferované čtení vepsané do textu a bere jim alespoň jistý díl svobody a volnosti přečíst text, jak se jim zlíbí.<sup>10</sup>

Publika jsou nedílnou součástí celého procesu mediální komunikace. V mnoha směrech jsou podstatou mediálního podnikání, protože tam, kde není publikum, není objednavatel reklamy, nejsou tam výnosy a není tedy důvod podnikat. Publikum dodává celé mediální komunikaci smysl, kvůli němu se vše připravuje, vyrábí, uskutečňuje. A smysl narůstá s velikostí publika, kdy se média stávají stále významnějším faktorem socializace příjemců. Vzhledem ke svým velikostem mohou publika vlastníkům masových médií přinášet obrovské zisky. V mediální komunikaci hrají aktivní úlohu, což lze doložit například nepřímými reakcemi na média, když se něco díky nim stane

---

<sup>9</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 325-326. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>10</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 326-329. ISBN 80-85947-67-6.

tzv. módním. Mediální výstupy jsou publikem využívány k uspokojení konkrétních existujících potřeb, mezi které patří potřeby být informován, prožívat ztotožnění, zapojení se do společenské interakce, být baven nebo rozptýlen. Publika, média a kultura jsou vzájemně propojeny a navzájem se ovlivňují.<sup>11</sup>

### **Sportovní publikum**

Publikum sportovních kanálů se v minulosti skládalo primárně z mužské populace, všech věkových kategorií a dosaženého vzdělání. Muži doposud převažují mezi diváky sportovních stanic, ale zdaleka ne již takovou měrou. Ve srovnání se ženami sledují muži ve větším počtu především v pravidelném cyklu se opakující domácí ligové soutěže ve fotbale a hokeji, evropské poháry v kopané či kvalifikační skupiny pro sportovní šampionáty typu mistrovství světa či mistrovství Evropy. Ve sportovním prostředí je zájem o příběh (příběhem není myšlen pouze vývoj samotného utkání, ale i umístění oblíbeného klubu v tabulce, kdo na konci ligy vyhraje titul, kdo sestoupí apod.), o pravidelně se rozvíjející zápletky především doménou mužů. Podíl žen v publiku pak stoupá u významnějších jednorázových akcí, jakými jsou olympijské hry či mistrovství světa v hokeji, ale i zde ženy spíše preferují až finálová utkání.<sup>12</sup>

## **1.2 Účinky audiovizuálních médií**

Jaké mají média účinky, jakou mají moc? Jedná se oprávněně o jedno z nejvíce zmiňovaných témat při studiu médií? Média ovlivňují, ať už přímo nebo nepřímo názory diváků, představy o vnějším světě, přesvědčení, hodnoty a hlavně naše chování. Ne nadarmo se médiím, tedy těm masovým, říká sedmá velmoc světa. Někdy jsou však také označovány jako velmoc čtvrtá po moci zákonodárné, výkonné a soudní.

---

<sup>11</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 339-343. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>12</sup> LACHMAN, T. *Sport a televize: láska na první pohled* [online]. 4. 2. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret\\_lachman\\_11.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret_lachman_11.pdf)

Média, která se věnují procesům komunikace mezi lidmi, kdy se snaží publikum podle svých komunikačních možností ovlivnit a lze tedy předpokládat, že na něj mají účinný vliv. Jak velký je tento vliv je ovšem velmi těžké prokázat, jelikož nelze dostatečně efektivně oddělit vliv médií od působení ostatních faktorů. Na účinky médií můžeme pohlížet ze dvou stran. Jednak je možné sledovat chování médií v určité souvislosti, anebo můžeme sledovat chování příjemců sdělení v určitém kontextu mediálních materiálů a z pozorování vyvozovat účinky. V obou případech je ovšem důležitá okolnost sdělení, angažovanost příjemce, jeho znalosti daného tématu. Zápas, ve kterém nastoupí oblíbený tým, případně tým, který s oblíbeným týmem soupeří v tabulce o lepší pozici, diváka zaujme mnohem více než v případě zcela odlišného klubu z druhého konce tabulky. Samotné účinky médií můžeme dělit na krátkodobé neboli okamžité a na dlouhodobé, nepřímé, zprostředkované. S působením medií bývá také spojován jejich negativní dopad.<sup>13</sup>

Důsledky působení masových médií se u příjemců projevují v jejich chování, jednání nebo ovlivnění názorů. Mediálním účinkem může být označena změna orientace nebo síly postoje, která by se neuskutečnila, pokud by příjemce nepřišel do styku s dotčeným mediálním obsahem.<sup>14</sup>

### **Krátkodobé nebo dlouhodobé účinky?**

Působení účinků lze posuzovat také z hlediska časového zpoždění. Rozlišují se na krátkodobé, kdy se jedná například o okamžitou inspiraci násilnými činy nebo pokud divák shlédne reklamu a inzerovaný produkt jde ihned zakoupit. Opakem je účinek dlouhodobý, jedná se například o nepřímé účinky v oblasti socializace.<sup>15</sup>

Dlouhodobější účinky se pokaždé dostaví za delší dobu a týkají se spíše změn v názorech než v bezprostředním chování či jednání. Tento účinek je ovšem složitý

---

<sup>13</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 347-349. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>14</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 297-300. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>15</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 301. ISBN 80-7178-926-7.

potvrdit, jelikož je velice komplikované, až možná i nereálné, zkoumat publikum v dostatečně dlouhém časovém úseku, aby bylo možné prokázat, že se jejich názor nebo postoj změnil v závislosti na sledování konkrétního média a nedošlo k té změně po ovlivnění například od přátel.<sup>16</sup>

### **Některé konkrétní vybrané účinky médií**

Nastolování agendy – média dokáží určit pořadí témat, která jsou pro společnost prioritní. Tímto dokáží i odvádět pozornost veřejnosti od skutečně důležitých témat a připoutávat k méně důležitým, případně mediálně atraktivním tématům.

Odcizení – masový charakter mediální komunikace je také schopný vnutit pocit vzájemné izolace jednotlivců. Je to dáno odváděním diváků od aktivní účasti na životě společnosti, vzdalováním od ostatních osob.

Znecitlivění – vycházející z představy, že pokud je někdo neustále vystavován mediálnímu působení, tak vůči němu citově zlostejní, kupříkladu snížení prahu citlivosti k násilí.

Učení – média dokáží diváky vzdělávat, rozšiřovat jejich poznatky, vědění. Předávají jim nové poznatky a dovednosti.

Socializace – předkládají jednotlivcům normy, hodnoty a přijatelné vzorce chování, které pomáhají se socializovat, začlenit do společnosti.

Společenská kontrola – schopnost kontroly publika upřednostňováním argumentů ve shodě, zákony a upořádání společnosti oproti argumentům, které zpochybňují to, jak společnost funguje.

Definování skutečnosti – tedy definice sociální skutečnosti, toho, co lidé považují za opravdové, normální a správné.

Podpora a posilování dominantní ideologie – podpora a prosazování převažujícího pohledu na svět, na mocenské vztahy mezi skupinami ve společnosti.

Zpětný účinek – medializování konkrétní skutečnosti ovlivňuje další průběh této události.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 349-350. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>17</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 353-357. ISBN 80-85947-67-6.

## **2 HISTORIE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ A FOTBALU**

Televizní vysílání je soustava telekomunikačních zařízení pro vysílání a přijímání rychlého sledu obrázků a zvuku. V současné době je na celém území České republiky provozováno digitální televizní vysílání. K tomuto stavu se ovšem bylo třeba dopracovat postupnými kroky.

### **2.1 Vznik televize a televizního vysílání ve světě**

Počátky televizního vysílání, které byly závislé na vývoji techniky, sahají až do devatenáctého století, kdy se začínají objevovat první pokusy přenosu obrazu na dálku. Skotský profesor filosofie Alexander Bain charakterizoval přenos obrazu tak, že snímáný obraz musí být rozdělen na řadu bodů různých světelných hodnot, jednotlivé body je nutné převést na elektrické impulsy, vést je na místo příjmu obrazové informace a zde je opět zpětným pochodem převést na hodnoty světelné. Oba tyto pochody se musí uskutečnit naprosto současně, synchronně. Jako velký pokrok se jevil Nipkowův kotouč, patentovaný v roce 1884 označený jako mechanická televize. Zásadní vývojový zvrat ovšem přinesl patent na snímací elektronku z roku 1923, kterou její vynálezce Vladimír Kosma Zworykin nazval ikonoskop, na obrazovku označenou termínem cinescop, čímž položil základ elektronického systému. Britský vynálezce John Logie Baird po řadě pokusů s proměnlivými výsledky donutil pod tlakem veřejnosti rozhlasovou společnost BBC a Ministerstvo pošt k zahájení pravidelného televizního vysílání ve Velké Británii, jako první zemi na světě a to dne 2. listopadu 1936. Vysílání bylo uskutečněno mechanickým systémem, který postupně ustoupil perspektivnějšímu elektronickému systému. Před začátkem druhé světové války mechanickým systémem začali vysílat další země, včetně Francie, Německa a USA. Období zpřístupnění televize široké veřejnosti, nazývané televizní explozí, spadá však až do padesátých let dvacátého století, kdy se konal nejmasovější rozvoj televizního vysílání. Mnohaletý posun mezi zahájením pravidelného vysílání v roce 1936 a hromadným rozvojem v padesátých letech byl způsoben ukončením vysílání v předvečer druhé světové války roku 1939, které bylo obnoveno až 7. června 1946,

více jak rok po skončení války. Velkému rozšíření také bránila vysoká cena televizních přijímačů.<sup>18</sup>

Signál londýnského vysílače BBC byl při zahájení vysílání v roce 1936 úspěšně přijímán až do vzdálenosti 150 km, vysílalo se ve vysoké obrazové kvalitě 405 řádek denně od 15 do 16 hodin a od 21.30 do 23.00 hodin.<sup>19</sup>

V roce 1946 Peter Carl Goldmark předvedl první funkční systém a přijímač barevné televize, o dva roky později byl v americké Pensylvánii zaveden první systém kabelové televize. V roce 1962 je vypuštěn první satelit pro televizní vysílání, o sedm let později je uskutečněn přímý televizní přenos z Měsíce.<sup>20</sup>

## 2.2 Vývoj televizního vysílání u nás

V roce 1928 se docent experimentální fyziky Univerzity Karlovy Jaroslav Šafránek, ve Fyzikálním ústavu v Praze, započal intenzivně věnovat výzkumu televizního zařízení. Vše započalo londýnské setkání téhož roku s Johnem Bairdem, průkopníkem televize v Británii. O dva roky později zkonstruoval František Pilát, student Vysoké školy technické v Brně, první přijímač pro mechanickou televizi a zachytil na něm experimentální vysílání z Londýna a Berlína. Ve stejném roce byl v českém časopise *Radioamatér* publikován první návod ke stavbě přijímače televizního vysílání v soustavě 30 řádek a 12,5 snímků za sekundu.

V roce 1934 docent Jaroslav Šafránek se svými spolupracovníky ve Fyzikálním ústavu, po zakoupení Weillerova kola, Kerrova článku a Nipkowova kotouče, zahájil práce na konstrukci televizního přijímače v systému 30 řádek. Spojení zakoupených dílů a vlastních vyrobených součástek mu umožnilo první praktické pokusy s příjmem

---

<sup>18</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 77-80. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>19</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 187. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>20</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 87. ISBN 978-80-86723-73-0.

vysílání. Téhož roku Ministerstvo pošt a telegrafů sestavilo skupinu tří expertů v čele s Aloisem Singerem, která měla zjistit aktuální stav televize ve světě a připravit doporučení, kdy bude možné zahájit pokusné vysílání v Československu. Pracovní termín spuštění byl tehdy stanoven na rok 1937. V prosinci 1934 komise poprvé zasedala a se žádostí o informace se obrátila na britskou stanici BBC, italskou společnost RAI a německé ministerstvo pošt. Zároveň komise požádala Patentní úřad v Praze, aby její členové mohli volně studovat přihlášené naše i cizí patenty se vztahem k televiznímu vysílání.<sup>21</sup>

V březnu 1934 bývalý docent drážďanské technické univerzity Matthias Färber veřejně představil v Praze televizní princip. Následující měsíc v Praze založil Televizní komisi, která ovšem stihla vydat jen dvě čísla česko-německého časopisu *Televise* a následující rok se rozpadla, což zapříčinila ztráta zájmu československých úřadů o plány komise po kontaktu Färberových asistentů se Sudetoněmeckou stranou. Färber poté odjíždí do západní Evropy.<sup>22</sup>

Docent Jaroslav Šafránek v prosinci 1935 dokončil první přijímací televizní aparaturu u nás, na základě mechanického principu rozkladu televizního obrazu. Následně představil veřejnosti své televizní zařízení, se kterým uspořádal dvouměsíční turné po Československu, spojené s přednáškami, kdy navštívil celkem 43 měst. V roce 1936 napsal knihu *Televise*, v níž shrnul své přednášky a doposud publikované články. V roce 1937 Jaroslav Šafránek přihlásil k patentování zařízení pro barevnou televizi.

V červnu 1936 Československá pošta zřídila správu stavby pokusného televizního vysílání a správcem stanovila ing. Aloise Singera, člena televizní komise. Zároveň schválila rozpočet na tuto akci ve výši 850 000 korun.

Počátkem roku 1937 Ministerstvo pošt a telegrafů v Praze na Žižkově v budově Technického zkušebního ústavu správy pošt vyčlenilo prostory pro televizní vysílač, který ovšem nikdy nezačal vysílat obraz, vysílal pouze nosnou vlnu a sloužil k výzkumu

---

<sup>21</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 183-185. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>22</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 184. ISBN 80-246-0632-1.

šíření velmi krátkých vln. Skupina pracovníků ministerstva zároveň odjela do Londýna, Paříže a Eindhovenu, aby získala více zkušeností s tamními televizními zařízeními.

Docent Šafránek v roce 1937 novinářům předvedl nový typ televizního přístroje s katodovou trubicí, zároveň začal pracovat na televizním přístroji v soustavě 242 řádků a obrazovkou o uhlopříčce 22 cm. Na vývoj obdržel státní příspěvek ve výši 41 000 korun. Tento vývoj dokončil až 1. 3. 1939, kdy se svým spolupracovníkem ing. Josefem Kapounem dokončil plně elektronickou televizi. Další pokrok se v této době neuskutečnil, protože pracoviště docenta Šafránka ve Fyzikálním ústavu UK v Praze v listopadu 1939 obsadili Němci při okupaci Československa a tím znemožnili další práci. Televizní zařízení vlastní výroby uschoval v pardubické továrně Telegrafia.<sup>23</sup>

V roce 1943 se berlínská firma FERNSEH přestěhovala do objektu textilní továrny v Dolní Smržovce u Tanvaldu, aby zde pracovala na vojenských zakázkách. Již v 30. letech se zabývala vývojem televizní techniky. Neoficiálně se zaměstnanci věnovali i vývoji televizního zařízení v soustavě 625 řádků. V květnu 1945 se podnik přejmenoval na Televid a pokračoval ve výzkumu televizních přijímačů. V červenci podnik převzala sovětská vojenská správa, která sem přivedla několik odborníků z Leningradského televizního institutu. V říjnu se zde konala stáž pod vedením docenta Šafránka, za účasti odborníků z Ministerstva průmyslu, Poštovního technického a zkušebního ústavu, Vojenského technického ústavu, Přírodovědecké fakulty UK a Československého rozhlasu. Kolektiv vědců a techniků spolu se zbylými německými odborníky a pracovníky z Leningradu vyvíjel televizní zařízení v soustavě se 625 řádky a 50 pulsů. V prosinci 1945 byl podnik Televid zlikvidován, jelikož Rudá armáda odvezla zařízení laboratoří jako válečnou kořist. Spolu se zařízením odjeli i sovětsí odborníci a někteří němečtí zaměstnanci. Čeští pracovníci Vojenského technického ústavu a Československého rozhlasu odjeli do laboratoří VTÚ v Tanvaldu, kde byl za války Ústav pro výzkum a vývoj elektronek. Další výzkum snímacích elektronek a obrazovek probíhal pod záštitou Vojenského technického ústavu a byl financován Vojenskou správou a Ministerstvem financí. VTÚ mělo za cíl do konce roku 1948

---

<sup>23</sup> KÖPPOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 185-188. ISBN 80-246-0632-1.



provézt pokusný televizní přenos. V roce 1947 pracovníci VTÚ dokončili první řetězec o čtyřech kamerách se snímací elektronikou typu superikonoskop, dvojicí televizních synchronizátorů, dvěma samostatnými soupravami pro režii obrazu. Zároveň probíhala výroba 25 televizních přijímačů o úhlopříčce 30cm. Na jaře 1948 Vojenský technický ústav představil novinářům přijímač s obrazem 625 řádků a 25 obrazů za sekundu. Tento systém byl postaven na základě americké normy NTSC.

V květnu a červnu téhož roku bylo veřejnosti představeno televizní zařízení, kdy kamera snímala provoz na křižovatce ulic, kam vedla okna promítacího sálu a diváci se tak mohli přesvědčit, že na obrazovce vidí stejné dění, jaké v té chvíli probíhá na ulici. V červenci 1948 technici VTÚ umístily po Praze 25 přijímačů, kam byl vysílán přenos ze tří kamer na Strahovském stadionu, kde probíhal všesokolský slet. Obrazová režie se nalézala v hlavní tribuně, která byla koaxiálním kabelem spojena s vysílačem na Petříně, odkud se signál šířil. Odborníci VTÚ na jaře 1949 museli přestat s prací v oblasti televize, protože vzhledem k politické situaci dostali příkaz zaměřit se na speciální vojenskou techniku, tzv. radiolokaci. V jejich práci pokračoval nově založený Výzkumný ústav radiokomunikací, který spadal pod Ministerstvo spojů a jako jediný se mohl zabývat výzkumem televizní techniky. VÚRK dostal za úkol vyvinout televizní zařízení určené pro pravidelný provoz a sestavené výhradně z domácích součástek. Od roku 1951 se z budovy VÚRK při významných dnech pokusně vysílalo, signál byl přenášen na Petřín pomocí radioreléového spoje.

V roce 1952 Výzkumný ústav pro sdělovací techniku a.s. Popova vyrobil sériové prototypy televizního přijímače a podnik Tesla Strašnice uskutečnil náběhovou sérii Tesla 4001 a výrobu dvou typů přijímacích antén. Vláda zároveň pověřila Ministerstvo spojů a Hlavní správu radiokomunikací technicky zajistit televizní studio v Praze, v technicky zcela nevyhovujícím domě Měšťanské besedy ve Vladislavově ulici. Pro vysílač sloužila rozhledna na Petříně, která v roce 1953 prošla adaptací. Televizi tvořily dva podniky, za technickou část odpovídal podnik Správa spojů – Televize Praha, který měl na starosti studiový provoz, údržbu a provoz vysílače Petřín. Druhým podnikem bylo Televizní studio Praha, které bylo střediskem Československého rozhlasu. Studio se organizačně dělilo na úsek dramaturgie a provozu. V úseku dramaturgie bylo pět

redakcí: literárně-dramatická a pořady pro děti, hudební, filmová, politicko-zpravodajská a kulturní. Úsek provozu zahrnoval výrobu, studio, dílny a vlastní správní zaměstnance.<sup>24</sup>

### 2.2.1 Historie Československé televize

Dne 1. 5. 1953 bylo zahájeno veřejné zkušební vysílání československé televize, ze studia v objektu Měšťanské besedy. Úvodní slovo pronesl herec Jaroslav Marvan. Televize vysílala tři dny v týdnu, v létě pouze dva dny, týdně necelé čtyři hodiny. Do roku 1956 přebírala televize v době od 19:00 do 19:30 zvukovou modulaci rozhlasových novin.

V listopadu 1953 bylo rozšířeno vysílání na 4 dny v týdnu (úterý, pátek, neděle a nově čtvrtek) a začalo vysílání pro děti, kterým bylo vyhrazeno v programu každý týden čtvrteční odpoledne.

Prodej televizních přijímačů Tesla 4001 po měnové reformě roku 1953 byl velmi nízký, prodalo se jenom 500 kusů. Pořizovací cena činila čtyřnásobek průměrné měsíční mzdy. Lidé raději sledovali televizi v závodních klubech, knihovnách nebo na nádraží. Tam byly televizory značky Leningrad, které zakoupila vláda a zapůjčila je vybraným státním institucím, podnikům a jednotlivcům. Po snížení ceny televizoru Tesla 4001 na polovinu a zároveň po zvýšení kvality příjmu po technické stránce, se prodej zvýšil v roce 1954 na přibližně 13 000 kusů. V roce 1954 se vysílalo 8,8 hodin týdně, vznikla Filmová výrobní skupina, která zajišťovala výrobu filmových dotáček do živých studiových pořadů i hraných televizních filmů.

9. 2. 1954 vláda prohlásila televizní vysílání od 25. února 1954 za pravidelné. V říjnu téhož roku byl odvysílán šot z mezistátního utkání atletů, který byl prvním pohyblivým materiálem, který byl natočen a odvysílán zaměstnanci televizního studia ve stejný den, kdy se událost stala. Zpravodajské materiály doposud natáčeli pracovníci Československého filmu. Rok 1955 znamenal zřízení komise, která se zabývala

---

<sup>24</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 188-193. ISBN 80-246-0632-1.

výstavbou vysílačů a televizních studií. Vysílací doba byla 16 hodin týdně, začalo se vysílat i v sobotu. Zahájena byla výstavba radiokomunikačního střediska v Hošťálkovicích u Ostravy a byl odvysílán první přímý přenos, a to z hokejového utkání v Praze na Štvanici. Značnou popularitu si získaly mezi diváky přímé přenosy z cyklistického Závodu míru, první přímý přenos z fotbalového utkání mezi Spartakem Sokolovo (Sparta Praha) proti polskému týmu Polonia Bytom a na přelomu června a července přímé přenosy z I. celostátní spartakiády v Praze. Zahájení vysílání sportovních přenosů výrazně zvýšilo zájem lidí o koupi přijímačů. V říjnu se také rozšířilo vysílání na 6 dnů v týdnu, nově přibyla středa. Po více jak měsíčním testovacím provozu zahájilo 31. 12. 1955 vysílání Televizní studio Ostrava.<sup>25</sup>

V roce 1956 vznikla televizní sportovní redakce, vysílací doba byla 28,8 hodiny týdně na českém okruhu a bylo vytvořeno první pevné vysílací schéma, kdy každý den měl svoji charakteristiku. Středy byly vyhrazeny přímým přenosům inscenací ze studia, nedělní odpoledne patřilo sportovním přenosům, večery téhož dne zase patřily filmu. Československé televizi se podařilo zajistit a uskutečnit první přímý přenos ze zahraničí, vysílány byly Zimní olympijské hry v Cortině d'Ampezzo. Signál se přenášel z Itálie přes NSR a NDR.

11. 3. 1956 byl poprvé odvysílán zpravodajský sportovní pořad Branky – body – vteřiny, o měsíc později byl založen televizní archiv a v říjnu vznikla hlavní redakce televizního zpravodajství. Redakce zapříčinila pokusné vysílání pořadu Televizní aktuality a zajímavosti, první samostatné zpravodajské relace. Doposud byla vysílána čtvrt hodina čtených zpráv Československého rozhlasu a na obrazovce se objevoval nápis, že jsou nyní přepojeny rozhlasové zprávy. Divák tedy v televizi slyšel totožné zprávy, které si mohl poslechnout v rozhlase. V listopadu zahájilo vysílání bratislavské televizní studio, televize tím začala vysílat i na Slovensku, které bylo do té doby mimo dosah televizního signálu.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 193-200. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>26</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 200-202. ISBN 80-246-0632-1.

V roce 1957 byla vysílací doba televize 33 hodin, bylo zavedeno pravidelné každodenní vysílání zpravodajského pořadu Televizní aktuality a zajímavosti v délce 25 minut a vysílání rozhlasových aktualit bylo zrušeno. V květnu se uskutečnil první televizní přenos z ČSR do západoevropských zemí, konkrétně z mistrovství Evropy v boxu ze Zimního stadionu v Praze.<sup>27</sup>

Rok 1958 přinesl navýšení vysílacího času na českém okruhu na 37 hodin týdně, na slovenském se vysílalo 31,5 hodiny, zahájení pravidelného vysílání pro mateřské školy a pravidelné vysílání Televizních novin, které probíhalo šest dní v týdnu ve dvou vydáních, obvykle v průběhu a na konci vysílání. Byly uskutečněny přímé přenosy z mistrovství Evropy v krasobruslení z Bratislavy, poprvé v Evropě bylo krasobruslení uvedeno na televizní obrazovku živě. Samotný konec roku 1958 přinesl spuštění vysílání i v pondělí a to se tak stalo každodenním. Pondělky zajišťovalo bratislavské studio, které uvádělo vysílání pro děti, aktuality ze sportu, zpravodajský přehled minulého týdne a původní televizní inscenaci. Pondělní slovenské inscenace se staly tradicí a byly vysílány až do zániku Československé televize v roce 1992.<sup>28</sup>

V roce 1959 zahájil provoz vysílač Kojál u Brna, který pokrýval území jižní Moravy, části východních Čech a západního Slovenska. Dále začal vysílat jihočeský vysílač Klet' a východočeský vysílač Krásné. Kojál byl o výšce 332,4 metrů v té době nejvyšší stavbou v republice, Klet' měřila 115,6 metrů a Krásné 179 metrů.<sup>29</sup>

Rok 1960 přinesl navýšení vysílacího času na českém okruhu na 47,1 hodin, na slovenském 43,9 hodin, dále byl uveden do provozu západočeský vysílač Krašov a Buková Hora pro severní Čechy. Poprvé mohli diváci sledovat přímé přenosy z letních olympijských her v Římě.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 202-203. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>28</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 206-209. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>29</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 209-210. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>30</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 212-213. ISBN 80-246-0632-1.

V roce 1961 zahájilo vysílání Televizní studio Brno a byl spuštěn středočeský vysílač Cukrák, čímž byla zakončena výstavba základní sítě televizních vysílačů. O rok později zahájilo pravidelné vysílání Televizní studio Košice. Dne 1. 4. 1963 vznikla společnost Správa radiokomunikací (nyní České Radiokomunikace), které odpovídala za výstavbu a správu sítě televizních vysílačů. O měsíc později byl z Petřína uskutečněn první pokusný přenos barevného televizního signálu. V květnu bylo zahájeno dopolední vysílání pro školy, dva dny v týdnu, pro třetí až pátý ročník. V listopadu ČST vysílala v přímém přenosu prostřednictvím družice Telstar pohřeb zavražděného prezidenta USA J. F. Kennedyho. V roce 1964 bylo započato vysílání pořadu Večerníček, z počátku jen jednou týdně.

Od října bylo schéma rozšířeno o páteční dopolední vysílání, v roce 1965 vysílací doba na českém okruhu byla již 60,5 hodiny týdně, na slovenském 58,5 hodiny. Na tisíc domácností připadalo v Československu 478 televizorů, což bylo srovnatelné s NDR, kde jich bylo 496. Pouze Švédsko a Velká Británie nás významně převyšovaly, počet zde byl 700, respektive 890. ČST 16. ledna 1965 podepsala smlouvu s ÚV ČSTV, ve které se stanovilo, jakou částku bude televize platit sportovním svazům za přímé televizní přenosy. Smlouva byla reakcí na situaci z roku 1963, kdy některé sportovní kluby odmítaly vpouštět televizní štáby na sportoviště, protože se jim snížil počet platících diváků, v závislosti na přímých přenosech.<sup>31</sup>

V roce 1966 bylo zahájeno pravidelné vysílání pro školy, byl uskutečněn první přímý přenos z Afriky a na mezinárodním veletrhu v Brně byla prezentována barevná televize, která vysílala signál přenášený z pražského Výzkumného ústavu radiokomunikací.<sup>32</sup>

1. 6. 1968 bylo provedeno pokusné barevné vysílání z Výzkumného ústavu radiokomunikací na Pražský hrad. V den okupace Československa sovětskými vojsky, ČST již ve 4:30 hodin začala vysílat z Měšťanské besedy mimořádné zpravodajství, v půl deváté obsadili studio okupanti a přerušili vysílání. Televize přesunula vysílání do

---

<sup>31</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 214-225. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>32</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 228-230. ISBN 80-246-0632-1.

studia Skaut, ale tam byl v 11:40 přímý přenos také přerušen, další vysílání probíhalo až do 23. srpna z vysílače Cukrák a z Výzkumného ústavu a.s. Popova pro sdělovací techniku v Praze 4, do 26. srpna se vysílalo z rozestavěného objektu v Praze na Petřinách a také se vysílalo z vysílačů Klet' a Krašov. Po personálních změnách ve vedení ČST bylo vysílání obnoveno 4. 9. 1968 Televizními novinami.<sup>33</sup>

V únoru 1970 bylo zahájeno zkušební vysílání na druhém programu, které v květnu přešlo v pravidelné. Z počátku se vysílalo jen 6 hodin týdně a to v úterý, ve čtvrtek a v neděli. Vysílací doba na českém okruhu byla již 75,2 hodiny týdně, z toho druhý program 10,3 hodiny týdně. Slovenský okruh vysílal 73,4 hodiny, z toho druhý program 8,2 hodiny. Podařilo se uskutečnit první barevný přímý přenos ČST do zahraničí, do 30 států, vysíláno bylo mistrovství světa v lyžování ve Vysokých Tatrách. Do provozu byl uveden první studiový blok v novém televizním centru v Praze na Kavčích horách, čítající dvě studia. Vládou bylo nařízeno přebudování černobílých studií na barevnou technologii a přechod na systém SECAM.<sup>34</sup>

Rok 1971 přinesl zavedení výzkumů sledovanosti a úspěšnosti televizních programů. V květnu zahájil činnost vysílač Ještěd, architekt Hubáček za jeho návrh obdržel významná světová ocenění, mj. Perrotovu cenu ve Francii.

V roce 1972 se na druhém programu vysílalo již čtyři dny v týdnu a bylo uskutečněno barevné vysílání z mistrovství světa v ledním hokeji v Praze. Do provozu bylo uvedeno experimentální studio Jezerka, sloužící pro výrobu pořadů barevného vysílání. Televize v roce 1973 vysílala na druhém programu již pět dní v týdnu. Nově bylo nasazeno opakovací zařízení HS 100, které umožňovalo vrácení obrazu o 36 vteřin zpět a zpomalenou reprodukci, což ocenili především sportovní fanoušci, kdy bylo možné v rámci přímého přenosu zopakovat gólovou situaci nebo například sporný moment. Tato „opakovačka“ byla symbolická blikajícím velkým písmenem R v rohu obrazovky.

---

<sup>33</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 234-235. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>34</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 243-245. ISBN 80-246-0632-1.

Změna ve vysílacím schématu přinesla posun začátku večerního vysílání již na 18. hodinu, kdy byl vysílán Večerníček. Do trvalého provozu bylo uvedeno Televizní studio Jezerka. Na II. programu bylo zahájeno pravidelné barevné vysílání.<sup>35</sup>

V roce 1974 se vysílalo na druhém programu 6 dnů v týdnu, o rok později se na českém okruhu vysílalo 108,3 hodin týdně, z toho II. program 29,9 hodiny, na slovenském okruhu 104,1 hodiny, z toho II. program 30,5 hodiny. Signál I. programu pokrýval 94,5 % území, II. program 43 % území ČSSR. Do provozu bylo spuštěno 11 nových vysílačů II. programu, z celkového počtu 24. Na prvním programu bylo zahájeno pravidelné barevné vysílání. V roce 1976 se na II. programu vysílalo již každodenně, zároveň došlo na úpravu názvu sportovní relace Branky – body – vteřiny na název Branky – body – sekundy. Tuto změnu zapříčinila mezinárodní úmluva, podle které je jednotka času jen sekunda, zatímco vteřina značí velikost úhlu. Tato změna trvala až do roku 1993, kdy se pořad vrátil ke svému původnímu názvu.<sup>36 37</sup>

V roce 1978 byl uskutečněn přímý přenos rozhovoru s kosmonautem Vladimírem Remkem z kosmické lodi. V roce 1979 byl zprovozněn Objekt Televizních novin v Praze na Kavčích horách. Z tohoto objektu ČST zahájila pokusné barevné vysílání Televizních novin. Objekt byl připraven k přípravě a vysílání hlavních celostátních zpravodajských relací.

Televizní signál I. programu v roce 1980 pokrýval 95 % území, signál II. programu pokrýval 65,5 % území.<sup>38</sup>

2. 5. 1988 ČST zahájila pravidelné vysílání teletextu o kapacitě 150 až 200 stran zpravodajských a informačních magazínů. V listopadu téhož roku bylo zahájeno vysílání teletextu v obraze.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 246-250. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>36</sup> *Branky Body Vteřiny 60 let* [online]. 2016 [cit. 2016-10-10]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let/21647129403/>

<sup>37</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 250-254. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>38</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 257-259. ISBN 80-246-0632-1.

Listopadové události roku 1989 v Československu podpořili zaměstnanci Československé televize shromážděním v areálu Kavčích hor a ve svém prohlášení požadovali potrestání viníků zásahu na Národní třídě a objektivní televizní zpravodajství. Mezi další požadavky patřila demise vlády, zveřejnění nejdůležitějších petic a prohlášení a odvysílání záběrů pořízených studenty na Národní třídě. Po osmé hodině 24. listopadu bylo odvysíláno prvních pět minut brutálního zásahu Sboru národní bezpečnosti na Národní třídě, proti neozbrojeným demonstrujícím studentům. O několik dní později- 27. listopadu, zaměstnanci ČST podpořili celostátní generální stávkou. Pracovníci televize zajišťovali aktuální vstupy z vybraných míst stávkou a uspořádali manifestační průvod v Praze, kterého se zúčastnilo asi 8 tisíc lidí a byl snímán kamerami ČST a záběry se jako živé vstupy objevovaly ve vysílání z generální stávkou.

Československá televize hrála důležitou roli po dobu revolučního dění, především fakt, že část zaměstnanců se přidala na stranu demonstrujících a odmítla vysílat zmanipulované informace odstupující vlády. Výjimku ovšem tvořili zaměstnanci televizního zpravodajství, kde podle stávkového výboru stále sloužili komunistickému režimu, a samotné zprávy byly manipulovány. Zlom nastal 12. 12., kdy byl do čela Ústřední redakce Televizních novin jmenován Petr Krul, kandidát navržený Občanským fórem, za podpory stávkového výboru. Následovalo období personálních obměn na pozicích vedoucích pracovníků, včetně šéfredaktorů jednotlivých redakcí.

Polistopadové dění v tehdejší Československu přineslo mj. konec cenzury a možnost vysílat prakticky cokoli, o co byl mezi diváky zájem. Nárůst množství pořadů v květnu 1990 přinesl vznik třetího programu pod názvem OK3, který vysílal na uvolněných frekvencích po sovětském televizním programu. Následně se v září přejmenoval první program Československé televize na F1 a druhý program se přeměnil na český program ČTV a slovenský program na S1.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 247. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>40</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 268-275. ISBN 80-246-0632-1.



### 2.2.2 Vznik České televize

V roce 1991 Slovenská národní rada na základě kompetenčního zákona vyčlenila z Československé televize Slovenskou a přijala zákony o Slovenskej televízii. Slovenská televízia zajišťovala náplň slovenského programu S1 a dodávala část pořadů federálnímu programu F1. Vznik zákona o Slovenskej televízii následovalo Českou národní radou přijetí zákona o České televizi, který zřizoval Českou televizi, určoval její organizační uspořádání, práva a povinnosti jednotlivých organizačních složek a způsob hospodaření televize. Zákon účinný od 1. 1. 1992, definoval Českou televizi jako právnickou osobu, která hospodář s vlastním majetkem, převedeným z Československé televize. Tvorbou a šířením televizních programů poskytuje službu veřejnosti České republiky, prostřednictvím Rady ČT veřejnost uplatňuje právo na kontrolu tvorby a šíření programů. Rada ČT je volena Českou národní radou a je dle zákona devítičlenná. Podle zákona kompetencí Rady ČT patří jmenování a odvolávání generálního ředitele ČT, schvalování rozpočtu a Statutu České televize na návrh jejího ředitele. První Rada ČT byla ovšem zvolena až 31. 1. 1992.

Neustálé práce na zvyšování kvality pokrytí televizním signálem vyústily v červnu 1992 k ukončení provozu petřínského vysílače, který svým zázemím již nevyhovoval neustále narůstajícím potřebám. Pokrytí hlavního města bylo zajištěné ze strahovského, ale především ze žižkovského vysílače. Moderní zázemí obou těchto bodů se v prostorách parku na Petříně nedalo porovnávat. Strahovský i žižkovský vysílač disponují záložním napájením a celkově lépe vyhovujícím zázemím pro potřebnou infrastrukturu.

Rozdělení Československa přineslo rozdělení jednotlivých kanálů, vysílacím kanálem České televize byl určen dosavadní okruh ČTV, vysílací okruh F1 byla předán do privatizace, do jejího uskutečnění jej ovšem dočasně spravovala Česká televize. Okruh OK3 byl rovněž předán do správy ČT, konkrétně do 31. 12. 1995, jeho vysílání ale bylo ukončeno již 31. 12. 1993. Česká televize přejmenovala kanál ČTV na ČT1, kanál F1 změnil název na ČT2 a kanál OK3 byl přejmenován na ČT3. Jako jediný ze tří programů vysílal nepřetržitě. Licence k celoplošnému soukromému vysílání na dosavadním okruhu ČT2 byla 30. 1. 1993 přidělena společnosti CET 21, které tím

začala plynout 360 denní lhůta pro zahájení vysílání a která následně oznámila České televizi, že vysílání bude zahájeno 4. 2. 1994. Vysílání programu ČT2 se poté přesunulo na uvolněné kmitočty po zrušeném programu ČT3, pokrytí ovšem bylo znatelně menší, signál byl dostupný zhruba polovině potenciálních diváků. V říjnu 1993 bylo spuštěno na programu ČT1 každodenní nepřetržité celodenní vysílání.<sup>41</sup>

V prosinci 1995 byl přijat zákon, kterým byl České televizi trvale přidělen druhý vysílací okruh ČT2, jeho vysílání bylo od února 1999 rozšířeno na 24 hodin denně.<sup>42</sup>

### 2.2.3 Kanál ČT Sport

Kanál ČT sport (pod dřívějšími názvy ČT4 Sport a ČT4) je televizní stanice veřejnoprávní České televize, specializovaná na sport. Vysílání bylo zahájeno 10. února 2006 a první programová nabídka se soustředila na právě probíhající Zimní olympijské hry v Turínu, z nichž přinášela denně od 9 do 24 hodin olympijský program. U příležitosti MS v hokeji 2012 ve Finsku a Švédsku byl jako druhý kanál České televize ve vysokém rozlišení spuštěn ČT sport HD, který sdílel svůj obsah s kanálem ČT sport. Význam a smysl nového sportovního kanálu spočívá především v pestrosti a poskytování prostoru širokému spektru sportů, na které doposud na kanálech veřejnoprávní televize nezbýval prostor. Koncepce programu byla připravována tak, aby převažovali významné akce v domácím sportu a nejdůležitější zahraniční sportovní události, jichž se účastní čeští reprezentanti. Nabízeny jsou přímé přenosy z velkých sportovních událostí, z domácích vrcholných i regionálních soutěží, jejich záznamy, sestřihy, zpravodajství i dokumenty. Každý měsíc byla zprostředkována nejméně jedna velká akce. V prvním roce vysílání bylo s fotbalovou tematikou vysíláno mistrovství světa ve fotbale v Německu, fotbalová Gambrinus liga- Česká nejvyšší soutěž, kromě toho také mnohé vzpomínkové pořady, například seriál k 50. výročí nejstaršího zpravodajského pořadu Branky, body, vteřiny. Vysíláno je také mnoho besed, magazínů a dokumentů. V roce 2006 se kanál podílel na vysílání celkem 6470,2 hodinami ze 42

---

<sup>41</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 276-287. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>42</sup> KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003, s. 298-299. ISBN 80-246-0632-1.

zemí, drtivou převahu představovala vlastní výroba. Sportovních přenosů bylo odvysíláno 3324,5 hodin, studiových vstupů 49,5 hodin, sportovních magazínů 617,5 hodiny, dokumentů 142,3 hodiny a zpravodajství 102,5 hodiny.

V roce 2007 se kanál zaměřuje ještě více na přímé přenosy sportovních klání, vysílá se živě fotbalová Liga mistrů nebo ze záznamu holandská fotbalová liga, v přímém přenosu vybrané utkání každého kola německé nejvyšší fotbalové soutěže. Pochopitelně je vysílána česká fotbalová liga. V lednu 2007 je spuštěna teletextová služba nabízející kompletní sportovní servis, kde si divák přečte aktuální výsledky sportovních utkání, tabulky i zprávy ze světa sportu.<sup>43</sup>

ČT sport připravuje u všech významných akcí přímo v místě událostí živá studia a přináší divákům autentické reakce sportovců a atmosféru závodů. Rok 2015 přinesl divákům o 62 přenosů více než rok předchozí, v přímém vysílání byly odvysílány největší úspěchy českých sportovců, ale i nejvýznamnější domácí akce se zásadním významem pro český sport (fotbalová a hokejová liga, Velká Pardubická, Zlatá přilba, Zlatá tretra, Pražský maraton, Světový pohár v biatlonu). Formou partnerství se sportovní program podílel na událostech jako cyklistický ČT Author Cup, Stopa pro život či Kolo pro život, S ČT sport na vrchol.

V průběhu roku 2015 nabídl program ČT sport 5805 premiérových pořadů o celkové stopáži 4737 hodin. Realizováno bylo 1560 přímých přenosů. ČT sport se v roce 2015 sedmkrát stal nejsledovanějším programem celého vysílacího dne v České republice.

V tomto roce začal program také s propagací na sociálních sítích formou pozvánek a přidáných informací k televiznímu vysílání. Z hlediska českého sportu potvrdil program ČT sport svoji pozici jako hlavního informačního kanálu českého sportu a tuto roli si vylepšoval po celý rok. Zpravodajské pořady Sportovní zprávy, Olympijský magazín a možnost individuálních reportáží se staly vyhledávanými a oceňovanými.

Česká televize je partnerem řady důležitých sportovních organizací, mezi které patří spolupráce s Českým olympijským výborem, Českou unií sportu, Fotbalovou asociací

---

<sup>43</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2006*. Praha: Česká televize, 2007, s. 30-31.

České republiky, Českým svazem ledního hokeje, Českou basketbalovou federací, Českým florballem a dalšími organizacemi s významnou členskou základnou. Dále je partnerem sportovních akcí typu běžeckých závodů pro širokou veřejnost z řad amatérských a rekreačních běžců RunCzech, lyžařských podniků Jizerská 50. ČT sport vysílá akce světového významu a věnuje se i domácímu sportovnímu dění.<sup>44</sup>

Česká televize má ze své podstaty, ale především z kodexu ČT závazek zjišťovat potřeby diváka a analyzovat míru jeho naplnění. Za tímto účelem získává a analyzuje údaje o potřebách a přáních jednotlivých diváckých skupin i o tom, jak odvysílané pořady hodnotí. Na základě těchto analýz došlo k těmto vybraným závěrům:

- 47 % z celkové populace sleduje sport v TV
- 69 % z těch, co sport v TV sledují, je spokojených
- 41 % diváků si myslí, že by sport měl být na TV veřejné služby
- 69 % podíl spokojených z těch, co očekávají ve veřejnoprávním vysílání

Mezi muži a ženami jsou největší rozdíly u vnímání sportovních pořadů, ve vysílání veřejnoprávního média je očekává 50 % mužů, ale jen 33 % žen.

ČT sport je jediným volně dostupným, ryze českým sportovním programem na území České republiky a jediným sportovním programem volně distribuovaným i v zemském vysílání.<sup>45</sup>

### **Archiv**

ČT sport se aktivně zabývá i archivem, v roce 2015 vznikly pořady zaměřené na výročí mimořádných historických úspěchů československého a českého sportu. ČT sport zařadila do nabídky programu již tradičně řadu výročních pořadů, diváci tak měli možnost znovu si připomenout nejvýznamnější sportovní události. Již čtvrtým rokem se zařazuje do vánočního vysílání několikahodinový sestřih líčící nejdůležitější sportovní okamžiky roku s důrazem na českou stopu. Diváci tedy mohou vidět vše, co se českým

---

<sup>44</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 43-44.

<sup>45</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 128.

sportovcům v roce 2015 povedlo, a vzpomenout tak na nejmotivnější okamžiky, které s českým sportem zažili.<sup>46</sup>

Tým sociálních sítí ČT sport pracoval na zvýšení zásahu publika prostřednictvím sociálních médií ČT sport, počet fanoušků konstantně rostl až k číslu 140 000 na Facebooku a 136 000 na Twitteru.<sup>47</sup>

### **ČT sport a Nová média**

V roce 2015 bylo realizováno 92 sportovních přenosů minoritních sportů z pohledu sledovanosti, typu jezdeckví, plavání, stolní tenis, ale např. i Czech Open v šipkách a cyklistické závody Pražské schody 2015. Mimo jiné byly odbavovány v plném rozsahu akce, které jsou v TV zkrácené, například z důvodu kolize s jiným živým přenosem. Divák ovšem o pořad nepřijde, má možnost využít možnost sledování přímého přenosu pomocí internetového vysílání.<sup>48</sup>

### **Obsah i pro zdravotně postižené**

Česká televize na programu ČT sport opatřila v roce 2015 skrytými či otevřenými titulky pro osoby se sluchovým postižením 67,3 % pořadů a odvysílala 85,8 % pořadů vhodných pro osoby se zrakovým postižením, z toho 11,5 % pořadů opatřených audio popisy.<sup>49</sup>

## **2.2.4 Duální systém vysílání, vysílání veřejné služby**

Rozvoj televize v Československu byl po 2. světové válce vzhledem k nákladnosti výhradně ve státních rukou. V Evropě a tím i u nás začal rozvoj o to rychleji, teprve v 90. letech minulého století. Bylo nutné nejenom legislativně oddělit veřejnou službu, která byla poskytována formou veřejnoprávního média od komerčních televizí. Sledovanost komerčních stanic v době jejich nástupu strmě rostla, jednalo se ostatně

---

<sup>46</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 46.

<sup>47</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 52.

<sup>48</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 53.

<sup>49</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 15.

o hlavní záměr komerčních kanálů, nalákat na své pořady co nejvíce diváků, aby se zvyšoval počet prodaného reklamního prostoru a tím i jeho cena, jako hlavního příjmu stanice. V Evropě tak poklesla sledovanost veřejné služby v průměru 41 % středního share, tedy neváženého průměru studovaných zemí.

V postkomunistických zemích proběhl vývoj od státního vysílání přes období vznikání komerčních televizí až k legislativně lépe či hůře definovanému stavu duálního systému vysílání. Legislativní podmínky pro oblast elektronických médií definoval zákon č. 468/91, kterým byly v roce 1991 stanoveny podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání. Zákon zavádí duální systém, založený na paralelní existenci komerčního rozhlasového a televizního vysílání jako jedné složky systému a veřejnoprávních subjektů jako složky druhé. Primární rolí komerčního vysílání je tvorba zisku, tedy především vysílání reklamy. Z hlediska ekonomického mají pořady na komerční stanici pouze roli pouzdra na reklamu.

Veřejnoprávní vysílání představuje službu veřejnosti za její peníze v podobě koncesionářských poplatků. Bez snahy o efektivnost má zajištěny prostředky na ekonomický provoz, což není příliš motivační pro snahu o větší sledovanost, podobně jako u všech organizací, kde financování nezávisí přímo na úspěchu. Realita je taková, že pokud divák nesleduje žádný veřejnoprávní kanál, stejně má ze zákona povinnost platit poplatky na její provoz. Pokud stejný divák prakticky nesleduje komerční kanál, nemusí odvádět žádné peníze, ale tento kanál nemůže počítat se ziskem z reklamy za tohoto jednotlivce. K odlišení vysílání veřejné služby a vysílání komerčního slouží hlavně způsob financování. Komerční vysílání je financováno vlastní komerční aktivitou, vysílání veřejné služby má zajištěno podstatným dílem nekomerční financování zákonem nařízené přímé platby občanů. Tato skutečnost uspořádání duálního systému je kritizována komerčními provozovateli jako zásah do trhu, ovšem oprávněnost vysílání veřejné služby si musí každá společnost z pohledu národního sama obhájit.

Česká televize jako veřejnoprávní subjekt byla definována zákonem a fakticky vznikla přeměnou monopolního a státního vysílacího subjektu, pod dozorem Rady České televize jako orgánu dozírajícího na její činnost. Zásadním rysem vývoje byla náročná

transformace státních médií v média veřejné služby. Základní úkoly stanovuje zákon č. 468/1991 pro televizi veřejné služby. Česká televize je podle zákona provozovatelem multiplexu veřejné služby, disponuje sítí vlastních zpravodajů a regionálních studií, vytváří archivní fondy a podporuje českou filmovou tvorbu.<sup>50</sup>

O myšlence a smyslu České televize jako celku z pohledu nositele veřejnoprávnosti, lze však polemizovat. Nemůže toto poslání plnit především druhý kanál ČT2, případně zpravodajský program ČT 24? Otázkou zůstává, zda dva plnohodnotné kanály veřejnoprávní televize nejsou příliš velkým luxusem a jestli by opuštěný prostor lépe nenaplnila některá z komerčních stanic. Jak moc a jestli vůbec by česká společnost zpustla, pokud by nebyla „veřejnoprávně“ vychovávána. Sektor veřejnoprávních médií, jeho existence a rozsah, je přímo závislý na plnění svého poslání, ke kterému byl vytvořen, jak zřetelně se bude tímto posláním a charakterem vlastní produkce odlišovat od komerčních stanic.<sup>51</sup>

### **2.2.5 Digitalizace televizního vysílání v České republice**

Vlivem duálního systému vysílání, který umožnil vznik nových programů komerčních i veřejnoprávních České televize, postupně docházelo k zaplnění kmitočtového pásma v analogovém vysílání. Aby mohly vznikat další programy, z technického hlediska je nutné uvolnit prostor pro jejich šíření. Řešením se stává digitalizace vysílání, které umožňuje více současných televizních kanálů s celoplošným vysíláním, kvalitnější přenos obrazu a zvuku, ale i větší množství doplňkových služeb. Mezi ty nejdůležitější patří elektronický programový průvodce EPG a interaktivní služby založené na platformě MHP. Samozřejmostí je divákům známý teletext, stránky se ovšem načítají o poznání rychleji než u analogového vysílání.

Řádné digitální vysílání bylo spuštěno 21. 5. 2005, licenci získaly všechny čtyři programy České televize, mezi které v té době patřily ČT 1, ČT 2, ČT 24 a ČT 4 Sport.

---

<sup>50</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: UJAK, 2010, s. 48-53. ISBN: 978-80-7452-002-0.

<sup>51</sup> HUK, J. *Sociologie médií: (žurnalisté, politici a ti ostatní)*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s 80-81. ISBN 978-80-86723-65-5.

Dále pak komerční televize NOVA, Prima, Óčko a Noe. Postupně začali přibývat další stanice, s pokrytím celoplošným ale i regionálním.

Mezi výhody digitálního vysílání patří možnosti navýšení kvalitativního a kvantitativního rozsahu obsahu oproti analogovému vysílání, možnost vysoce kvalitního příjmu i za pohybu a to i při rychlostech přes 200 km/hod., což ostatní systémy neumožňují. Digitální vysílání má přínos i v oblasti ekologické a tím pádem i ekonomické, vysílač DVB-T spotřebuje pouze desetinu spotřeby elektrické energie, není třeba nákladné a objemné chladicí zařízení a k pokrytí takřka celého území České republiky není potřeba takového množství převaděčů signálu. Přejít na digitální vysílání doprovází i několik nevýhod, mezi které patří nutnost pořízení dekodéru, tzv. set top boxu, alternativou je obměna televizního přijímače obsahujícího digitální tuner. Na straně provozovatelů se jedná o duplicitu nákladů pro nutný souběh pokrytí obou technologií.<sup>52</sup>

Ačkoliv je digitální televizní vysílání mladší než digitální rozhlas, rozvíjí se rychleji. Důvodem je větší potřeba potřebných frekvencí, ale také větší výhody pro uživatele v podobě doplňkových funkcí. Digitální signál využívá jednu frekvenci obsahující 4 až 6 plnohodnotných programů i se všemi doplňkovými funkcemi. Spojování více různorodých toků do jednoho proudu se nazývá multiplexování. Do společného datového toku lze vměstnat i rozhlasové vysílání. Množství doplňkových funkcí přináší pro diváka možnost zvýšení interaktivity při běžném sledování televizních pořadů. Patří sem funkce jako například volby úhlu záběru kamery, detailnější informace podobné hypertextovým odkazům na webových stránkách, přímé objednání inzerovaného výrobku nebo služby v rámci teleshoppingu.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009, s. 149-151. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>53</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: UJAK, 2010, s. 57-58. ISBN: 978-80-7452-002-0.



## 2.3 Novodobá historie fotbalu

Základní forma hry byla hrána v Číně přibližně 200 let před naším letopočtem, staří Řekové a Římané rovněž měli své vlastní verze. Hrál se velmi jednoduše, nafoukl se zvířecí měchýř nebo nějaká jiný kulatý předmět, který sloužil ke kopání, házení a hrálo se ve jménu sportovního snažení. Fotbal v podobě jakou známe nyní, se zrodil v Anglii v devatenáctém století. Hrál se s míči různých velikostí a z různých materiálů. Jelikož podstata tohoto sportu byla o tom, dostat míč, anglicky ball, do brány soupeře a foot znamená v angličtině spodní část nohy, zrodil se tak název football. U nás se vžil název fotbal, neboli kopaná. Na začátku 19. století nic nenasvědčovalo tomu, že by měl fotbal před sebou nadějnou budoucnost. Rozmach průmyslové revoluce v Anglii této zábavě příliš nepřál. Průmyslníci zabírali na venkově půdu pro jejich vzrůstající výrobu, což se nelíbilo právě hráčům fotbalu, kteří se stavěli do opozice proti záboru polností, fotbal se ocitl v nemilosti úřadů, jejichž snahou bylo hru zlikvidovat. Oživení přinesli v Anglii až studenti na středních soukromých školách, kteří se sportu věnovali, jako vhodnou formu tělovýchovy to podporovali i pedagogové, pro které to bylo mnohem přínosnější, než aby studenti trávili čas v kuřáckých nebo pijáckých partách, což se stalo zábavou aristokratické mládeže. Na těchto školách zapustily kořeny sporty jako atletika, kriket, veslování a základy tu našel i moderní fotbal. Jednalo se o školy napříč celou Anglií, ovšem významnější proslulosti dosáhla zejména škola v Rugby, kde se učitelé snažili studentům organizovat nejenom výuku, ale i jejich volný čas a vyhradili jim místo pro sport, pod dohledem pedagogů. Škola tím získala takovou proslulost, až ji v roce 1893 navštívila anglická královna, aby mohla zhlédnout fotbalové utkání.

Fotbal se v té době hrál na více školách, každá ovšem měla svoje vlastní pravidla, což patřilo ke cti dané školy. Škola v Cambridgi, proslulá spolu s Oxfordem především díky veslování, vydala v roce 1848 pravidla<sup>54</sup>, která se sice do dnešní doby nezachovala, ale přizpůsobovala se jim i pravidla ostatních škol. Nejznámější z prvních pravidel vytvořil v roce 1862 uppinghamský rektor J. C. Thring a jedná se o vůbec nejstarší dochovaná pravidla fotbalu. Jejich znění je velice stručné a jednoduché:

---

<sup>54</sup> *Photographic History of British Football*. Gardners Books, 2011, s. 8. ISBN 978-1-4454-3967-9.

1. Branky je docíleno, jestliže míč byl dopraven brankou nebo pod brankovou tyčí, aniž by byl vnesen nebo udeřen rukou.
2. Jest pouze dovoleno používat rukou k umrtvení míče, aby mohl být kopnut.
3. Nohou smí být pouze kopnut míč.
4. Hráč nesmí kopat míč, pokud je ve vzduchu.
5. Byl-li míč sražen za pomezí čáry, má být dopraven zpět do hřiště od téhož hráče, a to z místa, na kterém přešel pomezí čáru, a sice přímým směrem ke středu hřiště.
6. Přešel-li míč přes brankovou čáru, má být dopraven zpět do pole stranou, jejíž brankovou čáru přešel.
7. Žádný hráč nesmí být blíže nežli šest kroků od hráče, který míč zahrává.
8. Hráč je mimo hru, jestliže je před míčem, a musí se vrátit zpět co nejrychleji možno. Byl-li míč naposledy hrán hráčem jeho strany, nesmí se míče dotknouti, kopat ho nebo hnát kupředu dříve, nežli se míče dotkl některý hráč protistrany, nebo jestliže hráči jeho vlastní strany míč předběhli a jsou s to hrát míč před ním. Vrážení je zakázáno a dovoleno jen tehdy, je-li míč za hráčem.

Thringova pravidla umožňovala hraní rukou, ale pouze při zpracování přihrávky nebo odraženého míče.

Poslední desetiletí 19. století přinesla velký rozmach fotbalu. Už to nebyla jen zábava studentů, v hojné míře ho hráli hlavně dělníci v průmyslových závodech. Fotbal se nejenom v Anglii stával národním sportem, kterým je dodnes.<sup>55</sup>

### **2.3.1 První fotbalové soutěže a asociace**

V říjnu 1863, tedy rok po vzniku Thringových pravidel, se v Londýně sešli zástupci anglických klubů, kteří se shodli, že je nutné vytvořit jednotná fotbalová pravidla a sestavit spolek, jenž by organizoval fotbalové zápasy a soutěže. Tím byla tedy

---

<sup>55</sup> MACHO, M. *Fotbal, vášně 20. století: historie fotbalu ve faktech, názorech a obrazech*. Vyd. 1. Praha: Brána, 1996, s. 12-16. ISBN 80-85946-27-0.

založena první fotbalová organizace na světě, nazvaná The Football Association, zkráceně FA. Tento název je konzervativními Angličany užíván doposud.

Krátce po ustavení asociace byla vydána nová pravidla, která vycházela v mnoha bodech s Thringovými, ale i s těmi, která vypracovaly na škole v Cambridge. Nová pravidla byla prvním krokem k pozdějšímu oddělení asociálního fotbalu od ragby, některé společné prvky ovšem stále zůstávaly, například branka neměla nahoře žádné ohraničení, nazývané břevno, vypadala stejně jako ragbyová.

Skotsko a Anglie sehrály 30. listopadu 1872 v Glasgowě první mezistátní utkání, které skončilo 0:0. Deset let po založení anglické asociace v roce 1873, vznikla Skotská fotbalová asociace, dva roky poté ji následovali ve Walesu a roku 1880 byla založena fotbalová asociace v Irsku.

Vzrůstající zájem o fotbal, touha soutěžit a vyhrávat, vedl v Anglii k založení první fotbalové soutěže na světě, na čemž se podílel rodák ze Sunderlandu Charles William Alcock. Jednalo se o Anglický pohár, v originále The Football Association Challenge Cup, založen 16. října 1871. Soutěž trvala devět měsíců a vrcholila finálovým duelem. Pohár se hraje doposud a je zajímavý především pro týmy z nižších ligových soutěží, které se v něm utkávají s těmi nejlepšími. Od založení soutěže platila tvrdá a neměnná pravidla, hraje se vylučovacím způsobem na jedno utkání, v případě nerozhodného výsledku se duel opakuje na soupeřově hřišti, což se týká i finálového zápasu.

O tuto soutěž a o fotbal obecně býval vždy velký zájem mezi diváky, v roce 1901 poprvé v dějinách sledovalo finále zápasu více než 100 tisíc diváků, hrálo se mezi týmy Tottenham Hotspur a Sheffield United na stadionu Crystal Palace, před zraky 114 815 diváků a zápas skončil remízou 2:2. V opakovaném finále vyhrál Tottenham 3:1. Od roku 1923 se odehrává finále vždy na londýnském stadionu ve Wembley, s výjimkou roku 1970, kdy se hrálo na stadionu Old Trafford v Manchesteru. Prestižnost tohoto poháru zdůrazňuje i skutečnost, že od roku 1914 předává trofej některý ze zástupců královské rodiny. Pohár se také dvakrát přerušoval a to za první a druhé světové války, nejprve na čtyři roky, podruhé na šest let.

Model Anglického poháru vedl příkladem ke vzniku podobných soutěží v dalších zemích. Pohárové zápasy ovšem neuspokojovaly v plné míře zájem diváků ani potřeby klubů, a tak se sedmnáct let po vzniku poháru zrodila soutěž vybraných národních klubů, které spolu nehrály vyřazovacím způsobem, ale zajistily si stálý program vzájemnými zápasy každý s každým. Prvním mistrem Anglie se stal v roce 1889 Preston North End. Tým sehrál v soutěži celkem 22 zápasů, osmnáctkrát vyhrál, čtyřikrát remizoval, neprohrál ani jednou. Zároveň ve stejném roce vyhrál i Anglický pohár, zapsal se do historie jako první mužstvo, které získalo takzvaný double, tedy vítězství v lize i v poháru v jednom ročníku.<sup>56</sup>

### 2.3.2 Počátky fotbalu u nás

První veřejné fotbalové utkání u nás se odehrálo v Roudnici v roce 1887, mezi místními veslaři. Míč v té době přitahoval například členy všech pražských cyklistických klubů. Žádná oficiální pravidla zde v té době neexistovala, v roce 1892 se ovšem vyskytl překlad pravidel z angličtiny do češtiny, o který se postaral sokolský náčelník Josef Klenka.

Fotbal byl oblíbený mezi studenty pražských středních škol, nehrál se v kopačkách a dresech, ale v polobotkách a košilích. Josef Klenka rok po prvních pravidlech vydal druhé, již poněkud dokonalejší, která nesla název Společenská kopaná, podobnost s ragby byla stále velice znát.

O třetí verzi pravidel se postaral Josef Rössler, s přezdívkou Ořovský, všestranný sportovec, především vynikající veslař a lyžař, který se v roce 1891 v Paříži seznámil s fotbalem a dva roky poté hrál kompletní sezónu za londýnské amatérské družstvo Black Triars. Jeho překlad pravidel se nejvíce podobal pravidlům Anglické fotbalové asociace. Fotbal se hrál v Praze na Císařské louce, Střeleckém ostrově, později na Kanálce, Letné, na žižkovské Ohradě, v karlínské Invalidovně. Začal se také hrát

---

<sup>56</sup> MACHO, M. *Fotbal, vášeň 20. století: historie fotbalu ve faktech, názorech a obrazech*. Vyd. 1. Praha: Brána, 1996, s. 16-19. ISBN 80-85946-27-0.

v dalších městech, mimo jiné v Boleslavi, Chrudimi, Kladně, Pardubicích, Plzni, Kolíně, Berouně a Hradci Králové. V roce 1896 veslařský klub Český Sculling Cercle uspořádal soutěž „národní zápas mužstev“, událost avizovanou v Praze na plakátech, které se zúčastnila mužstva AC Praha, AC Sparta, SK Slavia a ČFK Kickers. Rok 1897 přinesl dvě národní soutěže, Slavia vyhlásila mistrovství Koruny české a Český Sculling Cercle vypsal mistrovství Království českého. Obě soutěže vyhrála Slavia, která po svých úspěších zatoužila změřit síly se zahraničním mužstvem. Osmého ledna 1899, jí takovou možnost poskytlo vybrané mužstvo Berlína, složené z fotbalistů pěti klubů. Hrál se na Letné, která se stala provizorním domovem Slavie. Svůj fotbalový stánek zde vybudovala a doposud provozuje především Sparta. Fotbal rostl na popularitě mezi hráči i mezi diváky.

V květnu roku 1900 Slavia vyzvala všechny naše kluby, aby přistoupily k volnému sdružení, které založila. Narůstající počet družstev si žádal vznik organizace, která by nad nimi čněla. V roce 1901 rakouské úřady schválily stanovy a 19. října se mohla sejít valná hromada nově vzniklého Českého svazu fotbalového (ČSF). V roce 1906 byl svaz provizorně přijat do mezinárodní fotbalové federace FIFA. V roce 1921 změnil svůj název na Československý svaz fotbalový (ČSSF), který se stal v roce 1922 zakládajícím členem a součástí Československé fotbalové asociace, původním názvem Československá asociace fotbalová (ČSAF). V roce 1923 byla ČSAF přijata definitivně za člena FIFA. Po skončení německé okupace v roce 1945 bylo vytvořeno nejprve jednotné ústředí se Slovenským fotbalovým svazem, v krátké době však byla obnovena opět ČSAF. Od roku 1957 měl Československý fotbalový svaz (ČSFS) statut součástí Československého svazu tělesné výchovy a sportu a jeho existence byla spíše formální. Národní fotbalový svaz byl jako samosprávná organizace obnoven po listopadu 1989, tehdy ještě v rámci ČSFS, ale brzy změnil název na Českomoravský, aby po rozdělení Československa v roce 1993 převzal vedení v Česku. V roce 2011 proběhla zatím poslední změna jména na současný název Fotbalová asociace České republiky (FAČR).<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> MACHO, M. *Fotbal, vášeň 20. století: historie fotbalu ve faktech, názorech a obrazech*. Vyd. 1. Praha: Brána, 1996, s. 34-38. ISBN 80-85946-27-0.

### 2.3.3 Mezinárodní fotbalové úspěchy

Prvním významným mezinárodním úspěchem našich reprezentačních fotbalistů byl titul amatérských mistrů Evropy z roku 1911. Výběr hráčů byl složen z fotbalistů Sparty a Slavie, kteří v dějišti šampionátu nepoznali přemožitele. Věhlas českého fotbalu ještě více zesílil o rok později zájezdem Sparty do Španělska, kde pražský tým porazil anglické amatéry 5:1 a 2:0 ve dvou zápasech a jedenáctku Paříže 5:0.

V roce 1919 se pořádala Pershingova olympiáda v Paříži, uspořádaná na počest vítězných vojsk v první světové válce a pojmenovaná po americkém generálovi Pershingovi. Olympiáda se stala přehlídkou fotbalu osmi zemí, nikoli však těch, které byly ve válce na straně poražených. Československo tehdy reprezentovalo deset spartanů, jeden zástupce Viktorie Žižkov a jeden slávista. Tím byl paradoxně Jan Vaník, který ještě před několika lety působil ve Spartě, a to dokonce jako kapitán. Poté však odešel do války, ze které se vrátil jako invalida s těžce poraněnou rukou. Jeho následující kroky překvapivě nevedly zpět do rudého dresu, nýbrž k největšímu rivalovi. Počáteční zklamání však z kabiny Sparty brzy opadlo. Na jeho místo totiž přišel Antonín Janda, který dal na oporu předválečného mužstva velmi rychle zapomenout. A byl to právě Janda, kdo rozhodl finále Pershingovy olympiády. Československý tým postupně porazil Belgie 4:1, Spojené státy 8:2, Kanadu 3:2 a v bitvě o zlato na něho čekal výběr domácí Francie v utkání, které sledovalo 50 tisíc diváků. Ještě deset minut před koncem vedli Francouzi 2:1, když se tehdy ještě obránce Janda vysunul do útoku. Šest minut před koncem vyrovnal a za další čtyři minuty otočil výsledek na stranu Československa, které se již o výhru nenechalo připravit a zvítězilo 3:2.<sup>58</sup>

Počátkem dvacátých let minulého století Sparta doslova válcovala celou Evropu. Po nezbytné rekonstrukci stadionu, kdy se celková kapacita zvýšila na 20 000 diváků a spartané zde porázejí týmy z různých končin starého kontinentu. Postupně se před uměním rudé mašiny museli sklonit nejlepší mužstva všech evropských států s výjimkou Anglie, kde byl již v té době profesionalismus a vývoj tamního fotbalu

---

<sup>58</sup> MACHO, M. *Fotbal, vášeň 20. století: historie fotbalu ve faktech, názorech a obrazech*. Vyd. 1. Praha: Brána, 1996, s. 39-40. ISBN 80-85946-27-0.

probíhal zcela nezávisle na kontinentálním. Našlo se jen málo lidí, kteří si dovolili zapochybovat nad spojením Sparta Praha, nejlepší mužstvo Evropy. Většina z nich se navíc soustředila do okolí Norimberku, který měl dle nich silný tým, mnohem lepší, než Sparta. Norimberští tedy vyzvali Spartu k souboji, který novináři nazvali "*Boj o Mistra Evropy*". První zápas v bavorském městě skončil i díky brzkému zranění Jandy bez branek, v letenské odvetě však Sparta dle svého zvyku kralovala a domácí vítězí 5:2 a evropské prvenství patří jí. Dominanci spartánek poté potvrdili i na dalším z mnoha podařených zájezdů, v rámci kterého se před jejich uměním museli sklonit mimo jiné Bern, Basilej, Ženeva či nejlepší švýcarský tým Chaux, který Sparta deklasovala dokonce 11:0. Mimo země helvétského kříže si tým odskočil i do Mnichova, kde vyprovodil Bayern ze hřiště s nákladem pěti branek (5:0). Marně se hledalo mužstvo, schopné hrát se Spartou důstojnou partii. Legendární skotský trenér Johny Dick, někdejší dlouholetý kapitán Arsenalu, dal hře Sparty systém a řád, který do té doby většině chyběl, a právě to byl základ všech velkých úspěchů.

Nejslavnější vítězství teprve přijde, kdy se jednoho dne ozvali ze Španělska, že prý poslední překážkou k tomu, aby si Sparta mohla přivlastnit titul nejlepšího evropského mužstva, jí má být FC Barcelona, španělský šampion. Hraje se ke konci roku 1921, přesněji den po Štědrém dni. Hrál se za obrovského zájmu celého města, před vyprodaným šedesátitisícovým stadionem. Zápas je to velice pohledný a útočný, končí vítězstvím pražského týmu 3:2 a utvrzuje fotbalový svět v tom, že králem Evropy je skutečně Sparta.

Na další den vyhlásila Barcelona mimosoutěžní odvetu, ve které se ovšem frustrovaní domácí hráči snažili spartány spíše zranit, než aby hráli fotbal. Když se k tomu přidali i násilnosti diváků a jejich útoky na hostující hráče, a aby toho nebylo málo i střety Katalánců s Basky (kteří nahlas fandili Spartě), byl sudí nucen zápas ukončit. Náladu si tak jeli spartánek spravit do města, kde je lidé milují - Bilbaa. Mužstvo se muselo obejít bez tří hráčů zraněných v Barceloně, na hře byly absence citelně znát, zanedlouho totiž Sparta prohrávala 3:0! Poté se však zázračně zvedla, pěti góly předvedla velký obrat

a zvítězila 5:3. Doma v Praze vítalo své mužstvo mnoho nadšených a hrdých fanoušků.<sup>59</sup>

### **Mistrovství Evropy**

**Československá** fotbalová reprezentace zaznamenala několik úspěchů a to již na prvním pořádaném turnaji v roce 1960 ve Francii, kde obsadila bronzovou příčku. Do následujících tří turnajů se náš tým nekvalifikoval, úspěšně se probojoval až v roce 1976 na finálový turnaj hraný v Jugoslávii a tým si neúčast na předchozích mistrovstvích vynahradil nad očekávání a stal se mistrem Evropy. Další šampionát konaný v Itálii v roce 1980 znamenal pro náš výběr třetí příčku. Poté se třikrát nepodařilo postoupit z kvalifikace. Tedy pokaždé, když tým Československa postoupil z kvalifikace na finálový turnaj, dosáhl na medaile.

**Česká** fotbalová reprezentace dokázala postoupit ze všech kvalifikací, které se doposud konaly. Hned na prvním turnaji v Anglii v roce 1996 obsadila vynikající druhé místo, následující turnaj se v roce 2000 hrál poprvé v historii ve dvou státech souběžně, v Belgii a Nizozemí, náš výběr zde nedokázal postoupit ze základní skupiny. Následující šampionát hraný v Portugalsku roku 2004 znamenal třetí místo, ale zároveň poslední medaili. V roce 2008 na turnaji hraném v Rakousku a ve Švýcarsku tým skončil již v základní skupině, následující mistrovství, které se konalo v Polsku a na Ukrajině v roce 2012, přinesl konec ve čtvrtfinále a na posledním šampionátu z Francie roku 2016 se nepostoupilo ze základní skupiny.<sup>60</sup>

**Mládežnické** týmy Československa dokázali získat zlaté medaile v roce 1968 (do 19 let), 1972 (do 23 let) a 1990 (do 16 let). Stříbrné medaile získali v roce 1982 a 1983, v obou případech výběry do 19 let.<sup>61</sup> Reprezentační výběry České republiky získaly zlaté medaile v roce 2002 v kategorii do 21 let, stříbrné medaile pak v roce 2000 ve

---

<sup>59</sup> *Spartanský dějepis III.* [online]. 22. 12. 2008 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <http://www.sparta.cz/novinky/zpravodajstvi/a-tym/spartansky-dejepis-iii-9850.html>

<sup>60</sup> *Mistrovství Evropy ve fotbale - významné české účasti* [online]. 7. 3. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/slavne-ceske-rocniky-me-ve-fotbale>

<sup>61</sup> *Československá fotbalová reprezentace* [online]. 3. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1_fotbalov%C3%A1_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy)



dvou kategoriích do 16 a 21 let, v roce 2001 (do 18 let), v roce 2006 (do 17 let), v roce 2007 (do 20 let) a v roce 2011 (do 19 let). Bronz získal český výběr v roce 2011 v kategorii do 21 let.<sup>62</sup>

### **Mistrovství světa**

První mistrovství světa se hrálo v roce 1930 v Uruguayi a konalo se bez účasti naší reprezentace, další turnaj v roce 1934 v Itálii přinesl našemu výběru druhé místo. Následující úspěch, ale zároveň i poslední, přišel až v roce 1962 v Chile, kde jsme získali opět druhé místo.<sup>63</sup>

### **Olympijské hry**

Úspěchy na Olympijských hrách přinesl tým Československa v roce 1964 v podobě stříbrné medaile a rok 1980, který přinesl dokonce medaili zlatou. Česká reprezentace dokázala na Olympijské hry postoupit jen jednou v roce 2000 do Sydney, skončila již v základní skupině.<sup>64</sup>

### **Zlatý míč**

Naši hráči neslavili jen úspěchy na klubové nebo reprezentační úrovni, ale byli oceněni i na poli jednotlivců. Nejprestižnější ocenění, které může hráč získat, je Zlatý míč, který uděluje francouzský sportovní magazín France Football. Poprvé se udělovala v roce 1956, přezdívá se jí Nejlepší evropský fotbalista roku a vybírá se mezi všemi hráči světa, působícími v některém z evropských týmů. Prvním našim hráčem, který cenu získal byl za rok 1962 Josef Masopust, hráč Dukly Praha, stříbrný reprezentant z mistrovství světa v Chile v roce 1962, bronzový medailista z mistrovství Evropy 1960 a devítinásobný vítěz ligy.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> *Česká fotbalová reprezentace* [online]. 10. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_reprezentace#.C3.9AAsp.C4.9Bchy](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1_fotbalov%C3%A1_reprezentace#.C3.9AAsp.C4.9Bchy)

<sup>63</sup> *Mistrovství světa ve fotbale* [online]. 6. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_sv%C4%9Bta\\_ve\\_fotbale](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_sv%C4%9Bta_ve_fotbale)

<sup>64</sup> *Československá fotbalová reprezentace* [online]. 3. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1_fotbalov%C3%A1_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy)

<sup>65</sup> *Josef Masopust* [online]. 21. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef\\_Masopust](https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef_Masopust)

Druhým naším hráčem byl v roce 2003 Pavel Nedvěd, hrající v italském klubu Juventus Turín, stříbrný reprezentant z mistrovství Evropy 1996, držitel bronzové medaile z mistrovství Evropy 2004, vítěz Poháru vítězů pohárů a Superpoháru z roku 1999, obojí s Laziem Řím, stříbrný medailista Ligy Mistrů v roce 2003 s Juventusem Turín a šestinásobný mistr ligy.<sup>66</sup>

#### **2.3.4 Fotbal v televizním vysílání**

Fotbal zaujal média již v samých jejich počátcích, nejprve rozhlasové vysílání, televize pak byla vzhledem k přenosu obrazu logickým následovníkem. S rozvojem televize ve druhé polovině 20. let minulého století proniká fotbal do televizního vysílání v podobě živých přenosů a upevňuje si pozici na špičce oblíbenosti mezi ostatními sporty.

První fotbalový televizní přenos proběhl v Anglii v roce 1936, přímé přenosy povolila Anglická fotbalová liga ale až v roce 1964. Do této doby bylo možné živě sledovat pouze pohárová a mezistátní utkání. První přímý přenos v Československu se uskutečnil v roce 1955 z fotbalového utkání mezi Spartakem Sokolovo (Sparta Praha) proti polskému týmu Polonia Bytom.

Fotbalovým zápasům roste sledovanost, které mnohonásobně překračuje návštěvy na stadionech a fotbal ve spojení s televizí začíná představovat zajímavé zdroje příjmů. Závislost fotbalu na televizi se zvyšuje, platí to i obráceně. Televize prezentuje fotbal v co nejatraktivnější podobě.

V sociologickém výkladu se objevuje tvrzení, že televize svým působením proměnila sport v zábavní a komerčně laděný průmysl. Televize je jako audiovizuální médium ideálním zprostředkovatelem sportovního přenosu. Vysílací práva jsou pro fotbalové kluby významným zdrojem příjmů. Kluby získávají finance z vysílaných zápasů a to buď z vysílacích práv, kdy si každý klub vyjednává vlastní dohodu a podmínky s konkrétním mediálním partnerem, který tím získává exkluzivitu, která mu zajišťuje

---

<sup>66</sup> Pavel Nedvěd [online]. 22. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Pavel\\_Nedv%C4%9Bd](https://cs.wikipedia.org/wiki/Pavel_Nedv%C4%9Bd)

výhradní právo vysílat zápasy v určitém období, po kterém platí daný kontrakt, obvykle ročník fotbalové soutěže. Druhou možností je prodej vysílacích práv hromadně, na základě dohody všech ligových klubů. Tento způsob je běžný v dnešní době, práva prodává svaz nebo organizace, která pořádá své soutěže, tedy například FAČR prodává televizní práva na českou ligu (přes agenturu Pragosport), UEFA na Evropskou ligu apod. Výsledkem je pak v praxi zcela běžná věc, že fanoušek konkrétního klubu sleduje jeho zápasy v české lize na jedné televizní stanici a zápasy toho samého klubu v Evropské lize na konkurenční televizní stanici.

Fotbal bývá uváděn jako suverénně nejvysílanějším sportem v Evropě. Prestižní zápasy v prostředí mezinárodního i národního fotbalu sledují milióny diváků, což má za následek, že výstupní prodejní cena vysílacích práv se realizuje v obrovských částkách, které neustále rostou, a nelze očekávat, že by tomu tak nebylo i v dalších letech.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> DAVIES, H. *Boots, balls & haircuts!: an illustrated history of football from then to now*. London: Cassell Illustrated, 2003. s. 9-14. ISBN 1844030326.

### 3 KOMERCIONALIZACE FOTBALU V TELEVIZNÍM VYSÍLÁNÍ

Slovo komerce je v etymologickém slovníku definováno jako *zaměření na obchod, zvláště ve sportu a kultuře*.<sup>68</sup> Média, především televizní stanice, jsou v současnosti více než kdy předtím pod silným tlakem komercionalizace. Mediální produkci utvářejí zejména vliv a zájmy korporací, s cílem dosažení co největšího zisku. Velké společnosti kontrolují média jako jejich vlastníci nebo prostřednictvím inzerce a sponzoringu. Komercionalizace a globalizace médií může být novou hrozbou svobodě projevu. Hrozbou, která nepochází od státní moci, ale z nedostatku brzdění mediálních organizací jako komerčních podniků.<sup>69</sup>

#### 3.1 Vliv televize na výslednou podobu sportu

Televize měla a stále má na fotbal velký vliv, proměnila jej tím, že sportovní utkání přestaly být sledovány výhradně v místě jejich konání, jak tomu bylo odjakživa. Diváctví je spojeno se sportem již od dob starověkého Řecka, ale teprve vynález televize umožnil sledovat sportovní události, aniž by divák musel být fyzicky přítomen v místě, kde se akce koná. Poslední roky kvalita televizního vysílání dosahuje, vzhledem k technickému vývoji, tak vysoké úrovně, že má divák možnost vidět více při sledování sportovního utkání v televizi, než když je přítomen na stadionu. I to pak mělo částečně vliv na to, že se ze sportovních událostí staly nejsledovanější programy po celém světě.

Podoba sportu se neustále proměňuje, velké množství tradičních disciplín ztrácí někdejší rozšíření a popularitu jednoduše proto, že se jim patřičně nevěnují média. Patřičně nebo také vůbec. Komerční média si pochopitelně vybírají divácky zajímavé sporty, aby prodali co nejvíce reklamy, samozřejmě za co nejvíce peněz, je to ostatně

---

<sup>68</sup> REJZEK, J. *Český etymologický slovník*. Voznice: Leda, 2001, s. 288. ISBN 80-85927-85-3.

<sup>69</sup> ČERVENKA, J. a D. KUNŠTÁT, ed. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, s. 76. ISBN 80-7330-081-8.

jejich zdroj financování. Ovšem i veřejnoprávní Česká televize si vybírá obsah podobným kritériem. Není obvyklé, že by divák mohl sledovat v přímém přenosu finále mistrovství republiky v lakrosu nebo ve veslování. Odvysílá se nanejvýš zkrácený sestřih, samozřejmě s časovým zpožděním od konání akce, v rádech dnů. A pochopitelně bez předchozích upoutávek. Vliv médií, především televize, je v proměně sportu zásadní. Přesun diváckého zájmu od tradičních disciplín k těm, jejichž mediální zprostředkování více oslovuje současného recipienta, postižená sportovní odvětví zaznamenávají. Pro zachování mediální přízně a s tím spojeného zájmu sponzorů, nemají jinou možnost než se nárokům televizních stanic podřídit i za cenu úpravy pravidel. Tlaku televize ustupují i sledované sporty, příkladem je zavedení zkrácené hry v tenise, která do jisté míry zkrátila některé, pro televize v přímém přenosu neúnosně dlouhé zápasy vyrovnaných soupeřů. Ve volejbale změna pravidel odstranila hru na ztráty, každý míč končí bodem, což ovlivnilo délku utkání.

Snaha upravit pravidla sportovních odvětví takovým způsobem, aby soutěže vysílané v přímém přenosu získaly předem odhadnutelnou časovou délku, kterou televize akceptuje, je jedním ze směrů, kterým média vyvíjejí na sport tlak. Další oblastí, kterou se snaží představitelé jednotlivých sportů vylepšit, je atraktivita ve smyslu dějovosti. V běhu na lyžích se před nedávnem prosadily do programu svých nejvýznamnějších soutěží sprinterské disciplíny, v nichž závodníci bojují v těsném kontaktu na dostatečně krátké trati. Mnohem zásadnějším a ze sportovního hlediska značně kontroverzním rozhodnutím je zavedení hromadného startu na tradičních tratích. Hromadný start oproti tradičnímu distančnímu systému startů prokazatelně zvýhodňuje slabší účastníky, kteří se na trati dokáží udržet i na maratónských vzdálenostech v kontaktu s nejlepšími za výrazné úspory sil až do případného sprinterského závěru, kde pak svým umístěním můžou překvapit nejednoho odborníka.

Ani takové významné a sportovně kontroverzní změny často nevedou ke kýženému cíli a z tradiční disciplíny se oddělí její alternativní podoba, která získává mediální přízeň i proto, že do boje o sledovanost vstupuje již očištěna od nezajímavých prvků disciplíny v originálním pojetí, zatímco její přitažlivé prvky jsou zvýrazněny do pro diváka takřka zanícené podoby.

Dalším příkladem úspěšné mutace tradičního sportu je plážový volejbal coby varianta volejbalu šestkového. Jeho atraktivnost spočívá spíše než v přitažlivosti samotné hry ve skutečnosti, že jde o formu navrácenou z nezajímavých sportovních tělocvičen do přírodního prostředí prosluněné písečné pláže, na které se spolu utkávají dvojice lidí sportovních postav minimálně oblečené. Diváci bývají rovněž oblečeni v plážovém stylu a není výjimkou, že častým žánrovým snímkem je detailní záběr na pozadí hráček, jehož lascivní vyznění ospravedlňuje zpravidla ruka signalizující podávající spoluhráče taktiku rozehrání míče. Specifické podmínky písečné pláže lze vytvořit i uměle v hale, ale bývá to omezené absencí sluníčka, případně se romantická iluze odehraného utkání venku rozplývá při chladném a deštivém počasí. To je ovšem riziko všech sportovních disciplín, které se v honbě za atraktivitou a sledovaností vzdávají své osvědčené podoby ve prospěch vizuální přitažlivosti.<sup>70</sup>

### 3.2 Televizní práva a spory kolem nich

Jedním z dopadů komercializace fotbalu je stále se zvyšující cena sportovních práv. Veřejnoprávní a i některé komerční stanice přestávají mít zdroje na jejich nákup. Výsledkem je, že se atraktivní sportovní obsah začíná přesouvat do placené nabídky. To jistě vyvolává trend, který bude pokračovat. ČT bude muset znovu posoudit svou politiku, co se týče investic do práv na sportovní přenosy.<sup>71</sup>

Více jak padesát procent příjmů z velkých sportovních událostí pochází právě za televizní práva. Cena televizních práv stále roste, stejně jako podíl příjmů z televizních práv na celkových výdělích. Zimní hry ve Squaw Valley v roce 1960 byly prodány za 50 tisíc dolarů, zimní Vancouver 2010 a letní olympiádu v roce 2012, jejíž dějiště v době prodeje ani nebylo zvoleno, se pro americký trh prodaly už za více než dvě miliardy dolarů. Olympiáda v Aténách v roce 2004 se prodala pro americký trh za 793 milionů dolarů. Částku 394 milionů zaplatila Evropská vysílací unie (EBU), sdružující

---

<sup>70</sup> DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 2008, s. 157-161. ISBN 978-80-7363-131-4.

<sup>71</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 24.

71 veřejnoprávních televizí z 51 zemí včetně České televize. K tomu přibyly nižší částky z dalších regionů. Navzdory obrovské investici byl předpokládán jen v Americe zisk 65 milionů dolarů. Česká televize plánovala v rozpočtu na rok 2004 náklady na zajištění přenosů z mistrovství světa v hokeji, fotbalového Eura a olympiády na sto čtyřicet milionů korun. Do Atén byl vyslán čtyřiašedesátčlenný štáb, což je zhruba polovina všech akreditovaných českých mediálních pracovníků.<sup>72</sup>

Pořadatelé i olympijský výbor se pak v době rostoucích nákladů na bezpečnost finančně hojí částkami, které za práva platí televize. EBU nakupuje pro Evropu vysílací práva na zimní olympijské hry už od Innsbrucku v roce 1964. V tomto případě si každá členská stanice, včetně České televize, skládá z přenášených událostí vlastní program. V podstatě již od samotného vyřčení neplatí myšlenka někdejšího šéfa Mezinárodního olympijského výboru Avery Brundageho, který v Cortině d'Ampezzo v roce 1956 zastával názor, že olympiády si 60 let dobře vedly bez televize a v další šedesátce tomu jistě nebude jinak. Důkazem, že jeho tvrzení nebylo založené na pravdě, je následující přehled, který uvádí vývoj cen televizních práv zimních olympijských her.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> *Televizní práva stojí miliardy dolarů* [online]. 11. 8. 2004 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/televizni-prava-stoji-miliardy-dolaru-dhv-/olympiada-ateny.aspx?c=A040811\\_190204\\_oh04\\_zpravy\\_rav](http://oh.idnes.cz/televizni-prava-stoji-miliardy-dolaru-dhv-/olympiada-ateny.aspx?c=A040811_190204_oh04_zpravy_rav)

<sup>73</sup> *Televizní práva k olympiádě: komodita, jejíž cena stále roste* [online]. 19. 1. 2006 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-17642990-televizni-prava-k-olympiade-komodita-jejiz-cena-stale-rote>

Tabulka 1: Vývoj cen televizních práv ZOH v amerických dolarech

Rok konání	Americký trh	Evropský trh
1960	50 000	-
1964	597 000	295 000
1968	2 500 000	513 000
1972	6 400 000	1 234 000
1976	10 000 000	833 000
1980	15 500 000	2 645 000
1984	91 500 000	4 100 000
1988	309 000 000	5 700 000
1992	243 000 000	18 500 000
1994	295 000 000	24 000 000
1998	375 000 000	72 000 000
2002	545 000 000	120 000 000
2006	613 000 000	135 000 000
2010	820 000 000	178 000 000

Zdroj<sup>74</sup>

### Konec „velkých akcí“ pro českého diváka?

Neustále se zvyšující cena za práva musí mít konkrétní důsledky, kterými v případě LOH 2016 bylo rozdělení přenosů mezi ČT a placené kanály Novy. Je velmi reálné, že diváci se musí připravit na situaci, že v budoucnosti některé vrcholy her na volně dostupných kanálech vysílány nebudou. To je zapříčiněno především podpisem smlouvy z roku 2015 mezi Mezinárodním olympijským výborem a společností Discovery, vlastníci i placený kanál Eurosport. Za 1,3 miliardy eur získala Discovery výhradní práva na přenosy z olympijských her 2018 až 2024 pro 50 evropských zemí, a to pro veškeré platformy televizního vysílání, včetně internetu a mobilních telefonů. Tím skončila 46letá éra, kdy práva na hry pro Evropský trh vždy exkluzivně kupovala Evropská vysílací unie, která je následně prodávala evropským veřejnoprávním stanicím, včetně České televize. MOV neprodala práva EBU, protože její národní

<sup>74</sup> *Televizní práva k olympiádě: komodita, jejíž cena stále roste* [online]. 19. 1. 2006 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-17642990-televizni-prava-k-olympiade-komodita-jejiz-cena-stale-roste>



stanice uskutečňují především lineární vysílání a málo pracují v digitálním prostředí. Lineárním vysíláním je míněn přenos, který divák pasivně přijímá, ale nemůže aktivně ovlivnit jeho spuštění, zastavení a opětovné spuštění. MOV si nechal udělat analýzu, podle jejích výsledků děti ztrácejí pojem o existenci sportu, protože preferují digitální média.

Nyní tedy na základě tohoto poznatku nastala skutečnost, že práva vlastní nadnárodní společnost, což může vést k důsledku, že bude český reprezentant na olympiádě v živém televizním vysílání zastíněn pro českého diváka zcela nezajímavým přenosem například německého házenkářského týmu, jelikož se předpokládá, že v početnějším Německu je více diváků. Faktem je, že čeští sportovci jsou v mezinárodním vysílání Eurosportu často opomíjeni. Řešením by mohlo být, kdyby Eurosport i za pomoci digitálních médií nabídnul specifikace pro každou zemi. Ve smlouvě s MOV se zároveň Discovery zavázala, že vzhledem k legislativě jednotlivých zemí poskytne nejméně 100 hodin vysílání ze zimních her a 200 hodin z letních her v rámci zdarma šířeného televizního vysílání, tedy v Česku prostřednictvím například České televize, Novy či Primy. Existuje tedy povinnost prodávat sublicence. Nabízené množství 100 hodin vysílání by však nepokrylo ani celý hokejový turnaj, proto Česká televize začala jednat s Discovery o nákupu sublicence a delšího vysílacího času než je avizovaných 100 hodin.

Vystupování ČOV je v této kauze rozporuplné, důkazem je fakt, že označují dosavadní práci České televize, co se týká prezentace doposud vysílaného olympijského programu jako vysoký standard, ale oproti tomu argumentují, že nyní bude moci divák olympiádu sledovat v televizi, na počítači nebo v telefonu. To je budoucnost, kam ČOV dle jejich vyjádření míří. Ve skutečnosti tím potvrzují to, že nemají základní přehled o již aktuálně dostupných doplňkových službách, například pomocí platformy iVysílání. Realitou posledních let je, že již nyní může divák využívat tyto doplňkové služby zcela zdarma i na kanálech České televize, stačí mít stabilní připojení k internetu.

Výsledkem práce MOV tedy v praxi může být, že Česká televize nebo jiná volně dostupná televize, získá ze zimních her sublicenci na většinu soutěží s českými sportovci, ale nebude ji mít na finále hokeje. Nebo při letních hrách na finále běhu na

100 metrů. Je pravděpodobné, že nejzajímavější disciplíny z pohledu sledovanosti a tedy i prodeje reklamy si Discovery exkluzivně nechá pro sebe, případně je nabídne za částku, kterou veřejnoprávní televize nedokáže v budoucnu zajistit.<sup>75</sup>

Zájem o placené kanály Discovery se pochopitelně zvýší a vylepší se tím i vyjednávací pozice Discovery vůči poskytovatelům kabelových, IPTV a satelitních služeb a nedá se vyloučit, že se paušální poplatek za tyto kanály zvýší. Pokud dojde k prodeji sublicence jiné stanici, může pak docházet i k absurdním situacím, kdy ČT bude vysílat například skok do výšky, tedy atletickou disciplínu a na pozadí se bude odehrávat finále jiné disciplíny, na kterou ovšem ČT nebude mít práva, takže nebude moci přepnout na přímý přenos tohoto finále a divák jej uslyší jen z ruchových mikrofonů z reakce diváků.

O tom, že prodej celoevropských práv stanici Discovery není nejlepší volbou, svědčí i aktuální kritika diváků, ČOV i lyžařského svazu, ve které se tvrdí, že programová skladba českého Eurosportu, kterou stanovuje pařížská centrála, poškozují české diváky i sportovce. Jedná se o situaci, kdy se do programu častěji nezařazují živá vystoupení českých sportovců. Celý problém spočívá v tom, že se program tvoří v evropském ústředí v Paříži a zaměřuje se především na evropské hvězdy a tak je výsledkem, že přednost dostávají hráči z velkých evropských zemí, například z Polska, Francie, Německa, tedy zemí, které táhnou sledovanost Eurosportu. Tato politika se nelíbí ČOV, který se obává, že ubližuje českému sportu. A vzhledem k této zkušenosti nastávají obavy z blížící se zimní olympiády, kdy zcela reálně hrozí, že diváci na Eurosportu neuvidí české olympioniky, protože Paříž dá ve vysílání přednost velkým sportovním velmocem, kde má větší trh.<sup>76</sup>

### **Euro 2008 poprvé mimo obrazovky České televize**

V minulosti se již stalo, že zimní olympijské hry v Soči 2014 sdílela Česká televize spolu s komerční Novou, která získala pro české území exkluzivní vysílací práva na

---

<sup>75</sup> MACEK, T. *S Riem přijde konec jedné éry. Kdo pak odvysílá olympiády?* [online]. 16. 2. 2016 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/olympijske-hry-televizni-prava-po-riu-2016-fp0-rio-2016.aspx?c=A160218\\_192825\\_olympiada-rio-2016\\_tof](http://oh.idnes.cz/olympijske-hry-televizni-prava-po-riu-2016-fp0-rio-2016.aspx?c=A160218_192825_olympiada-rio-2016_tof)

<sup>76</sup> PAVLÍČEK, T. *Televizi kritizuje i ČOV: Program Eurosportu poškozují české sportovce* [online]. 20. 1. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/cov-kritizuje-eurosport-0xq-/sport\\_oh.aspx?c=A160120\\_160749\\_lyzovani\\_tp](http://oh.idnes.cz/cov-kritizuje-eurosport-0xq-/sport_oh.aspx?c=A160120_160749_lyzovani_tp)

hokejový turnaj. Další situace nastala, kdy komerční Prima získala práva na kompletní Euro 2008 za 100 milionů korun.<sup>77</sup> V té době se jednalo o malou revoluci, jelikož všechny velké fotbalové turnaje doposud vysílala Česká televize, ovšem ta nabídla za práva o 40 milionů korun méně. Experti na televizní problematiku tehdy tvrdili, že pokud bude chtít Prima vysílací práva maximálně využít, bude se snažit co nejdříve spustit digitální sportovní kanál. Celkem se totiž během turnaje odehraje 31 utkání, některá z nich souběžně, a odborníci neočekávali, že by Prima všechny zápasy odvysílala na svém hlavním programu. Ovšem realita taková byla, Prima druhý kanál v tomto roce nespustila a tak jeden ze souběžně hraných zápasů byl odvysílán ze záznamu.<sup>78</sup>

### **Práva na mistrovství světa ve fotbale, spory ohledně Ligy mistrů i české ligy**

FIFA má největší příjmy z prodeje televizních práv, které jsou nejdražší mezi všemi sportovními utkáními a překonávají i olympijské hry. Podle odhadů odborníků mohou překročit částku 1,5 miliardy dolarů za jedno mistrovství. Práva na televizní vysílání zakoupilo přibližně 200 stanic, na utkání se mohou dívat fanoušci ve více než stovce zemí po celém světě.<sup>79</sup>

Každá stanice si zakoupená práva na konkrétní událost pochopitelně pečlivě hájí. Exkluzivita sportovní události je pro každou stanici velice důležitá, jedná se o ochranu investice, která v případě práv za fotbal nebývá nijak zanedbatelná. Pro Ligu mistrů vlastní společnost O2 exkluzivní vysílací práva na sedm úterních a osm středečních zápasů základních skupin, Česká televize pak na jeden úterní přenos. Společnost O2 získala exkluzivní práva na vysílání tří ročníků Ligy mistrů UEFA včetně semifinálových utkání a finálového zápasu na začátku roku 2015 pro svou placenou službu O2 TV. Celkem odvysílá 130 utkání z každé sezony. Problém nastal v roce 2015,

---

<sup>77</sup> MÁDL, L. *Světový fotbal? S Bosákem a Čapkem přinejmenším do roku 2022* [online]. 16. 8. 2013 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/fotbal/ponikelsky-ct-koupila-prava-na-fotbalova-ms-az-do-roku-2022/r~8de60f2605a811e3888f0025900fea04/?redirected=1482427058>

<sup>78</sup> ČTK. *Zvrat: Fotbalové EURO 2008 bude na Primě* [online]. 2. 2. 2007 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/fotbal/zvrat-fotbalove-euro-2008-bude-na-prime/r~i:article:347577/?redirected=1482255491>

<sup>79</sup> *Cena vysílacích práv na mistrovství světa ve fotbale překonává i olympijské hry* [online]. 12. 06. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/svetovaekonomika/\\_zprava/cena-vysilacich-prav-na-mistrovstvi-sveta-ve-fotbale-prekonava-i-olympijske-hry--1361928](http://www.rozhlas.cz/zpravy/svetovaekonomika/_zprava/cena-vysilacich-prav-na-mistrovstvi-sveta-ve-fotbale-prekonava-i-olympijske-hry--1361928)

kdy kabelový a satelitní operátoři, tedy konkurenti O2, vysílaly zápasy Ligy mistrů šířením zahraničních televizních kanálů, které sice měli zakoupeny vysílací práva, ale nikoliv pro naše území. Konkrétně se jednalo o slovenské, rakouské a německé programy. Společnost O2 si u soudu vymohla, že kabelový ani satelitní operátoři nesmějí vysílat programy, které neoprávněně šíří zápasy fotbalové Ligy mistrů. Na základě předběžného opatření Městského soudu v Praze bylo nařízeno během vysílání fotbalových zápasů začernovat obrazovku.<sup>80</sup>

Podobná situace se již vyskytla v roce 2007, kdy prodejce práv společnost Pragosport, požadovala po tuzemských satelitních, kabelových a IPTV operátorech, odpojování nebo zakódování signálu slovenských stanic, pokud na nich poběží přenos fotbalové Premier League. Problémem se zabývala také stanice Galaxie sport, které se nelíbilo, že přes 300 tisíc diváků satelitní služby CS Link bude moci sledovat druhý program Slovenské televize, který nabízí stejně jako Galaxie sport vybrané zápasy anglické fotbalové Premier League. Stejný program českým divákům zprostředkovává řada provozovatelů televize přes internetový protokol.<sup>81</sup>

Úplně první spor ohledně televizních práv v České republice proběhl již v roce 1994, kdy Rada pro televizní a rozhlasová práva spadající pod ČMFS, doporučila fotbalovým klubům I. a II. ligy (mimo Sparty), aby při utkáních umožnily pořizovat zpravodajské záběry pouze TV Nova. ČMFS (jeho marketingová organizace STES) totiž podepsal 21. 11. 1993 s TV Nova smlouvu o exkluzivních právech na přenosy z I. a II. fotbalové ligy. Sparta Praha k projektu STES nepřistoupila. Následující víkend, kdy se hrálo ligové kolo, nebyly štáby České televize vpuštěny na stadiony oddílů I. fotbalové ligy k pořízení záběrů pro sportovní zpravodajství. Při utkáních v Drnovicích a na Bohemians natáčely štáby ČT ze střech blízkých domů. 10. 4. 1994 Česká televize uvedla na programu ČT1 přímý přenos utkání Sparty se Slavií i přes protesty ČMFS. ČT vysílala na základě své smlouvy se Spartou. Začátkem června 1994 také Sparta přistoupila po nátlaku k projektu STES a ČT tak ztratila možnost přenášet její ligová

---

<sup>80</sup> O2 si u soudu vymohla zákaz šíření Ligy mistrů kabelovými firmami [online]. 1. 10. 2015 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize-a-radia/o2-si-u-soudu-vymohla-zakaz-sireni-ligy-mistru-kabelovymi-firmami\\_357537.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize-a-radia/o2-si-u-soudu-vymohla-zakaz-sireni-ligy-mistru-kabelovymi-firmami_357537.html)

<sup>81</sup> POTŮČEK, J. Operátoři mají odpojovat STV během sportovních přenosů [online]. 22. 11. 2007 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/odpojovani-stv-behem-sportovnich-prenosu/>

utkání. Tento spor definitivně skončil v červenci téhož roku, kdy Ministerstvo pro hospodářskou soutěž vydalo rozhodnutí, podle něž při utkáních I. a II. fotbalové ligy může pořizovat audiovizuální zpravodajství v délce do 90 sekund každý provozovatel televizního vysílání. Byl tak ukončen spor, který vnesl do české mediální oblasti otázku, zda lze na základě exkluzivní smlouvy o vysílacích právech zabránit jiným televizním společnostem natáčet zpravodajské materiály.<sup>82</sup>

### **Česká televize má práva na další dvě olympiády, ale i MS ve fotbale**

Obavy českého diváka pro další dvě nacházející olympiády mohou být prozatím zažehnány, společnost Discovery se již dohodla s Českou televizí na poskytnutí sublicence. Smlouva se týká zimních olympijských her 2018 v Koreji a letních her 2020 v Tokiu. Česká televize na jejím základě získala výhradní práva k volně šířenému vysílání z těchto her na jednom kanálu a bude tak moci pokračovat ve své tradici, která začala v roce 1956. Discovery zároveň nabídne kompletní vysílání z her na svém kanálu Eurosport i na svých digitálních, internetových a mobilních platformách včetně přehrávače Eurosport Player a inovativních řešení pro virtuální realitu. Částka, za kterou Česká televize získala sublicenci, zveřejněna nebyla, jednalo se o nižší částku, než zněl původní návrh Discovery. Přesto bude muset ČT v oblasti sportovního vysílání hledat nové úspory. V oblasti sportovních práv se situace mění rychle, jejich ceny stoupají na hodnoty, které se ještě před několika lety zdály zcela nereálné. Jak se bude vyvíjet cena za práva na další olympiády, lze jednoduše odvodit z narůstající výše.<sup>83</sup>

Česká televize si také již s předstihem zajistila vysílací práva na následující dvě mistrovství světa ve fotbale v roce 2018 a 2022.<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Ročenka České televize: 1994. Praha: Česká televize, 1995, s. 11-15. ISBN 80-85005-05-0.

<sup>83</sup> MACEK, T. *Odkoupeno. Také olympijské hry 2018 a 2020 bude vysílat Česká televize* [online]. 9. 5. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/oh-v-ceske-televizi-0op-/sport\\_oh.aspx?c=A160509\\_155315\\_sport\\_oh\\_tm2](http://oh.idnes.cz/oh-v-ceske-televizi-0op-/sport_oh.aspx?c=A160509_155315_sport_oh_tm2)

<sup>84</sup> MÁDL, L. *Světový fotbal? S Bosákem a Čapkem přinejmenším do roku 2022* [online]. 16. 8. 2013 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/fotbal/ponikelsky-ct-koupila-prava-na-fotbalova-ms-az-do-roku-2022/r~8de60f2605a811e3888f0025900fea04/?redirected=1482427058>

## **Česká televize a její konkurenti**

Proces deregulace českého mediálního prostoru zapříčinil nástup nových sportovních stanic spolu se vznikem nových soukromých subjektů, přičemž výsostnou oblastí jejich zájmu se stal vedle filmu a hudby právě sport. Tyto nové komerční subjekty přinesly alternativní nabídky, mimo veřejnoprávních televizí a soukromých společností, přes satelit či kabelovou síť dodávat služby placenou formou- buď paušálně, nebo za zhlédnutí jednoho konkrétního pořadu. Právě zde se vytvořil prostor pro fungování specializovaných sportovních kanálů. Atraktivní sportovní podívaná přitahuje diváky, ale i inzerenty. Sportovní divák je z pohledu prodeje reklamy dobře definovatelnou cílovou skupinou a vrcholné sportovní akce jsou masově sledovanou mediální událostí, která je cílena na početné publikum.

Dalším důvodem vzniku a rychlého rozšíření sportovních kanálů byl rozvoj nových technologií vysílání, především proces digitalizace. Tyto technologie rychle pronikly do satelitních i kabelových sítí a postupně si začaly podmaňovat i pozemní vysílání. Přímý přenos, jako jeden z primárních formátů sportovních televizí, je vhodným prostorem pro nasazení mnoha novinek v oblasti audiovizuální techniky. Myšleny tím jsou nové metody obrazové montáže až po umístění minikamer nebo mikrofonů na rozhodčí, což poskytuje možnost divákovi sledovat výrok rozhodčího a zároveň slyší, co říká potrestanému hráči. Efekty sloužící k netradičnímu zaznamenání události mají schopnost ještě více pobavit diváka, více jej vtáhnout do děje.

Prvním sportovním kanálem byl projekt televize Sport 1, který byl spuštěn 6. 10. 2000. Placený kanál působící v kabelové a satelitní síti provozovala firma UPC Sport, která investovala nemalé prostředky do zakoupení vysílacích práv nejenom na nejvyšší domácí soutěž v kopané, o kterou se dělila s Novou a Českou televizí. Stanice vysílala jenom pouhý rok a k 31. říjnu 2001 byl provoz ukončen, z důvodu nedostatečného zájmu publika. Nástupcem Sportu 1 se stala stanice Galaxie Sport, která spustila vysílání v dubnu 2002 a vysílala prostřednictvím kabelové sítě. Program byl podobný jako u stanice Sport 1, ale ekonomické výsledky byly již lepší. Stanice vlastnila práva na anglickou fotbalovou nejvyšší soutěž. V říjnu 2008 byla přejmenována na stanici Nova Sport a vysílá doposud. V únoru 2009 stanice začala vysílat v HD a 5. září 2015

přibyl sesterský kanál Nova Sport 2. Oba kanály jsou dostupné v síti kabelových a satelitních operátorů a přes portál VOYO.<sup>85</sup>

V roce 2015 zaznamenala výrazný rozvoj IPTV platforma. Důležitým krokem byl vstup společnosti O2 na televizní trh s vlastním sportovním kanálem O2 Sport, šířeným pouze v síti O2. Nové sportovní stanici se podařilo získat atraktivní sportovní události, ke kterým patří práva na evropskou Ligu mistrů a na zápasy české fotbalové ligy, s právem první volby zápasu. To s sebou přineslo zcela novou zkušenost pro televizního diváka, kdy přitažlivé přenosy byly doposud k dispozici zdarma, a je zřejmé, že dostupnost atraktivních událostí a pořadů ve volném vysílání se bude snižovat. Uvedený trend bude mít v budoucnu i politický rozměr, protože pro zachování současné úrovně dostupnosti programové nabídky bude divák nucen vynakládat dodatečné platby a navíc v některých místech nemusí být placené služby IPTV z technologických důvodů k dispozici. Veřejnoprávní televize se tak stává prakticky jediným garantem univerzálně, volně dostupné služby a její role v tomto směru poroste. Otázkou však je, zda bude mít v budoucnu, při současném vývoji na trhu vysílacích práv, dostatečné zdroje na udržení současné úrovně volně dostupného vysílání.<sup>86</sup>

### **Může Česká televize přijít o velké akce?**

Česká televize, jako veřejnoprávní subjekt, vždy vysílala „velké akce“, tedy mistrovství Evropy a světa ve fotbale (výjimkou bylo Euro 2008, které získala Prima). Monopol, o který se v podstatě jednalo, byl dán především tím, že komerční televize nejsou schopny, ale ani ochotny, odvysílat tak široké portfolio zápasů. Vysílání kompletních šampionátů se jim nevyplatí, protože na to jednak nemají prostor ve vysílacím schématu, a navíc naprostá většina přenosů, s výjimkou zápasů domácí reprezentace, čtvrtfinále a finále, má mizivou sledovanost. Naopak veřejnoprávní televize mohou mimořádným sportovním událostem krátkodobě vymezit celý jeden vysílací okruh, a tudíž využít kompletně nakoupená práva. A také se dokáží sžít s tím, že některé zápasy mají naprosto zanedbatelnou sledovanost.

---

<sup>85</sup> LACHMAN, T. *Sport a televize: láska na první pohled* [online]. 4. 2. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret\\_lachman\\_11.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret_lachman_11.pdf)

<sup>86</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 22.

EBU nakupuje vysílací práva hromadně pro evropský televizní trh a poté je rozprodává jednotlivým stanicím. Kupujícím nemusejí být nutně televize veřejné služby, ale v jednáních mají přednost před komerčními stanicemi. Pokud veřejnoprávní televize nepřijme nabídku, EBU se obrací na komerční stanice. Tento stav je ale proti myslí Evropské unie a tak připravila nařízení, podle něhož by každá televizní stanice, která zakoupí vysílací práva na významnou sportovní událost, měla povinnost část přenosů poskytnout konkurenčním stanicím. Tím by evropští úředníci zrušili jakýsi monopol převážně veřejnoprávních televizí na sportovní přenosy. Toto nařízení se pochopitelně nelíbí Evropské vysílací unii, která sdružuje evropské veřejnoprávní vysílatele. A tak nebýt zásahu právníků, mohlo toto nařízení ovlivnit již fotbalové Euro 2004. Nařízení znělo tak, že všechny evropské televize, jež zakoupily práva na přenosy z Eura, měli povinnost nabídnout konkurenčním televizím k odvysílání čtyři zápasy a to dva ze základních kol a dva ze čtvrtfinále. Úspěchy ČT při vysílání velkých sportovních akcí vedli k tomu, že Nova zatoužila po tomto diváckém segmentu a podařilo se jí opakovaně získat práva na odvysílání domácích zápasů české fotbalové reprezentace.

Dalším nařízením, kterým Evropská unie určuje majitelům práv v jednotlivých zemích, jak s nimi naložit, je povinnost umožnění vysílání zápasů národních týmů, čtvrtfinálových a finálových zápasů, ve volně přístupných, neplacených televizích. Demonopolizace sportovních přenosů ovšem neřeší dva hlavní problémy a to, jak zajistit u komerčních televizí, aby odvysílaly všechny odehrané zápasy, tedy i ty méně atraktivní a jak donutit veřejnoprávní televize, aby svým konkurentům nabídly právě ty přenosy, u kterých lze dopředu očekávat velký divácký zájem.<sup>87</sup>

### **Budoucnost české ligy z pohledu práv**

Situace, kdy jsou nejatraktivnější zápasy naší ligy dostupné jen na placených programech, je již nyní realitou. Jak by to mohlo vypadat v nedaleké budoucnosti, co se týká práv na českou ligu, se vyjádřil předseda Fotbalové asociace České republiky Miroslav Pelta, který na téma přísunu více peněz do fotbalu řekl: „*Jedna věc jsou totiž sny, druhá realita. Všechno je pořád dobrý, než přijde kasa cink. Pak všichni chtějí*

---

<sup>87</sup> POTŮČEK, J. *Přijde ČT o monopol na velké akce?* [online]. 16. 6. 2004 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: <http://potucek.blogspot.cz/2004/06/pijde-t-o-monopol-na-velk-akce.html>



*vědět, jaké jsou možnosti získat větší zdroje. A já tu vidím jedinou možnost – musí být víc peněz z televizních práv, to je velká možnost růstu. Proto si myslím, což je pro obvyčejného člověka špatná zpráva, že liga musí odejít z veřejnoprávní stanice na placené kanály. Jinak to nepůjde.*<sup>88</sup> Otázkou tedy není, jestli tato situace nastane, ale kdy se tak stane. Jisté je nyní pouze to, že ještě v sezoně 2017/18 divák uvidí na obrazovkách veřejnoprávní televize dva zápasy každého kola, bez možnosti první volby Českou televizí. Co bude v sezoně následující, se divák teprve dozví.

## **Aktuální majitelé televizních práv na fotbalové přenosy v České republice<sup>89 90 91</sup>**

### **ČT Sport:**

- MS 2018, MS 2022 (i pro vysílání na internetu)
- Kvalifikace na MS 2018, zápasy české reprezentace
- ME 2020 včetně kvalifikace, u kvalifikace jen zápasy české reprezentace
- Liga mistrů- jeden úterní zápas a finále (2015/16, 2016/17, 2017/18)
- Evropská liga
- Česká nejvyšší liga (2015/16, 2016/17, 2017/18), dva zápasy z každého kola, právo druhé a třetí volby
- Český pohár

### **Sport1, Sport2:**

- Kvalifikace na MS 2018, mimo zápasy české reprezentace
- Německý pohár

---

<sup>88</sup> Pelta: *Liga bude muset přejít na placené kanály. Jinak to nepůjde* [online]. 13. 1. 2016 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-1-liga-rocnik-2015-16/257315/pelta-liga-bude-muset-prejit-na-placene-kanaly-jinak-to-nepujde.html>

<sup>89</sup> *Seznam majitelů televizních práv na sportovní přenosy v ČR* [online]. 9. 12. 2016 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam\\_majitel%C5%AF\\_tv%C3%ADch\\_pr%C3%A1v\\_na\\_sportov%C3%AD\\_p%C5%99enosy\\_v\\_%C4%8CR](https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_majitel%C5%AF_tv%C3%ADch_pr%C3%A1v_na_sportov%C3%AD_p%C5%99enosy_v_%C4%8CR)

<sup>90</sup> ŠEDIVÝ, P. *O2 TV bude nově vysílat dva zápasy z české ligy a zahraniční fotbal* [online]. 19. 5. 2016 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z: *O2 TV bude nově vysílat dva zápasy z české ligy a zahraniční fotbal*

<sup>91</sup> BURDA, J. *Televizní práva na Ligu mistrů zůstávají O2 TV a ČT, kde bude jaký fotbal* [online]. 10. 8. 2016 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <http://www.digitalnitemelive.cz/zpravy/obecne/televizni-prava-na-ligu-mistru-zustavaji-02-tv-a-ct-kde-bude-fotbal.html>

- Copa América 2017
- Italská nejvyšší liga (2015/16, 2016/17, 2017/18)
- Francouzská nejvyšší liga (2015/16, 2016/17, 2017/18)

#### **Eurosport 2:**

- Německá nejvyšší liga (2014/15, 2015/16, 2016/17)

#### **O2:**

- Liga mistrů (2014/15, 2015/16, 2016/17) mimo jednoho úterního zápasu
- Česká nejvyšší liga (2014/15, 2015/16, 2016/17) dva zápasy každého kola, právo první a čtvrté volby
- Španělský, italský a francouzský ligový pohár

#### **DIGI TV:**

- Anglická nejvyšší liga (2016/2017, 2017/2018, 2018/2019; i pro internetové vysílání) – každé kolo šest zápasů živě a dva ze záznamu
- Anglická druhá nejvyšší liga (2016/2017, 2017/2018, 2018/2019; i pro internetové vysílání)
- Anglický ligový pohár (Sky Bet Championship)
- Španělská nejvyšší liga (2015/2016, 2016/2017, 2017/2018; i pro internetové vysílání) – všech deset utkání živě
- Holandská nejvyšší liga (2016/2017, 2017/2018, 2018/2019; i pro internetové vysílání)
- Portugalská nejvyšší liga (2016/2017, 2017/2018, 2018/2019; i pro internetové vysílání)

#### **Nova Sport:**

- Evropská liga
- Anglický pohár FA Cup

## **ISPORT.CZ:**

- Česká nejvyšší liga (2015/16, 2016/17, 2017/18) pouze internetové vysílání, všechny zápasy

### **Nárůst četnosti vysílání fotbalových utkání**

Nárůst počtu sportovních kanálů po vzniku duálního vysílání a s tím spojený divácký zájem o živé sportovní přenosy umožnil televizním stanicím investovat nemalé částky do televizních práv na fotbalové přenosy, nejenom z české ligy, ale i divácky atraktivní vybrané zahraniční soutěže, případně ligové poháry. V neposlední řadě si fanoušek může vybírat ze všech odehraných utkání Ligy mistrů v základní skupině. Z každého odehraného kola může fanoušek sledovat s českým nebo slovenským komentářem vybraná utkání z těchto zemí a lig:

- česká, italská, francouzská, německá, anglická (nejvyšší i druhá nejvyšší liga), španělská, holandská a portugalská liga.

Tedy celkem z osmi států Evropy, což je tak široký výběr, který zde před nástupem duálního vysílání rozhodně nebyl k dispozici.

V případě ligových pohárů si může fanoušek vybrat:

- český, německý, španělský, italský a francouzský, anglický ligový i FA Cup.

### **3.3 Sportovní pořady České televize**

V roce 1994 se na obrazovkách České televize odvysílalo celkem 928 hodin sportovních přenosů. Ve srovnání s předchozím rokem se jednalo o objemový přírůstek 268 hodin, který byl zapříčiněn vysíláním zimní olympiády a nejrozsáhlejšího mistrovství světa v kopané, co do počtu utkání.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> *Ročenka České televize: 1994*. Praha: Česká televize, 1995, s. 119. ISBN 80-85005-05-0.

Česká televize odvysílala více než 110 hodin přenosů a záznamů z 56 zápasů mistrovství světa v kopané v USA, kterému bylo uzpůsobeno vysílání obou programů ČT.<sup>93</sup>

Z mistrovství světa v kopané bylo odvysíláno 42 přímých přenosů, 14 záznamů a každodenní zpravodajství pod názvem **Americké ozvěny**. Souhrn z mistrovství světa se vysílal ve stříhových dokumentech nazvaných **Dobrý den, Ameriko!** Mimo mistrovství světa byly odvysílány také evropské pohárové zápasy našich klubů i celý průběh fotbalové klubové soutěže Ligy mistrů. V nejasných polemikách o výklad pojmů užívání televizních práv na domácí ligu, odvysílala Česká televize jen některé zápasy Sparty Praha a těžce bránila právo na zpravodajství natáčením ze střech a jeřábů v okolí fotbalových stadionů, jelikož jejím štábům nebyl dovolen vstup na stadiony.

Vysílány byly tradiční zpravodajské pořady **Branky, body, vteřiny** a **Sportovní ozvěny**, novinkou byl pořad **Sport plus mínus** a magazín **Sportissimo**. V něm měli diváci poprvé zajímavou možnost si vždy pro další kolo Ligy mistrů telefonickým hlasováním zvolit fotbalový přenos pro další kolo.<sup>94</sup>

V červnu 2015 se v České republice konalo poprvé v historii Mistrovství Evropy fotbalistů do 21 let. I přes neúspěch naší reprezentace, co se týká postupu ze základní skupiny, zaznamenal šampionát vysokou sledovanost. ČT sport odvysílala více jak 61 hodin přímých přenosů i záznamů.<sup>95</sup> Mistrovství probíhalo na pražských stadiónech v Edenu a na Letné a dále v Olomouci a v Uherském Hradišti. Česká televize musela při přípravách i vlastní realizaci výroby mezinárodního signálu vyhovět velice náročným kritériím UEFA, jež byla ve většině parametrů shodná s požadavky pro pořadatele seniorských evropských šampionátů. ČT zajistila výrobu ze všech patnácti zápasů dramatického turnaje, pro zajištění maximální jednoty všech přenosových parametrů

---

<sup>93</sup> *Ročenka České televize: 1994*. Praha: Česká televize, 1995, s. 14. ISBN 80-85005-05-0.

<sup>94</sup> *Ročenka České televize: 1994*. Praha: Česká televize, 1995, s. 70-71. ISBN 80-85005-05-0.

<sup>95</sup> *Realizované sportovní přenosy a televizní pořady* [online]. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní\\_zpravy/prilohy\\_15/prenosy-porady.pdf](http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/prilohy_15/prenosy-porady.pdf)

využila dva specializované výrobní štáby, které se přesouvaly mezi pražskými a moravskými stadiony.<sup>96</sup>

V roce 2015 se pravidelně v přímých přenosech vysílaly nejprestižnější evropské fotbalové soutěže Liga mistrů a Evropská liga, velký prostor byl věnován domácí fotbalové soutěži pod názvem Synot liga, ale i kvalifikačním, přátelským či přípravným utkáním národní reprezentace.<sup>97</sup>

Sportovní zpravodajství, publicistiku a magazíny připravoval program ČT sport v roce 2015 pro všechny programy České televize:

- ČT1- Branky, Body, Vteřiny
- ČT2- příspěvky do Zpráv ve znakovém jazyce
- ČT24- pětiminutové sportovní zpravodajství vysílané v průběhu celého dne
- ČT:D- příspěvky do Zpráviček
- ČT sport- ve všední den Sportovní zprávy polední, odpolední a večerní, o víkendu večerní Sportovní zprávy

**Branky, Body, Vteřiny-** odvysíláno bylo více jak 4100 reportáží, z toho přes 80 % sleduje českou stopu.

**Sportovní zprávy-** odvysíláno bylo více jak 4400 reportáží, z toho přes 75 % se zabývá českou stopou. Součástí poledních a odpoledních Sportovních zpráv je také rozhovor na aktuální téma, jejichž počet překročil 250.

**Magazíny a zpravodajsko-publicistické pořady-** i v tomto žánru byla nabídka sportovního kanálu pestrá. Mezi konkrétní pořady patří: **Studio fotbal – Dohráno, Studio fotbal – Extra, Deník NHL, Čtyřka sport, Magazín Ligy mistrů UEFA.**

Sportovní program se zabývá i tvorbou vlastních sportovních dokumentů, mezi které patří vítězný dokument festivalu Sportfilm 2015 o celosvětově známém a uznávaném fotbalovém hráči, pod názvem Skromný velikán – Josef Masopust.

---

<sup>96</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015.* Praha: Česká televize, 2016, s. 43.

<sup>97</sup> *Realizované sportovní přenosy a televizní pořady* [online]. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní\\_zpravy/prilohy\\_15/prenosy-porady.pdf](http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/prilohy_15/prenosy-porady.pdf)

Dalším dokument byl věnován Československému reprezentantovi a legendě kladenského fotbalu Františku Klozovi a v neposlední řadě dokument o hokejovém rozhodčím a respektovaným fotbalovým funkcionáři pod názvem **Pan fair play-Rudolf Bat'a**.<sup>98</sup>

### 3.4 Dopady komercializace ve fotbale a v televizi

Televizní divák může sledovat více utkání České ligy, před nástupem komerčních stanic mohl vidět jeden nebo dva zápasy z každého kola, dneska prakticky všechny (některá utkání se hrají současně, ale je tím myšleno, že si divák může vybrat z kteréhokoliv utkání). Stejně možnosti jsou u Ligy mistrů, v dnešní době není problém sledovat jakýkoliv zápas ze všech odehraných.

#### Více peněz pro kluby

Sportovní kanály dokážou přinést klubům významné finanční prostředky, které často podstatně převyšují příjmy ze vstupného. Navýšení peněz pro kluby přinesl způsob prodeje vysílacích práv na jednotlivé události a také postupné, trvalé a hlavně výrazné zdražování těchto práv, které je způsobeno poptávkou v prostředí většího množství stanic na jednom trhu.

Odpůrci komercializace proti tomu argumentují, že se tím snižuje aktivní návštěvnost stadiónů, což je názor, který se objevuje již od samotného nástupu televizních kamer na sportoviště. V českém prostředí si lze všimnout částečného odlivu diváků během přímého přenosu, německá fotbalová liga má průměrnou návštěvnost přibližně o dvacet tisíc diváků větší než před čtyřiceti lety.<sup>99</sup> Není však možné přesně určit, jestli návštěvnost u nás klesla z důvodu většího množství přímých přenosů anebo tím, že se snížila kvalita soutěže, způsobena odcházením hráčů všech kategorií za více penězi do zahraničí. Tento trend nastal v roce 1990 a týká se prakticky všech hráčů od ligy až po

---

<sup>98</sup> *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015*. Praha: Česká televize, 2016, s. 44-45.

<sup>99</sup> LACHMAN, T. *Sport a televize: láska na první pohled* [online]. 4. 2. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret\\_lachman\\_11.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret_lachman_11.pdf)

nižší soutěže. Důvod je jednoduchý, odcházejí za lepším platem, kterému naše kluby nemůžou konkurovat.<sup>100</sup>

### **Závislost klubů na příjmech z práv**

Komercializace nesporně přinesla fotbalovým klubům větší množství finančních prostředků, problém ale může nastat v případě, kdy tyto prostředky bez předchozího upozornění skončí. Klub s nimi ve svém rozpočtu počítá, a jelikož se jedná o výrazné částky, může takový neočekávaný výpadek být pro ekonomický chod klubu kritický. Nemusí být nijak složité, aby se z výhody pravidelného přísunu peněz stal pro klub obrovský problém. Mementem jsou reálné situace z roku 2002, kdy došlo k sérii událostí, první z nich je krach německé mediální společnosti KirchMedia. Přímý dopad to mělo na kluby z 1. a 2. německé ligy, ale nepřímý dopad to mělo v podstatě na kluby z celé fotbalové Evropy. Důvod byl velice prostý, německý klub před tímto bankrotem dokázal zaplatit za přestup hráče z české ligy takovou sumu, která se následně výrazně promítla do rozpočtu českého klubu, ovšem přestupové částky, které bohaté německé kluby byly po krachu KirchMedia schopny nabídnout, razantně klesly, což ovlivnilo i ekonomiku klubu, který se zkrachovalou mediální společností neměl nic společného.

Společnost KirchMedia vlastnila vysílací práva na mistrovství světa 2002 a 2006, na Ligu mistrů, ale především na kompletní Bundesligu. Hlavní problém bankrotu byl způsoben nedostatečným počtem předplatitelů kanálu Premiere World. Ekonomické problémy následně hrozily dvanácti klubům z německé soutěže, které byly přímo závislé na příjmech od KirchMedia a tyto příjmy z televizních práv tvořily někdy i více než čtyřicet procent jejich rozpočtu. Na řadu muselo přijít výrazné škrtání výdajů, mimo jiné i snížení platu hráčů.

Podobná situace nastala v Anglii, kde vyhlásila bankrot placená televizní stanice ITV-Digital, po kterém čelilo samotnému krachu mnoho klubů druhé až čtvrté anglické ligy. Ani Serie A v Itálii nebyla výjimkou, televizní společnosti Tele Piu s Stream byly nuceny ke snížení již dohodnutých částek za práva, aby se vyhnuly krachu. Z obav před

---

<sup>100</sup> *Téma: Fotbalisté jezdí do ciziny za lepším* [online]. 9. 1. 2006 [cit. 2016-12-27]. Dostupné z: [http://fotbal.idnes.cz/tema-fotbaliste-jezdi-do-ciziny-za-lepsim-f1n-/fot\\_zahranici.aspx?c=A060109\\_133453\\_fot\\_zahranici\\_ber](http://fotbal.idnes.cz/tema-fotbaliste-jezdi-do-ciziny-za-lepsim-f1n-/fot_zahranici.aspx?c=A060109_133453_fot_zahranici_ber)

krachem začali na následující sezonu stanovovat mzdový limit oba římské kluby AS i Lazio.

UEFA na tento vývoj zareagovala licenčním právem pro vstup do evropských pohárů, který bude povolen jen klubům, které budou správně hospodařit, což v praxi znamená, že schodek rozpočtu nesmí překročit předem stanovenou částku. UEFA se obává finančního krachu i těch nejbohatších klubů, které ve snaze po úspěchu nakupují nejžádanější hráče za přemrštěné částky. Finančně si vedou nejlépe kluby z Premier League, které mají smlouvu se společností BskyB, jejíž placená televize SKY se v Británii těší velké popularitě.<sup>101</sup>

### **Astronomické platy hráčů**

Mezi lidmi panuje obecné mínění o tom, že prvoligový hráči jsou přelácani, jezdí v drahých autech, obecně řečeno dopřávají si luxusu. Podle průzkumů hráčské asociace milionové platy pobírají jen dvě procenta profesionálních hráčů, šedesát procent fotbalistů si vydělá méně než 2 000 amerických dolarů měsíčně, pětadvacet procent si vydělá méně než 1 000 dolarů a dvacet procent si měsíčně vydělá méně než 300 dolarů. Mezi diváky se ale nemluví o tom, že kluby nedodržují smlouvy, nechtějí platit. Například na Maltě, v Turecku a Rumunsku se platy zpožďují minimálně u 75 procent hráčů. V Česku bere méně než 1000 dolarů měsíčně 35 procent profesionálních fotbalistů. V Itálii jsou to jen dvě procenta. Pouze jedenáct hráčů z české ligy uvedlo, že se jejich měsíční plat pohybuje mezi 30 až 60 tisíci dolary.<sup>102</sup>

### **Rozhodčí si přijdou na zajímavé peníze**

Hlavní rozhodčí, který je na listině FIFA, obdrží odměnu za odpískání jednoho zápasu v Lize mistrů, která je dána jeho zařazením do výkonnostní kategorie a pohybuje se od částky 1 200 euro až k 6 000 euro. U asistentů a čtvrtých rozhodčích se jedná o částky mezi 180 až 1 800 euro za zápas. Kromě paušální částky za utkání dostane každý rozhodčí bez ohledu na to, zda je asistent nebo hlavní, ještě „diety“ ve

---

<sup>101</sup> STÍBAL, M. *Krach straší celou fotbalovou Evropu* [online]. 21. 4. 2002 [cit. 2016-12-28]. Dostupné z: <http://www.eurofotbal.cz/clanky/krach-strasi-celou-fotbalovou-evropu-28242/>

<sup>102</sup> *Profesionální fotbal jako záruka milionů? Kdepak, většina hráčů finančně strádá* [online]. 29. 11. 2016 [cit. 2017-01-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/sport/fotbal/344627-profesionalni-fotbal-jako-zaruka-milionu-kdepak-vetsina-hracu-financne-strada/>



výši 200 euro za jeden den strávený v místě, kde se hraje utkání. Obvykle létají sudí na zápasy do Evropy na tři dny, tudíž dostanou na dietách 600 euro. Pro každé utkání pak pobírají dalších 200 eur na „ostatní“ náklady. To pro případ, že třeba noc před odletem na zápas musí nocovat v hotelu, platit pohonné hmoty, parkovné na letišti a podobně.<sup>103</sup>

### 3.5 Nezákonné sázení a ovlivňování utkání

Obrovská popularita fotbalu a tím i rostoucí množství peněz v celém tomto odvětví je lákavé nejenom pro aktéry utkání. Finančně si přilepšit na výsledku zápasu se snaží i lidé zcela mimo trávnický, například pomocí sázek. Sázení obecně mají profesionální hráči v mnoha klubech zakázáno již ve smlouvě, především pak na utkání svého klubu. Obejít toto nařízení je ovšem velmi jednoduché, stačí se domluvit se známým, který vsadí například na prohru týmu a zainteresovaný hráč zkrátka neodvede v klíčové situaci plnohodnotný výkon a zavíní třeba penaltu, která rozhodne utkání. Prokázat úmysl je v těchto případech prakticky nemožné, v případě národních soutěží se jedná o malé částky v řádech desetitisíců korun, což mezi sázkaři není ničím výjimečnou částkou. Stačí, aby se domluvili dva tři klíčoví hráči klubu a senzace v podobě nečekané ztráty s outsiderem je na světě. Tyto praktiky se dějí od nepaměti. Ještě větším problémem ovšem je organizované sázení, kde sázkařské gangy hrají o stamiliony, sází se přes Internet po celé planetě a jedné se o zločin, který nejenom že je proti sportovní etice, ale v souvislosti se kterým se i vraždí. A jestliže se světový fotbal něčeho bojí, pak je to právě nelegální organizované sázení. A pomocí úplatku dochází k ovlivnění výsledku utkání. Do této hry jsou zapojeni hráči, trenéři, manažeři klubů, ale i rozhodčí. Zkrátka každý, kdo může ovlivnit výsledek potřebným směrem. Vsází se především na neočekávaný úspěch papírově slabšího týmu, na který je vypsán vyšší kurz, tedy větší výhra za vsazenou sumu.

Fotbalové orgány spolupracují s policií, se sázkovými kanceláři, specializovaný počítačový program Sportradar monitoruje, jestli se neobjevilo větší množství sázek

---

<sup>103</sup> ROZHODČÍ: Kolik vydělá Královec v Lize mistrů? Podívejte se na paušály sudích v Evropě [online]. 13. 1. 2017 [cit. 2017-1-15]. Dostupné z: <http://jenprofotbal.cz/kolik-vydela-pavel-kralovec-v-lize-mistru-podivejte-se-na-pausaly-sudich-v-evrope-13012017>

s „překvapivým výsledkem“ na konkrétní utkání třeba ve druhé lize. Odhalených případů nelegálního sázení by bylo na celou knihu, těch neodhalených na celou knihovnu. První velký případ v naší zemi je z roku 2007 a jde o zápas druhé fotbalové ligy mezi Bystrčí-Kníníčkami a Vítkovicemi. Oba týmy bojovali o záchranu, domácí vedli 2:0, ale nakonec prohráli 2:4. Disciplinární komise měla k dispozici písemné podklady od policie i odposlechy, jednala nekompromisně a vynesla doposud nejvyšší tresty ve své historii za sázení fotbalistů na vlastní utkání. Nabídka úplatku z vítkovické strany nebyla prokázána, trestané bylo sázení napojené na brněnskou pobočku sázkové kanceláře. V profesionálních soutěžích na našem území je to první prokázané ovlivňování výsledku ze strany hráčů, kteří v něm hrají. Tresty padaly i u Městského soudu v Brně, nejenom v podobě podmíněčných odsouzení usvědčených aktérů celého skandálu, ale také v podobě finančních pokut a zákazu činnosti ve fotbale od dvou do pěti let.<sup>104</sup>

V roce 2013 vyplynul na povrch mnohem větší případ, přesahující hranice naší země a neblaze spojující český a slovenský fotbal. Jednalo se o mezinárodně organizované nelegální sázky. Na Slovensku disciplinární komise viníkům vyneslým rozsudkem v podstatě ukončila kariéru, v Čechách byli viníci disciplínkou také potrestáni, ale odvolací a revizní komise tresty zrušila, protože byly uděleny podle neplatného disciplinárního řádu. Případ vyšetřovali i kriminalisté Útvaru odhalování korupce a finanční kriminality služby kriminální policie, mělo jít o devatenáct utkání v Čechách a na Slovensku. Na případ upozornila právě Fotbalová asociace ČR, která o rok dříve informovala policii na podezření z nekalého sázení. Organizátoři sázek měli na úplatcích rozdat zainteresovaným hráčům asi 6 milionů korun, centrum všeho mělo být v Asii, zisky měly být mnohem vyšší. Disciplínka nejprve zastavila aktérům aféry činnost, Ti se odvolali k odvolací a revizní komisi a ta předběžné opatření zákazu startů všem postiženým zrušila. Důvodem bylo vynesení rozhodnutí na základě již neplatného disciplinárního řádu, který umožňoval udělení zákazu činnosti jako předběžného opatření. Aktuální řád nic takového neumožňuje a z hlediska procesního práva není takový postup správný. Disciplinární komise utrpěla ostudnou porážku, vynesla

---

<sup>104</sup> FELT, K. *Fotbal v chapadlech korupce: historie uplácení v českém fotbale od první republiky po současnost*. Praha: Mladá fronta, 2014, s. 168-171. ISBN 978-80-204-3511-8.

rozsudek podle neplatných norem, správný postup byl, že musí vyčkat do vyřešení případu orgány činnými v trestním řízení, případně soudu.

Obvinění hráči na Slovensku dopadli vzhledem k neschopnosti české komise o poznání hůře, jejich tresty řešila disciplinární komise FIFA, která dokonce některé tresty zákazů činnosti ve fotbale navýšila, ale hlavně stanovila, že tresty platí celosvětově, ve všech zemích FIFA.

Fotbalisté, kteří se touto hrou živí, mají ve svých smlouvách zákaz sázení, ale toto lze snadno obejít. Internet dává prakticky nekontrolovatelné možnosti, když pomineme, že si hráč může vsadit prostřednictvím známého. Co je však ještě horší, policie řešila i sázky na zápasy v mládežnických kategoriích. Nejen kontrolní systémy, ale i legislativa jsou na to ovšem krátké, takže sázkařské gangy si vlastně už vychovávají vlastní dorost do jimi organizované velké hry.

Případ sázek a ovlivňování utkání není celosvětově nic nového. V roce 1992 český útočník hrající za pražskou Duklu Michal Váňa přestoupil do asijského klubu Singapur Lions, kde se stal hvězdou místní nejvyšší soutěže. Tamní policejní orgány dlouhé měsíce sledovaly nezákonné sázení a s tím spojené ovlivňování výsledků a v hledáčku uvízl i Váňa. Podle zpráv z té doby mu na jedné straně hrozilo pro Evropana nepředstavitelné singapurské vězení, na straně druhé i smrt, protože gangy se bez milosti zbavují těch, kteří uvíznou v policejních pavučinách. V roce 1994 se smyčka začala utahovat i kolem Váni. Jak sám uvedl, v jeho případě nešlo o korupci, nikdo jej neuplácel. U nelegálních bookmakerů sázel na své zápasy a dostával z toho velké peníze. Policie to ovšem odhalila a chtěla na Váňovi, aby prozradil jména černých bookmakerů, aby se vyhnul tvrdému vězení. Váňa však spolupráci s policií odmítl, jelikož mu bylo jasné, že by se v případě provalení okamžitě objevil v hledáčku mafie. A tak jedinou jeho šancí byl útěk ze země, ke kterému mu pomohl rybář, uplacený k tomu aby jej převezl do Indonésie, odkud se složitými cestami dostal na podzim roku 1994 do České republiky. Sice už byl v relativním bezpečí, v Singapuru se ještě po léta o něm psalo jako o hledaném policií i gangem, asi už sem na dovolenou nepojede. Po svém útěku byl v nepřítomnosti tamním fotbalovým svazem odsouzen doživotním

zákazem hrát fotbal kdekoliv v oficiálních soutěžích členských zemí, který potvrdila i FIFA.<sup>105</sup>

Sázkařské mafie ovlivňují fotbal i na vyšších úrovních, nejznámějším případem je korupční skandál v italské lize z května roku 2006, kdy policie na základě odposlechů telefonních hovorů zatkla několik desítek funkcionářů, fotbalistů, rozhodčích a dokonce i majitele několika klubů. Skandál se týkal klubů Juventus Turín, AC Milán, ACF Fiorentina, Lazio Řím, Modena a Catanzaro. Nezákonné chování se týkalo ovlivnění zápasů, podílení se na nelegálním sázení, falšování účetních dokladů, to celé v průběhu několika let. Nejvíce potrestán byl klub Juventus Turín, který musel vrátit dva mistrovské tituly, přišel o účast v Lize mistrů a byl sesazen do druhé nejvyšší soutěže s likvidačním odečtem 30 bodů v následující sezóně, což bylo později zmírněno na 9 bodů. Hodnota akcií Juventus po této události klesla na polovinu. Itálie však prožívá menší či větší skandál týkající se uplácení a sázení prakticky každý rok.

Korupční skandály se nevyhnuly ani Německu, doposud největší odhalený případ je z roku 2005. Vyšetřováno bylo pětadvacet osob, mezi nimi čtrnáct fotbalistů, tři rozhodčí a osm osob z okruhu sázkařů. Opět se jednalo o ovlivňování zápasů pro nezákonné kurzové sázení a úplatky pro účastníky dosahovaly statisíců eur.

Největší, nejsilnější a nejnebezpečnější sázkařské gangy sídlí v Asii. V roce 2010 v průběhu mistrovství světa ve fotbale bylo v Číně, Hongkongu, Malajsii, Singapuru a Thajsku zatčeno detektivy Interpolu a policisty na pět tisíc aktérů nelegálních sázek. V Číně v průběhu světového šampionátu 2014 zatkla policie na sto osob, které v nezákonných sázkách prosázely v přepočtu 60 milionů korun. A to jsou jenom případy, které se podařilo odhalit.<sup>106</sup>

Ovlivňování zápasů nelegálním sázením je obrovský problém, který není jednoduché vymýt. Se stávající legislativou a bez spolupráce sázkových kanceláří, policie a mnoho

---

<sup>105</sup> FELT, K. *Fotbal v chapadlech korupce: historie uplácení v českém fotbale od první republiky po současnost*. Praha: Mladá fronta, 2014, s. 171-178. ISBN 978-80-204-3511-8.

<sup>106</sup> FELT, K. *Fotbal v chapadlech korupce: historie uplácení v českém fotbale od první republiky po současnost*. Praha: Mladá fronta, 2014, s. 179-183. ISBN 978-80-204-3511-8.

dalších státních i nestátních orgánů nemá nejen fotbal, ale sport jako takový proti nezákonnému sázení šanci. Zatímco nezákonné sázení se rychle rozrůstá do nižších soutěží, juniorských a mládežnických lig, ale i do mezistátních přátelských utkání, kde prakticky nejde o žádné body a každý by se podivil nad tím, proč by konkrétní aktér nebo rozhodčí měl zájem ovlivnit výsledek takového utkání, tak Evropská Unie, FIFA, UEFA, ale i zákonodárny sbory v jednotlivých zemích pracují v tomto ohledu nesmírně pomalu. A poradit si s tím musí příslušný svaz, kam dané utkání spadá, namísto toho, aby okamžitě zasáhla policie. Platí tu totéž, jako v případě boje s fotbalovými chuligány, tedy dokud nebudou zákony, které umožní takovou činnost tvrdě postihovat, budeme stále v televizi sledovat prapodivně odpískané penalty, vymyšlené ofsajdy, sporná vyloučení a neodpustitelné chyby defenzivních hráčů při bránění. Nelegální sázení je jedním z negativních důsledků komercializace fotbalu, jelikož čím více se ve fotbale pohybuje peněz, tím spíše to navádí různé lidi k tomu, aby se k těmto penězům snažili všemi možnými způsoby dostat.<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> FELT, K. *Fotbal v chapadlech korupce: historie uplácení v českém fotbale od první republiky po současnost*. Praha: Mladá fronta, 2014, s. 185-186. ISBN 978-80-204-3511-8.

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 4 CÍLE A VÝZKUMNÉ HYPOTÉZY

Cílem praktické části bakalářské práce je ověřit nebo vyvrátit hypotézy stanovené z teoretických poznatků. Předmětem zkoumání bylo zjištění názoru fotbalových fanoušků, jakým způsobem vnímají komercionalizaci a její dopady na moderní fotbal a jestli a případně kolik jsou ochotni platit za sledování fotbalových přenosů v televizi.

**Respondenti odpovídali na tyto výzkumné otázky:**

**Otázka č. 1** – Považujete se za fotbalového fanouška?

**Otázka č. 2** – Vaše pohlaví?

**Otázka č. 3** – Váš věk?

**Otázka č. 4** – Rodinný stav v domácnosti, kde žijete?

**Otázka č. 5** – Jak byste charakterizoval/a svoji životní úroveň?

**Otázka č. 6** – Byl jste někdy aktivním hráčem fotbalu v nějakém klubu (jakákoliv úroveň- Hanspaulka, přebor, liga)

**Otázka č. 7** – Vnímáte prvoligové fotbalové kluby jako firmu/obchodní společnost?

**Otázka č. 8** – Měla by být vysílána Česká fotbalová liga jen na volně dostupných (neplacených) programech?

**Otázka č. 9** – Souhlasíte s komercionalizací ve fotbale?

**Otázka č. 10** – Nejatraktivnější fotbalové zápasy České ligy a skoro celá LM se přesunuly na O2TV, jak jste se zachovali?

**Otázka č. 11** – Jste ochotni za fotbal v televizi platit?

**Otázka č. 12** – Pokud by se Česká liga/Liga mistrů vrátila na volně dostupné kanály, jak byste se zachovali?

**Otázka č. 13** – Média, především televize, ovlivňují fotbal po komerční stránce:

**Otázka č. 14** – Dříve byl fotbal divácky atraktivnější. Je tím myšleno v dobách, kdy hráči nebrali přemrštěné platy:

**Z formulovaných výzkumných otázek byly stanoveny následující hypotézy:**

**Hypotéza č. 1:** Fanoušci vnímají fotbalové kluby jako společnosti s cílem generovat zisk.

**Hypotéza č. 2:** Fanoušci si myslí, že Česká liga patří jen na neplacené kanály.

**Hypotéza č. 3:** Fanoušci souhlasí s komercionalizací.

**Hypotéza č. 4:** Přesun fotbalu na placené kanály nedonutil fanoušky k tomu, aby si je začali platit.

**Hypotéza č. 5:** Komeracionalizace nezvyšuje atraktivnost fotbalu.

## 5 VÝZKUMNÁ METODIKA

K potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz bylo zvoleno šetření formou kvantitativního dotazníku, ve kterém byla vymezena cílová skupina fanoušků fotbalu starší patnácti let. K dosažení cílů práce bylo stanoveno pět hypotéz, které byly vyvozeny z teoretických podkladů bakalářské práce. Mezi jednotlivé otázky byly zakomponované výzkumné otázky. Tento druh výzkumu byl zvolen k získání co největšího množství odpovědí fotbalových fanoušků všech věkových skupin. Dotazník byl sestaven ze 14 na sebe navazujících otázek, konkrétně ze čtyř otevřených a deseti uzavřených, které zjišťovaly věk a životní úroveň respondentů, jejich názor na odsun zápasů české ligy na placené sportovní kanály a jejich následné chování s tím spojené.

Dotazníkové šetření probíhalo anonymně, zúčastnilo se jej 174 respondentů, zveřejněn a propagován byl pomocí sociálních sítí. Odkaz na dotazník byl také rozesílán prostřednictvím elektronické pošty, pro větší počet získaných respondentů.

### **Časový harmonogram**

Dotazníkové šetření se provádělo ve dnech 15. 01. 2017 - 29. 01. 2017 na internetovém serveru [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz), kam se respondenti mohli dostat samovolně a dotazník vyplnit.



## 6 VÝSLEDKY VÝZKUMU

Zadaného šetření se zúčastnilo 174 respondentů. Návratnost dotazníku činila 86,1 %. Průzkum je dostupný z: <https://www.vyplnto.cz/moje-pruzkumy/?did=58263#zdroje>.

### Otázka č. 1: Považujete se za fotbalového fanouška?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [ano → otázka č. 2, ne → konec dotazníku].

Tabulka 2: Fotbalový fanoušek

Odpověď	Počet	Podíl
Ano	123	70,69 %
Ne	51	29,31 %

Zdroj<sup>108</sup>

Graf 1: Fotbalový fanoušek



Zdroj<sup>109</sup>

<sup>108</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>109</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Na první rozřazovací otázku odpovědělo všech 174 respondentů. Pokud na ní účastník odpověděl záporně, byl dotazník ukončen, jelikož předmětem výzkumu bylo chování a názory fotbalových fanoušků a většina odpovědí na následující otázky by mohla být výrazně ovlivněna nežádoucím směrem od lidí, kteří třeba vůbec fotbal nesledují.

Na otázku kladně odpovědělo 70,69 % respondentů, kteří pak mohli přejít na další otázku. Takto vysoké procento kladných odpovědí je patrně dané tím, že v popisu dotazníku je uvedeno, že je určen pro fotbalové fanoušky. Oproti tomu 51 respondentů nemohlo odpovídat na další otázky, jelikož odpověděli, že nejsou fotbaloví fanoušci.

### **Otázka č. 2: Vaše pohlaví?**

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

Tabulka 3: Pohlaví respondentů

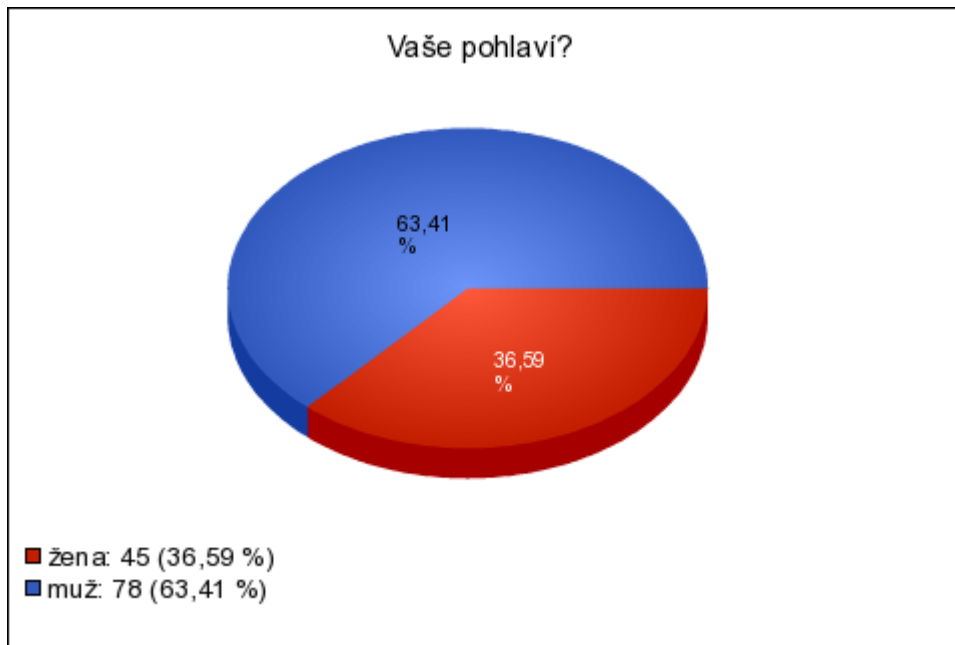
<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Podíl</b>
<b>Muž</b>	78	63,41 %
<b>Žena</b>	45	36,59 %

Zdroj<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 2: Pohlaví respondentů



Zdroj<sup>111</sup>

Na otázku odpovědělo celkem 123 respondentů, převažující množství mužského pohlaví se dalo předem očekávat, jelikož fotbal je spíše mužská záliba, ovšem převaha nebyla příliš velká, nedá se tedy říct, že by respondenti byli výhradně mužského pohlaví.

### Otázka č. 3: Váš věk?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [do 15ti let → konec dotazníku, 16-25 let → otázka č. 4, 26-35 let → otázka č. 4, 36-45 let → otázka č. 4, 46-60 let → otázka č. 4, 61 let a více → otázka č. 4].

---

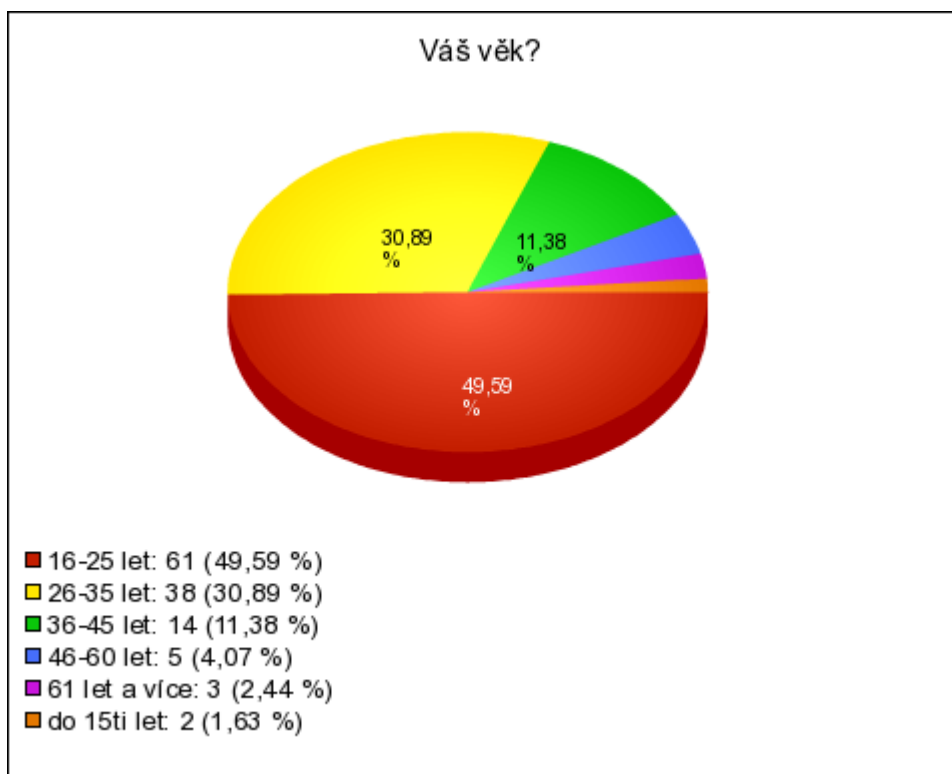
<sup>111</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Tabulka 4: Věk respondentů

Odpověď	Počet	Podíl
16-25 let	61	49,59 %
26-35 let	38	30,89 %
36-45 let	14	11,38 %
46-60 let	5	4,07 %
61 let a více	3	2,44 %
Do 15ti let	2	1,63 %

Zdroj<sup>112</sup>

Graf 3: Věk respondentů



Zdroj<sup>113</sup>

<sup>112</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>113</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Druhá a zároveň poslední rozřazovací otázka, kdy respondenti, kteří uvedli, že jsou mladší než 16 let, nemohli v dotazníku dále pokračovat. Ukončení bylo z důvodu předpokladu, že mladší fanoušek nemá možnost ovlivnit pořízení placených programů v domácnosti nebo nemá vlastní příjmy, aby si mohl placený obsah sám financovat. V celkovém součtu se jednalo pouze o dva fanoušky, kterým byl pro nedostatečný věk dotazník ukončen.

#### **Otázka č. 4: Rodinný stav v domácnosti, kde žijete?**

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

Tabulka 5: Domácnost

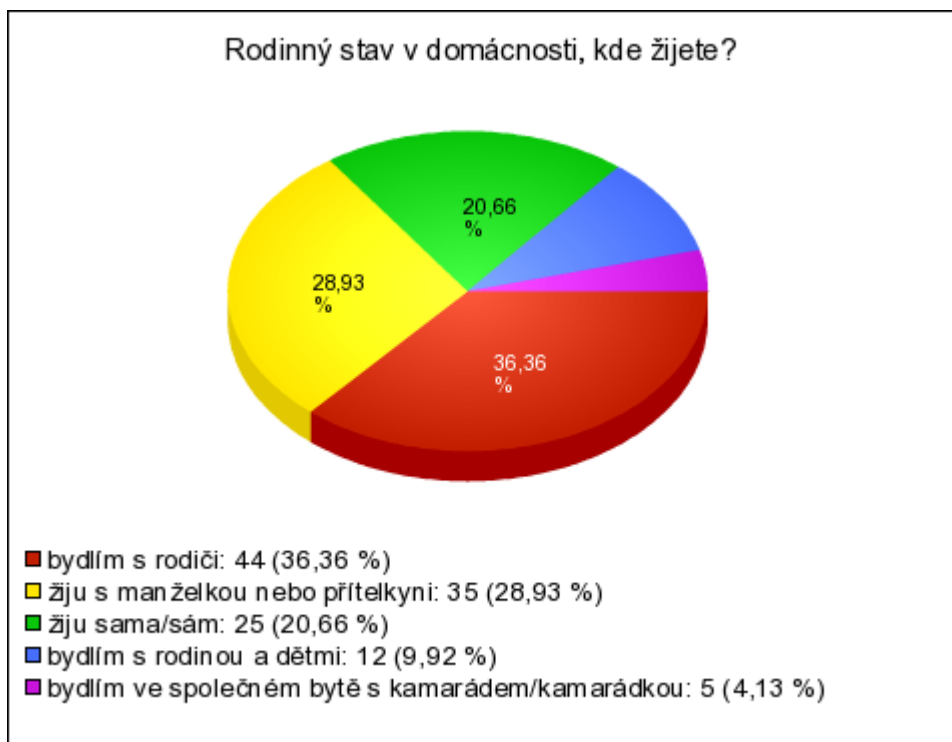
<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Podíl</b>
<b>Bydlím s rodiči</b>	44	36,36 %
<b>Žiju s manželkou nebo přítelkyni</b>	35	28,93 %
<b>Žiju sama/sám</b>	25	20,66 %
<b>Bydlím s rodinou a dětmi</b>	12	9,92 %
<b>Bydlím ve společném bytě s kamarádem/kamarádkou</b>	5	4,13 %

Zdroj<sup>114</sup>

---

<sup>114</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 4: Domácnost



Zdroj<sup>115</sup>

Respondenti odpovídali, v jaké domácnosti žijí, což může ovlivnit jejich možnost pořízení placených programů.

#### Otázka č. 5: Jak byste charakterizoval (a) svoji životní úroveň?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

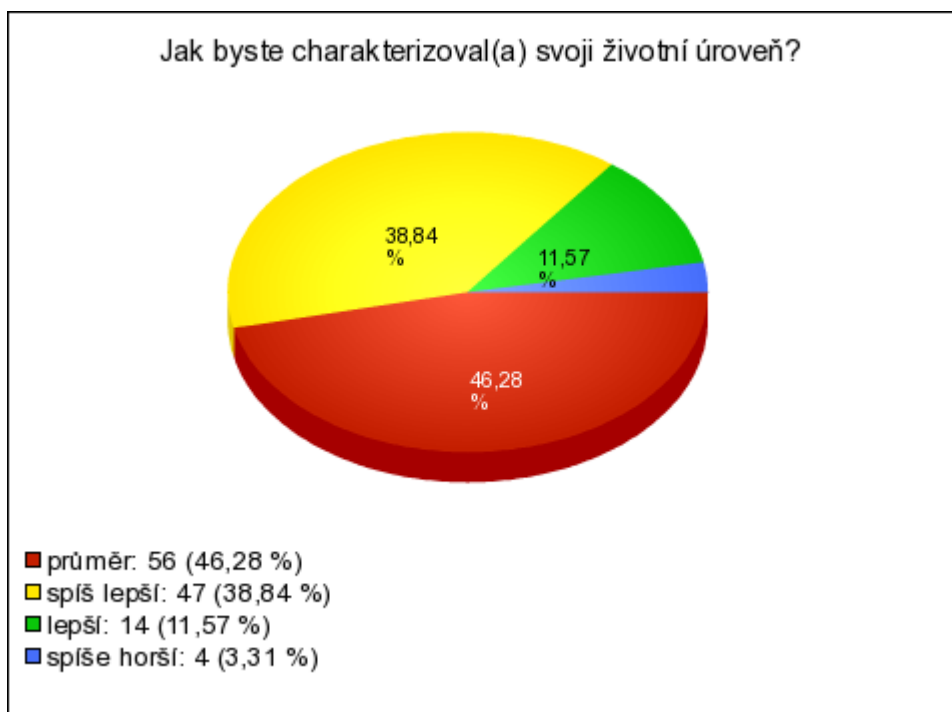
Tabulka 6: Životní úroveň respondentů

Odpověď	Počet	Podíl
Průměr	56	46,28 %
Spíš lepší	47	38,84 %
Lepší	14	11,57 %
Spíše horší	4	3,31 %

Zdroj<sup>116</sup>

<sup>115</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 5: Životní úroveň respondentů



Zdroj<sup>117</sup>

Otázka slouží ke specifikování zajištění respondentů, které může mít vliv na reálné možnosti pořízení placených programů. Pokud by vysoké procento respondentů uvedlo, že jejich životní úroveň je spíše horší, těžko by se dalo výsledkům průzkumu dávat velkou váhu, jelikož lze předpokládat, že i když by takový jedinec měl zájem o placené programy, musel by upřednostnit finance na důležitější věci.

V dotazníku svoji nejnižší životní úroveň uvedlo 3,31 % fanoušků, oproti tomu 96,69 % fanoušků uvedlo svoji životní úroveň jako průměrnou, spíše lepší nebo lepší. Lze tedy předpokládat, že průměrná nebo lepší životní úroveň většiny respondentů poskytuje možnost pořízení placených programů.

<sup>116</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>117</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

**Otázka č. 6: Byl jste někdy aktivním hráčem fotbalu v nějakém klubu (jakákoliv úroveň- Hanspaulka, přebor, liga)?**

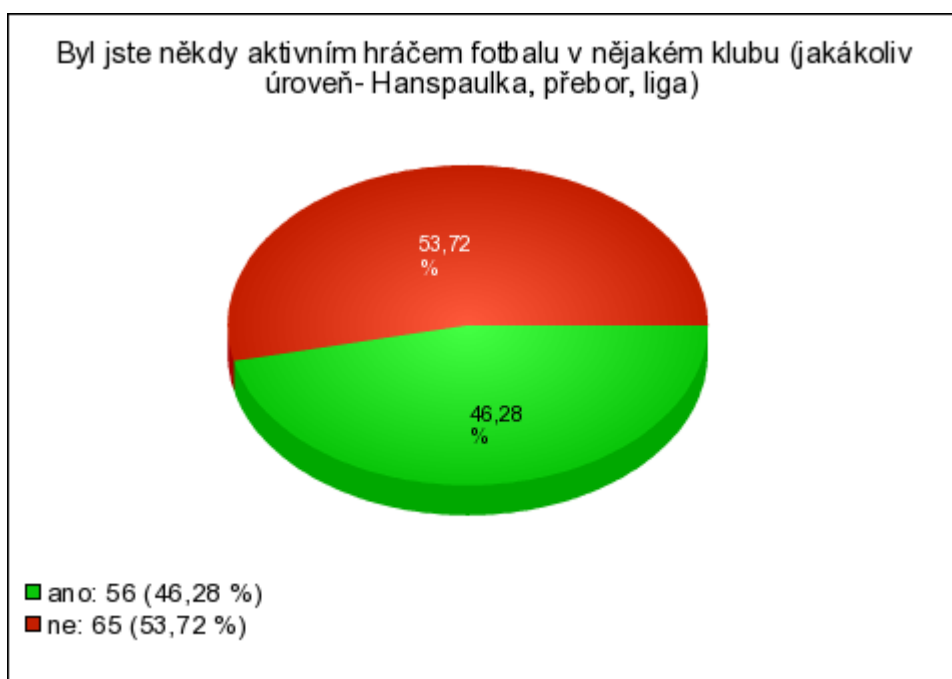
Povinná otázka, respondent se musel rozhodnout mezi odpověďmi „ano” a „ne”.

Tabulka 7: Aktivní hráč

Odpověď	Počet	Podíl
Ne	65	53,72 %
Ano	56	46,28 %

Zdroj<sup>118</sup>

Graf 6: Aktivní hráč



Zdroj<sup>119</sup>

Podle odpovědí lze konstatovat, že dotazník vyplnilo velké množství bývalých nebo stále aktivních hráčů, jednalo se o necelou polovinu fanoušků.

<sup>118</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>119</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)



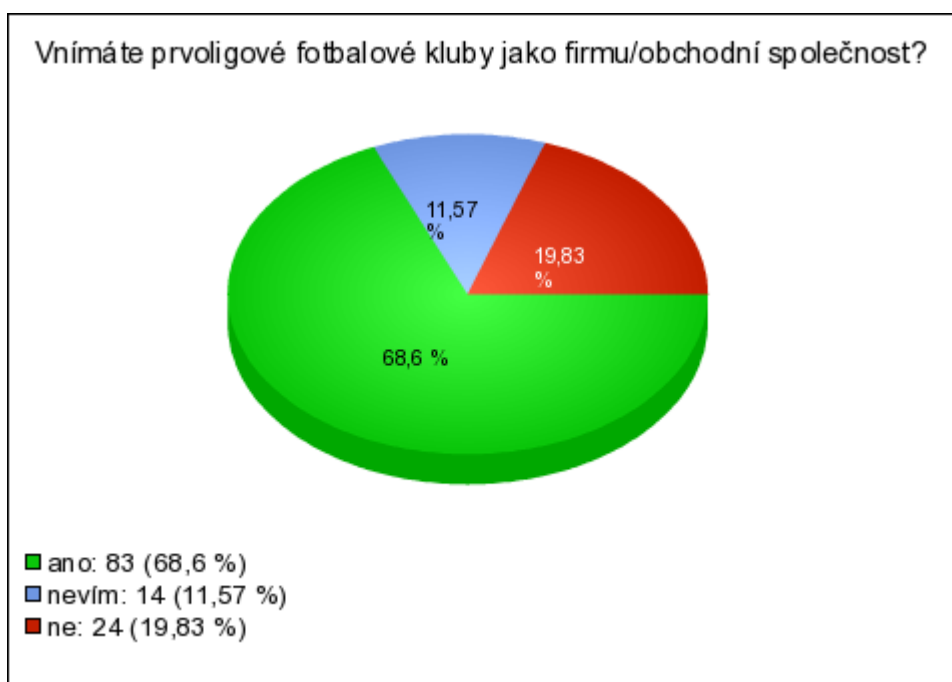
**Otázka č. 7: Vnímáte prvoligové fotbalové kluby jako firmu/obchodní společnost?**  
 Povinná otázka, respondent se musel rozhodnout mezi odpověďmi „ano“, „nevím“ a „ne“.

Tabulka 8: Kluby jsou firmy

Odpověď	Počet	Podíl
Ano	83	68,6 %
Ne	24	19,83 %
Nevím	14	11,57 %

Zdroj<sup>120</sup>

Graf 7: Kluby jsou firmy



Zdroj<sup>121</sup>

Stěžejní otázka pro vyhodnocení první hypotézy, kdy 68,6 % fanoušků uvedlo, že prvoligové kluby vnímají jako běžné firmy. Toto vnímání je důležité pro pochopení, že i fotbalový klub musí hlídat toky peněz a držet vyvážený rozpočet. Jsou zde i výjimky

<sup>120</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>121</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

například v podobě klubu AC Sparta Praha, který už téměř deset let hospodáří se ztrátou, kterou ovšem vyrovnává movitý majitel klubu.

**Otázka č. 8: Měla by být vysílána Česká fotbalová liga jen na volně dostupných (neplacených) programech?**

Povinná otázka, respondent se musel rozhodnout mezi odpověďmi „ano”, „nevím” a „ne”.

Tabulka 9: Liga na neplacených kanálech

Odpověď	Počet	Podíl
Ano	79	65,29 %
Nevím	24	19,83 %
Ne	18	14,88 %

Zdroj<sup>122</sup>

---

<sup>122</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 8: Liga jen na neplacených kanálech



Zdroj<sup>123</sup>

Otázka na dostupnost zápasů naší nejvyšší ligy na neplacených programech, zároveň záměrně nespecifikuje, jestli se má jednat o veřejnoprávní Českou televizi nebo komerční stanice. Otázka reaguje na nově vzniklou situaci na našem televizním trhu, kdy se nejsledovanější fotbalové přenosy přesunuly na placené programy.

#### **Otázka č. 9: Souhlasíte s komercializací ve fotbale?**

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.

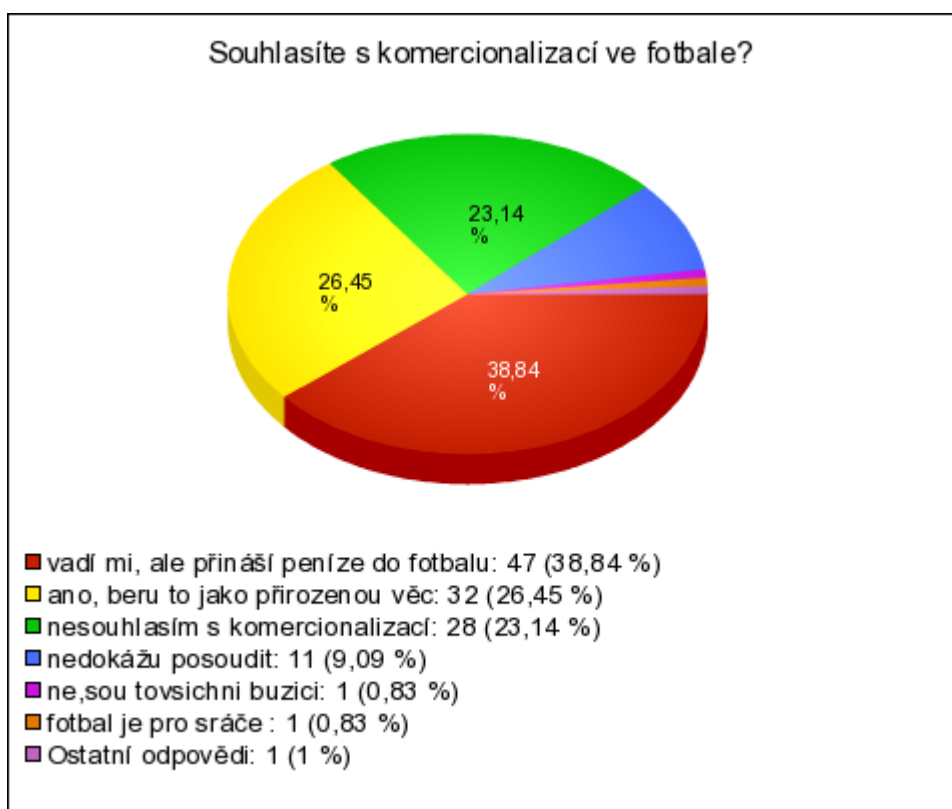
<sup>123</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Tabulka 10: Komeracionalizace

Odpověď	Počet	Podíl
Vadí mi, ale přináší peníze do fotbalu	47	38,84 %
Ano, беру to jako přirozenou věc	32	26,45 %
Nesouhlasím s komercionalizací	28	23,14 %
Nedokážu posoudit	11	9,09 %
Ne,sou tovsichni buzici	1	0,83 %
Fotbal je pro sráče	1	0,83 %
Měla by se oddělit fotbal a komerce do 2 lig	1	0,83 %

Zdroj<sup>124</sup>

Graf 9: Souhlasí fanoušci s komercionalizací



Zdroj<sup>125</sup>

<sup>124</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>125</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Nejvíce fanoušků (38,84 %) zvolilo odpověď, že jim komercializace sice vadí, ale zároveň uznávají její přínos v podobě toku peněz do fotbalu. Na druhém místě zvolilo 26,45 % fanoušků odpověď, že souhlasí s komercializací a berou ji jako přirozenou věc. Na třetím místě 23,14 % respondentů komercializaci striktně odmítlo i přes veškeré její přínosy. Poslední skupinu tvořilo 9,09 % fanoušků, kteří nedokázali posoudit, jestli s komercializací souhlasí nebo nikoliv.

**Otázka č. 10: Nejatraktivnější fotbalové zápasy České ligy a skoro celá LM se přesunuly na O2TV, jak jste se zachovali?**

Povinná otázka, respondent musel alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní. Respondent mohl zvolit až tři nabízené odpovědi.

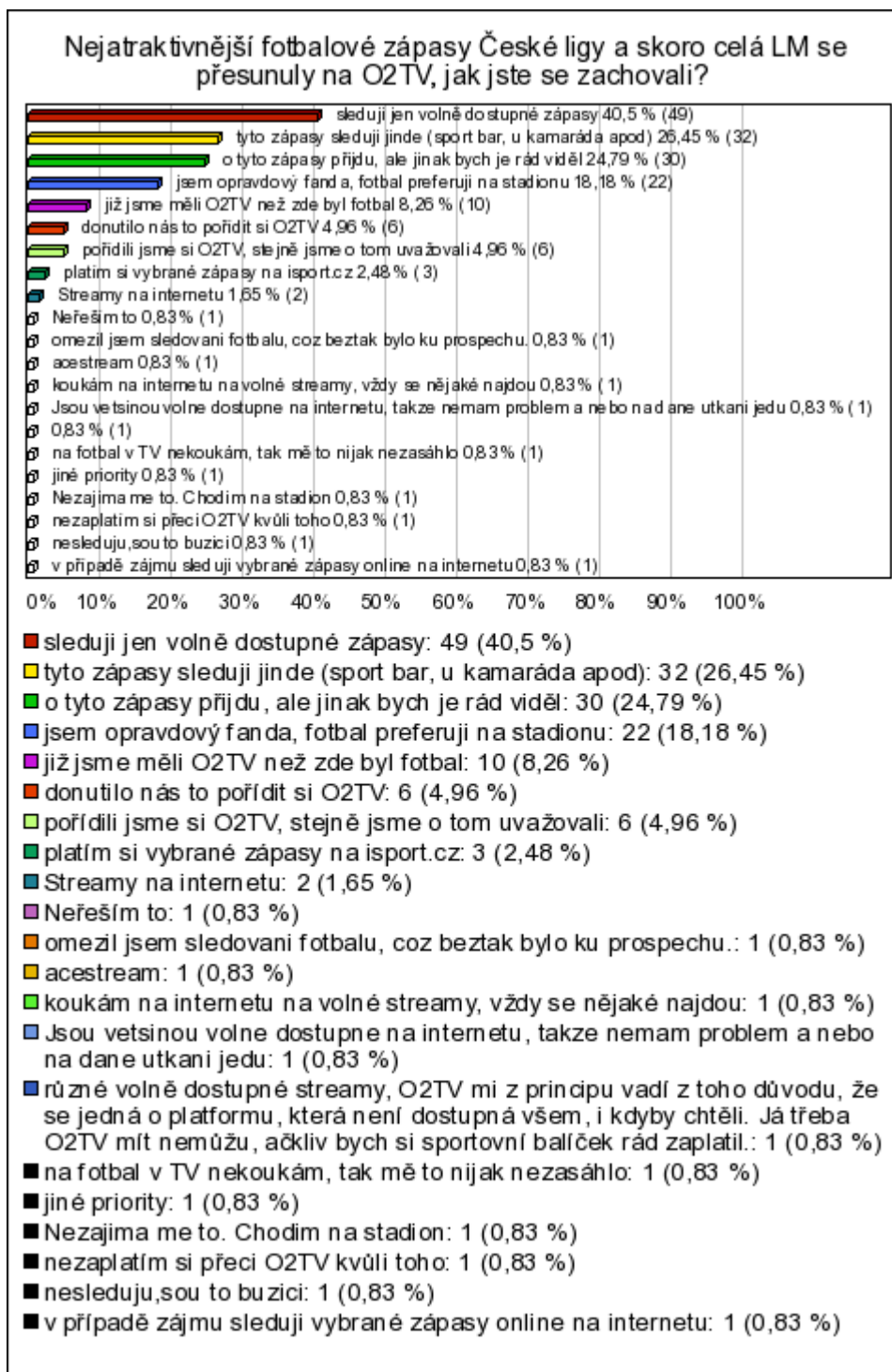
Tabulka 11: Přesun na O2TV

Odpověď	Počet	Podíl
Sleduji jen volně dostupné zápasy	49	40,5 %
Tyto zápasy sleduji jinde (sport bar, u kamaráda apod.)	32	26,45 %
O tyto zápasy přijdu, ale jinak bych je rád viděl	30	24,79 %
Jsem opravdový fanda, fotbal preferuji na stadionu	22	18,18 %
Již jsme měli O2TV než zde byl fotbal	10	8,26 %
Donutilo nás to pořídit si O2TV	6	4,96 %
Pořídili jsme si O2TV, stejně jsme o tom uvažovali	6	4,96 %
Platím si vybrané zápasy na isport.cz	3	2,48 %
Streamy na internetu	2	1,65 %

Zdroj<sup>126</sup>

<sup>126</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 10: Přesun na O2TV



Zdroj<sup>127</sup>

<sup>127</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Klíčová otázka, která se týká přesunu nejsledovanějších fotbalových zápasů na placené programy. Český divák byl do té doby zvyklý, že nejatraktivnější utkání mohl vidět zdarma. Placený sportovní kanál O2TV ovšem zakoupil televizní práva na 1. ligu s právem první volby zápasů, tedy pochopitelně si vybírá nejsledovanější duely každého kola. Stejný kanál také zakoupil práva na téměř všechny zápasy Ligy mistrů (této problematice se detailně věnuje v teoretické části práce kapitola Televizní práva a spory kolem nich). Tato situace byla pro českého fanouška zcela nová a mělo to dopad prakticky na každého diváka, který alespoň občas sleduje fotbal v televizi. Nejednalo se však jen o negativní dopad ve smyslu, že divák musí za nejatraktivnější obsah, který byl do té doby volně dostupný, začít platit, ale přineslo to i výhody v podobě nárůstu počtu odvysílaných zápasů jak naší ligy, tak Ligy mistrů.

#### **Otázka č. 11: Jste ochotni za fotbal v televizi platit?**

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy na podotázku „za vybraný zápas, částku:“

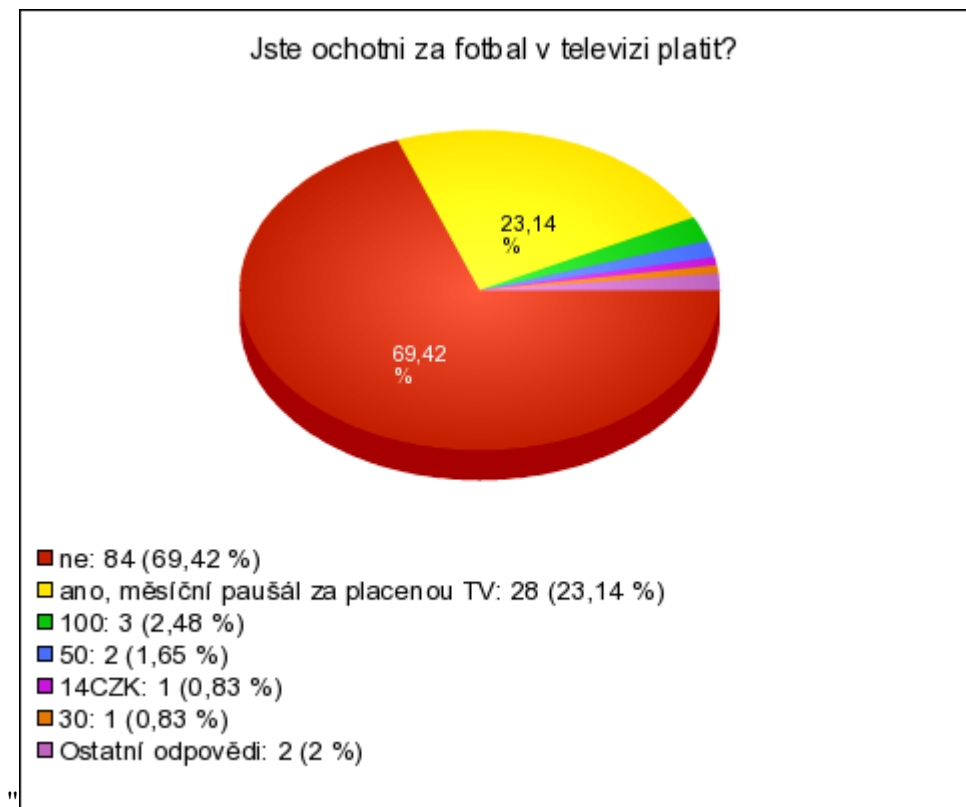
Tabulka 12: Ochota platit za fotbal v TV

Odpověď	Počet	Podíl
Ne	84	69,42 %
Ano, měsíční paušál za placenou TV	28	23,14 %
100	3	2,48 %
50	2	1,65 %
14CZK	1	0,83 %
30	1	0,83 %
Výhledově ano, zatím ne	1	0,83 %
Ne ani náhodou	1	0,83 %

Zdroj<sup>128</sup>

<sup>128</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 11: Ochota platit za fotbal v TV



Zdroj<sup>129</sup>

Otázka, jestli je fanoušek ochotný platit za obsah, který byl v televizi dostupný před několika málo lety zdarma, nabízela možnosti odpovědí striktní „ne“, druhá možnost byla platba měsíčního paušálu za placenou TV, případně mohl fanoušek specifikovat konkrétní částku, kterou je ochoten platit za jeden vybraný zápas.

Podle výsledků lze konstatovat, že za sledování fotbalu příliš fanoušků platit nechce a to jak v případě paušálu, tak ani za vybraný zápas. Jakékoliv placení odmítlo 69,42 % respondentů. Nelze ovšem přehlédnout odpověď 23,14 % respondentů, kteří jsou ochotni platit předem daný paušální poplatek. Necelých šest procent fanoušků preferuje jednorázovou platbu za vybraný zápas.

<sup>129</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)



**Otázka č. 12: Pokud by se Česká liga/Liga mistrů vrátila na volně dostupné kanály, jak byste se zachovali?**

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.

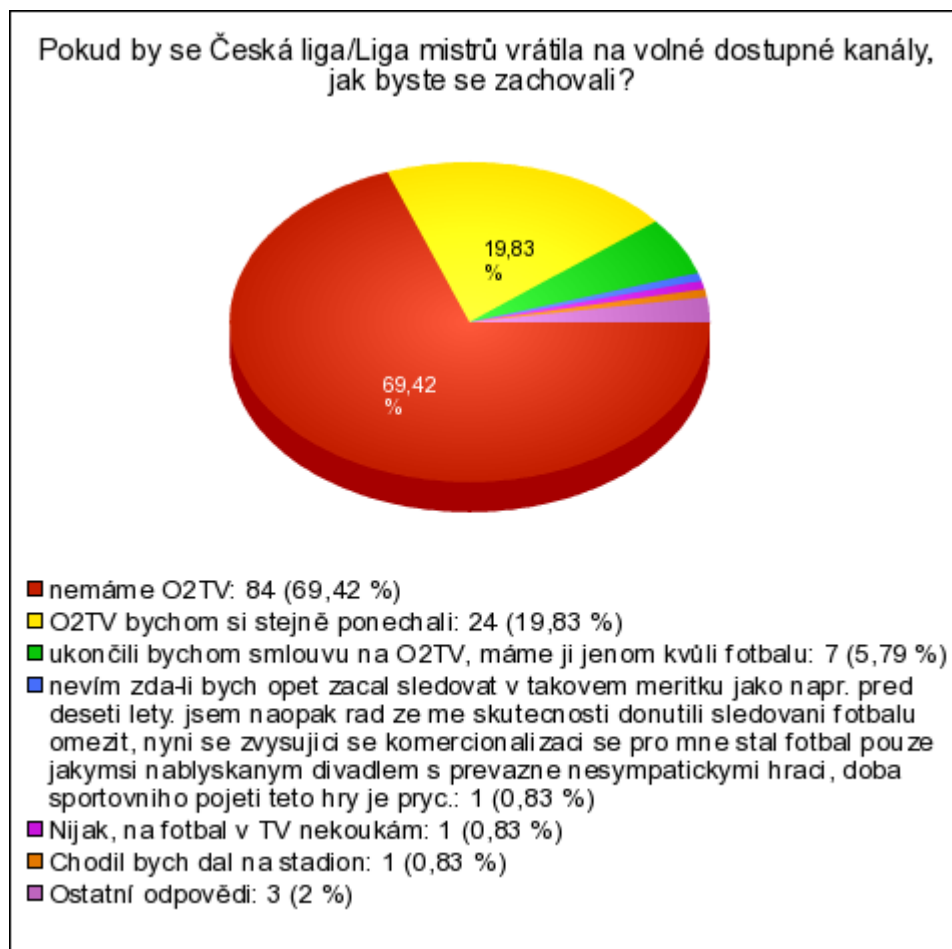
Tabulka 13: Fotbal zpět na neplacených kanálech

Odpověď	Počet	Podíl
Nemáme O2TV	84	69,42 %
O2TV bychom si stejně ponechali	24	19,83 %
Ukončili bychom smlouvu na O2TV, máme ji jenom kvůli fotbalu	7	5,79 %
Nevím zda-li bych opět začal sledovat v takovém měřítku jako např. před deseti lety. jsem naopak rád že mě skutečností donutili sledování fotbalu omezit, nyní se zvyšující se komercializací se pro mě stal fotbal pouze jakýmsi nabýskaným divadlem s převážně nesympatickými hráči, doba sportovního pojetí této hry je pryč.	1	0,83 %
Nijak, na fotbal v TV nekoukám	1	0,83 %
Chodil bych dál na stadion	1	0,83 %
Stetjně jako teď nedívám se na to jo a sou to buzi	1	0,83 %
Sebevražda	1	0,83 %
Nerozhoduji o tom já	1	0,83 %

Zdroj<sup>130</sup>

<sup>130</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 12: Fotbal zpátky na neplacených kanálech



Zdroj<sup>131</sup>

Podle odpovědí fanoušků lze konstatovat, že vlastnictví televizních práv stanicí O2TV na fotbalové zápasy není nijak zásadní pro jejich abonenty. Pokud by stanice práva na další období nezakoupila, nemělo by to podle výsledků šetření nijak zásadní vliv na odliv předplatitelů. Téměř 70 % fanoušků placenou stanici stejně nevlastní, skoro dvacet procent fanoušků si nabídku platí, ale konec práv na fotbal by je nepřimělo k ukončení smlouvy. Jen pouhých 5,79 % fanoušků by pravděpodobně vypověděli smlouvu na placenou televizi, jelikož ji mají právě jen kvůli sledování fotbalu.

<sup>131</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

**Otázka č. 13: Média, především televize, ovlivňují fotbal po komerční stránce.**

Povinná otázka, respondent se musel rozhodnout mezi odpověďmi „souhlasím“, „spíše souhlasím“, „nevím“, „spíše nesouhlasím“ a „nesouhlasím“.

Tabulka 14: Televize ovlivňuje fotbal

Odpověď	Počet	Podíl
Souhlasím	51	42,15 %
Spíše souhlasím	49	40,5 %
Nevím	12	9,92 %
Spíše nesouhlasím	8	6,61 %
Nesouhlasím	1	0,83 %

Zdroj<sup>132</sup>

Graf 13: Televize ovlivňuje fotbal



Zdroj<sup>133</sup>

<sup>132</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

<sup>133</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Na otázku odpovědělo 121 fanoušků, z toho jen 7,44 % z nich odpovědělo spíše nesouhlasně nebo nesouhlasně, 9,92 % nedokázalo odpovědět a 82,65 % jich odpovědělo, že spíše souhlasí nebo zcela souhlasí s ovlivňováním fotbalu ze strany televizí. Převaha souhlasných odpovědí je patrná i z grafického vyjádření.

**Otázka č. 14: Dříve byl fotbal divácky atraktivnější. Je tím myšleno v dobách, kdy hráči nebrali přemrštěné platy.**

Povinná otázka, respondent se musel rozhodnout mezi odpověďmi „souhlasím“, „spíše souhlasím“, „nevím“, „spíše nesouhlasím“ a „nesouhlasím“.

Tabulka 15: Dříve byl fotbal atraktivnější

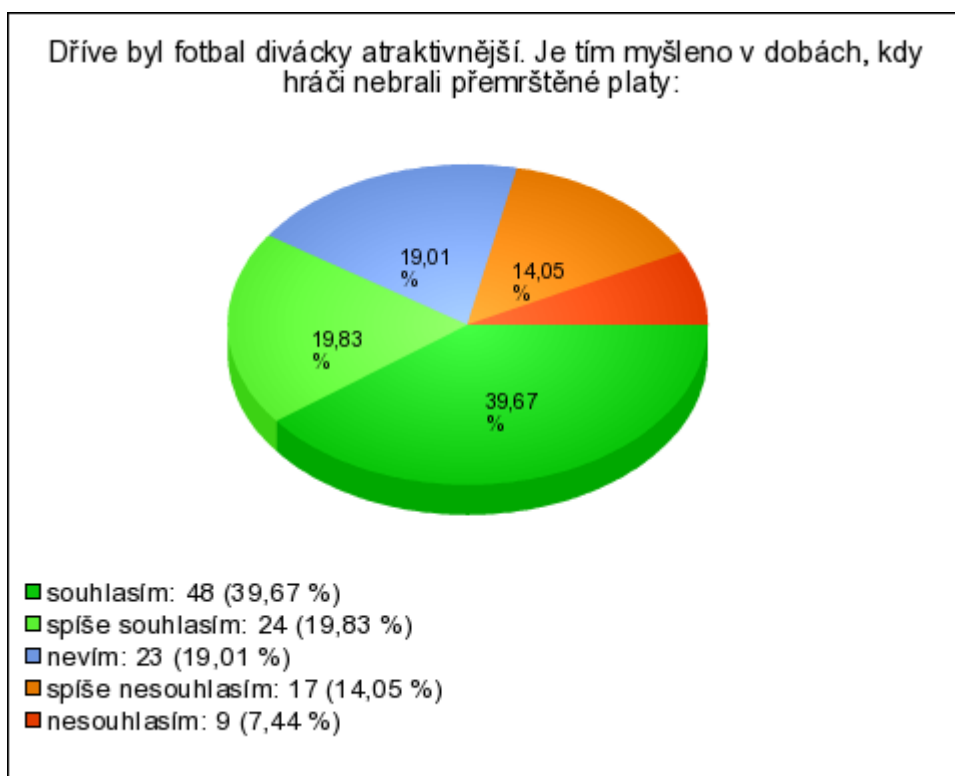
Odpověď	Počet	Podíl
Souhlasím	48	39,67 %
Spíše souhlasím	24	19,83 %
Nevím	23	19,01 %
Spíše nesouhlasím	17	14,05 %
Nesouhlasím	9	7,44 %

Zdroj<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Graf 14: Dříve byl fotbal atraktivnější



Zdroj<sup>135</sup>

Na otázku odpovědělo 121 fanoušků, z nichž 59,5 % spíše souhlasilo nebo zcela souhlasilo s poklesem divácké atraktivnosti fotbalu spolu s nárůstem platu hráčů. Poměrně vysoký podíl 19,01 % respondentů nedokázal odpovědět a 21,49 % fanoušků

<sup>135</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

spíše nesouhlasí nebo zcela nesouhlasí s poklesem atraktivnosti s ohledem na výši platu hráčů.

## 7 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ A DISKUZE

**Hypotéza č. 1: Fanoušci vnímají fotbalové kluby jako společnosti s cílem generovat zisk.**

**Hypotéza byla potvrzena.** Na otázku spojenou s hypotézou celkem odpovědělo 121 respondentů, z nichž 68,6 % uvedlo, že klub vnímají jako společnost s cílem generovat zisk. Respondenti se jednoznačně shodli, že fotbalové kluby jsou ve své podstatě obchodními společnostmi. Hospodaření fotbalových klubů je závislé na obchodních a sportovních příjmech. Využívají obchodní i marketingové nástroje jako jakákoliv jiná firma, tudíž není důvod na fotbalové kluby nahlížet jinak. Dříve byly fotbalové kluby registrovány jako tělovýchovné jednoty nebo jiné nekomerční spolky, dnes jsou zakládány ve stylu běžné obchodní společnosti.

**Hypotéza č. 2: Fanoušci si myslí, že Česká liga patří jen na neplacené kanály.**

**Hypotéza byla potvrzena.** Na otázku spojenou s hypotézou celkem odpovědělo 121 respondentů, z nichž 65,29 % uvedlo, že Česká liga by měla být pouze na volně šířených programech.

Na otázku č. 11, jestli jsou respondenti ochotni obecně za fotbal v televizi platit, ze stejného množství respondentů odpovědělo celkem 70,25 %, že nejsou ochotni za fotbal v televizi platit.

**Hypotéza č. 3: Fanoušci souhlasí s komercionalizací.**

**Hypotéza byla potvrzena.** Na otázku odpovědělo 26,45 % fanoušků, že berou komercionalizaci jako přirozenou věc a 38,84 % fanouškům sice komercionalizace vadí, ale uznávají, že přináší peníze do fotbalu.

**Hypotéza č. 4:** Přesun fotbalu na placené kanály nedonutil fanoušky k tomu, aby si je začali platit.

**Hypotéza byla potvrzena.** Na otázku odpovědělo 8,26 % fanoušků, že již měli placený kanál s neatraktivnějšími zápasy České ligy. Pouze 4,96 % fanoušků donutil přesun fotbalu pořídit si placený kanál a 4,96 % fanoušků si placený kanál pořídilo, jelikož o tom i tak uvažovali.

Oproti tomu na otázku odpovědělo 40,5 % fanoušků, že sledují pouze volně dostupné zápasy, 26,45 % sleduje placené zápasy mimo domov, například ve sport barech a 24,79 % o placené zápasy přijde, ale přitom by je chtěli vidět.

**Hypotéza č. 5:** Komeracionalizace nezvyšuje atraktivnost fotbalu.

**Hypotéza byla potvrzena.** Na otázku odpovědělo 39,67 % fanoušků, že fotbal byl v dobách, kdy hráči nebrali přehnaně vysoké platy, jednoznačně atraktivnější a 19,83 % s tím spíše souhlasilo.

#### **Kombinace více otázek**

Zajímavý výsledek přináší kombinace odpovědí na **otázku č. 5** (Jak byste charakterizoval (a) svoji životní úroveň?) s **otázkou č. 11** (Jste ochotni za fotbal v televizi platit?). Pokud se vyselektují pouze fanoušci, kteří mají životní úroveň spíše lepší nebo lepší a zobrazí se jejich odpověď na jedenáctou otázku, vzejdou z toho následující výsledky:



Tabulka 16: Závislost lepší úrovně na ochotě platit za fotbal v TV

Otázka	Odpověď	Počet	Podíl
Jak byste charakterizoval (a) svoji životní úroveň?	Spíš lepší	47	77,05 %
	Lepší	14	22,95 %
Jste ochotni za fotbal v televizi platit?	Ne	41	67,21 %
	Ano, měsíční paušál za placenou TV	15	24,59 %
	Ostatní	5	2,85 %

Zdroj<sup>136</sup>

Porovnání se týkalo 61 fanoušků, kteří svojí životní úroveň nepovažují za horší ani průměrnou (jako odpověď zvolili „spíš lepší“ nebo „lepší“) a i přesto jich 41 (67,21 %) uvedlo, že není ochotno za fotbal v televizi platit. Neochota platit tedy není způsobena finančními možnostmi fanoušků, ale spíše názorem, že fotbal by měl být v televizi na volně dostupných kanálech i přes výhody, které přinášejí placené kanály.

Tuto hypotézu je možné doložit v následující tabulce, kde jsou zachovány předchozí atributy pro selekci respondentů, ale je přidána odpověď na **otázku č. 8** (Měla by být vysílána Česká fotbalová liga jen na volně dostupných (neplacených) programech?):

<sup>136</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

Tabulka 17: Závislost finančních možností na ochotě platit

Otázka	Odpověď	Počet	Podíl
<b>Jak byste charakterizoval (a) svoji životní úroveň?</b>	Spíš lepší	47	77,05 %
	Lepší	14	22,95 %
<b>Jste ochotni za fotbal v televizi platit?</b>	Ne	41	67,21 %
	Ano, měsíční paušál za placenou TV	15	24,59 %
	Ostatní odpovědi	5	2,85 %
<b>Měla by být vysílána Česká fotbalová liga jen na volně dostupných (neplacených) programech?</b>	Ano	41	67,21 %
	Nevím	11	18,03 %
	Ne	9	14,75 %

Zdroj<sup>137</sup>

<sup>137</sup> Kolman, 2017 (vlastní šetření)

## ZÁVĚR

Česká republika je s tolika původními, či do českého jazyka lokalizovanými sportovními kanály na svoji velikost, jednou z velmocí sportovních televizí. Velký počet programů, a o to větší konkurence mezi nimi, znamená obrovský tlak na cenu vysílacích práv atraktivních sportovních událostí. Toto vede k přesouvání žádaných obsahů mezi jednotlivými televizemi. Diváci již dávno ztratili přehled, kde a jestli vůbec se bude vysílat očekávaný fotbalový zápas, nehledě na to, že konkrétní placený sportovní kanál nemusí být v nabídce jejich kabelového, IPTV nebo satelitního operátora. Jenom v případě anglické Premier League za poslední roky proběhlo přesunů několik. Ligu bylo možné nejprve sledovat na stanici Nova Sport, další sezóna byla na Digi Sport, pak následoval Slovak Sport 2 a od roku 2016 se tato soutěž vysílá na stanici DIGI TV.

Premier League byla na českém televizním trhu vždy doménou placených sportovních kanálů, což je vzhledem k ceně za práva pochopitelné, ale aby divák každý rok měnil svého poskytovatele placené televize, to už zase tak pochopitelné není. Nebo spíše pohodlné. Často to ani nebývá realizovatelné, s ohledem na možný smluvní závazek se stávajícím poskytovatelem. Pokud bude chtít fanoušek pravidelně sledovat zápasy české ligy, především ty nejsledovanější, jako je derby mezi Spartou a Slavií, k tomu občas vidět přímý přenos anglické nebo španělské ligy, bude si muset pořídit dva placené poskytovatele současně, jelikož nejatraktivnější zápasy české ligy jsou jen u poskytovatele O2, který exkluzivní sportovní obsah, kam fotbal rozhodně patří, nabízí pouze svým koncovým zákazníkům. Stejná situace je u anglické a španělské ligy, na kterou vlastní práva DIGI TV, která je poskytuje také jen svým klientům. V praxi to znamená, že fanoušek fotbalu si bude muset každý rok před začátkem ligových soutěží zjistit, která stanice bude vysílat v následující sezóně konkrétní soutěže, pak si sám vyhodnotí, kterou ligu upřednostní před jinou, protože aktuálně není žádný poskytovatel, který by umožnil sledovat všechny u nás dostupné fotbalové ligy. A teprve poté si objedná jím vybraného poskytovatele. A za rok to bude muset celé opakovat.

Tuto nelehkou situaci fanouškovi alespoň ulehčuje nařízení Evropské unie, které uděluje majitelům televizních práv povinnost vysílat zápasy národních týmů, čtvrtfinálových a finálových zápasů, ve volně přístupných, neplacených televizích.

Jedním z cílů práce bylo porovnání četnosti vysílání fotbalových zápasů. Jednoznačně lze konstatovat, že došlo k významnému nárůstu přímých přenosů, fanoušek může sledovat nejatraktivnější evropské ligy, prakticky všechny zápasy Ligy mistrů. V rámci české ligy může divák vidět až čtyři utkání jednoho kola, dříve se vysílalo jedno, nejvýše dvě utkání. Nárůst četnosti je prokazatelný v porovnání s jakýmkoliv dřívějším obdobím.

Bakalářská práce se zabývá komercionalizací fotbalu, což není mezi fanoušky příliš oblíbené téma. Dotazníkové šetření ale potvrdilo, že ji fanoušci dokáží akceptovat, především s ohledem na přínosy, které fotbalu přináší. Podle výsledků průzkumu lze konstatovat, že fanoušek si uvědomuje, že i jeho oblíbený prvoligový klub je obchodní společností, s nutností dodržování rozpočtu. To obnáší mj. platit výdaje za provoz a údržbu stadionu, hrací i tréninkové plochy, investice do rozvoje mládeže, za mzdy hráčů i realizačního týmu. Fanoušci si uvědomují, že tyto finance je složité získávat, příjmy ze vstupného a od sponzorů rozpočet nepokryjí a vhodným zdrojem jsou příjmy za televizní práva.

I když fanoušci dokáží komercionalizaci přijmout, tak podle výsledků šetření již nejsou ochotni za sledování fotbalu v televizi platit. Většina z nich si myslí, že by česká liga měla být jen na volně dostupných programech. Tuto skutečnost potvrdila také hypotéza, kdy nedávný přesun nejatraktivnějších zápasů na placenou stanici nepřiměl fanoušky k tomu, aby si ji pořídili. Výsledky šetření ukázaly, že český divák tento obsah raději neuvidí, než aby za něj platil.

Podle vývoje cen za televizní práva lze očekávat, že komercionalizace bude se všemi svými důsledky pokračovat dále. Částky za přestupy hráčů a mzdy největších hvězd stále rostou, kluby jsou závislé na příjmech z televizních práv, což prokázala například kauza krachu KirchMedia a její dopad nejenom na bundesligové týmy. Že tuto spirálu

něco nebo někdo zastaví, nelze příliš očekávat. A co to bude znamenat pro fanouška? Podle současného předsedy fotbalové asociace Pelty se mají všechny zápasy české ligy v blízké budoucnosti přesunout na placené programy, tedy český fanoušek bude muset změnit názor na placení obsahu, případně se zvedne návštěvnost na stadionech. Může nastat také třetí možnost, že český fotbalový fanoušek nadále nebude chtít placené programy, ani navštěvovat zápasy osobně a začne v televizi sledovat jiný sport, který bude volně dostupný, například biatlon. A pak se celá tato spirála rozjede i u biatlonu.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

ČERVENKA, J. a D. KUNŠTÁT, ed. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006. ISBN 80-7330-081-8.

DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4.

FELT, K. *Fotbal v chapadlech korupce: historie uplácení v českém fotbale od první republiky po současnost*. Praha: Mladá fronta, 2014. ISBN 978-80-204-3511-8.

HUK, J. *Sociologie médií: (žurnalisté, politici a ti ostatní)*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-65-5.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.

MACHO, M. *Fotbal, vášeň 20. století: historie fotbalu ve faktech, názorech a obrazech*. Vyd. 1. Praha: Brána, 1996. ISBN 80-85946-27-0.

MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

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

REJZEK, J. *Český etymologický slovník*. Voznice: Leda, 2001. ISBN 80-85927-85-3.

SEKOT, A. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2002. ISBN 80-7315-021-2.

ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

## Seznam použitých zahraničních zdrojů

DAVIES, H. *Boots, balls & haircuts!: an illustrated history of football from then to now*. London: Cassell Illustrated, 2003. s. 9-14. ISBN 1844030326.

*Photographic History of British Football*. 1. vyd. Gardners Books, 2011. ISBN 978-1-4454-3967-9.

## Seznam použitých internetových zdrojů

*Branky Body Vteřiny 60 let* [online]. 2016 [cit. 2016-10-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let/21647129403/>

BURDA, J. *Televizní práva na Ligu mistrů zůstávají O2 TV a ČT, kde bude jaký fotbal* [online]. 10. 8. 2016 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <http://www.digitalnitelevize.cz/zpravy/obecne/televizni-prava-na-ligu-mistru-zustavaji-02-tv-a-ct-kde-bude-fotbal.html>

*Cena vysílacích práv na mistrovství světa ve fotbale překonává i olympijské hry* [online]. 12. 06. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/svetovaekonomika/\\_zprava/cena-vysilacich-prav-na-mistrovstvi-sveta-ve-fotbale-prekonava-i-olympijske-hry--1361928](http://www.rozhlas.cz/zpravy/svetovaekonomika/_zprava/cena-vysilacich-prav-na-mistrovstvi-sveta-ve-fotbale-prekonava-i-olympijske-hry--1361928)

*Česká fotbalová reprezentace* [online]. 10. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1_fotbalov%C3%A1_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy)

*Československá fotbalová reprezentace* [online]. 3. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Ceskoslovensk%C3%A1_fotbalov%C3%A1_reprezentace#.C3.9Asp.C4.9Bchy)

ČTK. *Zvrat: Fotbalové EURO 2008 bude na Primě* [online]. 2. 2. 2007 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/fotbal/zvrat-fotbalove-euro-2008-bude-na-prime/r-i:article:347577/?redirected=1482255491>

*Josef Masopust* [online]. 21. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef\\_Masopust](https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef_Masopust)

LACHMAN, T. *Sport a televize: láska na první pohled* [online]. 4. 2. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret\\_lachman\\_11.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue11/portret_lachman_11.pdf)

MACEK, T. *Odkoupeno. Také olympijské hry 2018 a 2020 bude vysílat Česká televize* [online]. 9. 5. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/oh-v-ceske-televizi-0op-/sport\\_oh.aspx?c=A160509\\_155315\\_sport\\_oh\\_tm2](http://oh.idnes.cz/oh-v-ceske-televizi-0op-/sport_oh.aspx?c=A160509_155315_sport_oh_tm2)

MACEK, T. *S Riem přijde konec jedné éry. Kdo pak odvysílá olympiády?* [online]. 16. 2. 2016 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/olympijske-hry-televizni-prava-po-riu-2016-fp0-/rio-2016.aspx?c=A160218\\_192825\\_olympiada-rio-2016\\_tof](http://oh.idnes.cz/olympijske-hry-televizni-prava-po-riu-2016-fp0-/rio-2016.aspx?c=A160218_192825_olympiada-rio-2016_tof)

MÁDL, L. *Světový fotbal? S Bosákem a Čapkem přinejmenším do roku 2022* [online]. 16. 8. 2013 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/fotbal/ponikelsky-ct-koupila-prava-na-fotbalova-ms-az-do-roku-2022/r~8de60f2605a811e3888f0025900fea04/?redirected=1482427058>

*Mistrovství Evropy ve fotbale - významné české účasti* [online]. 7. 3. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/slavne-ceske-rocniky-me-ve-fotbale>

*Mistrovství světa ve fotbale* [online]. 6. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_sv%C4%9Bta\\_ve\\_fotbale](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_sv%C4%9Bta_ve_fotbale)

*O2 si u soudu vymohla zákaz šíření Ligy mistrů kabelovými firmami* [online]. 1. 10. 2015 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize-a-radio/o2-si-u-soudu-vymohla-zakaz-sireni-ligy-mistru-kabelovymi-firmami\\_357537.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize-a-radio/o2-si-u-soudu-vymohla-zakaz-sireni-ligy-mistru-kabelovymi-firmami_357537.html)

*Pavel Nedvěd* [online]. 22. 12. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Pavel\\_Nedv%C4%9Bd](https://cs.wikipedia.org/wiki/Pavel_Nedv%C4%9Bd)

PAVLÍČEK, T. *Televizi kritizuje i ČOV: Program Eurosportu poškozují české sportovce* [online]. 20. 1. 2016 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/cov-kritizuje-eurosport-0xq-/sport\\_oh.aspx?c=A160120\\_160749\\_lyzovani\\_tp](http://oh.idnes.cz/cov-kritizuje-eurosport-0xq-/sport_oh.aspx?c=A160120_160749_lyzovani_tp)

*Pelta: Liga bude muset přejít na placené kanály. Jinak to nepůjde* [online]. 13. 1. 2016 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-1-liga-rocnik-2015-16/257315/pelta-liga-bude-muset-prejit-na-placene-kanaly-jinak-to-nepujde.html>

POTŮČEK, J. *Operátoři mají odpojovat STV během sportovních přenosů* [online]. 22. 11. 2007 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/odpojovani-stv-behem-sportovnich-prenosu/>

POTŮČEK, J. *Přijde ČT o monopol na velké akce?* [online]. 16. 6. 2004 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: <http://potucek.blogspot.cz/2004/06/pijde-t-o-monopol-na-velk-akce.html>

*Profesionální fotbal jako záruka milionů? Kdepak, většina hráčů finančně strádá* [online]. 29. 11. 2016 [cit. 2017-01-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/sport/fotbal/344627-profesionalni-fotbal-jako-zaruka-milionu-kdepak-vetsina-hracu-financne-strada/>

*Realizované sportovní přenosy a televizní pořady* [online]. 2016 [cit. 2017-2-14]. Dostupné z: [http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní\\_zpravy/prilohy\\_15/prenosy-porady.pdf](http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/prilohy_15/prenosy-porady.pdf)



*ROZHODČÍ: Kolik vydělá Královec v Lize mistrů? Podívejte se na paušály sudích v Evropě* [online]. 13. 1. 2017 [cit. 2017-1-15]. Dostupné z: <http://jenprofotbal.cz/kolik-vydela-pavel-kralovec-v-lize-mistru-podivejte-se-na-pausaly-sudich-v-evrope-13012017>

*Seznam majitelů televizních práv na sportovní přenosy v ČR* [online]. 9. 12. 2016 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam\\_majitel%C5%AF\\_televizn%C3%ADch\\_pr%C3%A1v\\_na\\_sportovn%C3%AD\\_p%C5%99enosy\\_v\\_%C4%8CR](https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_majitel%C5%AF_televizn%C3%ADch_pr%C3%A1v_na_sportovn%C3%AD_p%C5%99enosy_v_%C4%8CR)

*Spartánský dějepis III.* [online]. 22. 12. 2008 [cit. 2016-12-22]. Dostupné z: <http://www.sparta.cz/novinky/zpravodajstvi/a-tym/spartansky-dejepis-iii-9850.html>

STÍBAL, M. *Krach straší celou fotbalovou Evropu* [online]. 21. 4. 2002 [cit. 2016-12-28]. Dostupné z: <http://www.eurofotbal.cz/clanky/krach-strasi-celou-fotbalovou-evropu-28242/>

ŠEDIVÝ, P. *O2 TV bude nově vysílat dva zápasy z české ligy a zahraniční fotbal* [online]. 19. 5. 2016 [cit. 2016-12-23]. Dostupné z: *O2 TV bude nově vysílat dva zápasy z české ligy a zahraniční fotbal*

*Televizní práva k olympiádě: komodita, jejíž cena stále roste* [online]. 19. 1. 2006 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-17642990-televizni-prava-k-olympiade-komodita-jejiz-cena-stale-roste>

*Televizní práva stojí miliardy dolarů* [online]. 11. 8. 2004 [cit. 2016-12-21]. Dostupné z: [http://oh.idnes.cz/televizni-prava-stoji-miliardy-dolaru-dhv-/olympiada-ateny.aspx?c=A040811\\_190204\\_oh04\\_zpravy\\_rav](http://oh.idnes.cz/televizni-prava-stoji-miliardy-dolaru-dhv-/olympiada-ateny.aspx?c=A040811_190204_oh04_zpravy_rav)

*Téma: Fotbalisté jezdí do ciziny za lepším* [online]. 9. 1. 2006 [cit. 2016-12-27]. Dostupné z: [http://fotbal.idnes.cz/tema-fotbaliste-jezdi-do-ciziny-za-lepsim-f1n-/fot\\_zahranici.aspx?c=A060109\\_133453\\_fot\\_zahranici\\_ber](http://fotbal.idnes.cz/tema-fotbaliste-jezdi-do-ciziny-za-lepsim-f1n-/fot_zahranici.aspx?c=A060109_133453_fot_zahranici_ber)

### **Seznam ostatních zdrojů**

*Ročenka České televize: 1994.* Praha: Česká televize, 1995. ISBN 80-85005-05-0.

*Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2006.* Praha: Česká televize, 2007.

*Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2015.* Praha: Česká televize, 2016.

## SEZNAM ZKRATEK

AC – Atletický klub

BBC – British Broadcasting Corporation

CET 21 – Central European Television for 21th Century

ČFK – Český footballistický kroužek

ČMFS – Českomoravský fotbalový svaz

ČOV – Český olympijský výbor

ČSAF – Československá asociace fotbalová

ČSF – Český fotbalový svaz

ČSFS – Československý fotbalový svaz

ČSR – Československá republika

ČSSF – Československý svaz fotbalový

ČSSR – Československá socialistická republika

ČST – Československá televize

ČT – Česká televize

ČT1 – První kanál České televize

ČT2 – Druhý kanál České televize

ČT3 – Třetí kanál České televize

ČTV – Československá televize

DVB-T – Pozemní digitální televizní vysílání

EPG – Elektronický programový průvodce

F1 – Federální okruh jedna

FA – Fotbalová asociace

FAČR – Fotbalová asociace České republiky

FIFA – Mezinárodní federace fotbalových asociací

HD – Vysoké rozlišení

IPTV – Televize přes internetový protokol

LM – Liga Mistrů

LOH – Letní olympijské hry

ME – Mistrovství Evropy

MHP – Aplikační prostředí pro tvorbu interaktivních aplikací

MOV – Mezinárodní olympijský výbor

MS – Mistrovství světa

NDR – Německá demokratická republika

NSR – Německá spolková republika

NTSC – National Television System Committee

OK3 – Třetí program Československé televize

RAI – Radiotelevisione Italiana

SK – Sportovní klub

TV – Televize

UEFA – Unie evropských fotbalových asociací

UK – Univerzita Karlova

UPC – United Pan-European Communications N.V.

USA – Spojené státy americké

ÚV ČSTV – Ústřední výbor Československý svaz tělesné výchovy a sportu

VTÚ – Vojenský technický ústav

VÚRK – Výzkumný ústav radiokomunikací

EBU – Evropská vysílací unie

ZOH – Zimní olympijské hry

## SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

### Seznam grafů

Graf 1: Fotbalový fanoušek .....	81
Graf 2: Pohlaví respondentů .....	83
Graf 3: Věk respondentů.....	84
Graf 4: Domácnost.....	86
Graf 5: Životní úroveň respondentů.....	87
Graf 6: Aktivní hráč .....	88
Graf 7: Kluby jsou firmy .....	89
Graf 8: Liga jen na neplacených kanálech.....	91
Graf 9: Souhlasí fanoušci s komercializací.....	92
Graf 10: Přesun na O2TV .....	94
Graf 11: Ochota platit za fotbal v TV .....	96
Graf 12: Fotbal zpátky na neplacených kanálech .....	98
Graf 13: Televize ovlivňuje fotbal.....	99
Graf 14: Dříve byl fotbal atraktivnější.....	101

### Seznam tabulek

Tabulka 1: Vývoj cen televizních práv ZOH v amerických dolarech .....	56
Tabulka 2: Fotbalový fanoušek.....	81
Tabulka 3: Pohlaví respondentů .....	82
Tabulka 4: Věk respondentů .....	84
Tabulka 5: Domácnost .....	85
Tabulka 6: Životní úroveň respondentů.....	86
Tabulka 7: Aktivní hráč .....	88
Tabulka 8: Kluby jsou firmy.....	89
Tabulka 9: Liga na neplacených kanálech .....	90
Tabulka 10: Komercializace .....	92
Tabulka 11: Přesun na O2TV .....	93

Tabulka 12: Ochota platit za fotbal v TV .....	95
Tabulka 13: Fotbal zpět na neplacených kanálech .....	97
Tabulka 14: Televize ovlivňuje fotbal .....	99
Tabulka 15: Dříve byl fotbal atraktivnější .....	100
Tabulka 16: Závislost lepší úrovně na ochotě platit za fotbal v TV .....	105
Tabulka 17: Závislost finančních možností na ochotě platit .....	106

## **SEZNAM PŘÍLOH- CD**

<b>Příloha A - Dotazník - Datová matice .....</b>	<b>I</b>
---	----------





## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Robert Kolman**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: kombinované studium**

**Název práce: Fotbal v Československé a České televizi**

**Rok: 2017**

**Počet stran textu bez příloh: 101**

**Celkový počet stran příloh: 1**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 14**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2**

**Počet internetových zdrojů: 29**

**Počet ostatních zdrojů: 3**

**Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová**