

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

**Bulvarizace témat sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES
a sport.idnes.cz v období olympijských her v letech 2006, 2010,
2014 a 2018.**

Magisterská diplomová práce

Bc. Pavel KARÁSEK

Vedoucí práce: doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D.

Olomouc 2019

Prohlášení:

Čestně prohlašuji, že jsem tuto magisterskou diplomovou práci vypracoval samostatně, za využití odborné literatury a dalších uvedených informačních zdrojů. Práce obsahuje 157 628 znaků.

V Olomouci dne

.....

Poděkování: Chtěl bych poděkovat paní Mgr. Věře Bartalosové za připomínky, které mi k práci dala a panu doc. PhDr. Petru Orságovi, Ph.D. za její vedení. Dále bych chtěl poděkovat rodině za umožnění studia a podporu v celém jeho průběhu.

Anotace

Tato práce se zabývá rozdílem v bulvarizaci Mladé fronty DNES a internetového sport.idnes.cz v olympijských rubrikách v průběhu zimních olympijských her v letech 2006, 2010, 2014 a 2018.

Výzkum proběhl pomocí obsahové analýzy, díky níž jsme mohli vyhodnotit zkoumané kategorie, které jsme k analýze bulvarizace potřebovali. Cílem tohoto výzkumu tedy bylo určit rozdíly v bulvarizaci mezi dvěma typy médií, a to tištěnou Mladou frontou DNES a internetovou platformou sport.idnes.cz v období velké sportovní akce.

Na základě našeho zjištění lze tvrdit, že bulvarizace, která by byla potvrzena všemi analyzovanými kategoriemi, v průběhu vytvořené analýzy, neprobíhala a změny, které jednotlivě kategorie prodělávají jsou téměř ve všech kategoriích stejné.

Annotation

This thesis focuses on differences in tabloidization between Mladá fronta DNES and sport.idnes.cz in olympic sections during winter olympic games in 2006, 2010, 2014 and 2018.

The content analysis was the way we created this research. The object of our study was to identify differences between the two types of media, printed media represented by newspapers called Mladá fronta DNES and online platform sport.idnes.cz during global sport event.

Based on our research results, we can say tabloidization was not verified in all analyzed categories.

KLÍČOVÁ SLOVA

zpravodajství, bulvarizace, sport, Mladá fronta DNES, sport.idnes.cz, hard news, soft news, agenda setting, gatekeeping

KEY WORDS

news, tabloidization, sport, Mladá fronta DNES, sport.idnes.cz, hard news, soft news, agenda setting, gatekeeping

Obsah

1	Úvod.....	9
2	Teoretická část.....	11
2.1	Bulvár.....	11
2.1.1	Vznik bulváru.....	11
2.1.2	Definice.....	11
2.1.3	Obsah bulváru.....	14
2.2	Bulvarizace.....	17
2.2.1	Infotainment.....	18
2.2.2	Hard news a soft news.....	20
2.3	Způsob nastolování témat.....	22
2.3.1	Gatekeeping.....	22
2.3.2	Agenda setting.....	24
2.3.3	Teorie zpravodajských hodnot.....	25
2.4	Tištěná a elektronická média.....	27
2.5	Sportovní zpravodajství.....	30
2.6	Analyzovaná média.....	32
2.6.1	Mladá fronta DNES.....	32
2.6.2	iDNES.cz.....	34
2.7	Olympijské hry.....	35
2.8	Návaznost na výzkumy.....	36
3	Analytická část.....	37
3.1	Obsahová analýza.....	37
3.2	Téma a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy.....	39
3.3	Vzorek analýzy.....	41
3.4	Jednotky analýzy.....	43
3.5	Sledované kategorie.....	44
4	Průběh analýzy.....	51
4.1	Fáze analýzy.....	51
4.2	Úprava metodiky.....	51
5	Výsledky analýzy – popis jednotlivých olympijských her.....	52
5.1	Analýza olympijských her v Turíně 2006.....	52
5.1.1	Mladá fronta DNES.....	52
5.1.2	Sport.idnes.cz.....	53

5.2	Analýza olympijských her ve Vancouveru 2010.....	56
5.2.1	Mladá fronta DNES.....	56
5.2.2	Sport.idnes.cz	57
5.3	Analýza olympijských her v Soči 2014.....	59
5.3.1	Mladá fronta DNES.....	59
5.3.2	Sport.idnes.cz	60
5.4	Analýza olympijských her v Pchjongčchangu 2018.....	62
5.4.1	Mladá fronta DNES.....	62
5.4.2	Sport.idnes.cz	63
6	Výsledky analýzy – porovnání kategorií v průběhu let.....	65
6.1	Počet článků a jejich rozsah.....	65
6.1.1	Mladá fronta DNES.....	65
6.1.2	Sport.idnes.cz	66
6.1.3	Porovnání	66
6.2	Průměrný rozsah článku	68
6.2.1	Mladá fronta DNES.....	68
6.2.2	Sport.idnes.cz	69
6.2.3	Porovnání	69
6.3	Hard news a soft news	70
6.3.1	Mladá fronta DNES.....	70
6.3.2	Sport.idnes.cz	72
6.3.3	Porovnání	72
6.4	Poměr osobních a sportovních témat.....	74
6.4.1	Mladá fronta DNES.....	74
6.4.2	Sport.idnes.cz	75
6.4.3	Porovnání	75
6.5	Poměr domácích a zahraničních zpráv	77
6.5.1	Mladá fronta DNES.....	77
6.5.2	Sport.idnes.cz	78
6.5.3	Porovnání	78
6.6	Zdroje informací.....	80
6.6.1	Mladá fronta DNES.....	80
6.6.2	Sport.idnes.cz	81
6.6.3	Srovnání	81
7	Posouzení platnosti hypotéz.....	83

8	Závěr.....	87
9	Citace.....	89
9.1	Online zdroje	91
9.2	Analyzovaný soubor	92
10	Seznam grafů.....	92
10.1	Kódovací arch	93
10.2	Kódovací kniha	93
10.3	Kódovací arch s daty.....	95

1 Úvod

Červen 2018 – přes 202 tisíc, červenec 2018 - přes 204 tisíc, srpen 2018 – přes 204 tisíc¹. Takové byly náklady nejpopulárnějšího českého deníku. Nejedná se ani o Hospodářské noviny, ani o jeden z dalších dvou Čechy považovaných seriózních deníků, Mladé fronty DNES nebo Lidových novin. Statistických nákladů za noviny, které si lidé musejí kupovat, dnes dosahuje pouze jeden deník. Jedná se o Blesk. V České republice nejznámější bulvár.

Jak bude psáno v teoretické části, bulvár nabízí velmi specifický obsah, který má ovšem velký dosah. Je tedy otázkou, zda zůstat u kvalitní žurnalistiky nebo se uchýlit k úpravě titulů a prodávat je s takovými obsahy, které budou u čtenářů oblíbenější, naplňovat naplněné bulvárnějšími obsahy. Právě tímto tématem se budu v naší diplomové práci zabývat.

Konkrétně se budu zabývat bulvarizací témat olympijského zpravodajství Mladé fronty DNES v porovnání s bulvarizací témat na internetovém portálu sport.idnes.cz v sekci olympijských her, a to v průběhu nejvýznamnější akce, která ve světě existuje. Jedná se o zimní olympijské hry, a to v letech 2006, 2010, 2014 a 2018.

V naší práci nás budou primárně zajímat pouze témata. Projevy, které se značí využíváním specifických jazykových prostředků nebo specifickou grafickou úpravou, či používání obrázků, vynecháme.

Celá naše práce bude mít tři hlavní části. První bude teoretická, druhá bude praktická a třetí bude syntéza dat, kterou vytvoříme na základě teoretické části.

První část, tedy ta teoretická, bude zaměřená na relevantní záležitosti, které nám poskytnou nutné znalosti k pochopení dané problematiky. Budeme se v nich zabývat základními mediálními teoriemi, které mají na výběr témat v novinách vliv. Jedná se například o teorie agendy-setting od Maxwella McCombse a Dona Shawa, dále teorii gatekeepingu Davida M. Whita nebo například teorii zpravodajských hodnot definovanou Galtungem a Rugeovou. Chybět nebudou samozřejmě ani definice bulváru a námi sledované bulvarizace, u které se zaměříme především na její projevy.

Jelikož se budeme zabývat i porovnáním tištěného a internetového zpravodajství, bude vhodné si v literatuře najít rozdíly, se kterými budeme muset v naší analýze počítat.

¹ Periodický tisk. ABC ČR [online]. Copyright © 2019 [cit. 20.03.2019]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>

Teoretická část bude vytvořena jako kompilace z relevantní literatury, která se danou problematikou zabývá.

Druhou částí bude vytvoření analýzy, která bude navazovat na vytvořenou teorii. Před samotnou analýzou bude ještě nutné vytvořit důslednou operacionalizaci, která bude jejím nepostradatelným základem.

V průběhu této analýzy budeme pracovat s olympijskou rubrikou Mladé fronty DNES v průběhu celých olympijských her. Jedná se o ročníky 2006, 2010, 2014 a 2018. Dále budeme pracovat s články, které v tomto období vyjdou v sekci olympijské hry na sport.idnes.cz. Pro získání požadovaných informací využijeme obsahovou analýzu, díky níž budeme schopni předpokládané velké množství dat vyhodnotit a budeme schopni zjistit, zda k bulvarizaci dochází nebo ne.

Třetí částí, tou poslední, bude ono samotné vyhodnocení dat, kde navzájem porovnáme jednotlivé roky v jednotlivých médiích, a nakonec budeme schopni relevantně odpovědět na otázku, zda se bulvarizační tendence u témat v jednotlivých typech médií liší, v jakých charakteristikách jsou odlišnosti, nebo zda se tyto procesy navzájem kopírují.

Po provedení těchto tří kroků nakonec vytvoříme závěr, který naši analýzu shrne.

Cílem této práce bude porovnat dva typy médií z hlediska jejich bulvarizace. Bude nás zajímat, zda některé z analyzovaných médií bude naplňovat bulvarizační charakteristiky a jak se budou změny v průběhu let u těchto médií lišit.

2 Teoretická část

2.1 Bulvár

2.1.1 Vznik bulváru

Samotné slovo bulvár odkazuje k francouzskému boulevard. Boulevard označuje širokou třídu, na které byl daný tisk prodáván (Osvaldová 2002: 31,32). Barbora Osvaldová v knize Co je bulvár, co je bulvarizace (2016: 9) říká, že bulvár byl právě svým pouličním prodejem charakteristický. Dokázal tím to, že vytlačil na okraj do té doby dominantní předplatné. Na scéně se tak objevili kameloti, kteří se vyvoláváním nejzajímavějších titulků pokoušeli získat pozornost a prodat jimi nabízený tisk. (Osvaldová 2002: 87-88)

Reifová (2004: 287) tvrdí, že v obdobnou chvíli jako ve Francii začali prodávat na ulicích bulvární tisk kameloti i ve Spojených státech amerických, kde bulvár četli lidé při docházení do práce. Z tohoto důvodu docházelo k častějšímu použití obrazových materiálů, jako například fotografie, a výraznému zvětšení titulků.

Osvaldová s Haladou (2007: 34-35) vytvořili také jistou definici, která vykreslovala jeho pohled na úroveň definovaného tisku. Tvrdí, že noviny byly koncipovány takovým způsobem, aby jim každý rozuměl, nebylo tudíž zapotřebí vysoké úrovně vzdělání. Byly také velmi laciné, což mělo za výsledek jejich masovou dostupnost, a tedy i vysokou čtenost. Jak jsme již uvedli v souvislosti s počátky bulváru v USA, Osvaldová s Haladou zmiňují také nápadné, velké ilustrace, které byly díky rozvoji techniky časem nahrazeny fotografií a barevným tiskem. Za základní charakteristiku uvádí také velké titulky, mající za úkol přilákat čtenáře. Pod slovem bulvár si později lidé představovali neseriózní tisk, který obsahoval neověřené informace. Jednalo se tedy o laciný a pokleslý typ novin a časopisů, jenž se nejvíce hodí vkusu ulice.

2.1.2 Definice

V našem prostoru se problematice bulváru a bulvarizace věnuje několik autorů. Patří mezi ně například Karel Hvižd'ala nebo Barbora Osvaldová a dále pak i Jan Halada. Právě Osvaldová s Haladou (2007: 35) zobecňují bulvár na jakékoli neseriózní médium předávající neověřené informace. Jejich obsahem jsou pouze senzace zpravované takovou formou, aby čtenáře pobavila a zbytečně je nenutila k přemýšlení. Obsahy jsou vytvořeny k pouhé konzumaci. Pro zjednodušení mají dokonce novináři danou značně omezenou slovní zásobu. Díky tomu čtenáři texty lépe chápou. Bulvár se také snaží, aby prezentované zprávy byly brány jako to nejdůležitější. V nejvyšší míře se jedná o skandály společně s neštěstími, často se také jedná o směsi reality s iluzemi.

Teze o bulváru se můžeme dočíst i od teoretika Colina Sparkse (2000: 10-11). Bulvár může podle něj být specifickým žurnalistickým žánrem. Jedná se o formát, který svou pozornost zaostřuje více na skandály, zábavu nebo sport, ubírá ovšem na pozornosti v tradičních oblastech, které zpravodajství běžně pokrývá. Méně se tedy věnuje společenským problémům, ekonomice nebo například politice. Místo politických procesů se tedy v bulváru můžeme dočkat informací ze života celebrit. Místo informací o specifických společenských změnách se k nám dostanou informace o „obyčejných lidech“.

Na začátku kapitoly jsme udávali, že jedním z našich teoretiků, který se problematikou bulváru zabývá, je Karel Hvízd'ala. Ten pro Ekonomický týdeník EURO napsal článek, ve kterém seznámil čtenáře s pěti strukturálními znaky bulváru.

1. seznamují lidi, kteří většinou moc nečtou, s nejdůležitějšími politickými problémy v přiměřeně zjednodušené formě

2. přinášejí bezplatný právní a sociální servis pro nemajetné vrstvy společnosti, které nemají na právníky

3. stimulují kult úspěšnosti

4. uspokojují neukojenou potřebu po krvi a sexu u některých skupin obyvatelstva

5. mívají nejlépe redakčně zpracované sportovní rubriky, které někdy tvoří až polovinu rozsahu novin

Ve stejném článku Hvízd'ala pronáší to, že běžné noviny pracují s informací, analýzou a kontextem, kdežto bulvár pracuje s napětím nebo aktualitou.

„...aktualita je takový druh sdělení, jehož hodnota s časovou vzdáleností od události, kterou popisuje, klesá, zatímco s informací je tomu opačně. Její význam roste s odstupem času.“ (Hvízd'ala: 2007)

V knize Mardata (Hvízd'ala 2011: 79-82) se můžeme dočíst také o vnějších znacích bulváru. Hvízd'ala zde tvrdí, že některá bulvární média se ještě stále prodávají na ulici a o jejich prodej se starají kameloti. Jedná se například o Neue Kronen Zeitung. Dalšími vnějšími znaky jsou fotografie, velké nadpisy, kresby a krátké články. Tyto charakteristiky můžeme vidět dnes i v našem nejnámějším bulvárním médiu, deníku BLESK.

Se stejnými znaky se ztotožňuje i Marta Švagrová (2016: 90). Dále dodává, že bulvár má přinášet informace ze světa známých tváří, žádné velké analýzy, ale právě zmiňované

velké fotografie a křiklavé titulky. U nich se ovšem často stává, že něco slibují, ale v samotném textu je obsah úplně odlišný. Podle Švagrové si bulvár také příliš nezohledňuje objektivitu ani pravdivost informací. S tou si bulvár nedělá žádné starosti, protože žaloby, které mohou nastat, pouze zvednou čtenost daného periodika.

Do této doby jsme pracovali s výhradně negativním vymezením bulváru. Jeho existenci ovšem doprovází, ač v menší míře, i pozitivní zakotvení. Jan Jandourek ve svém textu *Bulvár nebo kanál? Co je čtení pro masy* (2016: 29) odkazuje na jeden konkrétní díl pořadu Hyde Park, jehož hostem byl 8. dubna 2014 Pavel Novotný. Ten ve svém rozhovoru tvrdil, že bulvár, jako typ novin, je jediným svobodným médiem a má zásluhu za několik odhalených kauz. Dále taky Jandourek upozorňuje na kampaň Blesku proti lidem, kteří dostali označení *šmejdi*, tedy proti individuím, které se snaží pomocí podvodných akcí vymámit peníze například z důchodců. Tvrdí, že díky svému dopadu na určité populační vrstvy může mít taková akce smysl.

O pozitivním přínosu se ve své práci zmínil i John Fiske (2004: 58), který tvrdí, že bulvární média se snaží přiblížit svoje obsahy obyčejným lidem.

Teoreticky bychom byli schopni říct, jak bulvár vypadá. O to vysvětlit, jak ve skutečnosti vlastně oddělit bulvár a seriózní tisk, se podle Osvaldové (2016: 10-11) pokusil časopis Reflex vytvořením třináctera. Třináctero uvádíme v takové formě, v jaké jej ve svém sborníku prezentovala právě Barbora Osvaldová.

- 1) *Je titulek větší než zpráva sama?*
- 2) *Odpovídá dramaticčnost titulku obsahu samotného článku?*
- 3) *Jak vypadá grafika? Užívá barev, do fotografií vepsaných výkřiků a upoutávek?*
- 4) *Převažuje obrazová složka nad textovou?*
- 5) *Objevují se na první straně společenské skandály, nahé celebrity a dopravní nehody?*
- 6) *Je jazyk zpráv přiměřený, nebo užívá hovorových a expresivních slov?*
- 7) *Pracují noviny na titulu s chytlavými tématy, která se týkají cen zboží a výše platů?*
- 8) *Je jasné, odkud informace novinář získal? Obsahuje článek odkazy na zdroje?*

9) *Dává novinář stejný prostor oběma stranám sporu?*

10) *Jsou informace přesné i v detailech?*

11) *Snaží se novináři z důležité zprávy udělat zajímavý článek, nebo z kuriozity zprávu na první stranu?*

12) *Jsou noviny schopny vysvětlit i pozadí a souvislosti sledovaného případu?*

13) *Dovedou se noviny omluvit za nepřesnou nebo chybnou informaci?*

Osvaldová také dodává, že média od doby vydání tohoto třináctera prošla dalším vývojem a že by se potenciálně dalo vztáhnout i na rozhlas, televizi a na nová média.

Rozdílům v seriózních a bulvárních textech se věnoval také Burton s Jirákem (2003: 257), kteří jako jeden ze základních rozdílů určili preferenci zpravodajských hodnot. Těm se budeme věnovat v některé z dalších kapitol. O bulváru říkají, že si je schopen vytvářet jistou autoritu pomocí jednoduchého a přehledného vykládání světa skrze zákulisní informace a drby, popřípadě jiných deviací.

2.1.3 Obsah bulváru

Podle Koubské (2016: 100) jsou obsahem bulvárních médií sex senzace, katastrofy a drby. Jandourek (2016: 30) doplňuje ještě voyeurismus. A to nejen u psaných periodik, ale podobným způsobem se prezentují i určité pořady na televizních stanicích.

Senzace jsou psány jednoduchým stylem, což se konceptuálně hodí do celkového obrazu bulvárních obsahů, které mají být jednoduché na pochopení a člověk u nich nemá přemýšlet. (Osvaldová 2002: 32)

Senzacektivost je pro teoretiky i novináře, kteří se k problematice bulváru vyjadřují, obecně jeden z vůbec nejčastěji probíraných aspektů. Novináři i v minulosti událost, kvůli její senzačnosti, převraceli tak, aby působila senzačním dojmem a kamelotům se dobře vykřikovala (Nosková 2016: 80).

Praktická encyklopedie žurnalistiky (Osvaldová 2002: 170) definuje senzaci jako výjimečnou, neobyčejnou a pozornost přitahující událost. Jako senzace může událost vypadat už z podstaty události, která se v reálném světě stala, nebo se senzací stane způsobem, jakým ji novinář zpracuje. Výstižná je i následující citace ze zmiňované knihy. „*Zatímco serióznější média se zaměřují spíše na skandály s politickým kontextem, neseriózní (tzv. bulvár) dávají*

přednost nevěřám, sexuálníím výstřelkům, vraždám a tragédiím, ty nejpokleslejší mohou zařadit i senzace, které jsou vymyšlené.“

Že jsou senzace tím, co je praktickým základem bulváru, dokazuje Osvaldová (2016: 10) na příkladu Nezávislého poledního listu EXPRES. Ten si slovo SENZACE vložil i do svého záhlaví, čímž podle Osvaldové upozornil na to, že bude bulvární.

Dalším ústředním bodem obsahů bulváru je skandál. Podle Jiráka (2009: 85) může v případě skandálu jít o jednání, událost nebo okolnost, která je ve spojení s určitým porušením, znevážením nebo přehlížením norem, hodnot a mravních principů, které v dané době v dané společnosti převažují.

Ve své stati publikované ve sborníku s názvem: *Co je bulvár, co je bulvarizace* věnuje skandálu jednu část svého textu Jan Jandourek (2016: 32-34). O skandálu v něm píše jako o obvinění, které poškozujee pověst jednotlivce nebo instituce. Také říká, že skandálů máme několik druhů a na své si tak přijde každá sociální vrstva. Známe politické, akademické, sportovní, korporátní nebo žurnalistické skandály.

Politický skandál funguje podle Jandourka (2016: 32-34) na principu pádu mocných, na který se lid rád dívá, protože nikdo z nich předtím mocný nebyl a má pocit spravedlnosti. Tento systém fungoval už kdysi. To se ovšem lid díval na popravy šlechticů. Jako jeden z politických skandálů, kdy jeho zveřejnění znamenalo pád mocného politika, lze brát kauzu Stanislava Grosse s nevysvětleným původem peněz na nemovitosti.

U skandálu z akademického prostředí se nejčastěji jedná o problémy dávání zkoušek a zápočtů, vyhrožování si navzájem mezi profesory nebo plagiátorství. Právě plagiátorství v roce 2018 propojilo skandál politický a akademický, kdy po jeho odhalení museli z vlády odstoupit dva ministři. Jednalo se o ministryni spravedlnosti Taťánu Malou a ministra práce a sociálních věcí Petra Krčála. Oba dva ministři v roce 2018 odstoupili ze svých funkcí po tom, co bylo odhaleno plagiátorství v jejich diplomových pracích.

Jandourek (2016: 32-34) dále udává příklad sportovního skandálu, které se nejčastěji týkají největších sportovních akcí, jako jsou námi analyzované olympijské hry nebo světově nejznámější cyklistický závod Tour de France. Skandál ve sportu bývá často spojen s uplácením nebo s dopingem. Právě doping a cyklistika jsou generátorem velkého procenta sportovních skandálů. Největším dopingovým skandálem v cyklistice je bezpochyby nutnost odebrání titulů Lanci Armstrongovi za užití dopingu právě při Tour de France. Stalo se tak po

dlouhých bojích s americkou antidopingovou asociací. Požití dopingu pak Armstrong sám připustil v pořadu Oprah Winfrey v roce 2013.

Dalším typem skandálu je korporátní skandál, který se nejčastěji týká velkých firem. Zde se jedná o různé finanční machinace nebo tunelování. U nás ovšem nedosahují takových rozměrů, protože dané kauzy bývají tak komplikované, že je sotva pochopí ten, kdo jim věnuje dostatek času. *„Čtenář bulváru potřebuje deset vět, a do nich se složité mapy a „pavouci“ vztahů vtěsnat nedají.“* (Jandourek 2016: 33)

Jandourek (2016: 32-34) vzpomíná i žurnalistické skandály, které ale nejsou pro bulvární novináře příliš atraktivní, jelikož blízkost některých novinářů a politiků je známá. Musí tak jít o významnou aféru, na které se novináři podílejí. Vzpomínaná je například Akce Olovo. Novináři z Mladé fronty DNES přišli s materiálem, který měl být vytvořen poradci Miloše Zemana a měl za úkol zdiskreditovat Petru Buzkovou. Jednalo se o pomluvy, že se Buzková dříve živila prostitucí, spolupracovala s STB nebo že týrala svou dceru.

Součástí obsahové náplně bulváru je také voyeurismus. Podle Jandourka (2016: 31) jsou nahé ženy jedním z jeho základních prvků. Deník The Sun měl dokonce ochrannou známku na dívku ze třetí strany, u nás bychom mohli k tomuto fenoménu připodobnit například dívku Blesku.

Co se týče voyeurismu, upozorňuje autor na to, že jeho součástí je i možnost jistého morálního udivení nad aktivitou, kterou celebrita vykonává. Fotografové mohou vyfotit hvězdu, která se líbá s cizím mužem, ne manželem. Tento hraný údiv může být doplněn i udivujícími titulky. Text nám tím pádem dává na chvíli možnost cítit se lepší, než jsou celebrity.

Součástí voyeurismu je i možnost sledovat mrtvé a odhalovat například to, kdo pořádá pohřeb, kdo s kým na pohřbu komunikoval, popřípadě úplný konec voyeurismu, kdo chodí plakat na hrob.

2.2 Bulvarizace

Problematika je u různých autorů v různých kontextech brána odlišně. Jedni z významných teoretiků, co se bulvarizace týče, jsou v českých podmínkách Tomáš Trampota s Jakubem Končelíkem. Ti bulvarizaci definovali jako proces změny přístupu novinářů k realitě. Změna je podle nich patrná především v rovině charakteru a kvality informací. (Trampota, Končelík, 2011: 287)

Už na počátku devadesátých let psal o bulvarizaci Howard Kurtz (1993: 143-147). Bulvarizaci definoval, podobně jako zmiňovaní Trampota s Končelíkem, jako proces. V tomto případě šlo ovšem o proces, při němž postupně poklesly novinářské standardy. Do toho patří i změna poměru hard news ku soft news, kdy začaly mnohem více místa získávat skandály, senzace a zábavné události, kdežto ekonomika a politika začala ustupovat.

Problematiku bulvarizace lze spojit také s tím, že média začala být od sedmdesátých let dvacátého století stále více brána jako ekonomické subjekty a jako ekonomické subjekty musela pracovat na trhu. Aby na něm byla média úspěšná, musela projít procesy komodifikace a komercionalizace, které měly za úkol pomoci s tržním úspěchem. Tento úspěch se prokazoval formou vyšší čtenosti nebo sledovanosti, popřípadě podle množství prodaného nákladu. (Jirák 2005: 16-20)

O komercionalizaci prohlásil McQuail (2007: 165), že ohrožuje demokratické fungování médií. Opomíná totiž minority, které pro vydavatele nejsou dostatečně velkým reklamním trhem, nejsou tedy uznány za publikum, které by pro ně bylo ekonomicky výhodné.

Brian McNair (2004: 101) vychází z toho, že většina médií je vlastněna soukromníky, mají za cíl generovat zisk. Produkce zpráv je tedy klasické podnikání.

Jirák s Köpplovou (2009: 258) mají na tuto problematiku stejný náhled. Média se snaží o co největší redukci nákladů. Poté produkují zábavná sdělení.

Esser (1999: 291) tvrdí, že komercionalizace je jedním ze základních projevů bulvarizace. Ta je podle něj nucená skrze tlak inzerentů, kteří vytvářejí důraz na vyšší čtenost.

Tlaky ovšem nejsou pouze ekonomické. Vytváří je také nové technologie, které umožnily šířit velké množství stále čerstvých informací, které čtenáře fascinují, ale zvýšily tak nároky příjemců i co se audiovizuální tvorby týče. Proto se v některých médiích stala

audiovizuální tvorba dominantní. Je zde ovšem nutné počítat s tím, že rychlost zpravodajství leckdy způsobuje nižší relevanci a pravdivost. (Ramonet 2003: 220)

Specifický pohled na bulvarizaci nabízí i Libuše Koubská (2002), která tvrdí, že procesem bulvarizace se novináři stále více snaží zaměřit spíše na vizuální podobu, která má čtenáře zaujmout více než intelekt. Jako souhlasnou s tímto tvrzením lze brát tezi Neila Postmana (1999: 93), který tvrdí, že vydavatelé o síle fotografie vědí už od devatenáctého století.

Jako jeden z charakteristických projevů bulvarizace je podle Uriba (2004: 387) navýšení prostoru pro domácí zpravodajství. S touto tezí pracuje i Tomáš Trampota (2010: 19.), který říká, že bulvár dává více prostoru národu, ve kterém dané zprávy vznikají. I tady lze vidět snahu o co největší přiblížení se publiku, protože příběhy z jejich domoviny jsou pro ně mnohem srozumitelnější.

Bulvarizace seriózního zpravodajství může mít za důsledek i další projevy. V naší analytické části se budeme zabývat počtem příspěvků v jednotlivých dnech, čímž budeme navazovat na tvrzení McLachlana s Goldingem (2000). Právě oni tvrdí, že bulvarizace je charakteristická svým menším množstvím textů a příspěvků. Dále dodávají změnu typu příspěvků, což znamená, že se více objevují hluboké lidské příběhy (human interest stories) nebo již zmiňované soft news. Poslední změnou, na kterou McLachlan s Goldingem upozorňují, je změna formy, která se projevuje navýšením prostoru pro obrazový materiál.

2.2.1 Infotainment

Slovo infotainment vychází ze spojení anglických slov information a entertainment, tedy informace a zábava. V rámci žurnalistiky se tak jedná o jev, kdy v útvaru, který je původně čistě informační, dochází k vložení zábavného prvku. Může se například jednat o přiložení specifické fotografie, která například může zachycovat člověka v různých, někdy až dehonestujících situacích. (Trampota, 2006: 131)

V kapitole o bulvarizaci jsme si řekli, že probíhá z důvodů tlaků inzerentů na čtenost. McNair (2000: 4) k tomuto dodává, že výrobci zpráv podřídili závazek předávání informací úkolu zabavit. Zabavení je podle něj k divákům mnohem přívětivější. Výsledkem zmiňovaného je pak onen infotainment, kde informace ustupuje zábavě. Podle Thusu (2007) je infotainment nástrojem, který pomáhá k vyrovnání tlaků z ekonomické strany a zároveň výsledkem komercializace.

Karel Hvízd'ala (2011: 80) používá pro deníky, které pracují s infotainmentem, označení pop-noviny. Tvrdí, že v České republice chybí jeden významný prvek, a to prestižní noviny. Portfolio periodik tak není úplné. Podle Hvízd'aly se ideálu zmiňovaných prestižních novin přibližuje pouze jeden zástupce v podobě Hospodářských novin. Označení bulvární podle něj snesou tituly jako Blesk nebo Aha!, pop-novinami jsou podle něj Právo, Lidové noviny nebo námi analyzovaná Mladá Fronta DNES.

Reifová ve Slovníku mediální komunikace (2004: 88-89) píše o samotném jevu *Infotainment* jako o ne novém. Má podle ní vztah k třicátým létům dvacátého století. Ačkoli o infotainmentu dosud hovoříme jako jevu v tištěných médiích, Reifová tvrdí, že jeho vznik přišel s rozvojem kabelových televizí. Infotainment se tak mohl projevovat jako humorný závěr reportáže nebo zábavné použití určité animace.

Infotainmentové tendence byly k vidění nejprve ve spojených státech a později se tento trend rozšiřoval i mimo ně. Podle Thussu (2007: 8) se jedná o globální infotainment, který je poháněn ratingy. Nadřazené jsou v tomto období soft news, které si vydefinujeme v jedné z dalších částí práce.

O zábavě v televizi se zmiňuje Postman (2010: 105–106). Právě zábava je pro něj tím nejdůležitějším prvkem televizní komunikace. Doslova tvrdí, že se jedná o její zastřešující ideologii. Je také přesvědčený, že je jedno, co je ve zpravodajství zobrazováno a jaký je úhel pohledu, ale jde pouze o to, aby to přinášelo zábavu. Pro Postmana je tak zpravodajství žánrem zábavy, ne informace nebo reflexe. Nově pojatý způsob zpravodajství nakonec nemá vliv pouze na to, jak je událost podána. Dává příležitost i k dalším proměnám. Infotainment dává prostor pro využití audiovizuálních prvků, do jiné role se dostává moderátor a je zde také možnost k úpravě studia (Osvaldová 2007: 92). Právě to, o čem Osvaldová psala, šlo vypořádat na Událostech České televize, kde moderátoři začali využívat celý prostor studia.

Někteří autoři se uchýlili i k rozdělení infotainmentů na různé druhy. Jedná se například o dělení dle jednotlivých tematických zaměření. Bosshart a Hellmüllerová (2009) přichází kupříkladu s newstainmentem, což je spojení zpravodajství a zábavy, advertainmentem jako spojením reklamy a zábavy, sportainmentem jako spojením sportu a zábavy a v neposlední řadě i s edutainmentem, kde spojují zábavu se vzděláním.

2.2.2 Hard news a soft news

V kapitole věnující se bulvarizaci jsme připoměli, že jedním z projevů, podle kterého lze tento proces identifikovat, je zvyšování poměru soft news na úkor množství hard news. V české literatuře se standardně pracuje s těmito termíny, není tak třeba využívat domácí ekvivalenty typu měkké a tvrdé zprávy.

Jelikož se v naší analýze budeme právě poměrem těchto dvou typů zpráv zabývat, je vhodné, jelikož budeme částečně používat jeho metodologii, začít s definováním podle Tomáše Trampoty.

Trampota v publikaci *Zpravodajství* (2006: 30-31) přibližuje typologii, podle níž odlišuje zprávy na základě časového průběhu a časového zakotvení události, o níž je referováno ve vztahu k aktuálnímu času konzumace zpráv. Tuto typologii přinesla Gay Tuchmanová, která ji vytvořila na základě zúčastněného pozorování v roce 1978. Vzešlo z něj rozdělení na hard news a soft news, v druhé části pak na spot news (bezprostřední zprávy), developing news (vyvíjející se zprávy) a continuing news (průběžné zprávy). Pro naši analýzu je důležité první dělení.

Za hard news lze považovat takové události, které je z nějakého důvodu nutné zařadit okamžitě po zpracování do zpráv. Jedná se o takové zprávy, které by měl občan znát. Jsou to tedy zprávy, které se zabývají důležitými záležitostmi.

Soft news se nachází v kontrastu s hard news. Jedná se o takové zprávy, které se zabývají každodenním životem. Nelze tedy říct, že by soft news byly důležité, ale jsou to spíše zajímavosti. Podle Moona a Hadleyho (2014: 293) nemají soft news takovou hodnotu, neobsahují tak důležité události, zabývají se spíše lidskými zájmy.

Se zajímavou myšlenkou k problematice hard news a soft news přišel Michael Kunczik (1995: 137-138), který tvrdí, že mezi nimi nelze stanovit jednoznačnou hranici. Žurnalisté mají podle něj o třídění zpráv implicitní představy, které jim pomáhají při strukturování práce. Klasifikaci zpráv podle něj určuje kontext, v němž jsou sociální fenomény percipovány a definovány. O hard news mluví Kunczik jako o neočekávaných a náhlých událostech, které je nutné ze své podstaty ihned uveřejnit. Oproti tomu soft news je podle něj taková zpráva, která je neaktuální a v pozadí. Její uvedení je ovlivněno potřebou, ne nutností.

K dichotomii hard news a soft news se vyjadřuje i Keeble (2006: 109), který o hard news mluví stejně jako Trampota. Jedná se pro něj o nejdůležitější zprávy. Pokračuje ovšem

v definování podle použitých prostředků. V hard news je vždy striktně dodrženo vytváření zpráv dle obrácené pyramidy, o faktech se referuje skrze vybrané citace, a to i v nepřímé řeči. Autoři takovýchto textů dávají čtenáři možnost hlubšího chápání skrze kontext, ovšem analýzy, komentáře nebo jiné vstupování autora je zde vyloučeno. Popisy a komentáře jsou podle něj výsadou soft news, které pořád mají podobu zprávy, ale styl jejich psaní je spíše odlehčený. Věnují se také jednodušším tématům, která nejsou tak závažná a důležitá. Některé texty mohou být napsány ironickou formou.

Konkrétní příklady soft news a hard news uvádí ve svém výzkumu Thomas E. Patterson. (2000: 3). Jako hard news jsou pro něj zprávy, které se zabývají takzvanými *top leaders* nebo události, které narušují každodenní chod společnosti. Může tím být například letecké neštěstí nebo přírodní katastrofa typu zemětřesení. Jedná se o důležité události, o kterých musí lidé vědět, aby byli schopni svět veřejných záležitostí pochopit a reagovat na něj.

Proti této definici dává Petterson také definici soft news jako více senzační, zaměřené na osobnosti, které jsou méně časově ukotvené. Více si zakládají na incidentech a jsou praktičtější. Jako konkrétní příklady přidává Thussu (2007: 8) zprávy o celebritách, korupci nebo násilí.

Při tomto shrnutí nám vychází soft news jako termín jasně pejorativní. Baum (2003) ovšem ve svém výzkumu z USA doložil, že soft news může pro občany, kteří o politiku nejeví takový zájem, poskytnout zpravodajství o zahraničně-politických otázkách. Způsob, jakým jsou tyto informace podány, je ovšem značně odlišný, a to především v čase, způsobu a samozřejmě v množství poskytnutého materiálu, který je problému věnován.

2.3 Způsob nastolování témat

V následujících kapitolách si vysvětlíme, jakým způsobem se jednotlivá témata dostávají do zpravodajství, co musí splňovat a kdo na to má vliv. Známe několik teorií, které se tímto problémem zabývají. Jedná se o teorie gatekeepingu, agendy setting a teorie zpravodajských hodnot. Tyto teorie jsou pro naši práci důležité, protože určují, jaké události budou pokryty a jakým stylem budou zpracovány.

2.3.1 Gatekeeping

Termín gatekeeping lze rozložit a přeložit do slov brána (gate) a mít pod kontrolou (keep). (Reifová 2004: 70)

„Některé informace končí na prvních stránkách novin, některé uprostřed zpráv nebo webových stránek, a některé se do zpráv nikdy nedostanou. Podobně se může některá událost objevit v některém druhu médií, ale nikoli v druhých médiích. Nebo může být informace umístěna v médiu na prominentním místě, zatímco v jiném zůstane pohřbena mezi jinými zprávami.“ (Shoemaker, Vos 2009: 22.)

Na předchozí citaci jsme si nastínili problematiku, kterou se gatekeeping zabývá. Gatekeeping se obecně zabývá procesem, při němž se událost stane zprávou, jaká témata budou daným médiem pokryta. Jedná se o specifický proces, který podléhá různým podmínkám. Jedná se například o autora, editora nebo můžou vstupovat zájmy mediálních organizací, vstupuje také to, zda téma vykazuje zpravodajskou hodnotu. (Čuřík 2012: 123)

Prvním, kdo se problematikou gatekeepingu zabýval, byl sociální psycholog Kurt Lewine. Ten si jako cíl svého výzkumu určil to, jak se dostávají potraviny Američanům na stůl. Určil dva základní kanály. Zaprvé zahradní kanál, který má výchozí bod ve výběru semínek a jejich zasazení. Zadruhé nákupní kanál, kde je výchozí bod ve výběru, nákupu a odvozu. Následují další vlivy, které potraviny ovlivňují. Na zahrádce jde například o škůdce nebo trhání plevelu, v domácnosti o způsob uskladnění. Na konci celého řetězce je potom kuchař, který rozhodne, co se bude podávat na stůl, popřípadě i to, v jakém složení. Pro Lewina je tedy gatekeeping celý tento proces. (Shoemaker, Vos 2009: 11-15)

Myšlenky Kurta Lewina dále rozpracoval David M. White. V roce 1950 se zabýval tím, které zprávy od různých zpravodajských agentur dostanou prostor v reálném zpravodajství. Jako výsledek White určil, že se do zpravodajství dostala pouze desetina z agenturami nabízených textů, a to takovým způsobem, že redaktoři používali subjektivní pohled a vybírali takové texty, které by se měly čtenářům zalíbit. (Kunczik, 1995: 114)

Tomáš Trampota (2006: 40) v problematice gatekeepingu odkazuje na Brownovy etapy. Jsou to etapy extrakce, koncentrace, pročištění a formulace.

Extrakcí je myšlen výběr informací z universa. V etapě koncentrace dochází k redukci nasbíraného materiálu. Následuje pročištění, kdy se odstraní nepotřebné a nežádoucí elementy. Nakonec dochází ke spojení informací, zasazování do kontextu, čímž je splněna etapa formulace.

Pamela Shoemaker také určila čtyři kategorie, které mají vliv na rozhodování gatekeepera. Jedná se o individuální úroveň, úroveň rutin a organizace. Dále vlivy mediální organizace.

Individuální úroveň vychází z představy redaktora o tom, jak vnímá novinářskou profesi a také z toho, jaké má představy o definování zprávy. Úroveň rutin a organizace jsou jakási pravidla, díky nimž jsou média schopna zpracovávat velké množství informací a dále zaručují, že se média chovají předvídatelně. Do vlivů mediální organizace řadíme technologickou povahu média, její strukturu nebo hierarchii. (Trampota 2006: 43)

Podle Reifové (2004: 70) ovlivňuje chování gatekeeperů i velikost média, domnělé hodnoty publika, interpersonální vztahy v redakci, nedostatek času a místa a mediální rutiny, což jsou faktory, které se staly předzvěstí pro teorii zpravodajských hodnot.

2.3.2 Agenda setting

Základní myšlenkou teorie agendy setting je to, že zpravodajská média naznačují veřejnosti hlavní otázky dne, což se odráží na tom, co veřejnost jako nejdůležitější otázky dne vnímá (McQuail 2009: 527). Vychází z teorie, že média tak přímo nebo nepřímo ovlivňují příjemce na úrovni jejich představ, postojů, přesvědčení hodnot, a dokonce i jejich chování (Burton, Jirák 2001: 347).

Myšlenku nastolování agendy, i když sám tento termín nikdy nepoužil, popsal ve své knize *Public Opinion* z roku 1922 Walter Lippmann. Lippmann v ní tvrdí, že média jsou pro každého z nás jakýmsi oknem do krajiny mimo naši přímou zkušenost. Média jsou tak schopná do značné míry ovlivnit naši kognitivní mapu světa. Mínění veřejnosti není odrazem světa skutečného, ale podle Lippmanna je odrazem pseudo-prostředí, které vytváří média. Obraz světa v našich hlavách si tedy vytváříme na základě médií nabízených obrazů světa (Lippmann 1990: 3-32).

Dalším předchůdcem teorie agendy setting je Bernard Cohen. Ten ve své práci přisuzuje médiím účinky kognitivního charakteru, což znamená, že určují oblasti a témata o kterých mají přemýšlet, ale nejsou schopná vnutit čtenářům to, co si mají myslet. (Cohen 1965: 13).

Termín nastolování agendy je spojen se zkoumáním předvolebních kampaní. V rámci předvolební prezidentské kampaně vznikl také její první výzkum, který provedli Shaw a McCombs. Vycházeli z hypotézy, že média při kampani nastolují agendu a mají při ní vliv na to, jaký význam budou mít jednotlivá stanoviska týkající se politických témat (McCombs, Shaw 1972: 177).

K ověření své hypotézy museli výzkumníci pracovat se dvěma sadami dat. S popisem veřejné agendy, kterou v daném případě zastupoval výzkum veřejného mínění v Capel Hill a s analýzou agendy médií, kterou měla obyvatelé k dispozici. Předpokladem bylo, že, co měli obyvatelé k dispozici v médiích, ovlivňovalo veřejné mínění, tedy že mediální agenda určuje agendu veřejnou (Škodová, a kol. 2008:16-17).

Veřejnou agendu výzkumníci určili na základě 100 nerozhodnutých voličů v pěti okrscích Capel Hill. Zacílení na nerozhodnuté voliče bylo učiněno z toho důvodu, že právě na nich by měl být vliv médií nejzřetelnější. Zmiňovaní nerozhodnutí voliči měli za úkol odpovědět na otázku, co je v dané době nejvíce znepokojuje. Měli říct, bez ohledu na

prohlášení politiků, co by měla vláda řešit, čím by se měla zabývat. Na základě toho získali výzkumníci seznam témat, který vytvořil veřejnou agendu. (McCombs, Shaw 1972: 178).

Mediální agendu určili výzkumníci pomocí kvantitativní obsahové analýzy vytvořené z vybraných médií ve stejném období, při kterém probíhalo zpracování veřejné agendy. Vysledováno bylo pět dominantních témat jak veřejné, tak mediální agendy. Jedná se o témata týkající se sociální péče, občanských práv, zahraniční politiky, ekonomiky, práva a pořádku. McCombs (2004: 6) pak ve své publikaci popsal výsledek, který byl překvapivě jednoznačný, protože pět témat, kterým dali nerozhodnutí voliči důležitost, kopírovalo to, co bylo prezentováno ve zpravodajství. Výsledek autoři výzkumu shrnuli tak, že voliči mají tendence přijímat mediální definici toho, co je důležité. Média tak mají moc nastolovat agendu. (McCombs, Shaw 1972: 184).

Do této doby jsme se bavili pouze o prvním vývojovém stupni. Druhým stupněm agendy lze jmenovat nastolování agendy atributů. K původnímu přemýšlení, kdy se Shaw a McCombs zabývali pouze tématy, událostmi nebo osobnostmi byl přidán předpoklad, že tyto témata, události a osobnosti disponují charakteristikami, které nazýváme atributy. McCombs dává za příklad politického kandidáta, s nímž se do médií dostávají i jeho atributy. Jako tyto atributy lze uvést určitou ideologii, postoje, názory nebo zkušenosti. Výrazné atributy určitých témat se mohou v čase proměňovat a témata, která jsou dominantní u mediální prezentace jsou dominantní i ve společenských názorech. (McCombs 2009: 121-126) Média v danou chvíli určují nejen to, o čem se mluví, ale ovlivňují i stanoviska veřejnosti.

S touto problematikou se můžeme setkat například u textů, které připomínají stavbu rychlobruslařského areálu pro Martinu Sáblíkovou po úspěších na olympijských hrách.

V druhé úrovni agendy setting se tedy setkáváme s takzvaným rámováním, v originále framingem. McCombs tvrdí, že u procesu rámování se setkáváme s použitím selekce, zdůraznění, exkluze a rozvinutí a z kontextu se tak dozvíme, co je klíčovým problémem, vybere se určitá interpretace. (McCombs 2004: 87)

2.3.3 Teorie zpravodajských hodnot

To, proč jsou zpravodajské hodnoty v bulváru důležité, jsme si řekli už v předchozích kapitolách. Je ovšem vhodné této problematice věnovat větší prostor a věnovat se jí obšírněji.

Studii o zpravodajských hodnotách prezentovala dvojice Johan Galtung a Marie Rugeová ve studii *Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*, vydané v roce 1965. Samotný pojem

zpravodajské hodnoty, v originále *News Values*, byl použit mnohem dříve, a to ve dvacátých letech dvacátého století. Použil ho známý teoretik Walter Lippmann v publikaci *Public Opinion*.

Samotná teorie se pomocí analýzy snaží vysvětlit, proč se z některých událostí stane zpráva a z jiných nikoliv. Galtung s Rugeovou se zajímali o to, jak vzniká mediální obraz události, který následně putuje k příjemci. Mediální obraz se může vytvářet tehdy, dostane-li se události pozornost média. To ho jistým procesem distorze a selekce upraví. Takto upravený materiál putuje k příjemci a vytváří u něj zmiňovaný mediální obraz. (Galtung, Ruge 1965: 64-65).

V reálné praxi není možné, aby jakékoliv médium pokrylo veškeré světové události. Galtung s Rugeovou tak po analýze čtyř norských deníků² vydefinovali dvanáct faktorů, které to, zda se událost stane zprávou, ovlivňují³. Těchto dvanáct faktorů bylo dále rozděleno na ty, které podléhají změnám z důvodu kulturních odlišností a na ty, které jim nepodléhají. Kulturně nepodmíněných je osm a kulturně podmíněné jsou čtyři. (Galtung, Ruge 1965: 67-68).

Mezi ty, které kulturním změnám nepodléhají, patří:

- Četnost (*frequency*)
- Velikost (*amplitude*)
- Jednoznačnost (*unambiguity*)
- Srozumitelnost (*meaningfulness*)
- Souznění (*consonance*)
- Překvapení (*unexpectedness*)
- Kontinuita (*continuity*)
- Kompozice (*composition*)

Mezi podléhající kulturním změnám zařazují:

- Vztah k elitním národům (*reference to elite nations*)
- Vztah k elitním osobám (*reference to elite people*)
- Personalizace (*reference to persons*)
- Negativita (*negativity*)

² Jedná se o nejčtenější norský deník, bulvární deník, vládní noviny a konzervativní deník.

³ Před samotnou formulací sepsali Galtung a Rugeová také hypotézy o zpravodajství. Při jejich sepsání si představovali svět jako soustavu zařízení, které vysílají signál, který má znázorňovat jednotlivé události.

2.4 Tištěná a elektronická média

Jelikož se v naší práci budeme zabývat dvěma typy zpravodajské distribuce, je vhodné si v teoretické části vymezit jejich jednotlivá specifika.

Pokud se budeme bavit o tištěných médiích, dostaneme se vždy k periodickému tisku, který nás obklopuje už několik staletí. Zásadním vynálezem pro šíření tištěných periodik (ale i dalších jiných tiskovin) byl knihtisk (Bartošek 1997: 9). Jako vynálezce knihtisku je označován Johannes Gutenberg a událo se tak v polovině patnáctého století. Rozmach periodického tisku ovšem nastal až o několik desetiletí později, počátkem sedmnáctého století. I dnes nám tištěná média zprostředkovávají v nejvyšší míře texty v podobě novinových článků, zaměřených na určité téma. Ty bývají, pro větší přehlednost a zajímavost, doplněny o další specifický grafický materiál. Jedná se například o mapy, fotografie, obrázky nebo například grafy, často využívané v ekonomické části. Povahou novinového zpravodajství je dáno, že bude v porovnání s online médii postrádat audiovizuální část. Čtenáři si tak nemohou poslechnout výpovědi ve formě audionahrávek nebo prohlédnout videa. S těmito nevýhodami kupující počítá. Nevýhodou pro konzumenta může být menší aktuálnost, která je výsledkem delšího přípravného a distribučního procesu. Dalším omezením je velikost novin, které nemůžou pojmout takové „množství dat“ jako internetové servery, které můžou zprávy dále upravovat, rozšiřovat, popřípadě uvádět jednotlivé články do souvislostí. S tím si ovšem jednotliví vydavatelé snaží vypořádat. Častým jevem je, že společně s tištěným deníkem vychází obsah i elektronicky. Není neobvyklé, že se u vydavatelů objeví důležitá informace, hard news, na jejich internetové platformě a s několikahodinovým zpožděním se v rozšířené verzi tiskne do klasických novin. Bonusem kupujících tak bývají komentáře nebo třeba rozhovory vedené na dané téma. Často se ovšem stává, že i tyto, řekněme bonusové materiály, se po několika hodinách dostanou i na zpravodajský server.

Za periodický tisk, podle *tiskového zákona*, tedy zákona č. 46/2000 Sb., jsou brány noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce.

Podle Kanceláře ověřování nákladu tisků, vydávající ověřená čísla nákladů jednotlivých titulů, existovalo na území České republiky v červnu roku 2018⁴ hned deset

⁴ Jedná se o poslední ověřená data

Periodický tisk. ABC ČR [online]. Copyright © 2019 [cit. 25.02.2019]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterYear=2018&filterMonth=6>

denně vydávaných periodik. Jsou to: Aha!, Blesk a E15 vydávané vydavatelstvím Czech News Center, a.s., které také vydává jediný sportovně zaměřený deník s názvem Sport, Hospodářské noviny, které vydává Economia, a.s., Právo vydávané vydavatelstvím Borgis, a.s., Deník (vydávaný v regionálních mutacích) patřící do portfolia vydavatelství Vltava Labe Media a.s. Velké portfolio deníků vydává také MAFRA, a.s., která vydává deník METRO, Lidové noviny, Mladou frontu DNES společně s přílohami. Od roku 2019 ovšem začal vycházet další, tedy jedenáctý deník, Deník N.

Stejskalová (2006: 16) říká, že kromě Sportu se noviny příliš neprofilují, protože by tak mohly přijít o čtenáře. V tomto případě zůstávají prodeje vyšší, zaujímají totiž větší spektrum konzumentů. Všechny deníky mají ve svých vydáních část zabývající se domácím zpravodajstvím a část zabývající se zahraničím. Určitým způsobem mají pokryty oblasti jako je politika, sport nebo kultura. V přílohách lze najít také témata jako je automobilismus, vzdělávání, cestování, životní styl nebo oddíl zabývající se celebritami. Některé deníky vycházejí i z částí, která má regionální mutaci. Je tomu tak například u Mladé fronty DNES nebo u deníku nesoucí název Deník, který své prodeje právě na mutacích zakládá.

Podle Kanceláře ověřování nákladu tisků na našem území vycházelo v daném období také 27 týdeníků, 17 čtrnáctideníků a 81 měsíčníků nebo vydání s delší periodicitou.

Internetové zpravodajství mohlo být v České republice funkční až po jejím připojení k internetu. Stalo se tomu tak 13. února v roce 1992 na půdě Vysokého učení technického v Praze. Běžné připojení pro obyčejného člověka dostupné ale stále nebylo. Na to si museli občané České republiky počkat několik dalších let. Stalo se tak po zrušení monopolu společnosti SPT Telecom v roce 1997. (Pavec: 2009) Jedním z důležitých milníků internetového publikování je rok 1995, kdy svoje články začal na internetu sdílet Mladý svět. Ten poté následovaly Lidové noviny.

Zajímavý krok provedla v rámci publikování na internetu Česká tisková kancelář, která průběžně na internetu zveřejňovala obsahy svých článků. Projekt nesl název České noviny a byl zajímavý v tom, že se tímto krokem dostala ČTK do pozice konkurenta svým vlastním odběratelům.

Z praxe dnes víme, že vydavatelství, která dříve vydávala pouze denní tisk, se přesunula i na internet. Je tomu tak například u vydavatelství Borgis, které vydává deník Právo a je dodavatelem informací pro server novinky.cz. Vydavatelé původně psaného textu se tak museli v jisté míře přeorientovat v mediální prostředí a začít produkovat i jiné než

pouze psané produkty. Není neobvyklé, že jednotlivé články jsou na internetových serverech doprovázeny specifickým audiovizuálním nebo audiálním materiálem.

Nejsou to ale pouze vydavatelé psaných zpráv, kteří k tomuto kroku přistoupili. Produkovat na internetu začali i ostatní zástupci terciálních médií, televizní společnosti i rádia.⁵ Mezi populární zpravodajské servery na území České republiky se zařadil server iROZHLAS.cz. Ten začal pod hlavičkou radia Český rozhlas fungovat 18. dubna 2017. Server je plněn původním zpravodajstvím a přináší i vlastní kauzy.⁶

Zajímavou cestou k vytvoření zpravodajského portálu prošla i Česká televize. Ta si nejprve v roce 2005 založila zpravodajský kanál ČT24, na který následně navázal zpravodajský web www.ct24.cz.

Výše zmiňované popsal ve svém článku novinář Paul Bradshaw (2010). Doslovně napsal „*The age of the journalist who only writes text, or who only records video, or audio, is passing. Today, the newspaper and magazine, the television and the radio programme all have an accompanying website. And that website is, increasingly, filled with a whole range of media (...)*“

Jedním ze zásadních rozdílů online žurnalistiky oproti tištěné je její interaktivita, vycházející z vlastností webu 2.0, který dává konzumentovi jisté možnosti. Jednou z nich je možnost v krátkém čase nahlížet na jednu událost očima více zdrojů – například očima různých zpravodajských agentur v krátkém čase.

Druhá, daleko důležitější možnost, kterou skýtá internetová žurnalistika, je možnost participace. Irena Ryšánková (2009) ve svém článku pro Britské listy⁷ definuje tři typy novinářů, kteří se etablovali z řad původních čtenářů.

První označuje jako „ti skuteční,“ kteří noviny vytvářejí jako názorové fórum a zajímají se o občany, jejich práva a příběhy. Druzí jsou novináři, kteří byli dříve pouze čtenáři a mají potřebu do děje vstupovat jako komentátoři se svou reflexí. Označování jsou jako blogeři, kteří svoje noviny píšou pro rodinu a přátele. Tyto blogery dále Ryšánková rozděluje na profesionály v oboru a pozorovatele. Profesionálové v oboru si píšou pouze poznámky

⁵ Dělení médií dle Jiráka, Volka a Köpplové z roku 2006

⁶ Český rozhlas spustil online zprávy iRozhlas.cz — Médiář. Médiář — Média, marketing, maloobchod [online]. Copyright © News Media 2011 [cit. 25.02.2019]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/cesky-rozhlas-spustil-zpravodajstvi-irozhlas-cz/>

⁷ RYŠÁNKOVÁ, Irena. Tak kdo je tady novinář? Britské listy [online]. 25. 2. 2009 [cit. 2009-02-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/2009/3/27/art46109.html>>.

k odborným tématům. Jsou to tak kupříkladu biochemici, astronomové nebo programátoři. Z jejich textů pak mohou vzniknout poznámky k ovládání softwaru. Pozorovatelé pouze sledují aktuální dění a pak se s vlastními názory dělí s jejich čtenáři.

Blogeři mají podle Ryšánkové (2009) oproti novinářům tu výhodu, že mohou být rychlí. Každý je totiž fotograf, každý je autor a editor v tomto případě není potřeba.

Poslední skupinou jsou takzvaní kibicové. Jsou to ti, kteří mají potřebu se ke všemu vyjadřovat. Osoby s podobnými názory se pak často shlukují na sociálních sítích, kde v určitých skupinách mohou specifické názory sklízet úspěch. Tyto komunity vznikají na kulturních, náboženských, pracovních nebo i geografických základech.

Zpravodajské servery k této aktivitě ovšem přímo vybízí. Například server iDnes.cz vytvořil pro blogery specifickou sekci blog.idnes.cz, kde se právě čtenáři mohou stát autory a zasáhnout větší počet čtenářů.

V úvodu této kapitoly jsme se bavili o tom, že se z tištěných médií dostávají určité mutace na internetové servery. Zmíněno bylo Právo, ale stejný postup zvolila i Mladá fronta DNES nebo Lidové noviny. Po delší době existence internetu ovšem začaly vznikat i samostatné projekty, které neměly v tištěných periodikách žádnou oporu. Jedním z takových je například hlidacipes.org, který se stal jedním z prvních projektů Ústavu nezávislé žurnalistiky. Na jeho stránkách můžeme najít investigaci, názory, analýzy, zahraniční zpravodajství nebo například stále populárnější datovou žurnalistiku.

Velmi zajímavým internetovým serverem, který vstoupil na českou mediální mapu je denikn.cz, jehož start byl naplánován na sté výročí založení Československa, tedy na 28. října 2018. Velmi neobvyklý byl poté tah, kdy se z původně internetového projektu staly noviny klasického tištěného formátu, vycházející pětkrát týdně – tedy pondělí až pátek.

2.5 Sportovní zpravodajství

Sportovní zpravodajství je dnes nedílnou součástí téměř každého vydávaného média. Svoji sportovní část má právě námi analyzovaná Mladá fronta DNES, ale i Lidové noviny

nebo Právo. Že je o sportovní zpravodajství zájem dokládá i fakt, že se v České republice vydává deník zaměřený pouze na sport. Prostor pro sport dostávají i regionální části v deníku Deník.

Jako příklad vývoje sportovní žurnalistiky poukazuje Jan Děkanovský (2008: 42) na vývoj sportovní části Lidových novin po roce 1989. Původně byla sportovní rubrika velice strohá, omezená pouze na výsledky, čímž si noviny značně omezily čtenářskou základnu. Krokem dopředu tedy bylo navýšení objemu sportovního zpravodajství o jiné obsahy, které byly nedostupné jinými způsoby, například formou teletextu nebo textovými zprávami do mobilních telefonů. Postupným vývojem se tak sportovní žurnalistika dopracovala k tomu, že si dnes můžeme číst rozhovory, reportáže, komentáře nebo profily sportovců.

O sportovní zprávy mají zájem především ti, kteří se o sport a sportovní události zajímají neustále. Množství lidí, kteří se o sport zajímají, ale stále roste. Výrazný vzestup interesovaných čtenářů bývá především v období velkých sportovních akcí typu olympijské hry nebo mistrovství světa. Toho samozřejmě média využívají, a to především ke zvýšení prodeje. Je ovšem nutné, aby si svou roli uvědomovali i samotní sportovci a že to nejsou pouze média, kdo potřebuje sportovce, ale že i sportovci potřebují mediální zájem. Nedostane-li novinář od sportovce informace, nemá tak veřejnosti co sdělit. Paralelně s tím tedy vážně i komunikace sportovce s veřejností (Jelínková 2008: 13).

Andrews (2005: 15-17) přišel s teorií, že se sportovní zpravodajství liší podle typů novin. Jako první bere noviny s velkým formátem, které jsou zaměřeny na osoby v manažerských pozicích, jsou více vzdělaní a podle toho berou také více peněz. Zpravodajství rozsáhle pokrývá nejpopulárnější sporty, ale také ty, které se dají určit jako sporty pro bohatší vrstvu. Mezi ty patří například tenis, golf nebo veslování.

Druhým typem jsou bulvární noviny určené střední třídě, které pokrývají především nejrozšířenější sporty. Zde se ukazuje Andrewsovo kulturní zázemí, protože zde zmiňuje takové sporty jako je kriket, který v České republice nemá prakticky žádnou tradici a v novinách se zmiňuje velmi sporadicky. Zmiňuje ale také například turnaj ve Wimbledonu, který může přitáhnout i ženy, které se místo sportu zaměřují spíše na módu.

Třetím typem novin jsou bulvární noviny pro spodinu. Sport je zde jako součást bulváru, protože obsahuje velké množství celebrit a disponuje dramatickým obsahem. Andrews zmiňuje, že v tomto typu periodik se novináři zaměřují především na ty nejrozšířenější sporty. Ve Velké Británii to je fotbal, ve Spojených státech amerických pak

baseball nebo americký fotbal, v Pákistánu a Indii kriket. V našich podmínkách by se jednalo o hokej a fotbal hraný evropským způsobem. Andrews dodává, že se o těchto sportech často referuje i mimo sezónu, a to i přes to, že jiným sportům sezóna zrovna probíhá.

Posledním typem jsou regionální noviny, které se zaměřují na dění ve specifické geografické oblasti. Ve větších zemích mají deníky regionální mutace a jejich sportovní zaměření je tedy místní. Reportáže bývají tedy zaměřeny především na domácí sportovce a kluby. Co se týče pokrytí, opět převažují populární sporty, ale poté i sporty, které mají výrazný počet místních diváků. Může se i stát, že pokud se některému z týmů daří více, jsou extrémně úspěšní, stanou se prominentními.

Ve zmiňovaném textu Phila Andrewse lze najít dva příklady různých typů zpráv. Nazývá je jako *follow up story* a *running story* (2005: 75). Running story je taková zpráva, která má jasný začátek a postupnými kroky se rozvíjí. Příkladem může být dopingová kauza, která je u olympijských her více než častá. Kauza začíná prohlášením komise o dopingovém nálezu u sportovce. Tím running story započala a může se dál rozvíjet. Není neobvyklé, že se tyto kauzy táhnou i několik týdnů. Follow up stories fungují na jiném principu. Jejich základem je nějaká významná sportovní událost, kupříkladu fotbalový transfer do jiného klubu. Jedná se o konkrétní akt, který se ovšem dál nerozvíjí, ale sledují se doprovodné procesy a činnosti. Při zmiňovaném přestupu to může být například způsob nahrazení hráče v bývalém klubu.

2.6 Analyzovaná média

V následujících dvou kapitolách si představíme obě analyzovaná média, tedy Mladou frontu DNES, vycházející jako běžný deník a zpravodajský server idnes.cz.

2.6.1 Mladá fronta DNES

Předchůdcem dnešní Mladé fronty DNES byla Mladá fronta, která byla vydávána ÚS SSSM (Bednařík, Jirák, Köpplová 2011: 372). Do soukromých rukou se titul dostal způsobem *spontánní privatizace*, což byl všemi tolerovaný nepřehledný přechod. Do soukromých rukou se tímto způsobem dostalo také Rudé právo, které dnes, po roce 1995, vychází pod zkráceným názvem Právo. Tolerance zde byla proto, že neexistovala daná legislativa a proto, že politická moc řešila jiné a závažnější otázky. (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 258)

Samotné vydavatelství se na svých stránkách prezentuje jako největší seriózní deník v České republice. Roman Hájek (2016: 44) vycházející z typologie Colina Sparkse ovšem

tvrdí něco jiného. Podle něj se Mladá fronta DNES na spektru od seriózních k bulvárním řadí někde k polovině. Jedná se dle něj tedy o deník poloseriózní.

V rámci standardních rubrik může čtenář každý den, kdy Mladá fronta DNES vychází, číst články zaměřené na domácí prostředí, ekonomiku, sport, zahraničí, kulturu a zprávy z regionů. Součástí vydání je též názorová část a publicistika. Publicistika je dle internetových stránek Mafry zaměřena na domácí události a ekonomická témata. Specifické je sobotní vydání, které přináší navíc rubriky Scéna, zahraniční zajímavosti a zprávy ze společnosti. Mladá fronta DNES je také specifická tím, že svým čtenářům přikládá každý den časopis. V pondělí mohou čtenáři číst časopis s názvem OnaDnes, který je zaměřený na módní trendy, kosmetiku nebo životní styl. Vydavatel tvrdí, že přináší zajímavé články v moderním grafickém zpracování.

Úterní vydání je doplněno časopisem Auto DNES, který se ovšem nezajímá pouze o automobily, jak by se dle názvu dalo očekávat, ale vydavatel říká, že se zaměřuje i na nové technologie typu mobilních telefonů, nositelných zařízení nebo například fotoaparátů. O autech a zmiňované elektronice se může čtenář dozvědět více z testů a reportáží.

Středeční vydání je obohaceno o časopis Doma DNES, což je hobby časopis o domácnosti. Obsahem jsou články o stavbách, inspirace pro kutily. Cílovou skupinou jsou jak muži, tak ženy.

Ve čtvrtek je součástí vydání Magazín DNES + TV, což je podle vydavatele plnohodnotný společenský časopis, který je určen všem generacím, který je doplněný televizním programem na následující týden. Obsahem jsou rozhovory se známými osobnostmi, společenská témata, reportáže a fotoreportáže.

Páteční vydání doplňuje časopis Rodina DNES, který je určen rodičům a náctiletým dětem. Měl by být rádcem ve složitých situacích a přidávat inspirace pro trávení společného volného času. Součástí jsou také recenze počítačových a mobilních her.

Posledním časopisem, který vychází každou sobotu, je časopis Víkend DNES, jehož obsahem by měly být tipy na cestování, informace o zdravém životním stylu, historie, kriminalistika, příroda a věda.⁸

Aktuálním šéfredaktorem Mladé fronty DNES je Jaroslav Plesl.⁹

⁸ Portfolio MFDNES. Mediální skupina MAFRA [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

2.6.2 iDNES.cz

Dle webových stránek vydavatele se vznik jejich největšího webového portálu datuje k 12. lednu 1998. Hlavním obsahem portálu jsou zprávy z České republiky, zahraničí, ekonomiky a křimi zprávy. Nabízí také magazíny zaměřené na bydlení, kulturu, moderní technologie, auta, celebrity a další. Součástí je velká sportovní sekce, z jejíž části bude vycházet i naše analýza.

Mafra, vycházející z dat NetMonitoru, tvrdí, že zpravodajský portál iDNES.cz navštíví měsíčně pět milionů čtenářů, z toho polovinu tvoří lidé ve věku mezi dvaceti a devětatřiceti lety, přičemž každý čtvrtý čtenář dostudoval vysokou školu. Největší skupinou, která iDNES čte, jsou středoškolsí absolventi s maturitou¹⁰.

Reálně stránky týdně navštíví přes tři miliony lidí. Největší část těchto reálných uživatelů pak navštívuje doménu zpravy.iDNES.cz.

Šéfredaktorkou iDNES.cz je aktuálně Naděžda Petrová.¹¹

⁹ Mladá fronta DNES. *Mladá fronta DNES* [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <http://www.mfdnes.cz>

¹⁰ [online]. Dostupné z: http://www.data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A170113_TVE_014_IDNES.PDF

¹¹ Ředitelé útvarů. Mediální skupina MAFRA [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx?cat=reditele>

2.7 Olympijské hry

Dnešní olympijské hry známe jako soupeření sportovců v jednotlivých disciplínách, jejichž množství se čím dál více nafukuje. Ty původní byly ovšem svým charakterem přece jen dost odlišné. Jednalo se o obrovskou událost, která sloužila jako pocta boha Dia. Podstatou her ale nebylo pouhé sportovní zápolení. Svoje díla zde prezentovali i básníci nebo filozofové. Co se týče právě sportovní části, původně se soutěžilo v jediné disciplíně, a to v běhu na jeden stadion. Postupem času tento počet narostl až na osmnáct soutěží. Zmínit se je také nutné o olympijském příměří zvaném ekecheiria (Sábl 1968: 19).

Novodobé olympijské hry, tedy ty, jak je známe dnes, se poprvé konaly v Aténách roku 1896, a to na popud Pierra de Coubertina, jenž svou myšlenku o pořádání prezentoval o čtyři roky dříve. Mezinárodní olympijský výbor vznikl v roce 1894.¹²

Pro sport samotný se olympijské hry zasloužily tím, že jej pomocí velkého mediálního zájmu zpopularizovaly, a to v obrovském globálním měřítku. Roste totiž nejen počet aktivních sportovců, ale také těch, kteří produkují takzvaný divácký sport. Televizní diváci se v průběhu olympijských her stávají početnou olympijskou kulisou. Zde je nutné brát ohled na to, že diváci se stávají v průběhu možným terčem ideologických, politických, ale především komerčních cílů. (Sekot 2006: 280)

V naší analýze jsme se zaměřili na zimní olympijské hry posledních let. Jedná se o olympijské hry v Turíně z roku 2006, který je v myslích Čechů především díky poslednímu závodu Kateřiny Neumannové, ve kterém získala zlatou medaili.

Dále se jedná o olympijské hry v kanadském Vancouveru z roku 2010, na kterých zazářila nejlepší česká rychlobruslařka historie Martina Sáblíková, když získala zlaté medaile z distancí na tři a pět kilometrů a bronz z trati na tisíc pět set metrů.

Třetím analyzovaným vzorkem byly olympijské hry z roku 2014, kde se největší českou hvězdou stala Eva Samková po vítězství v disciplíně snowboardcross.

Posledními zkoumanými hrami jsou hry v jihokorejském Pchjongčchangu. Zde z Čechů nejvíce zazářila Ester Ledecká, která překvapivě získala zlatou medaili v alpském lyžování, konkrétně v superobřím slalomu. Druhou medaili vybojovala ve snowboardingu, a to v paralelním obřím slalomu. Možná za očekáváním zůstala Martina Sáblíková, jenž vybojovala pouze jednu medaili. Své stříbro získala na pětikilometrové vzdálenosti.

¹² First modern Olympics is held - HISTORY. [online]. Copyright © 2019 A [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.history.com/this-day-in-history/first-modern-olympics-is-held>

2.8 Návaznost na výzkumy

Záležitostí bulvarizace se v Česku zabýval Tomáš Trampota s Jakubem Končelíkem ve studii s názvem *The tabloidisation of the Czech daily press*, (2011) která navazuje svojí metodologií na text Uriba s Gunterem s názvem *The Tabloidization of British Tabloids* z roku 2001. Ti v anotaci svojí práce tvrdí, že je bulvár charakteristický přítomností soft news a domácími zprávami.

Končelík s Trampotou se ve své práci zabývali bulvarizací tří českých médií. Jednalo se o tištěné formáty. Mezi tři zmiňované patřili Právo, Blesk a Mladá fronta DNES, která bude součástí i našeho výzkumu. Autoři se zaměřili na roky 1995, 2000 a 2005, přičemž zanalyzovali vždy šest výtisků.

Autoři ke své analýze vytvořili několik kategorií, které měly případnou bulvarizaci signalizovat. Mezi tyto kategorie patřil poměr domácího a zahraničního zpravodajství, poměr hard news a soft news, dále poměr zpráv zabývající se celebritymi a poměr informačních žánrů.

Výsledky, které Končelíkovi s Trampotou analýza přinesla, nepoukázaly na bulvarizaci v celém rozsahu jejich zkoumání. U zpravodajských útvarů došlo k nárůstu, a to u všech třech analyzovaných médií. Jako projev bulvarizace se v jejich analýze bral nárůst soft news, což se stalo u Mladé fronty DNES a Blesku. Právo naopak zaznamenalo pokles soft news a nárůst hard news. Kategorie domácího a zahraničního zpravodajství zaznamenala nárůst domácího zpravodajství.

Naše práce se bude metodologicky opírat o práci Trampoty s Končelíkem. Využijeme některé jejich kategorie, které nám pomohou s vypracováním analýzy.

3 Analytická část

3.1 Obsahová analýza

Pro správně provedený výzkum je nutné využít odpovídající výzkumné metody. V našem případě se opřeme o možnosti, které nám ke zkoumání nabízí kvantitativní obsahová analýza. Díky obsahové analýze budeme moci zanalyzovat velké množství dat. To nám dá tu možnost, že budeme schopni získat široký přehled o mediální krajině. K tomu dále budeme schopni zjišťovat dlouhodobé trendy, které nám média nabízí v rámci zobrazování určitých skupin či jevů. Díky ní budeme moci komparovat jejich reprezentace v různých typech médií, což se přímo týká analýzy, kterou budeme vytvářet v následující části, kdy budeme porovnávat Mladou frontu DNES a sport.idnes.cz. Pro Sedlákovou (2014: 291) je obsahová analýza kvantitativním, systematickým a objektivním popisem zjevného obsahu komunikace.

Využívání metody obsahové analýzy sahá až do devatenáctého století. Proto nelze brát označení Bernarda Berelsona jako otce obsahové analýzy doslovně. Tento americký sociolog a sociální psycholog ovšem svou významnou spojitost s teoretickým ukotvením obsahové analýzy má. Berelson tuto techniku metodicky ukotvil ve svém díle s názvem *Content Analysis in Communication*. (Sedláková 2014: 291)

Obsahová analýza se vyznačuje značnou strukturací, přesně specifikovanými postupy a pravidly, dle nichž přistupuje k textu i měřeným kategoriím, do nichž jej rozmělnuje. Stejně procesy, které slouží ke zpracování, pak dopomáhají k tomu, že výsledky, které analytik vypracuje, jsou následně bez problémů intersubjektivně ověřitelné. V rámci obsahové analýzy se pracuje s daty, která mají standardizovaný charakter, popisují frekvenci výskytů, a to u určitých témat, slov, obrazů, klišé a podobně (Sedláková 2014: 295). V naší práci budeme právě takovou charakteristiku výzkumné metody potřebovat, neboť nám značně usnadní výzkum proměn témat, jak je výše uvedeno.

Podobnou tezi vytvořil ve své práci i Klaus Krippendorf (1980: 29-30). Říká, že obsahová analýza předmět svého zkoumání vytvořením analýzy nijak neovlivňuje a měla by být neomezeně replikovatelná, při čemž by měla u stejného vzorku poskytovat stále stejné výsledky. Tuto vlastnost nazývá Krippendorf jako neinvazivnost.

V této části práce bychom si měli také říct, co všechno by měla obsahová analýza zahrnovat, co se procesní stránky týká. Zde si tudíž vypíšeme všechny kroky, které by měla obsahová analýza zahrnovat dle práce Trampoty a Vojtěchovské (2010: 104-110).

Trampota s Vojtěchovskou uvádějí, že prvním krokem ke správně vytvořené analýze je jasně stanovený cíl práce. Tento cíl je možný dvojí formou. Buďto formou přesně vytvořené výzkumné otázky nebo hypotézy. Pokud budeme zkoumat oblast, která ještě nebyla žádným jiným výzkumníkem probádána a nejsou tedy dostupné žádné výstupy, definujeme cíl práce pomocí výzkumné otázky. Je ovšem možné, že výzkum bude nějakým způsobem navazovat na již vytvořený, který tematicky koreluje s naším. V tu chvíli využijeme možnosti hypotézy. Je zde totiž možné predikovat, jak daný výzkum dopadne. Ať už využíváme možnosti výzkumné otázky nebo hypotézy, musí být z dané definice jasně srozumitelné, co chceme ve vybraných obsazích hledat a analyzovat. Dalším krokem je výběr médií, kterým se ve výzkumu budeme věnovat. Zde bývá výběr často nějak ohraničen. Možné je ohraničení časové, dle zvoleného média, možný je i výběr z hlediska tematičnosti nebo z hlediska žánru.

Z výběru dále musíme definovat vzorek, který budeme poté zkoumat. Pokud bychom se rozhodli, že budeme zkoumat obecnou mediální agendu, byli bychom nuceni počítat i se sezónními vlivy, které by jej ovlivňovaly. To ovšem nebude náš případ, jelikož budeme pracovat s určitou částí mediální agendy, která je sama o sobě značně specifická.

Následujícím krokem je nutnost volby jednotky měření. Definujeme si tak nejmenší zkoumaný prvek. Může se jednat, jako tomu tak bude v naší analýze, například o články, možné jsou ovšem i mnohem menší a drobnější útvary. Pro naši práci je nutné, abychom byli schopni zkoumaný soubor rozdělit na námi zkoumané části a abychom byli schopni určit, kde jednotky začínají a kde končí. Tyto určené nejmenší jednotky jsou poté podrobeny analýze, a to z hlediska zkoumaných proměnných. Tyto proměnné jsou ustanoveny v souboru, který se nazývá kódovací kniha nebo kódovací manuál. Následně je vzorek zpracován, dochází tedy k samotnému procesu kódování. Proces kódování nám generuje data, výsledky, které se statisticky zpracovávají. Právě tyto data se nakonec vztahují k výzkumné otázce nebo hypotéze, která byla vydefinovaná na začátku procesu.

Je nutné se ovšem zabývat i nedostatky, které obsahová analýza skýtá. Za nevýhodu může být brána možnost zpochybnění objektivity, která je ovšem považovaná za nedosažitelnou. U obsahové analýzy je také problematické, že u jejich výsledků lze tvrdit, že jsou interpretací výzkumníka, která musí být z principu specifická. Není zde tedy možné tvrzení, zda, nebo do jaké míry se výzkumníkem vytvořená interpretace překrývá s interpretací výsledků ostatních příjemců (Sedláková 2014: 295 -296).

Vycházíme zde tedy z předpokladu, že žádné sdělení nemá jen jeden možný význam. Jakýkoliv význam je vázán na příjemce a na kontext. Není tedy možné, aby obsahová analýza pracovala s jediným možným významem, který by byl jednoznačně správný. Co ovšem obsahová analýza dělat může, je, že identifikuje v textu specifické charakteristiky a může usuzovat významy a tendence (Krippendorff 1980: 23).

Po nevýhodách si řekneme něco i o výhodách, které metoda obsahové analýzy nabízí. Především jde o fyzicky velmi dobrou dostupnost materiálů určených ke zkoumání a neinterakce s výzkumníkem. Neovlivňuje nás ani tlak časový, protože nad materiály můžeme strávit jakou dobu budeme chtít.

O výhodách informuje i Trampota s Vojtěchovskou (2010: 103). Uvádí, že je tato metoda přenositelná, výsledky, které z analýzy vyplynou, se dají jednoduše zaznamenat a prezentovat formou tabulek a grafů. Se Sedlákovou, jak bylo popsáno výše, jsou v rozporu v tom, že tvrdí, že výsledky obsahové analýzy jsou objektivní a nezávislé na výzkumníkovi.

3.2 Téma a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy

Cílem této práce je zjistit, zda došlo v průběhu posledních čtyř zimních olympijských her, co se týče referování, k tematické bulvarizaci, a to v oddílu Mladé fronty DNES, který se olympijským hrám věnoval a současně s tím porovnat, zda se tyto projevy bulvarizace lišily od bulvarizačních tendencí nacházejících se v sekci olympijské hry na internetové platformě www.sport.idnes.cz. Výsledky budeme tedy porovnávat jak mezi sebou, tak i s výsledky již dříve prezentovaných výzkumů. V tomto ohledu nám budou oporou výsledky práce Trampoty s Končelíkem s názvem *The tabloidisation of the Czech daily press* z roku 2011. Výsledkem by nám mělo být porovnání dvou platforem – internetové v podobě www.sport.idnes.cz a tištěné Mladé fronty DNES.

Tématem této práce tedy je porovnání bulvarizace témat oddílu zabývající se olympijskými hrami v Mladé frontě DNES a sekce olympijské hry na www.sport.idnes.cz v období zimních olympijských her let 2006, 2010, 2014 a 2018.

V průběhu této práce nás bude zajímat, zda a jakou formou se bulvarizace projevuje v souvislosti se zpracováním témat v analyzovaných článcích, a to v kontextu změn délky článků, způsobu zpracování témat z pohledu osobních a sportovních, poměru hard news a soft news, domácího a zahraničního zpravodajství a toho, kdo je autorem citace či parafráze.

Cílem tohoto výzkumu je zjistit, zda, popřípadě jak, obě platformy naplňují níže definované hypotézy, tudíž zda vykazují znaky bulvarizace.

Na začátek si definujeme hlavní výzkumnou otázku (HVO), na kterou budeme hledat odpověď pomocí dalších výzkumných otázek (VO). Z těchto výzkumných otázek dále vydefinujeme hypotézy (H), které se budou odvíjet z definic tématu, které obsahuje teoretická část.

- HVO – Jaký je v průběhu olympijských her rozdíl v bulvarizaci témat v tištěné Mladé frontě DNES a internetovém www.sport.idnes.cz, a to v jejich sekcích věnujících se olympijským hrám?
- VO1 - Jak se v obou médiích mění zpracování témat, co se rozsahu týče?
 - o H1 - Rozsah jednotlivých článků se bude zmenšovat.
 - Dle definice bulvarizace, kterou prezentoval Hájek (2016: 44), by mělo docházet v čase ke zmenšování rozsahu článků.
- VO2 – Jakým tématům se na internetovém serveru sport.idnes.cz a tištěném deníku Mladá fronta DNES, v odděleních věnovaných olympijským hrám, věnovali? Jedná se o poměr čistě sportovních a čistě osobních témat.
 - o H2 - Poměr osobních témat vůči sportovním se bude v obou případech našich analyzovaných vzorků zvětšovat.
 - Výsledky Tomáše Trampoty s Jakubem Končelíkem (2011: 295) získané z jejich analýzy českých deníků mezi lety 1995 až 2005 vypovídají, že při procesu bulvarizace se zvětšuje poměr osobních témat
- VO3 – Jak se měnil poměr hard news ku soft news v odděleních týkajících se olympijských her na internetovém serveru sport.idnes.cz a v Mladé frontě DNES?
 - o H3 – Bude docházet ke zmenšování poměru hard news oproti soft news
 - Podle již zmíněného výzkumu Trampoty s Končelíkem, kteří ve své práci zjistili, že v Mladé frontě DNES vzrostl procentuální poměr soft news oproti hard news, budeme usuzovat, že stejným procesem bude procházet jak vzorek z internetové platformy, tak vzorek z tištěného deníku Mladá fronta DNES.
- VO4 – Jak mění v jednotlivých platformách, Mladé frontě DNES a sport.idnes.cz, v období námi analyzovaných olympijských her, důraz na domácí nebo na zahraniční zpravodajství?

- H4 – Více prostoru bude dostávat domácí zpravodajství
 - Ze znalosti výzkumu Tomáše Trampoty a Jakuba Končelíka budeme usuzovat, že stejně jako v jejich případě bude dostávat více prostoru právě zpravodajství domácí.
- VO5 – Kdo je v jednotlivých letech zdrojem citací a parafrází, kdo je v našem vzorku zdrojem informací?
 - H5 – V našem výzkumu se budeme poměrově posouvat od relevantních k méně relevantním zdrojům.
 - Budeme vycházet z třináctera, které vytvořila Barbora Osvaldová (2016: 11). V tomto třinácteru rozdělila Osvaldová média na bulvární a seriózní, a právě zdroje byly jednou z kategorií, která oddělovala bulvární a seriózní média. V naší práci bychom se tedy měli v průběhu let od relevantních zdrojů, kterými jsou například samotní sportovci nebo trenéři ke kamarádům, nejmenovaným zdrojům, či rodinným příslušníkům.

3.3 Vzorek analýzy

Pro analýzu, kterou budeme v následujícím oddíle provádět, jsme zvolili tištěný deník Mladá fronta DNES a internetový server www.sport.idnes.cz a to jejich kompletní části, které byly tematicky vyhrazené na referování o olympijských hrách. Budeme tedy porovnávat dvě různé platformy. Ačkoli budeme chtít vypovědět o rozdílu mezi tištěnou a internetovou verzí, nebude si práce nárokovat právo na generalizaci v rámci kompletní mediální mapy v prostředí psané a internetové žurnalistiky. Výsledek bude výpovědí o rozdílech v bulvarizaci u zmíněných dvou analyzovaných médií.

Námi vytvořená analýza bude provedena na vzorku, jenž se skládá ze všech vydání Mladé fronty DNES v průběhu zimních olympijských her v Turíně, probíhajících v roce 2006, dále ve Vancouveru v roce 2010, ruském Soči v roce 2014 a jihokorejském Pchjongčchangu v roce 2018. Analýza tedy bude zahrnovat vydání Mladé fronty DNES, jenž vycházel v následujících termínech: Turín 2006 probíhal mezi 10. únorem a 25. únorem, Vancouver 2010 mezi daty 12. únor až 27. únor, Soči 2014 mezi 6. únorem a 22. únorem a poslední olympiáda v Pchjongčchangu 2018 mezi 9. a 24. únorem. Nebylo zde ani důležité, jaká mutace Mladé fronty Dnes bude zvolená, jelikož oddíl s názvem Olympijské hry je ve všech mutacích stejný bez rozdílu.

Druhou částí vzorku budou všechny články v online rubrice Olympijské hry, v jejímž rámci se vždy zvolila konkrétní analyzovaná olympiáda. Data analyzovaných olympijských termínů se shodují s výše vypsányými daty u Mladé fronty DNES.

Důvodů pro zvolení těchto konkrétních médií bylo několik. Z povahy analýzy, kdy jsme se rozhodli porovnávat tištěný druh a internetový druh olympijského referování, byli jsme nuceni vybrat právě dva takové typy. Jako tištěnou formu jsme si zvolili Mladou frontu DNES, a to z několika důležitých důvodů. Jedním z těch klíčových je již vytvořená práce, která se bulvarizací daného média zabývala v dřívějších letech. Je to již několikrát zmiňovaná práce Tomáše Trampoty s Jakubem Končelíkem, kteří se mimo Práva a Blesku zajímali právě o Mladou frontu DNES. Ačkoli jsou v metodice jisté rozdíly, námi vytvořené výsledky a závěry bude možné s výsledky dané práce porovnat.

Druhým důvodem je, že ač v kontextech různých druhů médií, jsou Mladá fronta DNES i internetový sport.idnes.cz velmi tradičními producenty mediálních obsahů a v rámci svých odvětví jsou jedni z nejstarších a nejčtenějších v České republice. Velmi podstatný je také fakt, že jak Mladá fronta DNES, tak idnes.cz věnují sportu velmi významnou část celého svého obsahu.

Důvodem, proč dělat analýzu ze všech vyšlých článků je, že tím tak vykryjeme jednotlivé nuance, které jsou například v jednotlivých olympijských týdnech. Je pravděpodobné, že pokud by se v jednom týdnu povedlo někomu z českých reprezentantů vytvořit nadstandardní výsledek, vznikne kolem jeho osoby mnohem více článků, které budou bulvárně více definici naplňující a naše analýza by tak mohla být zásadně ovlivněna. Může vzniknout také situace, kdy se odehraje v určitém časovém období nějaká specifická událost v některém z olympijských států a opět by se tak narušila celá metodika.

Výše jsme si popsali jen dva možné případy, kdy by se stal náš výzkum nerelevantním. Těchto případů ovšem může být mnohem více a tím, že si zvolíme kompletní vzorek, všechny tyto možné odchylky potřeme.

Téma olympijských her bylo vybráno proto, že se jedná o významnou globální akci s velkým mediálním pokrytím, u kterého lze očekávat v rámci bulvarizace jistý vývoj. Jelikož se jedná o velmi konkrétní výběr, nebude možné námi vytvořené výsledky a závěry generalizovat na celkovou mediální produkci daných médií. Nevznikne ani problém se sezónností sportů, jelikož se zabýváme olympijskými hrami jako celkem.

3.4 Jednotky analýzy

Jednotky, na které je náš soubor rozdělen, jsou u Mladé fronty DNES články jednotlivých vydání, v jejímž rámci to je pouze oddíl s názvem Olympijské hry, který je součástí sešitu sport. Součástí této sportovní rubriky je i Regionální sport, ani ten ovšem brán za část naší analýzy nebude. Žádnému dalšímu sešitu se v naší analýze věnovat nebudeme. V této práci se tedy zaměříme čistě na oddíl Olympijské hry, protože nás v naší analýze bude zajímat bulvarizace právě této části. Vynecháním ostatních částí se dostaneme k námi požadované první části vzorku, která bude pro úspěšnou analýzu potřebná.

Druhá část analýzy bude rozdělena u internetového www.sport.idnes.cz na jednotlivé dny, v jejichž rámci texty vycházely. Tyto texty nalezneme na www.sport.idnes.cz v záložce nazvané Olympijské hry, jež nám nabídne možnost volby jednotlivých olympijských her. Tím, že provedeme výběr konkrétních olympijských her a vybereme si články s daty, jejichž rozpětí je vypsáno výše, vyselektujeme tak materiál, který pro naši analýzu nebude potřebný.

Pro potřeby naší analýzy bude nutno udělat ještě další kroky. Jednotku, kterou jsme si vymezili, bude nutné rozdělit na menší ucelené celky. Krippenforf (1980) je nazývá *sampling units* a *recording units*.

Sampling units budou v naší analýze takové jednotky, které od sebe budeme odlišovat pomocí grafické nebo tematické úpravy u tištěné Mladé fronty DNES. Analogicky k tomu budeme *sampling units* rozlišovat i u internetového sport.idnes.cz, kdy takovou jednotkou bude zpráva otevřená po rozkliknutí jejího odkazu v seznamu článků. I ta je ovšem odlišená graficky a tematicky se odlišuje od dalších článků.

U každé z těchto zpráv bude možné identifikovat specifické jevy. Každá zpráva má svůj vlastní titulek a text. Jako části těchto textů jsou perexy, mezititulky a další textové náležitosti. Součástí těchto textů ovšem jsou i takové textové části, které součástí analýzy nebudou. V případě obou médií se jedná o popisky. Jsou to popisky obrázků, fotografií, infografik nebo tabulek. Jako součást zprávy nebudou brány tyto materiály ani v případě, že budou mít s článkem jakoukoli tematickou souvislost. U sport.idnes.cz jsou to dále hypertextové odkazy, odkazující na jiné články.

Jako součást našeho vzorku budou brány jako článek zpravodajské fotografie, které budou mít vlastní titulek a text mimo fotografii, bude tedy graficky oddělen. Pro uznání zpravodajské fotografie jako samostatné výzkumné jednotky bude nutné určit její tematickou a grafickou oddělenost od dalších zpráv na daném listu.

Jako samostatné texty budeme v naší analýze brát i jednotlivé texty, které budou shromážděny do širších rubrik. Příkladem takové rubriky je rubrika *Ve zkratce*. Tato rubrika shromažďuje zprávy o délce nejčastěji jednoho odstavce. Texty v této rubrice mají každý svůj titulek, který tematicky sedí ke zbytku textu. Proto jsou brány tyto texty za samostatné jednotky.

Oproti tomu nebudeme analyzovat úseky zastřešující jedním nadpisem, které upozorňují na texty, které budou plnohodnotným obsahem novin. Za příklad takového útvaru lze určit graficky oddělené *Dnes čtěte*.

Analyzované nebudou ani graficky oddělené *Zimní olympijské hry ve výsledcích*. Tato rubrika je pouhým výčtem výsledků předchozího olympijského dne. Stejně tak nebude analyzovaná rubrika *Čtenáři nám píší*, kterou Mladá fronta DNES zařadila do svých vydání v průběhu olympijských her 2010 ve Vancouveru.

Pokud naše analýza bude pracovat s článkem, jenž bude obsahově zasahovat do více než jedné stránky, bude v záznamovém archu vždy uvedena strana, na které má text Titulek a na kterém samotný text začíná.

Pro naši analýzu bude dále také nutné rozdělení zmiňovaných *recording units*, k jejichž rozřazení budeme využívat takzvané *context units*. Tyto context units jsou jiné části obsahu, díky nimž můžeme recording units různě rozřazovat do určených kategorií. V našem případě budeme recording units rozřazovat do kategorií osobních témat a sportovních témat. Samotné sportovní téma bude takové, které souvisí se sportovním životem, samotnými sportovními výkony, a to nejenom popisy, ale i jejich osobní reakce. Osobní budou taková, která se budou zabývat jeho osobním soukromým životem. Každá jiná, která nebude nabývat ani jedné z těchto charakteristik, bude spadat do třetí kategorie. Při tvorbě analýzy si musí jak samotný analytik, tak čtenář analýzy uvědomit, že zmiňované recording units nemají přesně a objektivně vymezené hranice. Je nutno brát v potaz, že při této kategorii budou hrát velký význam schopnosti výzkumníka. K co nejlepšímu rozřazení budou využívané zmiňované context units, které mají za úkol nápomoc s rozřazením recording units.

3.5 Sledované kategorie

V analýze, kterou budeme vytvářet, budeme analyzovat jednotky, které jsme si vymezili v předchozí podkapitole. Analyzované budou texty z rubriky Olympijské hry z tištěného deníku Mladá fronta DNES a ze stejné rubriky z internetového sport.idnes.cz.

Zprávy, které budou podléhat naší analýze, budou nabývat určitých hodnot, které budou předem nadefinovány v jednotlivých kategoriích. Tyto kategorie budou zase stanoveny podle výzkumných otázek, jež jsme si stanovili v oddílu Témata a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy. Zmiňované hodnoty budou předem nadefinovány. Každá hodnota, která projde procesem definování v určitých kategoriích, bude mít přidělený v dané kategorii unikátní číselný kód. Toto přiřazování číselných kódů je velmi praktické pro další práci s daty. Při následném zpracování to velmi zefektivní práci a v závěru nám kódy pomohou s vyhodnocením.

Tím vůbec prvním, co budeme muset při naší analýze udělat je, že si vyhodnotíme, zda text patří do zvoleného vzorku. Jedná se tak o jednu ze zpráv, která pochází z námi vybraného média a vyšlo ve výše určené rozmezí dat. Pokud tyto charakteristiky zpráva splní, budeme do zápisového archu zaznamenávat takové kódy, které nám následně pomohou s rozřazením, s orientací v datech nebo ve zpětném vyhledávání textů v daných médiích zahrnutých v naší analýze. V jednotlivých médiích se počet identifikačních proměnných bude odlišovat, jelikož informace, podle nichž se proměnné přidělují, nebudou texty obsahovat.

U Mladé fronty DNES tak budeme analyzovat tyto identifikační proměnné:

- Pořadí analyzované zprávy
- Rok vydání zkoumané zprávy
- Přesné datum, v němž zpráva vyšla
- Úvodní titulek zprávy
- Strana, na níž byl článek otištěn (do roku 2010 ve formátu písmeno + číslo, později pouze číselné označení)

U internetového serveru sport.idnes.cz budeme analyzovat tyto identifikační proměnné:

- Pořadí, v němž byl článek analyzován
- Rok vydání analyzované zprávy
- Přesné datum, v němž zpráva vyšla
- Úvodní titulek zprávy

U internetového serveru nebudeme moci identifikovat číslo strany, jelikož nám to povaha internetového serveru nedovoluje.

Po základní identifikaci článku budou zadány kategorie, které souvisí s konkrétním cílem obsahové analýzy. Budou to tedy proměnné, které se budou konkrétně vztahovat k projevům bulvarizace. Tyto proměnné jsou stejné jak u Mladé fronty DNES, tak u sport.idnes.cz. Jedná se o následující kategorie:

- Rozsah analyzovaného článku
- Nosnost zprávy prvků hard news nebo soft news,
- Tematičnost osobní, čistě sportovní, popřípadě ani jedno ze jmenovaného
- Zdroj informace – autor citace nebo parafráze
- Domácí nebo zahraniční téma

Maximálně tak bude u článku identifikováno deset kategorií s definovanými proměnnými, u článku se zdrojem na serveru sport.idnes.cz se jedná o devět kategorií. Tyto proměnné budou nabývat hodnot, které budou mít přiřazené kódy.

Pokud daná proměnná bude nabývat hodnoty, která bude vyjádřena číselně, bude zapsána do zápisového archu právě tak, jakou číselnou hodnotu bude nabývat. U Mladé fronty DNES využijeme tento způsob u čísla zprávy, data složeného z měsíce a dne a u strany, na které se článek nachází. Stejně tak bude tento způsob využit při zapisování hodnot délky článku, které budou v kódovací knize nabývat takovou hodnotu, kolik je v článku fyzicky odstavců.

U internetového sport.idnes.cz využijeme zmiňovaný způsob u čísla zprávy, data složeného z měsíce a dne a u délky článku dle množství odstavců. Číslo stránky zapisovat nelze.

V následujícím textu se budeme zabývat jednotlivými identifikátory, které se v našem výzkumu budou objevovat.

Prvním identifikátorem je označení pořadí článku, ve kterém byl daný článek analyzován. Jedná se tedy o standardní pořadové číslo, díky němuž se můžeme při vyhodnocování lépe orientovat. Pořadí bude takové, že nejprve budou analyzovány všechny články jednoho typu média a následně všechny články druhého média. V našem případě tedy nejprve všechny analyzované články z Mladé fronty DNES a poté všechny analyzované články pocházející z internetového serveru sport.idnes.cz.

Druhým identifikátorem bude rok, ve kterém daný článek vyšel. Bude se tedy jednat o rok olympiády, o níž článek referoval. V našem případě to budou roky 2006, 2010, 2014 a

2018, které se v analýze budou vyskytovat ve zkrácených verzích, kdy rok 2006 bude mít zkratku 6, rok 2010 zkratku 10, rok 2014 zkratku 14 a rok 2018 zkratku 18.

Třetí identifikátor je datum vydání článku. U Mladé fronty DNES je tento identifikátor zapisován dle data napsaného na titulní straně celého vydání. U sport.idnes.cz se jedná o datum, které je napsáno u náhledu článku v jejich seznamu. U Mladé fronty DNES nejsou analyzována nedělní vydání, protože v neděli Mladá fronta DNES nevychází.

Čtvrtou kategorií je číslo strany. Tato kategorie bude hodnocena pouze u vzorku pocházejícího z Mladé fronty DNES. Číslo strany bude zapsáno podle toho, na které straně se v novinách reálně nachází. Kódy tedy budou kopírovat číslo strany. Číslo strany lze u Mladé fronty DNES najít v krajních horních rozích. Samotné číslování stran proběhlo, u námi analyzovaného deníku v průběhu zkoumaných let, revizí. U olympiád v letech 2006, 2010 a 2014 je formát určen podle oddílu a čísla strany v oddílu. Reálně tak formát tvoří písmeno a číslo (př. B3). Při analyzování roku 2018 ovšem v Mladé frontě DNES žádné takové rozdělení identifikovat nelze, proto budeme zapisovat pouze číslo strany. Při zapisování kódu tak budeme vždy vycházet podle přesného umístění v daném periodiku.

Pokud analyzovaný text bude rozprostřen na více než jednu stranu, bude v zápisovém listu uvedena pouze jedna, a to právě ta, na které bude daný článek začínat. Bude tomu tak vždy i v případě, že i na druhé straně bude uveden stejný titulek. V naší analýze bude zapsána tedy ta strana, kde je hlavní titulek umístěn před perexem nebo prvním odstavcem. V analýze, která nepočítá plošné údaje, je tento způsob přehlednější, než kdybychom ho do kódovací tabulky zahrnuli dvakrát.

Pátou je první analytická kategorie, tedy taková, která nemá pouze informativní charakter. Jedná se o rozsah článku. Rozsah bude měřen pomocí počtu odstavců. Jako odstavec nebude brán nadpis ani vložené podnadpisy, v rámci sport.idnes.cz nebude brán jako jeden odstavec ani vložený odkaz na jiný článek. Jako odstavec nebudou brány ani popisy obrázků, infografik nebo graficky oddělené útvary, které seznamují čtenáře pouze s výsledky. Do tohoto vymezení patří rubrika *Telegraficky*, která náleží tištěnému formátu. Na sport.idnes.cz zase nebudeme za odstavec považovat infoboxy, obsahující jmenovitě vypsané sestavy a střelce, stejně tak infobox seznamující s výsledky, který je svou formou identický k zmiňované rubrice *Telegraficky*. Dále nebude analyzováno *Dnes čtete*, které slouží k odkazu na dále zveřejněný článek. V roce 2014 se tato rubrika vyskytuje pod názvem *Čtete uvnitř* a také nebude analyzována, stejně jako poutání formou rubriky *Hity dne*.

Jiný přístup bude veden ke graficky odděleným útvarům, které ovšem obsahují texty objasňující proběhlé události. Jedná se tedy o jednodstavcové zprávy, které jsou zpracovány jako jedna rubrika. Tato rubrika se jmenuje *Ve zkratce* a všechny články v ní jsou analyzovány odděleně.

Analyzovány tak nebudou takové texty, které pouze odkazují na celé články obsažené ve vydání.

Při analýze rozhovorů budeme brát otázku jako jeden odstavec a odpověď jako další odstavec.

Způsob počítání délky článků pomocí odstavců je v naší analýze použit z toho důvodu, že nás zajímá pouze bulvarizace z hlediska tematického, ne z hlediska proměny celého periodika či zpravodajského portálu. Tento způsob je tedy vhodnější a v konečném důsledku i časově ekonomičtější než počítání plochy, kterou daný článek zabírá.

Do kódovací knihy tedy vždy zapíšeme číselnou hodnotu podle počtu odstavců v článku.

V teoretické části jsme si vymezili, co jsou to hard news a soft news a jaké charakteristiky nesou. Právě hard news a soft news budou další kategorií, kterou budeme v naší analýze zkoumat. Pro naši potřebu ovšem nelze brát hard news a soft news v doslovném znění zmíněného vymezení, tudíž musí dojít k jeho redefinici.

Pokud budeme analyzovat článek jako hard news, bude muset obsahovat charakteristiku, která je vymezením nejbližší zmíněné od Tomáše Trampoty. Jedná se o zprávu, která je ve vztahu k aktuálnímu časovému ukotvení a jedná se o událost výjimečnou svou důležitostí. Bude se tedy jednat o takové zprávy, které musely být novinářem okamžitě zpracovány, jelikož následující den mohou vzniknout nové. Jedná se tedy například o reportáže z odehraných utkání, odjetých závodů a podobně, dále do této definice patří zprávy o dopingu, zraněních nebo oznámení o sestavách a jejich změnách.

Článek s charakteristikou soft news bude takový, který se bude blížit vymezení Thomase E. Pattersona, které je uvedeno v teoretické části. Do soft news bude možné zařadit zprávy senzační, zaměřené na osobnost, časově neukotvené. Jako soft news tedy budeme kódovat například skandály, hluboké lidské příběhy sportovců a jejich soukromí.

Rozřazování do kategorií hard news a soft news bude při naší analýze probíhat na úrovni kompletního celého článku. Toto rozdělení budeme provádět po zanalyzování hlavního

titulku a perexu článku. Pokud námi analyzovaný článek nebude perex obsahovat, bude místo něj využit první odstavec.

Další analyzovaná kategorie se bude zabývat rozdělením toho, zda se článek zabývá soukromým nebo osobním životem sportovce, což zahrneme do kategorie osobních témat, nebo zda se článek zabývá tématem čistě sportovním. U této kategorie budeme pracovat s vymezením zmiňovaných recording units. Každá tato units bude v naší analýze zapsána odděleně.

Poslední zkoumanou kategorií budou zdroje citací a parafrází, které jsou v článku použity jako zdroje informací. Zde bude sedm možností, do kterých jednotlivé zdroje mohou být zařazeny. První možností je, že zdrojem citace nebo parafráze je samotný aktér sportovní události. V našem případě to bude vždy sportovec, který provedl výkon, o kterém je referováno nebo rozhodčí, jenž byl výkonu účasten. Druhou možností bude, že zdrojem bude někdo z realizačního týmu. Do tohoto realizačního týmu patří například trenéři a jejich asistenti. Třetí možností je management, který pod sebe zahrnuje manažery, ředitele klubu, sportovní ředitele, ředitele organizací apod. Čtvrtou možností je, že se k věci vyjádří rodinný příslušník přímého aktéra. Jedná se nejčastěji o rodiče nebo sourozence. Pátou možností je vyjádření někoho z přátel. Do šesté možnosti budeme zařazovat zdroje, které z nějakého důvodu novinář nejmenoval. V naší analýze se tak bude jmenovat jako Nejmenovaný zdroj. Sedmou možností bude jakýkoliv jiný zdroj, který ve výčtu chybí.

Každá možnost, která bude v naší analýze reálně existující, je předem vydefinovaná a kódy budou zapisovány v průběhu analýzy do kódovací knihy. Je reálně možné, že se v jednom článku bude na více místech vyskytovat jeden stejný zdroj vícekrát. V takovém případě bude pro lepší přehlednost zapisován pouze jednou. Zamezíme tak možnosti výrazného zkreslení. Pokud bude článek veden formou rozhovoru, budeme zpovídaného zapisovat také pouze jednou.

Další možný jev, který se může v průběhu analýzy zdrojů informací vyskytnout, je možnost, že se jedna konkrétní osoba v průběhu času dostane z jedné kategorie zdrojů do druhé. Konkrétním příkladem může být Václav Prospal, který byl součástí olympijského týmu v roce 2006 jako hráč a v roce 2018 byl členem realizačního týmu jako asistent trenéra. Tento posun je v naší analýze možný, protože danou osobu bereme v kontextu aktuální situace.

V poslední kategorii naší analýzy se budeme zabývat tím, jestli je zpráva domácí nebo zahraniční. Pro naši analýzu je tedy nutné vydefinovat, co pro nás je domácí a co zahraniční

zpráva. Jako domácí zprávu určíme tu, ve které se bude referovat o sportovci nebo týmu, který je veden jako člen určité české sportovní asociace či unie. Všechny ostatní budou zahraniční.

Tento způsob byl vybrán z důvodu, že ačkoli bude zpráva referovat o českém občanovi, je zde možnost, že bude nakonec určena jako zahraniční. Konkrétním příkladem může být osoba Vladimíra Vůjtky staršího, který na olympiádě v Soči působil jako trenér hokejové reprezentace Slovenska. V takovou chvíli je pro naši analýzu brána zpráva jako zahraniční.

Oba typy zpráv budou mít předem definovaný kód, který bude zapisován do zápisového archu.

4 Průběh analýzy

Tato kapitola byla vyhrazena pro popsání průběhu naší analýzy. Díky provedenému předvýzkumu nebylo nutné v průběhu samotné analýzy dělat velké změny, které by narušily charakter naší práce.

4.1 Fáze analýzy

Prvním krokem v naší analýze bylo vymežit si kompletní vzorek, ze kterého jsme si vybrali malou část, kterou jsme analýze podrobili. Z celého vzorku, kterým byly články vydané v období olympijských her v olympijských rubrikách Mladé fronty DNES a sport.idnes.cz v letech 2006, 2010, 2014 a 2018, jsme si vybrali vždy první den celého vzorku. Díky tomuto předvýzkumu jsme si ujasnili jednotlivé proměnné a jejich reálné možnosti a správnost již přichystaných kódů, dále aspoň přibližný rozsah vzorku. V průběhu tohoto předvýzkumu jsme se nesetkali s konkrétními problémy, které by měly náš výzkum komplikovat.

Další částí práce bylo samotné vytvoření výzkumné části. Jak jsme již zmiňovali výše, nejprve jsme zanalyzovali všechny jednotky Mladé fronty DNES, a to v pořadí, ve kterém v průběhu dnů vycházely. Po zanalyzování jednotek Mladé fronty DNES jsme zanalyzovali veškeré jednotky, které zahrnovala naše práce z internetového serveru sport.idnes.cz.

Hodnoty jednotlivých proměnných byly zapisovány do kódovací knihy vytvořené programem Microsoft Excel, ve kterém byl vytvořen i kódovací arch.

Celá analýza byla provedena jedním výzkumníkem.

4.2 Úprava metodiky

V průběhu celého výzkumu jsme byli nuceni udělat jednu změnu v metodice. Jedná se o výběr článků, které jsme nepodrobili analýze. Jedná se o typ článků z internetového sport.idnes.cz z roku 2018. Neanalyzovali jsme články, které byly v seznamu článků opatřeny titulkem „*Hry na sítích*“. Mimo naši analýzu se tyto články dostaly proto, že neobsahovaly žádný text, pouze video, ve kterém jsou konzumenti seznamováni s tím, co se v rámci olympijských her událo na sociálních sítích.

5 Výsledky analýzy – popis jednotlivých olympijských her

V následujících podkapitolách se seznámíme s výsledky analýzy. Nejprve se vždy seznámíme s konkrétními výsledky daného roku z obou médií, ze kterých byla analýza vykonávána. Budeme postupovat časově chronologicky. Po seznámení se s těmito reáliemi vytvoříme porovnání změn jednotlivých kategorií a následně tyto proměny porovnáme mezi sebou v rámci intermediálního srovnání.

V naší práci bylo analyzováno 1055 článků, které byly otištěny v Mladé frontě DNES a 1778 článků vydaných na stránkách sport.idnes.cz. Dohromady tedy 2841 článků.

5.1 Analýza olympijských her v Turíně 2006

Mimo výsledky analýzy jsme také mohli pozorovat, kteří sportovci, nebo která odvětví jsou pro česká média nejzajímavější. Jednalo se vždy o ty, kteří mohli potenciálně dovézt z her medaili. V roce 2006 byl velký mediální zájem o osobu Kateřiny Neumannové, která před olympiádou prohlásila konec své závodnické kariéry. Provázelo ji tedy spoustu textů, které se zajímaly o její osobu, její stav a její predikce výsledků. Celkový výsledek analýzy mohl také ovlivnit fakt, že se jí podařilo zvítězit v posledním závodě, čímž mohla přinutit novináře k psaní specifických textů, než jsou ty, které se věnují lyžování samotnému.

Druhou novinářsky významnou část mediální agendy zaplnil olympijský hokejový turnaj, na který čeští hokejisté odjížděli s vysokými ambicemi. Významnou mediální osobností v rámci týmu byl především Jaromír Jágr. Dále to byl také trenér Alois Hadamczik a dvojice brankářů Tomáš Vokoun a Dominik Hašek, u nichž se dlouho spekovalo, kdo se stane hokejovou jedničkou.

5.1.1 Mladá fronta DNES

Mladá fronta DNES nám v námi vymezeném vzorku nabídla v roce 2006 celkem 325 článků uvedených v olympijské rubrice. Průměrná délka jednoho článku v tomto roce byla 9,7 odstavce na jeden článek. Velký podíl na výsledném čísle mají jednodstavcové zprávy, které se nacházely téměř výhradně v rubrice Ve Zkratce. Analyzováno bylo 63 takových článků. Nejdelším článkem byl text s titulkem České hvězdy narozeny 15. února. Tento článek měl celkovou délku 39 odstavců.

Druhou zkoumanou kategorií byl poměr hard news a soft news. Podle vytvořené definice nám do hard news patřilo z celkového počtu 325 článků 66 % textů, tedy 213 článků. Do kategorie soft news nám spadalo 112 článků, což nám poměrově vytvořilo část o velikosti 64 %.

Olympijská rubrika Mladé fronty DNES v roce 2006 nabídla čtenáři dohromady 369 různých témat. Přesně 269 těchto témat námi bylo zařazeno jako sportovní, poměrově se jedná o 73,9 % analyzovaných témat. Čistě osobních bylo v našem případě 77 témat, tedy 21,2 %. Nejmenší část zabrala témata, která se definičně nehodí ani do jedné ze jmenovaných kategorií. Jedná se o 18 případů, které nám poměrem dávají přesně 4,9 %.

Poslední zkoumanou kategorií byla analýza zdrojů citací a parafrází. Celkově bylo ve vzorku, pocházejícím z Mladé fronty DNES roku 2006, uvedeno 399 zdrojů citací a parafrází. Ne všechny zdroje jsou v naší analýze jedinečné, některé se opakují, ale v rámci jednoho článku je daný zdroj zahrnut vždy jen jednou, a to v případě, má-li v daném článku více citací či parafrází. Na jeden článek nám připadá 1,2 citace či parafráze.

Nejčastějšími zdroji byli z kategorie vydefinované a pojmenované jako přímí účastníci. Tato skupina byla autory více než 60 %, přesně 62,3 % všech výpovědí. Druhou nejčastěji citovanou a parafrázovanou skupinou byli členové realizačních týmů. Ti dostali pro svoje výpovědi prostor o velikosti 17,2 % ze všech možných výpovědí. 48 výpovědí provedl člen managementu, jedná se o poměrově 12 % výpovědí. Mezi touto skupinou a dalšími je již velký poměrový rozdíl. Další skupina dostala prostor pro 6 výpovědí, jedná se o rodinné příslušníky sportovců. Dostali tedy prostor o hodnotě 1,5 % všech výpovědí. Pouze dvě výpovědi, tedy 0,5 %, vytvořili lidé z okruhu přátel sportovců. Nejmenovaný zdroj v našem vzorku nefiguroval. Poslední kategorie je značně specifická, protože do ní spadají všichni, kdo neměli vytvořenou svou přesně danou skupinu. Do kategorie *ostatní* tedy patřilo 25 výpovědí, tvořící skupinu 6,5 % ze všech výpovědí.

5.1.2 Sport.idnes.cz

Olympijská rubrika vedená na sport.idnes.cz nabídla čtenářům v roce 2006 z olympijských her v Turíně 374 článků. Jejich průměrná délka byla 13,1 odstavce. Pokud jsme zmiňovali u Mladé fronty DNES velkém množství jednodstavcových článků, u sport.idnes.cz se tato skutečnost nevyskytuje. Jednodstavcový článek zde nalezneme pouze jeden a to z 14. 2. s titulkem *Slováci začnou na vysněném turnaji s Ruskem*. Nejdelším

článkem analyzovaného roku byl rozhovor s budoucí olympijskou vítězkou Kateřinou Neumannovou. Rozhovor byl pořízen 19. 2. a měl titulěk *Kateřina Neumannová: Jedu naposledy!* Velký vliv na výslednou hodnotu mělo i to, že v roce 2006 bylo na této platformě uvedeno 10 článků, které převyšovaly 30 odstavců.

V analyzovaném roce nabídl sport.idnes.cz 71,55 % článků s charakteristikami hard news. Z celkového množství se jedná o 265 článků. Oproti tomu jako soft news bylo v analýze označeno 109 článků, tedy 28,45 %.

Další analyzovanou skupinou jsou témata sportovní a osobní. Celkem jsme v textu objevili 455 různých tematických jednotek. Jako čistě sportovní jsme z těchto jednotek určili 81,2 %. Z balíku 455 jednotek se jedná o 369. Čistě osobních jsme v analýze objevili 65 tematických jednotek. Jedná se o 14,3 % ze všech jednotek. Ani do jedné z vydefinovaných kategorií se nám nehodilo 21 tematických jednotek, což je v procentuálním vyjádření rovno 4,5 % všech analyzovaných tematických jednotek.

Jak již bylo zmíněno, celkově jsme na sport.idnes.cz analyzovali v roce 2006 374 článků. Z těchto zmíněných jsme v 77,2 % případů zařadili článek do kategorie domácích zpráv, číselně se jedná o 289 článků. Méně než čtvrtina všech článků, tedy 22, 8 %, bylo určeno jako zahraniční článek. Jednalo se tedy o 85 článků.

Nejvíce definovaných proměnných má v naší analýze kategorie zdroje citace a parafráze. Celkově bylo nadefinováno sedm kategorií, na sport.idnes.cz bylo využito pět z nich. Nejčastějším zdrojem byl určen přímý účastník dané sportovní akce. Z celkového počtu 602 citací a parafrází jsme této skupině přisoudili hned 385 z nich. Jedná se tedy o 63,9 % z analyzovaných. Mnohem menší poměrovou část má druhý nejčastější zdroj, a to realizační tým. Skupině, kde nejvíce prostoru dostávají trenéři, připadlo 16,1 % analyzovaných prohlášení. Z celkového množství tedy 97 citací nebo parafrází. 57 citací a parafrází z naší analýzy připadlo členům managementu. Poměrem tedy 9,5 % z analyzovaných. Citovaní byli na tomto serveru i rodinní příslušníci. Stalo se tak v šesti případech, což nám dělá 1 %. V analyzovaném vzorku jsme neobjevili ani jeden případ, kdy by se zdrojem citace a parafráze stal někdo z přátel sportovce nebo by jako zdroj informace byl uveden nejmenovaný zdroj. Do kategorie ostatních nám v tomto případě připadlo 57 zdrojů. Stejně jako u managementu nám toto číslo určilo poměr s hodnotou 9,5 % z analyzovaného vzorku.

Analyzovali jsme 374 článků a v nich jsme objevili dohromady 602 citací a parafrází, vychází nám průměrná hodnota 1,6 citace na jeden článek.

5.2 Analýza olympijských her ve Vancouveru 2010

Mimo výsledky analýzy jsme mohli v průběhu této olympijské akce sledovat několik jevů, které její výsledky mohly ovlivnit a které je dobré si zde zmínit. První z nich je existence rubriky Olympijské drby, která sdružovala texty, které se ne vždy zaměřovaly na sportovní výkony jednotlivých sportovců. Významně se na mediální agendě podepsala smrt gruzínského sánkaře Nodara Kumaritašviliho, kterou doprovodily výpovědi množství sportovců i dalších osob.

Co se týká českého sportu, do pozadí se dostávalo lyžování, které bylo v roce 2006 významně pokryto především kvůli osobě Kateřiny Neumannové. Více prostoru ovšem dostává biatlon.

Velký prostor byl také věnován naší olympijské vítězce Martině Sáblíkové, které často sekundoval její trenér Petr Novák.

Jako v roce 2006, tak i v roce 2010 byl významně pokrytý olympijský turnaj v hokeji.

5.2.1 Mladá fronta DNES

V průběhu olympijských her ve Vancouveru nabídla čtenářům Mladá fronta DNES ve své olympijské rubrice 315 článků. Tyto články měly v průměru rozsah o hodnotě 11,98 odstavce. Nejkratší v tomto roce byly opět zmiňované jednodstavcové články, kterých bylo 76. Nejdelší byl článek s titulkem *Můj Pivrnec by olympiádu vyhrál* s 61 odstavci. Jednalo se o rozhovor s Petrem Urbanem, který reprezentoval Československo v závodech na saních. Na průměrnou délku mělo vliv i několik delších článků. Tři články měly nad 50 odstavců, 7 dalších bylo s rozsahem delším než 40 odstavců a 8 dalších bylo rozsahově delších než třicet odstavců.

Druhá kategorie, kterou jsme analyzovali, byl poměr hard news a soft news. V roce 2010 bylo z počtu 315 článků celkem 165 článků označeno jako hard news. Poměrově se jedná o 52,31 % z celkového množství článků. O malou poměrovou část se v naší analýze z roku 2010 objevilo článků s charakteristikou soft news. Celkově se jich v naší analýze objevilo 150, což lze v procentuálním vyjádření označit jako 47,69 % všech analyzovaných článků.

Co se týká sportovních a osobních témat, vykazala naše analýza následující výsledky. Celkově jsme v textech analyzovali 391 různých tematických jednotek. Z nich bylo určeno jako čistě sportovních 60,2 %. Ze zmiňovaných 391 se jedná o 235 tematických jednotek. U čistě osobních témat jsme odhalili 125 těchto tematických jednotek, procentuálně tedy 32 %. Jako ty tematické jednotky, které jsme nemohli zařadit do námi vymezených kategorií, jsme určili 7,8 % textů. Jedná se o 31 zpráv vydaných v námi analyzovaném období.

Kategorie domácích a zahraničních článků nebyla v tomto sledovaném roce tak jednoznačná. Ze zmíněných 315 článků jsme jako domácí určili 173 z nich. Jedná se o podíl 54,8 %. Zahraničních zpráv tedy bylo zanalyzováno 142, tedy 45,2 % z celkového počtu.

Nejčastěji citovaným nebo parafrázovaným zdrojem byl pro Mladou frontu DNES přímý účastník sportovního výkonu. Z celkového počtu 416 citací a parafrází připadlo, po zanalyzování všech jednotek, přesně 66,8 % z nich, což je v číselném vyjádření přesně 278 citací a parafrází. Druhá nejčastější skupina, tedy členové realizačních týmů, byla do médií využívána pouze pětina než přímí účastníci. Procentuálně jde o 13 % ze všech výpovědí. Ze 416 citací a parafrází se jedná o 54 z nich. Přesně 38 citací a parafrází ze zmiňovaných 416 připadlo v tomto roce a tomto médiu na členy managementu. Tito členové tedy byli citováni v 9,1 % případů. Ještě o dalších 6 % méně prostoru získala pro svoje vyjádření skupina označená jako rodinní příslušníci. Ti byli tedy citováni v 3,1 % analyzovaných citací. Jedná se tedy o 13 citací a parafrází. Kategorie ostatní, tedy ti, kteří nebyli v průběhu operacionalizace vydefinováni, byla v průběhu analýzy objevena v 33 případech. Jedná se o 7,92 procent. Ani v jednom případě z této části analyzovaného vzorku nebyla do daného média zanesena výpověď přátel přímého účastníka. Ani jednou neoznačili autoři jako zdroj nejmenovaný zdroj.

5.2.2 Sport.idnes.cz

V průběhu olympijských her ve Vancouveru nabídl sport.idnes.cz svým čtenářům 474 článků. Průměrně měl jeden publikovaný článek 12,3 odstavce. V analyzovaných vzorcích nebyl ani jeden, který by měl pouze jeden odstavec. Nejkratší identifikované články byly ty, které měly 3 odstavce. Jeden z nich pocházel z 15. února a měl titul *Rakouská snowboardistka byla po pádu krátce v bezvědomí* a druhý pocházel ze 17. února a nesl titul *Ženský snowboardcross vyhrála Rickerová, Kanada slaví druhé zlato*. Nejdelší byl článek,

který měl délku 48 odstavců. Jednalo se o rozhovor s předsedou českého hokejového svazu Králem. Měl titulěk *Šéf českého hokejového svazu Král: Hokej je zkrachovalá firma*. V tomto vzorku byly dále obsaženy 4 články s více než 40 odstavci a 7 článků obsahujících více než 30 odstavců.

Ze 474 zanalyzovaných článků jsme po vytvoření analýzy zařadili do kategorie hard news 62 % z nich. Jedná se tedy o 294 článků. Druhá vydefinovaná možnost, tedy možnost soft news, zabrala celkem 38 % článků, tedy 180 textů.

Porovnání poměru z hlediska čistě sportovních a čistě osobních témat dopadlo následovně. Celkově bylo v 474 textech objeveno 539 různých témat. Největší část z těchto témat zabrala témata sportovního rázu. Celkově tato témata zaplnila pomyslný tematický prostor ze 79,6 %, což je přesně 428 článků. Osobních témat bylo v tomto roce nalezeno 76, tedy 14,2 %. Nejmenší podíl měla témata, která se vymezením nevešla ani do jedné z kategorií. Bylo to 35 tematických jednotek, poměrově tedy 6,2 %.

Z celkových 474 textů, které sport.idnes.cz vyprodukoval a zveřejnil, bylo v naší analýze označeno za domácí 60,2 % z nich, tedy 290 článků. Zbýlých 184 článků námi bylo označeno jako zahraniční. Jedná se o 39,8 % publikovaných článků.

Nejčastějším zdrojem citací a parafrází byla vyhodnocena skupina přímých účastníků. Tito účastníci promlouvali do novin ze 70,6 %. Pokud bylo celkově v průběhu analýzy odhaleno 715 citací a parafrází, pro nepočtenější skupinu tak bylo vyhrazeno 508 z nich. Druhá nejčastější skupina je skupina realizačního týmu. Mezi nejčastějším a druhým nejčastějším je ovšem velký rozdíl. Realizační tým byl totiž citován pouze v 92 případech, což poměrově znamená 13,2 %. Management byl v naší analýze z roku 2010 citován v 58 případech, což je 8,3 % z analyzovaného vzorku. Svůj prostor dostali i rodinní příslušníci. Bylo to ovšem pouze v devíti případech, tedy 1,3% zastoupení. 6,6 % - 48 citací nebo parafrází jsme zařadili do kategorie ostatní. Dvě kategorie, kategorie přátelé a kategorie rodina, se v analýze sport.idnes.cz v roce 2010 neobjevila ani jednou, v procentuálním zastoupení se tudíž objevuje nula.

5.3 Analýza olympijských her v Soči 2014

V roce 2014 již nenajdeme v Mladé frontě DNES texty, které se shromažďovaly do rubriky Olympijské drby, je ale nahrazena rubrikou Střípky.

Na konečnou analýzu může mít vliv také umístění olympioniků. Velký vliv tedy měl úspěch českých biatlonistů. Samozřejmostí je velký prostor pro hokejový turnaj, kde se ale velmi málo objevoval jako zdroj Alois Hadamczik, který mužstvo na olympijských hrách trénoval. Množství článků bylo opět vyhrazeno i pro Martinu Sáblíkovou s Petrem Novákem.

5.3.1 Mladá fronta DNES

V roce 2014 vydala Mladá fronta DNES ve své olympijské rubrice přesně 292 článků, jejichž průměrná délka byla 11,8 odstavce. Podíl na této délce měla jednodstavecová sdělení, kterých bylo v tento rok vydáno přesně 87. Oproti tomu nejdelší článek obsahoval 55 odstavců. Přes 50 se dostal ještě jeden další článek. Hranici 40 odstavců překonaly 4 články a hranici 30 odstavců 8 článků

Jak jsme již zmínili, v roce 2010 vyšlo 292 článků. Kategorie určující hard news a soft news se rozdělili tímto způsobem. 164 článků, tedy 56,16 % bylo určeno jako naplňující definici hard news. Pouze o 36 článků méně bylo v průběhu analýzy určeno jako soft news. Jednalo se tedy o 128 článků, což v procentuálním vyjádření dělá 43,84 %.

V analyzovaných článcích jsme také našli 359 různých tematických jednotek, která jsme rozdělili tímto způsobem. Do skupiny sportovních tematických jednotek jsme zařadili 245 ze všech analyzovaných. Jedná se o 68,2 %. Za čistě osobní témata bylo označeno 96, tedy 26,7 % ze všech zanalyzovaných. Ani do jedné z nadefinovaných kategorií se nevešlo 18 témat. Tato skupina tematických jednotek tak obsáhla 5,1 % z nich.

Vzorek 292 článků bylo nutné rozdělit na domácí a zahraniční. Vydefinovaných charakteristikám článku s domácí charakteristikou podléhalo 205 z celkového počtu. Poměrově se jedná o 70,1 %. Zbýlých 29,9 %, neboli 87 článků, bylo v naší analýze zařazeno do kategorie zahraničních článků.

V článcích analyzovaných z roku 2010 v Mladé frontě DNES se vyskytovalo 421 citací a parafrází. Největší podíl měli přímí účastníci sportovního výkonu. Ze vzpomínaných 421 citací na tuto skupinu připadlo celkem 278 citací a parafrází. Jedná se přesně o 66 % ze

všech možných. Realizační tým v této části zkoumaného vzorku využil možnosti stát se zdrojem v 78 případech, což znamená 18,5 %. Prostor 7,6 % ze všech možných citací a parafrází pro sebe získal management. Jednalo se o 32 citací a parafrází. Rodinní příslušníci sportovců se v daném vzorku projeví v počtu 11 citací a parafrází, což je poměrově 2,6 %. Do žádné z vydefinovaných kategorií nebylo možné zařadit 22 citací a parafrází, tedy 5,3 % ze všech možných. Ani jednou se v této části analýzy nebylo možné setkat s citací a parafrází z řad přátel sportovců a ani jednou nebylo využito označení zdroje za neznámého.

5.3.2 Sport.idnes.cz

V rámci sport.idnes.cz bylo v roce 2014, tedy při olympiádě v Soči, analyzováno celkově 444 článků. Tyto články měly dohromady rozsah 5804 odstavců. Po zprůměrování nám vyšla hodnota jednoho článku na 13,1 odstavce na jeden článek. Tuto velikost ovlivnil i fakt, že v naší analýze nebyl ani jeden článek, který by měl délku jednoho odstavce. Pouze jeden článek pak měl délku 2 odstavců a 5 článků, které byly dlouhé 3 odstavce. Nejdelší článek na sport.idnes.cz, který podléhal naší analýze, byl rozhovor se Slavomírem Lenerem, manažerem hokejové reprezentace, který řešil potenciál českého národního týmu na olympijských hrách. Tento článek měl rozsah 108 odstavců a nesl titul *Lener: S Lojzou řeším hlavně hokej. A jako před Naganem chci medaili*, který vyšel 6. 2. Dalších sedm článků překročilo svou délkou 40 odstavců.

Z onoho celkového počtu 444 článků obsahovalo námi vymezenou charakteristiku článku typu hard news 321 z nich. Z pohledu celkového poměru se jedná o více než dvě třetiny všech analyzovaných textů z této části vzorku. Přesné vyjádření je 72,30 %. Soft news byly tedy ve výrazné menšině. V této části analýzy bylo obsaženo pouze 27,70 % textů nesoucí charakteristiky soft news. Bylo jich tedy 123, což je o 198 článků méně než textů zařazených jako hard news.

V analyzovaných 444 textech jsme v průběhu analýzy objevili 546 různých tematických jednotek. Tyto jednotky, které byly zařazeny tímto způsobem. Jako čistě sportovní bylo označeno 426 tematických jednotek. Poměrově tedy šlo o 77,9 % všech analyzovaných jednotek. Osobních bylo analyzováno o poznání méně. Po spočítání všech těchto jednotek jsme se dostali na hodnotu 108, což vytváří poměrovou část o hodnotě 19,7 %. I v tomto případě se nám v analýze objevily texty, které nebylo možné zařadit do předdefinovaných kategorií. Ze všech 546 tematických jednotek to bylo přesně 12 z nich. Poměrově tedy 2,4 % z nich.

V kategorii zdrojů citací a parafrází jsme v průběhu analýzy zařazovali přesně 622 různých možností. Jako nejčastější skupina byla na konci vyhodnocena skupina přímých účastníků sportovního výkonu. Jednalo se o 457 z celkového množství. Tato hodnota tak stačila na poměrovou část o velikosti 73,5 %. Druhým nejčastějším zdrojem citací a parafrází byla skupina realizačních týmů okolo sportovců. Tyto realizační týmy dostaly prostor o množství 90 citací a parafrází. Poměrově se jedná o 14,7 % z celkového počtu. Třetí nejčastější možností, se kterou se mohl čtenář setkat, je možnost managementu. Ten byl v naší analýze nalezen v 35 případech, tedy v 5,6 % z možných výskytů. 17 výpovědí bylo v tomto vzorku proneseno z úst rodinných příslušníků. Byl pro ně tak vyhrazen prostor o velikosti 2,7 % z citovaných a parafrázovaných prohlášení. Ani do jedné z vydefinovaných kategorií se nevešlo 23 citací a parafrází, tedy 3,5 % ze všech možných. Byly tak zařazeny do kategorie ostatní. Ani jednu možnost nedostali mluvčí z kategorie přátel a ani jednou nebyl jakýmkoli novinářem označen zdroj za neznámémý.

5.4 Analýza olympijských her v Pchjongčchangu 2018

Před olympiádou v Koreji se očekávala zlatá olympijská medaile od Ester Ledecké, ta ale před jejich zahájením s médii přestala komunikovat, tudíž se zdroji informací o ní stali především její trenéři a v malé míře její otec Janek Ledecký. Snowboarding měl na výsledek analýzy velký vliv. Ledecké se nakonec podařilo vyhrát dokonce dvě medaile. Svůj prostor dostal opět biatlon, který ovšem už tak bohatý na medaile nebyl. Svou mediální část opět získala i Martina Sáblíková.

5.4.1 Mladá fronta DNES

V průběhu olympijských her v Pchjongčchangu nabídla Mladá fronta DNES ve své olympijské rubrice čtenářům 123 článků. Tyto články se rozprostíraly do celkové délky 1837 odstavců, což po zprůměrování dělá přesně 14,9 odstavce na jeden článek. Vliv na tuto délku měl počet nejkratších jednodstavcových artiklů. Těch bylo v tomto případě 31. Nejdelší článek měl odstavců 64. Jednalo se o článek s titulkem *Haló, tady Jágr! A bylo rozhodnuto*. Dále byly v tomto roce a v tomto médiu analyzovány 2 články s rozsahem nad 50 odstavců a 3 články s rozsahem nad 40 odstavců.

Co do rozdělení na hard news a soft news byly námi analyzované články rozděleny následovně. 61,79 % všech článků bylo označeno jako hard news. Číselně se jedná o 76 článků. O mnoho méně textů bylo označeno jako soft news. Rozdíl mezi hard news a soft news byl 29 článků. Jako soft news tedy bylo označeno 47 článků, což se poměrově rovná 38,21 % ze všech textů.

Ve 123 textech jsme v tomto případě objevili 163 různých tematických jednotek, které jsme do určených kategorií rozdělili tímto způsobem. Jako čistě sportovních jsme označili přesně 116. Z počtu 163 se tedy jedná o 71,2 %. Osobních témat bylo v tomto případě 40. Ze zmiňovaného počtu se jedná o 24,5 %. Pouze 7 článků, 4,3 %, jsme nebyli schopni zařadit do nadefinovaných kategorií.

V oblasti domácích a zahraničních textů jsme rozdělili kategorie takto. Jako domácí jsme označili z celkového počtu 123 článků přesně 67. Jedná se o poměrovou část v hodnotě 54,5 %. Zbytek textů, tedy 56, jsme zařadili do nadefinované kategorie zahraničních textů. Poměrově tedy 45,5 %.

V Mladé frontě DNES jsme ve 123 textech odhalili 178 citací a parafrází. Z nadefinovaných sedmi skupin zdrojů citací a parafrází jsme v tomto případě využili skupin

pět. Nejčastěji jsme tyto zdroje zařazovali do skupiny přímých účastníků sportovní události. Ze 178 případů tomu bylo ve 100 z nich. 56,2 % citací a parafrází tedy pocházelo od přímých účastníků. Druhá nejčastější skupina těchto zdrojů byla s 45 citacemi skupina členů realizačních týmů. Ta byla v textech citována ve 48 případech, tedy v 27 % všech možných citací. Ve 20 případech byl jako zdroj označen člen managementu. 11,2 % tedy patřilo právě této skupině. S počtem 2 citací, 1,1 %, se do naší analýzy zařadili i zástupci rodinných příslušníků sportovců. Poslední citovanou skupinou byli ti, kteří se nevešli do námi nadefinovaných 6 kategorií a byli označeni jako ostatní. Bylo tomu tak v 8 případech, tedy v 4,5 % případů. Ani jednou se neobjevil zdroj parafráze nebo citace z nadefinovaných skupin přátel a nejmenovaných zdrojů.

5.4.2 Sport.idnes.cz

V období průběhu olympijských her v Jižní Koreji bylo na internetovém portálu sport.idnes.cz přesně 486 článků. Tyto články byly celkově obsažené v 6854 odstavcích, což průměrně tvoří délku 14,1 odstavce na jeden článek. Ačkoli má průměrný rozsah celkem velkou hodnotu, v tomto případě vyšlo i několik článků, které byly dlouhé pouze jeden odstavec. Konkrétně se jedná o 5 textů. Nejdelším textem byl článek o 77 odstavcích. Jednalo se o rozhovor s rychlobruslařským trenérem Petrem Novákem, zabývající se problematikou stavby nové rychlobruslařské haly. Článek nesl titul *Trenér Novák: Když nebude hala, rychlobruslení u nás může zase umřít*. Dále bylo možné také číst text o 62 odstavcích, 2 články obsahující více než 50 odstavců a 8 článků s 40 odstavci a více.

Ve zmiňovaných 486 textech bylo odhaleno 349 článků, které charakteristikou spadaly do kategorie hard news. Jedná se o 71,81 % z celkového počtu všech článků. Soft news bylo v tomto případě o mnoho méně. Celkem bylo do této kategorie zařazeno 137 článků, což se rovná 29,19 %.

Ve 486 textech jsme v tomto případě našli přesně 617 různých tematických jednotek. Tyto tematické jednotky byly rozděleny následujícím způsobem. Jako čistě sportovních bylo určeno 488 z nich. Celkem tedy 79,1 %. Do kategorie osobních nám v tomto případě spadlo 108 případů. Poměrově tedy 17,5 % ze všech. Nezařaditelných pro nás bylo v tomto případě 21 případů, což se rovná 3,4 %.

Ze všech 486 případů jsme zařadili do textů s domácím zaměřením 295 z nich. Celkově bylo tedy textů s domácím zaměřením 60,8 %. Jako zahraniční text bylo označeno 191 z celkového množství, tedy 39,2 %.

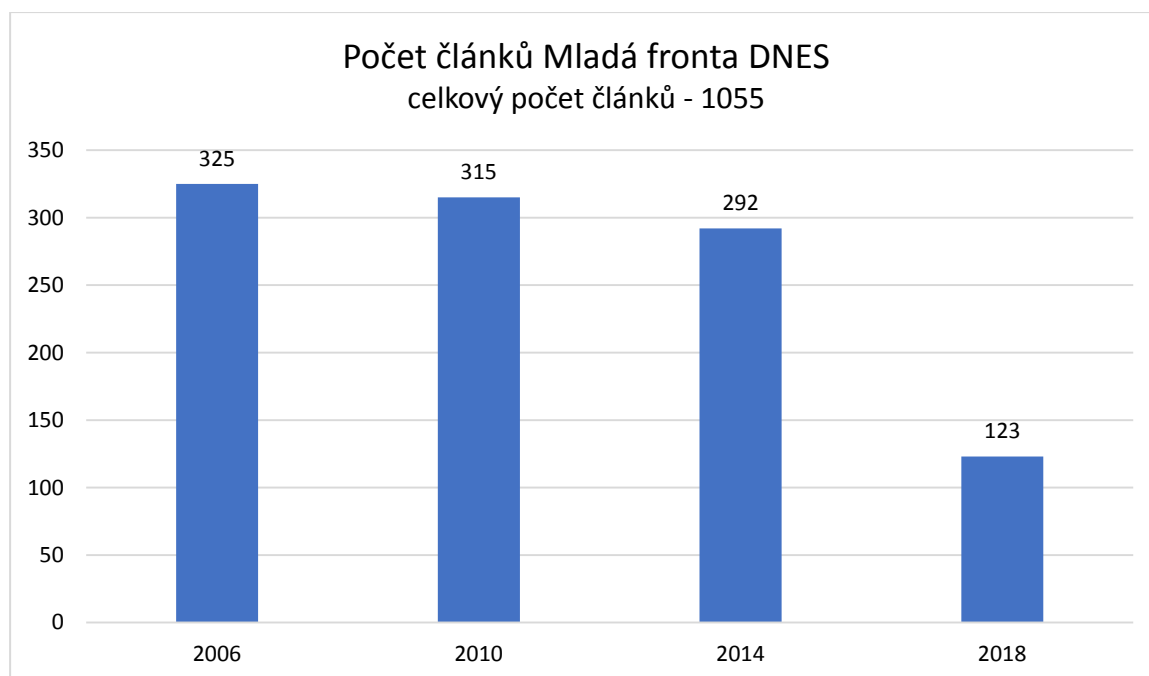
Ve všech člancích jsme našli 656 citací a parafrází. Jejich zdroje byly rozřazeny takto. Jako nejčastější zdroj byl analyzován přímý účastník sportovní akce. Jednalo se o 70,2 % všech případů, což znamená 461 citací a parafrází. Druhá nejčastější skupina čítala o téměř 350 zmínek méně. Se 116 citacemi a parafrázemi byla druhou nejcitovanější skupina realizačních týmů. V textech tedy jejich citace byla umístěna u 17,7 % případů. Sportovní management se v naší analýze tohoto roku objevil v 34 případech, což znamená 5,1% výskyt. Rodinní příslušníci dostali místo v 9 případech, což jsme poměrově vyjádřili na 1,3 %. Do skupiny ostatních, tedy nezařaditelných do námi vytvořených kategorií, v tomto roce spadalo 36 z nich. Ani jednou novináři píšící na sport.idnes.cz v tomto období nepoužili jako zdroj kamaráda sportovce nebo neoznačili zdroj jako nejmenovaný zdroj.

6 Výsledky analýzy – porovnání kategorií v průběhu let

V následující části se budeme zabývat tím, jak se u jednotlivých médií proměňovaly analyzované kategorie. Budeme tedy odhalovat jednotlivé bulvarizační trendy. Nejprve si zpracujeme jednotlivou kategorii vývoje u Mladé fronty DNES, následně u sport.idnes.cz a nakonec je mezi sebou porovnáme.

6.1 Počet článků a jejich rozsah

6.1.1 Mladá fronta DNES

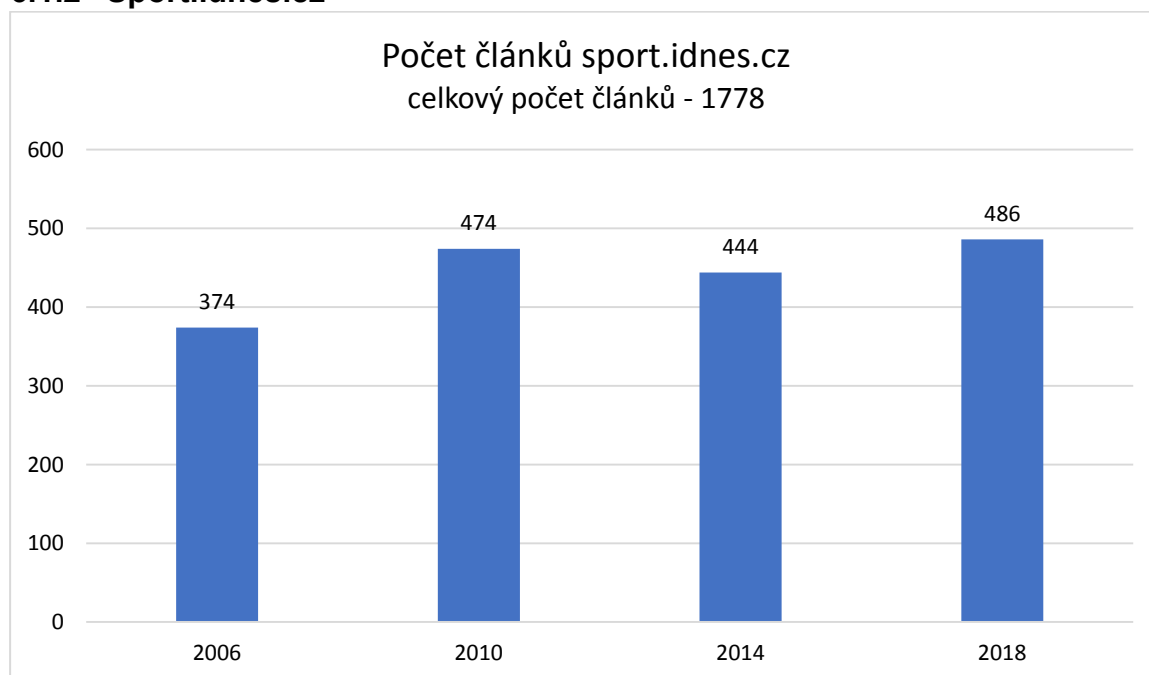


Graf č. 1: Počet článků Mladá fronta DNES)

V průběhu naší analýzy jsme v Mladé frontě analyzovali přesně 968 článků. Jak ukazuje graf číslo 1, olympijským hrám v rámci svého sportovního zpravodajství dávala Mladá fronta DNES stále méně prostoru. Nejvíce článků s olympijskou tematikou bylo možné číst v roce 2006, kdy jich bylo k přečtení 325. Ne příliš významný posun byl zjištěn mezi roky 2010 a 2014, kdy olympijské zpravodajství přišlo o 23 článků. To ovšem nebyl poslední propad. V roce 2018 už Mladá fronta DNES publikovala ve své olympijské rubrice pouze 123 článků, což znamená, že se olympijské referování snížilo o více než polovinu. Při porovnání prvního analyzovaného ročníku a posledního olympijského ročníku, zjistíme, že olympijská tematika se v tištěné Mladé frontě DNES zredukovala na téměř jednu třetinu svého obsahu.

Proto, že je článků publikování stále méně, jsou stále aktuálnější teorie agendy setting a gatekeepingu.

6.1.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 2: Počet článků (sport.idnes.cz)

V průběhu analýzy na internetovém portálu sport.idnes.cz jsme celkově zanalyzovali 1778 článků. Jak můžeme vidět z grafu, vývoj počtu článků nemá ani kontinuální navyšování počtu článků, ani jeho snižování. Reálně je ale nutné říct, že pokud budeme hodnotit celkovou změnu, ta je i z grafu evidentní. Pokud se podíváme na první analyzovaný rok, rok 2006 a poslední, zjistíme, že počet těchto článků narostl oproti roku o 112 článků. Nárůst popularity internetového publikování je v našem výzkumu možné zpozorovat mezi léty 2006 a 2010. Od roku 2010 je ovšem zase možné vyzpozorovat, že množství článků je velmi podobné a nejsou vidět nějaké radikální proměny.

6.1.3 Porovnání

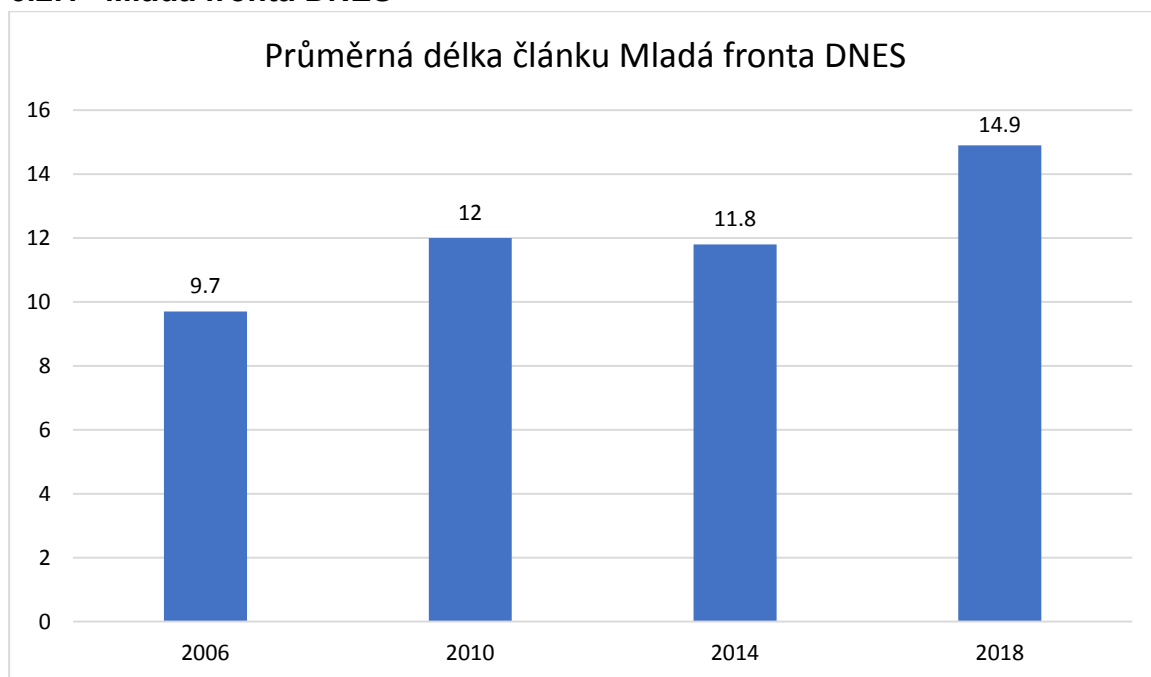
Při porovnání vývojových grafů (graf číslo 1 a 2) je možné tvrdit následující. Vývoj počtu článků je značně odlišný. Zatímco u olympijských rubrik Mladé fronty DNES je evidentní kontinuální pokles počtu článků na jednotlivý rok, u internetového sport.idnes.cz je situace odlišná. Dá se říct, že po nárůstu počtu internetových článků mezi roky 2006 a 2010 zůstává popularita publikování plus minus na stejné úrovni.

Tento jev ukazuje, že sportu se v tištěných novinách dostává méně zájmu, než tomu bylo dřív. Je nutné si ovšem uvědomit, že rozsah novin se stále zmenšuje. Nelze tedy s jistotou tvrdit, že

sport je z tištěných novin vytlačován. Pouze se upravuje jeho rozsah, podle množství prostoru v periodiku. Tuto teorii potvrzuje i fakt, že u sport.idnes.cz k tomuto nedochází, jelikož prostor na internetu je neomezený. Množství článků tak může zůstat na stejné úrovni.

6.2 Průměrný rozsah článku

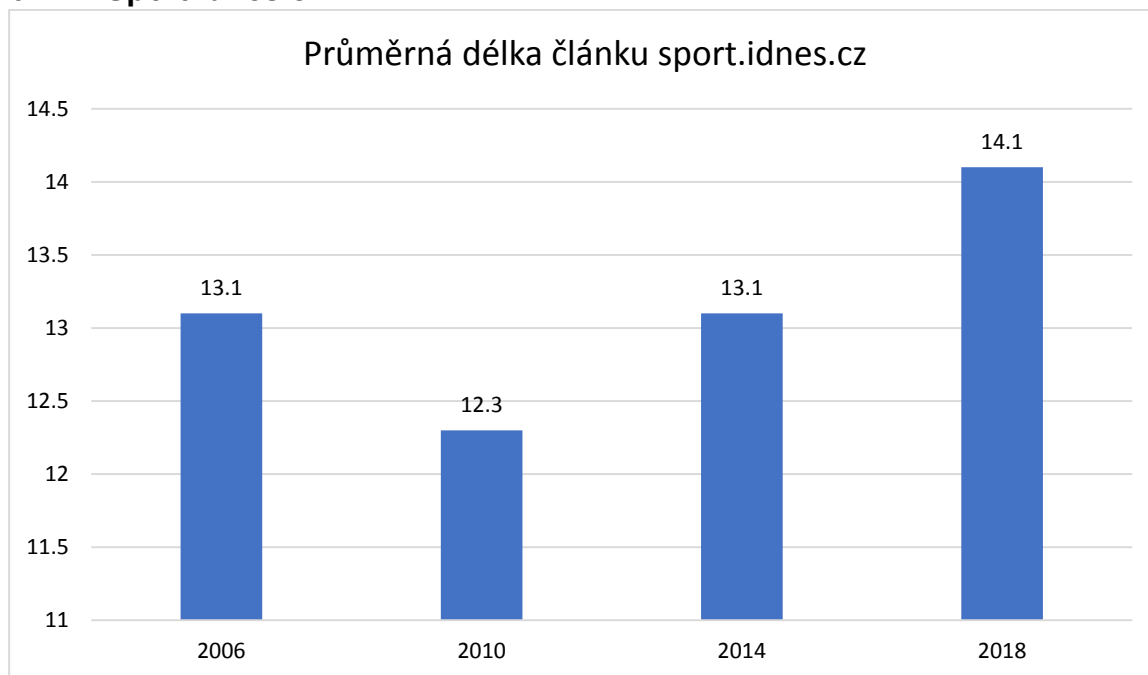
6.2.1 Mladá fronta DNES



Graf č. 3: Průměrná délka článku Mladá fronta DNES (v odstavcích)

Z grafu číslo tři, který se zabývá průměrnou délkou článku, ovšem zjistíme, že ačkoli byl trend ubírání počtu článku ve vydáních, lze vysledovat stoupající hodnotu průměrné délky jednoho článku. Lze tedy tvrdit, že ačkoli textů ubývá, jsou v průměru delší. Nejmarkantnější rozdíl je viditelný u posledních dvou let, kdy průměrný článek měl dokonce téměř 15 odstavců. Musíme brát na vědomí to, že vliv měl určitě i radikálně snížený počet jednodstavcových textů, kterých se v posledním analyzovaném roce objevilo pouze 31.

6.2.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 4: Průměrná délka článku sport.idnes.cz (v odstavcích)

V grafu číslo 4 můžeme sledovat proměnu průměrné délky jednoho článku na internetovém serveru sport.idnes.cz. Po prvotních 13,1 odstavcích můžeme z grafu vidět pokles této délky o necelý jeden odstavec. Ačkoli se tedy zvýšil počet článků, jejich délky se o něco zmenšily. Byl to ovšem jediný rok, ve kterém k této změně došlo. U obou následujících můžeme opět vidět růst délky. Celou proměnu od roku 2006 do roku 2018 lze popsat, že ačkoli zkoumaná kategorie nemá jednoznačný trend, počet odstavců na 1 článek se o 1 odstavec zvýšil.

6.2.3 Porovnání

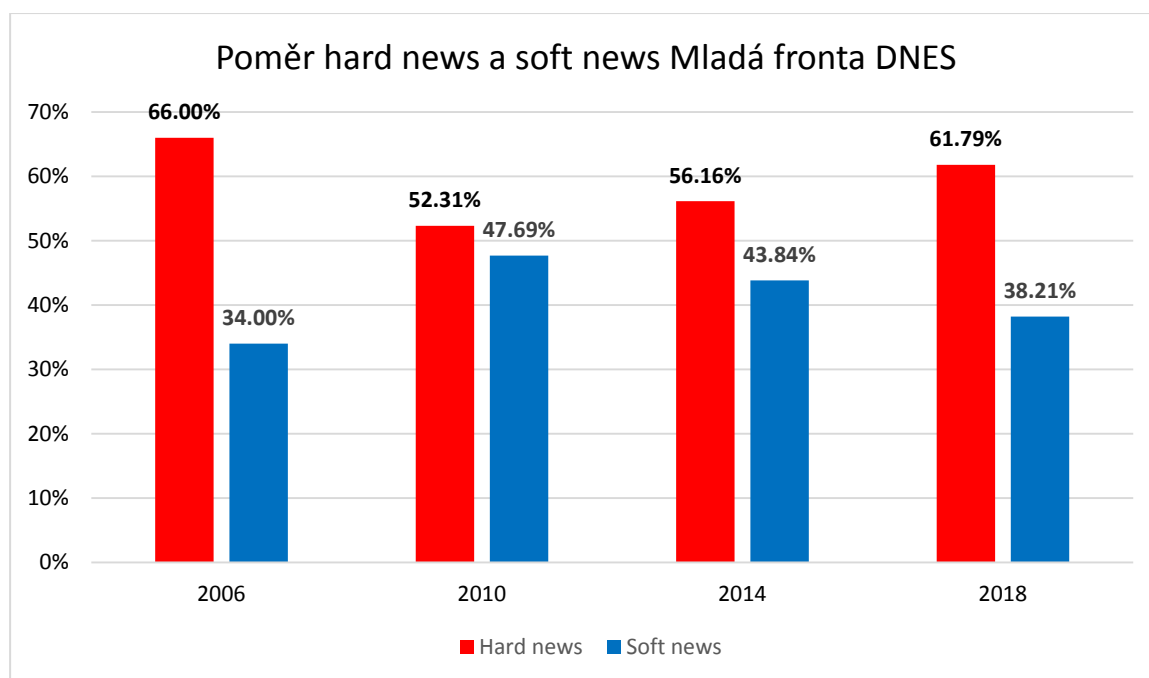
Pokud porovnáme vývojové grafy průměrného rozsahu jednotlivých článků (grafy číslo 3 a 4), zjistíme následující. Ačkoli u Mladé fronty DNES můžeme pozorovat stále se zmenšující počet článků, jejich rozsah se stále zvětšuje. U internetového sport.idnes.cz jsme v počtu vyzorovali odlišný trend, v tomto případě se, co se týče počátečních a konečných let, vývoj shoduje. Obě formy, internetová i tištěná, prokazuje narůst průměrného počtu článků. Je ovšem nutné říct, že u Mladé fronty DNES se jedná o narůst kontinuální, u sport.idnes.cz došlo mezi rokem 2006 a 2010 k poklesu.

Pokud propojíme znalosti z předchozí kategorie s touto, můžeme usuzovat, že ačkoli článků v tištěném médiu ubývá, existuje snaha k jejich co nejlepšímu zpracování. Průměrná délka o více než 5 odstavců nám je dostatečnou podporou k tomuto tvrzení. U námi

zkoumaného online média je růst možný pozorovat také, ne ale v takové míře. Můžeme tedy usuzovat, že texty v tištěných médiích jsou více rozpracované než texty na internetu.

6.3 Hard news a soft news

6.3.1 Mladá fronta DNES

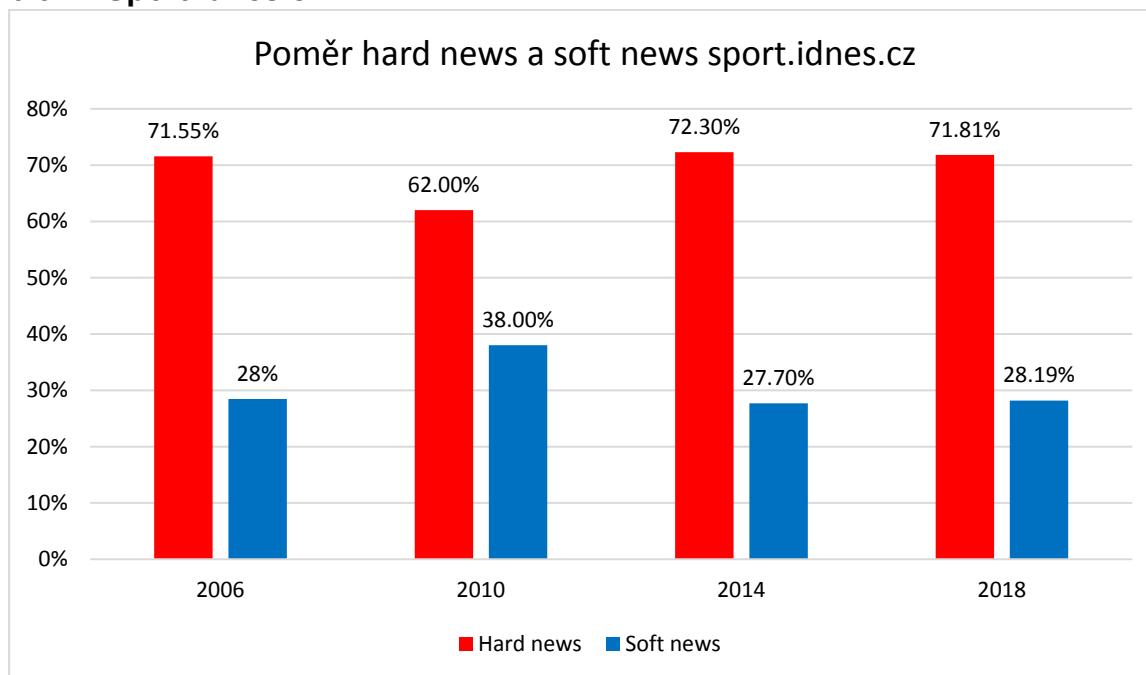


Graf č. 5: Poměr hard news a soft news Mladá fronta DNES (v %)

Graf číslo 5 nám zobrazuje, jaký poměr hard news a soft news ukázala námi provedená analýza.¹³ V této zkoumané části jsme vycházeli z několikrát zmíněného výzkumu Trampoty s Končelíkem, kteří vypožorovali u Mladé fronty DNES mezi roky 1995 až 2005 mírný pokles hard news a nárůst soft news. Výsledky našeho zkoumání jsou zajímavé v tom, že první a poslední zkoumaný rok vykazuje prakticky stejnou hodnotu poměru hard news a soft news v textech, a to i přes to, že se objem článků, které jsme analyzovali, ztenčil o 200 článků. Analýza ale ukázala, že ke změnám došlo, a to velmi výrazně. Pokud budeme porovnávat první a druhou olympiádu, kterou jsme analyzovali, vidíme významný pokles poměru hard news a výrazný nárůst soft news. Rok 2014 ovšem tento výrazný propad korigoval, a především poměr hard news vrátil k číslu blízkému tomu z roku 2006 i následnému z roku 2018.

¹³ Je nutné brát v úvahu, že hodnoty hard news a soft news nedají 100 %. V textech se objevovaly i ambivalentní jednotky.

6.3.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 6: Poměr hard news a soft news sport.idnes.cz (v %)

U grafu číslo šest můžeme pozorovat změny, které proběhly u poměru hard news a soft news v průběhu let u olympijských rubrik internetového serveru sport.idnes.cz v průběhu zimních olympijských her. Změny jsou následující. U hard news můžeme mezi první a druhou analyzovanou olympiádou vidět pokles poměru, ovšem následující rok se opět vrátil na hodnotu přesahující 70 % na 72, 3 %. Následující olympiádu došlo k malému poklesu, který ovšem neznamená ani jedno procento. V konečném hodnocení lze tedy tvrdit, že se objevila jedna výrazná anomálie, kterou je proměna mezi rokem 2006 a 2010. Ostatní poměry jsou téměř identické.

6.3.3 Porovnání

Z grafů 5 a 6 lze tedy vyčíst následující. Po zanalyzování příspěvků u Mladé fronty DNES je evidentní původní propad v roce 2010, co se týče poměrného množství hard news. Následující roky ovšem znázorňují, že trendem je zvětšování poměru hard news, což odporuje teorii, ze které vycházel Trampota s Končelíkem a k bulvarizaci zde tedy nedochází. Lze tvrdit, že tato změna může být důsledkem zmenšování prostoru pro sport, ze kterého pramení zužování agendy. Tato agenda je tak vyplňována pouze nejdůležitějšími zprávami, které ovšem bývají rozsáhleji zpracované.

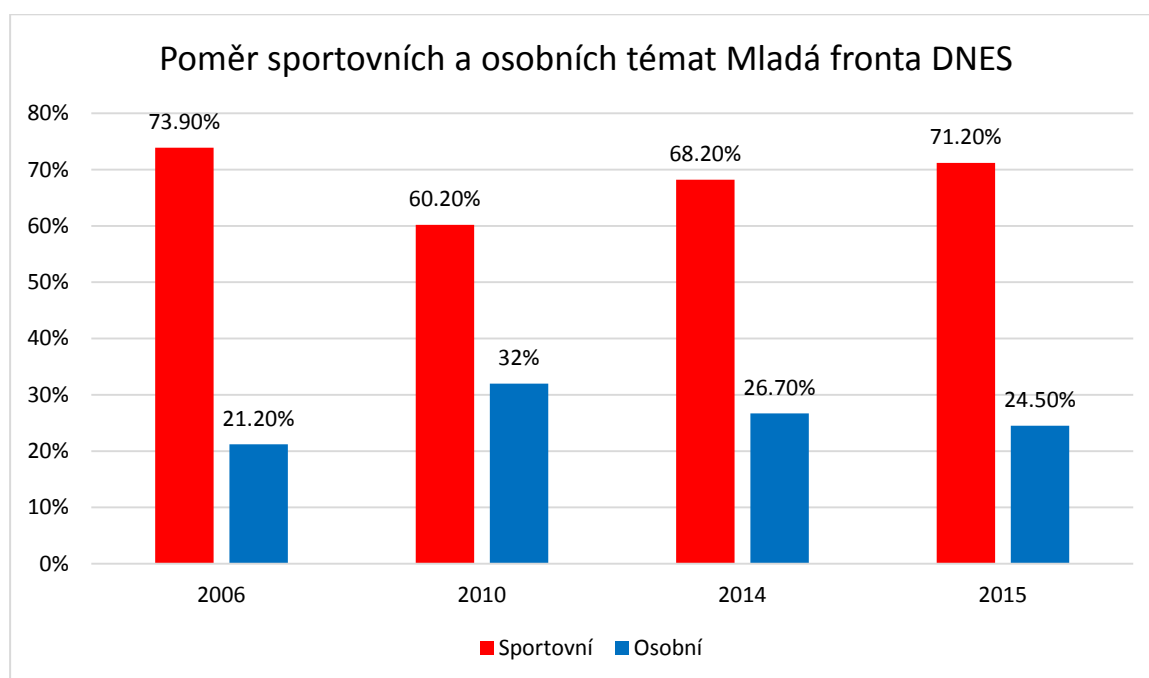
Stejný závěr o bulvarizaci lze uvést i u sport.idnes.cz. Protože zde není evidentní žádný specifický trend, můžeme prohlásit, že k ní nedochází. Pomineme-li anomálii z roku 2010,

jsou všechny poměry hard news kolem 72 %. K bulvarizaci tedy nedochází ani v případě, že pro novináře není vyhrazený prostor, který by omezovala fyzická vlastnost média.

Závěrem tedy lze tvrdit, že ačkoli jsou projevy jednotlivých médií, internetového sport.idnes.cz a tištěné Mladé fronty DNES, rozdílné, ani v jednom případě nedochází z pohledu změn hard news a soft news ke změnám, které by indikovaly bulvarizační tendenci.

6.4 Poměr osobních a sportovních témat

6.4.1 Mladá fronta DNES



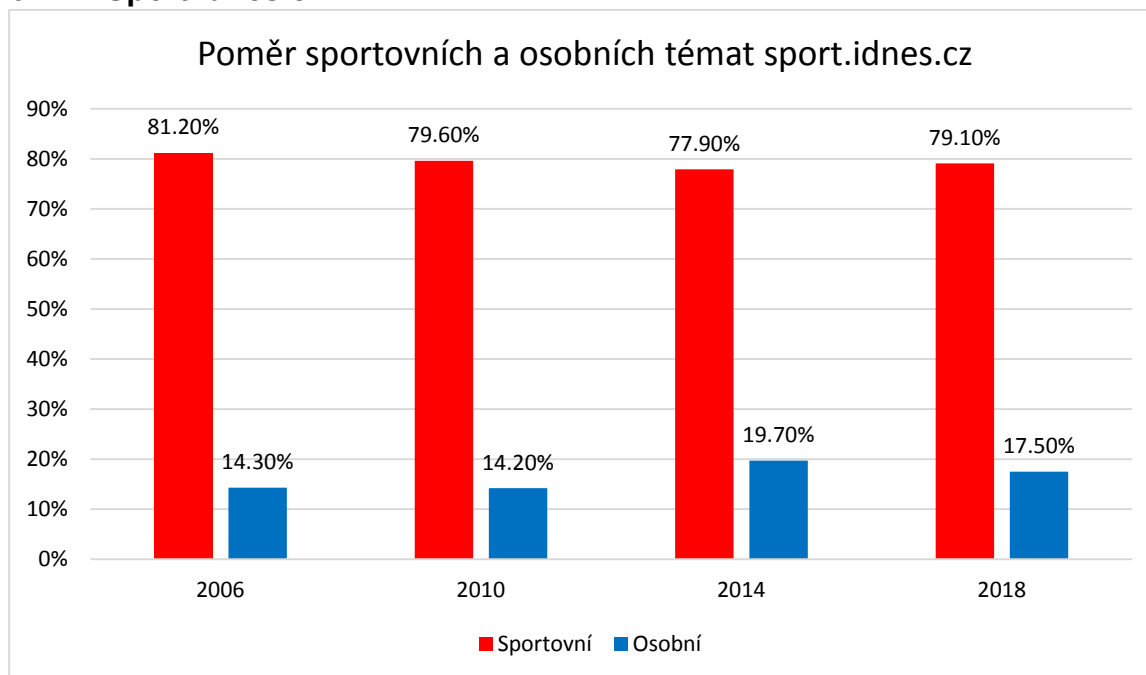
Graf č. 7: Poměr sportovních a osobních témat Mladá fronta DNES (v %)

Na grafu číslo 7 můžeme vidět, jaké změny se v poměru osobních a sportovních témat udály.¹⁴ Můžeme vidět, že u prvního a druhého analyzovaného roku je velká změna. Jedná se o propad poměru sportovních témat a nárůst poměru osobních témat. Následující dva analyzované roky ovšem prokazují návrat zpět, a tudíž vytvářejí trend nárůstu poměru sportovních témat a pokles osobních témat.

Není od věci porovnat si změny v poměrech hard news a soft news společně s trendy u sportovních a osobních témat. Lze vidět, že ráz změn je totožný, co se týče potencionálního vývoje bulvarizace. V tomto případě se jedná o přímou souvislost i s rozsahem článku. Jak jsme již několikrát zmiňovali, textů, které se sportem zabývají je stále méně, a proto se v jejich obsahu mnohem méně vyskytují věci, které nesouvisí se samotnými sportovními výsledky. Přesah do soukromí je tak stále menší.

¹⁴ Součet osobních a sportovních témat nedává 100 %. Byla analyzována témata, která nespadała ani do jedné z definovaných kategorií.

6.4.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 8: Poměr sportovních a osobních témat sport.idnes.cz (v %)

V grafu číslo 8 můžeme vidět vývoj jednotlivých poměrů sportovních a osobních témat v průběhu námi analyzovaných olympijských her na sport.idnes.cz. Jelikož rozdíly nejsou na první pohled příliš patrné, vložili jsme si do grafu spojnicí trendu. Rozdíly v poměrech sportovních témat jsou minimální. Pokud sledujeme výsledný trend, zjistíme, že procentuálně se poměr sportovních témat zmenšil. Naopak u osobních témat trend zaznamenal zvyšující se křivku. U roku 2010 zapříčinilo pohyby množství textů, které nebylo možné zahrnout ani do jedné z analyzovaných kategorií. V tomto zmiňovaném roce jich bylo 35, což vytvářelo přes 6 % všech analyzovaných textů z tohoto roku.

6.4.3 Porovnání

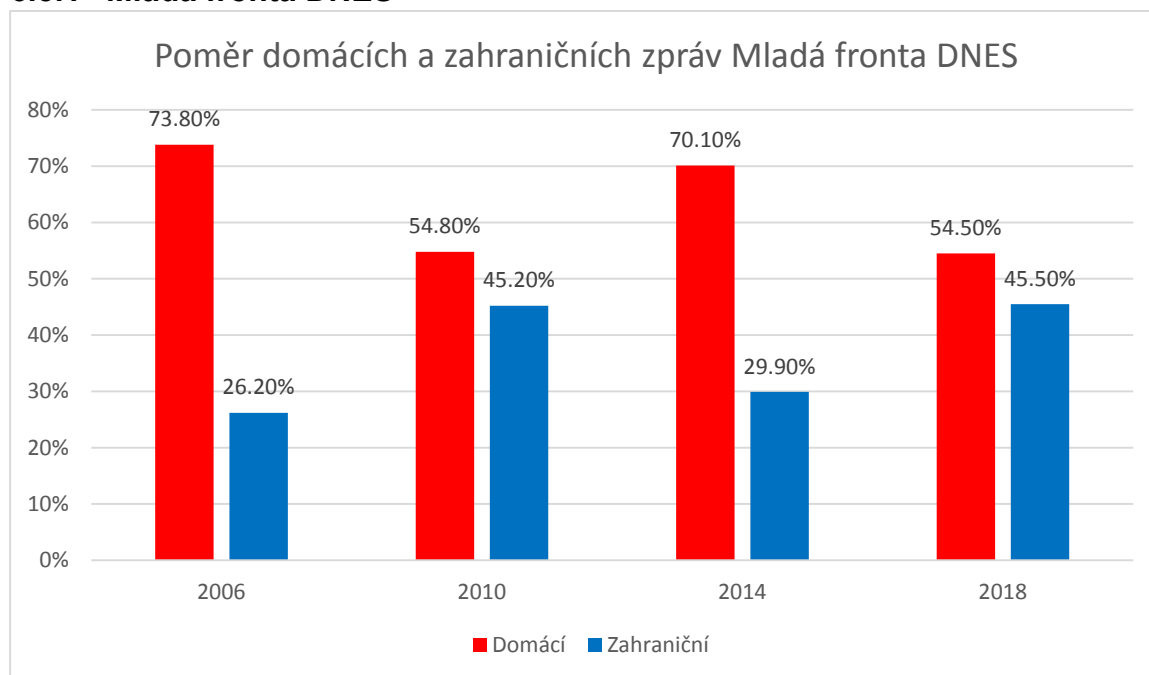
První rozdíl, kterého si můžeme v grafech všimnout, je ten, v rámci jakých desítek procent se jednotlivé grafy pohybují. Jestliže Mladá fronta DNES svoje hodnoty sportovních témat vykazuje v oblasti kolem 60 až 70 %, u sport.idnes.cz se jedná o poměry kolem 80 %. Osobní témata se zase u Mladé fronty DNES pohybují kolem 20 % – 30 %, u sport.idnes.cz se tyto poměry pohybují kolem 15 % – 20 %. To ovšem nemá vliv na samotné změny. Pro naši analýzu je nutné objevit projevy v rámci let. Tento vývoj byl u obou analyzovaných médií odlišný. U Mladé fronty DNES jsme v rámci sportovních témat nejprve zaznamenali výrazný

pokles tohoto poměru a v návaznosti na to postupný nárůst, který se zastavil mírně pod hodnotou z roku 2006. U sport.idnes.cz jsme na konci sledovaného období také zaznamenali pokles, ovšem tento pokles byl neustálý.

U poměru osobních témat došlo vždy v jednom roce k nárůstu hodnot. U Mladé fronty DNES se jednalo o rok 2010, u sport.idnes.cz o rok 2014. U Mladé fronty DNES byla tato výchylka mnohem znatelnější. U obou ovšem lze říct, že mezi prvním a posledním rokem došlo k mírnému nárůstu.

6.5 Poměr domácích a zahraničních zpráv

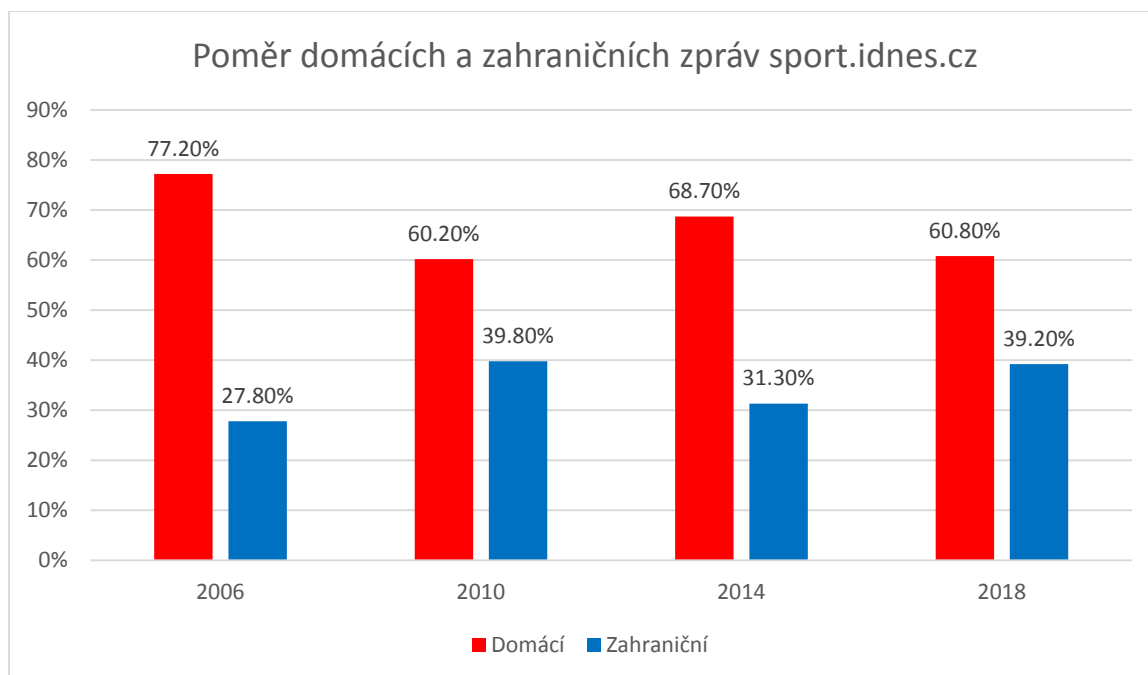
6.5.1 Mladá fronta DNES



Graf č. 9: Poměr domácích a zahraničních zpráv Mladá fronta DNES (v %)

V grafu číslo 9 si můžeme prohlédnout, jakým způsobem se vyvíjel trend v ohledu, který se týká poměru domácích a zahraničních zpráv v námi analyzovaném vzorku. Už z prvního pohledu je patrné, že se v našem případě nenašel žádný trend, který by se dal uznat za charakteristický pro celé zkoumané období. Po prvním roce, kdy se hodnota vyšplhala na 73,8 %, došlo v roce 2010 při referování o olympijských hrách k propadu domácího zpravodajství a zvýšil se podíl zpravodajství zahraničního. Následující rok se opět poměr vrátil k hodnotám, které byly blízké těm v roce 2006. Rok 2018 ovšem pojala Mladá fronta DNES zase obdobně jako rok 2010 a poměrově přidala zpravodajství týkající se zahraničí. Jak tudíž bylo zmíněno, ve vzorku týkajícího se domácích a zahraničních zpráv nelze tvrdit, že existoval specifický trend. Při porovnání s výzkumem Trampoty a Končelíka tak přicházíme do rozporu, protože na rozdíl od jejich analýzy, v našem případě nedošlo k nárůstu domácích zpráv.

6.5.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 10: Poměr domácích a zahraničních zpráv sport.idnes.cz (v %)

V poměru domácích a zahraničních zpráv na internetovém sport.idnes.cz došlo k následujícím pohybům. V prvním zkoumaném roce se námi analyzované hodnoty zastavily na poměru 77,20 % domácích ku 27,80 % zahraničních zpráv. Následující rok došlo k propadu, který byl ovšem zmírněn olympijskými hrami v Soči v roce 2014. Rok 2018 ovšem opět vykazoval hodnoty, které jsou téměř totožné s těmi z roku 2010. Je tedy možné udělat závěr, že trend sice není pravidelný, ale z pohybů je možné vidět pokles poměru domácích zpráv proti zahraničním, které naopak dostávají prostoru více.

6.5.3 Porovnání

Při pohledu na pohyby mezi jednotlivými roky v obou případech vidíme významnou podobnost. Vždy došlo po prvním zkoumaném roce k poklesu poměru domácích zpráv, následně k růstu a v poslední analyzované části vzorku došlo opět k poklesu. U zahraničních došlo k pohybům opozitním.

Příčinu změn v naší analýze lze přisoudit samotným sportovcům, respektive očekáváním vůči nim společně jejich výsledky. Prostor, který dostala osoba Kateřiny Neumannové v roce 2006 byl na poměry ostatních olympiád neopakovatelný. Společně

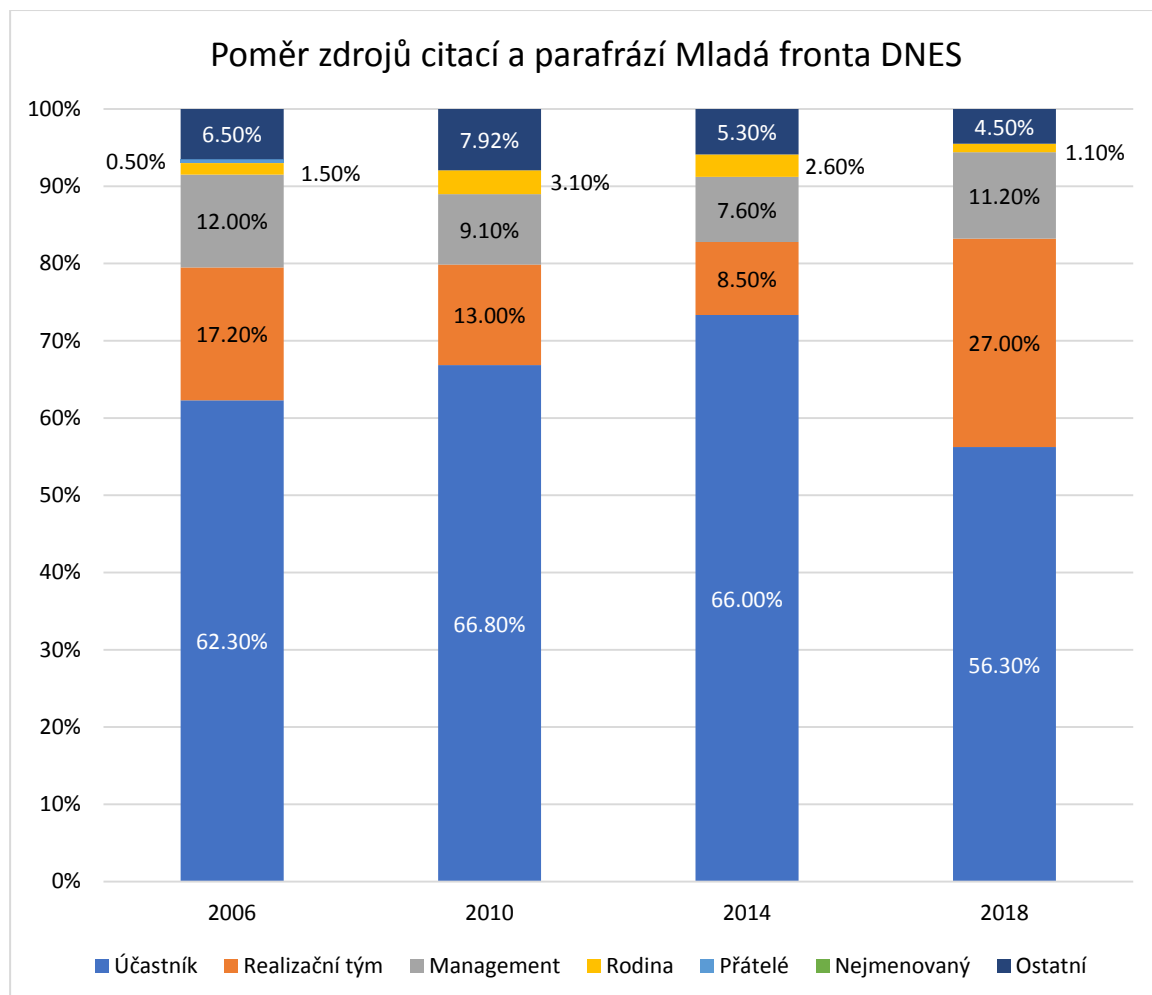
s dalšími úspěšnými lyžaři a referováním o hokeji dokázal být rok 2006 nejatraktivnější, co do referování o našich sportovcích.

Stejně jak intenzivně bylo referováno v roce 2006 o lyžování, tak hojně bylo referováno v roce 2014 o biatlonu. Množství medailí se výrazně podepsalo na poměru množství domácího zpravodajství.

U všech analyzovaných let lze vidět větší poměr domácího než zahraničního zpravodajství, což dává zapravdu teorii zpravodajských hodnot, která jako jednu z nich uvádí blízkost.

6.6 Zdroje informací

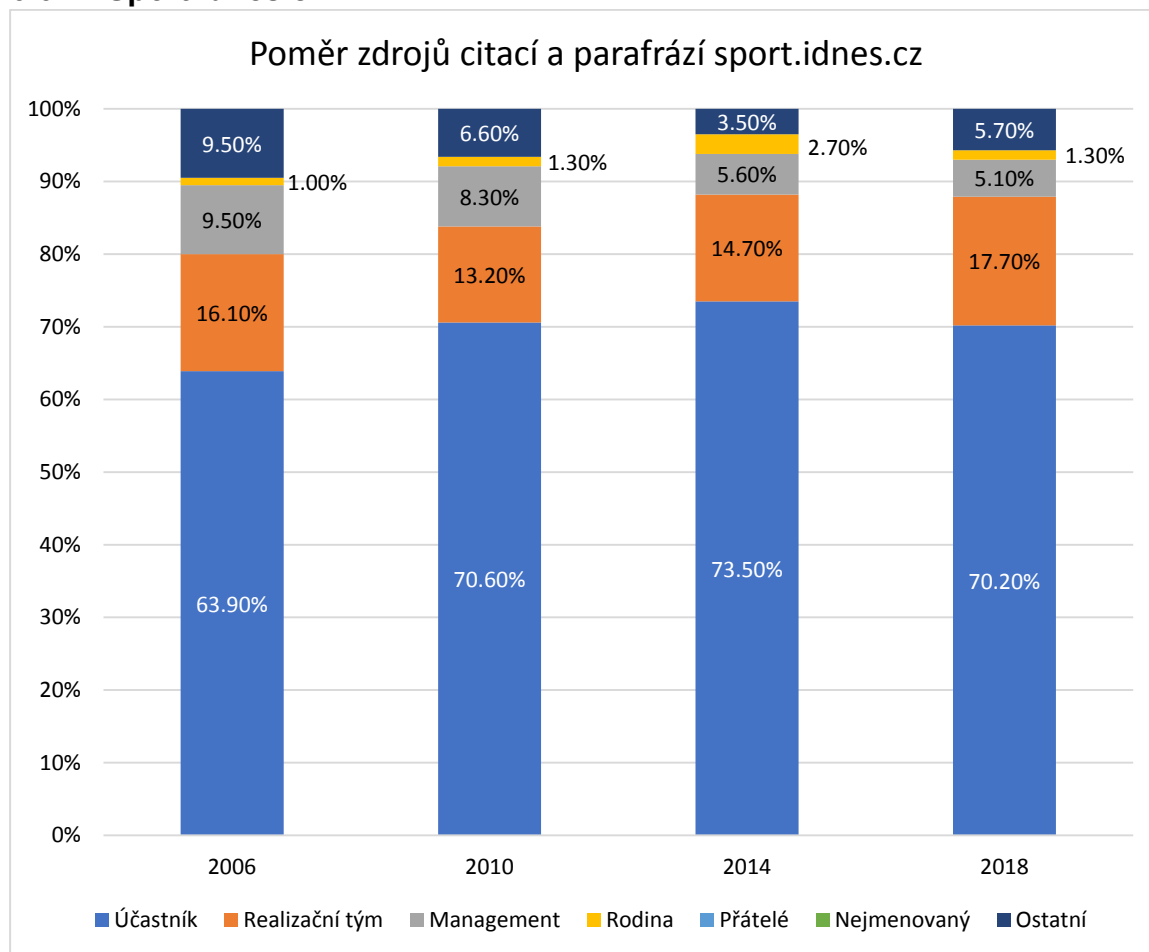
6.6.1 Mladá fronta DNES



Graf č. 11: Poměr zdrojů citací a parafrází sport.idnes.cz (v %)

V grafu poměru citací a parafrází můžeme vysledovat tyto proměny. První tři analyzované roky je vidět velký výskyt citací a parafrází přímo samotného účastníka události. To se změnilo v roce 2018, kdy se výrazně zvýšil poměr informací získaných od členů realizačních týmů, tedy především trenérů. Pokud budeme brát jako nejrelevantnější zdroje první tři analyzované skupiny, můžeme vidět od roku 2006 směrem k roku 2018 nárůst poměru jejich výpovědí, což se v rámci naší analýzy neslučuje s bulvarizační tendencí.

6.6.2 Sport.idnes.cz



Graf č. 12: Poměr zdrojů citací a parafrází sport.idnes.cz (v %)

V grafu číslo 12 můžeme vidět, jakým způsobem se měnily poměry zdrojů citací a parafrází mezi jednotlivými roky, kdy byla analýza prováděna. Nejvíce prostoru bylo dáváno každý rok přímému účastníkovi akce. Druhá nejčastější varianta byla, že zdrojem byl člen realizačního týmu a třetí, že jím byl člen managementu. Pokud bereme za nejrelevantnější právě tyto tři kategorie, dojdeme k závěru, že dostávají od roku 2006 do roku 2014 stále více poměrného prostoru. V roce 2018 dochází k poklesu, který je ovšem minimální. V poměrném množství se jedná o necelé 1 % ze všech zmiňovaných citací a parafrází. Ze zkoumané charakteristiky tedy lze tvrdit, že k bulvarizaci nedochází, ba právě naopak, dochází k debulvarizaci.

6.6.3 Srovnání

Pokud budeme srovnávat zmiňované grafy, dojdeme k závěru, že u obou srovnávaných médií dochází k nárůstu poměru relevantních zdrojů k těm méně relevantním. Co můžeme vidět jako velký rozdíl, je poměr přímých zdrojů citací a parafrází v roce 2018 u

Mladé fronty DNES, kde je evidentní propad. Ovšem na druhou stranu je zde velký nárůst tohoto poměru u realizačního týmu. Velmi pozoruhodný je celkový výskyt zdrojů v kategorii kamarádů, kteří se v celém zkoumaném vzorku objevili pouze dvakrát v roce 2006. Jednalo se o text z 11. 2. s titulkem *Výlet za Neumannovou. Ze Zadova za zlatem?* a dále text z 13. 2 s titulkem: *Šumavská hraběnka: Zlato bude*. Oba dva texty se zabývaly osobou Kateřiny Neumannové.

7 Posouzení platnosti hypotéz

V předchozích kapitolách jsme se seznámili s výsledky a proměnami jednotlivých zkoumaných kategorií. V této části práce bychom měli provázat získaná data s položenými výzkumnými otázkami a vyhodnotit platnost původně vypsanych hypotéz.

VO1 - Jak se v obou médiích mění zpracování témat, co se rozsahu týče?

- H1- Rozsah jednotlivých článků se bude zmenšovat.

V tomto případě se námi vytvořená hypotéza nepotvrdila ani v jednom z analyzovaných médií. V případě Mladé fronty DNES došlo k nárůstu, a to značnému. Pokud jsme v prvním analyzovaném roce, tedy v roce 2006, zjistili, že průměrný článek má rozsah 9,7 odstavce, na konci analyzovaného období, v roce 2018, jsme již registrovali cifru 14,9 odstavce na jeden článek.

V případě internetového portálu sport.idnes.cz jsme zaregistrovali vývoj podobný. Zde ovšem došlo v druhém analyzovaném roce, roce 2010, k výraznému propadu a následně docházelo k průběžnému nárůstu, kdy jsme se z původních 13,1 odstavce dostali na 14,1 odstavce.

Výsledkem tedy je, že se rozsah článků mezi roky 2006 a 2018 zvětšil. Můžeme tedy tvrdit, že námi vyřčená hypotéza nebyla potvrzena. Ani v jednom z obou případů tedy není možné brát tuto kategorii jako indikátor bulvarizace, ba právě naopak ukazuje, že jednotlivé články se protahují, a to u obou zkoumaných médií.

VO2 – Jakým tématům se na internetovém serveru sport.idnes.cz a tištěném deníku Mladá fronta DNES, v odděleních věnovaných olympijským hrám, věnovali? Jedná se o poměr čistě sportovních a čistě osobních témat.

- H2 - Poměr osobních témat vůči sportovním se bude v obou případech našich analyzovaných vzorků zvětšovat.

U otázky poměru sportovních a osobních témat jsme zjistili následující. U Mladé fronty DNES došlo nejprve k výraznému propadu sportovních témat mezi rokem 2006 a 2010, následné dvě olympiády ovšem zaznamenaly růst až k téměř původním hodnotám. U sport.idnes.cz došlo k postupnému snižování poměru sportovních témat na úkor osobních. Jedná se ovšem o 2 % v rozmezí 12 let. K poklesu zde ovšem došlo. Lze tedy tvrdit, že u

sport.idnes.cz dochází v tomto ohledu k bulvarizaci témat, ačkoli je tento projev minimální. U Mladé fronty DNES jsme viděli pohyb na obě strany, tudíž nelze přesně určit trend, který by potvrzoval platnost naší hypotézy.

VO3 – Jaký se měnil poměr hard news ku soft news v odděleních týkajících se olympijských her na internetovém serveru sport.idnes.cz a v Mladé frontě DNES?

- H3 - – Bude docházet ke zmenšování poměru hard news oproti soft news.

V kategorii hard news a soft news jsme zjistili následující. U Mladé fronty DNES došlo k výraznému poklesu poměrné velikosti hard news v roce 2010 oproti roku 2006. V tuto chvíli bychom byli schopni prohlásit, že existuje výrazná bulvarizační tendence. Náš vzorek ovšem pokračoval ještě další dvě olympiády, kdy se naše poměry postupně vrátily k výraznější převaze hard news. Poměrně bylo sice hard news v roce 2018 méně než v roce 2006, trend posledních tří zkoumaných olympiád ovšem ukazuje zvyšování poměru hard news.

U sport.idnes.cz jsme také zaznamenali propad poměru hard news v roce 2010, avšak všechny ostatní analyzované olympiády tvořily hard news vždy kolem 72 % agendy.

V tomto případě nelze říct, že by alespoň v jednom ze zkoumaných médií došlo k bulvarizaci z hlediska poměru hard news a soft news. Naše hypotéza tak nemůže být potvrzená, v naší práci dochází k jejímu vyvrácení.

VO4 – Jak mění jednotlivé platformy, Mladá fronta DNES a sport.idnes.cz, v období námi analyzovaných olympijských her, důraz na domácí nebo na zahraniční zpravodajství?

- H4 - Více prostoru bude dostávat domácí zpravodajství.

Vývoj poměru domácích a zahraničních zpráv jsme si naznačili v grafech číslo 9 a 10 a díky nim máme možnost odpovědět na výzkumnou otázku.

U Mladé fronty DNES i u sport.idnes.cz dochází ke stejně laděným změnám, ačkoli u Mladé fronty DNES jsou tyto změny důraznější. V hypotéze jsme předpovídali, že obě

analyzovaná média budou mít na konci analyzovaného období větší podíl domácího zpravodajství nežli zahraničního. Tato hypotéza se ukázala jako nepravdivá, a tudíž ji nemůžeme potvrdit. U Mladé fronty DNES, v prvním analyzovaném období, byl poměr domácího zpravodajství na hodnotě téměř 74 %. Už v následujícím sledovaném období došlo k poklesu, který byl korigován vzorkem z roku 2014. V roce 2018 se ovšem opět poměr domácích ku zahraničním snížil, a to k hodnotě 54,5 %.

U sport.idnes.cz nejsou proměny tak dramatické, ale změny mají v daných letech naprosto totožný charakter jako u Mladé fronty DNES. Z původních 77,2 % jsme se v roce 2018 dostali na 60,8 % domácích zpráv.

Odpovědí na výzkumnou otázku tedy je, že se obě analyzovaná média více zaměřují na zahraniční zprávy.

VO5 – Kdo je v jednotlivých letech zdrojem citací a parafrází, kdo je v našem vzorku zdrojem informací?

- H5 – V našem výzkumu se budeme poměrově posouvat od relevantních k méně relevantním zdrojům.

Jak nám ukazuje graf 11 a 12, ani v tomto případě se naše hypotéza nepotvrdila. Ze zmiňovaných grafů je viditelné, že relevantní zdroje dostávají v průběhu let stále více prostoru. Naopak ty nerelevantní dostávají prostoru méně. Na výzkumnou otázku tak lze odpovědět, že v průběhu let se autory citací a parafrází stávali stále častěji samotní aktéři, členové realizačních týmů a managementu a do ústraní se dostávali známí, rodina nebo jiní autoři. I tato kategorie tak neukazuje na to, že by v analyzovaných médiích docházelo k bulvarizaci. Ba právě naopak, dochází, z hlediska této analyzované kategorie, ke zkvalitnění výstupů.

HVO – Jaký je v průběhu olympijských her rozdíl v bulvarizaci témat v tištěné Mladé frontě DNES a internetovém www.sport.idnes.cz, a to v jejich sekcích věnujících se olympijským hrám?

Na závěr si musíme zodpovědět hlavní výzkumnou otázku, jejíž odpověď jsme dostali pomocí zodpovězení předchozích výzkumných otázek. Je nutné říct, že k bulvarizaci, která by

byla znázorněná proměnami ve všech kategoriích, v našem analyzovaném vzorku nedošlo a proměny, které se v naší analýze odehrávají, jsou téměř totožné.

Bulvarizační tendence jsme neobjevili v délce textů, v poměru hard news ku soft news ani u zdrojů citací a parafrází, a to v obou analyzovaných médiích.

Jediná kategorie, u které bychom byli schopni říct, že se projevuje více bulvárně je kategorie domácích a zahraničních zpráv. Opět jsou ovšem změny u obou kategorií totožné, tudíž ani zde nedochází k výrazným proměnám.

Rozdíl je patrný pouze u jedné kategorie, a to u změn poměru mezi sportovními a osobními tématy. U Mladé fronty DNES se hodnoty pohybovaly turbulentně, ale zastavily se na téměř stejné hodnotě, jako byla ta výchozí. U sport.idnes.cz poměr sportovního zpravodajství, sice minimálně, ale klesal kontinuálně. Můžeme tedy mluvit o rozdílu mezi internetovou platformou a tištěným médiem.

8 Závěr

V naší práci jsme se zabývali bulvarizací u dvou médií. Jedno bylo tištěné, Mladá fronta DNES, a jedno bylo internetové, sport.idnes.cz. I přes to, že jsme si vybrali specifickou událost, která jistě nějakým způsobem zkresluje celkový vývoj, jsou výsledky, která nám analýza přinesla, v lecčem překvapivé. Možná bychom očekávali, že proměny se budou, z povahy jednotlivých médií, významně lišit. Tato analýza ukázala, že pokud přichází nějaké tematické změny, doléhají na internetovou žurnalistiku stejně jako na tu tištěnou.

Ačkoli se v různých publikacích hovoří o bulvarizaci jako o významném jevu, a dokonce vznikají publikace, které se zabývají pouze bulvarizací, naše analýza ukázala, že tento jev nelze brát za všudypřítomný.

V této práci jsme se zaměřili na bulvarizaci při sportovní akci velkého mezinárodního významu. Pokud jsme očekávali jasnou ukázkou bulvarizování témat, které nám různé publikace předkládaly, její závěr ukázal, že pravdou je téměř pravý opak. Jedním z kritérií naší analýzy, které bylo použito u výzkumu Uriba s Gunterem i Trampoty s Končelíkem, je poměr hard news a soft news. Ačkoli jeden rok naznačil pokles poměru hard news, oba následující zaznamenaly výrazné stoupání jeho poměru. I tento ukazatel nám tedy znázornil, že bulvarizace nemusí být brána za dogmatickou.

Stejným způsobem jsme narazili i u zdrojů, které nám ukázaly, jak asi při své práci novináři postupují. Stále větší poměr relevantních zdrojů opět ukazuje, že práce se profesionalizuje a rozhodně není v čase bulvárnější.

S výzkumem Trampoty a Končelíka jsme se nesešli ani v tom, co se týče domácího a zahraničního zpravodajství. Z grafů, které jsme vytvořili, je možné zaznamenat, že čtenáři dostávají větší poměr zahraničních zpráv. Zde je ovšem nutné počítat s tím, že vstupuje proměnná úspěšnosti českých sportovců, na kterou počet článků bezpochyby určitě navazuje.

Jediná kategorie, kde se dalo mluvit o jisté konstantnosti, je poměr sportovních a osobních témat. I když došlo k mírnému snížení poměru sportovních témat, v porovnání s ostatními kategoriemi lze říct, že k žádné větší změně nedošlo.

Naše analýza ukázala, kam se dnes přesouvá sportovní žurnalistika. Počet článků nám ukazuje, že se o sportu, co do množství textů, dočteme stále méně. Má to svou logiku, sportovních výsledků a událostí je tolik, že vznikají specializované servery, které informují čtenáře téměř v reálném čase. To nám dokazuje i naše porovnání. U Mladé fronty

DNES jsme v prvním analyzovaném roce, tedy roce 2006, zanalyzovali přes 300 článků. V roce 2018 už to bylo pouze 123. Je to méně než polovina. Sport.idnes.cz ukazuje přesně obrácený trend. Z původních 374 je posun na 486 také markantní. Mohlo by se zdát, že dochází k odsunu z tištěných médií na internet. Kdekdo by si třeba mohl i myslet, že sport by časem mohl ztratit v tištěných médiích místo. Ukazatel délky článků ale ukazuje, že ačkoli článků ubývá, jejich zpracování je stále delší. Mohlo by to znamenat, že čtenáři tištěných titulů sice dostávají méně textů, ale tyto texty jsou stále propracovanější a že sport si svoje místo v nich stále drží.

Výsledek naší analýzy lze tedy shrnout takto. Bulvarizace, která by se projevovala ve všech kategoriích, které jsme zkoumali, se neprokázala ani v jednom z analyzovaných médií. Ve většině těchto kategorií se udál pravý opak, což odkazuje na to, že ve sportovní žurnalistice, jak na internetu, tak v tištěném médiu, dochází spíše k profesionalizaci.

9 Citace

BAUM, A. Matthew. 2002. „Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public.“ *The American Political Science Review* 96, č. 1, 91-109.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Žurnalistika: Úvod do studia*. 1. vydání. Olomouc: Středisko distančního vzdělávání FF UP, 1997. s. 9.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3028-8.

BURTON, Graeme, Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2003. 392 s.

BOSSHART, Louis, Lea, Hellmüller. 2009. „Pervasive Entertainment, Ubiquitous Entertainment.“ *Communication research trends* 28, č. 2, 3-19

COHEN, Bernard C. 1963. *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.

FISKE, John. *Understanding Popular Culture*. London: Routledge, 2004. 206 s. ISBN 13: 978-0-415-07876-4

HÁJEK, Roman. *Bulvarizace a politika: kořeny skepse, důvody pro optimismus*. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Karolinum, 2016, s. 43-50. ISBN 978-80-246-3229-2

HVÍŽDALA, Karel. *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích 2011*. Praha: Portál, 2011, 263 s. ISBN 978-80-7367-851-7.

HVÍŽDALA, Karel. *Bulvár, to není nadávka*. *Ekonomický týdeník EURO*, listopad 2007, roč. 9, č. 43, s. 62. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-bulvar-to-neni-nadavka-dpx-/p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag

JELÍNKOVÁ Tereza, *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. Brno, 2008. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc

JIRÁK, Jan. *Masová média a česká společnost po roce 1989*. In: *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. s. 9–21.

KURTZ, Howard. (1993). *Media circus: the trouble with America's newspapers*. (1st ed., 420 p.) New York: Times Books.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010, 310 s., xxxii s. obr. příl. ISBN 978-80-7367-698-8.

KOUBSKÁ, Libuše (2002): *Bulvarizace seriózních médií v České republice*. Dostupné z: http://www.lipa.cz/case_lipa_XII_koubska.doc

KEEBLE, Richard. 2006. *The newspapers handbook*. th ed. New York: Routledge. 299 s.

- KRIPPENDORF, Klaus. 1980. Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. Beverly Hills (CA): Sage.
- LIPPMANN, Walter. 1990. Public Opinion. New Brunswick: Transaction.
- MCLACHLAN, Shelley. – Golding, P. 2000. Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigation into Changes in British Newspapers 1952 – 1997. In: Sparks, C. – Tulloch, J.: Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards. New York, Oxford: Rowman and Littlefield.
- MCCOMBS, Maxwell E. 2004. Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion. Cambridge: Polity Press.
- MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Čtvrté, rozšířené a přepracované vydání. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MOON, Soo Jung a Patrick HADLEY. Routinizing a New Technology in the Newsroom: Twitter as a News Source in Mainstream Media. Journal of Broadcasting & Electronic Media [online]. 2014, 58(2), 289-305 [cit. 2018-10-24]. DOI: 10.1080/08838151.2014.906435. ISSN 0883-8151. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2014.906435>
- NOSKOVÁ, Věra. Jaké je to být masovým vrahem. In: Co je bulvár, co je bulvarizace. Praha: Karolinum, 2016, s. 77-82. ISBN 978-80-246-3260-5
- OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky. 2. dopl. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002, 240 s. ISBN 8072771086.
- OSVALDOVÁ, Barbora. Bulvarizace a etika v českých médiích. In: Co je bulvár, co je bulvarizace. Praha: Karolinum, 2016, s. 77-82. ISBN 978-80-246-3260-5
- PAVEC, Michal. Vznik a vývoj internetového zpravodajství v Česku na příkladu deníku iDnes.cz. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, IKSŽ, Katedra mediálních studií 2009. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jan Cebe
- POSTMAN, Neil. Ubavit se k smrti. Praha: Mladá fronta, 2010, 208 s. ISBN 978-80-204-2206-4
- Reifová, Irena. (ed.). 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.
- RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003. 226 s.
- RYŠÁNKOVÁ, Irena. Tak kdo je tady novinář? Britské listy [online]. 25. 2. 2009 [cit. 2019-02-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/2009/3/27/art46109.html>>.
- SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Paido, 2006, 410 s, ISBN 80-7315-132-4
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014, 539 s., [4] s. obr. příl. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SPARKS, Colin. – Tulloch, J. 2000. Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards. Lanham, Rowman & Littlefield Publishers.

THUSSU, D., K. 2007. News as Entertainment-the Rise of Global Infotainment. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

TRAMPOTA, Tomáš. (2010). Defining the tabloid: czech perspective. Communication Today. Communication Today, 1(2). Dostupné z: http://www.communicationtoday.sk/wp-content/uploads/CT-2_2010-2.pdf

TRAMPOTA, Tomáš-KONČELÍK, Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In: Making democracy in 20 years. Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wroclaw: Wydawnictwo Uniwersytetu Wroclawskiego, 2011, s. 287-298. ISBN 978-83-229-3184-4.

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

TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 8073670968.

URIBE, Rodrigo. (2004-08-01). Research Note: The Tabloidization of British Tabloids. European Journal of Communication, vol. 19(issue 3), pp. 387-402. DOI: 10.1177/0267323104045265.

ŠVAGROVÁ, Marta. Zvyknout si je nebezpečné. In: Co je bulvár, co je bulvarizace. Praha: Karolinum, 2016, s. 89- 94. ISBN 978-80-246-3260-5

9.1 Online zdroje

BASIC principles of online journalism: A is for Adaptability | Online Journalism Blog. Online Journalism Blog | Comment, analysis and links covering online journalism and online news, citizen journalism, blogging, vlogging, photoblogging, podcasts, vodcasts, interactive storytelling, publishing, Computer Assisted Reporting, User Generated Content, searching and all things internet. [online]. Dostupné z: <https://onlinejournalismblog.com/2008/02/20/basic-principles-of-online-journalism-a-is-for-adaptability/>

ČESKO. Zákon č. 46/2000 Sb. In: Zákony pro lidi.cz [online]. © AION CS 2010-2019 [cit. 25. 2. 2019]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46>

Český rozhlas spustil online zprávy iRozhlas.cz — Médiář. Médiář — Média, marketing, maloobchod [online]. Copyright © News Media 2011 [cit. 25.02.2019]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/cesky-rozhlas-spustil-zpravodajstvi-irozhlas-cz/>

Periodický tisk. ABC ČR [online]. Copyright © 2019 [cit. 20.03.2019]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>

Periodický tisk. ABC ČR [online]. Copyright © 2019 [cit. 25.02.2019]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterYear=2018&filterMonth=6>

9.2 Analyzovaný soubor

Mladá fronta DNES

10.2.2006 – 25.2.2006

12.2.2010 – 27.2.2010

6.2.2014 – 22.2.2014

9.2.2018 – 24.2.2018

Sport.idnes.cz

10.2.2006 – 25.2.2006

12.2.2010 – 27.2.2010

6.2.2014 – 22.2.2014

9.2.2018 – 24.2.2018

10 Seznam grafů

Graf č. 13: Počet článků Mladá fronta DNES)

Graf č. 14: Počet článků (sport.idnes.cz)

Graf č. 15: Průměrná délka článku Mladá fronta DNES (v odstavcích)

Graf č. 16: Průměrná délka článku sport.idnes.cz (v odstavcích)

Graf č. 17: Poměr hard news a soft news Mladá fronta DNES (v %)

Graf č. 18: Poměr hard news a soft news sport.idnes.cz (v %)

Graf č. 19: Poměr sportovních a osobních témat Mladá fronta DNES (v %)

Graf č. 20: Poměr sportovních a osobních témat sport.idnes.cz (v %)

Graf č. 21: Poměr domácích a zahraničních zpráv Mladá fronta DNES (v %)

Graf č. 22: Poměr domácích a zahraničních zpráv sport.idnes.cz (v %)

Graf č. 23: Poměr zdrojů citací a parafrází sport.idnes.cz (v %)

Graf č. 24: Poměr zdrojů citací a parafrází sport.idnes.cz (v %)

10.1 Kódovací arch

(plná verze na příloženém CD) – rozdělení Mladé fronty DNES a sport.idnes.cz dano názvy karty

číslo	rok	datum	titulek	strana	rozsah	hard news soft news	x osobní sportovní	x zdroj informací	domácí zahraniční	x sport

10.2 Kódovací kniha

Zkoumaná jednotka

Kód

Číslo

Číslo článku v analýze

Rok

Analyzovaný rok

2006

2010

2014

2018

Datum

Datum vydání článku

DD.MM

Titulek

Titulek analyzovaného článku

Strana

Číslo strany

Označení sešitu + číslo strany

Číslo strany

Rozsah

Počet odstavců v článku

Reálný počet odstavců

Hard news x Soft news

Hard news

1

Soft news

2

Osobní téma x sportovní téma

Sportovní

1

Osobní

2

Nepatřící ani do jedné kategorie

3

Zdroj informací

Přímý aktér

1

Člen realizačního týmu

2

Management

3

Rodinný příslušník

4

Přátelé

5

Nejmenovaný zdroj

6

Ostatní

7

Domáci x zahraniční

Domáci	1
Zahraniční	2

10.3 Kódovací arch s daty

Pro velký rozměr přiloženo na CD