

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci**

**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**ANALÝZA A KOMPARACE SPORTOVNÍHO  
ZPRAVODAJSTVÍ V POŘADECH BRANKY, BODY,  
VTEŘINY V ČESKÉ TELEVIZI A SPORTOVNÍ NOVINY NA  
NOVĚ**

*Bakalářská diplomová práce*

**David HALBRŠTÁT**

**Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalsová**

Olomouc 2017

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci na téma „*Analýza a komparace sportovního zpravodajství v pořadech Branky, body, vteřiny v České televizi a Sportovní noviny na nově*“ vypracoval samostatně a s použitím uvedené literatury a pramenů. Tato práce (bez příloh a poznámkového aparátu) obsahuje 82 326 znaků.

V Olomouci dne 18. 4. 2017 .....

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucí mé bakalářské práce, Mgr. Věře Bartalosoové, za cenné rady a podnětné připomínky v průběhu psaní práce.

## **ANOTACE**

Práce se zabývá analýzou sportovního zpravodajství v České televizi a v televizi Nova, konkrétně na porovnání hlavních sportovních zpravodajských relací Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin. Pro práci jsme využili kvantitativní obsahovou analýzu. Hlavním cílem je zjistit, jaké sporty jsou ukazovány v těchto pořadech a jak velký prostor dostávají. Relace byly sledovány pět týdnů od 1. 10. 2016 do 4. 11. 2016.

## **ANNOTATION**

This thesis deals with analysis of the sports news broadcasts of Czech Television and TV Nova, specifically with comparison of the major sports news of Branky, body, vteřiny and Sportovní noviny. The method used for the comparison is quantitative content analysis. The main aim is to find out what sports are shown in this news and how big space they get. Reporting sessions were watching for five weeks since 1. 10. 2016 to 4. 11. 2016.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Obsahová analýza, nastolování agendy, sportovní zpravodajství, veřejnoprávní médium, komerční médium, komparace.

## **KEY WORDS**

Content analysis, agenda-setting, sports news, public service television, commercial television, comparison.

# Obsah

Úvod .....	1
1 TEORETICKÁ ČÁST.....	3
1.1 Teoretické přístupy.....	3
1.1.1 Gatekeeping .....	3
1.1.2 Zpravodajské hodnoty .....	5
1.1.3 Agenda-setting .....	6
1.1.4 Sociální konstrukce reality.....	9
1.2 Sport a média .....	10
1.3 Veřejnoprávní a komerční média .....	11
1.3.1 Veřejnoprávní média .....	11
1.3.1.1 Česká televize .....	12
1.3.1.1.1 Branky, body, vteřiny .....	12
1.3.2 Soukromá média.....	13
1.3.2.1 Televize Nova.....	13
1.3.2.1.1 Sportovní noviny .....	13
1.3.2.1.1.1 Borec na konec .....	13
1.4 Předchozí výzkumy prezentace sportů v médiích .....	14
2 ANALYTICKÁ ČÁST.....	15
2.1 Obsahová analýza.....	15
2.2 Téma a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy.....	16
2.3 Vzorek analýzy.....	17
2.4 Jednotky analýzy.....	18
2.5 Operacionalizace .....	18
2.6 Sledované proměnné .....	19
2.7 Výsledky analýzy.....	21
2.7.1 Celková stopáž videí .....	21
2.7.2 Průměrná délka relací.....	21
2.7.3 Počet příspěvků a jejich délka .....	22
2.7.4 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Branek, bodů, vteřin .....	23
2.7.5 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Sportovních novin.....	25
2.7.6 Komparace pořadů Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny podle podílu jednotlivých sportů na vysílání.....	26
2.7.7 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu .....	28

2.7.8	Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u ledního hokeje.....	30
2.7.9	Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u basketbalu .....	31
2.7.10	Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů v Brankách, bodech, vteřinách .....	32
2.7.11	Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů ve Sportovních novinách .....	35
2.8	Vyhodnocení hypotéz.....	37
Závěr	.....	40
3	Seznam literatury .....	42
3.1	Internetové zdroje.....	43
3.2	Analyzovaný soubor .....	44
4	Přílohy.....	45
4.1	Kódovací arch .....	45
4.2	Kódovací kniha.....	45

## Úvod

Sportovní žurnalistika tvoří nedílnou část mediální prostředí. Publikum si u sledování sportu či čtení o něm často oddychne od každodenních problémů a alespoň na okamžik se odreaguje. Malý počet výzkumů v oblasti sportovní žurnalistiky a médiích zaměřených na sport byl podnětem k vypracování této bakalářské práce.

Předkládaná práce se zabývá tematikou hlavních sportovních zpráv na veřejnoprávní stanici Česká televize a komerční televizi Nova. Zaměřuje se především na obsahovou stránku Brank, bodů, vteřin a Sportovních novin a zkoumá, kterým sportům se v těchto relacích věnuje nejvíce prostoru. Sportovní dění v České republice ovládají především dva sporty - fotbal a lední hokej. Předpokládáme, že i z našeho výzkumu vyplyne jejich převaha nad ostatními sporty. V této práci chceme zjistit a pomocí analýzy popsat, jak na tom budou ostatní sportovní odvětví. České televize by ze své veřejnoprávní podstaty měla dávat větší prostor i tzv. menšinovým sportům, které neoslovují takové množství diváků. Sportovní zpravodajství je v televizních stanicích odděleno a bývá řazeno až za klasické televizní zpravodajství, které informuje o všech nejdůležitějších událostech dne.

Cílem této práce je analyzovat dva pořady sportovního zpravodajství. Budeme zkoumat hlavní sportovně-zpravodajskou relaci Branky, body, vteřiny v České televizi a Sportovní noviny v televizi Nova. Tyto pořady jsme vybrali z toho důvodu, že jde o divácky nejsledovanější relace<sup>1</sup> tohoto typu a zároveň můžeme porovnávat veřejnoprávní a komerční televizi. I přes to, že mají obě stanice své vlastní sportovně specializované kanály<sup>2</sup>, hlavní sportovní zprávy vysílají na svých nejsledovanějších a nejstarších kanálech<sup>3</sup> následně po hlavních zpravodajských relacích ve večerních hodinách.

Práce je rozdělena do dvou částí. V první části si představíme obě televize a jejich hlavní sportovní zpravodajské pořady. Zaměříme se v ní také na mediální teorie související se zkoumanou tematikou jako je gatekeeping a sním související zpravodajské hodnoty, agenda-setting a sociální konstruktivismus. V druhé, praktické části, se pomocí metody obsahové analýzy pokusíme porovnat oba pořady. Zaměříme se na to, jaký prostor věnují jednotlivým sportům. Chceme zjistit, jak jdou sporty v relaci za sebou, které sporty dostávají nejčastěji

---

<sup>1</sup> Sledovanost hlavního zpravodajství 1.10.2016:

Česká televize - 806 000 diváků, Nova 1 150 000 diváků, Prima 571 000 Dostupné z: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/statistiky/top-porady/sledovanost-televiznich-poradu-1-10-2016\\_400047.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/statistiky/top-porady/sledovanost-televiznich-poradu-1-10-2016_400047.html) citováno: 20. 1. 2016

<sup>2</sup> Česká televize - ČT Sport, Nova - Nova Sport 1, Nova Sport 2.

<sup>3</sup> Branky, body, vteřiny se vysílají i na zpravodajském kanálu ČT24.

prostor na začátku relace. Také chceme zjistit, kolik je v jedné relaci průměrně příspěvků a jak jsou dlouhé, a také na průměrnou délku celé relace. Pokusíme se také zjistit, jestli veřejnoprávní televize dává prostor a informuje o více sportech než komerční televize.

Analyzovat budeme celkem 35 nahraných relací z každé televize z podzimu roku 2016. Toto období je vybráno záměrně, jelikož už probíhá většina domácích sportovních soutěží i tenisové turnaje.



# 1 TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Teoretické přístupy

### 1.1.1 Gatekeeping

Gatekeeping je jeden z teoretických přístupů ke studiu mediální komunikace, který se zaměřuje na vytváření mediálních obsahů. Gatekeeper<sup>4</sup> je nejčastěji redaktor, editor či šéfredaktor, který rozhoduje o výběru témat a událostí, které se dostanou do médií. Odtud také anglický název gatekeeping - hlídání u brány, gatekeeper - vrátný. Jde tedy o to, která zpráva „projde bránou“.<sup>5</sup>

Jako první se výběrem témat zabýval a pokusil se ho zkoumat americký sociolog David M. White na počátku 50. let 20. století. Zajímalo ho, jak novináři vybírají z velkého počtu potencialních zpráv a podle čeho se rozhodují. Jeho empirická studie *The „Gate Keeper“* je považována za stěžejní práci pro sociologii zpravodajství. White přišel na to, že se editoři rozhodují velmi subjektivně, a že do vydání zpracovali pouze jednu desetinu materiálu od tiskových agentur.<sup>6</sup>

Další výzkumy však ukázaly, že i když se editoři rozhodují subjektivně, často se shodují ve výběru zpráv a postupují přitom obdobně. Používají tzv. mediální rutiny. Jde o zavedené pracovní postupy, které usnadňují práci novináře a pomáhají mu vytvářet texty rychleji. *Rutiny jako pravidelné vzorce jednání zpravodajských organizací usnadňují kontrolu toku práce a umožňují zpracovávat v krátkém časovém horizontu nečekané události.*<sup>7</sup> S postupem času bylo také jasné, že o tom, jak bude zpráva vypadat, nerozhoduje pouze jeden „dveřník“, ale několik osob, ať už redaktorů, editorů či šéfredaktorů.<sup>8</sup>

Podle McQuaila<sup>9</sup> existují tři hlavní faktory, které ovlivňují konečný výběr zpráv - *lidé, místo a čas*, a pak také přitažlivost pro diváky. Pokud se ve zprávě objeví známá osobnost, očekává se větší zájem publika.<sup>10</sup> Výpovědi politiků a celebrit často přikládají informaci větší věrohodnost. *[...] značný díl shromažďování zpráv se točí kolem lidí, zvláště proto, že lidé*

---

<sup>4</sup> Tento termín poprvé použil Kurt Lewin, který krátce po druhé světové válce zkoumal, jak se rodiny rozhodují při nákupu potravin, a jak tyto rozhodovací procesy v rodinách probíhají. Trampota, 2006: 40

<sup>5</sup> Reiffová, 2004: 70

<sup>6</sup> White, 1950: 389

<sup>7</sup> Trampota, 2006: 55

<sup>8</sup> Trampota, 2006: 47

<sup>9</sup> McQuail, 2007: 322

<sup>10</sup> Viz dále kapitola Zpravodajské hodnoty: Vztah k elitním osobám. (str. 6)

jsou daleko běžněji k dispozici než události a umějí mluvit.<sup>11</sup> Dalším faktorem je blízkost místa, kde se událost odehrála, předpokládanému publiku. Zde se střetáváme s jednou ze zpravodajských hodnot podle Waltera Lippmana, kterou je prostorová blízkost.<sup>12</sup> Časovost je možná vůbec nejdůležitějším faktorem, protože na aktuálnost a na co nejrychlejší podání zprávy jsou v dnešním zpravodajství kladeny velké nároky.<sup>13</sup>

Naopak Shoemakerová s Reesem<sup>14</sup> uvádějí pět úrovní vlivů na vytváření mediálního obsahu, které působí na „gatekeepera“.

1. Individuální úroveň. - Na této úrovni jde o redaktorovy představy o tom, co je zpráva a co není, jeho vnímání role a profese.

2. Vliv mediální rutiny. - Redaktoři tvoří zprávy podle předem daných pravidel. Díky tomu jsou média předvídatelná.

3. Úroveň organizace - Jde o vlivy dané podle druhu média a podle toho jak je mediální organizace strukturovaná. V mediální organizaci se odlišuje hraniční a vnitřní gatekeeperi. *„Hraniční mají moc ovlivňovat a usměrňovat, které informace přicházejí do organizace a které ji opouštějí vřazené do produktu nabízeného spotřebitelům. [...] Interní gatekeeperi nejvíce ovlivňují tvarování sdělení, které jsou již jednou vpuštěna do organizace.“*<sup>15</sup>

4. Extramediální úroveň. - Vlivy vně médií - ekonomika, politika.

5. Ideologická úroveň. - Jde o prosazování vládnoucí ideologie.

Pro náš výzkum jsou gatekeeperi důležití z hlediska toho, že určují, které zprávy a informace se do sportovně-zpravodajských relací dostanou. Nejdůležitějším faktorem ovlivňujícím výběr sportovních témat v televizích provozovaných v České republice je národnostní hledisko. Zprávy o českých sportovcích a jejich úspěších dostávají ve zpravodajství více prostoru. Faktor blízkosti místa je ve sportovním zpravodajství zřejmý. Zprávy z domácích soutěží mají přednost před zahraničními ligami. Výjimkou je nadprůměrný výkon českého sportovce v zahraničí, ten potom dostává přednost, čímž se

---

<sup>11</sup> McQuail, 2007: 322

<sup>12</sup> Viz dále kapitola Zpravodajské hodnoty (str. 6)

<sup>13</sup> Především online média se snaží, o co nejrychlejší podání zpráv na internet a to ovlivňuje, jakým způsobem se o události referuje.

<sup>14</sup> Shoemakerová a Reese, 1996: 60

<sup>15</sup> Trampota, 2006: 45

vracíme k prvnímu faktoru národnostního hlediska. Faktor přitažlivosti pro diváky dává větší prostor oblíbeným sportům jako je fotbal a lední hokej, a sportům, v nichž se českým sportovcům aktuálně daří, protože v televizi se zobrazují spíše úspěchy než neúspěchy českých sportovců.

Česká televize se při výběru témat musí držet svého Kodexu<sup>16</sup>. Má tedy předem dané vzorce, podle kterých nasazuje jednotlivé sporty. *Prostor věnovaný v programu jednotlivým sportovním odvětvím odpovídá zájmu veřejnosti, který se odvíjí také od počtu oficiálně registrovaných sportovců daného odvětví v České republice. Česká televize však přiměřeně programovým možnostem neopomíjí ani dění v tzv. menšinových sportech.*<sup>17</sup>

### 1.1.2 Zpravodajské hodnoty

S teorií gatekeepingu úzce souvisí koncept zpravodajských hodnot, což jsou pravidla nebo faktory, kterými se novináři řídí při výběru témat a zpráv. *Zpravodajské hodnoty označují soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování.*<sup>18</sup> Podle Kunczika<sup>19</sup> je hodnota zprávy intuitivní domněnka žurnalistů o tom, co dané publikum zajímá, co vzbudí jeho pozornosti.

Jako první použil pojem zpravodajská hodnota (anglicky news value) Walter Lippman<sup>20</sup> v roce 1922 ve své publikaci *Public Opinion*. Pokusil se vysvětlit, co novináři při selekci propouštějí do zpravodajství a jak postupují. Definoval tím pět zpravodajských hodnot - jednoznačnost, překvapení, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt.<sup>21</sup>

S první analýzou zpravodajských hodnot přišli až v polovině šedesátých let 20. století norští analytici Johan Galtung a Marie Rugeová<sup>22</sup>, kteří rozlišili dvanáct faktorů, které ovlivňují to, jak se z události stane zpráva. Čím více faktorů se pak sejde u jedné události, tím vyšší je pravděpodobnost, že se z ní stane zpráva. Mezi faktory řadí frekvenci, což je časové

---

<sup>16</sup> Kodex České televize byl schválen Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky 2. července 2003. Má stanovit zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání závazně pro Českou televizi a její pracovníky. Sportovní vysílání je pak konkrétně popsáno v Článku 12.

<sup>17</sup> Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-12-sportovni-vysilani/>, citováno dne 20.1.2017

<sup>18</sup> Burton a Jiráček, 2001: 240

<sup>19</sup> Kunczík, 1995: 119

<sup>20</sup> Walter Lippman (1889-1974) byl americký novinář a filozof žijící v New Yorku. Filozofii vystudoval na Harvardské univerzitě. Byl poradcem prezidenta Spojených států amerických W. Wilsona a později komentátorem New York Herald Tribune. Dvakrát získal Pulitzerovu cenu.

<sup>21</sup> Jiráček a Köpplová, 2007: 77

<sup>22</sup> Galtung a Ruge, 1965: 64

rozpětí, které událost potřebuje ke svému rozvoji. Událost musí překonat určitý práh pozornosti. Čím intenzivnější je, tím je větší pravděpodobnost, že o ní bude podaná zpráva. Dalšími faktory jsou jednoznačnost a význam události. Čím jednoznačnější a pochopitelnější událost bude, tím má větší šanci dostat se do zpravodajství. Faktor souznění je spojen s očekáváním publika. Pokud ho událost splňuje, snadněji se stane zprávou. Opakem souznění je pak faktor překvapení, který upřednostňuje vzácnost a neočekávanost události. Pokud se událost už dostala do zpravodajství, informuje se o ní většinou i nadále - jde o kontinuitu.<sup>23</sup>

Zpravodajství se snaží být vyvážené a nepodávat neustále informace jen z jedné oblasti, proto je dalším faktorem variace. Důležitý je také vztah k elitním národům a elitním osobám. Události s významnými osobnostmi mají vysokou zpravodajskou hodnotu, protože mají větší dosah. Personalizace zpráv zvyšuje zpravodajskou hodnotu a konkretizuje událost. A také platí - čím je událost negativnější, tím spíše se stane zprávou.<sup>24</sup>

Podle Burnsové<sup>25</sup> rozhodnutí novinářů závisí také na tom, z kolika zpráv si mohou vybírat. Zpravodajské hodnoty tedy závisejí především na úsudku novináře. Autorka uvádí sedm základních zpravodajských hodnot - dopad, časový rozměr, blízkost, konflikt, naléhavost, novost a relativitu. *Relativita je nejsložitější a nejsubjektivnější zpravodajskou hodnotou. Někdy není článek uveřejněn, přestože splňuje všechna kritéria kladená na zprávu.*<sup>26</sup> Je ovlivněna také tím, pro jaký typ sdělovacího prostředku novinář pracuje. Některé události jsou vhodnější pro televizi, ale v tištěných novinách by neměly takový význam a naopak. Nad tabulkami a grafy v novinách můžeme strávit času, kolik chceme, ale v televizi máme omezený časový prostor.<sup>27</sup>

### 1.1.3 Agenda-setting

*Nastolování agendy představuje mocný a rozšířený účinek masové komunikace, který je výsledkem specifického obsahu masových médií.*<sup>28</sup>

Teorie agenda-setting nebo také nastolování agendy se zabývá vlivem médií na to, jak lidé uvažují o událostech, které zprávy považují za důležité, a o kterých otázkách se mluví ve

---

<sup>23</sup> Kunczik, 1995: 122

<sup>24</sup> Tamtéž

<sup>25</sup> Burns, 2004: 63

<sup>26</sup> Burns, 2004: 64

<sup>27</sup> Tamtéž

<sup>28</sup> McCombs, 2009: 69

společnosti. *Agenda-setting* naznačuje, že masová média předem určují, které otázky budou v dané době pokládány za obzvláště důležité.<sup>29</sup> Zpravodajská média ukazují veřejnosti, které události, konflikty a otázky jsou nejdůležitější a to souvisí s tím, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální problémy.<sup>30</sup>

S myšlenkou nastolování agendy pracoval výše zmíněný Walter Lippman<sup>31</sup> ve dvacátých letech dvacátého století. Ačkoli toto označení sám ještě nepoužil, zkoumal, jak zpravodajská média ovlivňují veřejné mínění v okolním prostředí.<sup>32</sup>

Výraz *agenda-setting* poprvé použili až o padesát let později ve své práci Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw<sup>33</sup>. Zaměřili se na výzkum vlivu médií na nerozhodnuté voliče před prezidentskými volbami v USA<sup>34</sup>. Srovnávali postoj voličů v průběhu tří týdnů ve vztahu k mediálním sdělením souvisejícími s volbami. Jejich výzkum prokázal téměř dokonalou shodu mezi tématy v médiích a uváděnými tématy nerozhodnutých voličů. McCombs a Shaw vyvodili, že masová média nastolují veřejnosti její agendu.<sup>35</sup> Z jejich výzkumu vyplynulo, že *teorie agenda-setting predikuje vysokou pozitivní korelaci mezi mediální agendou a následnou agendou veřejnou.*<sup>36</sup>

Během dalších výzkumu ve dvacátém století se postupně zjišťovalo, že o prosazení tématu do veřejné agendy nerozhoduje ani tak četnost jeho výskytu, ale spíše tzv. *zarámování - způsob jeho zpracování, nabídnutá interpretace a dobový společenský, politický a kulturní kontext.*<sup>37</sup> Jedním z prostředků rámcování, které budou pro naši práci důležité, je řazení zpráv, které signalizuje důležitost zpráv.<sup>38</sup>

McCombs<sup>39</sup> přirovnává vztah mezi agendou masových médií a ostatními agendami k cibuli. Tato metafora vysvětluje, jaké vlivy se v různých vrstvách podílejí na tvorbě mediální agendy, která leží uvnitř cibule. Na povrchu se nachází vnější zpravodajské zdroje. McCombs uvádí jako příklad prezidenta Spojených států nebo třeba běžné aktivity public relations. V

---

<sup>29</sup> Kunczik, 1995: 198

<sup>30</sup> McQuail, 2007: 527

<sup>31</sup> Viz kapitola Gatekeeping (str. 4) a kapitola Zpravodajské hodnoty (str. 5)

<sup>32</sup> McCombs, 2009: 28

<sup>33</sup> Oba byli v té době učitelé žurnalistiky na Univerzitě v Severní Karolině ve městě Chapel Hill. Dostupné z: ([https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541\\_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf](https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf))

<sup>34</sup> Jednalo o prezidentské volby v roce 1968, které následně vyhrál Richard Nixon.

<sup>35</sup> Jiráková a Köpplová, 2007: 182

<sup>36</sup> McCombs, 2009: 36

<sup>37</sup> Jiráková a Köpplová, 2007: 182

<sup>38</sup> Jiráková a Köpplová, 2007: 181

<sup>39</sup> McCombs, 2009: 148

oblasti sportu to jsou samotní sportovci nebo tiskové zprávy. V další vrstvě se nachází jev, který se označuje jako intermediální nastolování agendy. Jde o vzájemný vliv mezi různými masovými médii. V této fázi mají velký vliv na utváření mediální agendy především tiskové agentury, které dávají k dispozici zpravodajství a to média přebírají. *Elitní zpravodajská média často uplatňují výrazný vliv na agendu ostatních zpravodajských médií.*<sup>40</sup>

Novináři si také sledováním ostatních zpráv a práce kolegů u konkurence, ověřují, jak sami pracují. Výsledkem této praxe je velké množství opakovaného a shodujícího se zpravodajství. Dochází také k případům, kdy zábavní média nastolují agendu zpravodajských médií. Nejbližše středu se pak v McCombsově cibuli nachází zpravodajské normy a tradice, které určují základní pravidla konečného utváření mediální agendy.<sup>41</sup> Tato problematika úzce souvisí s výše zmíněným gatekeepingem. Ten však klade důraz na psychologické vlastnosti gatekeepera, který zprávy vybírá. Naproti tomu teorie agenda-setting se více zaměřuje na sociologický aspekt této činnosti.<sup>42</sup>

Agenda-setting se skládá ze dvou stupňů. Na prvním stupni<sup>43</sup> leží otázka, jaké téma je významné (agenda objektů). Zkoumá se zde, jak média lidem říkají, o čem mají přemýšlet, a jak samotná veřejnost tuto agendu vnímá. Na druhém stupni už média předkládají i to, jak o tom má veřejnost přemýšlet, který z atributů a vlastností má přednost (agenda atributů).<sup>44</sup> *[...] to vede k úvaze, pokud nám média říkají, o čem přemýšlet a zároveň, jak o tom přemýšlet, zda skutečně do velké míry vlastně neurčují, co si myslíme.*<sup>45</sup>

S agendou-setting úzce souvisí tzv. lavinový účinek, což je schopnost médií vytvořit pomocí výběru a uspořádání informací falešnou představu o realitě, která je publikem přijatá a ovlivní jeho postoje.<sup>46</sup> *Lavinový účinek v zásadě potvrzuje hypotézu, že se média významně podílejí na konstruování sociální reality.*<sup>47</sup>

---

<sup>40</sup> McCombs, 2009: 165

<sup>41</sup> McCombs, 2009: 149

<sup>42</sup> McCombs, 2009: 167

<sup>43</sup> Pro tuto práci je stěžejní právě první stupeň nastolování agendy, protože budeme zkoumat, jakým sportům se dává v televizním zpravodajství prostor, a jak velký tento prostor je. Ale nebudeme analyzovat to, jak se o jednotlivých událostech referuje, a jak je média divákům předkládají.

<sup>44</sup> Červenka, 2008: 29

<sup>45</sup> Tamtéž

<sup>46</sup> Jiráková a Köpplová, 2007: 182

<sup>47</sup> Tamtéž

#### 1.1.4 Sociální konstrukce reality

*Mediální realita znamená onen obraz světa, který pro recipienta vznikl na základě kritérií žurnalistického výběru zpráv.*<sup>48</sup>

Kořeny sociálního konstruktivismu sahají až Blumerově symbolickému interakcionismu nebo fenomenologii Schütze. Jde o představu společnosti, která působí na jednotlivce. Základní myšlenkou teorie sociálního konstruktivismu, kterou ve své knize *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění* publikovali Peter L. Berger<sup>49</sup> a Thomas Luckmann<sup>50</sup>, je teze, že společnost je výtvozem člověka, společnost je objektivní realitou a člověk je výtvozem společnosti.<sup>51</sup>

Oba autoři svoji myšlenku sociálně vytvářené reality představili v šedesátých letech minulého století. Jejím základem je orientace aktérů ve světě postavená na třech vzájemně propojených procesech: externalizace, objektivizace a internalizace, které tvoří neustále probíhající proces institucionální reprodukce světa. Svět má původ v našich myšlenkách a naše jednání ho udržuje reálným. Důležité jsou především sociální interakce jedinců a jazyk, jehož prostřednictvím se ve většině případů odehrávají. Jazyk zde přebírá roli zprostředkovatele konstruování reality a jeho prostřednictvím můžeme dospět k porozumění.<sup>52</sup>

Vzorovým příkladem sociální interakce je setkání s ostatními tváří v tvář a od něho se odvozují její další typy. Toto setkání je součástí reality každodenního života a jako taková je nejvýraznější a nejpřesvědčivější. I zde hraje velkou roli komunikace respektive jazyk. Subjektivita mého protějšku je zde dostupná prostřednictvím co největšího počtu projevů.<sup>53</sup> *Žádná jiná forma sociálního kontaktu nemůže dát vzniknout takovému množství projevů subjektivitu.*<sup>54</sup>

Jedním z hlavních konstruktérů sociální reality jsou právě média. Ta jsou schopna výrazně ovlivňovat myšlení jedince a následně i společnost. Ovlivňují představy lidí o skutečnosti. V případě konstruování reality médii už však nejde o interakci, protože většina

---

<sup>48</sup> Kunczik, 1995: 125

<sup>49</sup> Peter L. Berger (\*1929) je americký sociolog, který se narodil ve Vídni a po druhé světové válce emigroval do USA. Od roku 1958 působí jako profesor na Bostonské univerzitě. Zajímavostí je, že na konci 50. let minulého století také působil na Severokarolínské univerzitě v Chapel Hill.

<sup>50</sup> Thomas Luckmann (1927-2016) byl profesor sociologie na Univerzitě v Kostnici v Německu.

<sup>51</sup> Berger a Luckmann, 1999: 34

<sup>52</sup> Sedláková, 2007: 26

<sup>53</sup> Berger a Luckmann, 1999: 34

<sup>54</sup> Tamtéž

příjemců není do vytváření reality zahrnuta.<sup>55</sup> *Média jsou hlasatele selektivního a předpojatého pohledu na skutečnost.*<sup>56</sup> Mediální teoretikové se shodují, že zobrazení skutečnosti ve zpravodajství je výběrový konstrukt vytvořený z částí konkrétních informací a pozorování. Masová média tímto způsobem vytvářejí konstrukci rozsáhlejšího zobrazení skutečnosti a nemohou objektivně informovat o společenské realitě, protože všechna fakta jsou pouze interpretace.<sup>57</sup>

## 1.2 Sport a média

Sport získává v médiích stále větší prostor. V televizi bývá preferován, protože nabízí krásné obrázky a přináší velkou sledovanost. Z toho důvodu vznikají specializované sportovní televizní kanály, které nabízejí sportovní přenosy v průběhu celého dne. Kolegové z ostatních odvětví dlouho nebrali, a někteří stále neberou, sportovní novináře vážně. Podle nich není sport nic jiného než zábava ve srovnání s ostatními oblastmi jako je politika, vzdělání, zdravotnictví nebo například věda. Na druhou stranu sportovní reportér Michael Shapiro dodává, že se ve sportu odráží celá společnost a v tom je jeho důležitost. Může nabízet nekonečnou sérii bojů a soutěží, které nám prozrazují mnoho o lidském bytí.<sup>58</sup>

Sport se za posledních třicet let velmi zkomercializoval a to především vznikem soukromých stanic. Pokud chtějí televize veřejnoprávních médií vysílat přenosy ze sportovních akcí, musí vést cenové „války“ o vysílací licence se soukromými televizemi. Jak uvádí Ruß-Mohl<sup>59</sup>, sport se tak stal i politickým tématem. Německý kancléř na začátku tisíciletí slíbil sport na veřejnoprávních televizích, ale Němci budou muset platit nadsazené koncesionářské poplatky.

V současnosti je televizní přímý přenos nejdůležitějším a nejrozšířenějším způsobem prezentace sportu, protože takto oslovuje největší počet recipientů. Technické prostředky se často v mediálním průmyslu utvářejí právě ve sportu<sup>60</sup> a momentálně dosahují kvalit hraného filmu. Televizní kamery nám nabízejí pohled ze všech úhlů pohledu. Komentátor někdy

---

<sup>55</sup> McQuail, 2007: 113

<sup>56</sup> McQuail, 2007: 114

<sup>57</sup> Tamtéž

<sup>58</sup> Ruß-Mohl, 2005: 176

<sup>59</sup> Tamtéž

<sup>60</sup> První přímý přenos rozhlasu i televize byl ze sportovní události.



nemusí ani nic říkat, protože přenosy jsou udělané tak, že se dají sledovat prakticky bez zvuku.<sup>61</sup>

Ruß-Mohl<sup>62</sup> uvádí studii Uliho Gleicha, který sestavil hlavní body kritiky sportovního zpravodajství. Podle něj se televize zaměřuje pouze na několik populárních sportů (v Německu - fotbal, Formule 1 a pod.). Zpravodajství je orientováno na událost a výsledek a nezaobírá se sportem kriticky a nevěnuje se problému jako je komercializace, vliv ekonomiky, doping nebo společenská úloha, kterou sport plní. Kritizuje také opomíjení a legitimizaci nečisté hry nebo tvrdosti („fěrový faul“) a omlouvání hříšníků. Média také ovlivňují sport a mají moc ho měnit. Sporty upravují prostředí tak, aby bylo vhodné pro televizní kamery. Příkladem může být nápad obarvit ledovou plochu při ledním hokeji na modro, aby byl puk při televizním vysílání lépe vidět.

### 1.3 Veřejnoprávní a komerční média

Abychom si mohli představit televize, jejichž pořady budeme zkoumat, musíme si nejdříve vysvětlit, jaké jsou rozdíly mezi veřejnoprávním a komerčním médiem.

V České republice existuje tzv. duální systém. To znamená, že tu vedle sebe v oblasti rozhlasového a televizního vysílání existují média, jejichž vysílání zajišťuje stát - veřejnoprávní média a ta, kterým byla přidělena licence - soukromá nebo také komerční média.<sup>63</sup> *Vlastnictví médií je také vnímáno jako jeden z možných zdrojů vlivu na obsah.*<sup>64</sup>

#### 1.3.1 Veřejnoprávní média

Veřejnoprávní média nebo také média veřejné služby jsou zřízena zákonem. Jde o sdělovací prostředek, který získává finanční prostředky převážně z koncesionářských poplatků a někdy i z přesně definovaného množství inzerce či státní dotace.<sup>65</sup> Koncesionářské poplatky se platí za užívání rozhlasových či televizních přijímačů a nezáleží na tom, kterou stanicí uživatel sleduje. Výši poplatku určují zákony a vybírá je Česká pošta. Tento zdroj financí by měl docílit toho, že budou veřejnoprávní média více nezávislá na komerčních

---

<sup>61</sup> Děkanovský, 2008: 63

<sup>62</sup> Ruß-Mohl, 2005: 178

<sup>63</sup> Burton a Jiráček, 2001: 97

<sup>64</sup> Reiffová, 2004: 313

<sup>65</sup> Hvižďala, 2003: 236

ziscích.<sup>66</sup> Hvižd'ala<sup>67</sup> uvádí zásady veřejnoprávního média. Podle něj by mělo být nezávislé na politických uskupeních a mělo by být neutrální, objektivní a vyvážené. Mělo by mít svůj etický kodex a kodex novináře. V České republice jsou dvě média tohoto typu - Česká televize a Český rozhlas.

### 1.3.1.1 Česká televize

Česká televize vznikla k 1. 1. 1992 podle zákona o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb.) jako televizní služba veřejnosti České republiky. Jde o jedinou veřejnoprávní televizi v České republice. Momentálně provozuje šest vysílacích programů - ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport, ČT :D, ČT art. Jejím generálním ředitelem je od roku 2011 Petr Dvořák<sup>68, 69</sup>

#### 1.3.1.1.1 Branky, body, vteřiny

Pořad Branky, body, vteřiny je hlavní sportovně-zpravodajskou relací ve veřejnoprávní televizi Česká televize. Jde o nejstarší cyklický pořad Československé resp. České televize. 11. března roku 1956 odvysílala skupina nadšenců pod vedením Miroslava Hladkého, Víta Holubce a Radoslav Siváček první ucelené sportovní zpravodajství a začala se psát historie Branek, bodů, vteřin. Pořad změnil svůj název v roce 1980 na Branky, body, sekundy<sup>70</sup>, ale o deset let později se vrátil k původnímu názvu. Až do poloviny devadesátých let minulého století se vysílaly pouze o víkendu. V září roku 1995 se Branky, body, vteřiny připojily k hlavní relaci Události. Od tohoto spojení využívaly společné studio a společné grafické prvky a poprvé se objevily tzv. headliny<sup>71</sup> v úvodu pořadu.

Vysílá se na programech ČT1 a ČT24 od 19:50 po hlavní zpravodajské relaci Události a o víkendu od 19:45. Současnými moderátory pořadu jsou Stanislav Bartůšek, Vojtěch Bernatský, Barbora Černošková, Jan Smetana a Petr Vichnar.<sup>72</sup>

---

<sup>66</sup> Burton a Jiráček, 2001:98

<sup>67</sup> Hvižd'ala, 2003: 238

<sup>68</sup> V letech 2003-2010 byl generálním ředitelem televize Nova.

<sup>69</sup> Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/vznik-a-prvni-kroky>, citováno dne 22. 1. 2017

<sup>70</sup> Státní a politické instituce vedly tlak na to, aby se změnil název, protože vteřina je úhlová jednotka.

<sup>71</sup> Tři upoutávky na hlavní zprávy dne.

<sup>72</sup> Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let/> citováno dne 7. 2. 2017

## 1.3.2 Soukromá média

Soukromá média jsou zřízená jako soukromé společnosti. Nemusí však fungovat jako komerční, ale mohou být neziskové s podporou nějakých nadací. Pro nás bude důležitý pojem komerční médium, jehož hlavním zdrojem financí je výnos z reklamy.<sup>73</sup> Tato média získávají od státu licenci na vysílání, což je oprávnění k provozování rozhlasového a televizního vysílání<sup>74</sup>. Snaží se o pobavení diváků a jejich hlavním cílem je sledovanost a co největší finanční zisk.

### 1.3.2.1 Televize Nova

Televize Nova je první českou komerční televizní stanicí. Její vysílání bylo zahájeno 4. února 1994. Zakladatelem Novy je Vladimír Železný, který byl až do roku 2003 jejím generálním ředitelem. Současným ředitelem je Christoph Mainusch. Jde o nesledovanější televizi v České republice. Vlastníkem vysílacích práv všech kanálů Nova Group<sup>75</sup> je česká vysílací společnost TV Nova s. r. o.<sup>76</sup>, jejímž majitelem je společnost CME (Central European Media Enterprises).<sup>77</sup>

#### 1.3.2.1.1 Sportovní noviny

Pořad Sportovní noviny je hlavní sportovně-zpravodajskou relací komerční televize Nova. Pořad se začal vysílat hned první den vysílání televize Nova v únoru 1994 s moderátorem Pavlem Pouličkem. Společně s hlavní relací Televizní noviny je dlouhodobě nejsledovanějším zpravodajským pořadem v České republice. Sportovní noviny jsou součástí bloku Televizní noviny, Sportovní noviny a Počasí. Začínají v čase mezi 20:11 a 20:13. Současnými moderátory SN jsou Martin Čermák, Petr Plintovič, Inna Puhajková, Štěpán Sokol, Petr Suchoň a Jaromír Vlček.

##### 1.3.2.1.1.1 Borec na konec

Charakteristickým rysem Sportovních novin je rubrika Borec na konec, která se objevuje v závěru tohoto pořadu. Jde o zábavné podání zprávy. Často se v této rubrice objevují kuriozity, neočekávané události ve světě sportu, nestandardní výkony sportovců.

---

<sup>73</sup> Reiffová, 2004: 137

<sup>74</sup> Rozehnal, 2004: 58

<sup>75</sup> Nova group - Nova, Nova Cinema, Nova Action, Nova 2, Nova Gold, Nova Sport 1, Nova Sport 2, Nova International.

<sup>76</sup> Dříve CET 21. 1. 4. 2017 došlo k přejmenování.

<sup>77</sup> Dostupné z: <http://pressweb.nova.cz/clanek/tiskovezpravy/tv-nova-slavi-20-let-od-sveho-vzniku.html>, citováno dne 30. 1. 2017

Pořad míří na emoce diváka a oceňuje danou zprávu palcem nahoru nebo dolů, podle toho jestli danou událost pokládá za úspěšnou či neúspěšnou.

## 1.4 Předchozí výzkumy prezentace sportů v médiích

Výzkumy sportovního zpravodajství a celkového prostoru, který se sportům v médiích dostává, nejsou běžné. Česká televize si je například nechává dělat pro interní záležitosti a vlastní potřeby. Jedná z mála institucí, která se podobnými tématy zabývá je Fakulta tělesné výchovy a sportu na Univerzitě Karlově v Praze.

V letech 1999-2003 zde prováděli výzkum Popularita sportů u české veřejnosti versus jejich prezentace v masmédiích<sup>78</sup>. Výzkum měl tři části - zjistit oblíbenost sportů u české veřejnosti<sup>79</sup>, výzkum prezentace v denním tisku a na televizních stanicích. Pro naši práci je důležitá třetí část, tedy prezentace sportů ve sportovním zpravodajství v hlavní relaci jednotlivých televizí.

Autoři pomocí obsahové analýzy zjišťovali, které sporty mají největší zastoupení na třech nejsledovanějších televizních kanálech<sup>80</sup>, zjišťovali časovou délku (délka stopáže) jednotlivých sportovních reportáží, celkový čas věnovaný sportům a jejich pořadí. Ze závěrů výzkumu vyvodili tři skupiny sportů v závislosti na jejich zastoupení v médiích. V první skupině jsou pro veřejnost i masmédiá v České republice nejpřitažlivější sporty - fotbal a lední hokej. Ve výsledcích výzkumu má fotbal 35,5% zastoupení na sportovním televizním vysílání. Lední hokej zabírá 20%. Ve druhé skupině s rozmezím mezi 1-10% figuruje jedenáct sportů<sup>81</sup> a především tenis v tomto výzkumu balancuje na hraně první a druhé skupiny. Třetí skupina tvoří 0,99% a méně z času ve sportovním vysílání. Jedná se přibližně o další padesátku sportů, z nichž se do popředí dostává například snowboarding nebo florbal.

Ačkoliv jde o marketingově zaměřený výzkum, je v něm použita metoda obsahové analýzy stejně jako tomu je i v této práci.

---

<sup>78</sup> Dostupné z:

[https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi3pa6l\\_6rTAhVHZCwKHTlqDOQQFggiMAA&url=http%3A%2F%2Fweb.ftvs.cuni.cz%2Feknihy%2Fsborniky%2F2003-11-20%2Frtf%2F04-011%2520-%2520Caslavovva4-e.doc.rtf&usg=AFQjCNHaPmVXwoHZguXyB2MmlV34I6xdZw&sig2=XQ9K0m9f3ReRGrqWnfl2\\_w&bvm=bv.152479541,d.bGg](https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi3pa6l_6rTAhVHZCwKHTlqDOQQFggiMAA&url=http%3A%2F%2Fweb.ftvs.cuni.cz%2Feknihy%2Fsborniky%2F2003-11-20%2Frtf%2F04-011%2520-%2520Caslavovva4-e.doc.rtf&usg=AFQjCNHaPmVXwoHZguXyB2MmlV34I6xdZw&sig2=XQ9K0m9f3ReRGrqWnfl2_w&bvm=bv.152479541,d.bGg)

<sup>79</sup> Popularita sportů byla zjišťována prostřednictvím veřejného průzkumu.

<sup>80</sup> ČT1, Nova a Prima

<sup>81</sup> Tenis, cyklistika, atletika, lyžování, basketbal, kanoistika, plavání, volejbal, házená, triatlon a jezdeckví (řazeno podle získaného prostoru stejně jako ve výzkumu).

## 2 ANALYTICKÁ ČÁST

### 2.1 Obsahová analýza

Pro náš výzkum jsme vybrali metodu obsahové analýzy, která se tradičně používá ke zkoumání mediálních obsahů. Tato metoda poskytuje objektivní výsledky výzkumů nezávisle na výzkumníkovi, který ji provádí. U obsahové analýzy je vysoký stupeň ověřitelnosti, protože všechny kroky ve výzkumu jsou předem stanoveny podle určitých pravidel. Každý, kdo se pokusí výzkum opakovat a bude postupovat podle shodné metodiky, by měl dojít k totožným výsledkům práce.<sup>82</sup>

Za otce obsahové analýzy je považován americký sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson, který ji v padesátých letech minulého století vymezil jako *kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace*.<sup>83</sup> Obsahové analýzy se prováděly už v 19. století<sup>84</sup>, ale až Berelson tuto techniku metodologicky ukotvil.<sup>85</sup>

Přehledný postup základních kroků při tvorbě obsahové analýzy ve své knize popisují Trampota a Vojtěchovská<sup>86</sup>. Nejprve si musíme stanovit jasný cíl našeho zkoumání a podle něj formulovat výzkumné otázky nebo hypotézy. V další části si zvolíme médium a mediální obsahy, které budeme zkoumat a v závislosti na tom určíme vzorek zkoumání. Následně vybereme a definujeme jednotky měření, což je nejmenší prvek analýzy, kterého si budeme všimnout. Na jednotce měření budeme sledovat (kódovat) předem zvolené proměnné. Ty sledujeme pomocí stanoveného manuálu - kódovací knihy. Po dokončení kódování přichází na řadu zpracování dat a jejich interpretace pomocí grafů a tabulek.

Ačkoli se zdá, že obsahová analýza je objektivní, její kritici mají jiný názor. Zastánci sémiotického pojetí komunikace tvrdí, že *výsledek obsahové analýzy je jen specifický způsob interpretace sdělení výzkumníkem, a němž nelze říci, zda či do jaké míry se překrývá s tím, jak mu rozumí ostatní příjemci*.<sup>87</sup>

---

<sup>82</sup> Trampota, Vojtěchovská, 2010: 103

<sup>83</sup> Sedláková, 2014: 291

<sup>84</sup> Nejznámější je srovnání vydání čtyř newyorských novin z roku 1881 a 1883, při kterém se John G. Speed zaměřil na změny ve složení zpravodajství o různých tématech. Zjistil, že se v důsledku vysoké konkurence využívá více praktik žluté žurnalistiky. Sedláková, 2014: 293

<sup>85</sup> Sedláková, 2014:292

<sup>86</sup> Trampota, Vojtěchovská, 2010: 104

<sup>87</sup> Sedláková, 2014: 296

Sedláková uvádí<sup>88</sup>, že cílem obsahové analýzy je snaha vypovídat o velkých souborech dat, a právě proto je pro tuto práci nejvhodnější metodou. Pomáhá nám mapovat pokrytí jednotlivých témat (v našem případě sportů) v médiích a také komparovat jejich reprezentace v různých typech médií tak, jak je tomu v případě této práce.

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

Cílem této práce je porovnat dva pravidelné pořady sportovního zpravodajství, jeden na veřejnoprávní televizi a druhý na komerční. Byly vybrány pořady Branky, body, vteřiny České televize a Sportovní noviny na Nově, která je nesledovanější komerční televizí. Tématem práce je prezentace jednotlivých sportů ve zpravodajských relacích, jaký prostor jim televize dávají, jaká je frekvence výskytu jednotlivých sportů ve zprávách a jaké je jejich řazení. Práce se zaměří na to, zda veřejnoprávní televize dává prostor více sportům než komerční televize, a jestli se liší programová struktura sportovního zpravodajství těchto dvou pořadů. Při volení výzkumných otázek a hypotéz budeme vycházet i z předchozích výzkumů prováděných na Univerzitě Karlově v Praze.

Ze zvoleného tématu a cílů práce pak vyplývají následné výzkumné otázky (VO) a hypotézy (H):

VO1: Jaký časový prostor je věnovaný jednotlivým sportům v pravidelném sportovním zpravodajství v televizním vysílání Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin?

H1: Největší časový prostor je v obou pořadech věnován nejpoblárnějším sportům v České republice fotbalu a lednímu hokeji stejně jako tomu bylo ve výzkumu na Univerzitě Karlově v Praze. Na dalších pozicích bude tenis a motorsport. Následovat budou další sporty, kterým se v televizi nedostává tolik prostoru<sup>89</sup>.

H2: Z veřejnoprávní podstaty se v Brankách, bodech, vteřinách objevuje větší množství sportů než ve Sportovních novinách.

VO2: Jaká je četnost jednotlivých příspěvků v relacích? Bude se lišit počet příspěvků o víkendu a ve všední dny?

---

<sup>88</sup> Sedláková, 2014: 291

<sup>89</sup> Na rozdíl od výzkumu na Univerzitě Karlově v Praze, v naší práci nebude mít takový podíl na vysílání atletika, protože během října neprobíhají velké atletické závody

H3: Vzhledem k tomu, že Branky, body, vteřiny mají větší vysílací prostor, je jejich průměrný počet příspěvků na jednu relaci vyšší než u Sportovních novin.

H4: U obou relací bude ve víkendovém vysílání více příspěvků ve všední dny, protože se o víkendu koná více sportovních akcí. Hraje se nejvyšší tuzemská liga v basketbale, fotbale, házené, ledním hokeji a volejbale.

VO3: Které sporty se nejčastěji objevují v prvních třech příspěvcích v relacích?

H5: Téměř vždy se v prvních třech příspěvcích objevuje lední hokej nebo fotbal. Výjimkou bude mimořádné události či výkony sportovců v jiných sportech.

VO5: O jakým soutěžích pořady informují u fotbalu, ledního hokeji a basketbalu<sup>90,91</sup>

H6: Branky, body, vteřiny dávají více prostoru domácím soutěžím. Naopak ve Sportovních novinách se častěji objevují zprávy z fotbalové ligy ve Velké Británii, ze zámořské Národní hokejové ligy a basketbalové Národní basketbalové asociace, jelikož jde o sporty vysílané na sportovních kanálech Nova Action, Nova Sport 1 a Nova Sport 2 a televize Nova na ně chce upozornit, udělat reklamu a má zaplacené záběry z utkání.

## 2.3 Vzorek analýzy

Pro analýzu bylo vybráno 35 dní na podzim roku 2016. Vzorek zahrnuje 25 všedních dní a 10 víkendových dní. Budeme tedy zkoumat 35 dílů Branek, bodů, vteřin a 35 dílů Sportovních novin od 1. 10. 2016 do 4. 11. 2016. Důvod, proč jsme vybrali tyto dva pořady, už jsme zmínili. Jednak jde o dva nejsledovanější pořady tohoto typu a zároveň je jeden vysílaný ve veřejnoprávní a druhý na komerční televizi, takže by na nich měly být zřejmé rozdíly mezi těmito dvěma typy médií.

Období delší než jeden měsíc by mělo být dostačující, aby se projevil zkoumané aspekty. Ve sportovním zpravodajství se nelze vyhnout sezónním vlivům, a proto nemůžeme vztahovat výsledky našeho výzkumu na zastoupení sportů ve zpravodajství v celém kalendářním roce. Na podzim se ve zprávách neobjevuje například atletika tak často, jako v

---

<sup>90</sup> Fotbal a lední hokej jsme zařadili, protože jde o dva nejoblíbenější sporty v České republice. Domníváme se, že u basketbalu bude možné sledovat také rozdíly podle toho, jakým ligám se relace věnují. V předvýzkumu se americká liga Národní basketbalová asociace objevovala ve Sportovních novinách častěji než domácí Národní basketbalová liga. A u Branek, bodů, vteřin tomu bylo naopak.

<sup>91</sup> Záměrně neuvádíme tenis, protože se nerozděluje na domácí a zahraniční soutěže.

létě. V této práci jsme si vybrali tento vzorek, protože se hraje většina domácích soutěží<sup>92</sup>, začínají zahraniční soutěže<sup>93</sup>, probíhají tenisové turnaje, jede se největší dostih u nás - Velká pardubická, probíhají fotbalové i hokejové reprezentační srazy, sportovci se chystají na zimní sporty a v plném proudu jsou rallye i Formule 1. V této práci jde především o to porovnat, jaký je rozdíl mezi oběma zkoumanými pořady a k tomu není nutné lpět na vyváženosti a zastoupení sportů podle ročního období.

## 2.4 Jednotky analýzy

Výzkumnými jednotkami, které budou analyzovány, se stanou jednotlivá denní vydání Branků, bodů, vteřin a Sportovních novin od počáteční znělky až po znělku na konci. Jednotkou obsahu, k níž se vztahuje naše měření - tzv. kódovací jednotka<sup>94</sup>, budou jednotlivé zprávy či reportáže v jednotlivých relacích<sup>95</sup>.

## 2.5 Operacionalizace

Každý den budeme nahrávat Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny přes Satelitní receiver Cryptobox 650 HD na externí harddisk. V tomto případě je výhodou, že se obě relace časově nekryjí. Od 1. 10. 2016 do 4. 11. 2016 se náš výzkum zaměří na celé relace. Do celkové délky jednotlivých relací zahrnujeme znělku na začátku i na konci pořadu. Začínáme tedy měřit čas právě, když se objeví první záběr a první tóny úvodní znělky. V závěru relace končíme měření po konci znělky a zároveň se stříhem na další pořad, reklamu apod.

Obě relace začínají třemi upoutávkami na nejdůležitější zprávy dne<sup>96</sup>. Tyto upoutávky nebudeme do našeho výzkumu zahrnovat, jelikož se následně v relacích stejně objeví celé zprávy s těmito tématy. Od úvodní zprávy<sup>97</sup> už začneme měřit. Stopky zapneme právě, když moderátor pronese první slovo související s reportáží, která bude následovat. Do celkové času věnovaného jednotlivým sportům se tedy započítává i čas, kdy o něm mluví moderátor. Stopky zastavíme, když končí reportáž a je vidět poslední záběr těsně před stříhem na další obraz. Budeme tedy mít první změřenou zprávu o nějaké délce a napíšeme si k ní pořadové číslo jedno. Takhle postupujeme u celé jedné relace. U zpráv, které neuvádí moderátor, ale následují ihned za reportáží předešlého sportu, zapínáme stopky při obrazovém stříhu, když se

---

<sup>92</sup> Basketbalové, florbalové, fotbalové, hokejové, volejbalové apod.

<sup>93</sup> Národní hokejové liga, Národní basketbalová asociace apod.

<sup>94</sup> Sedláková, 2014:313

<sup>95</sup> Dále bude upřesněno, kdy začíná a končí kódovací jednotka.

<sup>96</sup> Tzv. headlines si každá televize volí sama podle toho, co ona považuje za nejdůležitější zprávy dne.

<sup>97</sup> První zpráva po headlinech a uvítání moderátorem.



objeví první obrázek nové zprávy. Do našeho výzkumu započítáváme i zprávy, které nemají obrazový materiál, ale jde pouze o mluvený projev moderátora<sup>98</sup>. Čtyři témata<sup>99</sup> mají svoji vlastní úvodní znělku, kterou jsme v našem výzkumu započítávaly do času věnovanému těmto sportům. Do našeho výzkumu je zahrnut i speciální typ reportáže ve Sportovních novinách Borec na konec<sup>100</sup>. Za jednotlivé příspěvky budeme v našem výzkumu považovat i tabulky výsledků a aktuální tabulky soutěží, které moderátor doprovází svým komentářem<sup>101</sup>. Jakmile se tedy objeví tabulka a její komentář nesouvisí s předchozí reportáží, počítáme ji jako samostatný příspěvek. Pokud se tabulka objeví v rámci reportáže o zápasu, kde tabulka vystřídala záběr z reportáže o utkání, ale stále se mluví o stejné události, počítáme to jako jeden příspěvek.

Ze zapsaných hodnot podle předchozího návodu budeme sčítat časovou stopáž, kterou dostala jednotlivá sportovní odvětví, a tvořit grafy. Pro vytvoření analýzy řazení sportů v jednotlivých relacích si vytvoříme skupiny. V každé z nich se budou nacházet tři pořadová čísla. První skupinu budou tvořit příspěvky na 1. až 3. místě, druhou na 4. až 6. místě, třetí na 7. až 9. místě, čtvrtou na 10. až 12. místě, pátou na 13. - 15. místě a šestou příspěvky na 16. - 18. místě. Následně vytvoříme tabulku podle těchto skupin<sup>102</sup>.

## 2.6 Sledované proměnné

Podle výše stanovených pravidel budeme analyzovat jednotlivé relace Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin. Během analýzy budeme provádět jejich kódování a při něm budou každé zprávě v relaci přiřazovány odpovídající hodnoty podle předem určených proměnných. Každá proměnná bude nabývat určitých hodnot podle přidělených číselných kódů. Seznam proměnných, které jsou v dalším odstavcích představeny a jejich hodnoty jsou v kódovací knize<sup>103</sup>. Sledované proměnné budou pro oba pořady shodné a budou se moci dále porovnat.

U zkoumaných relací budou zjišťovány tyto údaje:

- 1) název stanice

---

<sup>98</sup> Jde především o krátké zprávy. Většinou dodání výsledku z právě probíhajícího utkání.

<sup>99</sup> Zprávy o fotbalové reprezentaci České republiky, o hokejové reprezentaci České republiky, o nejvyšší tuzemské fotbalové lize a u hokejové Extraligy.

<sup>100</sup> Viz kapitola Sportovní noviny, podkapitola Borec na konec (str. 13)

<sup>101</sup> Příklad: Po reportážích ze zápasů hokejové Extraligy se na obrazovce objeví seznam ten den hraných zápasů s konečnými nebo aktuálními výsledky a moderátor odřikává výsledky a dodává, jestli je zápas u konce nebo, která část zápasu právě probíhá. Tento konkrétní úsek budeme v našem výzkumu považovat za jeden příspěvek.

<sup>102</sup> Skupiny jsme si vytvořili sami, protože v předešlém výzkumu na Karlově Univerzitě v Praze je pořadí příspěvků nezajímalo.

<sup>103</sup> Viz příloha Kódovací kniha (str. 44).

- 2) název relace
- 3) datum odvysílání relace
- 4) den odvysílání (všední den/ víkend).

Další údaje už budou sloužit samotné analýze našeho tématu:

- 5) délka celé relace
- 6) délka příspěvku v s.
- 7) pořadí příspěvku v relaci
- 8) název sportu/ sport. odvětví
- 9) soutěže u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu

Celkem tedy bude sledováno u každé zprávy osm proměnných (u některých devět).

Název stanice (Česká televize, Nova), název relace (Branky, body, vteřiny, Sportovní noviny), datum odvysílání relace a celkovou délku jedné relace si nemusíme dále vysvětlovat. Přiřazování těchto hodnot je zřejmé. Víkendové vysílání<sup>104</sup> a vysílání ve všední den budeme oddělovat, protože se u nich liší délka relací u Brankách, bodech, vteřinách. V operacionalizaci naší práce jsme si vysvětlili, jak bude probíhat stopování jednotlivých příspěvků, a jak jim budeme přiřazovat jejich pořadí.

U názvu sportů respektive sportovních odvětví jsme museli vytvořit seznam, který bude zahrnovat veškeré sporty, které se v obou relacích objeví. Přiřazování kódů jednotlivým sportům není řazeno podle abecedy, ale podle četnosti v pilotáži, která předcházela našemu výzkumu. Zároveň jsme zohlednili i předchozí výzkumy v této oblasti<sup>105</sup>. V naší práci jsme přiřazovali kódy těmto sportům<sup>106</sup> - atletika, baseball, boby, bowling, bojové sporty (box, smíšená bojová umění), cyklistika (silniční i dráhová), dostihy, florbal, fotbal, freestyle biking, futsal, golf, házená, jachting, kriket, lední hokej, lyžování, motorsport (automobilové závody, letecké závody, motocyklové závody rallye) orientační běh, paralympijský sport, poker, rafting, rychlobruslení, skateboarding, skoky do vody, stolní tenis, šachy, tancování

---

<sup>104</sup> Zahrnuje i jeden státní svátek (28.10.). Dále uvádíme označení víkendy / všední dny.

<sup>105</sup> Viz kapitola Předchozí výzkumy str. 14

<sup>106</sup> V analytické části řazeno podle abecedy, ale v kódovací knize podle četnosti výskytu v předvýzkumu.

(společenské tance, danceaerobic, tenis, triatlon a volejbal (halový i plážový). A těmto dalším oblastem - ostatní zprávy a reklamy.

Poslední proměnou, kterou jsme zařadili a chceme zkoumat, se týká pouze tří sportů - fotbalu, ledního hokeje a basketbalu. U nich budeme zkoumat, kterým tématům se věnují. U fotbalu - reprezentace, 1. liga, 2. liga, Evropská liga, Liga mistrů, mládežnické reprezentace, mezinárodní zápasy (vyjma České fotbalové reprezentace), zahraniční soutěže<sup>107</sup>, domácí pohár MOL cup a ostatní<sup>108</sup>. U ledního hokeje jsme rozdělili proměnné na - reprezentaci, Tipsport extraligu, 1. ligu, zámořskou Národní hokejovou ligu, ruskou Kontinentální hokejovou ligu a ostatní<sup>109</sup>. U basketbalové ligy budeme rozlišovat českou Národní basketbalovou ligu, americkou Národní basketbalovou asociace, evropskou Ligu mistrů a ostatní.

## 2.7 Výsledky analýzy

### 2.7.1 Celková stopáž videí

Pro náš výzkum byla započítávaná délka celé relace<sup>110</sup>. Součet stopáže všech zkoumaných videí - 35 dílů Branek, bodů vteřin a 35 dílů Sportovních novin - činí 34 242 sekund tj. 570 minut a 42 sekund. Z toho 368 minut a 55 sekund tvoří Branky, body, vteřiny a 201 minut a 47 vteřin Sportovních novin.

### 2.7.2 Průměrná délka relací

Průměrná délka jedné relace Branek, bodů, vteřin v našem výzkumu je 10 minut a 32 sekund. Jak můžeme vidět v následujícím grafu, velmi se liší její délka u víkendových dní a všedních dnů. Rozdíl činí tři minuty. I ve vysílacím programu kanálu ČT1 najdeme rozdíl. Víkendovým dnům je věnován prostor 15 minut a všedním dnům pouze 9 minut. Důvodem větší délky pořadu je více sportovních akcí konaných o víkendu. Průměrná délka Sportovních novin je téměř o polovinu kratší tj. 5 minut a 46 sekund a mezi délkou víkendových dílů (5:54) a dílů vysílaných ve všední den (5:42) u tohoto pořadu není patrný žádný větší rozdíl.

---

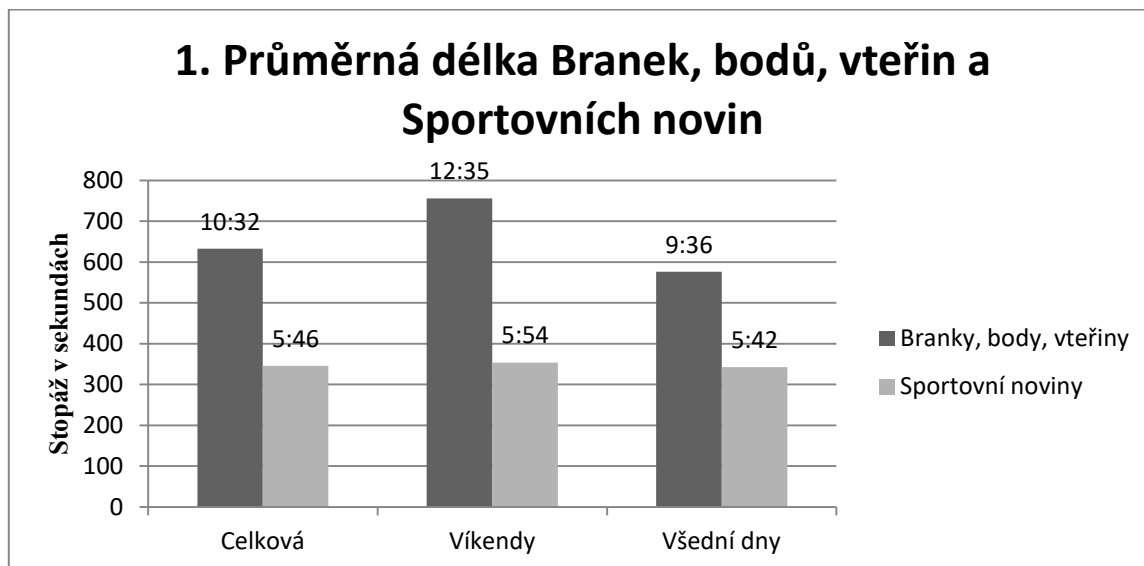
<sup>107</sup> Zahraniční soutěže zahrnují především anglickou Premier league, anglický pohár FA Cup a německou Bundesligu.

<sup>108</sup> Pod proměnou ostatní budou zahrnuty všechny ostatní oblasti - např. nižší ligy, mládežnické soutěže medailonky s osobnostmi.

<sup>109</sup> Zahrnuje ostatní oblasti hokeje - např. medailonek s bývalým hokejistou, univerzitní derby apod.

<sup>110</sup> Viz výše kapitola Operacionalizace str. 18.

Sportovní noviny nemají v programu stanice Nova přesně vymezený čas. Jsou součástí bloku společně s Televizními novinami a Počasí.



### 2.7.3 Počet příspěvků a jejich délka

Za 35 dní se v námi zkoumaných pořadech objevilo celkem 739 příspěvků. Z toho 424 v Brankách, bodech, vteřinách a 315 ve Sportovních novinách. Průměrná délka jednoho příspěvku v Brankách, bodech, vteřinách byla 46,98 sekund. Průměrná délka jednoho příspěvku ve Sportovních novinách byla 32,59 sekund.

Nejdelším příspěvkem v Brankách, bodech, vteřinách byla reportáž v neděli 2. 10. 2016 ze zápasu 1. české fotbalové ligy mezi Brnem a Spartou, která trvala 119 vteřin. Nejkratší příspěvek se v tomto pořadu objevil v pátek 4. 11. 2016. Šlo o sedmivteřinové shrnutí výsledků z tenisového turnaje ATP (Association of Tennis Professionals) Masters v Paříži.

Nejdelším příspěvek ve Sportovních novinách byla reportáž v pátek 4. 11. 2016 ze zápasu Evropské fotbalové ligy mezi pražskou Spartou a izraelským týmem Hapoel Beer Ševa. Příspěvek byl dlouhý 89 vteřin. Nejkratším příspěvkem bylo doplnění výsledku v pátek 7. 10. 2016 ze zápasu hokejové Extraligy. Délka byla tři vteřiny.

Průměrný počet příspěvků v jedné relaci Branek, bodů, vteřin byl o víkendu 15,55 a ve všední den 10,54. U Sportovních novin byl průměrný počet příspěvků o víkendu 9,36 a ve všední den 8,83 v jedné relaci.

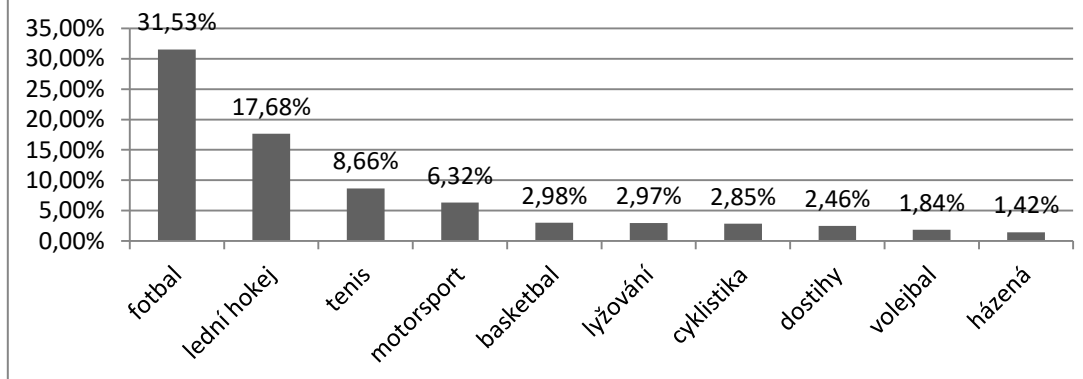
#### **2.7.4 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Branek, bodů, vteřin**

V následujícím grafu lze pozorovat podíl jednotlivých sportů ve vysílání Branek, bodů, vteřin, které přesáhly jedno procento času z celkového vysílání tohoto pořadu. Toto rozdělení jsme se rozhodli udělat z důvodu větší přehlednosti grafů. Jedná se celkem o deset sportů. Největší podíl na vysílání měl fotbal, který zaujímá 31,53% z celkového času. Na druhém místě byl lední hokej se 17,68%. Jedná se o dva nejpopulárnější sporty v České republice, a tak významně převyšovaly ostatní odvětví. U obou sportů probíhaly během výzkumu nejvyšší tuzemské soutěže i reprezentační zápasy. Třetí největší prostor (8,66%) v Brankách, bodech, vteřinách dostal tenis. Na čtvrtém místě se nacházel motorsport, který měl 6,13% z celkového času. Do skupiny motorsport patří například závody formulí, rallye, motocyklový sport, freestyle motokros, ale i letecké závody.

Necelé tři procenta (2,98%) z vysílání tvořily zprávy o basketbalu a pouze o setinu procenta méně prostoru dostalo lyžování (2,97%). Je zřejmé, že zprávy o lyžování a dalších zimních sportech dostávají více prostor právě v zimních měsících. V našem vzorku převládají zprávy o přípravě sportovců na nadcházející sezónu. My však budeme porovnávat, kolik prostor daly těmto přípravám oba zkoumané pořady. Šestou největší stopáž (2,85%) jsme naměřili u cyklistiky. Musíme uvést, že v jednom ze zkoumaných týdnů probíhalo mistrovství světa v silniční cyklistice. Přes dvě procenta (2,46%) jsme naměřili také u dostihů. Zde jsme se nevyhnuli sezónnímu vlivu, jelikož právě v našem zkoumaném období probíhá tradiční dostih Velké pardubická. V další části výzkumu porovnáme, kolik prostor dostal tento závod nebo přípravy na něj v obou pořadech.

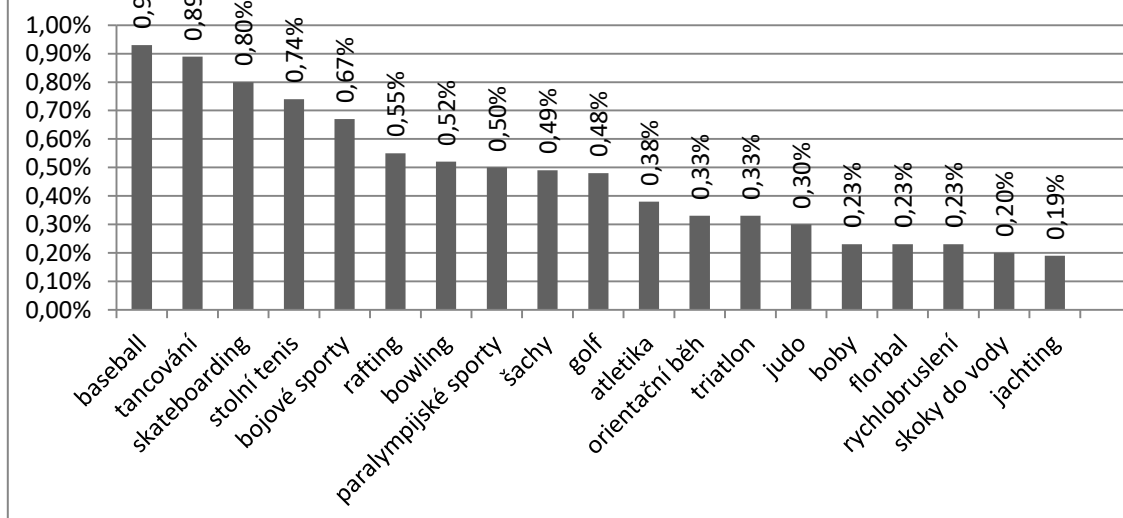
Posledními dvěma sporty, které se dostaly přes hranici jednoho procenta, jsou kolektivní hry. Volejbal má 1,84 % a házená 1,42 %.

## 2. Podíl jednotlivých sportů (nad 1%) na vysílání Branek, bodů, vteřin



Na dalším grafu jsou zobrazeny sporty, které celkově tvořily méně než jedno procento z celkového vysílání Branek, bodů, vteřin. Dohromady měly 8,99% z celkového vysílání relace. Jedná se o devatenáct sportů - baseball (0,93%), tancování (0,89%), skateboarding (0,80%), stolní tenis (0,74%), bojové sporty (0,67%), rafting (0,55%), bowling (0,52%), paralympijské sporty (0,50%), šachy (0,49%), golf (0,48%), atletika (0,38%), orientační běh (0,33%), triatlon (0,33%), judo (0,30%), boby (0,23%), florbal (0,23%), rychlobruslení (0,23%), skoky do vody (0,20%) a jachting (0,19%).

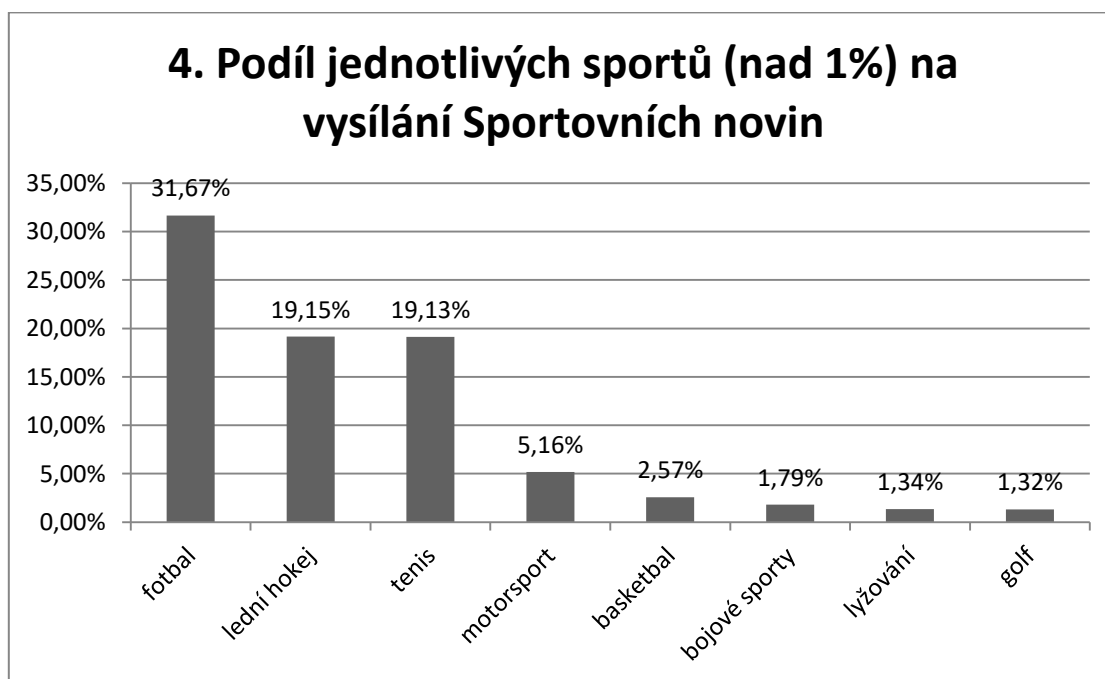
## 3. Podíl jednotlivých sportů (pod 1%) na vysílání Branek, bodů, vteřin



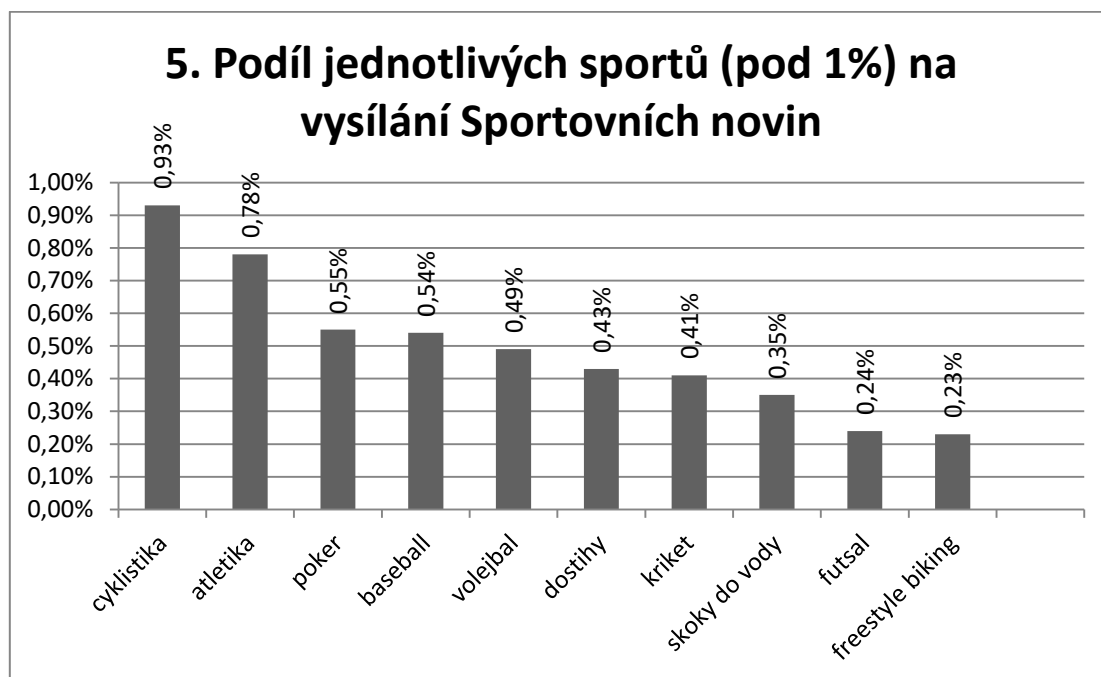
Ostatní zprávy (2,25%) z celkové času se týkaly Českého olympijského výboru (0,54%), dopingové problematiky (0,28%), fanoušků a jejich chování ve sportech (0,35%). Zbytek (1,08%) tvořily zprávy z filmové festivalu o sportech, předávání cen České televize pro novináře, jedna zpráva o ocenění redaktorů a jedna zpráva o nemoci Dany Zátopkové, kterou jsme nezařadily do atletiky, protože se tato reportáž o atletice ani slovem nezmiňuje.

#### 2.7.5 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Sportovních novin

V prvním grafu této podkapitoly můžeme pozorovat podíl jednotlivých sportů na vysílání Sportovních novin. Opět jsme zvolili rozdělení na sporty, která pokrývají více než jedno procento vysílání a ostatní sporty. Ve Sportovních novinách tuto hranici překonalo pouze osm sportů. Na prvním místě se nachází fotbal, který získal 31,67%. Na druhém místě lední hokej měl těsně pod dvaceti procenty (19,15%). Zprávy o tenisu tvořily 15,80% celkového času. S velkým odstupem byl na čtvrtém místě motorsport s 5,16%. Následuje s 2,57% basketbal. Přes jedno procento se ve Sportovních novinách dostaly ještě bojové sporty (1,79%), lyžování (1,34%) a golf (1,32%).



Na druhém grafu můžeme vidět sporty, které se nedostaly nad jednocentní hranici z vysílání Sportovních novin. Tvořili 4,95% prostor z vysílání Sportovních novin a je jich celkem deset - cyklistika (0,93%), atletika (0,78%), poker (0,55%), baseball (0,54%), volejbal (0,49%), dostihy (0,43%), kriket (0,41%), skoky do vody (0,35%), futsal (0,24%) a freestyle biking (0,23%)



Další zprávy ve zkoumaném období měly 0,93% z celkové času. Z toho více než polovinu tvořili reklamy a upoutávky (0,49%) na pořady televize Nova (celkem šest reklam v průběhu našeho výzkumu) a jedna zpráva o nemoci Dany Zátopkové stejně jako v Brankách, bodech, vteřinách.

### 2.7.6 Komparace pořadů Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny podle podílu jednotlivých sportů na vysílání

V pořadu Branky, body, vteřiny bylo zmíněno celkem 29 proměnných (sportů), o kterých byla minimálně jedna reportáž. Ve Sportovních novinách to bylo 19 sportů. Tedy o deset méně. Veřejnoprávní televize by měla dávat prostor více sportům, protože se má zaměřit i na okrajové sporty a to pořad Branky, body, vteřiny splňuje v porovnání se Sportovními novinami. Dvěma nejoblíbenějším sportům u české veřejnosti věnovaly obě relace přibližně stejně procent času. U fotbalu se prostor lišil o patnáct setin procenta ve prospěch Sportovních novin, které daly o jeden a půl procenta více prostoru také lednímu hokeji.



Velký rozdíl nastal u tenisu, kterému časově sice obě relace věnovaly shodný prostor (Branky, body, vteřiny - 1917 sekund, Sportovní noviny - 1913 sekund), ale procentuálně měl mnohem větší zastoupení ve Sportovních novinách (15,80%) oproti Brankám, bodům, vteřinám (8,66%). Tenis tvoří velkou část vysílání na sportovních kanálech<sup>111</sup> skupiny Nova Group. Sportovní noviny mají tedy zaplacené záběry a také do svého vysílání zařazují pozvánky na zápasy, které vysílá skupina Nova Group.

U Sportovních novin se přes jedno procento dostaly bojové sporty (1,79%) i golf (1,32%), zatímco u druhé relace tomu tak nebylo. Oproti tomu házená, která měla v Brankách, bodech, vteřinách 1,42% času (sedm příspěvků), se ve Sportovních novinách neobjevila ani jednou. Stejně tak na Nově nebyla ani jedna zpráva o tancování, stolním tenise, šachách, bobech, bowlingu, jachtingu, judu, orientačním běhu, raftingu, rychlobruslení, skateboardingu a triatlonu. Ani jednou se v komerční televizi neobjevila zpráva o paralympijských sportech. Ve veřejnoprávní televizi se naopak neobjevil kriket a poker, u kterého je však sporné, zda patří do sportovního vysílání nebo jestli jde pouze o hazard. Ve Sportovních novinách se objevil dvakrát.

Zatímco v Brankách, bodech, vteřinách měl volejbal 1,84% z vysílacího času, u konkurenčních Sportovních novin se o tomto sportu objevily pouze dva příspěvky (0,49%). Stejně tak cyklistika dostala v komerční televizi mnohem méně prostoru (0,93%) než ve veřejnoprávním médiu (2,85%). Trochu konkrétněji se lze podívat na případ u dostihů. V Brankách, bodech, vteřinách se objevilo celkem devět příspěvků o tomto odvětví (2,46%). Šest z toho patřilo Velké pardubické. V průběhu týdne před konáním závodu se každý den objevovaly příspěvky s návazností na závod, který proběhl 9. 10. 2016. Ve Sportovních novinách se o dostizích informovalo právě jen tento den, ve kterém proběhl samotný závod. Čtyřikrát více času věnovaly Branky, body, vteřiny také přípravě závodníků na lyžařskou sezónu. Celkem 658 sekund a 2,97% z celkové vysílání. Sportovní noviny pouze 162 vteřin tj. 1,34%.

Branky, body, vteřiny daly v našem vzorku prostor více sportům než Sportovní noviny. Sporty pod 1% hranicí tvořily 8,99% procent z celkového vysílání ve veřejnoprávní sportovně-zpravodajské relaci. V komerční televizi dostaly 4,95% z celkové prostoru. Z toho plyne, že Branky, body, vteřiny informují o více „menších“ sportech a dávají jim více prostoru než Sportovní noviny.

---

<sup>111</sup> Nova Action, Nova Sport 1, Nova Sport 2

Ty dávají hodně prostoru „svým“ sportům jako jsou bojové sporty, golf, poker nebo tenis, které vysílají na sesterských kanálech Nova Action, Nova Sport 1 či Nova Sport 2. Tento vliv se pokusíme popsat v části výzkumu, která se bude věnovat, kterým ligám se jednotlivé relace věnují u fotbalu, lednímu hokeji a basketbalu<sup>112</sup>.

### **2.7.7 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu**

V další části našeho výzkumu jsme se zaměřili na konkrétní rozdělení prostoru u třech kolektivních sportů, které dostávají v relacích nejvíce prostoru. Jako první jsme zkoumali fotbal. Pracovali jsme s deseti proměnnými, u kterých jsme zjišťovali, kolik prostoru dostanou v Brankách, bodech, vteřinách a Sportovních novinách, a jestli se bude tento prostor u relací lišit. Fotbal získal v obou pořadech podobný prostor na vysílání (viz předchozí kapitola). Ačkoli se u některých témat procentuální zastoupení příliš neliší, je zřejmé, že čas je rozdílný velmi. U Branek, bodů, vteřin měl fotbal celkový čas 116 minut a 19 sekund a u Sportovních novin 63 minut a 54 sekund. Nás však bude zajímat především procentuální zastoupení na vysílání.

Největší zastoupení mají ve vysílání o fotbalu ve sportovních zpravodajských relacích České televize a Novy zprávy o 1. fotbalové lize. Jedná se o nejvyšší fotbalovou soutěž v České republice, a to je důvod, proč dostává i nejvíce prostoru. V Brankách, bodech, vteřinách měla 39,17% a ve Sportovních novinách o dvě procenta méně (37,04%). Druhý největší prostor dostávají zprávy o České fotbalové reprezentaci. V námi zkoumaném období proběhly dva kvalifikační zápasy na mistrovství světa 2018 a obě televize o nich informovaly. Rozdíl v podílech na vysílání jsou necelé tři procenta (18,71% respektive 13,82%), ale zatímco v Brankách, bodech, vteřinách dostal národní tým téměř dvaadvacet minut, ve Sportovních novinách ani ne devět minut.

Třetí největší prostor dostala ve veřejnoprávní televizi Evropská fotbalová liga (13,67%). Na podzim roku 2016 probíhala skupinová fáze této ligy, ve které mělo Česko trojí zastoupení - AC Sparta Praha, FC Slovan Liberec a FC Viktoria Plzeň. Ve Sportovních novinách už měla Evropská liga pouze 8,63%. Česká televize vysílala živě zápasy českých týmů v Evropské lize, takže měla zaplacené záběry, a také chtěla už při předzápasové reportáži upozornit na vysílání utkání na stanici ČT sport. Lize mistrů věnovaly obě televize

---

<sup>112</sup> Viz další kapitoly - Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu/ledního hokeje/basketbalu.

nad pět procent (5,10% a 5,53%). Důvodem menšího zájmu o nejslavnější klubovou soutěž na světě, ve které nastupují nejlepší týmy z celé Evropy, je, že se do její skupinové fáze neprobojoval ani jeden český tým. Obě proto často uváděly pouze reportáž z jedno utkání a jen výsledky ze zbývajících zápasů v den jejich konání. Evropské lize naopak věnovaly předzápasové přípravy, často byly u odletu hráčů z letiště na venkovní utkání a rozebíraly výsledky i v rozhovorech po zápasech.

Třetí největší prostor v komerční televizi dostaly zahraniční soutěže. Jde anglickou ligu Premier League, anglický pohár FA Cup či německou Bundesligu. Těmto ligám věnovaly Sportovní noviny celkem 13,04% a Branky, body, vteřiny pouze 2,34%. Skupina Nova Group vlastní vysílací práva na FA Cup, proto se ve vysílání objevují pozvánky na sledování zápasů i reportáže z nich. Na ostatní ligy práva nemá, ale přesto o nich informuje více než Česká televize. Často se také záběry ze zahraničních lig objevují v rámci speciální rubriky Borec na konec<sup>113</sup>.

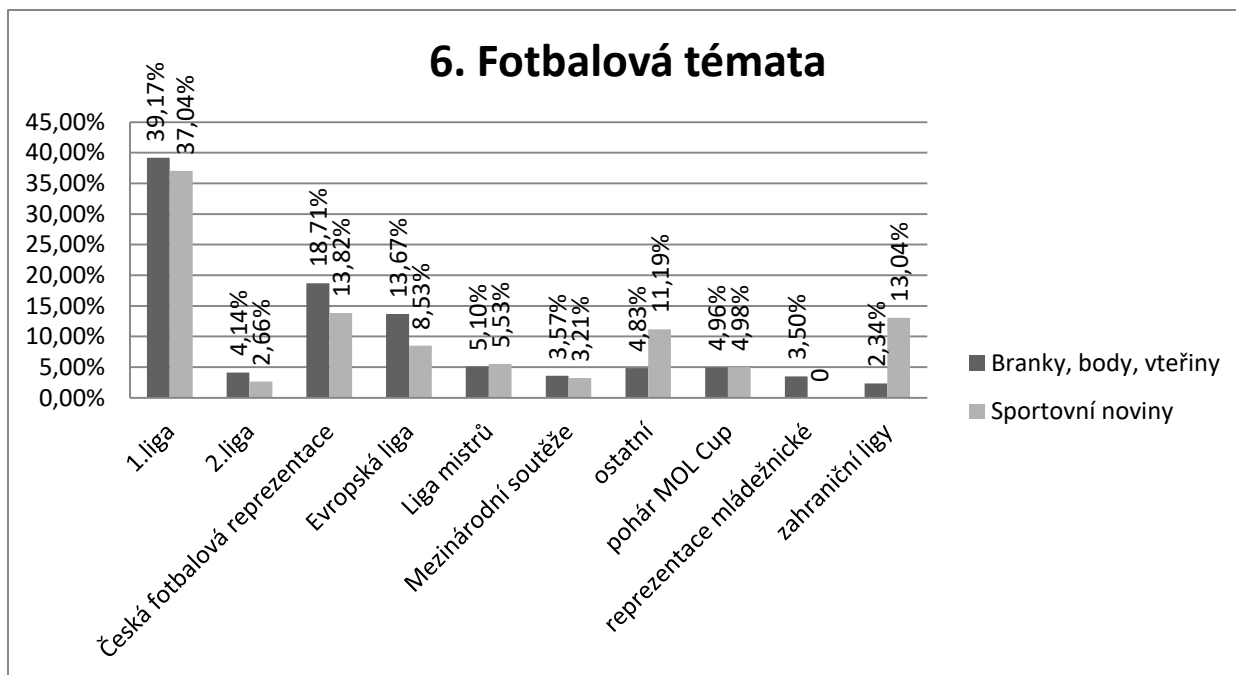
O dění ve 2. fotbalové lize informují více Branky, body, vteřiny, věnovaly mu 4,14% z celkového času věnovaného fotbalu. Sportovní noviny už takový zájem o druhou nejvyšší fotbalovou ligu v Česku neměly (2,66%). Podobným dílem se oba pořady věnovaly mezinárodním soutěžím<sup>114</sup> (5,10% a 5,53%) a také domácímu poháru MOL Cupu (4,96% a 4,98%). Zajímavé je, že o mládežnických reprezentacích se ve Sportovních novinách nezmínili ani jednou, ale v Brankách, bodech vteřinách dostalo toto téma 3,50% z času.

Poslední proměnou, kterou jsme zkoumali, je skupina ostatních zpráv. Zde patří různé medailonky s osobnostmi, zápasy z nižších nebo mládežnických českých lig, zprávy o rozhodcích, fanoušcích nebo o novinkách z Fotbalové asociace České republiky. Zde Sportovní noviny (11,19%) výrazně převyšují Branky, body, vteřiny (4,19%). Důvodem je například zařazení kuriozit do rubriky Borec na konec z nižších nebo mládežnických lig. Sportovní noviny také často informují pouze o konkrétní osobě fotbalisty bez souvislosti s tím, jakou ligu hraje.

---

<sup>113</sup> Viz výše podkapitola Borec na konec str. 14.

<sup>114</sup> Kvalifikační zápasy na mistrovství světa 2018, přátelská mezistátní utkání.

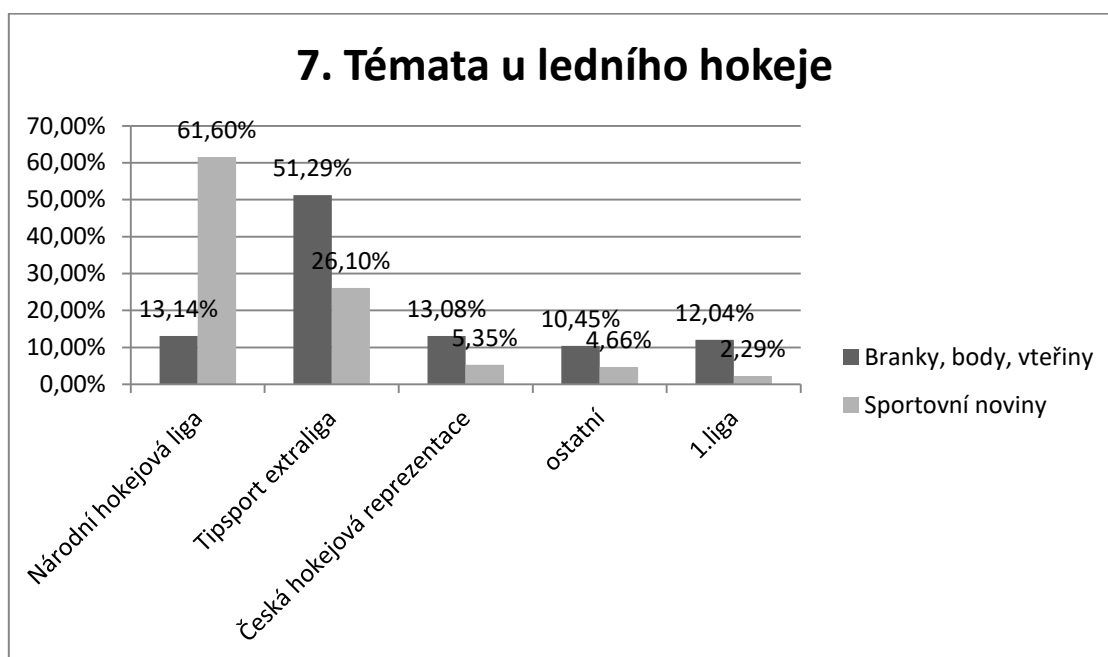


#### 2.7.8 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u ledního hokeje

Dalším sportem, u kterého jsme zkoumali skladbu na jeho vysílání, je lední hokej. Zde jsme pracovali s šesti proměnnými. Jedna z proměnných (Kontinentální hokejová liga) se za celý náš výzkum neobjevila ani v jednom dílu v námi zkoumaných relacích. Z dalších proměnných jsme vytvořili graf, na kterém je přehledně vidět, které oblasti ledního hokeje nebo ligy dostávají nejvíce prostoru. Lední hokej měl v Brankách, bodech, vteřinách 17,68% (65 minut a 13 sekund) podílu na celkové stopáži našeho výzkumu. Ve Sportovních novinách dostal více procentuálního prostoru, celkem 19,15% (38 minut a 38 sekund).

Nejvíce prostoru a většinový podíl v hokejovém vysílání Branek, bodů, vteřin dostala nejvyšší hokejová soutěž u nás Tipsport extraliga (51,29%). Ovšem u Sportovních novin měla o polovinu méně (26,10%). V celkovém součtu časů věnovali ve veřejnoprávní televizi extralize 33 minut a 27 sekund a v komerční televizi 10 minut a 5 sekund. Opačný jev lze spatřit u kanadsko-americké Národní hokejové lize, která získala podíl 61,60% z vysílání Sportovních novin a u Branek, bodů, vteřin jen 13,14%. Skupina Nova Group vlastní vysílací práva na Národní hokejovou ligu a téměř každou noc vysílá na stanicích Nova Sport 1 a Nova Sport 2 zápasy ze zámoří z této hokejové soutěže. Ve Sportovních novinách se často objevovaly nejen reportáže z utkání, ale i upoutávky na noční zápasy. Na druhou stranu musíme říct, že Branky, body, vteřiny vlastní vysílací práva na Tipsport extraligu, kterou dávají v základní části jednou až dvakrát týdně. Obě relace tak dávají velký prostor sportům, které se vysílají na jejich sesterských kanálech.

Na úkor Národní hokejové ligy dostaly méně prostoru ve vysílání Sportovních novin zprávy o 1. hokejové lize (2,29%) a České hokejové reprezentaci (5,35%). Tyto dvě proměnné získaly v Brankách, bodech, vteřinách přes deset procent (12,04% respektive 13,08%). Zprávy v sekci ostatní mají u Brank, bodů, vteřin 10,45% a u Sportovních novin 4,66%. V ostatních zprávách se objevovaly portréty hráčů, kteří už aktivně nehrají, zprávy z cizích národních týmů, novinky z vedení Českomoravského svazu ledního hokeje nebo výsledky ženské reprezentace. V rubrice Borec na konec se stejně jako u fotbalu objevovaly příspěvky z nižších či mládežnických soutěží.



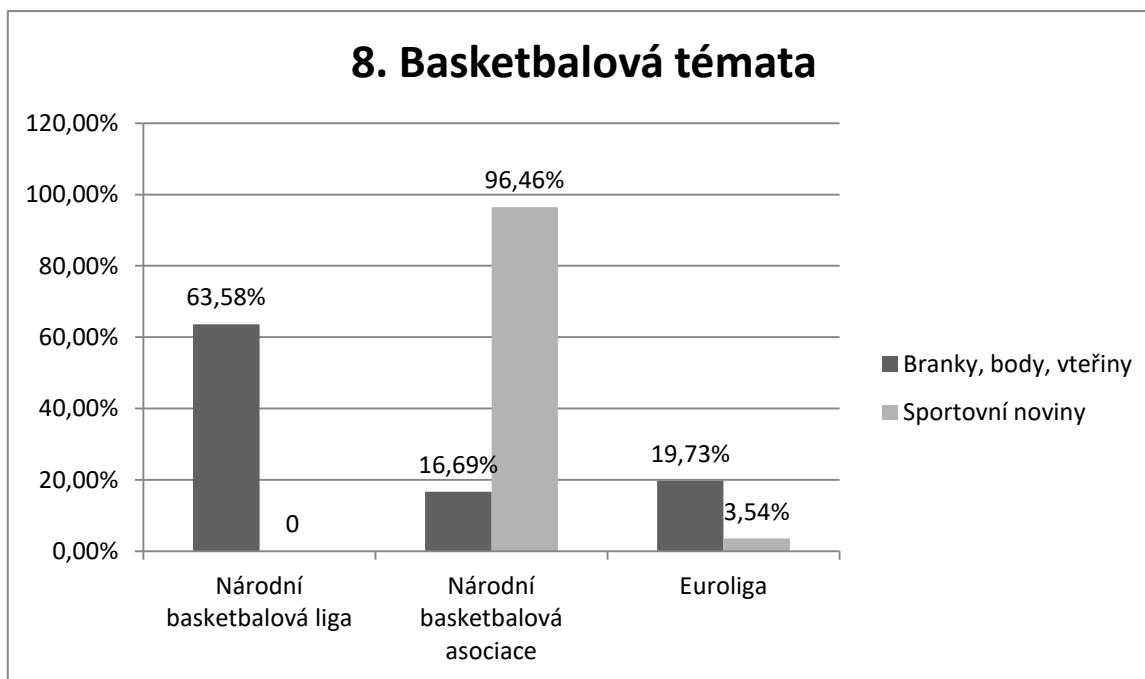
### 2.7.9 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u basketbalu

U basketbalu jsme zkoumali čtyři soutěže. Zpráva z proměnné ostatní se ovšem neobjevila ani jednou ani v jedné relaci. Z dalších třech proměnných jsme vytvořili graf a zjišťovali jejich podíl na vysílání. Basketbal měl v obou pořadech výrazně menší podíl na vysílání než fotbal a lední hokej. V Brankách, bodech, vteřinách zaujímal prostor 2,98% (10 minut a 59 sekund) a ve Sportovních novinách 2,57% (5 minut a 11 sekund).

Nejvíce prostoru v Brankách, bodech, vteřinách dostala česká basketbalová soutěž Národní basketbalová liga 63,58%. Sportovní noviny se o nejvyšší tuzemské basketbalové

lize nezmínily ani jednou. Naopak největší prostor v nich dostala americká liga Národní basketbalová asociace, která měla 96,46 %. Tuto ligu opět vysílají sportovní kanály ze skupiny Nova Group. V Brankách, bodech, vteřinách dostala zámořská liga 16,69% a neinformovala o výsledcích zápasů, ale o českém hráči Tomáši Satoranském, který právě startoval svou kariéru v zámořské basketbalové lize.

Třetí proměnnou byla Euroliga v basketbale žen. Jedná se o nejvyšší evropskou soutěž ženských basketbalových klubových týmů. V ročníku 2016/2017 nastupoval v zmíněné lize jeden českým celek - ZVVZ USK Praha. Branky, body, vteřiny věnovaly této lize 19,73% z vysílání o basketbalu a Sportovní noviny 3,54%.



### 2.7.10 Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů v Brankách, bodech, vteřinách

V této kapitole popíšeme tabulku (viz podkapitola 2.7.10.1), ve které jsme vypsali všechny sporty a jejich řazení v Brankách, bodech, vteřinách. Pořadí jsme si rozdělili do sedmi skupin. V každé z nich jsou tři pozice, na kterých se zpráva může v relaci nacházet.

Z tabulky vyplývá, že se v prvních třech příspěvcích v Brankách, bodech, vteřinách nejčastěji vyskytují zprávy o fotbalu, kterých celkem bylo čtyřiašedesát. Lední hokej a tenis

měly v prvních třech příspěvcích shodně devatenáct zpráv. Tyto tři sporty dominují prvním třem příspěvkům ve sportovní relaci ve veřejnoprávní televizi. Celkem sedmnáctkrát se stalo, že fotbal obsadil v jeden den všechny tři první pozice v relaci. U ledního hokeje se tento jev objevil pětkrát a u tenisu čtyřikrát.

Pouze výjimečně se na první tři příspěvky v Brankách, bodech, vteřinách dostanou jiné sporty. V našem výzkumu tomu tak bylo třikrát. Jedna zpráva byla z mistrovství svět v cyklistice, které 10. 10. 2016 vyhrál Slovák Peter Sagan. Další takovou byla reportáž z dostihového závodu Velká pardubická z 9. 10. 2016. Třetí zprávou byl volejbalový zápas národního týmu žen, které si 5. 10. 2016 zajistili postup na mistrovství Evropy v roce 2017.

Na pozici 4.–6. příspěvku v relaci už dostalo prostor více sportů. V našem výzkumu se na těchto pozicích objevilo celkem dvanáct sportů. Mezi nimi znovu dominoval fotbal se 48 zprávami, ale jeho náskok už nebyl takový. Lednímu hokeji se na těchto místech zvedl počet příspěvků na 24. Naopak tenisu klesl na 13. Cyklistika byla na 4.–6. pozici zmíněna čtyřikrát stejně jako motorsport. Tři příspěvky se zde objevily o basketbalu a dvě zprávy o dostizích, atletice a lyžování. Jednou byl zmíněna házená, stolní tenis a jachting.

Na pozici 7.–9. příspěvku už dostal největší prostor lední hokej, který měl na těchto pozicích v relacích nejvíce počet příspěvků (26). Hokejová Tipsport extraliga se často hraje ve večerních hodinách právě, když běží Branky, body, vteřiny. Proto se často řadí až na sedmou až devátou pozici (někdy až na dvanáctou - viz další odstavec), aby byly zprávy z této ligy, co nejaktuálnější a zápasy měly, co nejbližší svému konci. Druhý nejčastější sport na těchto pozicích byl fotbal. Objevil se zde už jen osmnáctkrát. O jednu zprávu méně měl v této oblasti motorsport, který pravidelně dostával více prostoru ve druhé polovině Branek, bodů, vteřin. Pokles zpráv s přibývajícím časem potvrdil tenis, který měl už pouze devět příspěvků. Dalšími sporty, které se objevily na pozici 7.-9., byl baseball (1), basketbal (6), bowling (1) bojové sporty (1), cyklistika (3), dostihy (1), golf (1), házená (5), lyžování (2), rychlobruslení (1), skateboarding (1), stolní tenis (2), šachy (1), triatlon (1) a volejbal (5). Pozn.: Relace odvysílaná 4. 10. 2016 jako jediná obsahovala pouze osm příspěvků.

V příspěvcích s pořadovým číslem 10 až 12 se stále nejčastěji objevovaly zprávy o ledním hokeji. Celkem jich bylo sedmnáct. Na 7.–9. a 10.–12. pozici se objevovalo nejpestřejší zastoupení sportů - devatenáct respektive osmnáct různých sportů. Ale už jen třicet relací obsahovalo desátý příspěvek, pouze jednadvacet relací obsahovalo jedenáctý

příspěvek a pouze osmnáct pořadů obsahovalo dvanáctý příspěvek. Dalšími sporty, které měly více příspěvků na těchto pozicích, byl cyklistika a fotbal s osmi zprávami a basketbal a tenis s pěti zprávami. Dále se zde objevily dostihy (1), florbal (1), golf (2), lyžování (3), orientační běh (1), rafting (2), skateboarding (1), stolní tenis (1), tancování (1) a volejbal (1).

Na 13.–15. pozici se desetkrát nacházely zprávy o motorsportu. Třikrát se zde objevil lední hokej a lyžování a dvakrát tenis. Ostatní sporty měly po jednom příspěvku na těchto pořadových číslech - boby, fotbal, házená, paralympijský sport, skateboarding, šachy a tancování. Pouze třináct relací mělo třináctý příspěvek ve svém dílu. Jen deset relací mělo čtrnáctý příspěvek a pouze devět mělo ten patnáctý.

Poslední skupinou byly příspěvky na pozicích 16.–17. Žádný ze sportů se zde neobjevil více než jedenkrát. Šest pořadů mělo ve své relaci šestnáctý příspěvek. Sedmnáctý příspěvek měly pouze dva díly Brank, bodů, vteřin a byly to zprávy o bowlingu a lyžování. Jediná relace měla osmnáct příspěvků. Zpráva na posledním místě v této relaci byla o fotbalové 1. lize. Šlo o doplnění výsledků z ligové zápasu a bylo to 23. 10. 2016. Žádný z dalších dílu ve veřejnoprávní televizi neměl více než osmnáct příspěvků.

Jako poslední příspěvek se v Brankách, bodech, vteřinách objevovaly medailonky se známými sportovci, příspěvky o netradičních sportech, zprávy o narozeninách významných lidí pro sport nebo úmrtí slavných.

#### 1. Tabulka sportů a jejich pořadí v příspěvcích v Brankách, bodech, vteřinách

SPORTY	1.–3.	4.–6.	7.–9.	10.–12.	13.–15.	16.–18.
Atletika	0	2	0	0	0	0
Baseball	0	0	1	4	0	0
Basketbal	0	3	6	5	0	1
Boby	0	0	0	0	1	0
Bojové sporty	0	0	1	1	0	0
Bowling	0	0	1	0	0	1
Cyklistika	1	4	3	8	0	0
Dostihy	1	2	1	1	4	0
Florbal	0	0	0	1	0	0
Fotbal	64	48	18	8	1	1
Golf	0	0	1	2	0	0
Házená	0	1	5	0	1	0
Jachting	0	1	0	0	0	0
Lední hokej	19	24	26	17	3	0
Lyžování	0	2	2	3	3	1
Motorsport	0	4	17	4	10	1



Orientační běh	0	0	0	1	0	0
Paralympijské sporty	0	0	0	0	1	1
Rafting	0	0	0	2	0	0
Rychlobruslení	0	0	1	0	0	0
Skateboarding	0	0	1	1	1	0
Skoky do vody	0	0	0	0	1	0
Stolní tenis	0	1	2	1	0	0
Šachy	0	0	1	0	1	0
Tancování	0	0	0	1	1	1
Tenis	19	13	9	5	2	0
Triatlon	0	0	1	0	0	0
Volejbal	1	0	5	1	1	0

### 2.7.11 Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů ve Sportovních novinách

Stejně jako jsme popsali pořadí sportů v jednotlivých relacích u Branek, bodů, vteřin, uděláme tak i u Sportovních novin. V následující tabulce (viz podkapitola 2.7.10.1) jsme vypsalí všechny sporty a jejich řazení v tomto pořadí. Pořadí jsme si rozdělili stejně jako v minulé kapitole do sedmi skupin. Ovšem u Sportovních novin se ani jednou neobjevilo více než dvanáct zpráv, takže se v posledních dvou skupinách (příspěvky na pozici 13.–15. a 16.–18.) nevyskytl žádný sport.

Ve Sportovních novinách se znovu nejčastěji na prvních třech pozicích ve vysílání pořadu objevoval fotbal, který měl zastoupení devětapadesátkrát. Následně lední hokej a tenis. Oba se objevily shodně jedenadvacetkrát. Sedmkrát obsadil fotbal všechny tři první pozice v jedné relaci. U lední hokeje se tento jev objevil jednou. Do první trojky se během našeho výzkumu dostaly ještě informace o třech sportech. První byla zpráva 9. 10. 2016 o výsledku dostihového závodu Velká pardubická. Jako další se 15. 10. 2016 ve zprávách objevila zpráva ze světa boxu. Vladimír Klička oznámil, že už nebude v roce 2016 boxovat. Posledním sportem, který se objevil na třetím místě byl motorsport. Sportovní noviny 30. 10. 2016 informovaly o výsledku kvalifikace na Velkou cenu Mexika ve Formuli 1. 19. 10. 2016 se na třetím místě objevila reklama na video o Jaromíru Jágrovi a jeho partnerce, na které se diváci měli podívat na tn.cz<sup>115</sup>.

Jako 4.–6. příspěvek v pořadí se nejčastěji objevoval lední hokej - třiatřicetkrát. O druhém tenisu informovaly Sportovní noviny čtyřadvacetkrát. Dvanáctkrát se na těchto

<sup>115</sup> Zpravodajský internetový portál televize Nova.

pozicích objevil fotbal. Devětkrát pak basketbal a motorsport. Další příspěvky v této skupině byly o atletice (2), bojové sporty (5), cyklistice (2), golfu (3), lyžování (2), pokeru (1), skocích do vody (1) a volejbalu (1).

Na 7.–9. pozici se objevil největší počet sportů. Celkem v této skupině bylo zmíněno sedmnáct sportů. Dominoval zde fotbal, o které se objevilo čtyřicet příspěvků. O druhém hokeji informovaly Sportovní noviny třináctkrát a o motorsportu a tenisu dvanáctkrát. Stejně jako u Branek, bodů, vteřin dostával motorsport prostor až ve druhé polovině relace. Šestkrát se na těchto místech objevil basketbal. Další sporty se neobjevily více než dvakrát - atletika (1), baseball (2), bojové sporty (2), cyklistika (2), freestyle biking (1), futsal (1), golf (2), kriket (1), lyžování (2), poker (1), skoky do vody (1) a volejbal (1). 18. 10. 2016 obsahovala relace Sportovních novin pouze osm příspěvků. Devátý příspěvek pak mělo jen dvacet relací.

Na pozici 10.–12. se objevilo ve Sportovních novinách patnáct příspěvků. Desátý příspěvek mělo devět relací, jedenáctý pět relací a dvanáctý pouze dvě relace. Nejčastěji se zde objevoval hokej - sedmkrát, fotbal - čtyřikrát a tenis dvakrát. Po jednom příspěvků měly na těchto místech cyklistika a golf. Nejvíce příspěvků (12) se ve Sportovních novinách objevilo 14. 10. 2016 a 16. 10. 2016.

Posledním příspěvkem byla pravidelně ve Sportovních novinách zpráva z rubriky Borec na konec. Pouze dvakrát se stalo, že posledním příspěvkem bylo doplnění výsledku zápasu.

## 2. Tabulka sportů a jejich pořadí v příspěvcích ve Sportovních novinách

SPORTY	1.–3.	4.–6.	7.–9.	10.–12.
Atletika	0	2	1	0
Baseball	0	0	2	0
Basketbal	0	9	6	0
Bojové sporty	1	5	2	0
Cyklistika	0	2	2	1
Dostihy	1	0	0	0
Fotbal	59	12	24	4
Freestyle biking	0	0	1	0
Futsal	0	0	1	0
Golf	0	3	2	1
Kriket	0	0	1	0
Lední hokej	21	33	13	7
Lyžování	0	2	2	0
Motorsport	1	9	12	0
Poker	0	1	1	0

Skoky do vody	0	1	1	0
Tenis	21	24	12	2
Volejbal	0	1	1	0

## 2.8 Vyhodnocení hypotéz

VO1: Jaký časový prostor je věnovaný jednotlivým sportům v pravidelném sportovním zpravodajství v televizním vysílání Brank, bodů, vteřin a Sportovních novin?

H1: Největší časový prostor je v obou pořadech věnován nejpobulárnějším sportům v České republice fotbalu a lednímu hokeji stejně jako tomu bylo ve výzkumu na Univerzitě Karlově v Praze. Na dalších pozicích bude tenis a motorsport. Následovat budou další sporty, kterým se v televizi nedostává tolik prostoru

Největší časový prostor byl opravdu v obou pořadech věnován fotbalu a lednímu hokeji. Ovšem fotbal v obou relacích o hodně převyšoval lední hokej. V Brankách, bodech, vteřinách zaujímal fotbal 31,53% (116 minut a 19 sekund) z celkové vysílání a ve Sportovních novinách 31,67% (63 minut a 54 sekund). Lednímu hokeji věnovaly Branky, body, vteřiny 17,68% (65 minut a 13 sekund) z vysílacího času a Sportovní noviny 19,15% (38 minut a 38 sekund). Třetí největší prostor dostal v obou relacích tenis, ale ve Sportovních novinách (15,80%) měl výrazně větší podíl na celkovém vysílání než u Brank, bodů, vteřin (8,66%). Čtvrtý motorsport dostal ve veřejnoprávní televizi 5,16% a v komerční televizi 5,16%.

Ve srovnání s výzkumem na Karlově Univerzitě v Praze, kde zkoumali tři sportovně-zpravodajské relace<sup>116</sup> získal v naší práci fotbal i lední hokej menší podíl na celkovém vysílání. Na 35,5% se v našem výzkumu fotbal nedostal ani v jedné relaci, stejně jako se hokej nedostal na 22,7%. Naopak tenis ve Sportovních novinách (15,80%) výrazně přesáhnul desetiprocentní hranici, která ho ve výzkumu v Praze řadila do tzv. druhé skupiny sportů. Sezónním vlivem v našem výzkumu nedostala tolik prostoru atletika, kanoistika a plavání, které se také ve výzkumu z Karlovy Univerzity řadily do druhé skupiny sportů.

<sup>116</sup> Pravidelné sportovní relace (součásti televizních novin) na stanicích ČT1, Nova a Prima.

H2: Z veřejnoprávní podstaty se v Brankách, bodech, vteřinách objevuje větší množství sportů než ve Sportovních novinách.

V Brankách, bodech, vteřinách se během našeho výzkumu objevilo devětadvacet sportů a ve Sportovních novinách devatenáct sportů. V Brankách, bodech, vteřinách se tedy častěji objevovaly „menší“ sporty a dostávaly i více prostoru ve vysílání než ve Sportovních novinách. O čtrnácti sportech (boby, bowling, házená, jachting, judo, orientační běh, paralympijské sporty, rafting, rychlobruslení, skateboarding, tancování a triatlon), které se objevily ve veřejnoprávní televizi, se Sportovní noviny ani jednou nezmínily. V Brankách, bodech, vteřinách se neobjevila ani jedna zpráva o kriketu a pokeru.

VO2: Jaká je četnost jednotlivých příspěvků v relacích? Bude se lišit počet příspěvků o víkendu a ve všední dny?

H3: Vzhledem k tomu, že Branky, body, vteřiny mají větší vysílací prostor je jejich průměrný počet příspěvků na jednu relaci vyšší než u Sportovních novin.

Jak hypotéza předpokládala, Branky, body, vteřiny mají delší průměrnou délku jedné relace a objevuje se v nich pravidelně více příspěvků než ve Sportovních novinách. U Branek, bodů, vteřin byl průměrný počet příspěvků v jedné relaci 12,11. Ve Sportovních novinách se průměrně v jedné relaci objevovalo devět příspěvků.

H4: U obou relací bude ve víkendovém vysílání více příspěvků ve všední dny.

Tato hypotéza se také potvrdila. U Branek, bodů, vteřin byl průměrný počet příspěvků v jedné relaci o víkendu 15,55 a ve všední den 10,54. Ve Sportovních novinách se průměrně v jedné relaci objevovalo 9,36 příspěvků o víkendu a 8,83 ve všední den.

VO3: Které sporty se nejčastěji objevují v prvních třech příspěvcích v relacích?

H5: Nejčastěji se v prvních třech příspěvcích objevuje fotbal nebo lední hokej. Výjimkou bude mimořádné události či výkony sportovců v jiných sportech.

Tato hypotéza se částečně potvrdila, ale je potřeba k ní doplnit, že se fotbal se vyskytoval mnohem častěji v prvních třech příspěvcích než ostatní sporty. Celkem čtyřiašedesátkrát v Brankách, bodech, vteřinách a devětapadesátkrát ve Sportovních novinách. Lední hokej se v prvních třech příspěvcích objevoval stejně často jako tenis v Brankách, bodech, vteřinách (devatenáctkrát) i ve Sportovních novinách (jedenadvacetkrát).

Pouze výjimečně se na prvních třech pozicích objevují jiné než tyto tři sporty. U Branek, bodů, vteřin tomu bylo třikrát (cyklistika, dostihy, volejbal) a u Sportovních novin také třikrát (bojové sporty, dostihy, motorsport). U dostihů se u obou pořadů potvrdilo, že jde o mimořádnou událost jakou je závod Velká pardubická, u cyklistiky mimořádný výkon sportovce mistrovství světa v silniční cyklistice, které vyhrál Slovák Peter Sagan. O mimořádnou událost šlo i u volejbalu. Zpráva byla o tom, že národní tým žen postoupil na mistrovství Evropy. Ve Sportovních novinách se mimo zmíněnou Velkou pardubickou, jednalo o oznámení, že boxer Vladimír Klička nebude v roce 2016 už zápasit a zprávu o výsledku kvalifikace na Velkou cenu Mexika ve Formuli 1. Komerční televize pokládala tyto informace za velmi důležité, a proto je zařadila dopředu vysílání.

VO5: O jakým soutěžích pořady informují u fotbalu, ledního hokeji a basketbalu?

H6: Branky, body, vteřiny dávají více prostoru domácím soutěžím. Naopak ve Sportovních novinách se častěji objevují zprávy z fotbalové ligy ve Velké Británii, ze zámořské Národní hokejové ligy a basketbalové Národní basketbalové asociace, jelikož jde o sporty vysílané na sportovních kanálech Nova Action, Nova Sport 1 a Nova Sport 2 a televize Nova na ně chce upozornit, udělat reklamu a má zaplacené záběry z utkání.

Tato hypotéza se také částečně potvrdila, ovšem je k ní potřeba komentáře. Potvrdilo se, že Branky, body, vteřiny dávají největší prostor nejvyšším domácím soutěžím u fotbalu (39,17%), ledního hokeje (51,29%) i basketbalu (63,58%). Ovšem Sportovní noviny dávají u fotbalu také největší prostor 1. lize (37,04%). U ledního hokeje a basketbalu ale dávají největší prostor zámořským ligám Národní hokejové lize (61,60%) a Národní basketbalové asociaci (61,60%). Zápas z obou těchto lig vysílají sesterské kanály z Nova Group - Nova Action, Nova Sport 1, Nova Sport 2. Jsou to tedy „jejich“ sporty, televize Nova upozorňuje na jejich vysílání na svých kanálech a může použít záběrů z těchto zápasů i do reportáží o jejich výsledcích. U televize Nova jakožto komerční televize jde o tzv. self-promotion neboli sebe propagaci a propagaci svých pořadů.

Branky, body, vteřiny o zámořských soutěžích také informují ovšem nevěnují jim tolik prostoru. Sportovní noviny věnují u fotbalu mnohem více prostoru zahraničním soutěžím, ale pouze na zápasy anglického poháru FA Cup vlastní vysílací práva. Jsou tedy více zaměřené právě na soutěže jako je nejvyšší anglická fotbalová liga Premier League nebo německá Bundesliga.

## Závěr

Hlavním úkolem této práce bylo zjistit a pomocí obsahové analýzy popsat rozdíly mezi dvěma pořady sportovního zpravodajství. Mezi Brankami, body, vteřinami ve veřejnoprávní stanici Česká televize a Sportovními novinami v komerční televizi Nova. Obě relace jsme porovnávali podle toho, jakou mají délku, jaký prostor dávají jednotlivým sportům, jak tyto sporty řadí a jestli veřejnoprávní televize dává větší prostor tzv. „menším“ sportům než komerční televize.

Naše práce dokázala, že v těchto dvou pořadech dostává největší prostor fotbal a následně lední hokej jakožto nejoblíbenější sporty v České republice. Obě relace už se rozcházejí v tom, jaký prostor dávají dalším sportům. Například tenis má mnohem větší podíl na vysílání ve Sportovních novinách než v Brankách, bodech, vteřinách. Náš výzkum prokázal, že se v Brankách, bodech, vteřinách objevuje více sportů a jejich vysílání tedy pestřejší. Dále, že tato relace dává ze své veřejnoprávní podstaty více prostoru „menším“ sportům. Jeden díl Branek, bodů, vteřin je průměrně skoro o pět minut delší (o víkendu téměř o sedm minut) a také obsahuje více příspěvků než jeden díl Sportovní noviny. Při analýze pořadí jednotlivých příspěvků jsme zjistili, že se v obou relacích nejčastěji v prvních reportážích objevuje fotbal, hokej a tenis. Pouze výjimečně se na první tři pozice dostane jiná sportovní událost. Většinou jde důležité zápasy či známé závody z jiných sportovních oblastí.

Při analýze skladby témat u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu jsme zjistili, že se relace výrazně liší v tom, kterým ligám dávají prostor. Tento jev jsme v naší práci vysvětlili tím, že Sportovní noviny dávají více prostoru tzv. „svým“ sportům respektive ligám, které vysílají jejich sesterské kanály Nova Action, Nova Sport 1 a Nova Sport 2. Dalším důkazem toho mohou být reportáže o pokeru a častější informace o bojových sportech, golfu, ale i větší podíl tenisu na vysílání ve Sportovních novinách. Na konci Sportovních novin je vysílána rubrika Borec na konec, kde se objevují kuriozity a nečekané výkony sportovců, které plní především zábavní funkci. V Brankách, bodech, vteřinách se na konci také objevují odlehčená témata jako medailonky známých osobností, různé portréty a výročí. Ovšem jde zde spíše o informativní funkci.

Tento výzkum by mohl být podnětem k vypracování práce například o tom, kolik procent zpráv se ve Sportovních novinách vztahuje přímo k vysílání na stanicích Nova Group nebo jakými zprávami je vysílání sportovního zpravodajství tvořeno, zda jde o tzv. hard news

nebo soft news. Pokud bychom nechtěli porovnávat dvě relace, ale zaměřit se pouze na to, kolik dostávají jednotlivé sporty prostoru, museli bychom dělat výzkum po dobu celého roku, abychom se vyhnuli sezónním vlivům.

### 3 Seznam literatury

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Přeložil Jiří SVOBODA. Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, 214 s. ISBN 80-85959-46-1.

BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika*. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004, 186 s. ISBN 8071788716.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001, 391 s. ISBN 8085947676.

ČÁSLAVOVÁ, Eva; JANÁK, Vladimír; BERKA, Pavel et al. Společenská reflexe sportu a jeho prezentace v masmédiích. In : *Psychosociální funkce pohybových aktivit jako součást kvality života dospělých: sborník materiálů z výzkumného záměru*. Vyd. 1. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Fakulta tělesné výchovy a sportu, 2007, s. 71-85. ISBN: 978-80-86317-53-3.

ČERVENKA, Jan. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Editor Markéta ŠKODOVÁ. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, 87 s. ISBN 978-80-7330-151-4.

DĚKANOVSKÝ, Jan. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 2008, 183 s. Bod. ISBN 978-80-7363-131-4.

GALTUNG, Johan a Mari Holmboe RUGE. The Structure of Foreign News [online]. *Journal of Peace Research*. 1965. vol. 2, no. 1, s. 64-91. [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/pdf/423011.pdf>

HVÍŽĎALA, Karel. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. Praha: Jaroslava Jiskrová - Máj, 2003, 268 s. ISBN 8086569705.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 9788073672874.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995, 307 s. ISBN 807184134X.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Přeložil Tomáš KAČER, přeložil Vlastimil NEČAS. Praha: Portál, 2009, 251 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCCOMBS, Maxwell E. a Donald L. SHAW. The Agenda-Setting Function of Mass Media [online]. *The Public Opinion Quarterly*. 1972. vol. 36, no. 2, s. 176-187 [cit. 2017-02-04]. Dostupné z: [https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541\\_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf](https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf)

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. 447 s. ISBN 978-80-7367-338-3.



REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2004, 295 s. ISBN 8086473791.

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

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Obráz Romů v televizním zpravodajství - příklad mediální konstrukce reality* [online]. Brno, 2007 [cit. 2017-02-02]. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. Dostupné z: <http://theses.cz/id/xsis5z/>

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.

SHOEMAKER, Pamela a Stephen D. REESE. *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content* [online]. Longman, 1996. 313 s. [cit. 2017-01-15]. Dostupné z: <https://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/mediating-the-message.pdf>

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

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

WHITE, David Manning. *The Gatekeeper. The Case-Study in the Selection of News* [online]. *Journalism Quarterly*. 1950, s. 383-390. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>

### 3.1 Internetové zdroje

ČESKÁ TELEVIZE. Pořady. [Ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz) [online]. [citováno 2017-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let>

ČESKÁ TELEVIZE. Vše o ČT. [Ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz) [online]. [citováno 2017-01-22]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/vznik-a-prvni-kroky>

MEDIAMANIA. Statistika. [Mediamania.tyden.cz](http://mediamania.tyden.cz) [online]. [citováno 2017-01-20]. Dostupné z: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/statistiky/top-porady/sledovanost-televiznich-poradu-1-10-2016\\_400047.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/statistiky/top-porady/sledovanost-televiznich-poradu-1-10-2016_400047.html)

PRESSWEB. Tiskové zprávy. [Pressweb.nova.cz](http://pressweb.nova.cz) [online]. [citováno 2017-01-30]. Dostupné z: <http://pressweb.nova.cz/clanek/tiskovezpravy/tv-nova-slavi-20-let-od-sveho-vzniku.html>

## **3.2 Analyzovaný soubor**

Branky, body, vteřiny. 1. 10. 2016 - 4. 11. 2016

Sportovní noviny. 1. 10. 2016 - 4. 11. 2016



4.	P4	den odvysílání	1	víkend / svátek
			2	všední den

**Analytické proměnné:**

5.	P5	délka celé relace		v sekundách
6.	P6	délka jednoho příspěvku		v sekundách
7.	P7	pořadí příspěvku v relaci		1/ 2/ 3... podle pořadí
8.	P8	název sportu/ odvětví	1	fotbal
			2	lední hokej
			3	tenis
			4	basketbal
			5	cyklistika
			6	motorsport
			7	volejbal
			8	golf
			9	házená
			10	dostihy
			11	tancování
			12	skateboarding
			13	stolní tenis
			14	bojové sporty
			15	atletika
			16	lyžování
			17	šachy
			18	baseball

19	poker
20	judo
21	freestyle biking
22	boby
23	bowling
24	kriket
25	florbal
26	futsal
27	jachting
28	skoky do vody
29	orientační běh
30	rafting
31	rychl bruslení
32	triatlon
33	paralympijský sport
34	Český olympijský výbor
35	ostatní
36	reklamy

9. P9 soutěže fotbal

1	Česká fotbalová reprezentace
2	1. liga
3	2. liga
4	Evropská liga
5	Liga mistrů
6	mládežnické reprezentace
7	zahraniční soutěže

		8	mezinárodní soutěže
		9	pohár MOL Cup
		10	ostatní
10.	P10	soutěže lední hokej	
		1	Česká hokejová reprezentace
		2	Tipsport extraliga
		3	2. liga
		4	Národní hokejová liga
		5	Kontinentální hokejová liga
		6	ostatní
11.	P11	soutěže basketbal	
		1	Národní basketbalová liga
		2	Národní basketbalová asociace
		3	Euroliga
		4	ostatní