

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

MEDIÁLNÍ OBRAZ NFL V ČESKÉ REPUBLICĚ

MEDIA IMAGE OF NFL IN THE CZECH REPUBLIC

Bakalářská diplomová práce

Jonáš Majtyka

Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalosová, Ph.D.

Olomouc 2023

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou bakalářskou diplomovou prací s názvem Mediální obraz NFL v České republice vypracoval samostatně s použitím úplného výčtu citací informačních pramenů uvedených v seznamu, který je součástí této práce. Práce má bez příloh a poznámek pod čarou 79 089 znaků.

V dne.....

podpis:

Poděkování

Veliké poděkování patří především Mgr. Věře Bartalosoové, Ph. D. za její flexibilní, trpělivý a lidský přístup v průběhu celého vedení mé diplomové bakalářské práce. Rád bych také poděkoval své rodině, která mi poskytla prostor se této práci věnovat, a přátelům za permanentní psychickou podporu.

Anotace

Tato práce se zabývá mediálním obrazem NFL, tedy nejvýznamnější ligy amerického fotbalu, v České republice. Jejím cílem je za pomoci kvantitativní obsahové analýzy zmapovat vývoj zpravodajství o této sportovní soutěži v českém online médiu *sport.idnes.cz*, a to v letech 2013-2015 a 2019-2021.

Teoretická část obsahuje vymezení teoretických konceptů týkajících se především procesu výběru publikovaných zpráv, praktická část poté prezentuje přípravu samotného výzkumu, jeho provedení a výsledky.

Kvantitativní obsahová analýza ukázala, že míra zpravodajství o NFL na serveru *sport.idnes.cz* v období 2019-2021 oproti období 2013-2015 výrazně stoupla.

Klíčová slova: NFL, americký fotbal, obsahová analýza, iDnes.cz, mediální obraz

Abstract

This thesis deals with the media image of the NFL, the top league in American football, in the Czech Republic. Its aim is to use quantitative content analysis to map the development of news coverage of this sport league in the Czech online news website *sport.idnes.cz* in the years 2013-2015 and 2019-2021.

The theoretical part contains the definition of theoretical concepts related mainly to the process of selection of published news, the practical part then presents the preparation of the research itself, its implementation and results.

The quantitative content analysis showed that the level of coverage of the NFL on *sport.idnes.cz* increased significantly in the period 2019-2021 compared to the period 2013-2015.

Key words: NFL, American football, content analysis, iDnes.cz, media image

Obsah

1. Úvod.....	7
2. Rešerše tématu	9
3. Teoretický rámec práce	10
3.1. Média a sport	10
3.2. Gatekeeping	11
3.3. Agenda settings	12
3.4. Zpravodajské hodnoty	13
3.5. Online žurnalistika	14
3.6. Americký fotbal	15
3.6.1. Pravidla amerického fotbalu	15
3.6.2. NFL	16
4. Praktická část.....	18
4.1. Kvantitativní obsahová analýza	18
4.2. Téma a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy.....	19
4.3. Stanovení výzkumných otázek a hypotéz	20
4.4. Vzorek analýzy	22
4.5. Jednotka analýzy	23
4.6. Operacionalizace	24
4.7. Změny v kódovací knize	28
5. Výsledky výzkumu.....	29
5.1. Prostor věnovaný NFL	29
5.2. Prostor věnovaný hráčům	32
5.3. Témata	36
5.3.1. Zastoupení témat	36
5.3.2. Hráči a týmy jako hlavní téma článku	38
5.4. Způsob zpracování článků	39
5.5. Autoři článků	41
5.6. Multimediální obsah článků o NFL	42
6. Závěr	46
7. Seznam pramenů	48
8. Seznam použitých zdrojů.....	49
8.1. Literatura	49
8.2. Elektronické zdroje	51
9. Seznam grafů	52
10. Přílohy	53

1. Úvod

Americký fotbal je sport, který nepatří na světě k těm nejvyhledávanějším. Jeho pravidla jsou totiž velmi obsáhlá a složitá, k jeho provozování je navíc potřeba velký prostor a hodně hráčů. Z důvodu tvrdých fyzických střetů je navíc pravděpodobnost zranění velmi vysoká. Právě tyto zásadní atributy amerického fotbalu nejsou slučitelné se snadným získáváním přívrženců, jakými disponuje například tradiční evropský fotbal.

Přesto je již americký fotbal rozšířený po celém světě (mezinárodní organizace IFAF uvádí 74 členských asociací¹), pro většinu sportovních fanoušků v České republice je ale stále spíše velkou neznámou. Ve Spojených státech amerických, odkud tento sport pochází, je přitom nejsledovanější ze všech. Absolutním vrcholem je poté Národní fotbalová liga (v originále National Football League, dále jen NFL), která je stejným miliardovým byznysem, jako je například evropská, a českému fanouškovi mnohem známější, UEFA Champions League. Mezi deseti nejsledovanějšími televizními pořady v historii USA ostatně najdeme hned devět Super Bowlů (finálových zápasů NFL), jejich hegemonii narušuje pouze poslední díl seriálu M.A.S.H.².

Vzhledem k obrovskému diváckému zájmu tak není překvapivé, že z pohledu mediálního pokrytí je americký fotbal v USA v porovnání s ostatními sporty bezkonkurenční číslo jedna. V České republice tomu ovšem tak není. Nejvíce prostoru dostávají v médiích tradiční sporty jako fotbal nebo lední hokej, které mají ve sportovní sekci online zpravodajských platforem svou vlastní podsekcí. Americký fotbal oproti tomu nalezneme v kategorii *ostatní sporty*, a to ať už se jedná o sportovní rubriku *idnes.cz*, *sport.cz* nebo *isport.cz*.

A přesto zájem sportovních fanoušků o americký fotbal na evropském kontinentu roste, což dokazuje i fakt, že se NFL v sezóně 2022/2023 rozhodla jeden ze zápasů základní části poprvé v historii uspořádat v Německu (do té doby se několik zápasů základní části konalo na území Evropy pouze ve Spojeném království).

¹ Member Federations [online]. [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://americanfootball.sport/member-federations/>

² AXSON, Scooby. Super Bowl 57 averages 113 million viewers, third most-watched television show in history. *Eu.usatoday.com* [online]. 13.2.2023 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://eu.usatoday.com/story/sports/nfl/super-bowl/2023/02/14/super-bowl-57-becomes-tvs-third-most-watched-show-history/11211106002/>

Cílem této bakalářské práce je tak za pomoci kvantitativní obsahové analýzy vytvoření mediálního obrazu NFL v České republice, konkrétně vývoje míry zpravodajství týkajícího se této soutěže, a to v letech 2013-2015 a 2019-2021. Pro tyto účely jsme si vybrali online médium *sport.idnes.cz*, spadající pod společnost *MAFRA, a.s.* Konkrétně bylo našim cílem zjistit, v jaké míře vybrané online médium informovalo o NFL v průběhu základní části, play-off a herní přestávky, přičemž se zaměřujeme i na to, jakými konkrétními tématy se vybrané online médium zabývalo.

Vybraná období byla zvolena z důvodu porovnání publikovaných článků v rámci delšího časového úseku. V době tvorby této práce není funkční web *NFL.cz*, který o soutěži pojednává v českém jazyce, i v opačném případě by však bylo pro praktickou část této práce vybráno již zmíněno médium, a to z důvodu vysoké návštěvnosti.

První část této práce pojednává o předchozích výzkumech z tohoto okruhu, druhá část je teoretická a zaměřuje se na koncepty z prostředí žurnalistiky, které souvisí s tématem a následnou praktickou částí této práce. V následující části je stručně představen americký fotbal a NFL, jejíž mediální obraz bude v rámci této práce analyzován.

Ve třetí části je následně představena kvantitativní obsahová analýza, jež byla pro tuto práci zvolena z důvodu schopnosti porovnávání vysokého množství dat. Tato část zároveň obsahuje i samotné stanovení výzkumných otázek a následnou přípravu výzkumu, o kterém se píše ve čtvrté kapitole. Závěr této práce obsahuje porovnání výsledků obsahové analýzy se stanovenou výzkumnou otázkou a jejími dílčími hypotézami.

2. Rešerše tématu

Cílů této práce chceme dosáhnout za pomoci kvantitativní obsahové analýzy, která je hojně užívanou vědeckou metodou, a to včetně žurnalisticko-sportovního prostředí. Mediální obraz sportu jako celku i jeho všemožných podmnožin svému výzkumu podrobili čeští i zahraniční zástupci tohoto oboru, především pak vysokoškolští badatelé. Na úvod této práce tak v rámci zpracování rešerše předchozích výzkumů z tohoto odvětví uvádíme ty nejvýznamnější z nich.

V českém prostředí mezi významné publikace patří kniha *Sport, média a mýty* od Jana Děkanovského (2008), který se v ní zabývá mediální podobou sportu, možnostech jeho prezentace i jeho celkovému postavení ve společnosti. Alice Němcová Tejkalová poté v roce 2012 publikovala knihu *Ti druzí sportovci: mediální stereotypizace a rámcování handicapovaných v tisku v letech 1948-2008*, ve které se, byť za pomoci kvalitativní analýzy, zabývá mediálním obrazem handicapovaných sportovců na sportovních akcích, především letních paralympijských hrách.

Mezi nejvýznamnější zahraniční díla se řadí kniha *MediaSport*, v níž editor Lawrence Wenner (1998) shromáždil publikace týkající se výzkumu sportu v médiích od různých autorů. V jedné z jejích kapitol se sportovní sociolog Michael Messner a emeritní profesorka Univerzity Wisconsin Margaret C. Duncan zabývají mediálním obrazem sportu a genderu se zaměřením na ženské sportovkyně. Stejná kniha obsahuje také práci Davida Rowea, Jima McKaye a Tobyho Millera a jejich kapitolu *Come Together: sport, Nationalism, and the Media Image*.

Této práci je tematicky velmi blízko kniha *Sport, media and society* od psychologičky Eileen Kennedy-Mooreové a Laury Hillsové (2009), profesorky sportu a zdraví na Brunel University London. Jejich společná publikace pojednává o metodách výzkumu sportu na různých platformách na základě případových studií.

Již zmíněný David Rowe se vztahem mezi sportem a médií zabýval i ve své vlastní knize *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*, kterou vydal v roce 1999. První část pojednává o médiích a sportu v sociálně-historickém kontextu nebo také ekonomické stránce sportovních médií. Ve druhé části se poté autor zaměřuje více na praktické hledisko mediálního zprostředkování sportu.

Sportem a médií se zabývá i kniha *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture* od skotských vysokoškolských profesorů Rymonda Boyla a Richarda Haynese (2009), kteří zkoumají postavení sportu ve společnostech různých kultur.

3. Teoretický rámec práce

V první části této práce si představíme teoretické koncepty, které úzce souvisí s jejím tématem a následným výzkumem, který bude představen v druhé části. Teoretický rámec se týká především procesu zařazení události do zpravodajství, jelikož je NFL americká soutěž a z hlediska blízkosti představuje pro česká média nízkou zpravodajskou hodnotu (viz kapitola *Zpravodajské hodnoty*). Na závěr této části si rovněž stručně představíme i samotný předmět zkoumání, tedy NFL.

3.1. Média a sport

Téma této práce spadá do oblasti sportovní žurnalistiky, která mezi ostatními obory získala takové postavení, že na serverech poskytujících obecné zpravodajství mívá svou vlastní sekci, popřípadě i vlastní část redakce specializující se výhradně na sport. Na úvod teoretické části si tedy představíme základní aspekty sportovního zpravodajství.

V historii sportu, který se začal postupně rozvíjet už v 19. století, hrají média velmi důležitou roli, jelikož stála za jeho popularizací a růstem v průběhu 20. století. Sport se tak vyvinul v samostatnou kategorii v oblasti zpravodajství se svojí vlastní specializací, kdy se každý novinář v průběhu své kariéry primárně zaměřuje na dva až tři sporty (Boyle, Haynes 2009, s. 165-166).

V tuto dobu už podle Boyla a Haynese „*zpravodajské organizace, novináři a čtenáři řadí sport do širšího mediálního prostředí*“, přesto však podle nich v hierarchii žurnalistických oblastí stále zastává „*rozporuplnou pozici a je na profesionálním žebříčku žurnalistiky řazen nízko*“ a sportovní část redakce je označována za *oddělení hraček*. V denním nákladu novin je však prostor věnovaný sportu velmi obsáhlý (Boyle, Haynes 2009, s. 167).

Pro téma této práce je poté velmi důležité rozšíření sportovní žurnalistiky do digitální sféry, která umožňuje distribuci zpravodajství 24 hodin denně. Boyle a Hynes dále uvádí, že „*digitální věk sportovní žurnalistiky je charakteristický elitními sporty, které se stávají stále více finančně závislými na mediálních organizacích. Sportovní žurnalistika nyní působí ve vysoce konkurenčním prostředí, kde rychlost informačních toků a množství často konkurenčních mediálních platforem, které všechny dychtí po obsahu a komentářích, vedly ke stírání tradičních hranic mezi zpravodajstvím a sportem.*“

Internet se tak stal důležitou součástí sportovní žurnalistiky, kdy jednotlivé sportovní kluby a sportovci produkují vlastní obsah na své webové stránky, které se staly hlavním zdrojem sportovních novinářů (Boyle, Haynes 2009, s. 173-175).

Zdánlivě nekončící poptávka po sportovním produktu zapříčinila to, že sportovní obsah v médiích už se nesoustředí pouze na výsledky samotné, nýbrž i na preview, interní informace, komentáře i informace týkající se *fantasy lig*. Popularita sportu mimo jiné vedla i ke vzniku médií, které pokrývají výhradně pouze sport (Raney, Bryant 2006, s. 66).

Raney a Bryant zároveň k vývoji vztahu mezi sportem a médií uvádí, že: „*Na makroúrovni byly sport a média dlouho považovány za samostatné instituce v symbiotickém, i když poněkud nefunkčním vztahu. Sportovní obsah umožňoval médiím oslovit žádoucí a jinak obtížně dosažitelné publikum, zatímco publicita a peníze z médií pomáhaly sportu k soustavnému zvyšování ziskovosti a kulturního významu*“ (Raney, Bryant 2006, s. 66).

3.2. Gatekeeping

Velmi důležitým pojmem souvisejícím s touto prací je *gatekeeping* (volným překladem „hlídání brány“). Tento pojem označuje proces výběru těch zpráv, které „projdou branou“ a jsou publikovány veřejnosti. S pojmem *gatekeeping* jako první přišel v roce 1947 sociolog Kurt Lewin, v souvislosti s výzkumem médií ho o tři roky později použil profesor Bostonské univerzity David M. White, jenž se zabýval právě výběrem zveřejňovaných zpráv při přebírání agenturního zpravodajství (McQuail 2002, s. 241).

Klíčovým faktem, který vedl ke vzniku tohoto pojmu, je to, že novináři při výkonu své profese naráží na tak velké množství zpráv, že je nemožné je všechny publikovat. White se tak ve své studii *The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News* zabýval procesem výběru zpráv, které rozdělil do sedmi kategorií a sledoval jejich dostupnost při výběru. Zároveň *gatekeeping* označil jako řetězec skládající se z více *gatekeeperů*, počínaje těmi ve zpravodajských agenturách (Trampota 2006, s. 38-40).

Pamela Shoemakerová pojem *gatekeeping* naopak rozšiřuje nad rámec médií a týká se podle ní každého komunikačního procesu. Jeho součástí je tedy konstantní vybírání toho, co v rámci interpersonální komunikace bude a nebude sděleno (Shoemakerová 1997 in Trampota, s. 41). Mimo jiné se Shoemakerová zabývala i vlivy působící na *gatekeepera* při výběru zpráv, které se odvíjí od subjektivního pohledu redaktora, rutin a organizace práce v daném médiu při výběru událostí i druhu média samotného (Shoemakerová 1996 in Trampota 2006, s. 41-47).

Tento koncept je pro tuto práci důležitý, jelikož i ve zkoumaném médiu probíhá proces vybírání informací, které budou zařazeny do zpravodajství, přestože se jedná o online nosič, na kterém má médium na rozdíl od své tištěné formy neomezený prostor. Díky analýze provedené v rámci praktické části této práce zjistíme, zda se v průběhu let měnila relevance zpráv z NFL pro vybrané médium a jaká témata považuje natolik zajímavá, aby je zveřejnilo.

3.3. Agenda settings

Na pojem gatekeeping plynule navazuje teorie zabývající se dlouhodobějším účinkem médií – nastolování agendy (agenda settings), s kterou přišli američtí mediologové Donald Shaw a Maxwell McCombs (Trampota 2006, s. 115). Podle nich se mediální agenda, tedy to, co rozebírají média, postupně přenáší do agendy veřejné a významnost jednotlivých témat postupně stoupá, nebo klesá v závislosti na tom, jakou pozornost jim média a veřejnost věnují (McCombs 2009, s. 71).

„Nastolování agendy představuje mocný a rozšířený účinek masové komunikace, který je výsledkem specifického obsahu masových médií“ (McCombs 2009, s. 69).

Podle tohoto konceptu chápání účinků médií se společensky stanou důležitá ta témata, která média při výběru událostí k publikování (viz gatekeeping a zpravodajské hodnoty) zařadí do zpravodajství opakovaně. Rozsah zpravodajství pojednávajícím o jednom tématu z mnoha úhlů tudíž může mít podle této teorie vliv na to, o čem bude dané publikum přemýšlet, nikoliv však jak bude o tématu uvažovat (Trampota 2006, s. 113). Nutno však podotknout, že McCombs ve své publikaci zmiňuje i to, že masová média mohou mít vliv i na utváření názoru a přispívají k usměrňování veřejného mínění (McCombs 2009, s. 176-179). Teorie nastolování agendy přitom vychází z předpokladů, že média filtrují a tvarují realitu a že důraz médií na menší výběr témat v daném období vede publikum k vnímání těchto jako důležitějších (Weaver in Trampota 2006, s. 113).

„Předpokládá se, že členové publika posuzují relativní důležitost tématu na základě množství mediálních sdělení k danému tématu, kterému jsou vystaveni“ (Dearing, Rogers 1996, s. 18).

Pokud tuto teorii aplikujeme na téma této práce, pak zpravodajský server *sport.idnes.cz* vytváří publikováním článků o NFL agendu a ovlivňuje tak, jakým způsobem je tato soutěž českou veřejností vnímána a jak moc události s ní spojenou považují za důležité.

Podle Dearinga a Rogerse má tak zpráva větší šanci na zveřejnění, pokud se týká potenciálně konfliktního tématu, jelikož *„zastánci a odpůrci problému spolu bojují ve společné, veřejné*

aréně, kterou jsou v moderní společnosti masmédiá. “ Na základě této teorie se pak podle nich některé společenské problémy naopak veřejným tématem nestanou, i když existují jejich zastánci a odpůrci, jelikož nedojde k jejich pokrytí masmédií (Dearing, Rogers 1996, s. 2).

Pro zkoumání mediální agendy je hojně využívána kvantitativní obsahová analýza, kterou při stanovení tohoto konceptu využili již zmínění Shaw a McCombs (Červenka 2008, s. 44).

„Obsahová analýza se tak zabývá zjevnou rovinou komunikovaného obsahu, která je pro všechny příjemce shodná a nikoliv na významy mediálních sdělení, které jsou aktivovány až v myslích příjemců a mohou být i v případě jednoho sdělení odlišné“ (Červenka 2008, s. 41).

I z tohoto důvodu byla kvantitativní obsahová analýza zvolena jako vhodná metoda pro výzkum mediálního obrazu NFL v českých médiích.

3.4. Zpravodajské hodnoty

S procesem zařazování informací do zpravodajství úzce souvisí také pojem *zpravodajská hodnota*.

„Všechny znaky, které rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství; vlastnosti extramediální události, které určují pravděpodobnost toho, zda událost projde branou médií (viz gatekeeping, poznámka autora) a bude převedena na zprávu a dále jako taková mediována“ (Reifová 2004, s. 76). Jinými slovy se jedná o porovnávání zpráv na základě určitých atributů, které určují míru relevance zprávy pro publikum daného média.

Pojem *news value* jako první použil v roce 1922 Walter Lippmann, podrobněji tuto problematiku rozebrali ale až v roce 1965 Johan Galtung a Marie Rugeová (Reifová 2004, s. 76), kteří ve svém článku *Struktura zahraničního zpravodajství* v souvislosti se zpravodajskými hodnotami uvádí těchto osm teorií:

- A. Zpráva nebude zaznamenána, pokud její frekventovanost neladí s periodicitou daného média.
- B. Čím je událost významnější v kontextu událostí stejného typu, tím je větší pravděpodobnost, že bude zaznamenána.
- C. Čím jasnější a pochopitelnější zpráva je, tím je pravděpodobnější, že bude publikována.
- D. Čím je událost pro příjemce relevantnější (kulturně či dopady na jeho osobu), tím je větší šance, že dojde k jejímu zveřejnění.
- E. Čím více se událost blíží tomu, co člověk očekává/předpovídá, že se stane, tím je větší šance, že bude zaznamenána.

- F. Čím více je zpráva šokující a méně očekávána, tím větší je šance, že bude zaznamenána.
- G. Pokud se událost dostane do zpravodajství, tím je větší šance, že budou zaznamenány i události eventuálně navazující na tuto událost.
- H. Čím více bude jedna událost prezentována, tím větší je šance, že z důvodu vyváženosti se bude následující zpráva týkat jiné události (Galtung, Reuge 1965, s. 65-67).

Jirák poté ve Slovníku mediální komunikace shrnuje zpravodajské hodnoty hned do patnácti kategorií, konkrétně *výskyt (nebo frekvence), blízkost, jasnost (nebo jednoznačnost), smysluplnost, novost, průběžnost, možnost vývoje události, vztah k elitám, personalizace, negativita, souznění, překvapení, předvídatelnost, variace*. Zároveň zmiňuje rozdělení zpravodajských hodnot na *obecné (sociokulturní a organizační faktor)* a *zpracovatelské (možnosti zpracování zpráv)* (Reifová 2004, s. 77-78).

Právě zpravodajské hodnoty jsou v českém mediálním prostoru velmi důležitým aspektem při zpravodajství týkající se NFL, jelikož se tato liga odehrává v USA a už jen z pohledu vzdálenosti není její zpravodajská hodnota příliš silná.

S tématem této práce souvisí především hodnota týkající se relevantnosti pro příjemce, jelikož americký fotbal není na českém území příliš rozšířený a mezi nejvyhledávanější týmové sporty patří především lední hokej nebo fotbal. V současnosti navíc v NFL nepůsobí žádný český hráč, což rovněž snižuje relevanci této soutěže pro české čtenáře.

Klíčová je také hodnota související se vztahem k elitám, jelikož v rámci této práce ověřujeme, zda se server *sport.idnes.cz* při zpravodajství o NFL soustřeďuje více na určitou skupinu hráčů (viz kapitola o stanovení výzkumných otázek a hypotéz).

3.5. Online žurnalistika

Vzhledem k tomu, že tato práce zkoumá mediální obraz NFL na internetovém médiu, považujeme za vhodné na závěr teoretické části stručný popis fungování médií v online prostoru.

Online média jsou v tuto chvíli poslední fází vývoje komunikačních médií, přičemž internetové zpravodajství sdružuje dohromady tištěná, auditivní i audiovizuální média a přebírá i principy způsobu tvorby zpravodajství na vývojově starších nosičích (Osvaldová 2020, s. 119).

„Online zpravodajství ve svých počátcích přebíralo ze všech zavedených principů v největší míře ty, které byly charakteristické pro tištěná média, zejména deníky, což bylo zapříčiněno původními technologickými limity komunikačních přístrojů i síťové konektivity. (...) Internet

nabíral na své masovosti se zvětšující se mírou konektivity neboli umožňování přístupu zvyšujícímu se množství obyvatel planety (Osvaldová 2020, s. 120).

Přestože online žurnalistika vychází ve svých principech z psané žurnalistiky, najdou se zde drobné rozdíly. V internetovém zpravodajství musí být zprávy stručnější a výstižnější, v konkurenci s dalším nekonečným obsahem je také mnohem důležitější kvalita titulku (Čuřík 2012, s. 23).

Výhodou online prostředí je multimedialita, tedy možnost kombinace více mediálních formátů a nabídnutí publiku různých možností vnímání (Osvaldová, s. 124). Právě na multimedialitu se zaměřujeme i v našem výzkumu, v rámci kterého zkoumáme přítomnost multimediálního obsahu v analyzovaných článcích (viz praktická část).

Oproti tištěnému médiu zároveň nejsou novináři limitováni uzávěrkou a zprávy mohou publikovat nepřetržitě během dne (Osvaldová, s. 126). Prostor pro publikování je navíc nevyčerpatelný a nabízí neomezené množství zdrojů. Současně s tím se však zvyšují i nároky na novináře při ověřování a posuzování věrohodnosti těchto zdrojů (Čuřík 2012, s. 22).

Neomezený prostor pro publikování byl klíčovým faktorem pro výběr analyzovaného média. Vzhledem k postavení, jaké má americký fotbal u českých médií (viz výše), by bylo velmi pravděpodobné, že kvůli omezenému prostoru by tento sport dostal v tištěných médiích prostoru velmi málo. Z toho důvodu jsme pro analýzu mediálního obrazu NFL zvolili online médium, konkrétně *sport.idnes.cz*.

3.6. Americký fotbal

Ještě, než přejdeme k praktické části této práce, považujeme za nutné aspoň ve stručnosti představit americký fotbal a samotnou NFL, jelikož povědomí o tomto sportu není v České republice vysoké. V první části si v krátkosti představíme základní principy pravidel amerického fotbalu, ve druhé se poté zaměříme na samotnou ligu.

3.6.1. Pravidla amerického fotbalu

Americký fotbal se hraje na hřišti, které je svými rozměry jen o trochu menší než hřiště na klasický evropský fotbal. Rovněž se hraje s jedenácti hráči na obou stranách, nicméně herní předmět je v tomto případě šišatý míč.

Hra probíhá tím způsobem, že vždy jeden tým útočí a druhý brání. Tým, který má na hřišti svou ofenzivní formaci, se snaží pohybovat míčem po hřišti směrem dopředu a dopravit ho až na jeho konec do takzvané „endzóny“, za což jsou útočícímu mužstvu přičteny body. Pohyb po

hřišti probíhá tak, že útočící mužstvo má vždy čtyři pokusy na to, aby překonalo s míčem vzdálenost minimálně deseti yardů. Pokud se mu to podaří, může nadále útočit a stejným principem se nadále snažit o skórování. Když útočící tým skóruje, nebo mu v tom naopak bránící tým zabráni, končí tím útočící fáze jednoho týmu a o skórování se pokusí jeho soupeř.

Za dopravení míče až na konec hřiště obdrží útočící tým šest bodů, načež si zvolí způsob dohrávky za jeden, nebo dva body. Pokud útočící tým nedokáže skórovat tímto způsobem, může se o to pokusit ještě kopem na bránu za „endzónou“, který je v případě proměnění ohodnocen třemi body. Zápas vyhraje mužstvo, které po šedesáti minutách dosáhne vyššího počtu bodů.

Hra se přitom v americkém fotbale přerušuje pokaždé, když je hráč s míčem soupeřem složen na zem, proto většina akcí trvá jen několik vteřin. Tím se americký fotbal výrazně liší od ragby, s kterým je často zaměňován. Dalším rozdílem je pravidlo týkající se přihrávek, kdy nemají hráči ragby povoleno přihrávat balón směrem dopředu. V americkém fotbalu je naopak povolena jedna přihrávka směrem dopředu v rámci jedné ofenzivní akce³.

3.6.2. NFL

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá NFL, hodí se aspoň stručně shrnout základní informace o této sportovní soutěži.

National Football League (v překladu Národní fotbalová liga; dále jen NFL) je profesionální soutěž amerického fotbalu hrající se v USA. Ligu tvoří 32 klubů rozdělených do dvou konferencí (NFC a AFC). Každá sezóna začíná sérií přípravných utkání v srpnu, sedmnáctizápasová základní část trvá od září do začátku ledna. Sedm nejlepších týmů z každé konference postupuje do play-off, načež se vítězové obou konferencí utkají o titul v únorovém finálním zápase, který nese název Super Bowl.

První sezóna NFL se odehrála v roce 1920, tehdy ještě pod jménem American Professional Football Association. Na National Football League se soutěž přejmenovala o dva roky později. (Crepeau 2020, s. 3). Prvního ročníku se zúčastnilo 14 klubů, pouhé dva z nich jsou součástí ligy dodnes (Coenen 2005, s. 13). V roce 1967 začala NFL kooperovat s konkurenční AFL (American Football League), přičemž o titul soupeřili ve finálovém zápase vítězové obou soutěží. V roce 1970 se obě ligy spojily v jednu a finálové utkání dostalo název Super Bowl. (Crepeau 2020, s. 65-73)

³ 2022 OFFICIAL PLAYING RULES OF THE NATIONAL FOOTBALL LEAGUE. *Operations.nfl.com* [online]. [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://operations.nfl.com/the-rules/2022-nfl-rulebook/>

V současnosti je NFL nejpopulárnější soutěží v USA. Co se televizní sledovanosti týče, v roce 2022 deset nejsledovanějších zápasů v USA patřilo zápasům NFL, včetně Super Bowlu, který sledovalo přibližně 99,18 milionů televizních diváků (statista.com, 2023). Vysoká sledovanost souvisí i s finanční stránkou soutěže, která se stala obrovským byznysem. Hodnota nejdražšího klubu, Dallasu Cowboys, se odhaduje na 8 miliard amerických dolarů (statista.com, 2022). Podle časopisu Forbes poté hned čtveřice hráčů NFL patřila mezi dvacet nejlépe placených sportovců v roce 2022 na světě (Forbes, 2022).

Pro potřeby této práce je na závěr potřeba stručný vhled do samotné hry. Přestože je americký fotbal týmový sport, na hřišti i mimo něj mají hráči na jednom konkrétním postu významnější postavení než zbytek jejich spoluhráčů. Řeč je o pozici jménem *quarterback* (jako český ekvivalent se nejčastěji používá označení *rozehrávač*), která je v prostředí amerického fotbalu obecně považována za nejdůležitější.

To ostatně dokládá i finanční ohodnocení hráčů hrajících v NFL na tomto postu. Podle stránky overthecap.com si nejlépe placený hráč, quarterback Aaron Rodgers, vydělá podle jeho smlouvy, aktuální v době tvorby této práce, ročně v průměru zhruba 50 milionů amerických dolarů. Dalších dvanáct nejlépe placených hráčů rovněž hraje na této pozici. Pro srovnání, nejlépe placený long-snapper (rozehrávač balónu při kopech na bránu), což je naopak jedna z nejméně důležitých pozic, si za rok průměrně vydělá „jen“ 1,5 milionu dolarů⁴.

Nejúspěšnějším hráčem v historii NFL je quarterback Tom Brady, jenž vyhrál sedm titulů v Super Bowlu, což je více, než vyhrál kterýkoliv klub (New England Patriots a Pittsburgh Steelers vyhráli Super Bowl šestkrát)⁵. Jméno tohoto konkrétního hráče bude rovněž bráno v potaz při tvorbě výzkumných otázek v rámci praktické části.

⁴ NFL Contracts. *Overthecap.com* [online]. [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://overthecap.com/contracts>

⁵ CURRIE, David. Tom Brady's magnificent seven Super Bowl wins: A look back on the legendary quarterback's record haul following his retirement. *Skysports.com* [online]. 6.2.2023 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://www.skysports.com/nfl/news/12118/12528467/tom-bradys-magnificent-seven-the-legendary-quarterbacks-seven-super-bowl-triumphs>

4. Praktická část

Druhá část této práce se již zaměřuje na samotný výzkum. Nejdříve bude představen koncept kvantitativní obsahové analýzy, která byla zvolena jako vhodná metoda pro tuto práci, následovat bude stanovení výzkumných otázek, a nakonec bude popsán proces operacionalizace, který bylo nutné provést před začátkem výzkumu.

4.1. Kvantitativní obsahová analýza

Cílem kvantitativní obsahové analýzy je vypovídat o velkém množství dat a poskytnout tak širší pohled na výskyt daného tématu v médiích. Sociální psycholog Bernard Berelson ji v roce 1952 charakterizoval jako „*kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace*“ (Sedláková 2014, s. 291).

Neuendorfová poté definici obsahové analýzy rozšiřuje a popisuje ji jako „*shrnující, kvantitativní analýza sdělení, které se opírá o vědeckou metodu (včetně důrazu na objektivitu, intersubjektivitu, apriorní design, spolehlivost, validitu, zobecnitelnost, opakovatelnost a testování hypotéz) a není omezeno ani typem zpráv proměnných, které lze měřit, ani kontextem, v němž jsou zprávy měřeny, vytvářeny nebo prezentovány*“ (Neuendorfová 2002, s. 10).

Mezi základní znaky obsahové analýzy patří její strukturalizace a přesné specifikování pravidel postupu při výzkumu. Všechny jednotky výzkumu jsou tak zpracovávány stejným způsobem, díky čemuž jsou poté výsledky interpersonálně snadno ověřitelné (Sedláková 2014, s. 295).

Trampota a Vojtěchovská obsahovou analýzu stručně charakterizují jako metodu výzkumu, která se zabývá tématy a jejich prostorem v médiích a která je schopna zkoumat obsah médií v delším časovém horizontu. Jelikož si tato práce klade za cíl analyzovat velké množství článků z delšího časového úseku, zvolili jsme ji jako vhodnou metodu pro tento výzkum.

Podle Trampoty a Vojtěchovské je poté na kvantitativní analýze dále výhodné, že „*je přenositelná, poskytuje objektivní výsledky nezávislé na výzkumníkovi, který ji provádí, a výsledky (v zásadě statistické údaje) mohou být jasně a jednoznačně prezentovány v tabulkách a grafech*“ (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 103).

Výzkum agendy při použití obsahové analýzy rozlišujeme na dva typy:

- A. Výzkumy sledující postavení jednoho tématu.
- B. Výzkum zkoumající celou agendu média (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 102).

V případě této práce se jedná o výzkum prvního zmíněného typu, jelikož zkoumá jedno konkrétní téma v rámci jednoho média.

Kvantitativní analýza má i své limity, mezi které patří její neschopnost analyzovat dopad zkoumaných textů na publikum či záměr komunikátora (Krippendorff 2003, s. 21-25). Běžní příjemci totiž při konzumování mediálního obsahu nepoužívají akademický postup, a proto výsledky výzkumu vypovídají především o interpretaci výzkumníka (Sedláková 2014, s. 299).

„OA (obsahová analýza; poznámka autora) nemůže odhalit spektrum významů, které by pod vlivem kontextu recepce, individuálních zkušeností, zaujímaných sociálních pozic či hodnotových preferencí do sdělení vložili ostatní čtenáři“ (Sedláková 2014, s. 299).

4.2. Téma a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy

Prvním krokem při použití obsahové analýzy je za pomoci výzkumné otázky či hypotézy stanovení jasně definovaného cíle zkoumání, z jehož znění musí jasně vyplývat, co bude předmětem analýzy (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 104).

Cílem této práce je porovnání mediálního obrazu NFL v rámci internetového portálu *sport.idnes.cz* ve dvou časových úsecích, konkrétně v letech 2013-2015 a 2019-2021. Tato práce se tak zabývá prostorem, který dané médium NFL věnovalo, jakými tématy souvisejícími s NFL se zabývalo a jakou měly články o prostředí NFL podobu.

Zmíněná období, která jsou zkoumána v rámci praktické části této práce, byla vybrána z několika důvodů. Tím prvním byla motivace porovnání dvou období vzdálených od sebe několik let, aby bylo možné lépe zanalyzovat teoretický nárůst zájmu vybraného média o NFL v porovnání jednotlivých období. S tím úzce souvisí i počet článků k analýze, který by byl, na základě předběžné rešerše při zpracování zadání této práce, v případě zahrnutí všech let od roku 2013 příliš velký. Na základě stejné rešerše došlo i k vyloučení let předcházejících roku 2013, kdy byl už na první pohled počet článků velmi nízký.

Při výběru období se rovněž nabízelo analyzovat pouze měsíce leden, únor a září až prosinec, tedy ty, kdy v NFL probíhá základní část a play-off. I mimo herní sezónu však v NFL probíhají události, ke kterým je v USA upřena vysoká pozornost, jako například začátek přestupového období či draft (v roce 2022 mělo první kolo draftu NFL televizní sledovanost 10,03 milionu diváků; *statista.com*, 2023). V rámci této práce jsme se chtěli zaměřit právě i na tyto události a zjistit, jakou pozornost vybrané médium věnuje NFL právě i v obdobích, kdy se nehrají soutěžní zápasy. Z toho důvodu byly do výzkumu zavedeny celé roky.

4.3. Stanovení výzkumných otázek a hypotéz

I na základě těchto aspektů byly vytvořeny výzkumné otázky a k nim přiřazené hypotézy, které byly stanoveny na základě konzumace mediálního obsahu vybraného média autorem této práce, a po provedení relevantního výzkumu budou buď potvrzeny, nebo vyvráceny.

VO1: Jak se vyvinula míra zpravodajství o NFL v obdobích 2013-2015 a 2019-2021?

- H1: v letech 2019-2021 publikoval sever *sport.idnes.cz* více článků o NFL než v letech 2013-2015.
- H2: počet článků o NFL publikovaných serverem *sport.idnes.cz* stoupal i během jednotlivých období.
- H3: vybrané médium články o NFL publikovalo v daných obdobích především od ledna do února a od září do prosince.
- H4: články v období 2019-2021 jsou delší než články v období 2013-2015.

Všechny tyto hypotézy vycházejí z předpokladu, že zájem zpravodajského serveru *sport.idnes.cz* o NFL v průběhu let postupně stoupá a odráží tak i zájem české veřejnosti o přínos informací z této sportovní soutěže. Zvyšující se zájem by se tak měl projevit jak na počtu článků, který by měl rok od roku kontinuálně stoupat, tak i na délce publikovaných článků.

Třetí hypotéza je poté opřena o harmonogram NFL, v níž se mistrovské zápasy základní části začínají hrát v září a sezóna vrcholí Super Bowlem v únoru následujícího roku.

VO2: Jakými tématy z prostředí NFL se dané médium zabývalo?

- H5: vybrané médium publikovalo nejvíce souhrny z jednotlivých hracích kol, včetně play-off a Super Bowlu.
- H6: Druhým nejčastějším tématem z prostředí NFL publikovaným vybraným médiem byly kontroverze a kauzy týkající se ligy.

Pátá hypotéza tohoto výzkumu se opírá o předpoklad, že vybrané médium nepovažuje témata z prostředí NFL za dostatečně zajímavá a omezuje se tak pouze na poskytování výsledkového servisu, přičemž se obšírněji zaměřuje pouze na Super Bowl, kterým sezóna NFL vrcholí. Hlavním neherním tématem, které by mohlo být považováno za dostatečně atraktivní pro zveřejnění, by poté mohly být především kontroverzní události, což předpokládá šestá hypotéza.

VO3: Jaký prostor dostávali v článcích o NFL jednotliví hráči?

- H7: Nejvíce prostoru bylo věnováno hráčům hrajícím na postu quarterbacka.
- H8: Nejvíce prostoru bylo věnováno hráči Tomu Bradymu.

Při analýze se chceme zaměřit i na mediální obraz samotných hráčů NFL. Sedmá hypotéza tak předpokládá, že se v článcích o NFL dostávalo nejvíce prostoru hráčům, kteří hrají na nejdůležitější pozici v americkém fotbale a jsou také nejlépe placeni. S tím také souvisí osmá hypotéza, na jejímž základě by měl ze všech hráčů dostat nejvíce prostoru Tom Brady, tedy nejúspěšnější hráč v historii ligy. Podstata těchto dvou hypotéz tkví ve zpravodajské hodnotě *vztahu k elitám*, která je popsána v teoretické části. Očekáváme tak, že vybrané médium věnovalo nejvíce prostoru nejúspěšnějším a nejlépe placeným hráčům v lize.

VO4: Jakým způsobem jsou články z prostředí NFL zpracovány?

- H9: Nejčastěji je použit žánr „zprávy“.
- H10: V článcích z dřívějšího období nejsou užívány citace.
- H11: V pozdějším období se objeví i články prezentující subjektivní názor autora.

Devátá až desátá hypotéza jsou založeny na předpokladu, že se očekávaný zvyšující zájem média o NFL projeví i na formě zpracování článků na toto téma. Očekáváme tak, že v dřívějším období budou články zpracovány ve formátu základní zprávy a v pozdějším už budou autoři do textů přidávat i citace a výpovědi aktérů z NFL. Rovněž předpokládáme, že v pozdějším období už bude NFL pro vybrané médium natolik atraktivní, že se objeví i články publicistického charakteru.

VO5: Kteří autoři články z prostředí NFL publikovali?

- H12: Sever *sport.idnes.cz* v dřívějším období pouze přebíral články od zpravodajské agentury.
- H13: U článků z pozdějšího období převládají články podepsané konkrétním autorem.

Dvanáctá a třináctá hypotéza předpokládají, že vzhledem k nízké atraktivnosti tématu se redakce *sport.idnes.cz* omezila při tvorbě obsahu týkajícího se NFL pouze na přebírání zpravodajského servisu od tiskové agentury a teprve v pozdějším období budou na toto téma publikovat texty konkrétní autoři.

VO6: Jaký multimediální materiál vybrané médium v článcích o NFL využívá?

- H14: Články v dřívějším období využívají ve svých článcích pouze fotografie.
- H15: Články v pozdějším období využívají ve svých článcích videa.
- H16: V článcích v pozdějším období se více vyskytují příspěvky ze sociálních sítí.

Poslední tři hypotézy rovněž odráží předpokládaný zvýšený zájem média, tedy že v dřívějším období se *sport.idnes.cz* omezil v článcích o NFL pouze na úvodní fotografii, která je pro každý článek nezbytná. V pozdějším období se naopak předpokládá vyšší počet použitých fotografií a především videí a příspěvků ze sociálních sítí na základě technického rozvoje a rozšíření sociálních sítí, které jsou v pozdějším období, na rozdíl od dřívějšího, již pevně danou součástí společnosti.

4.4. Vzorek analýzy

Následujícím krokem při obsahové analýze je definování výzkumného vzorku, jehož stanovení se skládá z výběru zkoumaného média a následně výběru konkrétních dat z publikace vybraného média. Vzhledem k tomu, že v praktické části této práce chceme analyzovat konkrétní téma, bude vzorek mého zkoumání účelový, nikoliv náhodný (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 105).

Vzorkem analýzy této práce je *sport.idnes.cz*, který patří pod internetový zpravodajský web *iDnes.cz*. Ten byl spuštěn 12. ledna 1998 a je největším webovým portálem společnosti *MAFRA, a.s.* (*mafra.cz*). Web vznikl jako online verze novin MF Dnes a v roce 2023 měl ve svém archivu přes jeden a půl milionu článků (Venturová, *idnes.cz*, 2023).

Poslední volně dostupný nezávislý výzkum návštěvnosti portálu *iDnes.cz* od společnosti NetMonitor uvádí, že uvedený web navštíví měsíčně 5 555 895 reálných uživatelů.⁶ Tento výzkum byl však publikován v roce 2017 a novější se při psaní této práce nepodařilo dohledat. Samo médium ale ve svém článku z 30. prosince 2022 uvádí, že bylo *iDnes.cz* v témže roce druhým nejčtenějším zpravodajským webem v České republice, když na něj měsíčně zavítalo v průměru 6,2 milionu návštěvníků⁷. Na základě dat z portálu *rating.gemius.com*, mapující návštěvnost internetových médií, byl poté průměrný počet návštěvníků 6,1 milionu.

⁶Dostupné na: https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/a171228_tve_007_idnes.pdf

⁷ VENTUROVÁ, Jitka. Portál iDNES.cz slaví 25. narozeniny, v archivu má přes 1,5 milionu článků. *Idnes.cz* [online]. 12.1.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/idnes-cz-25-narozeniny.A230111_085525_mediahub_jpl

Sportovní rubrika začala vznikat v roce 1999 a v následujících letech získala v rámci *iDnesu* velmi silnou pozici, mimo jiné i díky zavedení textových online přenosů ze sportovních událostí (Pavec 2009, s. 59-60). Velký podíl na jejím vzniku měl současný zástupce šéfredaktora Jaroslav Beránek, jenž je za sportovní zpravodajství *iDnesu* zodpovědný dodnes (iDnes.cz). Na základě dat z rating.gemius.com měla sportovní sekce na zpravodajském portálu *iDnes.cz* (sport.idnes.cz) v roce 2022 průměrnou měsíční návštěvnost 1,2 milionů reálných uživatelů.

4.5. Jednotka analýzy

Poslední fází přípravy výzkumu je určení jednotky analýzy, tedy přímo toho, co se v rámci výzkumu bude zkoumat. „*Jednotka měření je úsek mediálních obsahů, na kterém zkoumáme zvolené proměnné a jejich kategorie*“ (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 105).

„*Výzkumnou jednotku v přípravné fázi šetření stanoví výzkumník a do značné míry závisí na jeho rozhodnutí, jaké jednotky si vybere*“ (Sedláková 2014, s. 89).

Jednotkou přitom nemusí být pouze články, může se jednat například jen o titulky článků nebo naopak celé jedno vydání novin (Sedláková 2014, s. 89). Důležité však je, aby bylo jasné rozeznatelné, kde každá jednotka začíná a kde končí (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 105-106).

Na základě výběru jednotek rozeznáváme dvojí typ šetření. V případě, že bychom zkoumali všechny možné jednotky populace (viz vzorek analýzy), jednalo by se o šetření *vyčerpávající*. „*Přívlastek vyčerpávající zde odkazuje nikoli k nárokům na jeho realizaci, ale právě k tomu, že jsou zkoumány všechny jednotky cílové populace, žádná jiná již neexistuje*“ (Sedláková 2014, s. 86-87).

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá pouze články zaměřené na jedno konkrétní téma, tedy na pouhou část populace, jedná se o druhý typ šetření, tedy šetření *výběrové*. (Sedláková 2014, s. 87).

V případě této práce budou jednotkou analýzy právě jednotlivé články z vybraného média. Články pro praktickou část této práce byly získány z databáze Anopres, která od roku 1996 ve spolupráci s jednotlivými vydavateli archivuje články jednotlivých online a tištěných médií.

Při vyhledávání článků vybraného média v jednotlivých obdobích bylo použito heslo „*NFL*“, tedy zkrácený název soutěže.

Po provedení postupu vyhledávání bylo důležité jako první určit, zda jednotlivé články vůbec patří mezi jednotky analýzy této práce, jelikož je soutěž NFL zmiňována i v článcích, které pojednávají o jiném tématu, především z prostředí amerických profesionálních lig jako NHL (lední hokej), NBA (basketbal) či MLB (baseball). Práce i s těmito články by totiž výrazně ztížila proces výzkumu této práce, jelikož počet článků obsahujících heslo *NFL* výrazně převyšuje ty, které se NFL skutečně týkají, jak jsme zjistili na základě předběžné rešerše. Tyto články by tak neměly pro výzkum relevantní vypovídající hodnotu, jelikož se o NFL zmiňují například pouze v jednom odstavci a mají tak minimální podíl na utváření mediálního obrazu.

4.6. Operacionalizace

V rámci praktické části této práce proběhne samotná analýza jednotlivých článků, které budou vybrány na základě zmíněného postupu obsahové analýzy v předchozích kapitolách. Analýza proběhne ve formě určení vlastností článků a jejich následné zakódování do předem určených kategorií. Ty byly vytvořeny na základě cílů této práce, výzkumných otázek a jejich hypotéz tak, aby po následné analýze bylo možno na tyto otázky zodpovědět a hypotézy potvrdit, nebo vyvrátit.

Do výzkumu tak budou zařazeny pouze ty články, které přináší relevantní informace o NFL v širším kontextu. U těchto článků budou následně jako první určena kritéria sloužící k základní identifikaci článku a jeho snadnému dohledání.

1. **ID článku:** každému článku spadajícího do výzkumu této práce bylo přiřazeno jedinečné pořadové číslo, podle kterého byl zakódován.
2. **Zdroj:** adresa URL, přes kterou lze článek dohledat přímo na vybraném médiu.
3. **Datum:** datum publikování článku na vybraném médiu ve formátu dd.mm.rrrr.
4. **Titulek:** celé znění titulku článku z vybraného média.

Po určení kategorií sloužících k zařazení zakódovaných článků následují kategorie, které již přímo souvisí s výzkumnými otázkami a hypotézami a budou relevantní pro výsledky výzkumu.

5. **Téma:** určení hlavního tématu daného článku. Seznam dílčích témat vznikl na základě nejdůležitějších událostí týkajících se celoročního dění v NFL a také na základě rešerše publikovaných článků před vznikem této práce.

A. Souhrn: článek shrnuje dění v zápasech uplynulého hracího týdne, přičemž je v něm v širším kontextu zmíněno dva a více klubů. V článku jsou rovněž zmíněny minimálně dva zápasy uplynulého týdne a jejich výsledek minimálně v podobě

označení vítězného týmu zmíněných utkání. Výjimku z logických důvodů tvoří Super Bowl, v jehož rámci se hraje pouze jeden zápas.

- B. Preview: článek pojednává o budoucích událostech z prostředí NFL, které se týkají herního aspektu soutěže. Rozebírá tak budoucí konkrétní zápasy nebo obecně nadcházející období, během něhož se budou odehrávat soutěžní zápasy ligy, přičemž kromě informační funkce plní i funkci motivační, tedy klade si za cíl nalákat čtenáře k budoucímu sledování těchto událostí.
- C. Kauza: článek o prostředí NFL, který informuje o dění klubů či hráčů NFL, při kterém byl porušen zákon nebo jednání klubu či hráče hraničilo s nelegální aktivitou. Rovněž do tohoto tématu spadají i porušení pravidel ligy klubem či hráčem.
- D. Draft: článek pojednává o dění týkající se draftu NFL, tedy akce, při které si kluby vybírají mladé hráče z univerzitních lig, a to před ním i po něm. Do tohoto tématu přitom nespadá použití draftového výběru jako komodity při výměně mezi kluby, viz téma *trh*. V případě, že článek rozebírá zmíněné atributy, které se však týkají pouze jednoho hráče nebo klubu, spadá tento článek do níže popsaných témat.
- E. Super Bowl: jak už bylo zmíněno v kapitole o NFL samotné, finálový zápas této ligy je jednou z nejdůležitějších událostí roku v USA. Proto je zde zahrnut i jako samostatné téma, přičemž do něj není započítáno shrnutí a výsledek samotného zápasu, které spadají do tématu souhrn. Jedná se především o články, které se nerozebírají herní aspekt zápasu, nýbrž pojednávají o přestávkové show, reklamách, organizaci utkání atd.
- F. Hráč: článek rozebírá aktivity či hodnotí herní výkony jednoho konkrétního hráče z NFL. Tento hráč je zmíněn v perexu článku i jeho titulku (v něm nemusí být zmíněno jeho jméno, ale z kontextu článku bude vyplývat, že titulek je o něm) a je vyjádřeným i nevyjádřeným podmětem v převážné většině textu článku. V případě, že bude článek splňovat podmínky tématu o kauzách, který je popsán výše, spadá tento článek do kauz.
- G. Trenér: Článek rozebírá aktivity či hodnotí jednoho konkrétního trenéra z NFL. Tento trenér je zmíněn v perexu článku i jeho titulku (v něm nemusí být zmíněno jeho jméno, ale z kontextu článku bude vyplývat, že titulek je o něm) a je vyjádřeným i nevyjádřeným podmětem v převážné většině textu článku. V případě, že bude článek splňovat podmínky tématu o kauzách, které jsou popsány výše, spadá tento článek do tématu *kauza*, které je popsáno výše.

- H. Tým: článek rozebírá aktivity či hodnotí herní výkony jednoho konkrétního týmu z NFL. Tento tým je zmíněn v perexu článku i jeho titulku (v něm nemusí být zmíněno jeho název, ale z kontextu článku bude vyplývat, že titulek je o něm) a je vyjádřeným i nevyjádřeným podmětem v převážné většině textu článku. V případě, že bude článek pojednávat o kauze týkající se jednoho konkrétního týmu, spadá tento článek do tématu *kauza*, které je popsáno výše.
- I. Aktivity NFL: článek informuje o aktivitách spojených s chodem celé soutěže, nikoliv konkrétních klubů nebo hráčů. Jedná se především o administrativní a organizační úkony ligy, jako například úprava rozpisu nebo změna pravidel.
- J. Trh: článek shrnuje dění na přestupovém trhu NFL, tedy podpisy a ukončení smluv, výměn hráčů a draftových výběrů mezi jednotlivými kluby i případné spekulace o těchto událostech. V článku je přitom podrobněji vylíčena situace minimálně dvou hráčů nebo klubů. V případě, že článek rozebírá zmíněné atributy, které se však týkají pouze jednoho hráče nebo klubu, spadá tento článek do témat týkajících se hráče, nebo týmu, které jsou definovány výše.
- K. Ostatní: články nespádající do žádné ze zmíněných kategorií.

V případě, že bude článek obsahovat více témat, je článek zakódován do toho tématu, které je v článku zmíněno dříve.

6. Typ sdělení: určení stylu, v jakém je daný článek zpracován.

- A. Zpráva: Sdělení, které užívá čistě věcný informační postup a odpovídá na základní zpravodajské otázky *kdo, co, kdy a kde* (Jílek 2005, s. 117) V rámci této práce si postačíme s tímto souhrnným označením, přestože se zpráva dělí ještě na více poddruhů. V případě této analýzy budou články převážně typu zprávy *rozšířené*, která navíc odpovídá i na otázky *jak a proč* (Jílek 2005, s. 117-119).
- B. Zpráva s citacemi: zpráva je formou přímé řeči doplněna o výpovědi aktérů nebo hodnotitelů události, o které článek pojednává. Pro zakódování do této kategorie stačí i jediná citace v článku.
- C. Publicistický text: jedná se o publicistický typ sdělení, při kterém je v textu zřejmý názor autora článku.

7. Jména hráčů: jména hráčů zmíněných v daném článku ve formátu *jméno-příjmení*.

8. Pozice hráčů: určení postu, na jakém v NFL působí hráči zmínění v článku. Některé posty jsou zařazeny do společných skupin pod jednotnými označeními, které se běžně v prostředí amerického fotbalu užívají. Úloha těchto hráčů na těchto postech je totiž

téměř identická a jména jejich pozic rozlišují pouze to, v jaké části hřiště se tito hráči při hře nachází. Proto není potřeba tyto pozice rozlišovat jednotlivě. Speciální je poté kategorie „neuveďeno“, do které budou zařazeni hráči, u nichž není v článku ani jednou uvedena jejich pozice.

Pokud pozice hráče není v článku řečena, ale lze ji na základě kontextu jednoznačně určit, nepřirazuje se hráč do kategorie *neuveďeno*, nýbrž do kategorie odpovídající jeho postu. Tato situace může nastat ve chvíli, kdy lze hráčův post jednoznačně určit na základě popisu jeho činnosti na hřišti nebo je zmíněn v souvislosti s jiným hráčem, u něhož je pozice zmíněna a z kontextu vyplývá, že oba hráči hrají na stejné pozici. Pozice u hráče je rovněž určena v případě, že je jako označení pozice použit český ekvivalent pro název této pozice.

Do kódovací knihy byly nadefinovány tyto pozice (pro přehlednost je uvádíme rozdělené podle toho, do jaké složky týmu patří):

- A. Ofenzivní pozice: quarterback, running back, fullback, wide receiver, ofenzivní lineman.
- B. Defenzivní pozice: defenzivní lineman, linebacker, cornerback, safety.
- C. Speciální týmy: kicker, punter, long-snapper.

- 9. Jména týmů:** určení týmu, kterého se článek týká. Tento atribut se určuje pouze u témat *kauza, hráč, trenér a tým* a vychází z toho, že právě v těchto tématech je konkrétní tým hlavním tématem článku. V případě článků o kauzách a týmech bude zakódováno jméno toho týmu, o kterém text pojednává. Tým tak musí být zmíněn v titulku nebo perexu a musí být vyjádřeným nebo nevyjádřeným podmětem v převážné většině textu. V případě témat *hráč* a *trenér* bude zakódován tým, ve kterém daný hráč nebo trenér působí.
- 10. Fotografie v článku:** určení počtu fotografií v článku, včetně úvodní fotografie a fotografií vložených do článku skrz příspěvek ze sociálních sítí. Do počtu fotografií v článku není započítán odkaz do fotogalerie, který je do článků vybraného média vkládán v podobě několika miniatur fotografií, po jehož otevření je čtenář přesměrován do fotogalerie.
- 11. Video ve článku:** určení počtu videí, které jsou do článku vloženy skrz platformu YouTube nebo přes videopřehrávač přes který videa ukládá samotné médium. Pokud již video nelze shlédnout, což hrozí především v případě článků z dřívějšího období, je tento multimediální příspěvek rovněž započítán, pokud je zřetelné, že se původně jednalo o video.

- 12. Sociální síť:** určení počtu příspěvků (textů, fotografií, videí, citací), které jsou do článku vloženy skrze již existující příspěvek na sociálních sítích Facebook, Instagram a Twitter. Do tohoto počtu jsou započítány i příspěvky zdeformované technickými důvody, což hrozí především u článků z dřívějšího období, pokud je zřetelné, že se původně jednalo o příspěvek ze sociálních sítí.
- 13. Autor:** určení, zda je pod článkem podepsán konkrétní autor, pouze vybrané médium nebo byl článek převzat od zpravodajské agentury, popřípadě jakákoliv kombinace těchto variant. V případě, že bude jako autor uvedena konkrétní osoba, nebude jméno nijak zaznamenáno, jelikož to není pro tuto práci podstatné. Jako konkrétní autor je započítáno i uvedení novinářovy zkratky.
- 14. Počet znaků:** počet znaků (včetně mezer) v článku, do kterého není započítán titulek, datum, autor a další části článku, které přímo nesouvisí s jeho obsahem. Rovněž do něj nejsou započítány znaky z vložených příspěvků ze sociálních sítí a popisků přiložených fotografií.

Každý článek tak bude zakódován do těchto čtrnácti kategorií, které budou nabývat u každého jednotlivého článku předem stanovených hodnot definovaných v kódovací knize této práce.

4.7. Změny v kódovací knize

Na základě předběžné rešerše článků na zpravodajském serveru *sport.idnes.cz* a znalosti autora této práce byla před výzkumem vytvořena kódovací kniha, která měla sloužit k rozřazování jednotlivých článků na základě výše zmíněných atributů. Přestože byla tato kniha předem velmi pečlivě připravena, muselo v ní během samotného výzkumu dojít k drobným úpravám.

Tou první bylo přidání *Aktivit NFL* do okruhu témat, jelikož se v průběhu výzkumu objevil vysoký počet článků informujících o administrativních krocích ligy a bylo tudíž záhodno vytvořit pro tyto texty samostatnou kategorii, aby neskončily mezi specifickými nezařaditelnými články.

Druhá změna poté proběhla v kódování autorů článků. Původní varianta kódovací knihy totiž počítala s tím, že jako autor může být označen *konkrétní novinář*, *agentura*, *redakce* nebo *agentura a redakce*. Při výzkumu ovšem došlo k zjištění, že v jednotkách případů je jako autor uvedena redakce média společně s konkrétním novinářem. Tato varianta tak byla do kódovací knihy rovněž přidána.

5. Výsledky výzkumu

Na základě výše popsané operacionalizace jsme provedli výzkum mediálního obrazu NFL na internetovém médiu *sport.idnes.cz*. Jako relevantní pro tento výzkum jsme určili celkem 112 článků, které jsme zakódovali a následně podrobili analýze, jejímž cílem bylo najít odpovědi na výzkumné otázky a potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. V následující části této práce se tak zaměříme na výsledky tohoto výzkumu.

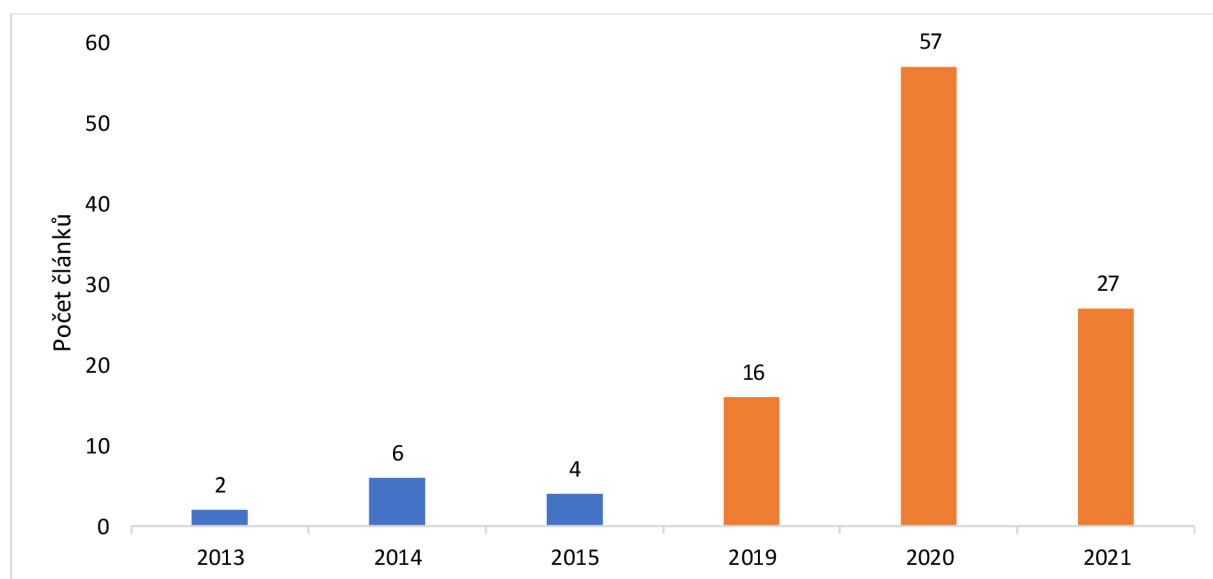
5.1. Prostor věnovaný NFL

Ve dvou vybraných obdobích, tedy 1. ledna 2013 až 31. prosince 2015 (dále jen dřívější období) a 1. ledna 2019 až 31. prosince 2021 (dále jen pozdější období) publikoval server *sport.idnes.cz* celkem 112 článků, které odpovídají výše uvedeným podmínkám a spadají tak do oblastí výzkumu této práce.

Pouze 12 z tohoto celkového počtu článků vyšlo v dřívějším období, zbylých 100 článků vyšlo v období pozdějším, což činí rozdíl 90 článků, a tedy vysoký nárůst článků týkajících se NFL v pozdějším období oproti dřívějšimu.

Co se jednotlivých období týče, v dřívějším období vyšlo nejvíce článků v roce 2014, kdy bylo na analyzovaném serveru publikováno šest článků. V pozdějším období bylo poté nejvíce článků v prostředí NFL zveřejněno v roce 2020, kdy jich vyšlo 57.

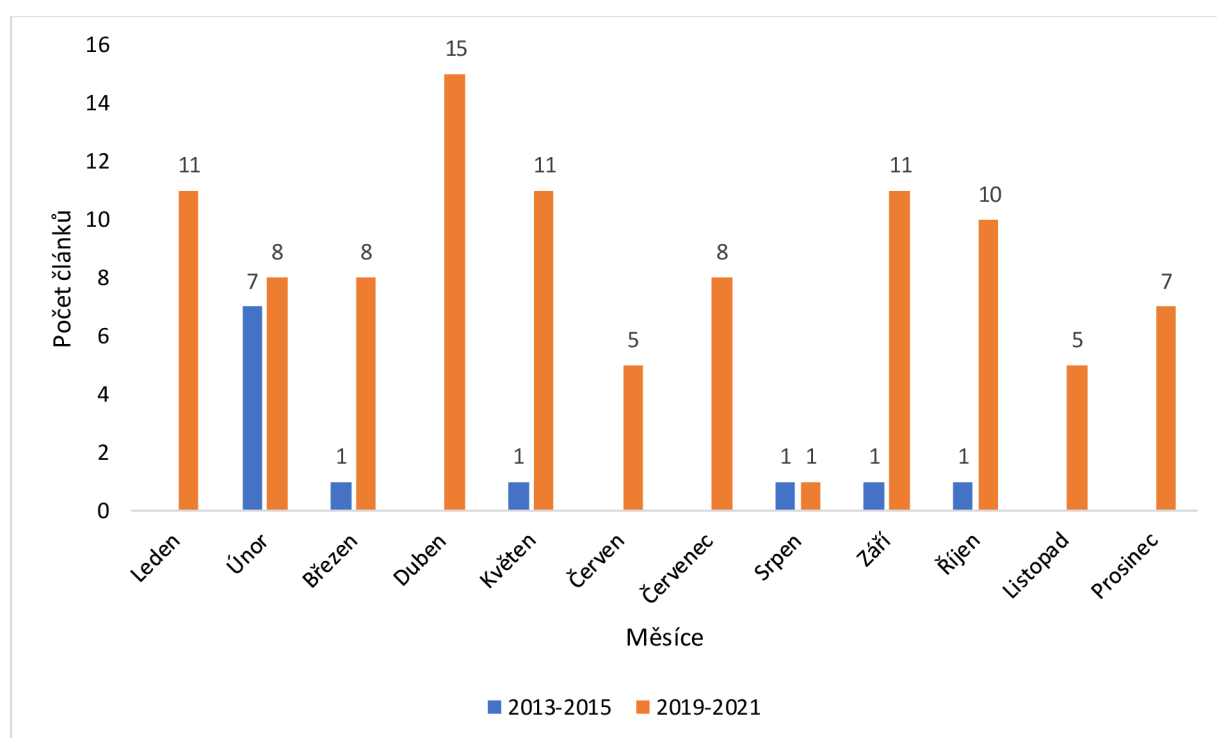
Graf 1: Počet článků v jednotlivých zkoumaných obdobích (celkem: 112)



V dřívějším období bylo nejvíce článků publikováno v měsíci únor, konkrétně 7 článků, což odpovídá období konání Super Bowlu.

V pozdějším období byly články nejvíce zveřejňovány v dubnu, kdy jich konkrétně vyšlo 15. Paradoxně tak nejvíce článků vyšlo v měsíci, kdy nemá NFL na programu žádné zápasy. V součtu 11 článků bylo poté publikováno v měsících leden, květen a září. Dvouciferný počet (10) publikací poté zaznamenal i říjen.

Graf 2: Počet článků v součtu za jednotlivé měsíce (celkem: 112)



V rámci analýzy jsme měřili i délku článků, přičemž nemá smysl zde uvádět rozdíl celkového počtu znaků v člancích, který je zřetelný už ze samotného vysokého rozdílu v počtu publikovaných článků.

V dřívějším období byl nejdelší článek s titulkem „*Jak Amerika hledá sportovní talent. Klidně už v šesté třídě*“⁸, který činil 5908 znaků a byl publikován v březnu, tedy mimo aktivní sezónu

⁸ NĚMÝ, Miroslav. Jak Amerika hledá sportovní talent. Klidně už v šesté třídě. *Sport.idnes.cz* [online]. 4.3.2015 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/amerika-hleda-talent-klidne-uz-v-seste-tride.A150303_212042_sporty_tof

NFL. V pozdějším období byl nejdelší článek s titulkem „*Nastal smír mezi NFL a hráči. Některé hvězdy však varují: Půjde o zdraví*“⁹, který měl délku 8101 znaků a rovněž vyšel v březnu.

Oproti dřívějšímu období se v tom pozdějším průměrná délka článků zvedla. Zde je záhodno dodat, že ani v jednom období se nevyskytl článek, který by svým počtem znaků výrazně převyšoval ostatní, tudíž vypočet průměru v případě počtu znaků považujeme za dostatečnou a vhodnou metodu. V dřívějším období byl tak průměrný počet znaků se zaokrouhlením na celá čísla 2897 znaků (medián 2788 znaků), kdežto v pozdějším období byla průměrná délka článků 3027 znaků (medián 3216 znaků). Nutno však podotknout, že pouhých 12 článků v dřívějším období bylo v porovnání se 100 články v pozdějším období malým vzorkem.

V rámci analytické části této práce jsme se zaměřili i na počet vydaných článků v obdobích, kdy v NFL probíhají soutěžní zápasy. Řeč je tedy o základní části v září až prosinci a následném play-off v lednu a únoru. V těchto měsících bylo v součtu publikováno 61 článků, zatímco v měsících březen až srpen, kdy nemá NFL na programu mistrovská utkání, bylo článků publikováno celkem 51. V celkovém součtu tak vybrané médium věnovalo NFL více pozornosti během sezóny než během herní přestávky.

Stojí za to zde vypíchnout rok 2020, kdy v měsících březen až srpen vyšlo 38 článků z celkových 57 tohoto roku a bylo jich tedy o herní přestávce publikováno více než v době základní části a play-off.

Na základě těchto dat se tak potvrdila jedna z hypotéz této práce, tedy že v pozdějším období vybrané médium publikovalo o NFL více článků než v tom dřívějším. Naopak se nepotvrdila hypotéza o stoupajícím počtu článků v rámci jednotlivých období, jelikož v dřívějším i pozdějším období bylo nejvíce článků zveřejněno v prostředním roce.

Rovněž se potvrdila hypotéza o zvyšující se délce článků, jelikož průměrná délka článků v pozdějším období byla vyšší. Opět je zde ale potřeba zdůraznit problematiku malého vzorku článků v dřívějším období.

V měsících září až prosinec a leden až únor poté vyšlo v celkovém součtu více článků než ve zbývajících měsících, což potvrzuje hypotézu, že vybrané médium publikovalo více článků v období, kdy se v NFL hrají soutěžní zápasy, byť rozdíl činil pouze 10 článků. Tato hypotéza se

⁹ IDNES.CZ. *Nastal smír mezi NFL a hráči. Některé hvězdy však varují: Půjde o zdraví*„. *Sport.idnes.cz* [online]. 16.3.2020 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-kolektivni-smlouva-americky-fotbal.A200316_172543_sporty_ten

naopak nepotvrdila v rámci jednotlivých roků, jelikož v roce 2020 bylo více článků zveřejněno během herní přestávky.

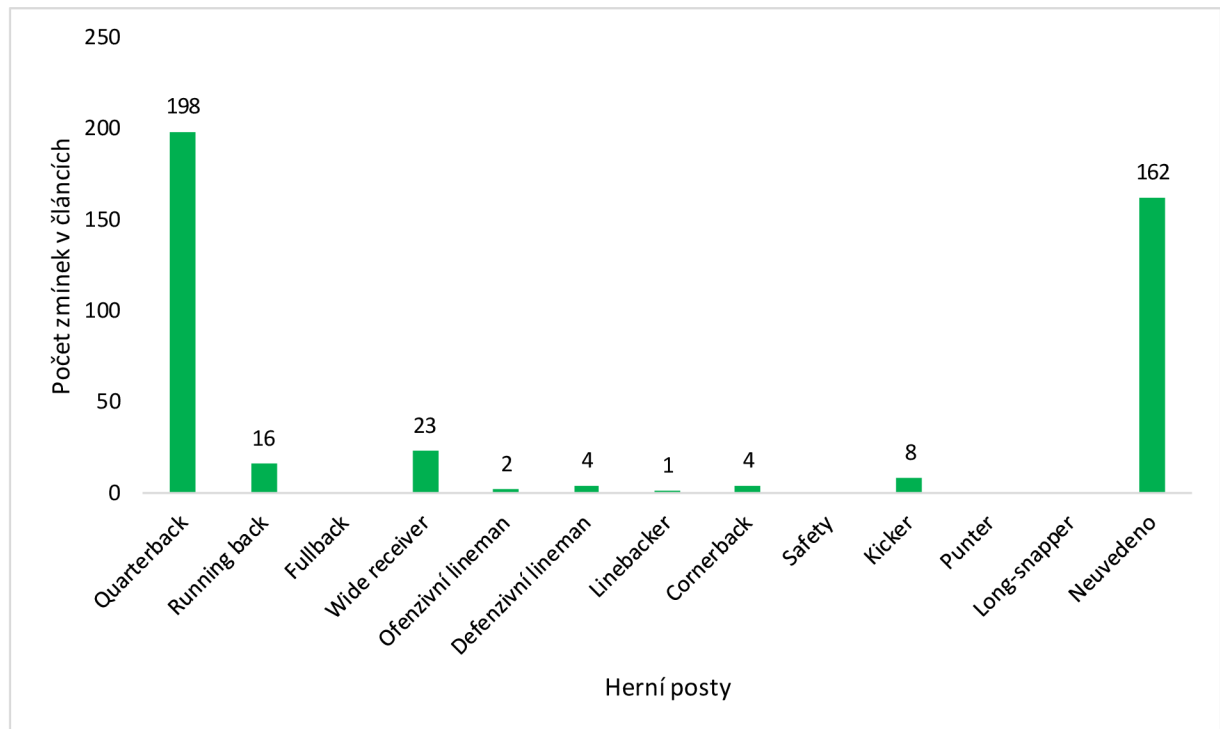
Přístup vybraného média ke zprávám z NFL se tak v průběhu zkoumaných období změnil. Zatímco v dřívějším období prošel při procesu gatekeepingu minimální počet informací až do veřejného prostoru, v pozdějším období už médium publikovalo zpráv z NFL výrazně více.

5.2. Prostor věnovaný hráčům

Ze 112 článků, které splňují kritéria pro zařazení do tohoto výzkumu, jich 88 obsahuje jméno aspoň jednoho hráče NFL a pouhých 24 nikoliv. Celkem bylo ve všech člancích zmíněno jméno některého z hráčů ve 421 případech (nikoliv unikátních, hodně jmen se opakovalo). Než se přesuneme ke konkrétním osobám, zaměříme se pouze na jednotlivé posty všech zmíněných hráčů, což souvisí i s jednou z teorií této práce.

Nejvíce byli v člancích zmiňováni hráči hrajících na postu quarterbacka, kteří byli v textu zmíněni ve 198 případech. Druhým nejčastějším jevem v souvislosti se jmény hráčů ovšem nebyl konkrétní post, nýbrž pozice hráče nebyla v textu vůbec uvedena ani nijak dostatečně popsána na to, aby čtenář pozici rozpoznal. Celkem tak v člancích zaznělo 162 jmen bez konkrétního určení jejich hráčské pozice. Mimo pozici quarterbacka, která je v prostředí amerického fotbalu obecně považována za nejdůležitější na hřišti, čemuž odpovídají i platy hráčů hrajících na tomto postu (viz teoretická část), tak autoři textů z prostředí NFL upřednostňovali pozice hráčů vůbec nezmiňovat.

Graf 3: Uvedené pozice, na kterých hrají hráči zmínění v článcích, v součtu za všechna období (celkem 421)

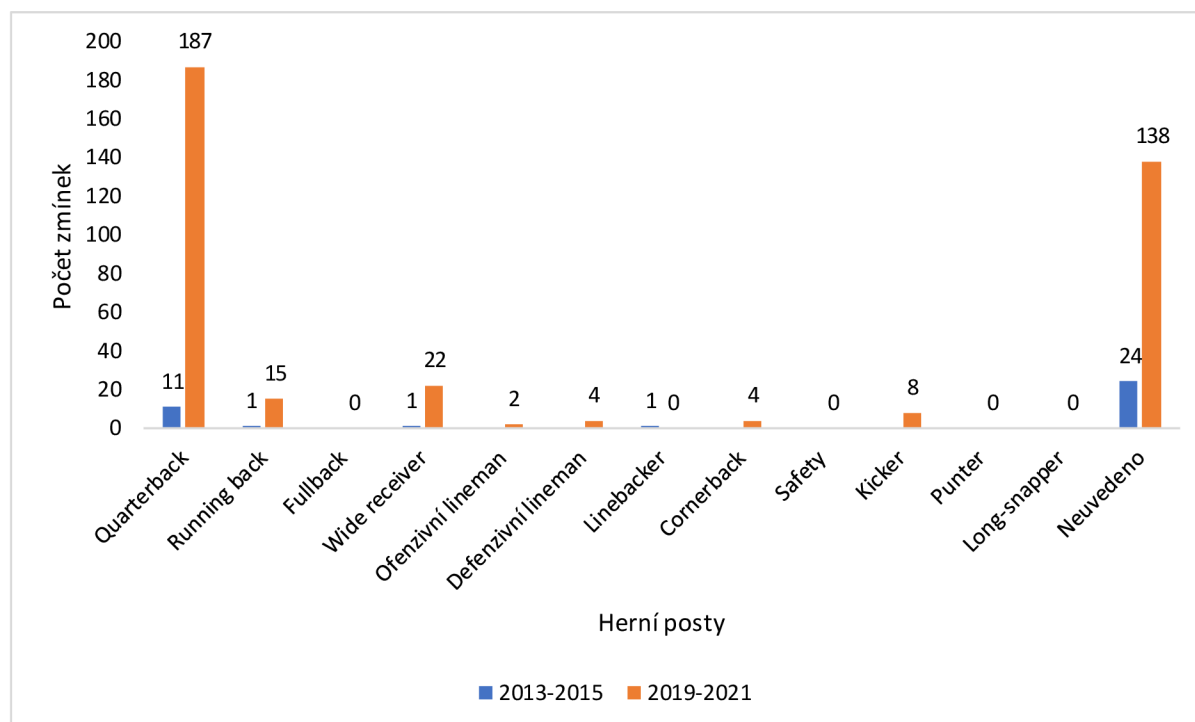


Druhou nejčastěji zmiňovanou pozicí byl poté wide receiver (hráč, který zachytává vzdušnou přihrávku od quarterbacka v poli) s 23 zmínkami a třetí running back (hráč, který běhá s míčem), který byl v článcích zmíněn v 16 případech. Stojí za zmínku, že všechny tyto tři nejčastěji uvedené posty jsou součástí ofenzivní složky týmů amerického fotbalu. Všechny ostatní posty měly pouze jednociferný počet zmínek a jejich podíl z celkového počtu zmínek se pohyboval okolo 1 %. Pozice puntera, long-snappera a fullbacka nebyly v článcích zmíněny ani jednou.

Můžeme tak pozorovat, že články o NFL na serveru *sport.idnes.cz* kladou velký důraz na quarterbacky, kteří zabírají 47 % ze všech zmínek konkrétních hráčů. Tím se potvrzuje jedna ze stanovených hypotéz, tedy že hráči NFL hrající na tomto postu dostanou ve vybraném médiu nejvíce prostoru.

Quarterbackové byli nejčastěji v textu uváděni i v rámci jednotlivých období. V dřívějším období zabíral tento post pouze 11 z celkových 38 zmínek, zatímco pozice nebyla určena hned ve 24 zmínkách, tedy přibližně v 63 % případů. V pozdějším období je naopak quarterback určen jako post zmíněného hráče ve 49 % zmínek oproti 36 %, kdy pozice nebyla specifikována.

Graf 4: Uvedené pozice, na kterých hrají hráči zmínění v článcích, v rámci zkoumaných období (celkem: 421)



Největší prostor se quarterbackům dostávalo i v rámci jednotlivých článků. Texty s nejvyšším počtem zmíněných hráčů byly publikace s titulkem „*Warner a po něm 21 let nikdo. Zlomí se konečně prokletí NFL?*“¹⁰ a „*Lawrence je novým dravcem NFL. Patriots si chytře počkali, Chicago šokovalo*“¹¹, v nichž bylo shodně zmíněno čtrnáct hráčů. V obou případech se polovina zmínek týkala quarterbacků a polovina ostatních postů. Třináct hráčů poté zmínil článek „*Oplácáný mladík nahradil Bradyho a válí. NFL není jen pro svalovce*“¹², v němž bylo uvedeno hned dvanáct quarterbacků a jen jeden hráč mimo tuto pozici.

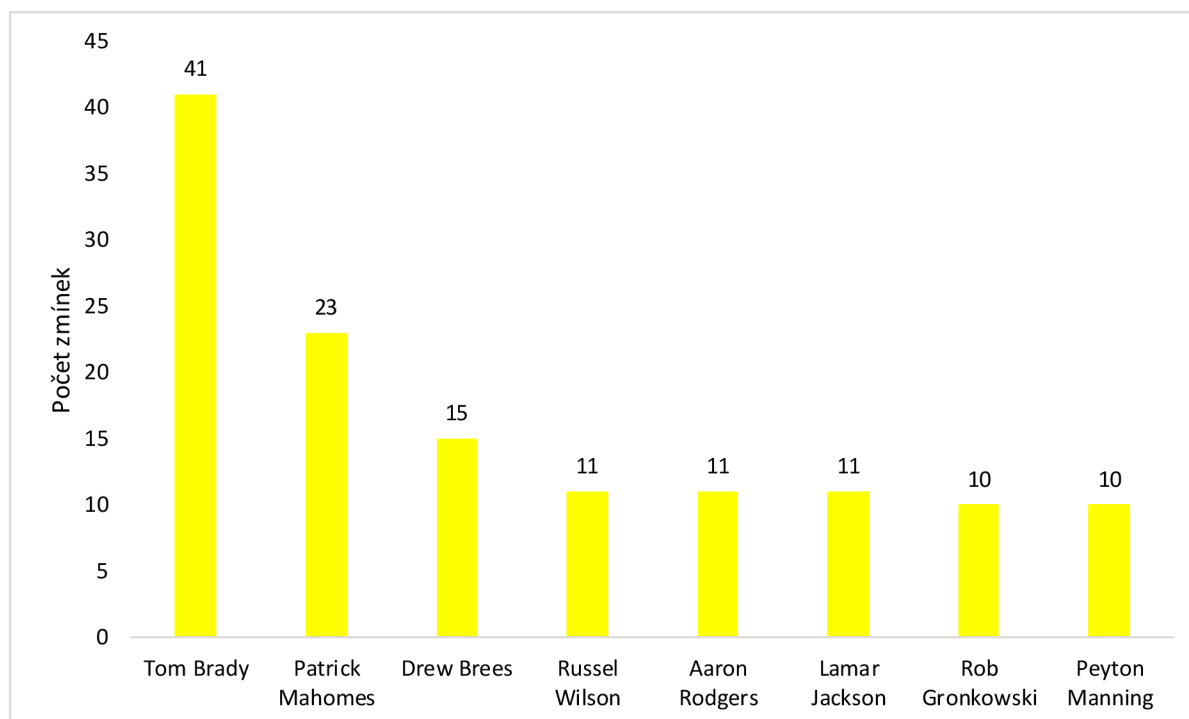
Vysoký prostor věnovaný quarterbackům se projevuje i z pohledu konkrétních hráčů. Nejvíce byl v článcích zmiňován quarterback Tom Brady, jehož jméno se objevilo ve 41 článcích, což se dá odůvodnit jeho individuálními úspěchy zmíněnými v teoretické části této práce.

¹⁰ HEJDA, Matěj. Warner a po něm 21 let nikdo. Zlomí se konečně prokletí NFL? Zdroj: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-americky-fotbal-mvp-boj-o-trofej-aaron-rodgers-patrick-mahomes-josh-allen.A210102_083007_sporty_ten. *Sport.idnes.cz* [online]. 2.1.2021 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-americky-fotbal-mvp-boj-o-trofej-aaron-rodgers-patrick-mahomes-josh-allen.A210102_083007_sporty_ten

¹¹ IDNES.CZ. Lawrence je novým dravcem NFL. Patriots si chytře počkali, Chicago šokovalo. *Sport.idnes.cz* [online]. 30.4.2021 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-americky-fotbal-draft-jednicka-trevor-lawrence.A210430_606127_fot_dsouteze_ten

¹² IDNES.CZ. Oplácáný mladík nahradil Bradyho a válí. NFL není jen pro svalovce. *Sport.idnes.cz* [online]. 16.11.2021 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/americky-fotbal-nfl-mac-jones-new-england-patriots.A211116_150328_sporty_ten

Graf 5: Počet zmínek hráčů v článcích v součtu za všechna období (celkem: 421, z prostorových důvodů uvádíme pouze hráče s minimálně deseti zmínkami)



Druhým nejvíce zmiňovaným hráčem je Patrick Mahomes s 23 zmínkami, třetí Drew Brees se objevil v 15 článcích. Oba tito hráči zastávají pozici quarterbacka, přičemž u Patricka Mahomese stojí za to zmínit, že ještě nehrál v NFL během dřívějšího zkoumaného období.

Osm hráčů zaznamenalo v článcích na vybraném médiu aspoň deset zmínek. Kromě tří již zmíněných hráčů se dále jednalo o Aarona Rodgerse, Russela Wilsona, Lamara Jacksona, Peytona Manninga a Roba Gronkowského. Všichni z nich hrají v NFL jako quarterbackové, výjimkou je pouze Rob Gronkowski, jenž zastává ofenzivní pozici s označením tight end. I analýza konkrétních jmen tak potvrzuje hypotézu o tom, že hráči na postu quarterbacka dostávají ve vybraném médiu nejvíce prostoru.

Analýza mediálního prostoru hráčů a jejich postů tak ukázala, že do zpravodajství o NFL na serveru *sport.idnes.cz* výrazně promlouvá zpravodajská hodnota vztahu k elitním osobám, jelikož nejvíce prostoru dostali hráči, kteří jsou v americkém fotbale považováni za nejdůležitější a mívají nejlepší finanční ohodnocení.

5.3. Témata

5.3.1. Zastoupení témat

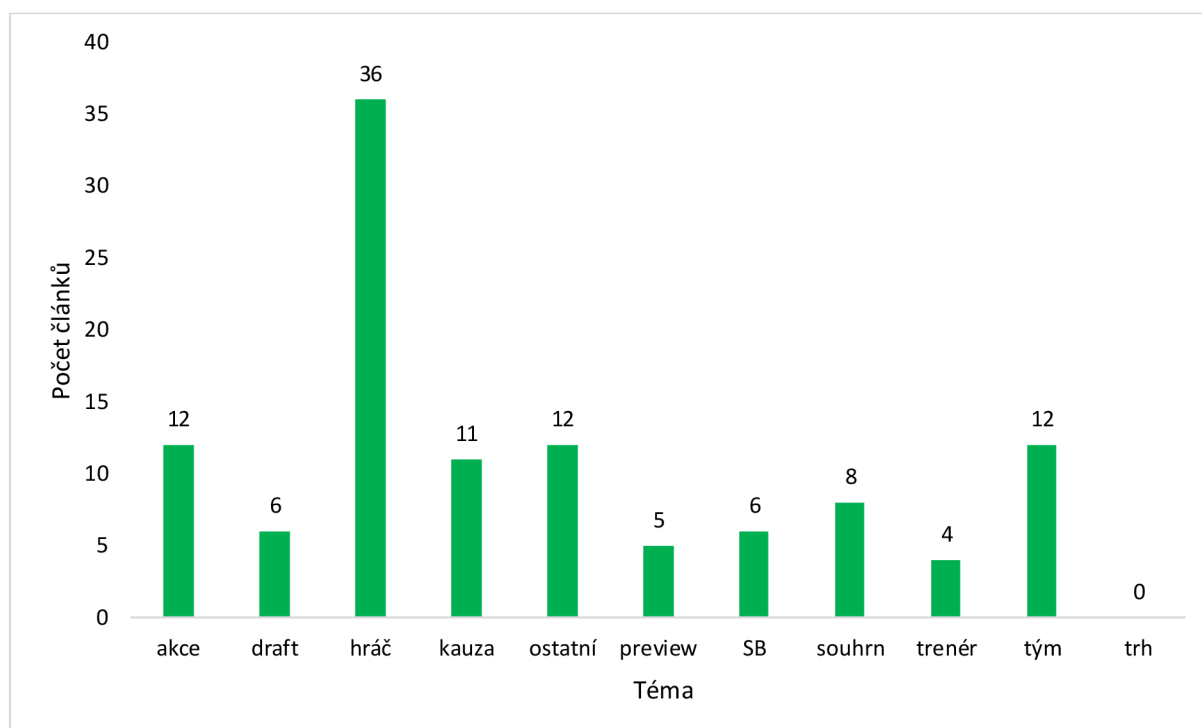
Co se probíraných témat týče, nejvíce prostoru věnovalo vybrané médium okolnostem týkajících se jednotlivých hráčů. 35 článků ze 112 se totiž zaměřovalo na konkrétní hráče a jejich aktivity spojenými s herním aspektem NFL. K tomu navíc můžeme připočítat 4 články, které se zaměřují na konkrétní týmové trenéry, tedy taktéž na jednotlivce. Celkem 40 textů se tak věnovalo konkrétním osobám z NFL, přičemž do tohoto součtu nejsou navíc započítány kauzy jednotlivých aktérů, které při výzkumu tvořily samostatné téma.

12 článků poté čtenáře informovalo o aktivitách NFL, které se týkaly především administrativních úkonů ligy. Rovněž ve 12 případech se články soustředily na jednotlivé týmy NFL, kdy byl text úzce zaměřen na události jednoho konkrétního klubu. 12 textů bylo poté zakódováno do kategorie ostatní, neboť byly velmi specifické a nezapadaly do žádného z předem určených témat.

V souvislosti se stanovenými hypotézami pro tento výzkum je třeba ještě zmínit kauzy, které se týkaly jednotlivých hráčů, klubů nebo NFL jakožto organizace. Kauzám z prostředí NFL se věnovalo 11 článků, hypotéza, že kauzy budou ve vybraném médiu druhým nejčastěji probíraným tématem, se tak nepotvrdila.

Rovněž se nepotvrdila hypotéza, že vybrané médium informovalo nejvíce o výsledcích zápasů NFL. Článků zaměřujících se na jednotlivá utkání a jejich výsledky, ať už z uplynulých hracích kol v základní části nebo play-off, totiž bylo v celkovém součtu pouze 8 ze 112, tedy o 28 méně, než bylo nejčastější probírané téma. Celkově tak vybrané médium ve všech zkoumaných obdobích upřednostňovalo témata informující čtenáře o NFL v užším slova smyslu a podrobněji se ve svých člancích zaměřovalo na jednotlivé aktéry ligy. Na tento aspekt rovněž poukazuje i to, že ani jeden článek nesplňoval kritéria pro zařazení do tématu *trh*, do kterého měly být zařazeny články o aktivitách na hráčském trhu týkajících se více hráčů a týmů.

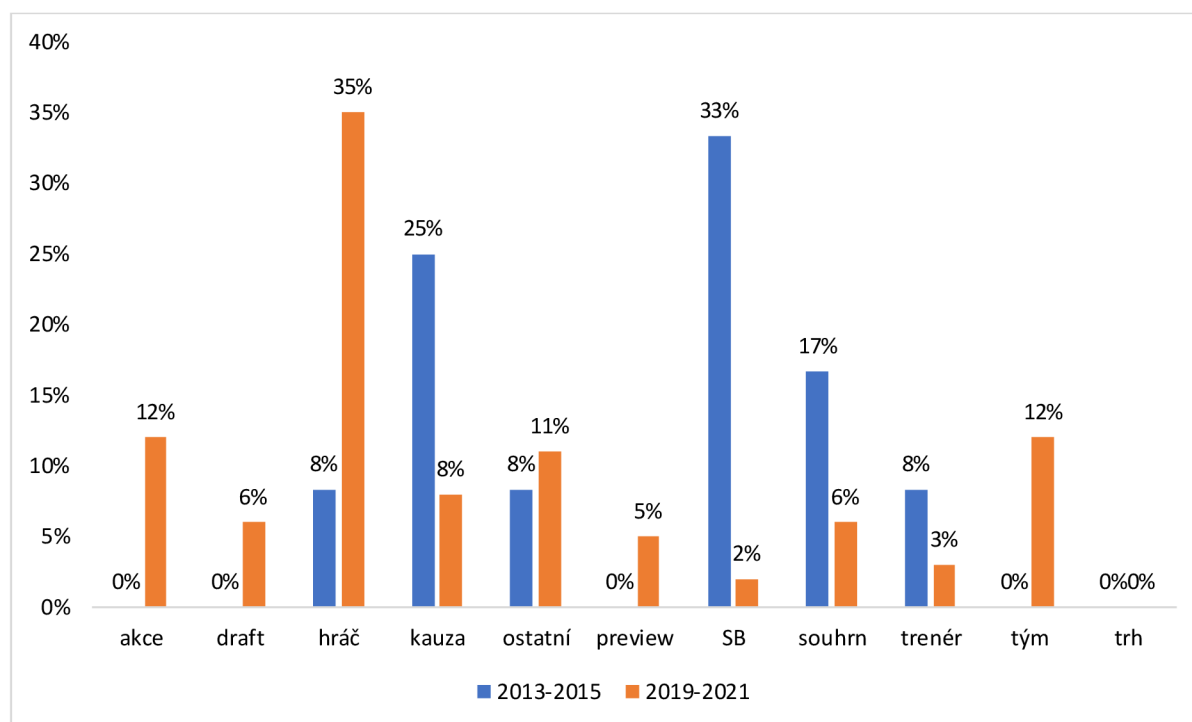
Graf 6: Celkový součet použitých témat v článcích (celkem: 112)



Toto rozložení témat nicméně neplatí pro období, která jsou v rámci této práce porovnávána. V dřívějším období se totiž 4 z 12 článků týkalo Super Bowlu a 3 články ligových kauz. Užší pohled na konkrétního hráče médium nabídlo pouze v jednom případě, stejně tak publikovalo jeden článek o trenérovi. Při sporadickém počtu článků v dřívějším období se tak zkoumané médium zaměřovalo především na kontroverze a Super Bowl, tedy nejvýznamnější zápas sezóny NFL, který byl z hlediska zpravodajský hodnoty vysoce relevantní už v období, kdy jinak nebyla NFL pro vybrané médium vyhledávaným tématem.

Naopak v pozdějším období se mimozápasovým tématům ze Super Bowlu věnovaly pouze 2 články a médium zde klade důraz na již zmíněná témata o konkrétních hráčích a týmech.

Graf 7: Zastoupení témat článků v rámci zkoumaných období v procentech

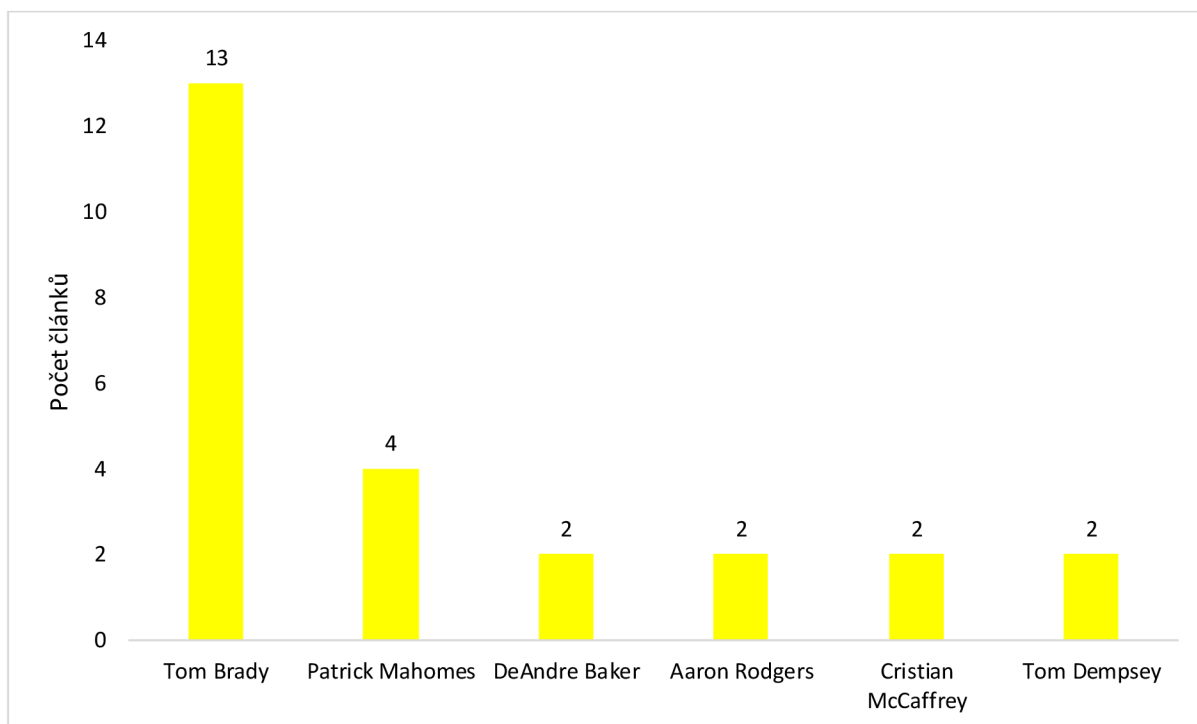


5.3.2. Hráči a týmy jako hlavní téma článku

Výzkum této práce se rovněž zaměřil na prostor jednotlivých hráčů i týmů v souvislosti s tématy článků. Konkrétně jsme se při výzkumu zaměřili na to, kolikrát byli jednotliví hráči a týmy považováni za hlavní téma v případě článků zařazených do kategorií *hráč*, *trenér*, *tým* a *kauza*.

Z individuálního pohledu dostal jednoznačně nejvíce prostoru již zmíněný Tom Brady, který byl hlavním tématem 13 článků. Druhý nejvyšší počet článků, konkrétně 4, byl poté věnován také již zmíněnému Patricku Mahomesovi, u něhož se zvýšená pozornost média dá vysvětlit jeho postem quarterbacka, vítězstvím v Super Bowlu a podepsáním rekordní smlouvy v průběhu pozdějšího zkoumaného období. I zde se tak výrazně projevila zpravodajská hodnota upřednostňující elitní osoby v daném okruhu. Ostatním hráčům byl věnován větší prostor maximálně ve dvou článcích.

Graf 8: Počet článků za všechna období, ve kterých byl hráč hlavním tématem (celkem: 44, z prostorových důvodů uvádíme pouze hráče, kteří byli hlavním tématem článku minimálně dvakrát)



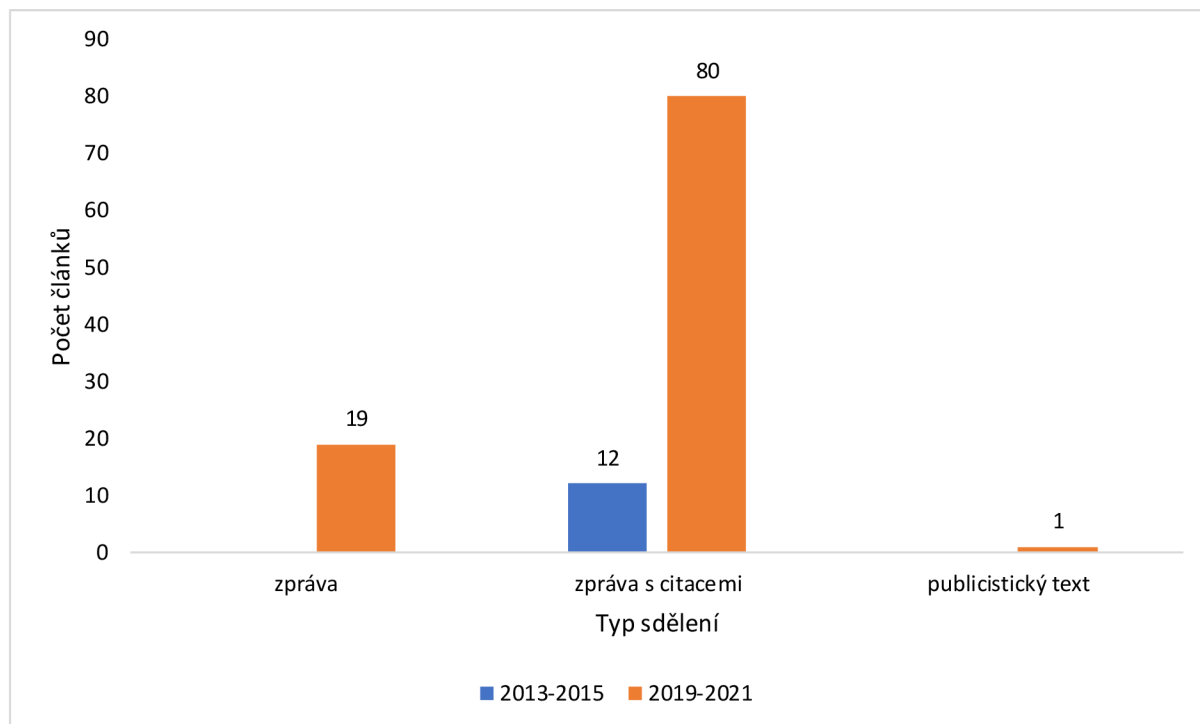
Úzce provázaný s výše popsáným prostorem věnovaným hráčům je také prostor věnovaný jednotlivým týmům NFL. Hlavním tématem článku byl totiž v nejvíce případech klub New England Patriots, na nějž bylo podrobněji zaměřeno 15 článků, což je znovu výrazně vyšší počet než u ostatních klubů. Druhý největší prostor totiž médium věnovalo pouze v 5 článcích týmu Tampa Bay Buccaneers. Zde se dá najít provázanost s výše zmíněným prostorem pro hráče, jelikož za oba kluby s největším prostorem hrál v předchozím odstavci zmíněný Tom Brady.

5.4. Způsob zpracování článků

Dalším zkoumaným atributem byl formát, jakým byly články z prostředí NFL zpracovány. V 92 článcích ze 112 se v textu vyskytovala minimálně jedna citace v podobě přímé řeči, zatímco formát základní zprávy bez jakékoliv výpovědi aktérů popisované události splňovalo 19 článků. Z celkového pohledu tak pozorujeme výraznou převahu textů oživených přímou řečí, které činí 92 % z celkového počtu.

Pouhý jeden článek poté spadá do kategorie publicistického textu. Výjimku tvoří text s titulkem „*POHLED: Jméno sportovního klubu jako šampon. Neváhejte a vyměňte!*“¹³, v němž autor prezentuje svůj pohled na přejmenování klubu z Washingtonu, který musel změnit svůj kontroverzní název Redskins.

Graf 9: Počet článků ve zkoumaných obdobích podle typu sdělení (celkem 112)



V pozdějším období se tak sice výrazně zvýšil zájem média o distribuci informací o NFL, stále se nicméně omezuje pouze na zpravodajský formát. Toto tvrzení podporuje i fakt, že ani v jednom případě nebyl použit formát rozhovoru, který vybrané médium používá ve svých článcích o jiné americké soutěži – hokejové NHL.

Na druhou stranu, pokud podrobíme analýze formát článků v rámci zkoumaných období, zjistíme, že všech 12 článků z dřívějšího období je napsáno formou zprávy s citacemi. Hypotéza, že v tomto období nepoužívá médium v článcích o NFL citace, se tudíž nepotvrdila.

Počet článků o NFL se tak v pozdějším období výrazně zvýšil (viz prostor věnovaný NFL), nicméně stále nemá pro vybrané médium natolik vysokou relevanci, aby toto téma zpracovávalo v rozmanitějším spektru žánrů.

¹³ NĚMÝ, Miroslav. Oplácáný mladík nahradil Bradyho a válí. NFL není jen pro svalovce. *Sport.idnes.cz* [online]. 14.7.2020 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/jmena-sportovnich-klubu-rasismus-hyperkorektnost-redskins.A200713_203533_sporty_par

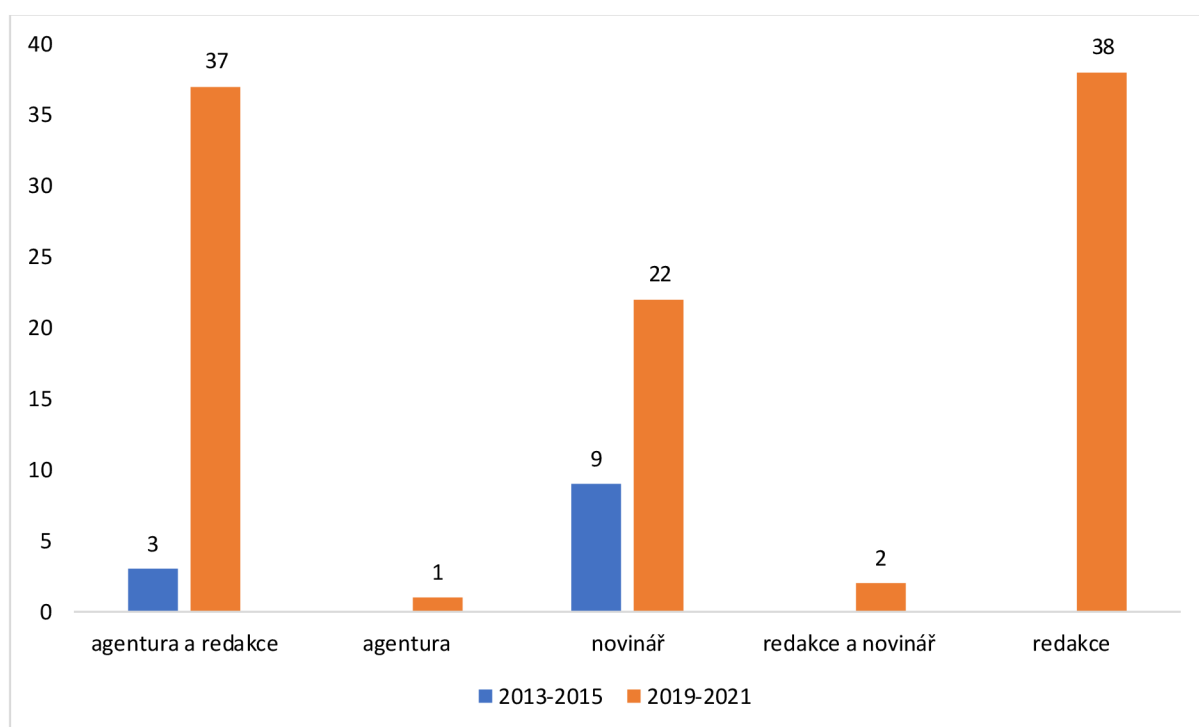
5.5. Autoři článků

Z celkového počtu článků byla nejčastěji jako autor článku uvedena tisková agentura (vždy ČTK) a samotné médium. Tato situace nastala ve 40 případech, přičemž pod jedním článkem byla podepsána pouze samotná agentura. 37 % procent publikovaných článků tak vzniklo s přispěním tiskové agentury.

Poměr autorů byl nicméně velmi vyrovnaný. Pod 38 články, tedy o pouhé dva méně, bylo totiž jako autor uvedeno samotné médium, 31 článků poté mělo jako autora uvedeno jméno novináře. Zvláštní případy poté tvořily dva články, pod kterými bylo podepsáno médium společně s konkrétním novinářem.

Pokud ovšem sečteme všechny články podepsané agenturou nebo médiem, zjistíme, že jméno autora článku bylo pod články uvedeno pouze ve 33 případech, tedy ve 29 %. Pod zbylými články nebyla podepsána konkrétní osoba.

Graf 10: Počet článků ve zkoumaných obdobích podle autora (celkem: 112)



Nejvíce byli konkrétní autoři uvedeni pod články tematicky zaměřených na jednotlivé hráče, konkrétně se tak stalo v 7 případech. U tohoto tématu, který dostal ve vybraném médiu nejvíce prostoru, ovšem výrazně převažovalo neuvedení konkrétního novináře v podobě 19 článků s podpisem agentury nebo redakce. Oproti tomu měli autoři své jméno uvedené u všech šesti článků týkajících se Super Bowlu, tedy nejdůležitější události ve světě NFL.

Při rozboru jednotlivých období jsme poté došli k zjištění, že v dřívějším zkoumaném období byli pod 9 články podepsáni konkrétní redaktoři a pouze 3 články byly převzaté od tiskové agentury. Tím nebyla potvrzena hypotéza, že v dřívějším období server *sport.idnes.cz* publikoval pouze články o NFL přebrané od agentur. Naopak v pozdějším období bylo pod články uvedeno jméno konkrétního novináře pouze ve 24 % případech.

Vysoká míra zapojení tiskové agentury může rovněž svědčit o nízké relevanci NFL pro vybrané médium, stejně jako tomu bylo u analýzy typů sdělení.

5.6. Multimediální obsah článků o NFL

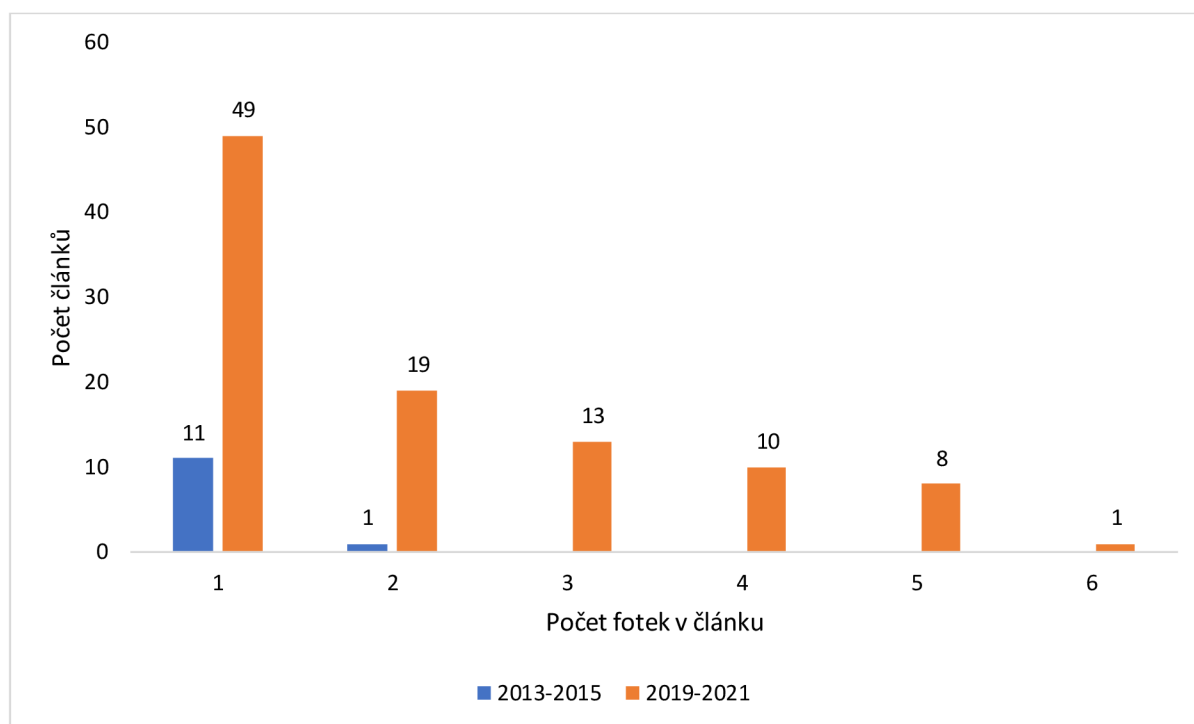
Vzhledem k malému počtu článků v dřívějším období nebyla analýza multimediálního obsahu v tomto období složitá. Ani jeden z těchto 12 článků neobsahoval video nebo příspěvek ze sociálních sítí, kromě jednoho navíc všechny obsahovaly pouze jednu fotografii, což znamená, že se omezily pouze na úvodní fotografii článku. Fotografie v těle článku tak obsahoval v dřívějším období pouze článek nadepsaný titulkem „*Pro koho si policie přijde teď? Americký fotbal děsí zástupem násilníků*“¹⁴.

Zato v pozdějším období 51 článků z celkových 100 obsahovalo více jak jednu fotografii, nejčastěji pak dvě fotografie ve 19 článcích. Absolutním maximem bylo šest fotek v článku s titulkem „*Už jenom symbol, nebo stále ještě hráč? Kaepernick chce zpátky*“¹⁵. Tento článek zároveň obsahuje i jedno video a je tak zároveň článkem, který nejvíce využívá multimediální obsah, konkrétně sedm multimediálních položek. Druhým nejvyšším počtem, tedy celkem šesti videi nebo fotografiemi, disponují tři články.

¹⁴ NĚMÝ, Miroslav. Pro koho si policie přijde teď? Americký fotbal děsí zástupem násilníků Zdroj: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/ameircky-fotbal-nfl-skandal-nasili.A140919_220227_sporty_ten. *Sport.idnes.cz* [online]. 20.9.2014 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/ameircky-fotbal-nfl-skandal-nasili.A140919_220227_sporty_ten

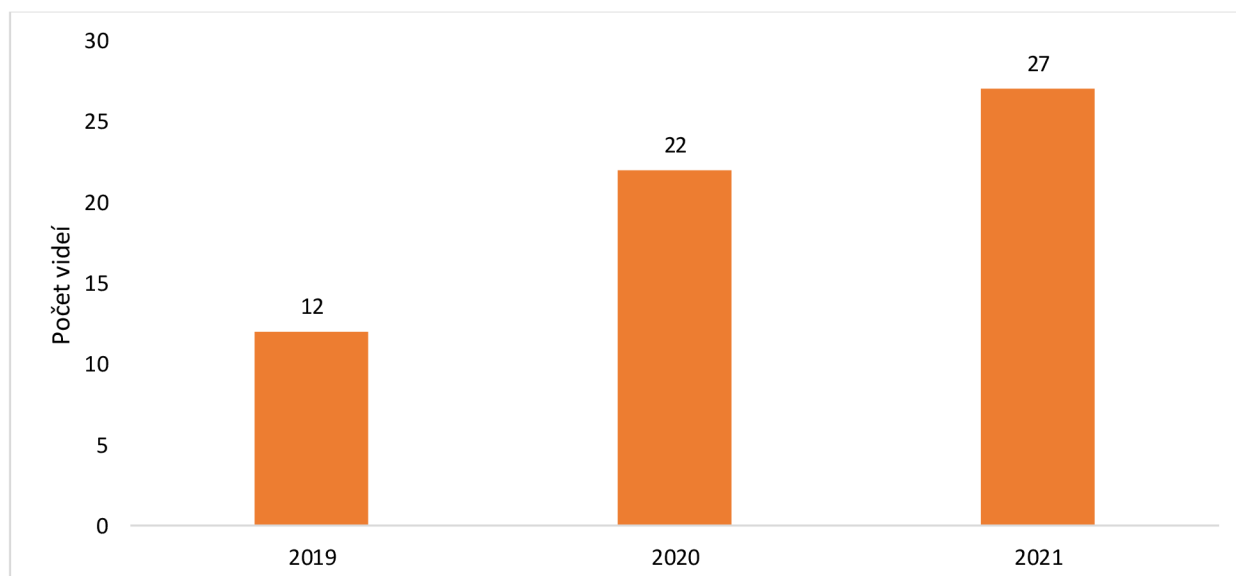
¹⁵ KROULÍK, Radim. Už jenom symbol, nebo stále ještě hráč? Kaepernick chce zpátky. *Sport.idnes.cz* [online]. 19.11.2019 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/colin-kaepernick-nfl-americky-fotbal-navrat-try-out-trenink.A191119_151435_sporty_ten

Graf 11: Počet fotek v článcích v rámci zkoumaných období (celkem: 112)



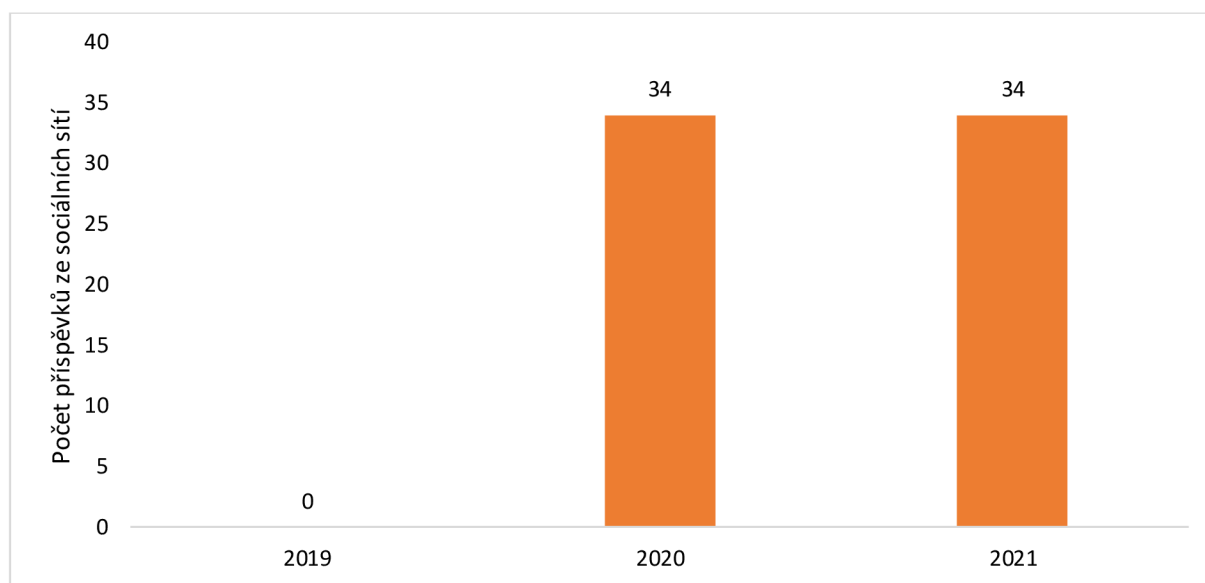
Hned 41 článků ze 100 obsahuje aspoň jedno video, do 59 naopak video vloženo není. Absolutním maximem přiložených videí jsou čtyři videa, která jsou k nalezení v článku označeným titulkem *Souboj legend NFL zklamal. Superman nadchl Patriots, Rodgers je zpět*, který spadá do tématu souhrn. Zde navíc poprvé dochází ke kontinuálnímu vývoji, jelikož v roce 2019 bylo publikováno 10 článků s aspoň jedním videem, v roce 2020 se jednalo o 15 článků a v roce 2021 o 16 publikací.

Graf 12: Celkový počet použitých videí v článcích v letech 2019-2021 (celkem: 61)



Vyšší rozdíl je poté v pozdějším období patrný u využívání příspěvků ze sociálních sítí, kdy takovéto příspěvky obsahovalo 38 článků a 62 nikoliv. Prvenství zde drží článek s titulkem „Cesta za obhajobou Super Bowlu se zkomplikovala. Na vině je kadeřník¹⁶“, který obsahuje čtyři vložené příspěvky. Rok 2019 se se svým využití příspěvků ze sociálních sítí řadí k celému dřívějšímu období, jelikož se během něj takovéto příspěvky v článcích o NFL na vybraném médiu nepoužívaly. Roky 2020 a 2021 mají poté shodně 19 článků s takovými příspěvků.

Graf 13: Celkový počet použitých příspěvků ze sociálních sítí v letech 2019-2021 (celkem: 68)



I u této kategorie se můžeme zaměřit na průřez jednotlivými tématy článků, kdy byly nejvíce multimediální příspěvky využívány v článcích zabývajících se jednotlivými hráči. Z celkového počtu 68 vložených příspěvků ze sociálních sítí jich bylo 28 použito v článcích právě s tímto zaměřením, což činí 41 % z celkového počtu. Články o hráčích rovněž obsahovaly i nejvíce videí a fotografií. Dvouciferný počet příspěvků ze sociálních sítí, konkrétně 16, měly poté už pouze články o jednotlivých týmech. I na této kategorii je tak patrná snaha o zvýšení kvality obsahu především u článků přinášejících pohled na NFL v užším slova smyslu.

V této části se tak potvrdily všechny výše stanovené hypotézy, tedy že vybrané médium využívalo ve dřívějším období v článcích o NFL pouze fotografie a žádný jiný multimediální obsah. Články v pozdějším období naopak kromě fotek využívají i videa a obsahují rovněž

¹⁶ IDNES.CZ. Cesta za obhajobou Super Bowlu se zkomplikovala. Na vině je kadeřník. *Sport.idnes.cz* [online]. 6.2.2021 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-americky-fotbal-tampa-bay-kansas-city-super-bowl-koronavirus-kadernik.A210205_233121_sporty_ten

vložené příspěvky ze sociálních sítí. 67 článků ze 100 v pozdějším období navíc kromě úvodní fotografie obsahuje navíc minimálně jednu další multimediální položku. Jestliže tedy NFL nepředstavuje pro *sport.idnes.cz* zvýšenou relevanci z hlediska způsobu zpracování zpráv (viz způsob zpracování zpráv), z hlediska používání multimediálního obsahu v pozdějším období je tomu naopak.

6. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo vytvoření mediální obrazu NFL na zpravodajském serveru *sport.idnes.cz* v letech 2013-2015 a 2019-2021 a následná komparace těchto období. Médium bylo zvoleno z důvodu jeho vysoké návštěvnosti, a tudíž relevantnosti na poli české sportovní žurnalistiky. Dvě období byla vybrána proto, aby bylo možné porovnat vývoj mediálního obrazu NFL ve dvou od sebe vzdálených časových úseku. Vývoj mediálního obrazu byl zároveň zkoumán i v rámci jednotlivých zvolených období.

Jako vhodná metoda pro výzkum byla zvolena kvantitativní obsahová analýza, díky které se podařilo zodpovědět všechny předem položené výzkumné otázky a ověřit stanovené hypotézy. Osm z těchto hypotéz bylo na základě analýzy článků splňujících požadavky pro zařazení do výzkumu potvrzeno, zatímco dalších osm hypotéz potvrzeno nebylo.

Potvrzeny byly především teorie týkající se vývoje počtu článků a jejich délky či struktury. Potvrzeny naopak nebyly především hypotézy týkající se témat z prostředí NFL, kterými se vybrané médium zabývalo.

Cíl této bakalářské práce byl tedy splněn, byť se nepotvrdila polovina původních předpokladů. Provedený výzkum prokázal, že zájem serveru *sport.idnes.cz*, potažmo českých médií, o NFL v průběhu analyzovaných období stoupl, což se vzhledem ke stoupající popularitě amerického fotbalu v České republice, dalo očekávat. Článků v pozdějším období je výrazně více, jsou delší a na rozdíl od článků v dřívějším období využívají více fotografií a jiného multimediálního obsahu.

Výsledky výzkumu naopak přinesly překvapivé zjištění týkající se probíraných témat. Původní předpoklad byl takový, že se médium zaměřuje převážně na prosté informování o výsledcích a nezajímá se tolik o podrobnější vhled do světa amerického fotbalu. Jak ale analýza ukázala, server *sport.idnes.cz* se zaměřuje právě na konkrétní hráče, potažmo kluby a výsledky herních kol zveřejňuje jen sporadicky.

Analýza rovněž potvrdila původní předpoklad, že přestože je americký fotbal týmový sport, poskytuje zkoumané médium nejvíce prostoru hráčům hrající na jedné konkrétní pozici, a to s výrazným rozdílem oproti ostatním. Stejně je tomu ostatně i v amerických médiích, která si quarterbacků všímají více než ostatních postů (například cenu pro nejužitečnějšího hráče ligy, jejíž vítěz vzejde z hlasování novinářů, vyhrávají už pravidelně pouze quarterbackové, o čemž

mimo jiné pojednává i jeden z analyzovaných článků s titulkem „*Mahomes vs. Jackson. Kdo další může ohrozit hvězdné fotbalové duo?*“¹⁷.

U vybraného média tak můžeme při porovnání období 2013-2015 a 2019-2021 sledovat zvýšený zájem o publikování zpravodajství z prostředí NFL, která tak pro *sport.idnes.cz* představuje v pozdějším relevantnější objekt. Při analýze samotného obsahu poté pozorujeme výrazné zaměření na elitní osobnosti z tohoto prostředí.

V průběhu výzkumu naopak nedošlo na kompletní analýzu mediálního prostoru pro jednotlivé kluby NFL, jelikož přiřazování a kódování týmů ke všem hráčům, kteří jsou zmíněni v jednotlivých článcích, by bylo příliš náročné. Proto jsme se v této práci omezili pouze na určení klubů v podobě hlavního tématu článku.

Zájem českých médií o americký fotbal a NFL tak v průběhu posledních deseti let výrazně stoupl, nicméně nedá se asi zcela očekávat, že by se mělo mediální pokrytí NFL v dohledné budoucnosti ještě více navyšovat. V porovnání s hokejovou NHL, ve které působí několik desítek českých hráčů, totiž stále NFL nemá z hlediska zpravodajských hodnot pro česká média vysokou prioritu. Zvýšení zájmu by mohlo pomoci například angažmá českého hráče v některém z klubů NFL, nicméně i to se jeví jako velice nepravděpodobné.

V rámci rešerše před vytvořením této práce jsme nenašli žádnou práci, která by analyzovala mediální obraz NFL v českých médiích, tudíž se pravděpodobně jedná o první zdejší výzkum tohoto tématu. Navázat by na něj mohl například výzkum zaměřený na komparaci mediálního obrazu amerického fotbalu ve více médiích nebo již zmíněná podrobnější analýza mediálního prostoru jednotlivých klubů, která by mohla ověřovat teorii, že některé kluby jsou v článcích zmiňovány častěji než jiné. Zajímavá by mohla být rovněž analýza prostoru věnovanému NFL v tištěných médiích, kterým jsme se v rámci této práce záměrně vyhnuli.

¹⁷ IDNES.CZ. Mahomes vs. Jackson. Kdo další může ohrozit hvězdné fotbalové duo?. *Sport.idnes.cz* [online]. 13.5.2020 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/sport/ostatni/nfl-americky-fotbal-mvp-kurzy_A200513_185032_sporty_ten

7. Seznam pramenů

sport.idnes.cz skrz databázi *monitoring.anopress.cz* v obdobích 2013-2015 a 2019-2021.

8. Seznam použitých zdrojů

8.1.Literatura

BOYLE, Raymond, HAYNES, Richard. *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. 2nd Ed. Edinburgh: EUP, 2009, 165-167, 173-175 s. ISBN 978-0-7486-3592-4.

CREPEAU, Richard C. *NFL Football: A History of America's New National Pastime (Sport and Society)*. USA: University of Illinois Press, 2020. 3, 65-73 s. ISBN 978-0252043581.

ČERVENKA, Jan et al. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. 41, 44 s. ISBN 978-80-7330-151-4.

ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích I. Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 22-23 s. ISBN 978-80-210-5825-5.

DEARING, James W., Everett ROGERS a Denis. *Agenda-Setting (Communication Concepts)*. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, 1996, 2, 18 s. ISBN 978-0761905639.

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

GALTUNG, J., RUGE M. H. *The Structure of Foreign News*. In: *Journal of Foreign News*. 1965, vol. 2, no. 1, 65-67 s.

JÍLEK, Viktor. *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty: studijní text pro distanční studium*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005, 117-119 s. ISBN 80-244-1246-2.

KENNEDY, Eileen a Laura HILLS. *Sport, Media and Society*. Oxford: Berg Publishers, 2009. ISBN 978-1845206871.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. 69, 71, 176-179 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCQUAIL, Dennis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007, 241 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

KRIPPENDORFF, Klaus H. *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*. 2nd Ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2003, 21-25 s. ISBN 978-0761915454.

- NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice. *Ti druzí sportovci: mediální stereotypizace a rámcování handicapovaných v tisku v letech 1948-2008*. Praha: Karolinum, 2012. ISBN 978-80-246-2038-1.
- NEUENDORF, Kimberly A. *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. 10 s. ISBN 978-0252043581.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích. Vydání třetí, revidované*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. 119-120, 124 s. ISBN 978-80-246-4612-1.
- PAVEC, Michal. *Vznik a vývoj internetového zpravodajství v Česku na příkladu deníku iDnes.cz*. Praha, 2009. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Vojtěchovská, Martina. 59-60 s.
- RANEY, Arthur A. a Jennings BRYANT. *Handbook of Sports and Media*. 1st Ed. UK: Routledge, 2006, 66 s. ISBN 978-0805851892.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha, 2004. Portál. 76-78s. ISBN 80-7178-926-7.
- ROWE, David Rowe. *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity (Issues in Cultural and Media Studies)*. Open University Press, 1999. ISBN 978-0335202027.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. 87-89, 291, 295, 299 s. ISBN 978-80-247-3568-9.
- TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 102-106 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, 38-47, 113, 115 s. ISBN 80-736-7096-8.
- WENNER, Lawrence. *MediaSport*. London: Routledge, 1998. ISBN 978-0415140416.

8.2. Elektronické zdroje

Čtenáři iDNES.cz [online]. [cit. 2019-12-09]. Dostupné z:

https://lgr.cz/data/soubory/mafra_all/a171228_tve_007_idnes.pdf

GOUGH, Christina. *Franchise value of National Football League teams in 2022*. Statista.com [online]. 2.2.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/193534/franchise-value-of-national-football-league-teams-in-2010/>

GOUGH, Christina. *Number of viewers of the NFL Draft in the United States in April 2022, by round*. Statista.com [online]. 5.7.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/627773/nfl-draft-ratings-share/>

Jaroslav Beránek. Idnes.cz [online]. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

<https://www.idnes.cz/novinari/jaroslav-beranek.N49>

KNIGHT, Brett. *HIGHEST-PAID ATHLETES*. Forbes.com [online]. 2.2.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/athletes/>

STOLL, Julia. *Number of TV viewers of most watched sporting events in the United States in 2022*. Statista.com [online]. 10.1.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/619023/number-tv-viewers-sporting-events-usa/>

VENTUROVÁ, Jitka. *Portál iDNES.cz slaví 25. narozeniny, v archivu má přes 1,5 milionu článků*. Idnes.cz [online]. 12.1.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/idnes-cz-25-narozeniny.A230111_085525_mediahub_jpl

Zpravodajský portál iDNES.cz. Mafra.cz [online]. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z:

<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>

9. Seznam grafů

Graf 1: Počet článků v jednotlivých zkoumaných obdobích	29
Graf 2: Počet článků v součtu za jednotlivé měsíce	30
Graf 3: Uvedené pozice, na kterých hrají hráči zmínění v člancích, v součtu za všechna období	33
Graf 4: Uvedené pozice, na kterých hrají hráči zmínění v člancích, v rámci zkoumaných období	34
Graf 5: Počet zmínek hráčů v člancích v součtu za všechna období	35
Graf 6: Celkový součet použitých témat v člancích	37
Graf 7: Zastoupení témat článků v rámci zkoumaných období v procentech	38
Graf 8: Počet článků za všechna období, ve kterých byl hráč hlavním tématem	39
Graf 9: Počet článků ve zkoumaných obdobích podle typu sdělení	40
Graf 10: Počet článků ve zkoumaných obdobích podle autora	41
Graf 11: Počet fotek v člancích v rámci zkoumaných období	43
Graf 12: Celkový počet použitých videí v člancích v letech 2019-2021	43
Graf 13: Celkový počet použitých příspěvků ze sociálních sítí v letech 2019-2021	44

10. Přílohy

Kódovací kniha

ID

číslo článku v analýze

Titulek

titulek analyzovaného článku

Zdroj

celé URL článku

Datum

datum vydání článku

Kód

dd.mm.rrrr

Jméno hráče

jméno zmíněného hráče

Kód

Příjmení Jméno

Pozice

Quarterback

Running back

Fullback

Wide receiver

Ofenzivní lineman

Defenzivní lineman

Linebacker

Cornerback

Safety

Kicker

Punter

Longsnapper

Neuvedeno

Kód

QB

RB

FB

WR

OL

DL

LB

CB

S

K

P

LS

N

Počet fotek

Počet fotek v článku

Počet videí

Počet videí v článku

Příspěvky

Počet příspěvků ze sociálních sítí v článku

Téma

Shrnutí výsledků

Článek o kauze týkající se ligy

Článek o draftu

Článek o Super Bowlu

Článek o konkrétním hráči

Článek o konkrétním týmu

Článek o hráčském trhu

Neřazazené články

Preview

Aktivity NFL

Kód

souhrn

kauza

draft

SB

hráč

tým

trh

ostatní

preview

akce

Typ sdělení

Zpráva

Zpráva s citacemi

Glosa

Kód

z

z+c

p

Autor

Redakce média

Novinář

Agentura

Agentura a redakce média

Redakce a novinář

Kód

redakce

novinář

agentura

a+r

r+n

Počet znaků

Počet znaků v článku

Jména zmíněných týmů	Kód
Arizona Cardinals	AZ
Atlanta Falcons	ATL
Baltimore Ravens	BAL
Buffalo Bills	BUF
Carolina Panthers	CAR
Chicago Bears	CHI
Cincinnati Bengals	CIN
Cleveland Browns	CLE
Dallas Cowboys	DAL
Denver Broncos	DEN
Detroit Lions	DET
Green Bay Packers	GB
Houston Texans	HOU
Indianapolis Colts	IND
Jacksonville Jaguars	JAX
Kansas City Chiefs	KC
Las Vegas Raiders*	LV
Los Angeles Chargers**	LAC
Los Angeles Rams***	LAR
Miami Dolphins	MIA
Minnesota Vikings	MIN
New England Patriots	NE
New Orleans Saints	NO
New York Giants	NYG
New York Jets	NYJ
Philadelphia Eagles	PHI
Pittsburgh Steelers	PIT
San Francisco 49ers	SF
Seattle Seahawks	SEA
Tampa Bay Buccaneers	TB
Tennessee Titans	TEN
Washington Commanders****	WAS

*dříve Oakland Riders

**dříve San Diego Chargers

***dříve St. Louis Rams

****dříve Washington Redskins a Washington Football Team