

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2021

Tobiáš Rončka

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

**Kvantitativní obsahová analýza a komparace
sportovního zpravodajství v pořadech
Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny**

Quantitative content analysis and comparison of sports news in the
programs Branky, body, vteřiny and Sportovní noviny

Bakalářská diplomová práce

Tobiáš Rončka

Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalosová

Studijní program: Žurnalistika

Olomouc 2021

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Kvantitativní obsahová analýza a komparace sportovního zpravodajství v pořadech Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny* vypracoval samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Počet znaků v práci včetně mezer je 119 211.

V Olomouci dne 29. 4. 2021

.....

Tobiáš Rončka

Tímto bych chtěl mockrát poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Věře Bartalosoové, za cenné rady, postřehy, ochotu konzultovat veškeré mé dotazy a za psychickou vzpruhu, kterou jsem během psaní této práce nejednou potřeboval.

Anotace

Tato práce se zabývá kvantitativní obsahovou analýzou sportovního zpravodajství v pořadech České televize a televize Nova. Těmito pořady jsou Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny. Jako vzorek jsme zvolili 35 dílů od každého pořadu v časovém rozmezí mezi 1. 10. 2020 a 4. 11. 2020. Cílem práce je zjistit, jakým sportům se tyto relace věnují, kolik času jim věnují, a výsledky analýzy srovnat s již vzniklým výzkumem na toto téma.

Annotacion

This thesis deals with quantitative content analysis of sports news in programmes of Czech Television and television Nova. These programmes are Branky, body, vteřiny and Sportovní noviny. As a sample, we selected 35 episodes from each show from 1. 10. 2020 to 4. 11. 2020. The aim of the thesis is to find out what sports these programmes are devoted to, how much time they spend on them and to compare the results of the analysis with the research which has been already done on this topic.

Klíčová slova

Kvantitativní obsahová analýza, nastolování agendy, soukromé médium, sportovní zpravodajství, veřejnoprávní médium.

Key words

Agenda-setting, private medium, public medium, quantitative content analysis, sports news.

Obsah

Úvod.....	8
1 Teoretická část	10
1.1 Gatekeeping	10
1.2 Zpravodajské hodnoty	12
1.3 Agenda-setting	15
1.4 Mediální konstrukce reality	17
1.5 Televize	20
1.5.1 Soukromá a veřejnoprávní média	20
1.5.2 Odlišné povinnosti veřejnoprávní a komerční televize pramenící z legislativy	20
1.5.3 Financování	22
1.5.4 Česká televize	23
1.5.4.1 Branky, body, vteřiny.....	23
1.5.5 Televize Nova.....	24
1.5.5.1 Sportovní noviny	24
1.6 Sport v médiích.....	24
2 Analytická část	26
2.1 Kvantitativní obsahová analýza	26
2.2 Téma práce a cíl zkoumání.....	28
2.3 Výzkumné otázky a hypotézy.....	28
2.4 Výzkumný vzorek.....	31
2.5 Jednotky analýzy.....	31
2.6 Kategorie měření a operacionalizace	32
3 Výsledky analýzy	35
3.1 Celková délka relací.....	35
3.2 Průměrná délka relací.....	35
3.3 Počet příspěvků a jejich délky	36
3.4 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Branek, bodů, vteřin	37
3.5 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Sportovních novin	40
3.6 Komparace pořadů Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny podle podílu jedinlivých sportů na vysílání	42
3.7 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu	43
3.8 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u ledního hokeje.....	45
3.9 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u basketbalu	47

3.10	Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů v Brankách, bodech, vteřinách	48
3.11	Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů ve Sportovních novinách.....	50
3.12	Vyhodnocení hypotéz	52
Závěr.....		59
4	Seznam literatury.....	61
4.1	Internetové zdroje	62
4.2	Prameny	64
5	Přílohy.....	65
5.1	Kódovací list.....	65
5.2	Kódovací kniha	65

Úvod

„*Jak často si například myslívám, když přihlížím takovému zápasu, jako je dnešní, proč nebyla kopaná povýšena na oficiální projev zdravé síly tělesné i duševní? Je k ní třeba tolik sebeovládání, důvtipu, bystrosti, soudržnosti, sebeobětování, zkrátka tolik individuální práce ve prospěch celku, že je ze všech sportů nejlepším obrazem dobře rozvinutého života. Pročpak se například místo vydržování ohromných armád nevytěstuje v každém národě dokonalé fotbalové mužstvo? Kdyby došlo k sporu, jež by se nepodařilo odklidit smírnou cestou, nastoupilo by místo všech vojsk jedenáct hráčů z každé strany a ti by spornou otázku rozhodli.*“¹ Takto popsal fotbal Eduard Bass ve své knize *Klapzubova jedenáctka* a dle našeho názoru vystihl nejen fotbal, ale i ostatní sporty a důvody, proč je sport médií vyhledáván a zařazován do zpravodajství. Tento popis fotbalu a řešení konfliktů mezi státy je značně utopistický, ale popisované vlastnosti jsou ve sportu opravdu potřeba.

Sport je sociální a kulturní jev a je hodně diskutován. Jeho dopady se projevují v rovině sociální, ekonomické a kulturní. Představuje hodnoty jako radost z pohybu, výkon, zdraví a krásu, ale i problémy, jako je bezbřehá komercializace, konzumní způsob života, drogy, korupce nebo rasismus. Toto vše se odráží ve světě, který poté prezentují média.²

Tato bakalářská práce s názvem „*Kvantitativní obsahová analýza a komparace sportovního zpravodajství v pořadech Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny*“ se zabývá sportem a jeho zobrazením v médiích. Zkoumá, kolik prostoru je danému sportu v médiích dopřáváno a jak často se ve zpravodajství sledovaných relací objevuje. Práce se zabývá sportem z pohledu kvantitativního, nikoli z pohledu společenského a jeho dopadů. Konkrétně se jedná o sportovní zpravodajské relace v České televizi a pořadu *Branky, body, vteřiny* a v pořadu *Sportovní noviny* televize Nova. Tyto dva pořady jsme zvolili proto, protože jde o dva nejsledovanější³ a nejdéle vysílané televizní sportovní zpravodajské pořady v České republice. Navíc je jeden pořad vysílán na veřejnoprávní stanici a druhý na komerční stanici. Česká televize by měla ze své podstaty dávat prostor i menšinovým sportům s ne tak početným publikem.

¹ Bass 1965, str. 28.

² Sekot 2003, str. 7.

³ V pátek 2. 10. 2020 byla sledovanost *Branek, bodů vteřin* 652 000, *Sportovních novin* 1 083 000 a u *Sportu na Primě* 212 000 diváků. Data byla poskytnuta Ing. Pavlem Galíkem, manažerem vývoje TS v České televizi, prostřednictvím e-mailu.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jakým sportům a soutěžím se sportovně-zpravodajské relace věnují. Výzkum bude probíhat pomocí kvantitativní obsahové analýzy. Výsledná data budou následně porovnávána mezi pořady a už vzniklou prací na toto téma Davida Halbrštáta⁴ s názvem *Analýza a komparace sportovního zpravodajství v pořadech Branky, body, vteřiny v České televizi a Sportovní noviny na Nově*. Jako vzorek jsme si vybrali 35 dílů Branek, bodů, vteřin a 35 dílů Sportovních novin na podzim roku 2020. Konkrétně se jedná o díly od 1. 10. 2020 do 4. 11. 2020. Tento vzorek jsme zvolili, abychom výsledky analýzy mohli srovnat s prací Davida Halbrštáta. Ten se ve své práci věnoval stejnému období v roce 2016. Vzorek se také shoduje v počtu všedních a víkendových dnů, které budeme analyzovat.

Práce je rozdělena na tři části. V první části je představena Česká televize a televize Nova. Je v ní uveden rozdíl mezi veřejnoprávní a komerční televizí. Jsou zde představeny pořady a jejich charakteristiky. Rovněž jsou v této části představeny a vysvětleny teoretické přístupy, jako je agenda-setting, gatekeeping a princip duálního systému médií. Druhá část je analytická. V ní představíme výzkumné otázky, výzkumný vzorek, jednotky analýzy, operacionalizaci a kategorie proměnných. Rovněž v této části teoreticky ukotvíme kvantitativní obsahovou analýzu. Sledováno také bude, jaký prostor mají jednotlivé sporty ve zpravodajské relaci, jaké je jejich pořadí, délka příspěvku, kolik příspěvků je v jedné zpravodajské relaci a jaká je průměrná délka celé relace.

Výsledky analýzy jsou představeny ve třetí části práce, kde jsou výsledná data prezentována. Výsledky analýzy v této části práce také interpretujeme a odpovídáme na výzkumné otázky.

⁴ HALBRŠTÁT, David. *ANALÝZA A KOMPARACE SPORTOVNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ V POŘADECH BRANKY, BODY, VTEŘINY V ČESKÉ TELEVIZI A SPORTOVNÍ NOVINY NA NOVĚ*. Olomouc, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Věra Bartalosořová.

1 Teoretická část

1.1 Gatekeeping

Pojem gatekeeper odvozený od termínu gatekeeping v češtině znamená vrátný, hlídač brány nebo dveřník. Gatekeeping tedy znamená „hlídání u brány“. Pojem poprvé použil sociolog Kurt Lewin, jenž po druhé světové válce zkoumal rozhodovací procesy rodin při nákupu potravin a dalších produktů. Lewin zjistil, že do vědomí a rozhodování jsou vpuštěny určité faktory, které se na rozhodování podílejí, a jiné jsou potlačeny. Později závěry zobecnil na průchod jakýchkoli informací informačním kanálem. Informační brány (*gates*) jsou poté místy, kde se rozhoduje, která informace vpuštěna bude a která nikoli. Brány jsou ovládány nestrannými a danými pravidly, nebo jedinci či skupinami, které mají moc o tomto procesu rozhodovat. Tak některé informace branou projdou a některé zůstanou před branou.⁵

Jak píše David M. White, pojem poprvé použil sociolog Kurt Lewin. Až David White pojem rozvinul ve své práci *The „Gate Keeper“: A Case Study In the Selection of News* z roku 1950. White ve svém výzkumu zjišťoval, jak probíhá výběr zpráv a jak se rozhodují editoři amerických regionálních deníků. Zjistil, že editoři, kteří zprávy dostanou od tří zpravodajských agentur,⁶ odmítnou devět desetin všech agenturních zpráv, tedy že se pouze jedna desetina dostane do vydání novin. To, co podle výzkumu působí na výběr zpráv, je subjektivní počínání editora, málo prostoru pro zprávu nebo ohled na čtenáře a jejich uspokojení.⁷

Čtyři etapy gatekeepingu podle R. M. Browna:⁸

1. Extrakce, tj. výběr informací z informačního univerza.
2. Koncentrace, tj. redukce vybraného materiálu podle požadavků času, nákladu, kapacity komunikačního aparátu a podobně.
3. Pročištění, tj. úprava obsahu a informace tak, aby byly vyloučeny elementy z hlediska komunikačního záměru nežádoucí, redundantní nebo irelevantní.

⁵ Trampota 2006, str. 40.

⁶ Těmito agenturami byly Associated Press, United Press a International News Service.

⁷ White 1950, str. 385.

⁸ Trampota 2006, str. 40.

4. Konečná formulace, která spojuje danou informaci s jinými informacemi tak, aby mohla být základem pro další rozhodování.

Whiteův výzkum podnítil ostatní autory k dalšímu zkoumání gatekeepingu. Walter Giebert na rozdíl od Whitea spatřoval jako důležitější organizaci a její rutiny než individuální chování jedince.⁹ John T. McNelly nenahlížel na gatekeepera jako na jednotlivce a svůj pohled popsal na mezinárodních zprávách, které od zahraničního zpravodaje až k publiku projdou „rukama“ několika gatekeeperům. Ti pak zprávu, než se dostane k publiku, mohou různě zkracovat, přepracovávat nebo ji dát do kontextu se zprávami jinými.¹⁰ Nejkomplexněji ke gatekeepingu přistoupila Pamela Shoemakerová. Ta gatekeeping vztáhla k samotné interpersonální komunikaci, tedy ke každému komunikátorovi, který se účastní kteréhokoli komunikačního aktu. Komunikační výběr totiž obsahuje neustálý výběr toho, co bude a co nebude sděleno.¹¹

Na gatekeepera působí při jeho rozhodování určité faktory. Trampota cituje těchto pět vlivů podle Pamelý Shoemakerové:¹²

1. Individuální úroveň – do této úrovně vstupují redaktorovy představy o tom, co je podle něj zpráva a co nikoli.

2. Úroveň mediálních rutin – mediální rutiny zaručují, že chování médií je předvídatelné. Rovněž obecně usnadňují zpracovávat velké množství informací při časovém tlaku. Při produkci zpráv si novináři pokládají otázky: Co je přijatelné pro publikum? Co je médium schopno zpracovat? Jaký informační kanál je k dispozici?

3. Úroveň organizace – specializované týdeníky budou řešit jiné události než deníky.

4. Extramediální úroveň – vlivy, které působí na mediální organizace z vnějšku, například ekonomika.¹³

5. Ideologická úroveň – extramediální vlivy, jež souvisí s vládnoucími mocenskými strukturami.¹⁴

⁹ Shoemaker a Vos 2009, str. 16.

¹⁰ Shoemaker a Vos 2009, str. 18.

¹¹ Trampota 2006, str. 43.

¹² Trampota 2006, str. 43-45.

¹³ Reifová 2004, str. 75.

McQuail¹⁵ řadí mezi faktory ovlivňující výběr zpráv lidi, místo a čas. V případě kategorie lidé poukazuje na to, že velký zájem vzbuzují právě ty zprávy, kde se objevuje známá osobnost či vysoký politik. Jako příklad uvádí prezidenta Spojených států, který je sám chápán jako událost. Roli hraje také prostorové zasazení publika a události. McQuail předpokládá, že „*čím blíže městu, regionu či státu, kde žije předpokládané publikum, se událost odehrála, tím pravděpodobněji bude zaznamenána.*“ Faktor času a rychlosti je při výběru zpráv důležitý, protože čas a časovost „*je základní složkou novosti i závažnosti, což jsou dva faktory, které patří ve zpravodajství k nejoceňovanějším*“.

Tvorba zpráv je závislá na gatekeepingu, tedy na rozhodnutí se, jaká informace se zprávou stane a jaké ne. My budeme zpravodajství analyzovat, proto je pro naši práci důležité, abychom pochopili, jak se zpravodajství tvoří a jaký proces vede od získání informace až do jejího konečného odprezentování v rámci zpravodajské relace. Gatekeeping uvádíme, protože sportovní redakce České televize a televize Nova budou vybírat jiné sporty. Výsledkem gatekeepingu je tedy konečná podoba Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin, která se promítne v rozdílném složení sportů v relacích.

1.2 Zpravodajské hodnoty

Zpravodajské hodnoty souvisí s gatekeepingem. Jedná se o pravidla a kritéria, kterými se média a novináři řídí při výběru a tvorbě zpráv. „*Zpravodajské hodnoty označují soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování.*“¹⁶

Jako první použil pojem zpravodajské hodnoty („*news values*“) Walter Lipmann v roce 1922 v knize Veřejný zájem (*Public Opinion*). Zpravodajské hodnoty spojil s jednoznačností události, překvapením, prostorovou blízkostí, osobním zaujetím a konfliktem. Hodnota zprávy je podle Lipmanna „*intuitivní domněnka žurnalistů o tom, co dané publikum zajímá a budí jeho pozornost*“.¹⁷

Metodologicky podloženou analýzu zpravodajských hodnot přinesli norští analytici Johan Galtung a Marie Ruge. Galtung a Ruge rozdělili zpravodajské hodnoty do tří kategorií – organizační, sociokulturní a žánrové.¹⁸

¹⁴ Reifová 2004, str. 75.

¹⁵ McQuail 2009, str. 322-328.

¹⁶ Burton a Jiráček 2001, str. 240.

¹⁷ Kunczik 1995, str. 119.

¹⁸ Jiráček 2009, str. 77-78.

Do těchto tří kategorií zařadili norští výzkumníci dvanáct faktorů, jež působí na vznik zpráv z událostí. Výsledky analýzy publikovali v roce 1965 v článku *The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper*.¹⁹ Prvním faktorem je frekvence (*frequency*). Tu vidí jako časové rozpětí, které událost potřebuje pro rozvoj a získání smyslu. Aby byla událost zaznamenána a stala se zprávou, musí překonat takzvaný práh pozornosti (*threshold*). Čím více jej překoná, tím je pravděpodobnější, že se událost stane zprávou. Třetím termínem je jednoznačnost (*unambiguity*). Čím méně má událost nejasností, tím spíše si jí publikum všimne. Tedy čím jednoznačnější je, tím je do zpravodajství vhodnější. Význam (*meaningfulness*) znamená, že události, které jsou kulturněji bližší než jiné události, jež nejsou dané kultuře tak blízké, se pravděpodobněji stanou zprávami. S očekáváním publika souvisí faktor souznění (*consonance*). Pokud se očekávání publika nenaplní, může dojít ke zkreslení vnímání nebo opomenutí zprávy.

Neočekávatelné (*unexpectedness*) události se stanou spíše zprávami, protože to, co se děje opakovaně, nebudí tolik pozornosti jako událost, která se opakuje. Působí tak jako protipól souznění. Kontinuitou (*continuity*) se rozumí to, když už se událost jednou stala zprávou, tak je pro ni jednodušší se jí stát znovu, i když její hodnota už nebude taková, jako u událostí, které se zprávami ještě nestaly. Variace (*composition*) znamená snahu médií o prezentování vyváženého zpravodajství. Vztah k elitním národům a vztah k elitním osobám (*reference to elite nations and reference to elite people*) je dalším faktorem Galtunga a Ruge pro vznik zprávy. Čím více se událost týká elitních národů a osob, tím pravděpodobněji se stanou zprávami. Personifikace (*reference to person*) souvisí se zosobněním. Pokud publikum dokáže událost vnímat jako důsledek chování konkrétních jedinců, tím pravděpodobněji se stane zprávou. Čím negativnější (*reference to something negative*) událost je, tím pravděpodobněji se z ní stane zpráva.²⁰

K faktorům dodali, že nejsou na sobě nezávislé. Tady čím více jich událost obsahuje, tím pravděpodobněji se stane zprávou (výběr). Jakmile se jednou stanou zprávami, dochází ke zdůraznění těchto faktorů (zkreslení). Jak proces výběru, tak proces zkreslení probíhají po celou dobu od události samotné až ke čtenáři (replikace).²¹

¹⁹ Galtung a Ruge 1965.

²⁰ Galtung a Ruge 1965, str. 66-71.

²¹ Galtung a Ruge 1965, str. 71.

Publikovaný článek Norové doplnili o dvě hypotézy. Hypotéza aditivní říká, že čím větší má událost skóre²², tím pravděpodobněji se stane zprávou. Hypotéza komplementarity říká, že pokud je událost chudá na nějaký z faktorů zpravodajských hodnot, musí být jiná hodnota zastoupena ve větší míře, aby se událost stala zprávou.²³

Na výzkum norských analytiků navázali například Winfried Schulz nebo Schulzův žák Lutz Hagen. Hagen navrhuje používat zpravodajské hodnoty jako měřítko profesionality novinářů, tedy posuzovat kvalitu jejich práce.²⁴ Schulz rozlišuje šest dimenzí faktorů zprávy, do kterých řadí devatenáct jednotlivých faktorů.²⁵

Burnsová²⁶ o zpravodajských hodnotách říká, že jsou to témata, o kterých se ví, že zaujmou publikum sdělovacích médií. Rovněž dodává, že zpravodajské hodnoty závisejí na profesním úsudku novinářů a jejich rozhodnutí ovlivňuje množství zpráv, ze kterých si mohou vybírat, a jestli se jedná o zprávy pozitivní či negativní a zda je pochopí publikum.²⁷

Tomandl²⁸ zmiňuje Dennise McQuaila, podle něhož zpravodajství preferuje události vyhovující následujícím kritériím:

1. Odehrávají se v krátkém časovém intervalu (jsou náhlé).
2. Mají velký rozsah a intenzitu.
3. Jsou jasné a jednoznačné.
4. Mají kulturně blízko k předpokládanému publiku.
5. Mají jistou kontinuitu (již se ve zpravodajství vyskytly a korespondují s minulými obraty a s vytvořeným očekáváním).

Upozorňuje také na to, že s definicemi zpravodajských hodnot novináři vědomě nepracují, ale rozhodnutí novinářů vycházejí z instinktů a z praktických zkušeností. Zmiňuje i pojem Lynette Burnsové *smysl pro zprávu*, který je pro novináře důležitý, protože díky němu dokáže rozeznat potencionální zpravodajskou hodnotu ve

²² Tedy čím více faktorů obsahuje, tím pravděpodobněji se stane zprávou.

²³ Galtung a Ruge 1965, str. 71-72.

²⁴ Burton a Jiráček 2001, str. 241.

²⁵ Kunczík 1995, str. 125-126.

²⁶ Burns 2004, str. 63.

²⁷ Burns 2004, str. 64.

²⁸ Tomandl 2011, str. 197.

skutečnostech, jež se nemusí na první pohled zdát důležité, a vybrat z nich tu část, která bude publikum zajímat.²⁹

Zpravodajské hodnoty jako pravidla, kterými se novináři řídí při výběru zpráv, se projeví na výsledné podobě zpravodajského sdělení. I novináři podílející se na tvorbě námi analyzovaných pořadů se těmito hodnotami řídí. My zkoumáme důsledek gatekeepingu, na němž se podílí právě zpravodajské hodnoty. Zejména kvůli zpravodajským hodnotám, jako je kulturní blízkost, budou Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny zařazovat nejvíce fotbal jako v Česku nejpopulárnější sport. Konkrétně bude nejvíce zastoupen český fotbal, dále se budou objevovat i zprávy o českých fotbalistech a jejich výkonech v zahraničních klubech.

1.3 Agenda-setting

Výzkumy věnované gatekeepingu se rovněž zaměřily na agenda-setting³⁰, jako na výsledek rozhodovacího procesu.³¹ Teoretický koncept agenda-setting se řadí mezi dlouhodobé účinky médií, protože média výběrem nebo opomenutím událostí a zpráv ve svých obsazích ovlivňují to, co budou čtenáři, diváci nebo posluchači považovat a vnímat jako důležité. Jádrem toho konceptu je představa, že „*média nemusejí být schopna určovat, co si mají lidé myslet, ale jsou úspěšná v určování, o čem mají přemýšlet*“.³² Média tedy lidem ukazují události, které sama média považují za důležité, a to se odráží na tom, co lidé považují za důležité.³³

S myšlenkou nastolování agendy přišel Walter Lippmann. Lippmann sám označení agenda-setting nepoužil, ale v knize *Public Opinion* z roku 1922 tuto myšlenku shrnul v kapitole s názvem *Okolní světy a obrazy v našich hlavách*. Podle Lippmanna veřejné mínění nereaguje na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí vytvářené zpravodajskými médii.³⁴

S pojmem agenda-setting a s prvním výzkumem, který se zabýval rolí masové komunikace při nastolování agendy, přišli v roce 1972 Maxwell McCombs a Donald Shaw. Tito dva výzkumníci zahájili svůj výzkum na School of Journalism, University of

²⁹ Tomandl 2011, str. 67.

³⁰ Česky nastolování agendy.

³¹ Trampota 2006, str. 41.

³² Trampota 2006, str. 112-113.

³³ McQuail 2009, str. 527.

³⁴ McCombs 2009, str. 27-28.

North California a zaměřili se na nerozhodnuté voliče³⁵ v Chapel Hill v Severní Karolině během prezidentské kampaně v USA v roce 1968.³⁶

McCombs se Shawem pomocí dotazníků u nerozhodnutých voličů zjišťovali pět denních témat, která jsou podle nich klíčová, ale bez ohledu na to, co nich říkali prezidentští kandidáti. U devíti médií provedli obsahovou analýzu. Míra důležitosti témat u voličů se téměř dokonale shodovala s prostorem, který tato témata zaujímal v médiích.³⁷ Výsledky výzkumu ukázaly, že „*masová média nastolují veřejnosti její agendu*“.³⁸

Dlouho přisuzovali významnost tématu pro veřejnost četnosti výskytu v médiích. Tento pohled se ale změnil a autoři začali počítat s tzv. rámcováním³⁹ nebo zarámováním (*framing*). Rámcování je dosaženo díky selekci, výběru určitých prvků a významnosti. Zvýrazněním určitých aspektů události vzroste jejich význam. Toho lze dosáhnout třeba umístěním nebo opakováním. Další důležitou charakteristikou rámcování je to, že některé prvky se stanou významnými i tehdy, když je vynecháme.⁴⁰

Agenda-setting se skládá ze dvou úrovní. Jsou jimi první a druhý stupeň nastolování agendy. První stupeň může být označován jako tradiční teorie nastolování agendy. Ta se zabývá procesem přenosu významnosti objektů. První stupeň se tedy řídí otázkou, „*jaké téma je významné*“. Druhá úroveň nastolování agendy se zaměřuje na významnost atributů a jak se přenáší z mediální do veřejné sféry. Druhý stupeň si klade otázku, „*který z atributů, vlastností, má přednost*“. První stupeň říká, „*že média lidem neříkají, co si mají myslet, ale o čem mají přemýšlet*“, a druhý, „*že média veřejnosti nejen předkládají o čem přemýšlet, ale i jak o tom přemýšlet*“.⁴¹

Z pohledu naší práce je důležitý první stupeň nastolování agendy, protože i my se budeme zabývat tématy, hlavně jejich pořadím v pořadech a celkovým prostorem, který těmto tématům námi sledovaná média věnují.

Zarámování (*framing*) patří do takzvané druhé úrovně nastolování agendy. Do druhé úrovně nastolování agendy patří také vypíchnutí (*priming*). Priming může

³⁵ U nerozhodnutých voličů se předpokládalo, že budou otevření k informacím v kampaních.

³⁶ McCombs 2009, str. 28-30.

³⁷ McCombs 2009, str. 31.

³⁸ McCombs 2009, str. 67.

³⁹ McCombs 2009, str. 139.

⁴⁰ Škodová, Červenka, Nečas, Kalvas, Tabery a Trampota 2008, str. 31.

⁴¹ Škodová, Červenka, Nečas, Kalvas, Tabery a Trampota 2008, str. 29.

znamenat „*zdůraznění určitých podrobností události, zdůraznění vlastností aktéra a podobně*“.⁴²

Tematická agenda zpravodajských médií není ta jediná, jež se dá při nastolování témat zkoumat. Předmětem zkoumání nastolování témat může být agenda veřejná nebo politická. Pro naši práci je důležitá agenda mediální, protože „*představuje témata a jejich intenzitu výskytu v mediálních obsazích*“. Četnost je měřena obsahovou analýzou, kterou v naší práci z tohoto důvodu využíváme.⁴³

Trampota jako specifickou oblast zkoumání agendy uvádí intermediální agendu. Ta se zabývá vlivy na ustavování mediální agendy a ovlivňování agend mezi sebou. Média často čerpají při sestavování vlastní agendy z jiných médií. I v naší práci sledujeme, jak rozdílná nebo naopak shodná bude tematická skladba Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin.⁴⁴

S teorií agenda-setting souvisí pojem Kurta a Gladys Langových – lavinový účinek. Jedná se o falešnou představu o realitě, která je způsobena dojmy ze zpravodajství a zpětně ovlivňuje postoje a chování jedinců.⁴⁵ „*Lavinový účinek v zásadě potvrzuje hypotézu, že média se významně podílejí na konstrukci sociální reality.*“⁴⁶

Teorie nastolování agendy je pro naši práci důležitá kvůli svému pohledu na témata. Právě média a jejich pracovníci, jakou jsou editoři nebo redaktori, se při tvorbě zpráv rozhodují, co do zpráv zařadí a co vynechají. V našem případě tedy ovlivňují to, co se diváci každý večer ze zpráv dozví. Témata reportáží jsou publikem vnímána jako důležitá, protože se objevila ve zprávách. Tento proces rozhodování tvoří i výsledný seznam sportů, které se během naší analýzy ve sportovně-zpravodajských pořadech objeví.

1.4 Mediální konstrukce reality

Mediální konstrukce reality vychází z pojmu sociální konstrukce reality Petera L. Bergera a Thomase Luckmana. Ti v knize *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění* z roku 1966 pracují s tezemi, že společnost je výtvozem člověka,

⁴² Trampota 2006, str. 124.

⁴³ Trampota 2006, str. 114.

⁴⁴ Trampota 2006, str. 124.

⁴⁵ Škodová, Červenka, Nečas, Kalvas, Tabery a Trampota 2008, str. 12.

⁴⁶ Jiráček 2003, str. 182.

společnost je objektivní realitou a člověk je výtvořem společnosti.⁴⁷ Rozebírají, co realita je a jak je tvořena. Berger a Luckmann jsou toho názoru, že svět je tvořen velkým množstvím realit, jen jedna je ale nadřazena všem ostatním. Reality jsou objektivní a subjektivní a jsou tvořeny dialektickým procesem, jenž se skládá ze tří složek: externalizace, objektivizace a internalizace.⁴⁸

Tyto složky jsou základem procesu institucionální konstrukce světa. Z toho vyplývá, že náš každodenní svět není danou realitou, i když ji tak sami vidíme, ale má původ v našich myšlenkách a je udržovaný jako reálný naším jednáním.⁴⁹ Ukotvení v každodenní realitě probíhá jazykem a objektivizujeme si jím zkušenosti.⁵⁰ Nejdůležitější zkušeností je interakce „*tváří v tvář*“.⁵¹ Nástrojem na konstruování reality je tedy jazyk, který je nadřazený, a skrze něj může dojít člověk k porozumění.⁵²

Mediální konstruování se od sociálního liší právě tím, že se z něj vytrácí interakce a participace na sociálním dění. Média konstruují realitu téměř jednosměrně a na jejich obsahy reaguje minimální počet příjemců.⁵³

Na základě externalizace, objektivizace a internalizace můžeme o mediálním obrazu mluvit jako o „*expresi producenty sdílených (internalizovaných) představ skutečného světa (mediálního předobrazu), které jsou objektivizovány zveřejněním a zvýznamněním na stranách tisku*“. Média se tedy chápou jako prostředek, který skrze mediální konstruování reality pomáhá publiku překonávat neurčitost dění.⁵⁴

Na konstruování reality se podílejí i masová média, jež ovlivňují jedince a jeho myšlení. Na zobrazení skutečnosti se podílí zejména zpravodajství, které vzniká výběrem událostí, jedná se tedy o konstrukt, jenž je tvořen z útržků informací a pozorování. Na média je tedy nahlíženo jako na „*hlasatele selektivního a předpojatého pohledu na skutečnost*“.⁵⁵

⁴⁷ Berger a Luckmann 1999, str. 64.

⁴⁸ Berger a Luckmann 1999, str. 128.

⁴⁹ Sedláková 2007, str. 25.

⁵⁰ Berger a Luckmann 1999, str. 31.

⁵¹ Berger a Luckmann 1999, str. 34.

⁵² Reifová 2004, str. 278.

⁵³ Štětka, Numerato, Gajdošíková, V. Kouřil, Binková a P. Kouřil 2000, str. 36.

⁵⁴ Štětka, Numerato, Gajdošíková, V. Kouřil, Binková a P. Kouřil 2000, str. 37.

⁵⁵ McQuail 2009, str. 114.

Reálný obraz světa je podle teorie mediální konstrukce reality událost a mediálně konstruovaný obraz je zpráva. Za mediálně konstruovanou realitu pokládáme takový obraz světa, který byl stvořen producenty mediálních sdělení.⁵⁶

Proč je obraz světa prezentovaný médií jiný, než je ve „skutečnosti“, vysvětluje Schulz na zpravodajských hodnotách, jež jsme v naší práci popsali výše. V tomto případě jde o faktory zprávy. Čím více těchto faktorů událost má, tím pravděpodobněji se stane zprávou. Pokud se událost na základě přidělených faktorů zprávou stane, jsou pak tyto znaky zdůrazňovány, podle Schulze až nadměrně. To zabraňuje rovnoměrně vybírat události a zároveň je tak pokrívována skutečnost.⁵⁷ Vztah reality a médií zkoumá další výše popsaný pojem Maxwella McCombse agenda-setting. Pozornost, kterou média věnují určitým tématům koresponduje s vědomím publika o těchto tématech a média tak vytvářejí veřejné mínění.⁵⁸ Média tudíž skutečnost nereprezentují, zpravodajství je nepřesné a pokrivené, může nabízet tendenční nebo ideologicky zbarvený pohled na svět. Je podávána skutečnost, která reprezentuje stereotypy a předsudky novinářů, jejich profesionální pravidla a postoje, nutnost dodat zprávu za každou cenu a požadavky na její zpracování.⁵⁹

Schulz uvádí také dva pohledy na vztah reality a médií. Prvním pohledem je pohled ptolemaiovský. Podle tohoto pojetí jsou média do společnosti nasazená jako cizí těleso, mají potencionál kontrolovat jedince a manipulovat s ním. Dále ptolemaiovská představa předpokládá, že zpravodajská média zrcadlí realitu a věrně a přesně předkládají obraz světa.⁶⁰ Druhý, koperníkovský pohled, vidí média jako součást společnosti, proto nejsou média v tomto přístupu pouhý pasivní zprostředkovatel skutečnosti, jsou aktivním prvkem v sociálním procesu, ze kterého až následně vychází představa o skutečnosti. Realitu vidí tyto dva pohledy také odlišně.⁶¹ Ptolemaiovský přístup ji pokládá za předmět a předpoklad komunikace, zatímco koperníkovský přístup ji pokládá za výsledek.⁶²

Mediální konstrukce reality je tedy jakýmsi vyústěním tří výše popsaných teoretických přístupů. My se jimi zabýváme, protože ovlivňují to, jak vypadá složení zpráv, v našem případě složení jednotlivých zpravodajských relací, které níže

⁵⁶ Štětka, Numerato, Gajdošíková, V. Kouřil, Binková a P. Kouřil 2000, str. 36.

⁵⁷ Jiráček a Říhová 2000, str. 28.

⁵⁸ Tamtéž.

⁵⁹ Jiráček a Říhová 2000, str. 28-29.

⁶⁰ Jiráček a Říhová 2000, str. 30.

⁶¹ Jiráček a Říhová 2000, str. 31.

⁶² Jiráček a Říhová 2000, str. 32.

analyzujeme. Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny konstruuji divákům realitu tím, že jim ukazují vybrané zápasy a sportovní události toho dne. Pro diváka je tím utvořena realita, ale během dne se odehraje více zápasů a proběhne více sportovních událostí, než zmíněné sportovně-zpravodajské relace zařadí do svého vysílání. Česká televize a televize Nova realitu konstruuji odlišně, jiným složením sportů a časem jim věnovaným v relacích. Divák České televize tedy vnímá odlišnou realitu než divák televize Nova a naopak.

1.5 Televize

1.5.1 Soukromá a veřejnoprávní média

V této práci analyzujeme pořady dvou televizních stanic, proto je nutné si tyto stanice charakterizovat a představit systém, v rámci kterého televize fungují. V České republice existuje mediální systém, jenž se nazývá duální a vznikl v roce 1991 Zákonem č. 468/1991 Sb. Duálním systémem se rozumí „*koexistence veřejnoprávního a privátního sektoru*“.⁶³ Tento systém umožňuje vysílat díky přidělené licenci (provozovatel vysílání s licenci)⁶⁴ a díky stanovení zákonem (provozovatel vysílání ze zákona).⁶⁵ Provozovatelé vysílání ze zákona se nazývají veřejnoprávní média nebo média veřejné služby a provozovatelé vysílání s licenci soukromá nebo komerční média. V České republice jsou médii veřejné služby Český rozhlas a Česká televize (ČT), mezi soukromá média patří například námi sledovaná televize Nova.⁶⁶

1.5.2 Odlišné povinnosti veřejnoprávní a komerční televize pramenící z legislativy

Mimo způsoby financování existuje v České republice ještě další rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii. Tento rozdíl se týká zákonných práv a povinností těchto typů médií. Veřejnoprávní média vznikají ze zákona. Česká televize vznikla díky Zákonu č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi⁶⁷, Český rozhlas Zákonem č. 484/1991 Sb., České národní rady o Českém rozhlasu⁶⁸ a Česká tisková kancelář

⁶³ Ministerstvo kultury: Rozhlasové a televizní vysílání v ČR dostupné z: <https://www.mkcr.cz/rozhlasove-a-televizni-vysilani-v-cr-484.html>, citováno 1. 4. 2021.

⁶⁴ § 3 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁶⁵ § 3 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁶⁶ Burton a Jirák 2001, str. 105.

⁶⁷ Zákon č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi.

⁶⁸ Zákon č. 484/1991 Sb., České národní rady o Českém rozhlasu.

Zákonem č. 517/1992 Sb., České národní rady o České tiskové kanceláři⁶⁹. Soukromá média vznikají na základě Zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, který tato média opravňuje vysílat na základě licence. Česká televize je tedy zákonem zřízenou institucí a televize Nova vznikla na základě udělené licence.

Kontrolním orgánem České televize je Rada České televize, což stanovuje Zákon č. 483/1991 Sb. Rada „*uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu činnosti České televize*“.⁷⁰ Nad televizí Nova, tedy médiem, jež své vysílání provozuje na základě udělené licence, má dohled Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.⁷¹

Největší rozdíl, který se projeví i při naší analýze, jsou zákonem vymezené požadavky na obsah vysílání. Pro Českou televizi i pro televizi Nova platí, že „*provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravodajského charakteru.*“⁷² Dále pro obě televize platí, že „*provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.*“⁷³ Podle tohoto zákona, ale pouze pro Českou televizi platí, že „*provozovatel vysílání ze zákona (v našem případě Česká televize) je povinen sestavovat programovou skladbu tak, aby ve svém vysílání poskytoval vyváženou nabídku pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, pohlaví, barvu pleti, víru, náboženství, politické či jiné smýšlení, národnostní, etnický nebo sociální původ a příslušnost k menšině.*“⁷⁴

Zejména poslední citace je pro naši práci podstatná, nebo by mohla být. Česká televize má zákonnou povinnost sestavovat program, tedy i obsah těchto pořadů, aby vyhověl širokému publiku. Co se tedy Branek, bodů, vteřin týče, měla by mít dle zákona širší skladbu témat, tedy i sportů, které budou předmětem reportáží a příspěvků. Televize

⁶⁹ Zákon č. 517/1992 Sb., České národní rady o České tiskové kanceláři.

⁷⁰ § 4 odst. 1 zákona č. 483/1991 Sb. o České televizi.

⁷¹ § 5 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁷² § 31 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁷³ § 31 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁷⁴ § 31 odst. 4 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Nova tento požadavek na skladbu pořadů nemá, může mít proto méně pestré složení Sportovních novin.

1.5.3 Financování

Média veřejné služby jsou financována z rozhlasových a televizních poplatků. Česká televize je placena televizními poplatky, které se platí za televizní přijímač schopný toto vysílání zachytit. Poplatníkem je podle zákona 348/2005 Sb. *„fyzická osoba nebo právnická osoba, která vlastní televizní přijímač. Jestliže drží nebo z jiného právního důvodu alespoň 1 měsíc užívá televizní přijímač fyzická osoba nebo právnická osoba, která není jeho vlastníkem, je poplatníkem tato osoba“*.⁷⁵ Tyto poplatky se nazývají koncesionářské. Tvoří hlavní zdroj příjmů veřejnoprávních médií. Zdroje z reklamy nebo prodeje autorských práv jsou jen doplňkové, nebo zcela zákonem zakázané.⁷⁶ Měsíční výše rozhlasového poplatku činí 45 Kč, měsíční výše televizního poplatku činí 135 Kč.⁷⁷

Média mohou být také financována z reklamy. Zde se dá mezi veřejnoprávním a komerčním médiem pozorovat rozdíl. Česká televize může vysílat reklamu pouze na kanálech ČT 2 a ČT sport. Podíl reklamy na denním vysílání každého programu nesmí přesáhnout 0,5 %. V době od 19:00 do 22:00 nesmí vysílání reklamy přesáhnout šest minut za hodinu. Na ostatních programech smí Česká televize zařadit reklamu jen v rámci vysílání sportovních a kulturních událostí, *„je-li vysílání takové reklamy nezbytnou podmínkou k získání práv k televiznímu vysílání sportovní či kulturní události“*. Ani tehdy nesmí přesáhnout 0,5 % času na denním vysílání a 6 minut za hodinu mezi 19:00 a 22:00. Česká televize nesmí do vysílání zařadit teleshopping.⁷⁸

Televize Nova nesmí ve vysílání reklamy a teleshoppingu přesáhnout čas 12 minut během jedné vysílací hodiny.⁷⁹

Komerční média nezískávají žádné příjmy v podobě koncesionářských poplatků a jejich příjmy tak pramení hlavně z umístění reklamy ve svém vysílání.⁸⁰ Komerční média vznikají jako soukromé společnosti s cílem vytvářet zisk, nebo s cílem poskytovat

⁷⁵ § 3 odst. 2 zákona č. 348/2005 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích.

⁷⁶ Reifová 2004, str. 138.

⁷⁷ § 6 odst. 1 zákona č. 348/2005 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích.

⁷⁸ § 50 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁷⁹ § 50 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

⁸⁰ Rozehnal 2007, str. 62.

skupině, segmentu společnosti nebo společnosti jako celku nějakou službu. Média, která poskytují tyto služby, jsou pak označována jako soukromá nezisková média.⁸¹

1.5.4 Česká televize

Česká televize vznikla 1. 1. 1992 Zákonem č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi. Statutárním orgánem České televize je generální ředitel. Ten je jmenován na šest let Radou České televize. Současným generálním ředitelem ČT je od roku 2011 Petr Dvořák. Rada České televize je patnáctičlenný kontrolní orgán a je volena Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR na šest let. Každé dva roky se třetina radních obměňuje. V dnešní době má Česká televize sedm stanic. Jsou jimi ČT1, ČT2, ČT3, ČT24, ČT :D a ČT art. Sportovním kanálem je pak ČT sport⁸²

1.5.4.1 Branky, body, vteřiny

Branky, body, vteřiny jsou sportovně-zpravodajský pořad ČT. Branky, body, vteřiny jsou nejstarší cyklický pořad Československé a České televize. Poprvé byly vysílány 11. března 1956.⁸³ Zakladateli a prvními moderátory pořadu byli Miroslav Hladký, Vít Holubec a Radoslav Siváček. Od roku 2012 jsou moderátory pořadu Barbora Černošková, Vojtěch Bernadský, Petr Vichnar a Jan Smetana.⁸⁴ Znělku k pořadu složil Štěpán Koníček. Ta je s drobnými úpravami součástí pořadu dodnes. Mezi lety 1976-1993 se pořad jmenoval Branky, body, sekundy. Důvodem byl tlak politických institucí na dodržování Mezinárodního systému jednotek a fakt, že vteřina je jednotkou úhlovou, ne časovou. V roce 1995 byly Branky, body, vteřiny připojeny v hlavní zpravodajské relaci Události. To znamenalo, že oba pořady začaly používat společné grafické prvky a byly rovněž zapojeny headliny do znělky pořadu.⁸⁵

Stopáž sportovně-zpravodajské relace je 10 minut. V počátcích, kdy byl pořad vysílán jen v neděli, byla stopáž delší, až 45minutová. Začátek vysílání Branek, bodů,

⁸¹ Reifová 2004, str. 137.

⁸² Základní informace o České televizi dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>, citováno 1. 4. 2021.

⁸³ O historii pořadu Branky, body vteřiny dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1094732002-branky-body-vteriny/bonus/10964-o-historii-poradu>, citováno 1. 4.2021.

⁸⁴ Lidé ve zpravodajství ČT Sport: Branky, body, vteřiny dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/lide/zpravodajstvi/ct-sport/>, citováno 1. 4. 2021.

⁸⁵ Šedesát let Branek, bodů vteřin dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let/>, citováno 1. 4. 2021.

vteřin je ve všední dny v 19:56 a o víkendu v 19:52. Pořad je vysílán na stanici ČT1 a ČT24.⁸⁶

1.5.5 Televize Nova

Televize Nova začala vysílat 4. února 1994. Stala se tak první komerční televizí v České republice. Poprvé Nova vysílala z Národního muzea v Praze a jejím ředitelem v roce 1994 byl Vladimír Železný.⁸⁷ Dnes jsou generálními řediteli Klára Brachtlová a Jan Vlček.⁸⁸ Skupina televize Nova je tvořena osmi stanicemi. Jsou jimi volně šířené Nova, Nova Cinema, Nova Action, Nova 2 a Nova Gold. Nova disponuje rovněž sportovními kanály Nova Sport 1 a Nova Sport 2. Nova International je spolu se sportovními kanály placeným obsahem.⁸⁹ Majitelem skupiny Nova je firma PPF. Ta v říjnu roku 2020 dokončila akvizici společnosti Central European Media Enterprises (CME). Kromě televize v Česku získala PPF i televize na Slovensku, v Rumunsku, Bulharsku a Slovinsku.⁹⁰

1.5.5.1 Sportovní noviny

Sportovní noviny jsou sportovně-zpravodajský pořad televize Nova. Pořad se vysílá od prvního dne vysílání stanice Nova, tedy od 4. února 1994 a prvním moderátorem byl Pavel Poulíček.⁹¹ Dnes jsou moderátory Sportovních novin Inna Puhajková, Nikola Červinková, Martin Čermák a Štěpán Sokol. Sportovní noviny nemají pevně stanovený vysílací čas, ale navazují na zpravodajský pořad Televizní noviny. Součástí tohoto bloku je i Počasí. Jedná se o kratší formát, než jsou Branky, body, vteřiny, a mají přibližně pět minut.

1.6 Sport v médiích

Sport je kulturní a sociální fenomén, který se v průběhu času změnil. Je součástí kultury. V minulosti byl sport praktikován kvůli zdraví, kráse a radosti z pohybu, nyní ale sport tyto vlastnosti ztrácí. Sport se stal „*předmětem divácké pozornosti, než nedílnou*

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ Bednařík, Jiráková a Köpplová 2019, str. 410.

⁸⁸ Management Nova Group dostupný z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/management>, citováno 1. 4. 2021.

⁸⁹ Profil společnosti Nova Group dostupný z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/profil>, citováno 1. 4. 2021.

⁹⁰ Vlastnictví televize Nova dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/cme-po-prevzeti-ppf-povede-stoessel-jetmar-ridi-bulharsko/>, citováno 1. 4. 2021.

⁹¹ Pětadvacet let televize Nova dostupné z: <https://nova25.nova.cz/>, citováno 1. 4. 2021.

součástí každodenních forem volnočasových aktivit“. O sportu, hlavně o tom vrcholovém, jsme pravidelně informováni prostřednictvím médií. Není to tedy jen pohybová aktivita, ale má přesah do dalších vrstev společnosti, kterou ovlivňuje.⁹²

V současné době se na zobrazování sportu nejvíce podílejí přímé sportovní přenosy. Ty díky množství kamer dokáží sportovní události sledovat hned z několika úhlů a zprostředkovat tak divákům jedinečný pohled. Kamery mohou sledovat sportovní události z kabin závodních automobilů, bývají umístěny pod vodou v bazénech nebo v brankových konstrukcích. Umístění kamer, střihy a opakované záběry obohacují diváka a jeho zážitek posouvají do nové dimenze.⁹³

Sport patří k nejsledovanějším složkám programu komerčních ale i veřejnoprávních televizí. Proto na něj cílí i reklama a roste komercializace. Příkladem komercializace je sponzoring. Jedná se o zvláštní případ nejčastěji peněžního daru, který je poskytován soukromým i veřejným institucím na financování určitého odvětví.⁹⁴ Hlavním principem sponzorství je spolu s reklamou součástí marketingu a snahou co nejúčinnější propagace.⁹⁵ Od osmdesátých let minulého století sport zkomercializoval. Jak uvádí na příkladu Německa Ruß-Mohl, televize veřejné služby a skupina Leo Kircha vedly cenovou válku o vysílací práva pro mistrovství světa ve fotbale 2002. Kirch chtěl mistrovství světa na placených kanálech, ale jen do chvíle, kdy se do této války vložil spolkový kancléř. Tím se stalo vysílání sportu politickým tématem.⁹⁶

Dříve byla oblast sportovní žurnalistiky upozadřována a kolegové z jiných rubrik si ze svých sportovních kolegů dělali legraci. Sportovní žurnalistika byla podle nich irelevantní, pouze zábavou a ve srovnání s politikou nebo vědou nesrovnatelná. Mezitím ale sport nabyl na popularitě, tedy i na sledovanosti a čtenosti.⁹⁷ Dnes je sportovní zpravodajství velmi důležité, protože souvisí s diskuzemi ohledně sportovních výsledků, statistik, rekordů, výkonů, přestupových dohod a skandálních zpráv. Navíc by komerční sport přišel o značnou část příjmů a popularity, protože média nabudí svým informováním zájem o sport a vytvoří výnosy z prodeje vstupenek nebo parkovacích míst.⁹⁸

⁹² Sekot 2003, str. 7-9.

⁹³ Děkanovský 2008, str. 62-63.

⁹⁴ Vědy, kultury, výzkumu, vzdělání, sportu apod.

⁹⁵ Sekot 2003, str. 141-142.

⁹⁶ Ruß-Mohl a Bakičová 2005, str. 176.

⁹⁷ Ruß-Mohl a Bakičová 2005, str. 176.

⁹⁸ Sekot 2003, str. 156.

Ruß-Mohl rovněž uvádí kritickou studii nedostatků sportovní žurnalistiky od Uli Gleich z univerzity v Koblenzi-Landau. Zejména televize upřednostňuje populární sporty, například fotbal, atletiku nebo závody Formule 1. Ostatní sporty jsou opomíjeny. Dále je podle této studie sportovní zpravodajství orientováno na výsledek a událost a nevěnuje se problémům, jako je komercializace nebo boj s dopingem. Sportovní zpravodajství podceňuje nebo dokonce legitimizuje tvrdost ve hře, označuje ji jako „*férový foul*“ a omlouvá tím hřištníky. Zabývá se také otázkou, jak moc ovlivňují média sport ve smyslu úprav pravidel pro pohodlnější divácké sledování.⁹⁹ Jako možné úpravy uvádí obarvení ledu na modro, aby byl lépe vidět puk, zvětšení tenisových míčů, aby se hra zpomalila a lépe se sledovala nebo povolení změny dráhy veslařům během závodu.

Sekot k úpravám sportu kvůli médiím dodává, že Olympijské hry v Soulu byly uzpůsobeny nejpočetnějšímu americkému publiku a času, který je pro držitele televizních práv komerčně nejzajímavější.¹⁰⁰ Dále jsou fotbalové a hokejové soutěže hrány o víkendech během televizního prime-timu, kde se předpokládá vyšší sledovanost ze strany diváků.¹⁰¹ I to může být důvod, proč jsou sportovně-zpravodajské relace obsahově nasycenější o víkendu než během pracovního týdne.

Další úpravy sportu pro potřeby médií jsou podle Sekota uzpůsobování rozvrhu sportovní akce televiznímu programu, zkracování přestávek mezi poločasy nebo třetinami, jasně stanovený čas na pro vysílání reklamy během zápasu nebo uzpůsobení sportovní události potřebám médií v místě konání sportovní akce.¹⁰²

2 Analytická část

2.1 Kvantitativní obsahová analýza

Metoda kvantitativní obsahové analýzy, zkráceně obsahové analýzy, je metoda, které slouží ke zkoumání mediálních obsahů. Mediované obsahy se zkoumají s ohledem na vybrané znaky. V naší práci to budou například pořadí příspěvků, druh sportu, četnost výskytu nebo poměr sportů ve zpravodajských pořadech. Metoda obsahové analýzy je strukturovaná a disponuje velkou mírou ověřitelnosti. Používá se na velké množství textů, v našem případě mediovaných sdělení, tedy sportovně-zpravodajských pořadů

⁹⁹ Ruß-Mohl a Bakičová 2005, str. 178.

¹⁰⁰ Sekot 2003, str. 152.

¹⁰¹ Tamtéž.

¹⁰² Sekot 2003, str. 156.

Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny. Další předností této metody je přehledná prezentace výsledků v tabulkách, grafech a číselných hodnotách.¹⁰³ „Výsledkem a cílem obsahové analýzy je kvantitativní popis mediovaných obsahů.“¹⁰⁴

Kvantitativní obsahová analýza se zabývá mediální agendou, tedy tématy, jež se objevují v médiích. Obsahová analýza umožňuje srovnání obsahů médií v různých zemích nebo různých časových obdobích. V naší práci srovnáváme i my. Náš výzkum srovnáme s výzkumem¹⁰⁵ z roku 2016 a zjišťujeme, zda se mediální agenda změnila a zda se na ní nějakým způsobem promítla pandemie koronaviru.¹⁰⁶

Trampota¹⁰⁷ uvádí dva typy výzkumů mediální agendy. Výzkumy sledující postavení jednoho tématu a výzkumy zkoumající celou agendu média. První typ sleduje jedno téma v agendě z hlediska vývoje v čase. Druhý typ, který použijeme i v této práci, zkoumá a popisuje celou skladbu média. Výstupem výzkumu jsou data o tom, kolik prostoru dané médium poskytuje různým tématům.

Za otce obsahové analýzy je označován Bernard Berelson, i když se tato metoda datuje do 19. století. Berelson je zmiňován, protože tuto metodu v 50. letech 20. století metodologicky ukotvil v práci *Content Analysis in Communication Research* a vymezil jako „kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace“.¹⁰⁸

Sedláková uvádí, že kritici obsahové analýzy označují její výsledky jako „interpretaci sdělení výzkumníkem, o němž nelze říci, zda či do jaké míry se překrývá s tím, jak mu rozumí (čtou a interpretují) ostatní příjemci“. Před tímto argumentem podle Sedlákové neobstojí ani shoda výzkumníků na pravdivosti a konzistenci jednotlivých výzkumů.¹⁰⁹ Jinou nevýhodou metody je kódovací systém. Ten je „nutně selektivní a neúplný“. Na analyzované dokumenty není nahlíženo jako na celek, ale jsou posuzovány skrze předem vymezené kódovací kategorie. Měřené kategorie přirovnává k mezerám v mřížce, skrze ně se nahlíží na analyzovaný text a jiné části jsou přehlíženy.¹¹⁰ Tím dochází k fragmentaci významů a obsahová analýza tak ztrácí schopnost „postihnout proces vytváření významu ze vzájemných interakcí symbolů

¹⁰³ Schulz, Scherer, Hagen, Reifová a Končelík 2011, str. 29-30.

¹⁰⁴ Schulz, Scherer, Hagen, Reifová a Končelík 2011, str. 31.

¹⁰⁵ Halbrštát 2017.

¹⁰⁶ Trampota a Vojtěchovská 2010, str. 101-102.

¹⁰⁷ Trampota a Vojtěchovská str. 102.

¹⁰⁸ Sedláková 2014, str. 291.

¹⁰⁹ Sedláková 2014, str. 296.

¹¹⁰ V našem případě nejde o text, ale o pořady Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny a jejich epizody.

obsažených v celém textu“. Problém je také v tom, že nejčtetnější prvek analýzy nemusí být nejdůležitější, ale záleží i na jeho umístění v textu.¹¹¹ I přes nedostatky této metody je dobře a s rozmyslem provedená obsahová analýza vhodná pro indexaci mediálních obsahů a přínos určitého popisu mediálních sdělení.¹¹²

Mnoho autorů popisuje, jak probíhá proces obsahové analýzy. Pro vysvětlení se nám jako nejlepší jeví popis od Trampoty a Vojtěchovské.¹¹³ Na začátku výzkumu je třeba si stanovit jasný cíl zkoumání. Ten se definuje pomocí výzkumných otázek a hypotéz. Z definic výzkumných otázek a hypotéz musí jasně vyplývat, co budeme v mediálních obsazích hledat a analyzovat. Na to navazuje určení výzkumného vzorku. Následně se určují jednotky měření, nejmenšího prvku analýzy, kterého si budeme všimnout. Po určení jednotky měření se stanovují kategorie proměnných a jejich soustava se zaznamenává do kódovací knihy. Do kódovací knihy se během kódování zaznamenávají kódy kategorií proměnných. Po dokončení kódování dochází ke zpracování dat, vztahování k výzkumným otázkám a hypotézám a zpracování v podobě tabulek, grafů a číselných hodnot.

2.2 Téma práce a cíl zkoumání

Cílem naší bakalářské práce je srovnat sportovně-zpravodajské pořady Branky, body, vteřiny na České televizi a Sportovní noviny na televizi Nova. Zároveň chceme výsledky naší práce srovnat s výsledky již vzniklé práce na toto téma z roku 2016. Tématem této bakalářské práce je analýza a komparace pořadů, jež se zabývají sportem. Analyzovanými pořady jsou nejsledovanější pořady tohoto druhu Branky, body, vteřiny České televize a Sportovní noviny TV Nova. Zároveň budou výsledky srovnány s již několikrát zmíněným výzkumem.¹¹⁴

2.3 Výzkumné otázky a hypotézy

V této části práce představíme čtyři výzkumné otázky, které přebíráme z výzkumu Davida Halbrštáta a doplníme je o tři své, jež vychází z faktu, že svět zasáhla pandemie koronaviru, která se dotkla i sportovního světa. Při volbě hypotéz budeme rovněž vycházet z předešlého výzkumu a opět je vztáhneme k pandemii. Níže jsou uvedeny výzkumné otázky (VO) a hypotézy (H).

¹¹¹ Sedláková 2014, str. 300.

¹¹² Škodová, Červenka, Nečas, Kalvas, Tabery a Trampota 2008, str. 44.

¹¹³ Trampota a Vojtěchovská 2010, str. 104-107.

¹¹⁴ Halbrštát 2017.

VO1: Změní koronavirus skladbu sportů a jejich stopáž?

H1: Koronavirus kvůli zásahu do sportu a rušení sportovních utkání pozmění skladbu sportů a čas jim věnovaný.

Koronavirus zasáhl do fungování sportovního světa, byly rušeny sportovní soutěže a události. Proto se změnilo složení sportů, o kterých podávaly sportovně-zpravodajské relace informace. Dá se předpokládat, že se změny dotkly fotbalu a hokeje, jejichž soutěže byly přerušeny již v březnu roku 2020. Fotbalová soutěž byla přerušena a později dohrána a z hokejová extraliga vítěze v ročníku 2019/2020 nepoznala.

VO2: Bude vlivem rušení mnoha zápasů a soutěží vysíláno v jednotlivých relacích méně příspěvků, ale s delší stopáží?

H2: Pandemie koronaviru zapříčiní rušení sportovních událostí, tedy omezí témata, která se dají do zpravodajských relací zařadit, a prodlouží tak stopáž zbývajících témat.

Z již zmíněných důvodů může nastat, že se některé sporty zruší nebo omezí a nebude o nich ve sportovním zpravodajství tolik informováno. Zmenší se tedy počet příspěvků v relacích kvůli nedostatku sportovních témat a jejich délka se zvětší oproti výzkumu z roku 2016.

VO3: Bude součástí vysílání sportovně-zpravodajských relací Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny esport¹¹⁵?

H3: Esport bude součástí vysílání sportovně-zpravodajských relací kvůli nemožnosti provozovat tradiční sport.

Kvůli možnému zrušení sportovních událostí a výpadkům „tradičních“ témat zařadí pořady do svého vysílání zprávy o esportu, který v předešlém výzkumu nebyl zaznamenán ani v jednom případě. Tento sport se sice odehrává v halách za přítomnosti diváků, ale tento model není nutný a během psaní této části práce ani možný. Esportové eventy se tedy nemusejí rušit, protože hráči se jich mohou účastnit z domova a diváci je mohou sledovat pomocí streamovacích platforem, jako je třeba Twitch.

¹¹⁵ V esportu soutěží jednotlivci i týmy. Soutěžní klání probíhají v počítačových hrách. Příkladem těchto her může být hra DOTA 2, Counter-Strike: Global Offensive nebo karetní hra Hearthstone. Tyto turnaje v počítačových hrách mají velkou sledovanost, hlavně skrze streamovací platformu Twitch, a sázkové kanceláře na tyto události vypisují kurzy.

VO4: Jaký časový prostor je věnovaný jednotlivým sportům v pravidelném sportovním zpravodajství v televizním vysílání Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin?

H4: Nejdominantnějšími sporty ve vysílání budou fotbal a lední hokej, jako nejsilnější sporty v České republice.

V obou zpravodajských relacích, které analyzujeme, získá největší prostor fotbal a lední hokej. Jedná se o dva populární sporty v České republice a ve výzkumu z roku 2016 oba tyto sporty v obou pořadech dostaly nejvíce prostoru. Následovat bude tenis, motorsport a ostatní další sporty. Tato hypotéza může být ovlivněna koronavirem, vše záleží na epidemiologické situaci v České republice v době výzkumu.

H5: V Brankách, bodech, vteřinách se objeví více sportů než ve Sportovních novinách.

Podle výsledků výzkumu Davida Halbštáta očekáváme, že se v pořadu Branky, body, vteřiny kvůli veřejnoprávní podstatě České televize objeví více sportů než ve Sportovních novinách komerční televize Nova.

VO5: Jaká je četnost jednotlivých příspěvků v relacích?

H6: Branky, body, vteřiny mají větší vysílací prostor než Sportovní noviny, tak se dá předpokládat, že budou mít v průměru více příspěvků než Sportovní noviny.

H7: Relace budou o víkendech příspěvkově bohatší, protože se hrají tuzemské soutěže ve fotbale, hokeji, basketbalu, volejbalu a v dalších sportech. Branky, body, vteřiny mají navíc o víkendech oproti Sportovním novinám více prostoru v programu.

VO6: Které sporty se nejčastěji objevují v prvních třech příspěvcích v relacích?

H8: První tři příspěvky budou patřit nejdominantnějším sportům v České republice fotbalu a lednímu hokeji a v malém počtu případů se objeví jiný sport.

V analýze těchto dvou pořadů se v roce 2016 na prvních třech místech objevoval nejčastěji fotbal a lední hokej, jen v případě mimořádného úspěchu se zde objevil jiný sport. Podle nás by tento trend mohl pokračovat i v roce 2020.

VO7: O jakých soutěžích pořady informují u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu?

H9: V Brankách, bodech, vteřinách se budou objevovat nejvíce domácí soutěže, ve Sportovních novinách pak soutěže, které televize Nova vysílá na svých kanálech.

Stejně jako v roce předešlém výzkumu se budeme držet premisy, kdy se Branky, body, vteřiny budou věnovat více domácím soutěžím a Sportovní noviny soutěžím zahraničním. Ve Sportovních novinách se tak budou objevovat zprávy z anglické fotbalové ligy, francouzské fotbalové ligy, kanadsko-americké Národní hokejové ligy nebo zámořské Národní basketbalové asociace. Tyto soutěže totiž televize Nova vysílá na sportovních kanálech Nova Sport 1 a 2 a internetovém portálu Voyo.

2.4 Výzkumný vzorek

Abychom mohli co nejlépe srovnat sportovně-zpravodajské relace v našem a již mnohokrát citovaném výzkumu, tak jsme záměrně vybrali i stejný vzorek pro analýzu. V našem případě je to rozmezí od 1. 10. 2020 do 4. 11. 2020. Období jsme zvolili proto, aby byl vzorek co nejvíce podobný. Ve výzkumu jsme zvolili stejnou část roku jako Halbrštát, abychom mohli období srovnat, období se dokonce shodují i v počtu všedních dnů (25) i v počtu dnů víkendových (10).

Vybrali jsme jej, protože se hraje většina domácích soutěží (fotbal, hokej, tenis a další), hrají se tenisové turnaje, závodí se v rallye, Formuli 1 i v motokářských soutěžích, vrcholí zimní příprava sportovců v zimních sportech atd.

Do naší práce ale zasáhl jeden nepředvídatelný faktor. Od března 2020 se celý svět, včetně toho sportovního, potýká s pandemií koronaviru. Z tohoto důvodu jsou sportovní akce a soutěže rušeny, pozastavovány nebo přesouvány na jiná data. Myslíme si, že se tento faktor promítne i do palety sportů, které budou v námi sledovaných relacích prezentovány.

2.5 Jednotky analýzy

Jednotka výzkumu bude kvůli co nejlepší možnosti porovnat¹¹⁶ náš a Halbrštátův výzkum stejná. Jednotkou tedy budou jednotlivé díly Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin od začátku úvodní znělky až po znělku a titulky na konci dílu. Kódovací jednotkou

¹¹⁶ U komparace ve výsledcích analýzy nebudeme uvádět porovnání u každé naměřené kategorie. Pokud se naše výsledky a výsledky Davida Halbrštáta budou výrazně lišit, pak na ně bude poukázáno.

je v našem případě jedna reportáž či zpráva přednesená moderátorem. K ní poté budeme přiřazovat proměnné.¹¹⁷

2.6 Kategorie měření a operacionalizace

Podle výše převzatého postupu operacionalizace následují rovněž logicky převzaté proměnné, jež budeme sledovat u Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin. Proměnné jsme převzali proto, abychom mohli co nejlépe srovnat výsledky analýzy. Během kódování tak budeme přiřazovat hodnoty podle převzatých proměnných. Stejně jako proměnné přebíráme i číselné hodnoty proměnných, kterých budou nabývat. Seznam převzatých proměnných je představen níže. Hodnoty proměnných budou zapsány v kódovací knize. Proměnné jsou pro oba pořady i práce shodné z důvodu co nejuvěrnější komparace.

U zkoumaných relací budou zjišťovány tyto údaje:

1. název stanice,
2. název relace,
3. datum odvysílání relace,
4. den odvysílání (všední den/ víkend).

Další údaje už budou sloužit samotné analýze našeho tématu:

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

Název stanice (Česká televize, Nova), název relace (Branky, body, vteřiny, Sportovní noviny), datum vysílání relace a délku jedné relace není třeba vysvětlovat. Přiřazení těchto čtyř proměnných je jasné. Vysílání ve všední a víkendové dny budeme rozlišovat, protože se celková délka relace u Branek, bodů, vteřin liší.

Pořad Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny budeme analyzovat díky přístupu k pořadům skrze společnost Media Tenor, která se zabývá obsahovou analýzou médií.

¹¹⁷ Schulz, Scherer, Hagen, Reifová a Končelík 2011, str. 39-41.

Abychom mohli co nepřesněji zanalyzovat a porovnat naše výsledky s výsledky předchozího výzkumu, budeme v dalších krocích operacionalizace následovat postup jeho autora.¹¹⁸ Do celkové délky jednotlivých dílů budeme počítat celou úvodní a závěrečnou znělku. Měření začneme v době, kdy se objeví první záběr úvodní znělky. Měření končíme po konci znělky pořadu a střihu na další pořad, reklamu atd.

V roce 2016 začínaly oba pořady třemi upoutávkami na nejdůležitější sportovní události daného dne. V roce 2020 začínají těmito upoutávkami pouze Branky, body, vteřiny. Sportovní noviny již tyto upoutávky do pořadu nezařazují. Tyto upoutávky nebudeme započítávat do celkového času věnovaného jednotlivým sportům. Nepočítáme je, abychom zachovali stejný postup jako ve výzkumu, se kterým budeme srovnávat, a výzkum tak nezkreslili. Především výzkum je nezahrnul, protože se stejně objevily celé tyto zprávy dále v díle. Měřit začínáme až od úvodní zprávy. Měříme od momentu, kdy moderátor pronese první slovo k reportáži. Do celkového času věnovaného jednotlivým sportům se tedy počítá i doba, kdy o nich mluví moderátor. Měření končíme, když skončí reportáž a střihem začíná další zpráva.

Změříme tedy první zprávu, napíšeme si k ní pořadové číslo a postupujeme dále skrze celou relaci. Když zprávu neuvádí moderátor a zpráva navazuje hned na zprávu předchozí, měříme od prvního záběru této zprávy. Započítáváme i zprávy, které nemají obrazový materiál. Do časů byly v roce 2016 započítávány i úvodní znělky čtyř témat. V roce 2020 se úvodní znělky u fotbalové reprezentace, české hokejové reprezentace, nejvyšší české fotbalové ligy a hokejové extraligy již v Brankách, bodech, vteřinách nevyskytují. U Sportovních novin počítáme i speciální reportáž Borec na konec. V případě, že je v pořadu ukázána výsledková tabulka nebo tabulka nějaké soutěže, považujeme ji za samostatný příspěvek. V případě, že se tabulka objeví v rámci reportáže, kde nahradí záběry reportáže a stále příspěvek informuje o stejné události, počítáme ji jako součást příspěvku. Pokud jsou ale tabulky doprovázeny komentářem moderátora, ale nesouvisí s předchozí reportáží, je tato tabulka považována za další samostatný příspěvek.

Z naměřených hodnot z předešlého postupu budeme počítat a zaznamenávat časovou stopu, kterou jednotlivé sporty dostaly k dispozici. Do tabulek budeme zaznamenávat pořadí příspěvků jednotlivých sportů. Vytvoříme si skupiny v rozmezí tří míst. Skupiny budou 1. až 3. místo, 4. až 6. místo, 7. až 9. místo, 10. až 12. místo, 13. až

¹¹⁸ Halbrštát 2017.

15. místo a 16. až 18. místo. Do tabulky vytvořené podle těchto skupin následně zaznamenejme pořadí sportů.

U názvů sportů vycházíme ze seznamu, který vznikl během naší analýzy. Zapisovali jsme si sporty tak, jak šly za sebou v jednotlivých relacích. Z toho nám vznikl výsledný seznam, který činí 33 sportů. Jedná se o americký fotbal, atletiku (včetně běhu a chůze), baseball, basketbal, biatlon, bojové sporty (judo, smíšená bojová umění)¹¹⁹, cyklistiku (dráhovou, silniční, horskou), dostihy, fotbal, golf, gymnastiku, házenou (národní házenou), jachting, jezdecký sport (parkur, všestrannost),¹²⁰ krasobruslení, lední hokej, lyžování (alpské, severská kombinace, skoky na lyžích), motorsport (flatrack, motocross, plochá dráha, rallye, silniční automobily a motocykly, závody Formule 1, závody motokár, závody traktorů), orientační běh, paralympijský sport, pozemní hokej, rychlobruslení, snooker, softball, stolní tenis, surfování, šachy, šipky, tenis, veslování, vodní slalom (kajak, kánoe), volejbal a vzpírání. Ve výzkumu z roku 2016 autor seznam vytvořil během předvýzkumu. Vytvořil seznam 34 sportů. Další sledované proměnné u názvu sportů byly ostatní zprávy a reklamy. Tyto dvě kategorie v našem výzkumu rovněž pozorujeme.

U poslední proměnné, soutěží u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu, budeme zaznamenávat soutěže, kterým se věnují. U fotbalu to bude česká reprezentace, 1. česká liga, 2. česká liga, Evropská liga, Liga mistrů, mládežnické reprezentace, mezinárodní zápasy (mimo Českou fotbalovou reprezentaci), zahraniční soutěže, domácí fotbalový pohár MOL cup a ostatní. U ledního hokeje si budeme všimnout české reprezentace, Tipsport extraligy, 1. české ligy, kanadsko-americké Národní hokejové ligy, ruské Kontinentální hokejové ligy a ostatní. U basketbalu budeme rozlišovat šest kategorií.¹²¹ Těmi jsou česká Národní basketbalová liga, americká Národní basketbalová asociace, Liga mistrů¹²², Euroliga mužů, Euroliga žen¹²³ a ostatní. Tyto kategorie a jejich definice jsme rovněž převzali z dříve vzniklého výzkumu.¹²⁴

¹¹⁹ Anglicky Mixed Martial Arts – MMA.

¹²⁰ Kategorii jezdecký sport jsme se rozhodli zařadit, protože se jedná o další disciplíny na koních, ale nejedná se o dostihy. Pro vytvoření této kategorie jsme použili rozdělení České jezdecké federace dostupné z: <https://www.jezdectviprovsechny.cz/jezdecke-discipliny/>, citováno 1. 4. 2021.

¹²¹ V porovnávaném výzkumu byly sledovány pouze čtyři proměnné. My jsme náš výzkum doplnili o proměnnou Euroliga mužů a Liga mistrů. Důvodem bylo velké zastoupení těchto soutěží ve vysílání a fakt, že ženská Euroliga kvůli pandemii začala pro český klub ZVVZ USK Praha až 1. 12. 2020, mimo naše výzkumné období. Neobjevil se tedy ani jeden příspěvek o Eurolize žen.

¹²² Mužská Liga mistrů.

¹²³ Ve výzkumu z roku 2016 byla tato kategorie označena jako evropská Liga mistrů.

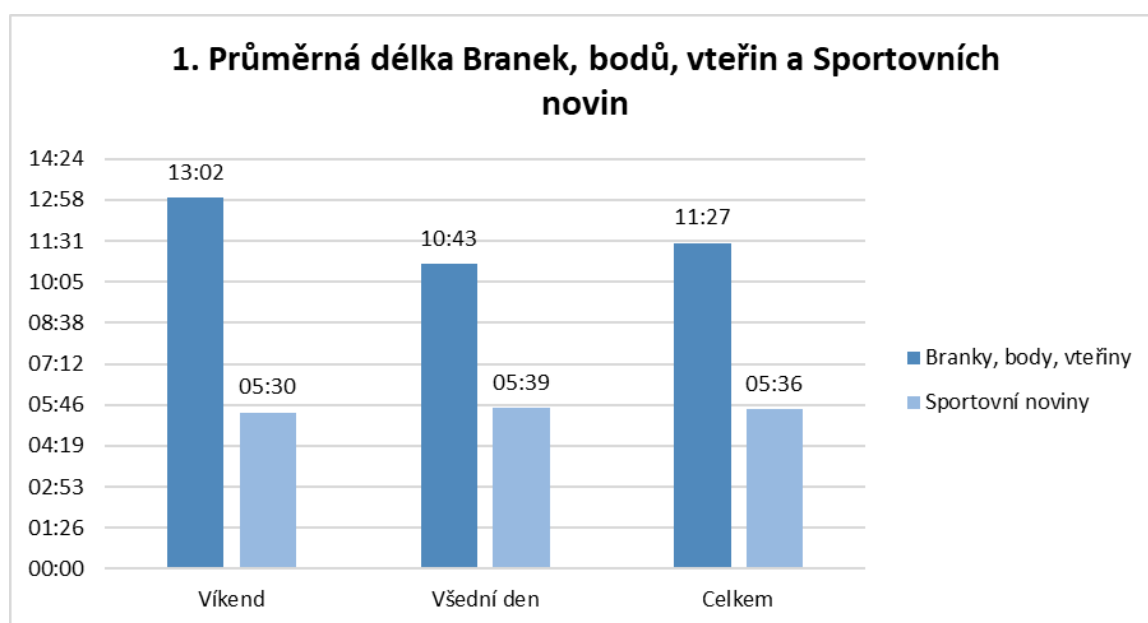
¹²⁴ Halbrštát 2017.

3 Výsledky analýzy

3.1 Celková délka relací

Celková naměřená délka stopáže 35 dílů Branek, bodů, vteřin a 35 dílů Sportovních novin činí 35 797 sekund. Toto číslo odpovídá 596 minutám a 37 sekundám. Branky, body, vteřiny se na tomto čísle podílely 24 031 sekundami, tedy 400 minutami a 31 sekundami. Sportovní noviny tvořily zbytek celkového čísla. Jejich celková stopáž byla 11 766 sekund, což odpovídá 196 minutám a 31 sekundám. Náš výzkum má při stejném počtu dílů celkovou stopáž delší o 1555 sekund (25 minut a 55 sekund), než je stopáž naměřená ve výzkumu v roce 2016.

3.2 Průměrná délka relací



Průměrná délka jedné relace u Branek, bodů, vteřin činí 11 minut a 27 sekund. O víkendech¹²⁵ se průměrná délka vyšplhala na 13 minut a 2 sekundy, ve všední dny činila 10 minut a 43 sekund. Zde jsou jasně patrné rozdíly v délce všedních dní a víkendů. Průměrné délky stopáží u Sportovních novin jsou o více než polovinu kratší než u Branek, bodů, vteřin. To je dáno hlavně celkovou délkou pořadu v programu stanic. Celková průměrná délka relace Sportovních novin činí 5 minut 36 sekund, o víkendech

¹²⁵ Do víkendových dní počítáme státní svátek 28. 10. 2020.

5 minut a 39 sekund a ve všední dny 5 minut a 30 sekund. Oproti rozdílům u Branek, bodů, vteřin jsou rozdíly mezi víkendem a všedními dny u Sportovních novin minimální.

Průměrné délky relací Branek, bodů, vteřin se ve srovnání s rokem 2016 prodloužily kvůli větší časové dotaci¹²⁶ v programové skladbě pro sportovní zpravodajství v České televizi. Průměrná délka u Sportovních novin se snížila, protože televize Nova již do své sportovní-zpravodajské relace nezařazuje upoutávky.¹²⁷

V programu Branky, body, vteřiny ve všední dny začínají relace v 19:56 a o víkendech v 19:52. Ve všední dny mají od 9 do 15 minut prostoru a o víkendech od 13 do 18 minut.¹²⁸ Sportovní noviny nemají přesně daný vysílací čas, jsou součástí celku Televizních novin a Počasí, který začíná v 19:30 a končí ve 20:20.

3.3 Počet příspěvků a jejich délky

V 70 analyzovaných dílech se objevilo 774 příspěvků. Z toho 433 náleželo Brankám, bodům, vteřinám a 341 Sportovním novinám. Celkový počet příspěvků oproti roku 2016 narostl o 35, přitom v Brankách, bodech, vteřinách jsme zaznamenali nárůst o 9 příspěvků a u Sportovních novin o 26 příspěvků.

Průměrná délka jednoho příspěvku v Brankách, bodech vteřinách byla 51,94 sekund a ve Sportovních novinách 32,92 sekund. Průměrný čas Branek, bodů, vteřin narostl o téměř 5 sekund (46,98 sekund) a u Sportovních novin zůstala průměrná délka příspěvku skoro stejná (32,59 sekund).

Nejdelším příspěvkem v Brankách, bodech, vteřinách byl v pondělí 2. 11. 2020 123 sekund dlouhý příspěvek o vládních opatřeních, která musí sportovci a ligové soutěže dodržovat, aby mohli trénovat a hrát zápasy. Nejkratším příspěvkem bylo v neděli 4. 10. 2020 šestisekundové upřesnění fotbalového výsledku zápasu mezi Baníkem Ostrava a Slavií Praha.

Nejdelším příspěvkem Sportovních novin byla 95 sekund dlouhá reportáž z pátku 2. 10. 2020. Ta představovala soupeře českých týmů ve skupinové fázi Evropské ligy. Nejkratší zprávu jsme zaznamenali ve středu 28. 10. 2020. Zpráva dlouhá sedm sekund oznamovala konec tenisty Stana Wawrinky na turnaji ve Vídni.

¹²⁶ V roce 2016 připadalo na všední dny 9 minut prostoru a na víkendy 15 minut prostoru.

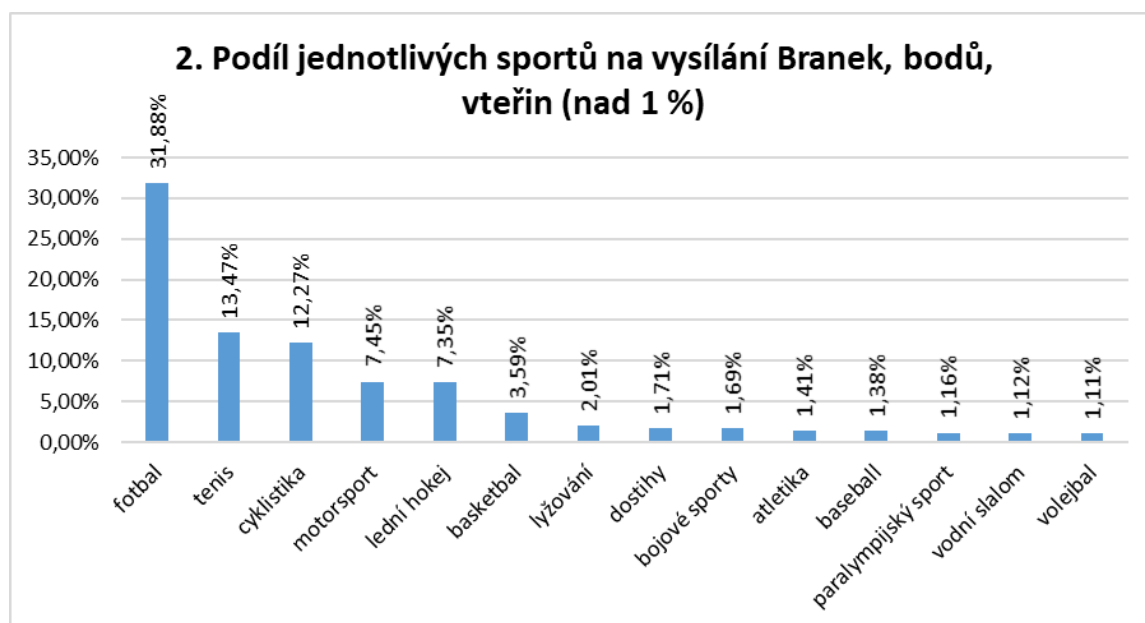
¹²⁷ Viz kapitola 2.6 Kategorie měření a operacionalizace.

¹²⁸ Časová rozpětí ve všední dny a víkendy zaleží na tom, zda je po Brankách, bodech, vteřinách Losování Sportky a Šance, nebo bezprostředně po sportovním zpravodajství následuje až seriál či jiný pořad.

Průměrný počet příspěvků v Brankách, bodech, vteřinách byl o víkendech 14,64 a ve všední dny 11,38. Ve Sportovních novinách činil průměrný počet příspěvků o víkendech 10,36 a ve všední dny 9,46. U Branek, bodů, vteřin jsme zaznamenali pokles příspěvků o víkendech, ale nárůst ve všední dny. U Sportovních novin jsme naopak zaznamenali nárůst o víkendech i ve všední dny.

3.4 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Branek, bodů, vteřin

Na níže uvedených grafech prezentujeme sporty a jejich podíl na celkovém vysílacím času Branek, bodů, vteřin. Pro větší přehlednost jsme rozdělili grafy na sporty, které se na obsahu pořadu podílely více než jedním procentem a méně než jedním procentem. V České televizi se do vysílání dostalo 28 sportů. V roce 2016 se do vysílání sportovního zpravodajství na České televizi dostalo 29 sportů. V našem výzkumu se objevilo 9 sportů, které v roce 2016 ve vysílání nebyly. Naopak 9 sportů se objevilo v roce 2016 a v roce 2020 nikoliv. Náš výzkum nenarazil ve vysílání České televize na tyto sporty – tancování, skateboarding, stolní tenis, rafting, bowling, triatlon, boby, florbal a skoky do vody. Oproti výzkumu z roku 2016 jsme zaznamenali tyto sporty – vodní slalom, biatlon, jezdecký sport, veslování, softball, gymnastiku, pozemní hokej, krasobruslení a vzpírání. Podle autora výzkumu z roku 2016 jsme vytvořili kategorii bojové sporty. Na rozdíl od Halbrštáta jsme něj zařadili i judo.

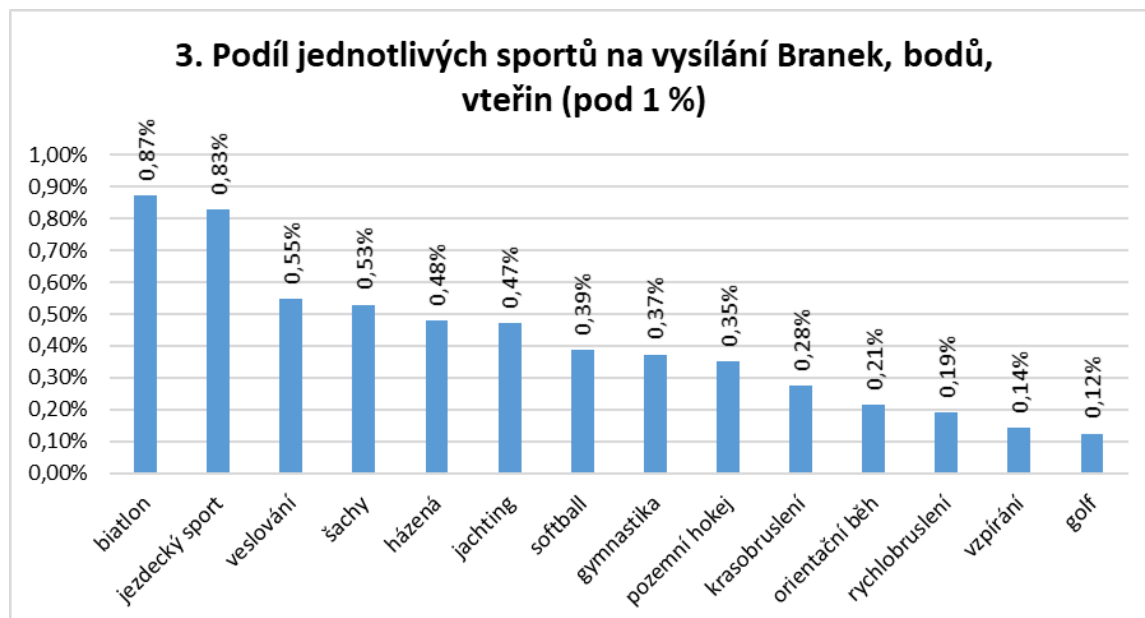


Přes hranici 1 % se dostala polovina těchto sportů. Největší podíl na vysílání Branek, bodů, vteřin měl fotbal, druhým sportem byl tenis a na třetím místě se umístila cyklistika. Umístění fotbalu není kvůli jeho popularitě překvapivé, ale druhé a třetí místo co do podílu vysílání bylo ovlivněno koronavirem. Kvůli pandemii, která Českou republiku a Evropu zasáhla v březnu 2020, se přesunuly tenisové a cyklistické sportovní události. Z přelomu května a června byl na přelom září a října přesunut tenisový Grand Slam French Open. V květnu 2020 se kvůli pandemii nejel cyklistický etapový závod Giro d'Italia a pořadatelé jej přesunuli na říjen loňského roku. Stejný osud čekal i závod Vuelta a España, který se v řádném termínu jede na přelomu srpna a září, ale v loňském roce byl přesunut na přelom října a listopadu. Tyto přesuny výrazně ovlivnily podíl těchto sportů na vysílání sportovního zpravodajství v České televizi¹²⁹.

Čtvrtý skončil motorsport a pátý lední hokej. Odsun ledního hokeje z druhého místa v roce 2016 na páté místo v roce 2020 je rovněž ovlivněn koronavirem. V pondělí 12. 10. 2020 byly zastaveny všechny organizované i neorganizované sportovní soutěže, tedy i hokejové. Zároveň byl změněn i harmonogram Národní hokejové ligy. Ta svého vítěze poznala až 29. září a start nové sezóny se přesunul z obvyklého září či začátku října na leden 2021. Šestý byl basketbal, sedmé lyžování a osmé byly dostihy. Zprávy o dostizích se týkaly pouze dostihového závodu Velká pardubická. Pořadí prvních šesti sportů se za uplynulé čtyři roky změnilo, hlavně kvůli výše uvedeným skutečnostem. V roce 2016 bylo pořadí následovné – fotbal, lední hokej, tenis, motorsport, basketbal a lyžování. Fotbal se pohybuje na téměř stejném podílu na vysílání, zato hokej se propadl o 10,33 procentních bodů, tenis narostl o 4,81 procentních bodů a cyklistika, která byla v roce 2016 na sedmém místě, se posunula na místo třetí a její podíl na vysílání narostl o 9,42 procentního bodu.

¹²⁹ Přesuny a rušení sportovních událostí se neprojevovalo jen na sportovním zpravodajství České televize, ale stejné přesuny ovlivnily i sportovní zpravodajství Sportovních novin.

Ve vysílání České televize skončily na devátém místě bojové sporty. Desátá byla atletika, jedenáctý baseball, dvanáctý paralympijský sport, třináctý vodní slalom a čtrnáctý volejbal.

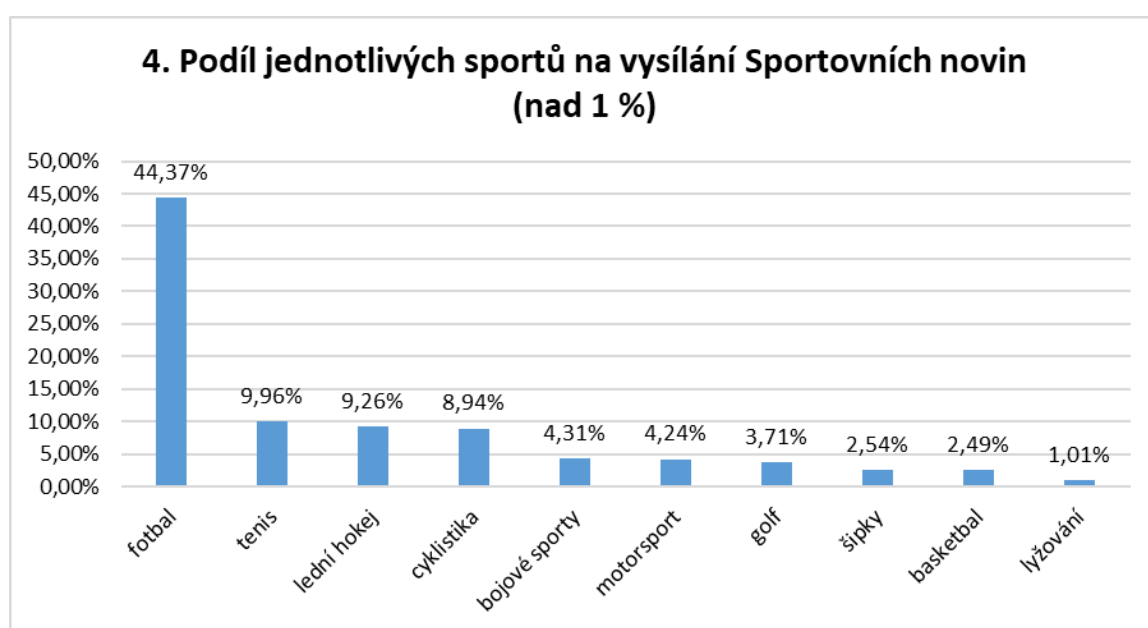


Stejný počet sportů, tedy čtrnáct, se podílel na stopáži vysílání Branek, bodů, vteřin méně než jedním procentem. Dohromady tyto sporty tvořily 5,78 % vysílání Branek, bodů, vteřin. Tyto sporty jsou biatlon, jezdecký sport, veslování, šachy, házená, jachting, softball, gymnastika, pozemní hokej, krasobruslení, orientační běh, rychlobruslení, vzpírání a golf.

Ostatní zprávy zaujaly 6,34 % prostoru ve vysílání veřejnoprávní televize. Tato kategorie měla ve výzkumu z roku 2016 2,25% podíl na vysílání. To je o více než 4 procentní body méně než v roce 2020. Objevilo se 22 příspěvků, které jsme zařadili do kategorie ostatní zprávy. Kategorii ostatní zprávy tvořily zprávy o koronaviru a opatřeních týkajících se sportu (5,21 %), zpráva o udělení státního vyznamenání sportovcům (0,47 %), zpráva z demonstrace proti vládním opatřením s účastí sportovních fanoušků (0,31 %), reportáž o volbách v Českém olympijském výboru (0,28 %), připomenutí Památného dne sokolstva (0,04 %) a informace o Letních olympijských hrách (0,03 %). Česká televize také zařadila tři reklamy. Celkové zastoupení reklam na vysílání bylo 0,29 %.

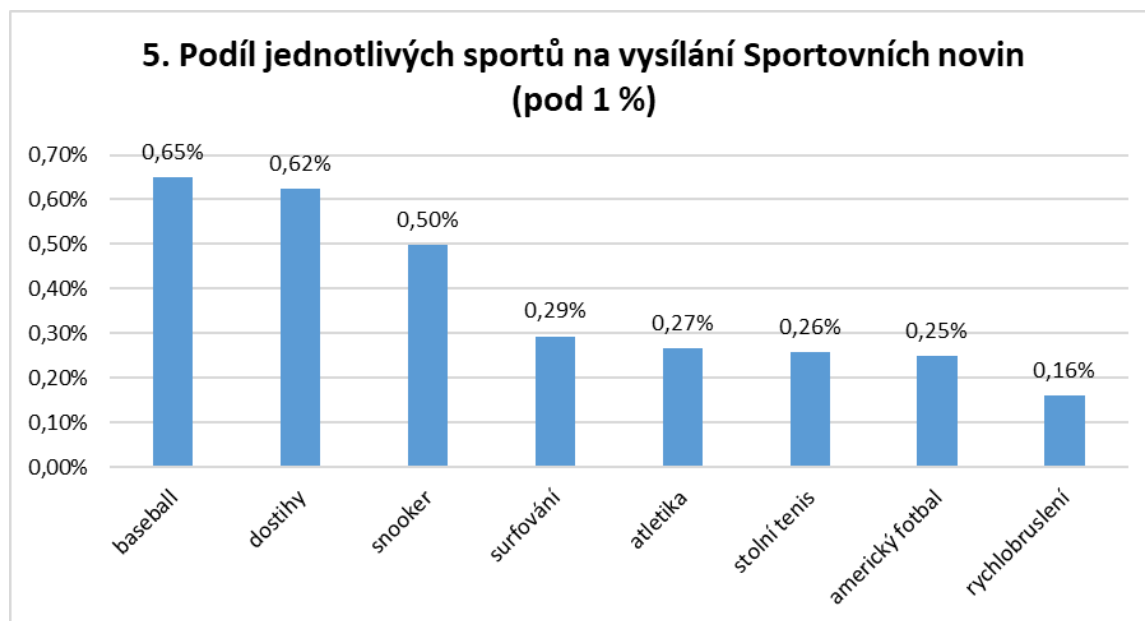
3.5 Podíl jednotlivých sportů na vysílání Sportovních novin

V této podkapitole představujeme sporty a jejich podíl na vysílání komerční televize Nova. Ve vysílání televize Nova se ve Sportovních novinách během námi sledovaného období objevilo 18 sportů (stejně jako před čtyřmi lety). V našem a předchozím výzkumu máme 6 sportů, které se objevily v roce 2016 a v roce 2020 nikoli a naopak. Ve výzkumu starém 4 roky to byl poker, volejbal, kriket, skoky do vody, futsal a freestyle cyklistika. V našem výzkumu se naopak objevily šipky, snooker, surfování, stolní tenis, americký fotbal a rychlobruslení.



V prvním grafu se objevují sporty, které ve Sportovních novinách dosáhly nad 1 % podílu. Ve druhém budou naopak ty, jež na 1% hranici nedosáhly. Hranici jednoho procenta překonalo 10 sportů z 18. Nejvíce prostoru ve Sportovních novinách dostal fotbal. Druhým sportem byl tenis a devítiprocentní hranici, jako poslední na třetím místě překonal lední hokej. Těsně pod devíti procenty skončila čtvrtá cyklistika. Následoval skok na hranici čtyř procent, na které byly páté bojové sporty a šestý motorsport. Následně sedmý golf, osmé šipky a devátý basketbal. O jednu setinu překonalo hranici jednoho procenta desáté lyžování.

Velký nárůst, i přes komplikace popsané výše,¹³⁰ zaznamenal v našem výzkumu fotbal. Sportovní noviny mu věnovaly o 12,70 procentního bodu více než v roce 2016. Díky přesunům se cyklistika v roce 2020 dočkala o 8,01 procentního bodu více času ve vysílání Sportovních novin. Propad téměř deseti procentních bodů (9,89 procentního bodu) jsme zaznamenali u hokeje. I přes přesunutí tenisové turnaje se propadl i tenis, o 9,17 procentního bodu.



Pod námi stanovenou hranicí jednoho procenta skončilo osm sportů. Sestupně skončily pod touto hranicí tyto sporty: jedenáctý baseball, dvanácté dostihy, třináctý snooker, čtrnácté surfování, patnáctá atletika, šestnáctý stolní tenis, sedmnáctý americký fotbal a poslední osmnácté rychlobruslení. Dohromady měly tyto sporty 3,00% podíl na vysílání Sportovních novin.

Ostatní zprávy ve Sportovních novinách zabraly 2,92 %. Jednalo se o pět reportáží a všechny se týkaly koronaviru a jeho dopadů na sportovce a ligové soutěže. Kromě ostatních zpráv zařadila televize Nova do Sportovních novin reklamy. Ty se do vysílání Sportovních novin dostaly na 3,25% podíl (v roce 2016 0,49% podíl) a celkem se jich za 35 analyzovaných dní objevilo 32 (v roce 2016 6 reklam). Tyto reklamy, upoutávky a pozvánky byly na články, které si diváci mohou přečíst na webu novasport.tv, nebo na sportovní utkání vysílané na kanálech Nova Sport 1 a 2 a na webu Voyo.

¹³⁰ Kapitola 3.4.

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

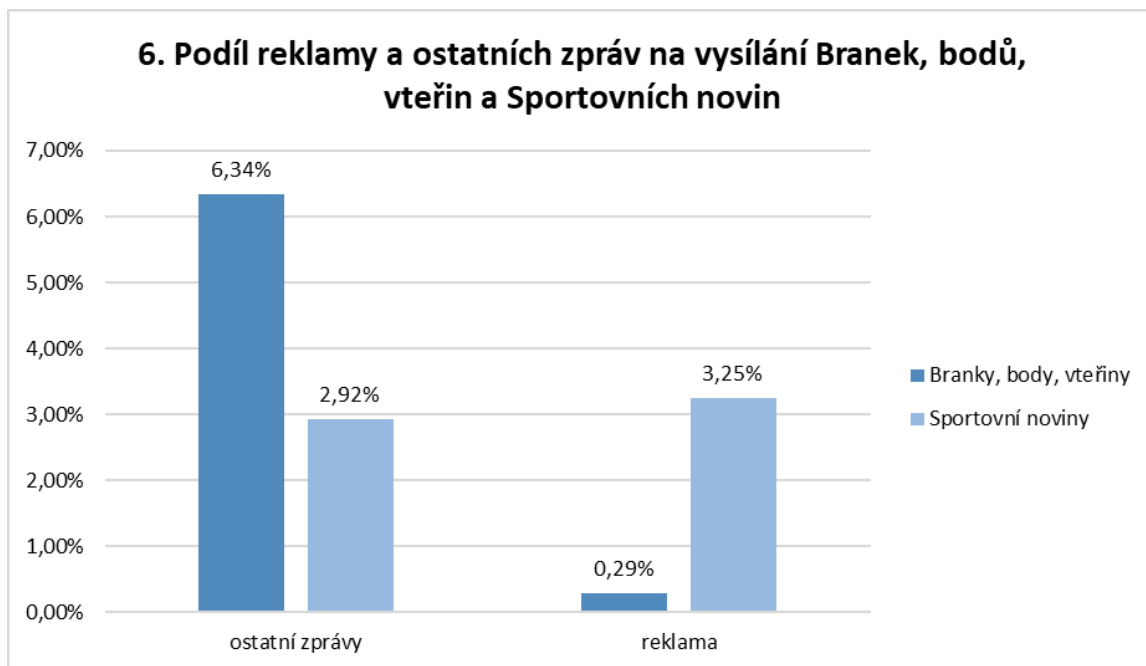
Nejprve se podíváme na celkový počet sportů, které jednotlivé stanice zařadily do svého vysílání. V pořadu České televize se objevilo 29 sportů. V pořadu komerční televize Nova to bylo o 11 sportů méně, tedy 18 sportů. Zde se odráží povinnosti České televize jako veřejnoprávního média. Branky, body, vteřiny se zaměřily na více sportů, obsáhly tak více témat a zaměřily se i na okrajové sporty. Sportovní noviny do vysílání zařadily sporty, na které mají vysílací práva a jejichž přenosy běží na jejich stanicích.

Oba pořady se shodly ve dvou sportech, jimž věnovaly největší prostor. Na prvním místě se umístil fotbal a na druhém tenis. I když se tyto sporty umístily na prvních místech, v České televizi dostal fotbal o 12,49 % méně času než v televizi Nova. Naopak druhý tenis dostal o 3,51 % více v Brankách, bodech, vteřinách.

Velké rozdíly nastaly u cyklistiky, golfu a bojových sportů. Cyklistika v České televizi (3. místo) dostala více prostoru než v televizi Nova (4. místo). Umístění sportů se v celkovém podílu tolik neliší, ale v České televizi jí bylo věnováno o 3,33 % více než v televizi Nova. Tento rozdíl je dán tím, že Česká televize se v 15 příspěvcích věnovala horské cyklistice a ve 2 dráhové cyklistice. Televize Nova horskou cyklistiku uvedla jen dvakrát a dráhovou neuvedla vůbec.

Další rozdíl mezi pořady se projevuje v golfu. Golf v podílu vysílání v České televizi zaujal poslední 28. místo (0,12 %). Věnoval se mu pouze jeden 28sekundový příspěvek. V televizi Nova se golf na vysílání podílel více. Zaujal 3,71% podíl a 7. místo. Golf měl ve Sportovních novinách 12 příspěvků v celkovém čase 418 sekund. Z toho se třikrát objevil jako příspěvek v Borci na konec.

U bojových sportů jsme zaznamenali další rozdíl mezi relacemi. Česká televize věnovala bojovým sportům v 7 příspěvcích 380 sekund a bojové sporty zaujaly v podílu na vysílání Branek, bodů, vteřin 9. místo. Všechny příspěvky byly o judu. Sportovní noviny věnovaly bojovým sportům 14 příspěvků o celkové délce 416 sekund. Tento prostor během analyzované doby určil bojovým sportům 5. místo na podílu vysílání Sportovních novin. Pouze jeden příspěvek byl o judu. Zbýlých 13 příspěvků se věnovalo MMA, jejichž přenosy se vysílají na sportovních kanálech Nova Sport 1 a 2 a Voyo.

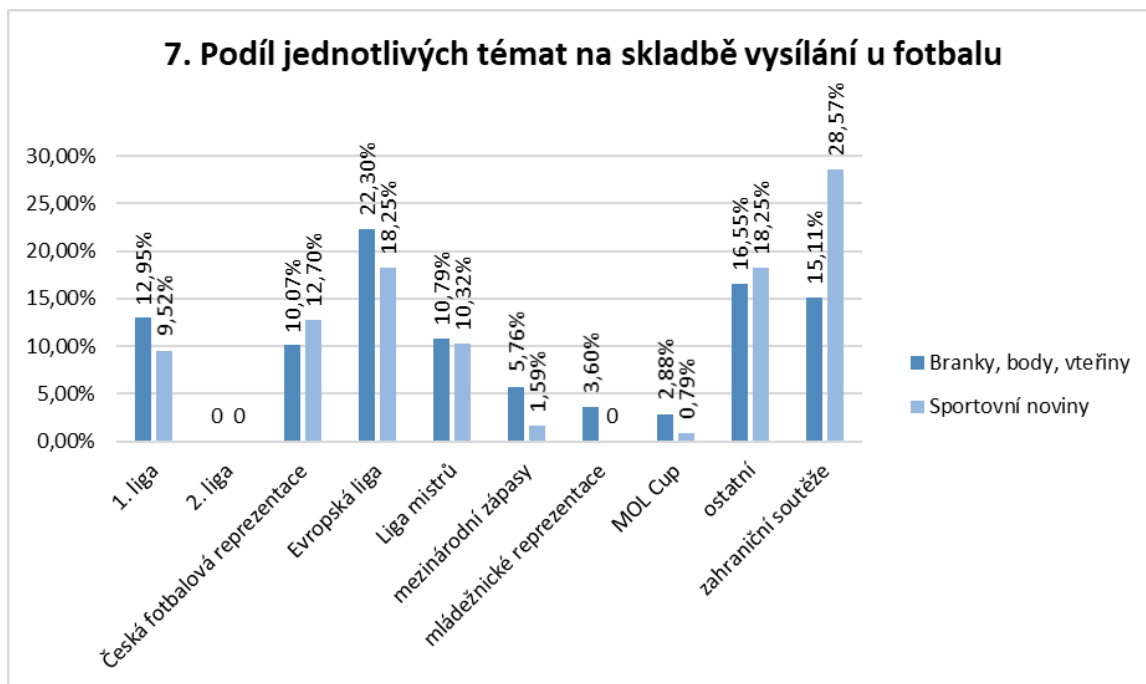


Ostatní zprávy, které se zejména zabývaly restrikcemi týkajícími se pandemie a jejich vlivu na sport, se objevily 27krát. Hned 22 příspěvků zařadilo do svého zpravodajství veřejnoprávní médium a ostatní zprávy se postaraly o 6,34% podíl na vysílání. V komerčním médiu to bylo o 4,05 % méně (2,29 %). Opačný trend nastal v reklamách. Česká televize zařadila pouze 3 reklamy (0,29 %). Naproti tomu televize Nova odvysílala během analyzovaného období 32 reklamních spotů (3,25 %).

3.7 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu

V této části analytické části představíme složení témat u fotbalu. V rámci fotbalu jsme sledovali deset kategorií – 1. českou ligu, 2. českou ligu, Českou fotbalovou reprezentaci, Evropskou ligu, Ligu mistrů, mezinárodní zápasy, mládežnické reprezentace, pohár MOL Cup, zahraniční soutěže a ostatní. Fotbalu věnovala Česká televize 119 minut a 30 sekund, televize Nova 83 minut a 1 sekundu. Oproti roku 2016 je to o 3 minuty a 11 sekund více u České televize a o 19 minut a 7 sekund více u televize Nova.

7. Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u fotbalu



Největší prostor v komerční televizi dostaly fotbalové zprávy o zahraničních soutěžích. Televize Nova má práva na zahraniční soutěže a často se objevovaly zprávy z francouzské League 1. Zahraniční soutěže v České televizi dostaly 15,11% prostor. Reportáže ze zahraničních lig cílily hlavně na české hráče hrající v zahraničí. Díky tomu, že se zastavily tuzemské soutěže, narostlo téma zahraničních soutěží oproti roku 2016 v Brankách bodech, vteřinách o 12,77 procentního bodu a ve Sportovních novinách o 15,53 procentního bodu.

Největší prostor v rámci fotbalových témat v České televizi dostala Evropská liga. Tu na podzim roku 2020 hrály týmy FC Slovan Liberec, AC Sparta Praha, SK Slavia Praha a FC Viktoria Plzeň. Kromě Plzně se všechny kluby dostaly i do skupinové fáze Evropské ligy. Televize Nova věnovala Evropské lize 18,25% prostor. Kvůli tomu, že prestižnější Ligu mistrů nehrál žádný český tým¹³¹, snížil se její podíl na vysílání u fotbalu. Česká televize vysílala 10,79 % fotbalových zpráv o Lize mistrů, televize Nova 10,32 %.

České fotbalové reprezentaci se více věnovala komerční televize. Mládežnických reprezentacích si všímala pouze Česká televize, televize Nova nezařadila toto téma ani jednou. Kromě českých reprezentací se Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny

¹³¹ Slavia Praha vypadla v posledním vyřazovacím kole Ligy mistrů a postoupila tak do základní skupiny Evropské ligy.

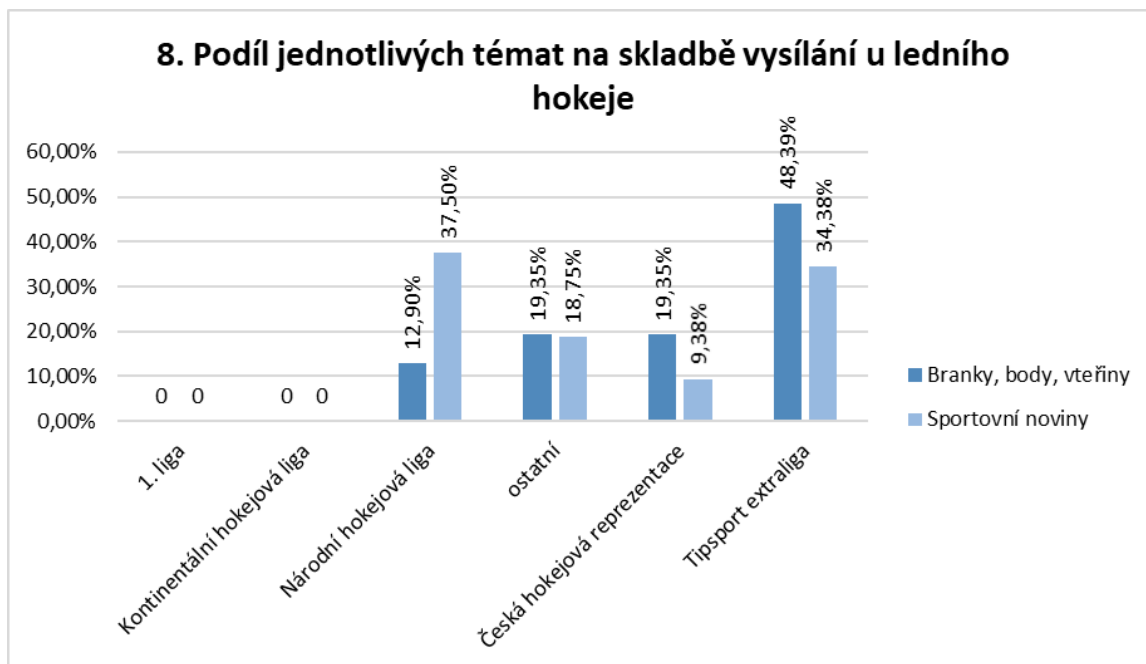
věnovaly mezinárodním zápasům bez českého zastoupení. Branky, body, vteřiny jim věnovaly o 4,17 % více než Sportovní noviny.

Dále jsme si všímali kategorií, které se týkaly tuzemského fotbalu. Těmito kategoriemi byla 1. česká liga, 2. česká liga a český pohár MOL Cup. Tyto tři soutěže byly během námi sledovaného období zastaveny. Oproti roku 2016 se 1. česká liga u Branek, bodů, vteřin propadla o 26,22 procentního bodu a u Sportovních novin o 27,52 procentního bodu. Pohár MOL Cup měl minimální zastoupení v obou relacích a ani jeden z pořadů se nevěnoval 2. české lize. Není tak divácky sledovaná jako nejvyšší česká fotbalová soutěž, navíc zde zafungoval faktor koronaviru.

Poslední proměnnou jsou ostatní zprávy. Ty v Brankách, bodech, vteřinách dostaly větší prostor než ve Sportovních novinách. Tuto kategorii plnily přibližně na týden od 16. 10. 2020 zprávy o zatčení předsedy Fotbalové asociace České republiky Romana Berbra. Této kauze se věnovaly obě relace. Dalším tématem, jež spadalo do kategorie ostatní, byla opatření, která se týkala fotbalu a koronaviru.

3.8 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u ledního hokeje

Druhým sportem, u kterého jsme zjišťovali skladbu témat, byl lední hokej. U ledního hokeje jsme se zaměřili na 6 kategorií – Tipsport extraligu, 1. ligu, Národní hokejovou ligu, Kontinentální hokejovou ligu, českou reprezentaci a ostatní. Lední hokej zaujal ve veřejnoprávní televizi 7,35% podíl a v televizi komerční 9,26% podíl. Česká televize lednímu hokeji věnovala 31 příspěvků o celkovém čase 27 minut a 32 sekund (v roce 2016 65 minut a 13 sekund). Televize Nova měla ve vysílání 32 příspěvků o celkové délce 17 minut a 20 sekund (v roce 2016 38 minut 38 sekund).



Největší prostor v Brankách, bodech, vteřinách dostala Tipsport extraliga. Sportovní noviny se během hokejového vysílání věnovaly extralize méně než konkurent v podobě veřejnoprávního média. Podílů, které jsou uvedené v grafech, dosáhla nejvyšší domácí hokejová soutěž i přesto, že se od 12. 10. 2020 na 14 dní zastavil profesionální i amatérský sport v zemi.¹³²

Sportovní noviny daly největší prostor hokejovému tématu Národní hokejové ligy. Jak již bylo zmíněno výše, i program této soutěže byl ovlivněn pandemií a nezačala na začátku října jako obvykle. Vítěz Stanley Cupu byl znám až 29. září a nový, zkrácený ročník, se rozehrál až v lednu roku 2021.

Kvůli stagnaci soutěží dostala větší prostor hokejová reprezentace. V roce 2016 se jí Branky, body, vteřiny věnovaly 13,08 % a Sportovní noviny 5,35 %. V roce 2020 jsme zaznamenali nárůst více než 6 procentních bodů u Branek, bodů, vteřin (19,35 %) a o více než 4 procentní body (9,38 %) se jí věnovaly i Sportovní noviny. Zvýšily se i procentní body u proměnné ostatní.

Do vysílání ani jednoho ze sportovně-zpravodajských pořadů se nedostala 1. česká liga a ani Kontinentální hokejová liga. Druhá nejvyšší česká liga měla v roce 2016 menšinový podíl na skladbě vysílání u ledního hokeje, ale ve vysílání byla. Ani v roce 2020, ani v roce 2016 se do vysílání nedostala Kontinentální hokejová liga.

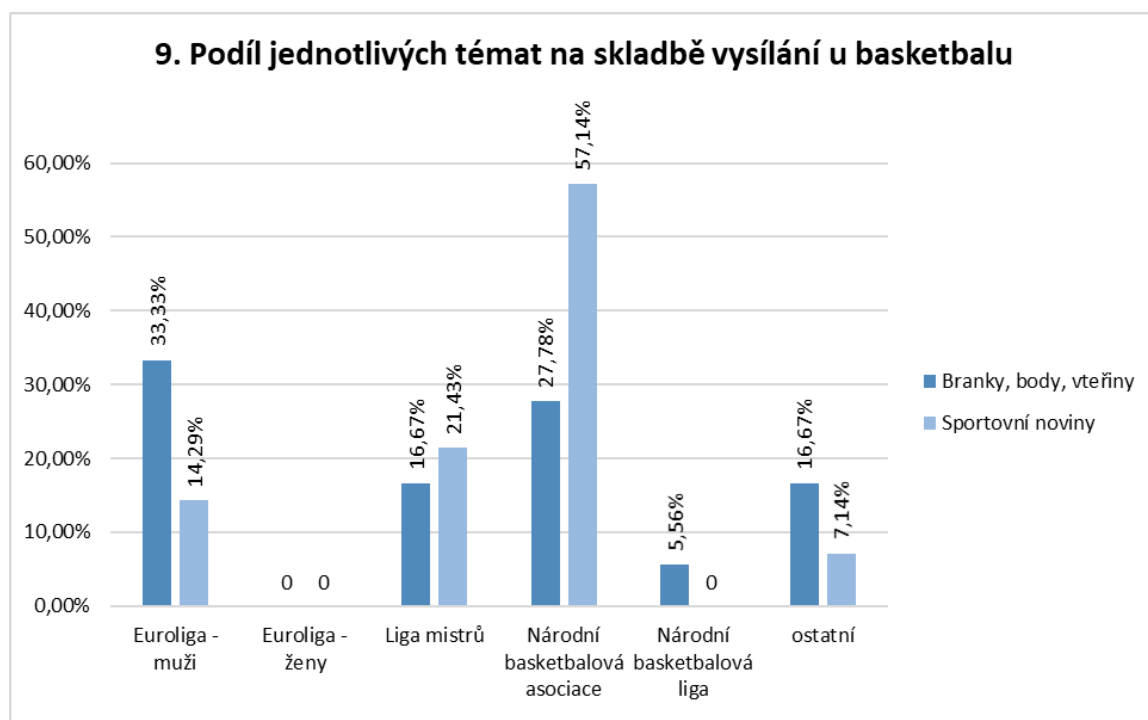
¹³² Hokejová extraliga se znovu rozehrála 7. 11. 2020.

Ta oproti jiným soutěžím ve světě začala a hrála se bez změn v rozvrhu zápasů. Je proto zajímavé, že se ani výkony českých hráčů nedostaly do vysílání, když se hokejových témat nedostávalo.

Je nutné si také uvědomit, že nárůsty podílů jednotlivých proměnných jsou způsobeny celkovým snížením času věnovanému hokeji a množstvím příspěvků mu věnovaným.

3.9 Podíl jednotlivých témat na skladbě vysílání u basketbalu

Třetím sportem, u kterého jsme sledovali, jakým tématům se věnuje, byl basketbal. U basketbalu jsme zkoumali šest témat – Euroligu mužů, Euroligu žen, Ligu mistrů, Národní basketbalovou asociaci, Národní basketbalovou ligu a ostatní. Basketbal zaujal 3,59% podíl (13 minut a 27 sekund) na vysílání Branek, bodů, vteřin a 2,49% podíl (4 minuty a 39 sekund) na vysílání Sportovních novin. Obě televize dohromady basketbalu věnovaly 32 příspěvků (v roce 2016 29 příspěvků). V roce 2016 měl basketbal v Brankách, bodech, vteřinách prostor 2,98 % (10 minut a 59 sekund) a ve Sportovních novinách 2,57 % (5 minut a 11 sekund). Basketbal tedy nezaznamenal v podílu na vysílání a času mu věnovanému zásadní výkyvy.



Nejvíce prostoru dostala v Brankách, bodech, vteřinách Euroliga mužů. Ve Sportovních novinách dostalo toto téma třetí největší prostor v basketbalových tématech. Zprávy z Euroligy byly o hráči Janu Veselém turecké Fenerbahce Istanbul a jeho výkonech. Z hlediska zpravodajských hodnot byly tyto zprávy vyhodnoceny jako zajímavé pro české publikum. Dále byly doplněny o nejzajímavější výsledky z této soutěže. Tuto soutěž výzkum z roku 2016 nezahrnul.

Televize Nova dala nejvíce prostoru ve svém sportovním zpravodajství americké Národní basketbalové asociace. Nadpoloviční většina basketbalových témat se týkala právě této soutěže. Česká televize se jí věnovala více než čtvrtinu času věnovanému basketbalu. U podílu tohoto tématu na vysílání basketbalu jsme zaznamenali velký rozdíl. V roce 2016 se Národní basketbalové asociace ve Sportovních novinách týkalo hned 96,46 % procenta času, u České televize toto téma kleslo o 11,09 procentního bodu.

Do basketbalových témat také promluvila Liga mistrů a Národní basketbalová liga. Ani jednou se Národní basketbalová liga neobjevila ve Sportovních novinách.

Posledními dvěma tématy byly ostatní basketbalové zprávy a Euroliga žen. Kvůli pandemické situaci se změnil její harmonogram, proto se tato soutěž na podílu témat u basketbalu nepodílela ani u jednoho pořadu.

3.10 Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů v Brankách, bodech, vteřinách

V této části práce rozebíráme níže přiloženou tabulku, jež ukazuje, které sporty a na jakých místech se objevovaly během vysílání. Pořadí bylo rozděleno do sedmi skupin. Každá skupina zahrnovala tři pozice. Na konec tabulky jsme zařadili i kategorie ostatní zprávy a reklamy.

Na pozicích 1.-3. se během našeho výzkumu v Brankách, bodech, vteřinách objevilo jedenáct sportů (v roce 2016 šest sportů). Nejčastěji zde byl fotbal, tenis a lední hokej. I přes veškerá omezení a stagnující sport zůstaly první tři nejčtenější sporty shodné s rokem 2016. Dalšími sporty, které se na prvních třech pozicích objevily, byla cyklistika, lyžování, vodní slalom a po jednom výskytu měly bojové sporty, dostihy, motorsport, veslování a volejbal. Kromě sportů se zde také objevily ostatní zprávy. Čtyři nejčastěji zobrazované sporty v této sekci rovněž zaujaly všechny první tři příspěvky. Fotbalu se to povedlo jedenáctkrát (v roce 2016 sedmnáctkrát), tenisu dvakrát

(v roce 2016 čtyřikrát a jednou cyklistice (v roce 2016 neobsadila cyklistika první tři příspěvky) a lednímu hokeji (v roce 2016 pětkrát). Fotbal také jako jediný sport dokázal obsadit prvních šest příspěvků v relaci. Stalo se tak v pondělí 12. 10. 2020.

Na 4.-6. místě v pořadí se rovněž objevilo 11 sportů (o jeden méně než v roce 2016). Volejbal, vodní slalom a lyžování vystřídal baseball, basketbal a paralympijský sport. Ostatní sporty zůstaly stejné jako v předchozí skupině. Nejvíce se opět objevoval fotbal. Za ním byla cyklistika, tenis, lední hokej, basketbal, baseball, bojové sporty, dostihy, motorsport, paralympijský sport a veslování. Také se objevily ostatní zprávy.

Pozice 7.-9. zaujalo osmnáct sportů. Nejvíce příspěvků zde už neměl fotbal, ale cyklistika. Fotbal byl druhý, třetí byl tenis měl třináct. Nejvíce příspěvků ze všech skupin zde měl hokej, který byl čtvrtý nejčetnější. Hokej byl v této části pořadu v roce 2016 první nejčetnější sport s 24 příspěvky. Na pátém místě, se stejným počtem výskytů, byl basketbal a motorsport. Bojové sporty a baseball se v této skupině dostaly dva příspěvky. Atletika, dostihy, golf, jachting, lyžování, paralympijský sport, šachy, veslování, vodní slalom a volejbal měly po jednom příspěvku. Kromě ostatních zpráv jsme zde zaznamenali i reklamu.

Nejvíce sportů dostalo prostor na 10.-12 místě. Branky, body, vteřiny podávaly v této části pořadu zprávy o dvaadvaceti sportech. První v této skupině hrál motorsport. Za motorsportem byla cyklistika a hned třetí byl fotbal. Stejný počet příspěvků zde měl lední hokej a tenis. Pátý byl basketbal, šestá atletika, bojové sporty a lyžování. Shodně se na sedmém objevily baseball, biatlon a softball. I osmé místo bylo dělené a patřilo dostihům, gymnastice, házené, jachtingu, krasobruslení, orientačnímu běhu, pozemnímu hokeji, rychlobruslení, šachům a volejbalu. Samozřejmě byly ostatní zprávy a reklama.

Hned šestnáct sportů se objevilo na 13.-15. místě ve vysílání Branek, bodů, vteřin. Zde už počítáme počty příspěvků na jednotky. Nejvíce příspěvků měl ale motorsport. Méně pak cyklistika, jezdecký sport a tenis. Dva příspěvky dostala atletika, basketbal, dostihy a paralympijské sporty. Jednou se objevil baseball, biatlon, házená, lyžování, šachy, vodní slalom, volejbal a vzpírání. Zaznamenali jsme i ostatní zprávy a reklamu.

Šestou skupinou je pořadí sportů v příspěvcích na 16.-18 místě. Více než osmnáct příspěvků neměl během naší analýzy ani jeden díl Branek, bodů, vteřin. Na tyto pozice se dostalo pouze pět sportů. Dvakrát byl v této skupině motorsport a jednou baseball,

házená, tenis a vodní slalom. Šestnáctý, sedmnáctý a osmnáctý příspěvek měly pouze relace v sobotu a v neděli 3. a 4. 10. 2020. V této fázi pořadu se ostatní zprávy ani reklama neobjevily.

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

Sporty	1.-3.	4.-6.	7.-9.	10.-12.	13.-15.	16.-18.
fotbal	51	66	16	6	0	0
tenis	26	8	13	5	3	1
lední hokej	7	7	12	5	0	0
cyklistika	6	11	24	13	3	0
ostatní zprávy	6	5	4	5	2	0
lyžování	2	0	1	3	1	0
vodní slalom	2	0	1	0	1	1
bojové sporty	1	1	2	3	0	0
dostihy	1	1	1	1	2	0
motorsport	1	1	10	16	5	2
veslování	1	1	1	0	0	0
volejbal	1	0	1	1	1	0
atletika	0	0	1	3	2	0
baseball	0	1	2	2	1	1
basketbal	0	2	10	4	2	0
biatlon	0	0	0	2	1	0
golf	0	0	1	0	0	0
gymnastika	0	0	0	1	0	0
házená	0	0	0	1	1	1
jachting	0	0	1	1	0	0
jezdecký sport	0	0	0	0	3	0
krasobruslení	0	0	0	1	0	0
orientační běh	0	0	0	1	0	0
paralympijský sport	0	1	1	0	2	0
pozemní hokej	0	0	0	1	0	0
rychl bruslení	0	0	0	1	0	0
softball	0	0	0	2	0	0
šachy	0	0	1	1	1	0
vzpírání	0	0	0	0	1	0
reklama	0	0	1	1	1	0

3.11 Pořadí příspěvků u jednotlivých sportů ve Sportovních novinách

Stejně jako v podkapitole 2.8.10 rozebíráme pořadí příspěvků jednotlivých sportů, konkrétně u pořadu Sportovní noviny. Sportovní noviny na 1.-3. příspěvek ve své relaci zařadily celkem 9 sportů (o tři více než v roce 2016). Nejvíce příspěvků měl fotbal. S velkým propadem následoval druhý tenis. Třetí byl hokej a čtvrtý nejpočetnější v této kategorii byl motorsport. Pořadí na prvních třech místech se shoduje s rokem 2016,

ale liší se počet příspěvků věnovaný fotbalu, tenisu a hokeji. Čtvrtá byla cyklistika a páté bojové sporty. Na šestém a posledním místě v této skupině byly dostihy, lyžování a šipky. Jen jednomu sportu se podařilo obsadit všechny tři první příspěvky. Tím sportem byl fotbal a povedlo se mu to během 35 dílů třináctkrát. Nejvíce měl fotbal za sebou pět příspěvků ve středu 21. 10. 2020 a v tento den mu patřilo pět z celkových devíti příspěvků v relaci. Kromě devíti sportů se objevila reklama a všechny příspěvky z kategorie ostatní zprávy. Reklamu jsme zaznamenali u všech dalších kategorií.

Na pozici 4.-6. jsme zaznamenali o dva sporty více než v předchozí skupině. Nejvíce příspěvků měl opět fotbal. O druhou pozici se podělila cyklistika s ledním hokejem. Poslední dvouciferný počet příspěvků měl v této kategorii basketbal. Čtvrtý nepočtenější byl tenis, páté bojové sporty, šestý motorsport, sedmé šipky, osmá atletika a devátý baseball společně s lyžováním.

Nejvíce sportů se objevilo na 7.-9. místě. V této části práce se často vyskytoval Borec na konec, který ukazoval i sporty, které se ukázaly během analýzy jen jednou a jen v Borci na konec. Mezi 14 sportů patřil fotbal, cyklistika, golf, tenis, motorsport, lední hokej, bojové sporty, šipky, basketbal, baseball, rychlobruslení, snooker, stolní tenis a surfování.

Na 10.-12. místě v pořadí příspěvků se jako na pozicích 1.-3. místa objevilo devět sportů. Nejvíce příspěvků měl jako ve všech předešlých skupinách fotbal. Po něm měla stejný počet příspěvků cyklistika, golf a tenis. Stejně příspěvků měl americký fotbal, baseball, basketbal, lední hokej a motorsport.

Pouze dvě relace měly příspěvky na 13.-15. místě (v roce 2016 neměla ani jedna relace příspěvky na těchto pozicích). Ve dvou relacích se objevil příspěvek na 13. místě, 14. a 15. místo se při analýze neobjevilo ani jednou. Jeden příspěvek měl v neděli 25. 10. 2020 fotbal¹³³ a jednou se v sobotu 24. 10. 2020 na 13. místě objevila reklama.

Jako poslední příspěvek se střídala reklama, rubrika Borec na konec a zprávy o fotbalu. Reklama byla ve Sportovních novinách jako poslední příspěvek osmnáctkrát, Borec na konec patnáctkrát a samostatná zpráva o fotbale dvakrát. To je oproti roku 2016 změna, protože třiatřicetkrát byl posledním příspěvkem Borec na konec a pouze dvakrát doplnění výsledku zápasu. Ani jednou pak nekončily Sportovní noviny reklamou.

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

¹³³ Fotbal měl nejvíce příspěvků ve všech měřených skupinách pořadí.

SPORTY	1.-3.	4.-6.	7.-9.	10.-12.	13.-15.
fotbal	67	27	29	4	1
tenis	10	9	9	2	0
lední hokej	8	17	6	1	0
ostatní zprávy	5	0	0	0	0
motorsport	4	5	7	1	0
cyklistika	3	17	12	2	0
reklama	3	5	12	11	1
bojové sporty	2	7	5	0	0
dostihy	1	0	0	0	0
lyžování	1	1	0	0	0
šipky	1	4	5	0	0
americký fotbal	0	0	0	1	0
atletika	0	2	0	0	0
baseball	0	1	1	1	0
basketbal	0	10	3	1	0
golf	0	0	10	2	0
rychl bruslení	0	0	1	0	0
snooker	0	0	1	0	0
stolní tenis	0	0	1	0	0
surfování	0	0	1	0	0

3.12 Vyhodnocení hypotéz

V této části vyhodnotíme výzkumné otázky a hypotézy, jež jsme si položili před začátkem výzkumu.

VO1: Změní koronavirus skladbu sportů a jejich stopáž?

H1: Koronavirus kvůli zásahu do sportu a rušení sportovních utkání pozmění skladbu sportů a čas jim věnovaný.

Koronavirus zasáhl do fungování sportovního světa, byly rušeny sportovní soutěže a události. Proto se změnilo složení sportů, o kterých podávaly sportovně-zpravodajské relace informace. Dá se předpokládat, že se změny dotkly fotbalu a hokeje, jejichž soutěže byly přerušeny již v březnu roku 2020. Fotbalová soutěž byla přerušena a později dohrána a z hokejová extraliga vítěze v ročníku 2019/2020 nepoznala.

Koronavirus opravdu ovlivnil skladbu sportů a dobu, kterou jim sportovně-zpravodajské relace věnovaly. Ve vysvětlení hypotézy zmíněný fotbal a lední hokej nezaznamenal pokles oproti roku 2016. V roce 2016 patřilo fotbalu 31,53 % času v Brankách, bodech, vteřinách (116 minut a 19 sekund) a ve Sportovních novinách 17,68 % (63 minut a 54 sekund). Čas a prostor věnovaný fotbalu vzrostl a hokeji klesl. Tento

nárůst u fotbalu a pokles u hokeje jsme zaznamenali i přes fakt, že tuzemské soutěže byly od 12. 10. 2020 zastaveny. Fotbal dostal v Brankách, bodech, vteřinách 31,88 % (119 minut a 30 sekund) a ve Sportovních novinách 44,37 % (83 minut a 1 sekunda). U fotbalu se hypotéza nepotvrdila.

U hokeje podíl na vysílání u pořadu České televize i televize Nova klesl. Hokejové zpravodajství navíc přišlo o start zámořské Národní hokejové ligy, která začala až v lednu roku 2021. V roce 2016 dostal hokej v Brankách, bodech, vteřinách 17,68 % (65 minut a 54 sekund) a ve Sportovních novinách 19,15 % (38 minut a 38 sekund). V našem výzkumu dostal hokej v České televizi 7,35 % (27 minut a 32 sekund) a v televizi Nova 9,26 % (17 minut a 20 sekund). Zde do času věnovanému hokeji opravdu zasáhla opatření týkající se koronaviru. Hypotéza se, co se ledního hokeje týče, potvrdila.

Naopak třeba cyklistika kvůli dvěma přeloženým závodům na období našeho vzorku získala procenta do podílu na vysílání. V Brankách, bodech, vteřinách patřilo cyklistice 12,27 % a ve Sportovních novinách 8,74 %. To je oproti roku 2016 nárůst o 5,89 procentního bodu v České televizi a o 8,01 procentního bodu v televizi Nova.

S určitostí lze říct, že koronavirus ovlivnil čas, který pořady jednotlivým sportům věnovaly. S jistotou ale nemůžeme potvrdit, že by koronavirus stál za změnou ve skladbě sportů. V Brankách bodech, vteřinách jsme zaznamenali 28 sportů (v roce 2016 29 sportů) a ve Sportovních novinách 18 sportů (stejně jako v roce 2016). Náš výzkum ale zaznamenal 9 sportů, které se v roce 2016 ve vysílání Branek, bodů, vteřin neobjevily. Naopak v roce 2016 se objevilo jiných 9 sportů a v roce 2020 nikoli¹³⁴. Stejný jev jsme zaznamenali i u druhé sportovně-zpravodajské relace. Zde se ale jednalo o 6 sportů¹³⁵.

VO2: Bude vlivem rušení mnoha zápasů a soutěží vysíláno v jednotlivých relacích méně příspěvků, ale s delší stopáží?

H2: Pandemie koronaviru zapříčiní rušení sportovních událostí, tedy omezí témata, která se dají do zpravodajských relací zařadit, a prodlouží tak stopáž zbývajících témat.

Z již zmíněných důvodů může nastat, že se některé sporty zruší nebo omezí a nebude o nich ve sportovním zpravodajství tolik informováno. Zmenší se tedy počet

¹³⁴ O které sporty se jedná je vysvětleno v kapitole 3.4.

¹³⁵ O které sporty se jedná je vysvětleno v kapitole 3.5.

příspěvků v relacích kvůli nedostatku sportovních témat a jejich délka se zvětší oproti výzkumu z roku 2016.

V našem výzkumu jsme celkem naměřili 774 příspěvků (433 Branky, body, vteřiny a 341 Sportovní noviny). V roce 2016 bylo 739 příspěvků (424 Branky, body, vteřiny a 315 Sportovní noviny). V relacích tedy bylo více příspěvků.

Průměrná délka příspěvku v našem výzkumu byla v Brankách, bodech, vteřinách 51,94 sekund a ve Sportovních novinách 32,92 sekund. Oproti roku 2016 byla průměrná délka příspěvku v Brankách bodech vteřinách delší o 4,96 sekund a ve Sportovních novinách delší o 0,33 sekundy. Průměrná délka příspěvku se tedy zvýšila u obou relací, ale počet příspěvků se rovněž zvýšil. Hypotéza se nepotvrdila. Sice se zvedla průměrná délka příspěvků, ale rovněž se zvýšil i celkový počet příspěvků.

VO3: Bude součástí vysílání sportovně-zpravodajských relací Branky, body, vteřiny a Sportovní noviny esport?

H3: Esport bude součástí vysílání sportovně-zpravodajských relací kvůli nemožnosti provozovat tradiční sport.

Kvůli možnému zrušení sportovních událostí a výpadkům „tradičních“ témat zařadí pořady do svého vysílání zprávy o esportu, který v předešlém výzkumu nebyl zaznamenán ani v jednom případě. Tento sport se sice odehrává v halách za přítomnosti diváků, ale tento model není nutný a během psaní této části práce ani možný. Esportové eventy se tedy nemusejí rušit, protože hráči se jich mohou účastnit z domova a diváci je mohou sledovat pomocí streamovacích platforem, jako je třeba Twitch.

Ani v našem výzkumu, ani ve výzkumu z roku 2016 se neobjevil esport ani v jednom příspěvku. Koronavirus tedy nezbudil zájem o elektronický sport ve vysílání námi sledovaných televizních pořadech. Hypotéza se nepotvrdila.

VO4: Jaký časový prostor je věnovaný jednotlivým sportům v pravidelném sportovním zpravodajství v televizním vysílání Branek, bodů, vteřin a Sportovních novin?

H4: Nejdominantnějšími sporty ve vysílání budou fotbal a lední hokej, jako nejsilnější sporty v České republice.

V obou zpravodajských relacích, které analyzujeme, získá největší prostor fotbal a lední hokej. Jedná se o dva populární sporty v České republice a ve výzkumu z roku

2016 oba tyto sporty v obou pořadech dostaly nejvíce prostoru. Následovat bude tenis, motorsport a ostatní další sporty. Tato hypotéza může být ovlivněna koronavirem, vše záleží na epidemiologické situaci v České republice v době výzkumu.

Dle předpokladu dostal v obou relacích nejvíce prostoru fotbal. V Brankách, bodech, vteřinách to bylo 31,88 % celkového času a ve Sportovních novinách dokonce 44,37 % celkového času. Lední hokej se nicméně propadl. V České televizi mu patřilo až 5. místo se 7,35% podílem na vysílání a v televizi Nova byl hokej na 3. místě s 9,26% podílem. V Brankách, bodech, vteřinách obsadila 3. místo cyklistka s 13,27 % času na vysílání. Druhý se v obou relacích umístil tenis. Ten poskočil kvůli přesunu French Open z přelomu května a června na přelom září a října. Ve sportovně-zpravodajské relaci veřejnoprávní televize dostal 13,47 % času a v relaci komerční televize 9,96 % času. Čtvrtým sportem v České televizi byl avizovaný motorsport (7,45 %) a v televizi Nova byla čtvrtá cyklistika (8,94 %).

Hypotéza se potvrdila jen částečně. Fotbal se stal opravdu sportem s největším prostorem, lední hokej se nicméně propadl. Vysoko postaveným sportem (v obou relacích na druhém místě) se stal tenis. U České televize se dle předpokladu z hypotézy umístil na čtvrtém místě motorsport, nicméně u televize Nova čtvrté místo patřilo cyklistice.

H5: V Brankách, bodech, vteřinách se objeví více sportů než ve Sportovních novinách.

Podle výsledků výzkumu Davida Halbštáta očekáváme, že se v pořadu Branky, body, vteřiny kvůli veřejnoprávní podstatě České televize objeví více sportů než ve Sportovních novinách komerční televize Nova.

V Brakách, bodech, vteřinách se objevilo 28 sportů a ve Sportovních novinách 18 sportů. Česká televize diváky informovala o deseti sportech více než televize Nova. Česká televize informovala o paralympijském sportu, vodním slalomu, volejbalu, biatlonu, jezdeckém sportu, veslování, šachách, házené, jachtingu, softballu, gymnastice, pozemním hokeji, krasobruslení, orientačním běhu a vzpírání. Tyto sporty se ve Sportovních novinách neobjevily. Naopak Branky, body, vteřiny se nevěnovaly šipkám, snookeru, surfování, stolnímu tenisu a americkému fotbalu. Hypotéza se potvrdila.

VO5: Jaká je četnost jednotlivých příspěvků v relacích?

H6: Branky, body, vteřiny mají větší vysílací prostor než Sportovní noviny, tak se dá předpokládat, že budou mít v průměru více příspěvků než Sportovní noviny.

Jak ve všední dny, tak ve víkendy se tato hypotéza potvrdila. Díky výše zmíněnému delšímu vysílacímu času Brank, bodů, vteřin byl průměrný počet příspěvků v této relaci větší než ve Sportovních novinách. Průměrně se v Brankách, bodech, vteřinách objevovalo 12,37 příspěvků a ve Sportovních novinách 9,74 příspěvků.

H7: Relace budou o víkendech příspěvkově bohatší, protože se hrají tuzemské soutěže ve fotbale, hokeji, basketbalu, volejbalu a v dalších sportech. Branky, body, vteřiny mají navíc o víkendech oproti Sportovním novinám více prostoru v programu.

Tuzemské soutěže byly sice od 12. 10. 2020 zastaveny a rozběhly se až mimo naše výzkumné období, přesto se hypotéza potvrdila. O víkendech měly Branky, body, vteřiny průměrně 14,64 příspěvků a Sportovní noviny 10,36 příspěvků. Ve všední dny měly Branky, body, vteřiny v průměru o více než tři příspěvky méně (11,38) a Sportovní noviny o téměř jeden příspěvek méně než o víkendech (9,46).

VO6: Které sporty se nejčastěji objevují v prvních třech příspěvcích v relacích?

H8: První tři příspěvky budou patřit nejdominantnějším sportům v České republice fotbalu a lednímu hokeji a v malém počtu případů se objeví jiný sport.

V analýze těchto dvou pořadů se v roce 2016 na prvních třech místech objevoval nejčastěji fotbal a lední hokej, jen v případě mimořádného úspěchu se zde objevil jiný sport. Podle nás by tento trend mohl pokračovat i v roce 2020.

Jen výjimečně se v roce 2016 stalo, že se na první tři příspěvky v Brankách, bodech, vteřinách dostal jiný sport. Kromě fotbalu (64 příspěvků), ledního hokeje a tenisu (oba 19 příspěvků) se na první tři místa dostaly další tři sporty. Po jednom příspěvku zde měla cyklistika, dostihy a volejbal. Navíc fotbal obsadil všechny tři první příspěvky sedmnáctkrát, lední hokej pětkrát a tenis čtyřikrát.

Náš výzkum byl na příspěvky na prvních třech místech v Brankách, bodech, vteřinách bohatší. Na první tři místa se dostalo jedenáct sportů. Nejvíce příspěvků měl fotbal (51), druhý byl tenis (26) a třetí lední hokej (7). Dále se na prvních třech místech v relaci objevila cyklistika (6), lyžování a vodní slalom (oba 2) a bojové sporty, dostihy, motorsport, veslování a volejbal (všechny 1). Navíc se zde kromě sportů objevila šestkrát

kategorie ostatní zprávy. Všechna první tři místa dokázal obsadit jedenáctkrát fotbal, dvakrát tenis a jednou se to povedlo cyklistice a lednímu hokeji.

Na první tři místa se u Sportovních novin dostalo v roce 2016 také šest sportů. Nejvíce příspěvků měl fotbal (59) následovaný ledním hokejem a tenisem (oba 21). Po jednom příspěvku na prvních třech pozicích měly dostihy, bojové sporty a motorsport. Všechny pozice obsadil jediný sport. Jednalo se o fotbal, kterému se to povedlo sedmkrát.

Při naší analýze jsme zjistili, že na první tři místa se dostalo hned devět sportů. Nejvíce se objevoval fotbal (67), dále tenis (10) a lední hokej (8). Tyto tři sporty následoval motorsport (4), cyklistika (3), bojové sporty (2) a dostihy, lyžování a šipky (všechny 1). Kromě sportů se na prvních třech místech objevila třikrát reklama a pětkrát ostatní zprávy. Stejně jako v roce 2016 všechny tři první pozice obsadil pouze fotbal, stalo se tak třináctkrát.

Hypotéza se nepotvrdila. V obou relacích patřilo nejvíce příspěvků v prvních třech příspěvcích avizovanému fotbalu, ale lední hokej nebyl jedním ze dvou nejčetnějších sportů v prvních třech příspěvcích ve vysílání. Ani to, že se další sporty objeví jen výjimečně se nepotvrdilo. V České televizi se objevilo jedenáct sportů a v televizi Nova sportů devět.

VO7: O jakých soutěžích pořady informují u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu?

H9: V Brankách, bodech, vteřinách se budou objevovat nejvíce domácí soutěže, ve Sportovních novinách pak soutěže, které televize Nova vysílá na svých kanálech.

Stejně jako v roce předešlém výzkumu se budeme držet premisy, kdy se Branky, body, vteřiny budou věnovat více domácím soutěžím a Sportovní noviny soutěžím zahraničním. Ve Sportovních novinách se tak budou objevovat zprávy z anglické fotbalové ligy, francouzské fotbalové ligy, kanadsko-americké Národní hokejové ligy nebo zámořské Národní basketbalové asociace. Tyto soutěže totiž televize Nova vysílá na sportovních kanálech Nova Sport 1 a 2 a internetovém portálu Voyo.

Branky, body, vteřiny se u fotbalu věnovaly domácím soutěžím 15,83 % času, u ledního hokeje 48,39 % času a u basketbalu 5,56 % času. U všech tří sportů je to více než ve Sportovních novinách. Sportovní noviny se tuzemským soutěžím u fotbalu věnovaly 10,31 % času, u ledního hokeje 34,88 % času a basketbalu se tuzemská soutěž

neobjevila vůbec. Tato čísla jsou ve všech případech menší, než tomu bylo v roce 2016. Do těchto čísel, jak již bylo zmíněno, promluvil koronavirus.

Sportovní noviny naproti tomu dávaly více času zahraničním soutěžím. U fotbalu to bylo 28,57 % času (Branky, body, vteřiny 15,11 % času) a u ledního hokeje patřilo 37,50 % času (Branky, body, vteřiny 12,90 % času) Národní hokejové lize. V případě basketbalu věnovaly zahraničním a mezinárodním soutěžím Sportovní noviny 92,86 % času (Branky, body, vteřiny 77,78 % času). Tato témata u Sportovních novin dominují, protože sportovní kanály televize Nova je vysílají v přímých přenosech. U fotbalu se objevovaly zprávy o nejvyšší francouzské lize, kterou televize Nova na sportovních kanálech vysílá. Stejně to bylo i u zámořské Národní hokejové ligy a basketbalové Národní basketbalové asociace. Hypotéza se potvrdila.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jaký podíl sportů a jaký prostor byl věnován jednotlivým sportům a sportovním soutěžím ve dvou sportovně-zpravodajských pořadech Branky, body, vteřiny v České televizi a Sportovní noviny v televizi Nova. Dále bylo naším cílem výsledky porovnat s již vniklým výzkumem na toto téma.

Naše bakalářská práce byla rozdělena do tří částí, na část teoretickou, analytickou a na část, kde jsme představili výsledky naší analýzy. V teoretické části jsme vymezili teoretické koncepty gatekeepingu, zpravodajských hodnot, agendy-setting a mediální konstrukce reality. Dále zde byly představeny obě televize a jejich pořady, které byly předmětem analýzy. V analytické části jsme teoreticky ukotvili kvantitativní obsahovou analýzu a jednotlivé kroky našeho výzkumu.

Výsledky kvantitativní obsahové analýzy ukázaly, že sportovní zpravodajství se za uplynulé čtyři roky změnilo. Změnily se jak pořady a jejich skladby, ale zaznamenali jsme i odlišné výsledky analýzy, co se podílů sportů a soutěží týče. V době plánování této práce svět, tudíž ani my jsme nemohli vědět, že tato situace bude přetrvávat více než rok. Koronavirus ovlivnil sportovní zpravodajství během výzkumu. To se projevilo poklesem zpráv a sportů, které byly v roce 2016 mezi dominantními. Mezi tyto sporty patřil třeba lední hokej, který doplatil na přerušení soutěží a jejich pozdější starty. Naopak tomu bylo třeba u tenisu nebo cyklistiky. Tyto dva sporty se naopak dočkaly většího prostoru ve zpravodajství. Důvodem bylo přesunutí z původně plánovaných termínů na dobu námi zkoumaného období. I přes všechny komplikace, jež koronavirus ve světě způsobil, způsobuje a způsobí, se jako nejdominantnější sport udržel fotbal. Další sporty, jak jsme již zmínili, doznaly změn. Mimo sporty jsme zaznamenávali i kategorie ostatní zprávy a reklamy. Obě tyto kategorie byly u obou relací zastoupeny více než v roce 2016. Ostatní zprávy se více objevovaly díky koronaviru a zprávám o opatřeních pro sport a informacích o rušení nebo přesouvání sportovních událostí. Nárůst podílu reklam na vysílání si vysvětlit s jistotou neumíme.

Změny jsme zaznamenali také u průměrné délky relací. Branky, body, vteřiny jsou kvůli své celkové délce stále průměrně delší než Sportovní noviny, ale jejich průměrné délky se liší oproti roku 2016. Důvodem větší průměrné délky relací u Brank, bodů, vteřin je to, že tento pořad dostal v programu více prostoru. Sportovní noviny jsou

nicméně průměrně kratší, než byly v roce 2016. Může za to změna ve skladbě pořadu, kdy úvodní část se třemi upoutávkami na nejdůležitější zprávy chybí.

Zjistili jsme také, že se Česká televize věnovala širší paletě sportů než televize Nova. Branky, body, vteřiny za dobu našeho výzkumu informovaly o 28 sportech, Sportovní noviny obsáhly 18 sportů. Česká televize se věnovala i okrajovým sportům, které se mezi diváky netěší takové sledovanosti jako třeba fotbal nebo lední hokej. Mezi tyto sporty patřil paralympijský sport, vodní slalom nebo softball. Televize Nova se zaměřila na sporty, jež jsou velmi sledované a sama jejich přenosy vysílá na svých sportovních kanálech. Jednalo se o MMA nebo šipky.

I co se jednotlivých soutěží u fotbalu, ledního hokeje a basketbalu týče, Česká televize se více věnovala domácím soutěžím, což souvisí se zpravodajskými hodnotami. Televize Nova informovala o francouzské nejvyšší fotbalové soutěži, kanadsko-americké Národní hokejové lize a zámořské Národní basketbalové asociaci. Na všechny tyto soutěže vlastní televize Nova vysílací práva, takže cílila na co největší sledovanost a šíření povědomí o těchto sportech.

Tento výzkum by v budoucnu mohl být rozšířen o další sportovně-zpravodajské relace vysílané na jiných televizních stanicích. Mohlo by se jednat třeba o sportovně-zpravodajskou relaci Sport. Ten je vysílán na stanici Prima a CNN Prima News. Vzorek z další televize by mohl ukázat nová témata, jiné složení sportů a odlišné rozložení času věnovaného jednotlivým sportům.

4 Seznam literatury

Bass, Eduard. 1965. Klapzubova jedenáctka. Praha : Státní nakladatelství dětské knihy, 1965. str. 28.

Bednařík, Petr, Jirák, Jan a Köpplová, Barbara. 2019. Dějiny českých médií od počátku do současnosti. Praha : Grada Publishing, a.s., 2019. str. 410. 978-80-271-0553-3.

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

Burns, Lynette S. 2004. Žurnalistika: Praktická příručka pro novináře. Praha : Portál, 2004. 80-7178-871-6.

Burton, Greame. 2001. Úvod do studia médií. Brno : Barrister & Principal, 2001. 80-85947-67-6.

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

Galtung, Johan a Ruge, Mari Holmboe. 1965. The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. místo neznámé : Journal of Peace Research, 1965.

Halbrštát, David. ANALÝZA A KOMPARACE SPORTOVNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ V POŘADECH BRANKY, BODY, VTEŘINY V ČESKÉ TELEVIZI A SPORTOVNÍ NOVINY NA NOVĚ. Olomouc, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Věra Bartalosořová.

Jirák, Jan a Řihová, Blanka. 2000. Politická komunikace a média. Praha : Karolinum, 2000. 80-246-0182-6.

Jirák, Jan. 2003. Média a společnost. Praha : Portál, 2003. 80-7178-697-7.

Kunczik, Michael. 1995. Základy masové komunikace. Praha : Karolinum, 1995. 80-7184-134-X.

McCombs, Maxwell. 2009. Agenda setting: nastolování agendy. Praha : Portál, 2009. 978-80-7367-591-2.

McQuail, Denis. 2009. Úvod do teorie masové komunikace. Praha : Portál, 2009. 978-80-7367-574-5.

Reifová, Irena. 2004. Slovník mediální komunikace. Praha : Portál, 2004. 80-7178-926-7.

Rozehnal, Aleš. 2007. Mediální právo. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2007. 978-80-7380-033-8.

Ruß-Mohl, Stephan a Bakičová, Hana. 2005. Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha : Grada, 2005. 80-247-0158-8.

Sedláková, Renáta. 2014. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha : Grada, 2014. 978-80-247-3568-9.

Sedláková, Renáta. Obraz Romů v televizním zpravodajství - příklad mediální konstrukce reality [online]. Brno, 2007 [cit. 2021-03-31]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zn6t5/>. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jaromír VOLEK.

Sekot, Aleš. 2003. Sport a společnost. Brno : Paido, 2003. str. 7. 8073150476.

Shoemaker, Pamela J. a Vos, Tim P. 2009. Gatekeeping Theory. New York : Routledge, 2009. 0-203-93165-3.

Schulz, Winfried, a další. 2011. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha : Karolinum, 2011. 978-80-246-1980-4.

Škodová, Markéta, a další. 2008. Agenda-setting: teoretické přístupy. Praha : Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. 978-80-7330-151-4.

Štětka, Václav, a další. 2000. Média a realita. Brno : Masarykova Univerzita, 2000. stránky 34-59. 80-210-2367-8.

Tomandl, Jan. 2011. Jak účinně oslovovat média. Brno : Computer Press, 2011. 978-80-251-3457-3.

Trampota, Tomáš a Vojtěchovská, Martina. 2010. Metody výzkumu médií. Praha : Portál, 2010. 978-80-7367-683-4.

Trampota, Tomáš. 2006. Zpravodajství. Praha : Portál, 2006. 80-7367-096-8.

White, David M. The Gatekeeper: A Case Study in The Selection of News [online]. 1950, s. 383-390 [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>.

4.1 Internetové zdroje

BRANKY BODY VTEŘINY 60 LET. Česká televize [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11451346419-branky-body-vteriny-60-let/>

Branky, body, vteřiny: O historii pořadu. Česká televize [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1094732002-branky-body-vteriny/bonus/10964-o-historii-poradu>

CME po převzetí PPF povede Stoessel, Jetmar řídí Bulharsko. MEDIAGURU [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/cme-po-prevzeti-ppf-povede-stoessel-jetmar-ridi-bulharsko/>

ČESKO. § 1 odst. 1 zákona č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 17. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483#p1-1>

ČESKO. § 1 odst. 1 zákona č. 484/1991 Sb., České národní rady o Českém rozhlasu. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 17. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-484#p1-1>

ČESKO. § 1 odst. 1 zákona č. 517/1992 Sb., České národní rady o České tiskové kanceláři. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 17. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-517#p1-1>

ČESKO. § 3 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 1. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231#p3-1-a>

ČESKO. § 3 odst. 1 zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 1. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-348#p3-1>

ČT Sport. Česká televize [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/lide/zpravodajstvi/ct-sport/>

Jezdecké disciplíny. ČESKÁ JEZDECKÁ FEDERACE [online]. 13.9.2017 [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.jezdectviprovsechny.cz/jezdecke-discipliny/>

Management. NOVA GROUP [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/management>

Pojďte s námi oslavit 25. výročí TV NOVA. NOVA [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://nova25.nova.cz/>

Profil. NOVA GROUP [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/profil>

Rozhlasové a televizní vysílání v ČR. Ministerstvo kultury [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/rozhlasove-a-televizni-vysilani-v-cr-484.html>

Základní informace o ČT. Česká televize [online]. [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

4.2 Prameny

Branky, body, vteřiny v rozmezí 1. 10. 2020 a 4. 11. 2020

Sportovní noviny v rozmezí 1. 10. 2020 a 4. 11. 2020

Data sledovanosti sportovních zpravodajských relací z 2. 10. 2020 zprostředkované emailem Pavlem Galíkem, manažerem vývoje TS v České televizi.

5 Přílohy

5.1 Kódovací list

Vyplněný kódovací list na přiloženém CD.

P1 - název stanice	P2 - název relace	P3 - datum vysílání	P4 - víkend/všední den	P6 - délka příspěvku (v sekundách)	P7 - pořadí	P8 - název sportu	P9 - soutěže fotbal	P10 - soutěže hokej	P11 - soutěže basketbal	P5 - celková délka relace (v sekundách)

5.2 Kódovací kniha

Na přiloženém CD.

Identifikační proměnné

1. P1 název stanice
Česká televize
Televize Nova
2. P2 název relace
Branky, body, vteřiny
Sportovní noviny
3. P3 datum odvysílání relace
ve formátu DD.MM.RRRR
4. P4 den odvysílání
všední den
víkend

Analytické proměnné

5. P5 délka celé relace
v sekundách
6. P6 délka příspěvku
v sekundách
7. P7 pořadí příspěvku v relaci
1.-3./4.-6./7.-9./...
8. P8 název sportu/sportovního odvětví
americký fotbal
atletika

baseball
basketbal
biatlon
bojové sporty
cyklistika
dostihy
fotbal
golf
gymnastika
házená
jachting
jezdecký sport
krasobruslení
lední hokej
lyžování
motorsport
orientační běh
paralympijský sport
pozemní hokej
rychlobruslení
snooker
softball
stolní tenis
surfování
šachy
šípky
tenis
veslování
vodní slalom
volejbal

9. P9 soutěže u fotbalu

vzpírání

ostatní zprávy

reklama

1. liga

2. liga

Česká fotbalová reprezentace

Evropská liga

Liga mistrů

mezinárodní zápasy

mládežnické reprezentace

MOL Cup

zahraniční soutěže

ostatní

10. P10 soutěže u ledního hokeje

1. liga

Česká hokejová reprezentace

Kontinentální hokejová liga

Národní hokejová liga

Tipsport extraliga

ostatní

11. P11 soutěže u basketbalu

Euroliga – muži

Euroliga – ženy

Liga mistrů

Národní basketbalová asociace

Národní basketbalová liga

ostatní