

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES

Tabloidization in sport section of newspaper Mladá fronta DNES

Bakalářská diplomová práce

Pavel KARÁSEK

Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalsová

Olomouc 2017

Prohlášení:

Čestně prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně s použitím odborné literatury, za využití odborné literatury a dalších uvedených informačních zdrojů. Práce obsahuje 85 992 znaků.

V Olomouci dne

.....

Na tomto místě bych rád poděkoval paní Mgr. Věře Bartalosové za ochotu, čas a cenné rady, které mi jakožto vedoucí práce věnovala.

Anotace

Tato práce se zabývá vývojem bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES v letech 2006, 2008, 2010, 2012 a 2014. Cílem práce je, na základě určitých kategorií, poznat, zda k bulvarizaci dochází, popřípadě v jakém rozsahu. Pro tento účel byla uskutečněna obsahová analýza, která zahrnovala sportovní zpravodajství prvního kompletního březnového týdne publikovaného v Mladé frontě DNES. Analyzované byly již zmíněné ročníky. Na základě zjištění jsme vyhodnotili, jak se toto sportovní zpravodajství, v ohledu na bulvarizaci, proměňuje. Výsledky analýzy ukazují, že sportovnímu zpravodajství se v Mladé frontě DNES dostává méně místa, ale bulvarizační tendence, ve smyslu námi analyzovaných charakteristik, nevykazuje.

Annotation

This work focuses on the progression of the tabloidization of sports news in the Mladá fronta DNES in years 2006, 2008, 2010, 2012 and 2014. The aim of this work is to recognize, based on specific categories, if the tabloidization is occurring and if yes then in what scale it is doing so. For these purpose content analysis is being used. The work contains the analysis of sports news of the first week of March in the Mladá fronta DNES in the years mentioned above. From the results we evaluated how have the content of spor news changed related to the tabloidization of the media. The results show how the romm for the sports news in the Mladá fronta DNES has been reduced. But it has not been providing the tabloidization tendencies in the sense of our analyzed characteristics.

KLÍČOVÁ SLOVA

bulvarizace, zpravodajství Mladá fronta DNES, sport, hard news, soft news, zpravodajství

KEY WORDS

tabloidization, news, Mladá fronta DNES, sport, hard news, soft news

1. Obsah

1. Obsah.....	6
2. ÚVOD.....	8
3. Teoretická část	10
3.1. Bulvár	10
3.1.1. Definice	11
3.1.2. Obsah a témata	12
3.2. Bulvarizace	13
3.2.1. Infotainment.....	15
3.2.2. Soft news a hard news	15
3.3. Způsob nastolování témat	16
3.3.1. Gatekeeping	16
3.3.2. Agenda setting.....	17
3.4. Sport a tištěná média	18
3.5. Mladá fronta DNES.....	19
3.6. Předchozí výzkumy	20
4. Analytická část.....	22
4.1. Obsahová analýza.....	22
4.2. Témata a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy	23
4.3. Vzorek analýzy.....	25
4.4. Jednotky analýzy	25
4.5. Sledované kategorie	26
5. Průběh analýzy	31
5.1. Fáze analýzy.....	31
5.2. Úprava metodiky	31
6. Výsledky analýzy – Bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES	32
6.1. Analýza roku 2006	32
6.2. Analýza roku 2008	34
6.3. Analýza roku 2010	36
6.4. Analýza roku 2012	38
6.5. Analýza roku 2014	41
7. Vývoj zkoumaných proměnných v čase	43
7.1. Počet článků a rozsah	43
7.2. Poměr hard news a soft news.....	44

7.3. Poměr práv domácích a zahraničních.....	46
7.4. Zdroj citací a parafrází.....	47
8. Průběžná témata	49
9. Posouzení platnosti hypotéz.....	49
10. Závěr	53
11. Použitá literatura.....	55
11.1. Analyzovaný soubor.....	57
12. Seznam tabulek a grafů	58
12.1. Kódovací arch	59
12.2. Kódovací kniha	60
12.3. Kódovací arch s výslednými daty	61

2. ÚVOD

Bulvár je od jakživa spojen se slovy vražda, sex, či celebrity. Není tomu jinak ani v současné době. Bulvární noviny prošly velkými změnami, stále pro ně ale platí, že jsou zaměřené na senzace, skandály a vychází ve velkém nákladu. Dá se říct, že díky jejich „odlehčenosti“ jsou stále populární a jsou součástí každodenního života velkých mas lidí. Zájem o senzace totiž neklesá. V současných tištěných médiích se bulvarizace projevuje především záměrným užíváním jak nespisovného jazyka, tak vysokým využíváním vizuálních prostředků, jako jsou fotografie či velká velikost písma v titulcích. Dalším z prostředků je bulvarizace témat, tedy toho, jakým způsobem jsou témata v novinách pojetá. A právě na tento prostředek bulvarizace se v naší bakalářské práci zaměříme.

V naší bakalářské práci se budeme zabývat výskytem bulvarizace ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES vydávané na území dnešního Olomouckého kraje. Tématem předkládané práce je Bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES. Cílem naší bakalářské práce bude zjistit, zda dochází k bulvarizaci témat. Bulvarizaci spojenou s užíváním jazykových a vizuálních prostředků vynecháme.

Naše bakalářská práce má tři základní části. První bude vypracování teoretické části práce. V té se zaměříme na teoretické vymezení pojmů spojených s danou problematikou. Zaměříme se především na pojmy bulvár, bulvarizace a s nimi spojená témata. Upřesníme, jakým způsobem se bulvarizace témat v tištěných komunikátech projevuje. Dále upřesníme pojmy jako agenda setting, či infotainment. Teoretickou část vypracujeme pomocí kompilace z literatury zabývající se problematikou již zmíněných pojmů.

Druhou částí předkládané práce bude vytvoření analýzy, která bude tvořit praktickou část bakalářské práce. Pomocí obsahové analýzy zjistíme, zda dochází k bulvarizaci témat ve sportovním zpravodajství Mladé fronty DNES. Praktická část bude vycházet z teoretického základu. Analyzovaným materiálem naší práce bude sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES. Výskyt bulvarizace témat budeme hledat ve vydáních Mladé fronty DNES za období jednoho týdne, v letech 2006, 2008, 2010, 2012 a 2014. Analyzovaným měsícem bude březen. Analyzovaný bude vždy první kompletní týden. V neděli Mladá fronta DNES nevychází. Provedeme obsahovou analýzu a na jejím základě zjistíme, zda v daném periodiku k bulvarizaci témat dochází.

Třetí částí práce bude provedení syntézy dat. Následně provedeme komparaci za jednotlivé roky a určíme, zda k bulvarizaci dochází a zda se nějak projevuje. Výsledky

komparace zaznamenáme do tabulky. Provedeme interpretaci zjištěných dat, tedy, zda k bulvarizace témat v Mladé frontě DNES dochází či ne. Následně vyhodnotíme proměny dat v průběhu analyzovaných let.

3. Teoretická část

3.1. Bulvár

Podle Osvaldové¹ má slovo bulvár kořeny ve Francii. Vychází ze slova *boulevard*, což je chápáno jako široká třída se stromořadím. V souvislosti s novinami odkazuje původně slovo bulvár na listy, které byly prodávány na ulicích za účasti kamelotů² na začátku devatenáctého století. Osvaldová také přidává jistou definici bulváru z tohoto období. „*Noviny tohoto typu byly laciné, a v důsledku toho i masově dostupné, nepředpokládaly vyšší vzdělání, mohl jim rozumět každý.*“³

Se stejnou definicí původního bulváru přichází i Reifová⁴. Podle ní kameloti začali prodávat ve stejnou dobu i v USA. Zde se prodej zaměřoval na nižší třídu, která za svou práci každodenně dojížděla z periferií do průmyslových částí měst. Pro jejich potřeby se výrazněji změnila podoba. Docházelo ke zvětšování titulků a prostoru, který byl využíván pro fotografie.

Právě využití fotografie je ve velké většině odborné literatury jednou z nejvíce užívaných charakteristik. Kromě již zmiňovaných dvou autorů si jako jeden z hlavních znaků bulváru určil i fotografii Karel Hvižďala, který v knize *Mardata*⁵ grafické stránce připisoval opravdu velký důraz. Osvaldová zmiňuje umístování velkých titulků a fotografií v horní části titulní strany. Vydavatelé měli totiž předpokládat, že právě tyto prvky budou první věcí, kterou potencionální zákazník uvidí.⁶ Pro naši práci ovšem nejsou data o výskytu těchto prvků důležitá, a tak se jimi nebudeme dále zabývat.

Výše zmiňovaný Karel Hvižďala se tematikou bulváru zabývá ve více publikacích. Jednou z nich je i kniha *Mardata*⁷, ve které například zdůrazňuje i roli inzerce.

¹(Osvaldová, a další, 2002 stránky 31,32)

² Noviny a časopisy se doposud doručovaly v rámci předplatných, kameloti, jakožto prodavači na ulicích se začali využívat v první polovině 19. století. Na ulicích kromě samotného prodeje také vyvolávaly nejzajímavější titulky a zároveň tak propagovali svůj list. (Osvaldová, a další, 2002 stránky 87,88)

Mezi takové, ale už patřily i tituly jako například *New York Sun* (Šefčák, a další, 2003 str. 42)

³(Osvaldová, a další, 2002 str. 32)

⁴(Reifová, 2004 str. 287)

⁵(Hvižďala, 2011)

⁶(Osvaldová, 2016 str. 7)

⁷(Hvižďala, 2011 str. 80)

3.1.1. Definice

Pokud chceme definovat bulvár, velmi často se stane, že se dostaneme pouze k tomu negativnímu, co nám bulvár nabízí. Většina autorů zabývajících se problematikou bulváru se negativním definicím nevyhýbá. Pokud se bavíme o tom, že je něco bulvární, znamená to něco neseriózního, laciného nebo vulgárního.⁸

Pro bulvár bývá také uváděn důraz na okolnosti spojené s narušením, přehlížením nebo znevážením hodnot, norem nebo mravních principů, které jsou uznávány v dané společnosti.⁹

Na druhou stranu jsou ale i tací, kteří při svých teoretických vymezeních či vytváření charakteristik připisují bulváru pozitivní vlastnosti nebo účinky většího či menšího rozsahu.

Jako příklad lze uvést Jana Jandourka,¹⁰ který odkazuje na díl Hyde parku České televize, kde byl hostem bulvární novinář Pavel Novotný. Ten tvrdil, že bulvární média jsou dnes možná jediným svobodným médiem. Dále Novotný upozorňoval na zásluhy získané na základě odhalení různých kauz.¹¹

Dále se budu opět odvolávat na českého novináře a mediálního teoretika Karla Hvížd'alu a jeho knihu Mardata.¹² Vytyčuje v ní pět sociálních funkcí, pět takzvaných strukturálních znaků, kterými bulvární média přispívají. Patří mezi ně:

- Bulvár seznamuje lidi, kteří většinou moc nechtou s nejdůležitějšími politickými problémy v přiměřeně zjednodušené formě.
- Přinášejí bezplatný právní a sociální servis pro nemajetné vrstvy společnosti, které nemají na právníky.
- Stimulují kult úspěšnosti.
- Kanalizují neukojenou potřebu po krvi a sexu u některých skupin obyvatelstva.
- Mívají nejlépe redakčně zpracované sportovní rubriky, které někdy tvoří až polovinu rozsahu novin.

⁸(Osvaldová, a další, 2002 str. 32)

⁹(Osvaldová, 2016 str. 11)

¹⁰(Jandourek, 2016 str. 29)

¹¹NOVOTNÝ, Pavel. Rozhovor. In: Hyde Park. TV, ČT24, 8. dubna 2014, 20:05.

¹²(Hvížd'ala, 2011 stránky 79-82)

Hvížd'ala také přidává definici, která je podle něj dostatečně přesná. „Bulvár je druh novinového zboží a ve společnosti hraje jistou nezastupitelnou ekonomickou i sociální roli. Poznává se podle několika vnějších a podle několika strukturálních znaků.“

Strukturální znaky jsme si vymezili výše, dále si zmíníme ony vnější. Patří mezi ně například již dříve zmíněné prodávání bulváru za účasti kamelotů. Je tomu tak především v cizině. Náklad takových listů je vyšší nežli těch seriózních. Hvížd'ala toto tvrzení dokazuje na příkladu prodejnosti seriózního Die Presse a Der Standart ve srovnání s bulvárním Neue Kronen Zeitung. Mezi další vnější znaky zařazuje Hvížd'ala velké titulky, kresby, fotografie a krátké články. Valček¹³ dodává, že na přečtení tabloidu by mělo stačit jen pár minut. Z důvodů výrazné grafiky a krátkého rozsahu textů jde o noviny tzv. *na prohlížení*.

Podle Valčeka¹⁴ je bulvární tisk orientován na masové publikum a za účelem obchodního úspěchu rezignuje na zpravodajské podání reality. Důležitým termínem je pro něj *infotainment*, na jehož principech se snaží bulvár komerčního úspěchu dosáhnout.

3.1.2. Obsah a témata

Podobně jako u teoretického vymezení se většina autorů shoduje i na tom, co je obsahem bulváru. Koubská ve svém příspěvku uvedeném v knize Co je bulvár, co je bulvarizace¹⁵ píše, že se jedná o kratší pojetí novin, jehož obsahem jsou katastrofy, senzace, sex a drby. Není tomu tak pouze u psaných periodik, ale i u televizních stanic. Senzace jsou psány jednoduše. Celkově je forma taková, aby člověk nemusel příliš přemýšlet. Dále také preferuje skandály a neštěstí.¹⁶ Sparks¹⁷ říká, že tabloid je druh novin poznamenaný především dvěma rysy. První je, že věnuje relativně malou pozornost politice a ekonomice a druhý, že se zabývá sportem, populární zábavou společně s osobním životem, jak celebrit, tak obyčejných lidí.

3.1.2.1. Senzace a skandály

Slovo senzace vychází z latinského *sensus*, v překladu počitek, vjem či smysl. Podle praktické encyklopedie žurnalistiky¹⁸ se jedná o neobyčejnou, výjimečnou událost, která přitahuje pozornost. Děje se tak z důvodu, že daný jev je sám o sobě neobvyklý nebo je zprostředkovaná událost podaná tak, aby se jako senzace tvářila. Událost, která se dá brát jako

¹³(Valček, 2011 str. 54)

¹⁴(Valček, 2011 str. 54)

¹⁵(Koubská, 2016 str. 100)

¹⁶(Osvaldová, a další, 2002 str. 32)

¹⁷(Sparks, a další, 2000 str. 10)

¹⁸(Osvaldová, a další, 2002 str. 170)

senzace, působí rozruch a silný podiv veřejnosti.¹⁹ *Zatímco serióznější média se zaměřují spíše na skandály s politickým kontextem, neseriózní (tzv. bulvár) dávají přednost nevěřám, sexuálním výstřelkům, vraždám a tragédiím, ty nejpokleslejší mohou zařadit i senzace, které jsou vymyšlené.*^{20, 21}

Mimo senzaci jsou pro bulvár typické skandály. Jedná se o jednání, událost či okolnosti spjaté s vážným porušením, přehlížením či znevážením hodnot, norem nebo mravních principů, převažujících v dané době a dané společnosti.²²

Skandálů mámě několik druhů. Může jít například o politický (většinou se jedná o pád mocných, protože lid se na něj rád dívá), akademický, korporátní nebo dokonce žurnalistický. Pro nás budou důležité skandály sportovní, které se týkají například dopingu, uplácení rozhodčích, a to především na nejvýznamnějších sportovních podnicích jako jsou olympijské hry nebo Tour de France.²³

3.2. Bulvarizace

Bulvarizaci jako termíny vymezili Trampota s Končelíkem následovně. Tvrdí, že termín bulvarizace je využíván k vyjádření určitého procesu. Jedná se o proces, který je způsoben změnou přístupu médií k realitě, kterou prezentuje. Tyto změny se týkají především kvality a charakteru informace.²⁴

Doplněním k této definici může sloužit následující část z Jiráka a Köpplové²⁵, v níž popisují, že obsahy, které bývaly typické pro bulvár, respektive bulvární média, se stále více objevují v médiích, která se sami za bulvární nepovažují. Tento proces je výsledkem boje o ekonomické přežití, z kterého vyplývají snahy o snížení nákladů na výrobu a následnou produkci zábavných a jednoduchých sdělení. Tato sdělení by měla být snadno pochopitelná a jednoduchá.

¹⁹(Jirák, a další, 2007 str. 30)

²⁰(Osvaldová, a další, 2002 str. 170)

²¹Vymyšleným senzacím se v odborné literatuře připisuje název *falešná senzace*. Nejznámější falešná senzace je spojována s Benjaminem Dayem. Ten v jeho listu New York Sun zveřejnil informaci o Johnu Hershelovi, který měl údajně odjet do Kapského města zařizovat hvězdárnu. Dále pak popisoval úžasné objevy, které na mysu Dobré naděje udělal. Měl pomoci teleskopu objevit měsíční lidi a další zvláštní tvory. Lidé, kteří si list kupovali byli zvědaví a zajímalo je, co Herschel na Měsíci viděl, zatímco Dayovi významně rostl náklad.

²²(Jirák, a další, 2009 str. 85)

²³(Jandourek, 2016 str. 33)

²⁴(Trampota, a další, 2011 str. 287)

²⁵(Jirák, a další, 2009 str. 258)

Barbora Osvaldová na bulvarizaci nahlíží jako na ekonomické změny v chování médií. Do oněch ekonomických změn zařazuje proces marketizace mediálních organizací, komercializace mediálních aktivit a unifikace mediálních obsahů.²⁶

Mezi ony obsahy, které se z bulvárních médií dostávají do seriózních, patří: zájem o hvězdy zábavního průmyslu, důraz na domácí události, emocionalizace a personalizace politického dění, vulgarizace slovníku, zkracování textu, důraz na barvu apod.²⁷

Jiráček s Köpplovou²⁸ ve své knize Masová média přicházejí, ve spojení s bulvárem, s termínem komercializace médií. Výsledkem tohoto procesu je, že se hranice mezi seriózními a bulvárními médii mění. *Přechod mezi oběma kategoriemi v některých zemích je rozvolněnější, nebulvární média postupně využívají výrazové prostředky, které se dříve běžně spojovaly s bulvárními médii (např. barevnou fotografií), zpracovávají podobná témata (zájem o soukromí politiků a celebrit) a mají tendenci ke zjednodušení a emocionalizaci.*²⁹

Osvaldová ve svém příspěvku do knihy Co je bulvár, co je bulvarizace³⁰ připomíná třináctero vydané v časopise Reflex, podle něhož se dá rozlišit mezi seriózním a neseriózním tiskem. První a druhý bod třináctera je zaměřen na titulek. Čtenář by se měl zaměřit na to, zda je titulek větší než samotná zpráva a zda dramatičnost titulku odpovídá samotnému článku. Třetí a čtvrtý bod věnuje grafice. Zda užívá barvy, vepisuje do fotografií výkřiky či upoutávky. Jestli obrazová složka převládá nad textovou. Pátý bod pojednává o tom, co nese první strana. Zda skandály, celebrity nebo dopravní nehody. Šestý bod se zabývá jazykem a jeho kvalitou ve směru používání hovorových a expresivních slov. Dalším bodem jsou chytlavá témata týkající se výše platů a cen zboží. Osmý se zabývá zdrojem informací. Zda je jasné, odkud je novinář získal nebo jestli obsahuje odkazy. Dále jestli dává novinář ve svém článku prostor oběma stranám. Jestli jsou informace přesné v detailech. Zda se snaží novinář udělat z kuriozity zprávu na první stranu nebo jestli chce z důležité zprávy udělat zajímavý článek. Předposlední bod zaplňuje otázka, zda jsou noviny schopny vysvětlit pozadí a souvislosti sledovaného případu a jako poslední, zda jsou noviny schopné se omluvit za nepřesnou informaci.

²⁶(Osvaldová, 2016 str. 11)

²⁷(Jiráček, a další, 2009 str. 258)

²⁸(Jiráček, a další, 2009 str. 258)

²⁹(Jiráček, a další, 2009 str. 258)

³⁰(Osvaldová, 2016 stránky 11,12)

Mohlo by se zdát, že v praxi lze vždy přesně určit, zda je list bulvární, či seriózní. Že tomu tak není, upozorňuje Roman Hájek³¹, který navazuje na Sparkse. Tvrdí, že existuje několik mezičlánků, které leží mezi oběma póly. Mezičlánkem by tak dnes byly i Hospodářské noviny. Přitom u nás je označujeme jako seriózní. Stejně tak tomu má být i v praktické části námi využitě Mladé fronty DNES.

3.2.1. Infotainment

Označení infotainment vychází ze spojení dvou anglických slov a to *information*, česky informace a *entertainment*, česky zábava.³² Právě infotainment označuje Tomáš Trampota³³ jako jeden z projevů bulvarizace, jenž se začal projevovat jako nepřímý důsledek ekonomických tlaků a snahy prosazení se na trhu s informacemi.

Podle Trampoty³⁴ je infotainment snaha o podávání informací zábavnou formou a využívá k tomu různé postupy. U tištěného zpravodajství může jít o výběr fotografií. Novinář tak ke svému článku připojí fotografii člověka v až dehonestující situaci. Dále to také může být způsob vyprávění zpravodajského příběhu, jenž může směřovat od nedůležitého, avšak překvapujícího detailu směrem k jádru události, které ovšem může být v některých případech i vypuštěno. Zdůrazňují se překvapivé informace a kuriozity.

Samotné sdělení se v duchu podřizování infotainmentu stává co nejstručnějším, důraz ovšem nepodává na společenskou relevantnost informace. Dochází tak k jevům jako směřování reality s fikcí nebo záměrnému zasahování do informace z důvodu zvyšování její přitažlivosti.³⁵

Z důvodu využívání již zmíněných prvků zábavy dochází k zániku klasického účelu zpravodajství, což je šíření faktického, věcného obrazu o skutečných a aktuálních událostech.

3.2.2. Soft news a hard news

Jedním z dalších projevů bulvarizace, který úzce souvisí s infotainmentem, je vytlačování a poskytování méně místa takzvaným hard news obsahy, které odpovídají charakteristikám soft news. Trampota ve své publikaci Zpravodajství³⁶ připomíná základní dělení Tuchmanové, která jej vydala na základě zúčastněného pozorování, kdy sledovala, jaká

³¹(Hájek, 2016 str. 43)

³²(Osvaldová, a další, 2002 stránky 80,81)

³³(Trampota, 2006 stránky 160,161)

³⁴(Trampota, 2006 str. 161)

³⁵(Osvaldová, a další, 2002 str. 81)

³⁶(Trampota, 2006 str. 30)

označení používají novináři při běžné novinářské praxi. Podle tohoto dělení patří do skupiny označené jako *hard news* takové události, které byly z nějakého důvodu nutné okamžitě zpracovat a zařadit do zpráv. Jde tedy o takové informace, které by měl každý člověk znát. V kontrastu k tomu používali označení *soft news* pro takové obsahy, které se zabývaly každodenním životem lidí. Udává zde i zjednodušené rozdělení, kdy tvrdí, že *hard news* se zabývají důležitými záležitostmi a *soft news* se zabývají záležitostmi zajímavými. Dodává ovšem, že oba dva póly dělení se mohou překrývat.

Definice *soft* a *hard news* se nachází taky ve výzkumu Thomase E. Pattersona³⁷. *Hard news* jsou zde definovány jako důležité události pojednávající o čelních představitelích (*top leadres*) nebo jde o události spojené s problémy či narušením každodenního života. Za příklad dává letecká neštěstí nebo zemětřesení. Tyto informace jsou pro lidi důležité proto, aby byli schopni pochopit a reagovat na svět veřejných záležitostí.

Oproti tomuto vymezení byly *soft news* formulovány jako typicky více senzační, více zaměřené na osobnost, méně časově ukotvené. Jsou praktičtější a více než ostatní zprávy si zakládají na incidentech.

3.3. Způsob nastolování témat

3.3.1. Gatekeeping

Označení *gatekeeping* vychází z anglických slov *gate* = brána a *keep* = hlídat, mít po kontrole.³⁸

Gatekeeping je proces, při kterém se rozhoduje, jaká témata či události budou médii zpravodajsky pokryta. Samotný proces je velmi složitý a podléhá několika různým a různě specifickým podmínkám. Jedná se zde například o osobnost autora nebo editora, o technické možnosti zpracování nebo zájmy mediální organizace. Důležité také je, že dané téma musí vykazovat určitou zpravodajskou hodnotu.³⁹

V obecnější rovině se dá říct, že *gatekeeping* je vymezování hranic množství informací distribuovaných v procesu masové komunikace.⁴⁰

³⁷ (Patterson, 2000 str. 3)

³⁸(Reifová, 2004 str. 70)

³⁹(Čuřík, 2012 str. 123)

⁴⁰(Reifová, 2004 str. 70)

Ve spojení s počátky gatekeepingu je jméno Kurta Lewina, který zkoumal procesy, jenž fungují při rodinných nákupech. Lewin zjistil, že v tomto případě zastávají roli „gatekeepera“ mechanismy, které některé produkty do vědomí zákazníků pustí a jiné ne. Na tomto základě Lewin jako gatekeepera určil v malé skupině osobu, která určí, zda zboží bude spotřebováno, projde tedy onou branou.⁴¹

Lewinovu teorii aplikoval ve světě médií D. M. White, který v roce 1950 sledoval, kolik materiálu regionální americké redakce využily z celkového množství nabízených tiskovými agenturami. Výsledkem bylo, že redakce využili pouze 10 % nabízených materiálů, přičemž výběr byl značně subjektivní a měl se odvíjet od toho, co požadovalo publikum.⁴²

Problém v oblasti etiky přinesl názor W. Giebera. Upozornil, že rozhodujícím nemusí být vyhodnocená potřeba publika, ale že obsahy se do médií dostávají pomocí tlaku, vytvářeného agenturami, které se snaží být při umístování těchto vstupů co nejúspěšnější.⁴³

Gatekeeping dále rozšířil McNelly, který přišel s tvrzením, že závěrečnými gatekeepery jsou samotní čtenáři, kteří rozhodují, čemu budou věnovat pozornost.

V devadesátých letech dvacátého století přišla s dalším obohacením pojmu gatekeeping Pamela Shoemakerová, která přišla s tvrzením, že gatekeeping není pouhé vybírání zpráv, ale spočívá také v procesu jejich utváření z události⁴⁴. Chování gatekeeperů tedy ovlivňuje například velikost daného média, domnělé hodnoty publika, mediální rutiny, interpersonální vztahy v redakci nebo nedostatek času a místa. Tyto faktory, spolu s dalšími, předznamenaly koncept zpravodajských hodnot.⁴⁵

Pro naši práci je gatekeeping důležité definovat, protože v závislosti na něm je určeno, které události budou v daný den novináři pokryty a zpracovány.

3.3.2. Agenda setting

Gatekeeping není jediným konceptem, podle něhož se plní obsahy médií. Dalším takovým, i když ve své podstatě o něj se opírajícím, je agenda setting. Tedy hypotéza o nastolování agendy médií. Podle této hypotézy média ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí a jak o tom uvažují tím, že některá témata do svých obsahů zařadí a jiná ne. Ono ovlivňování a

⁴¹(Lewin, 1947 stránky 143-153)

⁴²(White, 1950 stránky 383-390)

⁴³(Gieber, 1956 stránky 423-433)

⁴⁴(Shoemaker, 1991 stránky 75-87)

⁴⁵(Reifová, 2004 str. 70)

uvažování může být také způsobeno tím, jak média tato témata rámcují, a to například signalizací pořadí jejich důležitosti (například řazením zpráv) nebo signalizují jejich možnou interpretaci, odkazují k sociálně zakotveným předsudkům, stereotypům a podobně. Média tímto hrají důležitou roli při konečné podobě sdílené agendy.⁴⁶

Obecně řečeno, teorie agendy setting hledá odpověď na otázku, proč se některé informace o některých tématech stanou součástí veřejné debaty a jiné zůstanou stranou pozornosti, a proč jsou některá vnímána jako závažnější.⁴⁷

V předchozích dvou odstavcích jsme se zabývali takzvanou agendou setting prvního stupně. Pro naši práci je ovšem důležité vymezit si i její druhý stupeň. V tomto případě nám už média nepředkládají pouze to, o čem máme přemýšlet, ale i to, jakým způsobem o tom máme přemýšlet. Pro naši práci je důležité si uvědomit, že pokud bude téma zpracováno bulvárně, budeme o něm jako o bulvárním i přemýšlet. Toto vědění vede ovšem k úvaze, zda v případě, že nám média předkládají, o čem přemýšlet a jakým způsobem o tom přemýšlet, nedochází do jisté míry k ovlivnění toho, co si myslíme.⁴⁸

Poprvé se výraz agenda setting objevil ve článku Maxwella E. McCombse a Donalda L. Shawa *The agenda setting function of the mass media* publikovaném v časopise *Public Opinion Quarterly*. Autoři v něm prezentovali výsledky svého pozorování, které bylo zaměřeno na nerozhodné voliče z Chapel Hillu v Severní Karolíně při předvolební kampani na prezidenta USA v roce 1968. Bylo sledováno, jak se vyvíjely jejich postoje v porovnání s množstvím publikovaných zpravodajských článků, úvodníků, komentářů a vysílaných reportáží z médií v Chapel Hillu dostupných. Tento výzkum prokázal téměř dokonalý vzájemný vztah mezi pěti nejsledovanějšími, médii nastolovanými, tématy a pěti nejzdůrazňovanějšími tématy reflektovanými ve veřejné agendě.⁴⁹⁵⁰

3.4. Sport a tištěná média

Stejně jako společnost se diferencují média jakožto žurnalistika samotná. V důsledku toto tvrzení znamená, že se noviny rozdělily na oddíly. Vznikly rubriky a tematické přílohy,

⁴⁶(Jiráková, a další, 2009 stránky 352,353)

⁴⁷(Jiráková, a další, 2009 str. 353)

⁴⁸(Červenka, 2008 str. 29)

⁴⁹(McCombs, a další, 1972)

⁵⁰ Reifová také uvádí, že představa o médii nastolované agendě je starší. Za první průkopníky považuje Roberta E. Parka, který své uvědomění si funkce médií prezentoval roku 1922 v knize *The Immigrant Press and Its Control*, dále Waltera Lippmana, který své myšlenky formuloval téhož roku v knize *Public Opinion* a Bernarda Cohena s knihou *The Press and Foreign Policy* z roku 1963.

kteří mají za úkol zasáhnout určitou skupinu čtenářů. Mezi jednu takovou oblast, rubriku, dnes už neodmyslitelně patří sport.⁵¹

Sportem v médiích se zabývá Jan Děkanovský⁵² ve své knize Sport, média a mýty. V kapitole tištěných médií se vymezuje na média z českého území a tvrdí, že sport v nich má svou nezastupitelnou roli a všechny velké a významné deníky mu vyhrazení na svých stranách místo. Za ukázkový příklad dává Lidové noviny v období po listopadu 1989. Sport byl původně prezentován jen jako okrajová záležitost a byl omezen pouze na prosté a strohé výsledkové zpravodajství, čímž si významně zužoval profil čtenářské obce. Bylo tedy nutné sportovní obsah rozšířit obsahy, které nebyly dostupné jinými způsoby, jako byl teletext nebo zpravodajství pomocí textových zpráv do mobilních telefonů. Ve sportovních rubrikách se tak dnes nachází například rozhovory s aktéry, komentáře odborníků, historické exkursy, či profily slavných sportovců.

O tom, že je sport stále populárnější píše i Ruß-Mohl a Hana Bakičová⁵³. Ač jsou tištěná média pod tlakem elektronických, mají několik podstatných výhod. Mohou pokrýt více sportovních událostí a podrobně dokumentovat jednotlivé sportovní výsledky. Výhodné také je, že mohou pracovat s vizuálně méně atraktivními sporty.

3.5. Mladá fronta DNES

Mladou frontu DNES začalo vydavatelství Mladá fronta prodávat v roce 1990 jakožto nástupce předlistopadového listu Mladá fronta, který byl vydávaný ÚV SSM⁵⁴. Způsob, jakým se tyto listy dostaly do soukromých rukou, je v knize Dějiny českých médií 20. století označen jako takzvaná spontánní privatizace. Jednalo se o nepřehledný přechod, který byl ovšem tolerován, a to z důvodu neexistující legislativy a z důvodu řešení důležitějších otázek, které musela politická moc řešit. Podobným způsobem se do soukromých rukou dostalo například i Rudé Právo, od roku 1995 vycházející už pouze pod názvem Právo.⁵⁵

Podle vlastního vyjádření, prezentovaného na internetových stránkách multimediální skupiny MAFRA, která dnes Mladou frontu DNES vydává, se jedná o největší seriózní deník

⁵¹(Ruß-Mohl, a další, 2005 stránky 29,30)

⁵²(Děkanovský, 2008 str. 42)

⁵³(Ruß-Mohl, a další, 2005 str. 177)

⁵⁴(Bednařík, a další, 2011 str. 372)

⁵⁵(Končelík, a další, 2010 str. 258)

v České republice. Roman Hájek⁵⁶ ovšem tvrdí, že podle Sparksovy typologie se jedná o deník „poloseriózní.“

Každodenně vydávanými rubrikami jsou rubriky: Z domova, Ekonomika, Publicistika, Ze světa, Kultura, Názory, Sport a zprávy z regionů. Společně s deníkem vychází každý den jako přílohy následující časopisy. Jedná se o: Ona DNES, Auto DNES, Doma DNES, Magazín DNES + TV, Rodina DNES a Víkend DNES.⁵⁷ Šéfredaktorem Mladé fronty DNES je Jaroslav Plesl.⁵⁸

3.6. Předchozí výzkumy

Výzkum, který se také zabývá bulvarizací deníku Mladá fronta DNES, vytvořil Trampota s Končelíkem. Ti se zabývali procesem bulvarizace u třech českých tištěných médií. Blesku, Práva a již zmiňované Mladé fronty DNES.

Jejich analýza zahrnovala jedenáctileté období, pokryté roky byly 1995, 2000 a 2005 a každý rok se zabývali šesti výtisky.

Tato analýza se zabývala několika indikátory, podle kterých se bulvarizace posuzovala. Prvním byl poměr informačních žánrů, zahrnujících zprávy, komentáře nebo interview ku ostatnímu obsahu. Zde se jednalo například o servisní informace nebo reklamu. Jako druhý indikátor byl zvolen poměr hard news ku soft news a dále poměr domácího zpravodajství a poměru zpráv zabývajících se celebritami.

Výsledky tohoto výzkumu nepotvrzují, že zkoumaná periodika mezi léty 2005 až 2015 zaznamenala sklon k bulvarizaci ve všech zkoumaných směrech. Všechny tři periodika doznala procentuálnímu nárůstu množství zpravodajských útvarů vůči ostatním. Dále deník Právo, v celém zkoumaném období, zaznamenal procentuální úbytek soft news a nárůst hard news. Ze všech tří sledovaných deníků byl ovšem jediný, zbylé dva deníky zaznamenaly úbytek hard news a nárůst soft news. V případě deníku Blesk se v případě růstu soft news jedná o více než osmnáct procent. V případě domácího a zahraničního zpravodajství zaznamenala všechna zkoumaná periodika nárůst zpravodajství domácího. V průměru o necelých devět procent.

⁵⁶(Hájek, 2016 str. 44)

⁵⁷Portfolio MFDNES. *Mediální skupina MAFRA* [online]. [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

⁵⁸Mladá fronta DNES. *Mladá fronta DNES* [online]. [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.mfdnes.cz/>

Způsob, jakým probíhal výzkum Trampoty s Končelíkem se s naším liší, avšak nám poskytuje jisté závěry, které lze využít jako případné hypotézy v našem zkoumání, popřípadě je využít k případnému srovnání.

Trampota s Končelíkem svou práci vystavili na metodologii, kterou již dříve využil Uribe a Gunter v práci s názvem *The Tabloidization of British Press*.

4. Analytická část

4.1. Obsahová analýza

Jako metodu využitou ke zkoumání naší věci jsme si vybrali obsahovou analýzu, jejíž pomocí jsme schopni vypovídat o velkém množství dat. Díky tomu můžeme získat širší přehled o pokrytí daného tématu v mediální krajině nebo zjišťovat dlouhodobé trendy v mediálním zobrazování různých jevů či skupin. Můžeme také komparovat jejich reprezentace v různých typech médií. Sedláková obsahovou analýzu stručně charakterizuje jako *kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace*.⁵⁹

Za otce obsahové analýzy je považován americký sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson, který ji vymezil v padesátých letech dvacátého století. To ovšem není přesné, protože je tato metoda mnohem starší. Její použití sahá až do devatenáctého století. Berelson je takto označován proto, že tuto techniku metodicky ukotvil v práci *Content Analysis in Communication*.⁶⁰

Ve srovnání s kvalitativními analýzami textů je obsahová analýza značně strukturovaná, neboť přesně specifikuje postup i pravidla, na jejichž základě k textu přistupuje, i měřené kategorie, do nichž jej rozměňuje.⁶¹

Podle Sedlákové přispívají stejné postupy zpracování k tomu, že výsledky jsou snadno intersubjektivně ověřitelné. Data mají standardizovaný charakter, vyjadřují frekvenci výskytu určitých témat, slov, klišé, obrazů a podobně.⁶²

Trampota s Vojtěchovskou uvádějí kroky, které by analýza měla obsahovat. Na počátku práce by měl být jasně stanovený cíl práce a to buď formou jasně stanovené výzkumné otázky, nebo hypotézy. Pokud nemáme k dispozici žádné předchozí výzkumy a zkoumáme novou oblast, využíváme výzkumnou otázku. Pokud již navazujeme na nějaké předchozí výzkumy, které byly na dané téma vytvořeny, použijeme hypotézu. V tomto případě lze predikovat, jak výzkum dopadne. Z dané definice, ať už výzkumné otázky či hypotézy, musí být jasné, co chceme v mediálních obsazích hledat a analyzovat. Následujícím krokem je vymezení, jakým médiím se budeme věnovat. Tento výběr bývá ohraničen časově, z hlediska zvoleného média a případně i žánrově nebo tematicky. Z daného výběru je dále definován

⁵⁹(Sedláková, 2014 str. 291)

⁶⁰(Sedláková, 2014 str. 291)

⁶¹(Sedláková, 2014 str. 295)

⁶²(Sedláková, 2014 str. 295)

vzorek, který bude určen ke zkoumání. V případě zkoumání obecné mediální agendy je nutné určit vzorek, který bude zohledňovat případné sezonní vlivy. Následující krok obsahové analýzy je volba jednotky měření, což je nejmenší zkoumaný prvek. Mohou to být jak články, tak mnohem drobnější útvary. Je nutné, abychom byly schopni soubor zkoumaných obsahů na námi zvolené části rozložit a aby bylo jasné, kde daná jednotka začíná a kde končí. Všechny tyto jednotky jsou poté analyzovány z hlediska zkoumaných proměnných. Soustavě těchto proměnných se říká kódovací kniha nebo kódovací manuál. Následně dochází k samotnému zpracování vzorku, takzvanému kódování. Po dokončení kódování se výsledky statisticky zpracovávají a získaná data se poté vztahují k na úvod definované výzkumné otázce či hypotéze.⁶³

Obsahová analýza má svá omezení a své výhody. Podle Sedlákové⁶⁴ bývá zpochybňována například její objektivita, která je považována za nedosažitelnou. Dále také nedokáže postihnout drobné významové nuance zkoumaných textů. Problémem také je, že o výsledcích obsahové analýzy lze tvrdit, že jsou specifickou interpretací provedenou výzkumníkem a není možné tvrdit, jestli nebo do jaké míry se ona interpretace překrývá s tím, jak výsledku rozumí ostatní příjemci. Jako příklad výhody je brána dobrá fyzická dostupnost zkoumaných materiálů a neinterakce s výzkumníkem. Další možnou výhodou je také libovolná doba, kterou můžeme nad materiály strávit.

Trampota s Vojtěchovskou⁶⁵ také uvádí několik příkladů výhod, které s sebou tato kvantitativní metoda nese. Tvrdí, že je přenositelná, její výsledky se dají jednoznačně prezentovat v tabulkách a grafech. Oproti Sedlákové říkají, že její výsledky jsou objektivní a nezávislé na výzkumníkovi.

4.2. Témata a cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy

Cílem této práce je zjistit, zda za určené období došlo ve sportovním zpravodajství Mladé fronty DNES k tematické bulvarizaci, kterou budeme rozpoznávat na základě níže položených výzkumných otázek a její výsledky budeme následně porovnávat s již dříve představenými výzkumy. Tématem práce tedy je bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES a výzkumným problémem je, jakou formou se bulvarizace projevuje, a to

⁶³(Trampota, a další, 2010 stránky 104-110)

⁶⁴(Sedláková, 2014 stránky 295,296)

⁶⁵(Trampota, a další, 2010 str. 103)

v souvislosti se způsobem podání daných témat, zastoupení výpovědí sportovců v článcích nebo například postavením sportovce v aktuálním žebříčku daného sportu. Cílem tohoto výzkumu je zjistit, zda sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES naplňuje definované hypotézy, tudíž zda vykazuje znaky bulvarizace.

Z definice daného tématu, problému a cíle vyplývají následující výzkumné otázky (VO) a z nich dále definované hypotézy (H):

- VO1 – Jak se mění rozsah zpracování jednotlivých témat?
 - o H1: Dle procesu bulvarizace by měly mít články v průběhu zkoumaných let stále menší rozsah.⁶⁶
- VO2 – Jakým tématům se Mladá fronta DNES ve sportovní rubrice věnuje v poměru osobních k čistě sportovním.
 - o H2: Pokud sportovní rubriky Mladé fronty DNES prochází procesem bulvarizace, bude se zvětšovat poměr osobních témat, zatímco poměr sportovních bude klesat. Vycházíme z teorie Trampoty a Končelíka, kteří tuto problematiku zkoumali v letech 1995 až 2005.⁶⁷
- VO3 – Jaký je poměr výskytu hard news ku soft news ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES?
 - o H3: Podle výzkumu Trampoty s Končelíkem⁶⁸ vykazovala Mladá fronta DNES mezi léty 1995 až 2005 procentuální nárůst soft news, z čehož budeme v naší práci vycházet.
- VO4 – Klade sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES větší důraz na zahraniční nebo domácí zpravodajství?
 - o H4: Výzkum Trampoty s Končelíkem⁶⁹ ukazuje, že domácí zpravodajství dostávalo stále více prostoru. Z toho usuzujeme, že by tomu tak mělo být i v našem případě.
- VO5 – Kdo je zdroj informací? Kdo je zdroj citací a parafrází?
 - o H5: Projevem bulvarizace může být i to, kdo je zdrojem citací. Proto se bude posouvat od relevantních, jako jsou aktéři a členové týmu, k takovým, jako

⁶⁶ (Hájek, 2016 str. 44)

⁶⁷ (Trampota, a další, 2011 str. 295)

⁶⁸ (Trampota, a další, 2011 str. 294)

⁶⁹ (Trampota, a další, 2011 str. 295)

jsou rodinní příslušníci nebo kamarádi. Vycházíme z třináctera, které Osvaldová zmínila při rozdělování médií na bulvární a seriózní.⁷⁰

4.3. Vzorek analýzy

Pro námi vykonanou analýzu jsme si zvolili deník Mladá fronta DNES a to pro její sportovně vymezenou část. Mladá fronta DNES má v České republice dlouhou tradici a má jeden z nejvyšších nákladů. Dalším důvodem je, že Mladá fronta DNES ve svých vydáních dává sportovnímu zpravodajství významnou část prostoru. Za třetí, Mladou frontu DNES výzkumem bulvarizace podrobili již Tomáš Trampota s Jakubem Končelíkem. I přes to, že v metodice jsou rozdíly, bude možné získané údaje a výsledky a závěry porovnávat s jimi již vytvořenými.

Analýza bude provedena na vzorku, jenž se skládá z třiceti vydání. Jedná se vždy o šest vydání prvního kompletního týdne měsíce března v pěti ročnících. V neděli Mladá fronta DNES nevychází. Analyzovanými roky budou 2006, 2008, 2010, 2012 a 2014. V roce 2014 se bude jednat o vydání z území Olomouckého kraje, v letech 2006 až 2012 o vydání s názvem Střední Morava, která Olomouckému kraji předcházela.

Měsíc březen jsme si vybrali z důvodu absence globálních sportovních akcí, které jsou podrobeny velkému mediálnímu zájmu. I přesto je nutné si uvědomit, že výsledky, které díky našemu výzkumu získáme, nelze generalizovat jako výsledky celoročního zkoumání. Ve sportu mají různé odvětví hlavní sezonu v různých ročních obdobích, z čehož vyplývá i možný mediální nezájem o odvětví, který v březnu závodní sezonu nemá.

4.4. Jednotky analýzy

Výzkumné jednotky, na které se námi vymezený soubor dělí, jsou jednotlivá vydání Mladé fronty DNES a to pouze pro její sešit s názvem *Sport* společně se sportovními stranami uvedenými s nadpisem *Regionální sport*. Dalším sešitům se věnovat nebudeme ani v případě, že by událost mělo přesah do jiných, například do sešitu věnovanému zpravodajství. Akceptovatelný je pouze přesah do sešitu vyhrazenému regionálnímu zpravodajství, a to pouze do stran s nadpisem *Regionální sport*.

⁷⁰ (Osvaldová, 2016 str. 11)

V naší práci se zaměřujeme pouze na sportovní rubriky, což znamená, že nás zajímá bulvarizace pouze sportovního zpravodajství. Tímto postupem dosáhneme zredukování jednotek na pouze námi potřebné k vytvoření analýzy.

Námi vymezená výzkumná jednotka bude pro potřebu analýzy dále dělena na menší ucelené celky, takzvané *sampling units* a *recording units*.⁷¹

Sampling units pro nás budou jednotlivé zprávy, které od sebe budeme rozlišovat pomocí grafické a tematické úpravy. Každá zpráva má titulek a text (součástí textu jsou i mezititulky, perex a další důležité části textu). Jako součástí článku nebudou zahrnuty popisky fotografií, tabulek, infografik či grafů. Jako součást článku nebude tento materiál analyzován ani v případě tematické souvislosti. Jako jednotlivá zpráva nebude brána ani další materiál bez nadpisu a grafického oddělení. Jako samostatný článek bude brána zpravodajská fotografie s popiskou v případě, že její součástí bude titulek a text bude graficky oddělený mimo danou fotografii. Pro uznání samostatnosti fotografie s popiskou jako samostatnou jednotku, bude důležitá její tematická a grafická osamocení od ostatních zpráv na dané straně.

Jako samostatné celky budou brány kratší zprávy, které budou zahrnuty ve zvláštních rubrikách. Jedná se například o rubriku *Ve zkratce*, kde jsou jednotlivé články tematicky rozličné. Pro uznání jednoho tohoto celku jako samostatný je nutnost samostatného nadpisu.

V naší analýze budeme obsahy třídit i na základě *recording units*, k jejichž zařazení do příslušné kategorie využijeme takzvané *context units*.⁷² *Recording units* budeme zařazovat do kategorií osobních témat či sportovních témat. Výzkumník bude jako osobní téma uznávat takové, které přímo nesouvisí s jeho sportovním životem⁷³ či sportovním výkonem, a to i v případě jeho přímé reakce nebo popisu. Právě taková budou uznána jako sportovní. Pro náš výzkum je důležité vědět, že ony *recording units* nemají přesné a objektivně uznatelné hranice a jejich určení bude na schopnostech výzkumníka. K tomu budou využity zmíněné *context units*.

4.5. Sledované kategorie

V naší práci budeme analyzovat jednotky, které jsme si vymezili výše. Analyzované bude sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES. Každá zpráva, která procesem analyzování

⁷¹(Krippendorf, 1980)

⁷² Context units jsou jiné části obsahu, které nám pomáhají recording units třídit do příslušných kategorií.

⁷³ Například transfery, dosažení historických milníků

projde, nabude určitých hodnot v předem určených kategoriích. Tyto kategorie budou stanoveny podle určených výzkumných otázek. Hodnoty, které v každé kategorii budou zprávy nabývat, budou předem nadefinovány a bude jim přidělen číselný kód. Díky číselným kódům nám dále zjednoduší práci s daty a jejich následnému zpracování. V závěru nám pomohou i s jejich vyhodnocení.

Prvním krokem bude si vyhodnotit, zda do námi zvoleného vzorku patří, tedy zda jde o jednu ze zpráv spadajících do sportovní rubriky Mladé fronty DNES. Pokud do této kategorie spadat bude, budou zaznamenány takové proměnné, které nám budou nápomocné při následném třídění a orientaci v datech, popřípadě i zpětnou identifikaci zpráv námi zahrnutých do analýzy. Mezi tyto data patří:

- 1) pořadové číslo zprávy,
- 2) rok vydání zkoumané zprávy,
- 3) přesné datum, v němž zpráva vyšla,
- 4) titulek,
- 5) strana, na níž byla zkoumaná zpráva umístěna.

Následně bude zadány kategorie související s obsahem zkoumaného článku a s jeho rozsahem. Vymezení a hodnoty kategorií budou specifikovány dále. Mezi tyto kategorie patří:

- 6) rozsah článku,
- 7) zda nese zpráva znaky hard news či soft news,
- 8) zda jde o téma osobní nebo čistě sportovní
- 9) citovaná osoba jako zdroj informací
- 10) téma domácí nebo zahraniční

V průběhu naší analýzy budeme sledovat dohromady jedenáct kategorií. Tyto kategorie budou nabývat stanovených hodnot, které budou mít přiřazené kódy.

V případě, že daná hodnota bude hodnota číselná, bude zapsána právě tak, jakou číselnou hodnotu bude nabývat. V našem případě tento způsob zapisování uplatní nejen u pořadového čísla zprávy, roku nebo data ale i u strany, na kterém se článek nachází a také při zkoumání rozsahu článků, které budou zapisovány podle počtu odstavců.

Identifikátor číslo jedna, tedy pořadové číslo zprávy, bude určen podle toho, v jakém pořadí budou zprávy zkoumány.

Identifikátor číslo dvě stanovuje rok, kdy daný článek v námi vymezeném periodiku vyšel. Bude se tak jednat o roky 2006, 2008, 2010, 2012 a 2014.

Přesné datum, tedy identifikátor číslo čtyři, bude zapsáno podle otisku na titulní straně. K našemu výzkumu bude využito vždy šest vydání za daný zkoumaný rok. Jedná se tedy o výtisky z průběhu jednoho týdne. Mladá fronta DNES se jako nedělník nevydává.

Kategorie číslo pět, tedy strana, na které se analyzovaný článek nachází, bude stejná jako ta, na které se v námi zkoumaném periodiku nachází. Číslo strany je uváděno v horních okrajových rozích. Pokud bude náš článek přetahovat, bude tedy na dvou stranách, v našem výzkumu bude umístěn pouze jednou a to podle strany, kde bude jeho první část a to i v případě, že i jeho druhá část bude mít titulek. V našem výzkumu, ve kterém nebudeme počítat plošné hodnoty, je tento způsob lepší a přehlednější, než kdybychom ho do kódovací tabulky zapisovali dvakrát. Hodnota strany bude určena taková, na jaké straně titulek článku leží. Pokud bude titulek článku uveden i na přetažené straně, bude brán v potaz pouze první, umístěný před perexem nebo prvním odstavcem celého článku.

Strana bude uváděna ve formátu písmeno + číslo. Písmeno náleží označení sešitu, číslo pořadovému číslu v sešitu. Vycházet budeme z označení používaného Mladou frontou DNES.

Kategorie číslo šest, rozsah článku, bude měřen pomocí počtu odstavců, přes které je článek napsán. Do těchto hodnot nebudou započítávány nadpisy ani podnadpisy. Jako jeden odstavec nebudou brány v potaz například popisy infografik nebo graficky oddělené útvary jako *Telegraficky*, ve kterých jsou zaznamenány pouze statistické výsledky se sestavami a ostatními informacemi, které se o daných utkáních píší. Takovéto útvary nebudou v naší analýze vůbec zkoumány. Pokud jsou ovšem texty graficky oddělené, avšak podávají kratší zprávy o několika různých událostech, typická je rubrika *Ve zkratce* nebo *Ze světa*, jsou všechny takovéto kratší zprávy, obsažené v této rubrice, brány odděleně jako jeden odstavec. Rozsah článku bude psán, při přetažení článku přes více stran, jako jedna hodnota. Při článku vedeném formou rozhovoru bude brána otázka a odpověď jako dva odlišné odstavce.

Způsob počítání rozsahu pomocí počtu odstavců je využit z toho důvodu, že nás nezajímá bulvarizace celého periodika, ale pouze témat, a to témat sportovní části. Tento způsob nám umožní udělat proces počítání rozsahu rychleji, než kdybychom ručně počítali plochu, kterou články zabírají.

Do kódovací knihy bude zapsána hodnota, kterou získáme po spočítání odstavců v celém článku.

V kategorii číslo sedm budeme zkoumat poměr mezi hard news a soft news. Výše v teoretické části jsme se již dozvěděli, co to hard news a soft news je. Pro naše potřeby je ovšem nutné si oba výrazy přesněji definovat, nýbrž samotná definice, kterou jsme v teoretické části použili, říká, že sport jako takový patří do kategorie soft news.

Hard news budou v našem případě takové informace, které musí dostat čtenář okamžitě, novinář je tedy musí ihned zpracovat. Tedy takové, které už nemusí následující den platit nebo vzniknou nové. Jedná se tedy o reportáže pojednávajících o odehraných utkáních. Dále také aktuální přestupy a podobně. I zde ovšem lze využít teorii ze Zpravodajství Tomáše Trampoty⁷⁴, kde říká, že hard news je záležitost důležitá. Tato teorie je již zmíněná výše.

Pozici soft news budou v naší analýze zabírat takové zprávy, které se budou velmi blížit formulaci soft news od Thomase E. Pattersona⁷⁵. (viz. výše) Budou to tedy zprávy především senzační, zaměřené na osobnost a časově neukotvené. Jednat se bude například o skandály, soukromí sportovců nebo jejich životní příběhy, popřípadě spekulace, které jsou typické například u přestupů.

Zkoumání poměru hard news a soft news bude v našem případě probíhat na úrovni celého článku. Rozdělení do kategorií soft news a hard news, bude probíhat po analyzování nadpisu a perexu. Pokud článek perex nemá, bude místo něj využit první odstavec.

V osmé kategorii nás bude zajímat, zda se článek zabývá soukromým životem sportovce, tedy osobními tématy nebo samotným sportem. Tento výzkum bude probíhat na úrovni již zmiňovaných *recording units*. Pokud v analyzovaném článku bude těchto *recording units* více, budou zapsány jednotlivě. Hodnoty obou možností budou definovány předem a následně budou zapisovány do kódovací knihy.

V kategorii číslo devět budeme zkoumat, kdo je zdrojem citací a parafrází v jednotlivých článcích.

První možností, možností je, že zdrojem bude přímý aktér sportovního výkonu. V drtivé většině se bude jednat o hráče nebo rozhodčí. Druhou možností je citace nebo parafráze vycházející z realizačního týmu nebo managementu. Další možností je někdo

⁷⁴(Trampota, 2006 str. 30)

⁷⁵(Patterson, 2000 str. 3)

z rodinných příslušníků přímého aktéra. Čtvrtým možným zdrojem je někdo z okruhu přátel přímého účastníka. Pátou kategorií zdrojů citací a parafrází je každá jiná možnost která nepodléhá čtyřem předchozím definicím.

Každá možnost, která bude moci nastat, bude předem definována a jednotlivé kódy budou zapisovány do kódovací knihy. V případě, že se bude v jednotlivých článcích vyskytovat více těchto zdrojů, budou zapisovány jednotlivě. V případě, že bude článek veden formou rozhovoru, bude brána jako zdroj informací zpovídaná osoba. Pokud se jedna osoba v článku objeví jako zdroj informací vícekrát, bude zapsán pouze jednou. Tento krok nám pomůže předejít případnému zkreslení výsledků.

V desáté kategorii se budeme zabývat tím, zda je zpráva domácí nebo pojednává o události ze zahraničí. Je tedy nutné definovat, co je domácí a zahraniční zpráva. Domácí zpráva pro naši práci bude taková, která se bude zmiňovat o člověku české národnosti, týmu vedeném v určitém typu asociace či unie působící v České republice nebo o akci, která se bude odehrávat na území České republiky. Všechny ostatní zprávy pro nás budou zahraniční. Tuto kategorii budeme zkoumat na základě nadpisů a perexů. Pokud bude perex chybět, budeme využívat prvního odstavce. Oba typy zpráv budou mít předem definovaný kód, který budeme zapisovat.

5. Průběh analýzy

Tato kapitola jsme si vyhradili pro krátké shrnutí průběhu analýzy. Je nutná z toho důvodu, že v průběhu analýzy bylo nutné udělat pár drobných změn. Tyto jevy nebyly patrné při přípravě výzkumu, ale je nutné je uvést, protože jsme je zahrnuly při postupu kódování.

5.1. Fáze analýzy

Nejprve jsme si udělali předvýzkum, při kterém jsme si vybrali vzorek (první kompletní týdny měsíce března let 2006, 2008, 2010, 2012, 2014) a jeho malou část jsme podrobili analýze. Jednalo se o pondělní vzorky z let 2006 a 2008. V tomto kroku jsme si také ujasnili rozsah zkoumaného vzorku. Otestována byla také správnost námi zkoumaných kategorií a kódů, které k nim byly vytvořeny. Během předvýzkumu jsme neodhalili žádné zásadní nedostatky.

Dalším krokem bylo provedení samotného výzkumu. Výzkum byl prováděn tak, jak šly jednotlivé dny po sobě, výzkum prováděl jeden výzkumník, který je autorem celé práce, tudíž by nemělo docházet k výrazným proměnám v kódování.

Hodnoty jednotlivých kódů výzkumník zapisoval pomocí programu Microsoft Excel, pomocí jehož vytvořil kódovací knihu i kódovací arch.

5.2. Úprava metodiky

V průběhu výzkumu jsme museli udělat dvě malé změny, které naši metodiku upravily do konečné podoby. V rámci kódování zdrojů citací a parafrází výzkumník uznal za vhodné vytvořit jednu šestou podskupinu s názvem *nejmenovaný zdroj*. Vytvořil ji, protože ji bylo nutné oddělit od ostatních z důvodu výrazné bulvarizační charakteristiky.

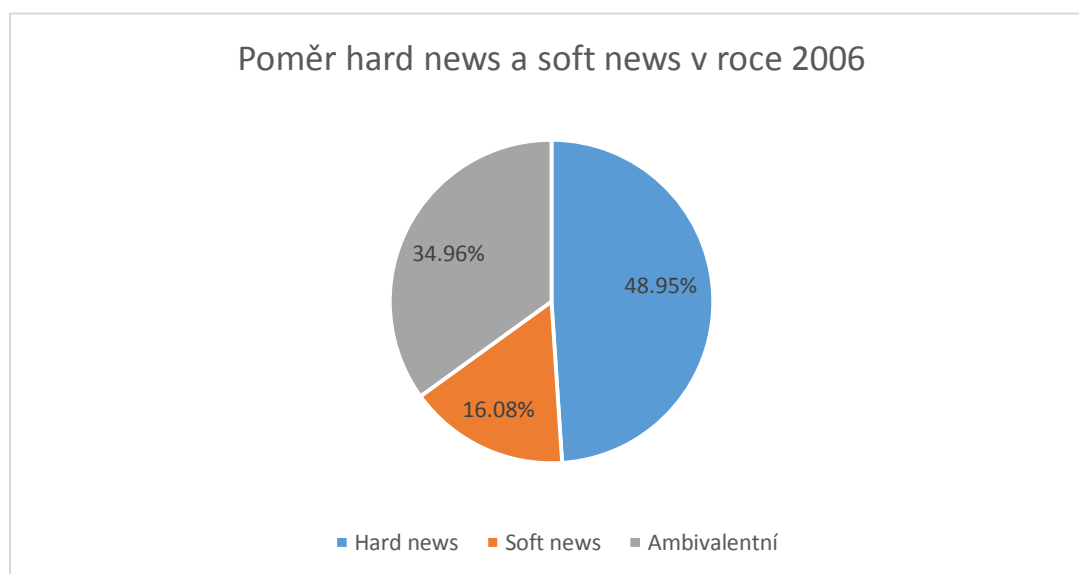
Druhou změnou bylo vyčlenění z naší analýzy graficky oddělenou část s názvem *DNES čtěte*, která sloužila jako přehled nejdůležitějších zpráv a obsahovala jejich nadpisy. Do naší analýzy tak nebyla tato část zahrnuta a jako začátek těchto zpráv byl označen až jeho nadpis, který byl součástí samotného článku.

6. Výsledky analýzy – Bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES

6.1. Analýza roku 2006

Rok 2006 nám ke zkoumání nabídl dohromady 143 článků ze sportovních rubrik Mladé fronty DNES, které podmínkami splňovaly námi vymezená kritéria. Průměrná délka článků v tomto roce byla 8,73 odstavce. Nejkratší byly většinou jedno odstavcové články z rubriky *Ve zkratce*. Takových se v našem vzorku vyskytlo přesně 28. Naproti tomu, nejdelším článkem, který byl v námi analyzovaném roce publikován, se stal rozhovor s Jaromírem Jágreš po olympijském turnaji v Turíně. Tento článek, který vyšel 6. března, měl celkový rozsah 36 odstavců. Průměr, který jsme ze všech článků vypočítali tak přesáhl více než čtyřikrát.

Další analyzovanou kategorií naší práce byl poměr vydávání článků splňující námi výše vymezené charakteristiky hard news s poměrem počtu článků splňující charakteristiky soft news. Trampota s Končelíkem⁷⁶ ve své práci říkají, že v roce 2005, což je v jejich práci nejnovější vzorek, byl poměr mezi soft news a hard news v šesti vzorcích Mladé fronty DNES následující. 23,4 % z jimi analyzovaných vzorků podléhalo definici hard news a 34,3 % označili za soft news. V našem případě jsou výsledky odlišné. Námi vymezenou charakteristiku soft news splňuje ve sportovním zpravodajství Mladé fronty DNES 16,08 % analyzovaných vzorků. Charakteristiky hard news 47,95 %. Ostatní zkoumané vzorky jsou ambivalentní.



Graf č. 1: Poměr hard news a soft news v roce 2006

⁷⁶(Trampota, a další, 2011 str. 294)

Třetí analyzovanou proměnou byl poměr mezi osobními a čistě sportovními tématy.

Po vyhodnocení všech témat, která byla v roce 2006 ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES formulována, jsme došli k následujícím závěrům. V námi zkoumaném vzorku převládala témata s čistě sportovní tematikou. Právě tato témata zabrala v celkovém součtu 67,77 % z obsahu všech článků. Témata, která měla tematiku osobní, zabírala tento rok 32,23 %. V konečném důsledku tedy obsahovaly v roce 2006 články sportovní rubriky Mladé fronty DNES sport více než dvakrát tolik témat čistě sportovních než osobních.

Následující kategorii, kterou jsme v naší analýze podrobili zkoumání, je poměr domácího a zahraničního zpravodajství. Trampota s Končelíkem⁷⁷ vyzkoumali, že v roce 2005 bylo ve vybraných vzorcích, které podrobily analýze 44,8 % domácího zpravodajství. V tomto ohledu se poměr domácího a zahraničního zpravodajství ve sportovních rubrikách Mladé Fronty DNES v roce 2006 diametrálně odlišují. V našem případě jde přesně o 88,11 % všech analyzovaných vzorků. Poměr domácího zpravodajství je tedy značně odlišný, ve sportovních rubrikách je ho více než jednou tolik.

Předposlední zkoumaná kategorie je zdroj citací a parafrází, na které se ve svých článcích novinář odkazuje. Z grafu lze vyčíst, že největší množství použitých citací uvedl přímý aktér, který se sportovního výkonu zúčastnil. Ze všech 182 citací či parafrází se jedná o 94 ozdrojovaných výpovědí. Z procentuálního hlediska jde o 51,64 %.

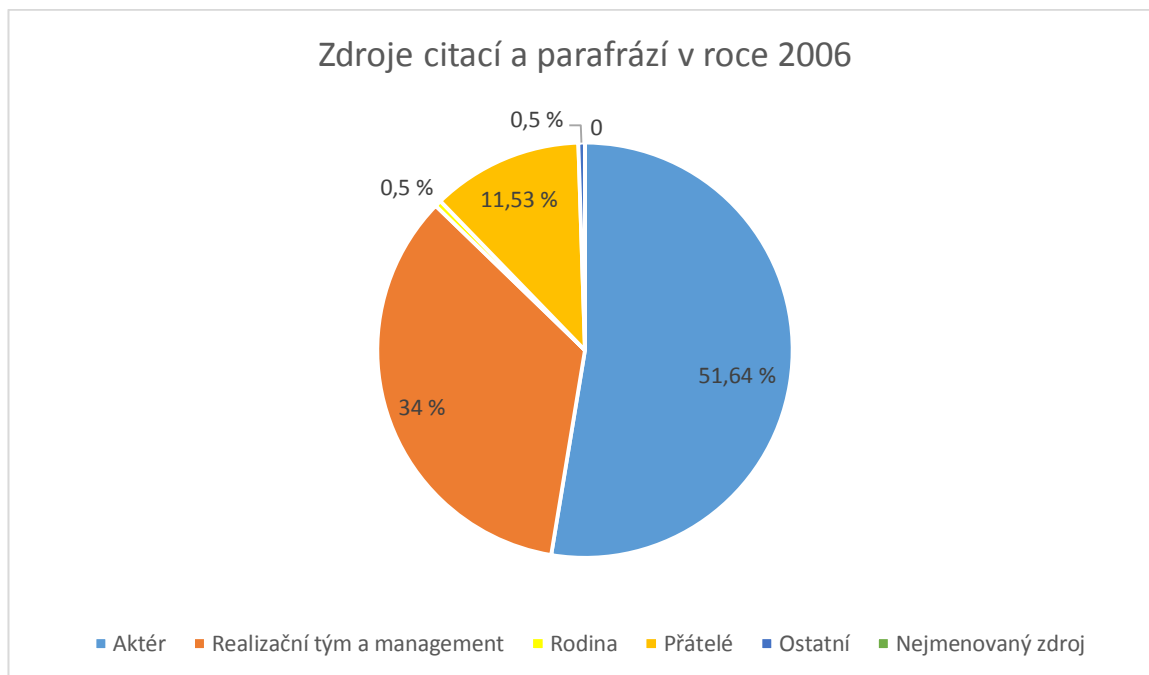
Druhý nejčastěji citovaný či parafrázovaný zdroj je uváděn někdo z realizačního týmu nebo funkcionářů, které jsou s danými týmy spojeni. Jedná se o 62 výpovědí, což je celkem 34,07 procenta.

Rodina sloužila jako výpovědní prostředek pouze v jednom případě, a to 10. března ve článku, který se týkal začátku sezony Formule 1.

Mimo rodinu byl jako zdroj informací uváděni i přátelé, stalo se tak ve třech případech. 21 ozdrojovaných výpovědí jsme v naší práci zařadili do kategorie ostatní. V procentuálním vyjádření jde o 11,54 % všech výpovědí.

⁷⁷(Trampota, a další, 2011 str. 294)

V jednom případě, konkrétně v článku ze 7.3 *Räikkönen prý přestoupí k Ferrari*, byl uveden nejmenovaný zdroj.



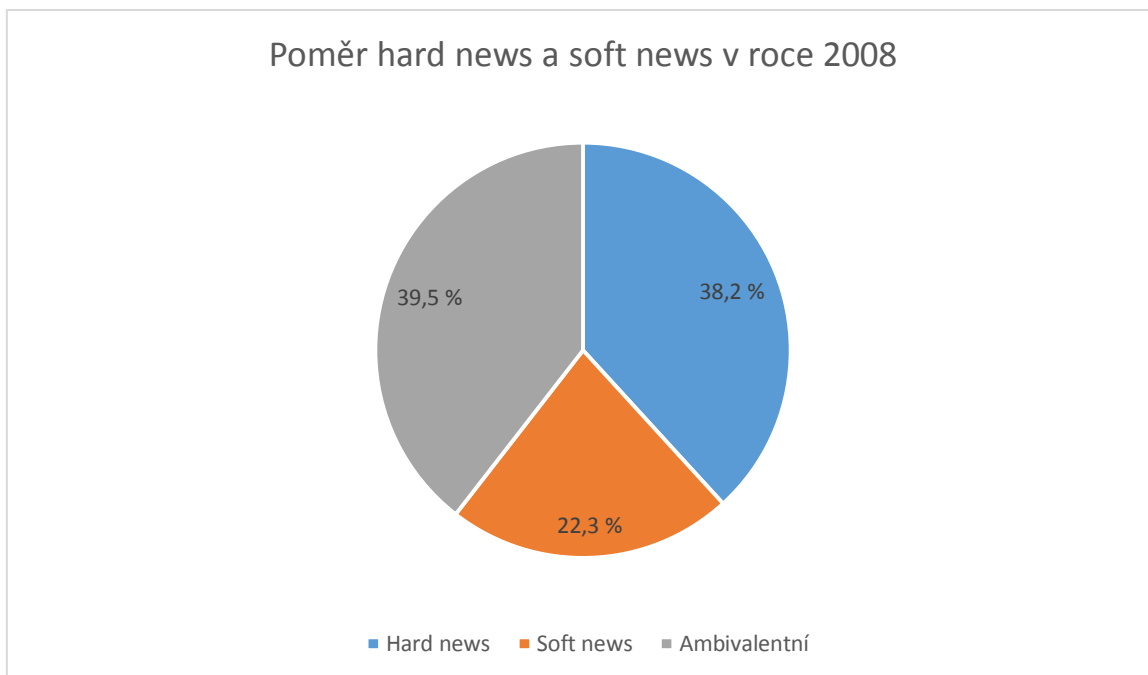
Graf č. 2: Zdroje citací a parafrází v roce 2006

V průměru nám tedy vychází 1,27 parafráze na článek. Ve 34 případech ovšem nemá článek uveden žádnou citaci ani parafrázi.

6.2. Analýza roku 2008

V roce 2008 jsme ve sportovních rubrikách Mladé fronty analyzovali celkově 157 článků, které podléhaly vymezení k našemu zkoumání. Celkově jsme napočítali 1271 odstavců, což po následném vydělení dělá přesně 8,06 odstavce na jeden článek. Nejkratší byly již zmíněné jedno odstavcové články vyskytující se v rubrice *Ve zkratce*. Z celkového počtu 157 článků bylo jedno odstavcových 59. Nejdelším analyzovaným článkem byl dvojrozhovor s dnes již bývalými karlovarskými hokejisty, Lukášem Pechem a Petrem Kumstátem. Celkově tento dvojrozhovor z 3. března rozsahem zabral 61 odstavců.

Poměr námi výše vymezených hard news a soft news v roce 2008 přinesl významnou převahu hard news nad soft news. Celkově se v našich vzorcích objevilo přesně 60 případů, které odpovídají naší definici hard news. V poměru se jedná, jak ukazuje graf č. 3, 38,22 % všech zkoumaných jednotek. Ve 35 případech jsme odhalili charakteristiky soft news, v procentuálním vyjádření se jedná o 22,29 % všech vzorků. Zbytek analyzovaných jednotek je ambivalentních, celkově se to týká 39,49 % ze všech vzorků.



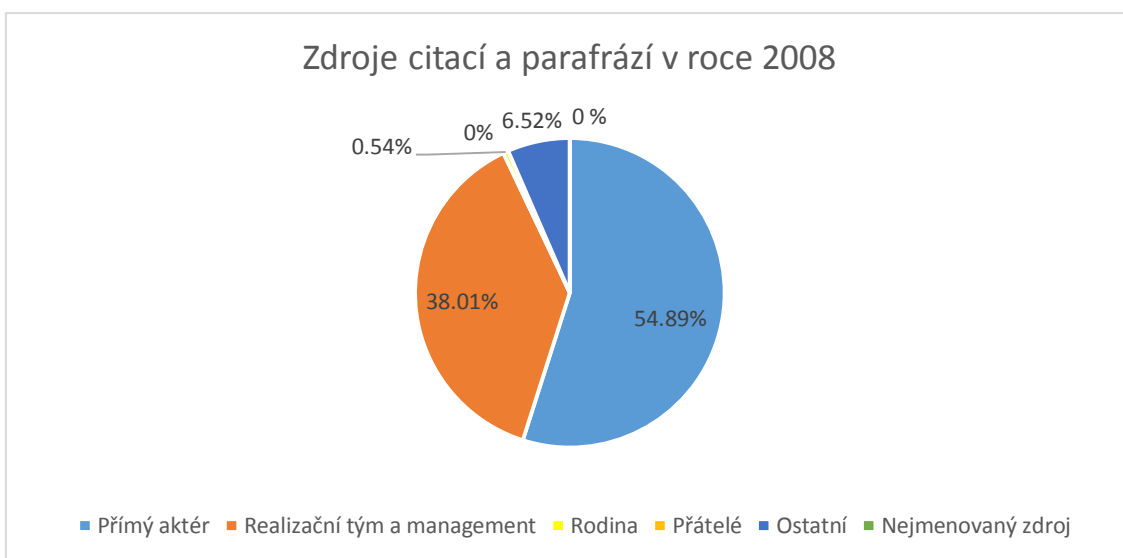
Graf č. 3: Poměr hard news a soft news v roce 2008

Třetí analyzovaná jednotka je poměr osobních a čistě sportovních témat. Naše analýza dohromady odhalila celkem 220 různých témat, která se rozdělovala na základě výše uvedených kritérií. V roce 2008 převládala v námi zkoumaných vzorcích témata čistě sportovní. Z počtu 220 jich tak bylo určeno přesně 154, v procentuálním vyjádření přesně 70 %. Oproti tomu témata označovaná jako osobní, byla ve významné menšině. V tomto případě jsme odhalili 66 témat osobních, dohromady tedy přesně 30 %.

Počet domácích zpráv byl ve vzorku z roku 2008 výrazně vyšší nežli v případě zahraničních. Podle námi určených charakteristik pro domácí zprávy jsme mohli jako takových určit přesně 138 zpráv, což nám při celkovém počtu 157 analyzovaných zpráv dělá poměr téměř 87,90 %. Jako zpravodajství zahraniční bylo možné určit zbylých 19 zpráv, tedy 12,01 % z celkového počtu.

Při zkoumání původců citací a parafrází jsme v průběhu analyzování vzorku z roku 2008 naměřili následující data. Celkem se v analyzovaných 157 článcích objevilo dohromady 184 citací nebo parafrází, které byly zahrnuty do naší analýzy. Průměrně se tedy dostaneme na hodnotu 1,17 citace na jeden článek. Abychom spočítali průměrnou hodnotu z celého vzorku, bylo do něj zahrnuto i 34 článků, které v sobě neobsahovaly ani jednu citaci nebo parafrázi.

Ve vzorcích z roku 2008 byli přímí aktéři citováni nebo parafrázováni ve 101 případech, což je, jak nám dokládá graf číslo 4, 54,89 % všech analyzovaných případů. Realizační tým nebo management klubu byl v tomto zkoumaném vzorku zmíněn přesně v 70 případech, tedy v 38,04 % z celkového počtu. Pouze jednou se v naší analýze objevila citace nebo parafráze člena rodiny. Jednalo se o článek z 5. března s titulkem *Risk s mladíkem vyšel*. Ani jednou se v tomto analyzovaném období neobjevila ani jedna citace a ani jedna parafráze ze strany přátel nebo nejmenovaného zdroje. Do kategorie ostatních nám spadá celkem 12 případů, tedy 6,52 % ze všech vzorků.



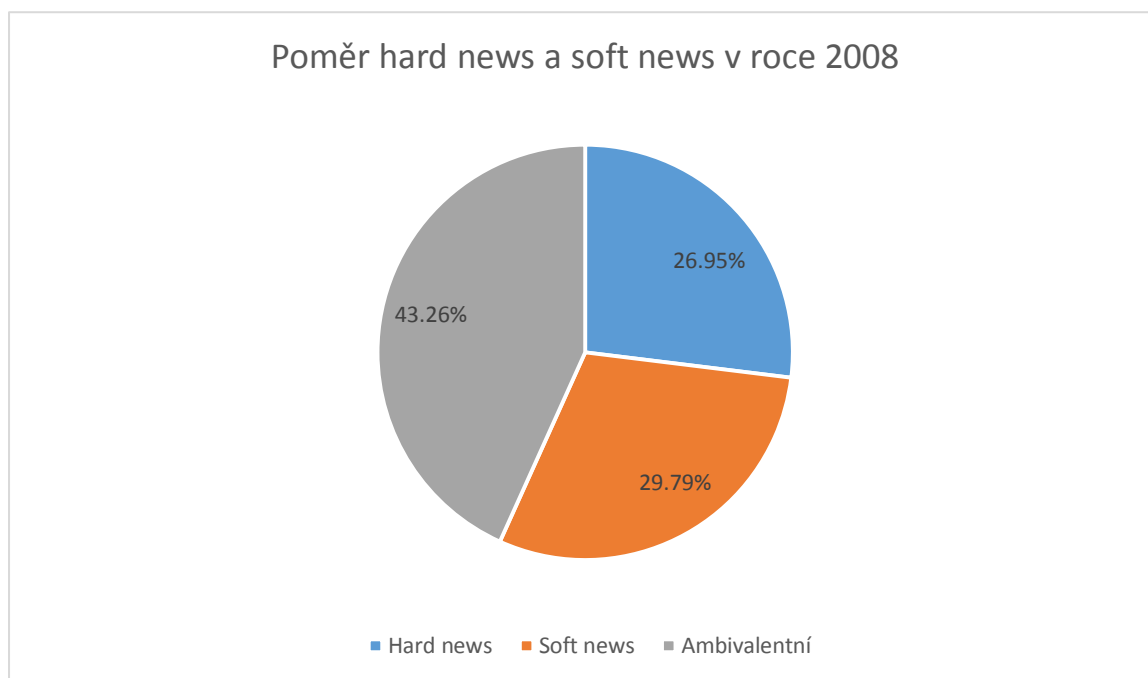
Graf č. 4: Zdroje citací a parafrází v roce 2008

6.3. Analýza roku 2010

Podle výše zmíněných kritérií jsme ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES analyzovali přesně 141 článků. Tyto články celkově obsahovaly 1171 odstavců. Po zprůměrování se nám dostalo hodnoty 8,3 odstavce na jeden článek. Nejkratší byly opět články z rubriky *Ve zkratce*. Celkový počet těchto jedno odstavcových článků je stanoven na hodnotě 55. Nejrozsáhlejším co do počtu odstavců, byl v roce 2010 rozhovor s tenisovou legendou Martinou Navrátilovou. Byl obsažen v 80 odstavcích. Vydán byl 6. března.

Druhá analyzovaná kategorie, tedy soft news a hard news, je po zanalyzování v tomto poměru. 26,95 % z analyzovaných článků nese charakteristiky výše vymezených hard news. Charakteristiky soft new v tomto případě nese dokonce 29,78 procent analyzovaných článků. Ambivalentních je 43,26 %. Poprvé a také naposled v našich vzorcích převládá množství soft news nad hard news. Jedná se tedy o jediný analyzovaný vzorek, který přibližně odpovídá hodnotám naměřeným Končelíkem a Trampotou ve vzorcích

Mladé fronty DNES z roku 2005.



Graf č. 5: Poměr hard news a soft news v roce 2008

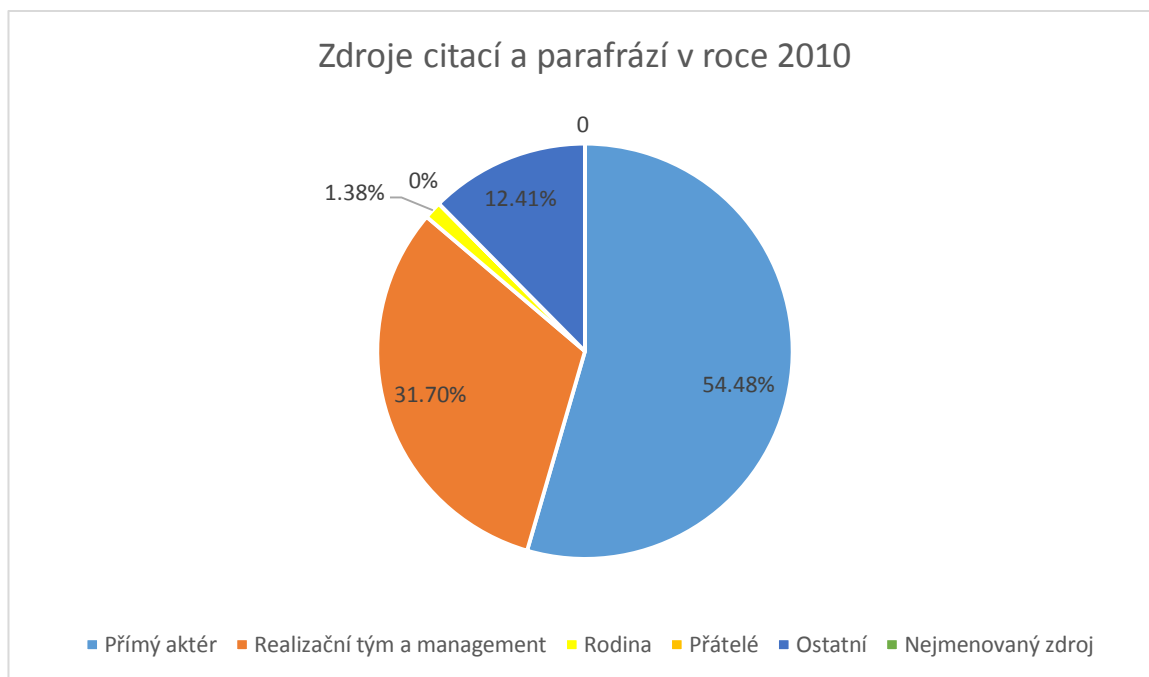
Třetí zkoumanou charakteristikou námi vybraného vzorku je poměr mezi sportovními a osobními tématy vyskytujícími se v obsazích analyzovaných článků. Dohromady se nám ve 141 článcích objevilo 197 různých námětů, které podléhaly našemu zkoumání. Z oněch 197 témat se 132 zabývá tématy čistě sportovními. Zbýlých 65 témat bylo po analýze zařazeno jako osobní. V procentuálním vyjádření se tedy jedná o poměr 67 % sportovních témat a 33 % osobních témat.

Další charakteristika naší analýzy se zabývá domácími a zahraničními zprávami z rubrik sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES analyzovaného roku. Z celkového počtu 141 článků, které byly v roce 2010 zkoumány, 90 podléhalo definici domácí zprávy. Pokud si tuto hodnotu vyjádříme v procentech, zjistíme, že se jedná o 63,83 % ze všech analyzovaných zpráv. Zbýlých 36,17 % zpráv bylo vyhodnoceno jako zahraničních. Ze všech analyzovaných vzorků jich bylo jako zahraniční tedy označeno 51.

Následně jsme se v tomto roce zaměřili na zkoumání zdrojů citací a parafrází, které novináři uvedli ve svých článcích. Celkový počet těchto parafrází je 145, což je v průměru 1,02 citace na článek.

Přímý aktér v naší analýze zdrojů citací a parafrází působí 79 případech, což je více než polovina. Přesně 54,48 %. Zastoupení 46 citací a parafrází mají v analýze tohoto roku realizační tým a management. Procentuálně se jedná o 31,72 %. 2 citace měla v naší analýza

skupina rodiny aktéra, což nám ze 100 % odděluje 1,38 % dat. 18 případů naší analýzy jsou zařazeny mezi ostatní. Ani jednou se v našem výzkumu v roce 2010 nevyskytl zástupce z přátel ani z nejmenovaných zdrojů.

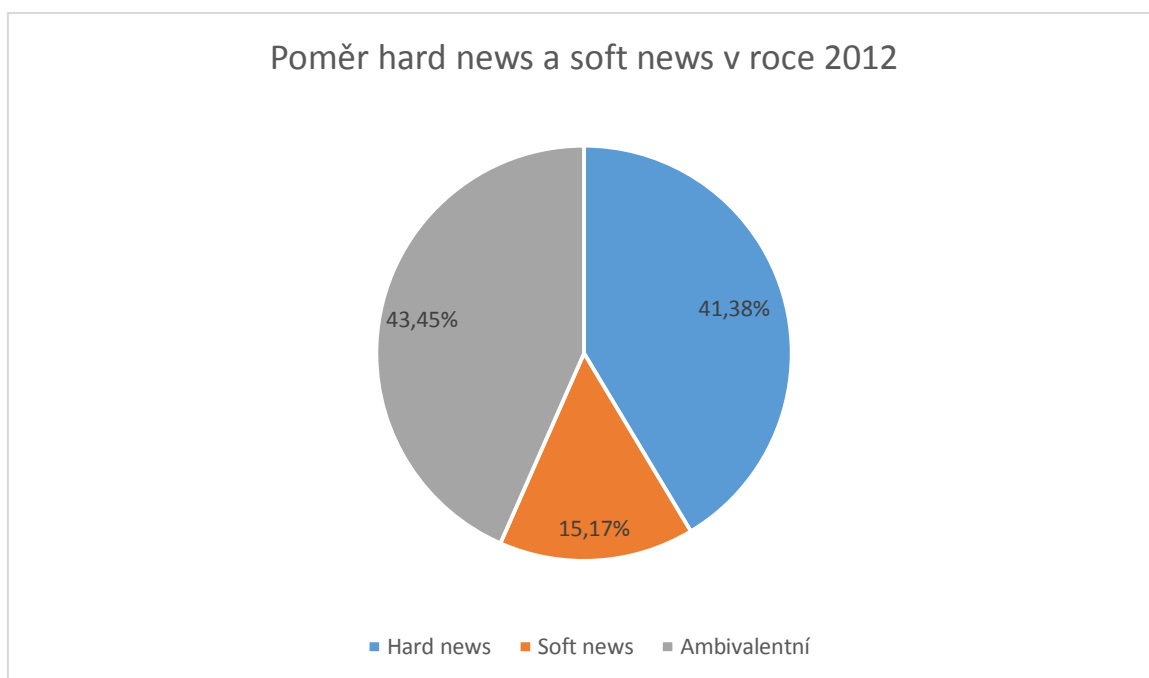


Graf č. 6: Zdroje citací a parafrází v roce 2010

6.4. Analýza roku 2012

V roce 2012 jsme do naší analýzy zařadili 145 článků. Celkový rozsah našich analyzovaných vzorků je 1039 odstavců. Průměrně rozsah na článek nám tedy vyšel na hodnotu 7,17 odstavce na jeden článek. Nejkratšími analyzovanými jednotkami tohoto roku byly jedno odstavcové články z rubriky *Ve zkratce*. Celkově jsme ve vzorku z roku 2012 zkoumali 44 takovýchto jedno odstavcových článků. Nejdelším analyzovaným článkem byl rozhovor s Petrem Nedvědem s titulkem *Když jdu z ledu, jsem naštvaný. Chci hrát pořád* vydaný 8. března. Tento článek měl rozsah 54 odstavců.

Další zkoumanou hodnotou byl poměr mezi hard news a soft news. V námi zvoleném vzorku, tedy ve 145 člancích nám vyšlo, že charakteristiky hard news, tak, jak jsme si je operacionalizovali, splňuje celkem 60 článků. Jako soft news jsme v naší analýze označili celkem 22 článků. Zbýlých 63 článků bylo určeno jako ambivalentní. Procentuální vyjádření nám znázorňuje graf. Jako hard news bylo určeno 41,37 % zkoumaných článků, jako soft news 15,17 % a jako ambivalentní bylo označeno 43,45 % článků.

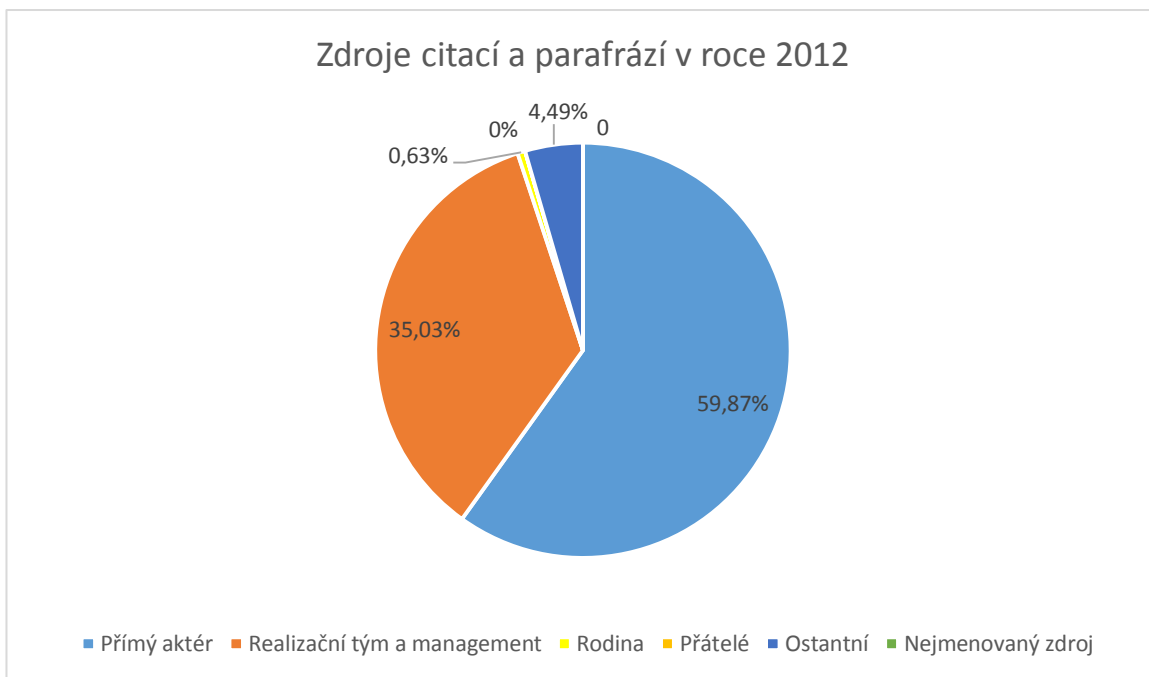


Graf č. 7: Poměr hard news a soft news v roce 2012

Třetí analyzovanou charakteristikou je poměr mezi sportovními a osobními tématy. V roce 2012 jsme ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES objevili celkem 217 témat. Jako čistě sportovní jsme na základě vymezení určili 174 z nich, tedy 80,18 %. Jako osobní jsme ze zkoumaných článků určili 43 jednotek, tedy 19,82 %.

Další zkoumanou charakteristikou je poměr mezi domácím a zahraničním zpravodajstvím. V roce 2012 se v naší analyzovaném vzorku objevilo 126 jednotek domácího zpravodajství. Při celkovém vzorku 145 článků dělá tento vzorek 86,89 %. Zahraniční zpravodajství bylo zaznamenáno celkem v 19 případech, tedy v 13,10 % všech zkoumaných případů.

Následnou analyzovanou charakteristikou je, kdo byl autorem citací a parafrází v naší zvoleném vzorku. Celkové se v něm objevilo 157 citací a parafrází. Nejčastěji byl v roce 2012 jako původce označen přímí aktér dané události. Po sečtení všech těchto jednotek jsme se dostali k hodnotě 94 citací a parafrází, což znamená 59,87 % všech napsaných. V 55 případech byl jako autor označen člen realizačního týmu a managementu, což je 35,03 % všech výpovědí. Pouze jednou byl autor citace nebo parafráze někdo z rodiny aktéra, což je 0,63 %. 4,46 % dalších citací jsme zahrnuli do kategorie ostatní. Stalo se tak v 7 případech. Ani jednou se v našem vzorku neobjevili citace nebo parafráze od nejmenovaných zdrojů nebo přátel.

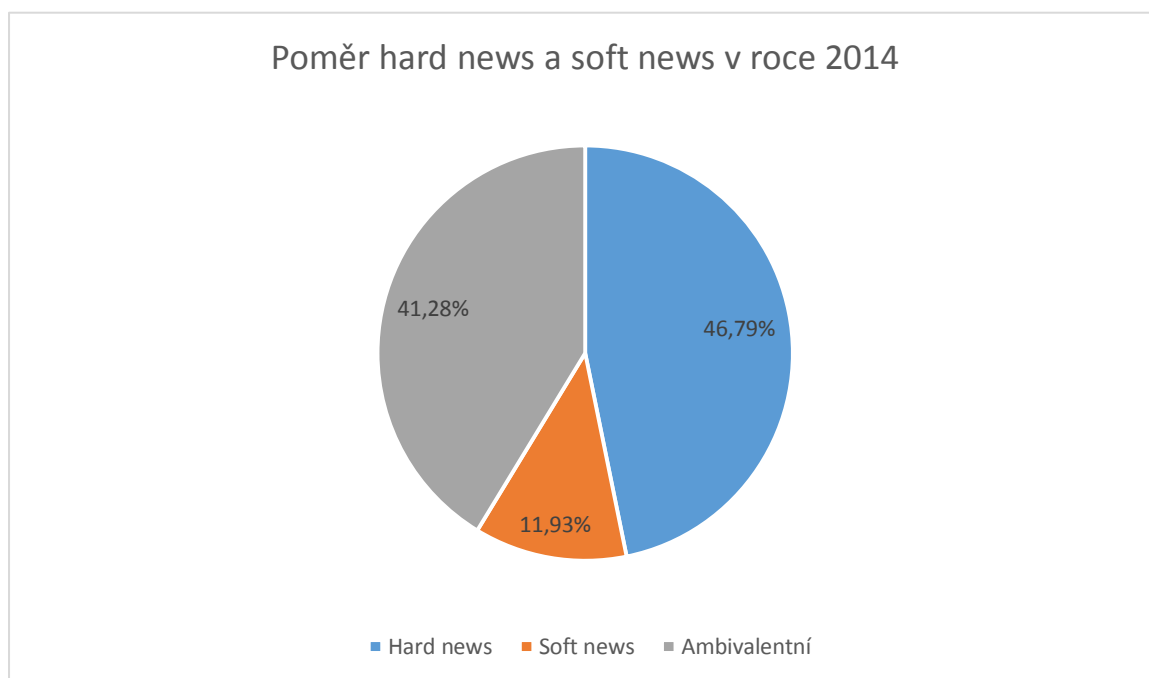


Graf č. 8: Zdroje citací a parafrází v roce 2012

6.5. Analýza roku 2014

V rámci vzorku z roku 2014 jsme analyzovali celkem 109 článků. Tyto články svým rozsahem celkem obsahovaly 892 odstavců, což v konečném důsledku znamená průměr 8,2 odstavce na jeden analyzovaný článek. Nejkratší byly opět jedno odstavcové články z rubriky *Ve zkratce*. Ve vzorku z tohoto roku bylo dohromady 24 takový případů. Naopak nejdelším analyzovaným článkem byl článek z 3. března. Jednalo se o rozhovor s šéfem České fotbalové asociace Miroslavem Peltou, který měl titul: *Fotbalový šéf Pelta: Cítím novou naději, kouči Vrbovi hodně věřím*. Tento článek byl rozložen do 39 odstavců.

Další charakteristikou je poměr výskytu hard news a soft news. Ze 109 článků, které jsme v naší práci analyzovali, jich v roce 2014 patřilo do kategorie hard news 51. Jedná se tak o 46,79 % ze všech analyzovaných vzorků. Do kategorie soft news jsme po vypracování analýzy zařadili celkem 13 vzorků. Tento počet zabírá celkem 11,93 % z analyzovaného materiálu. Zbýlých 45 vzorků jsme označili jako ambivalentní. Jedná se tedy o 41,28 % ze všech případů. Poměry mezi těmito hodnotami si přiblížíme pomocí grafu níže.



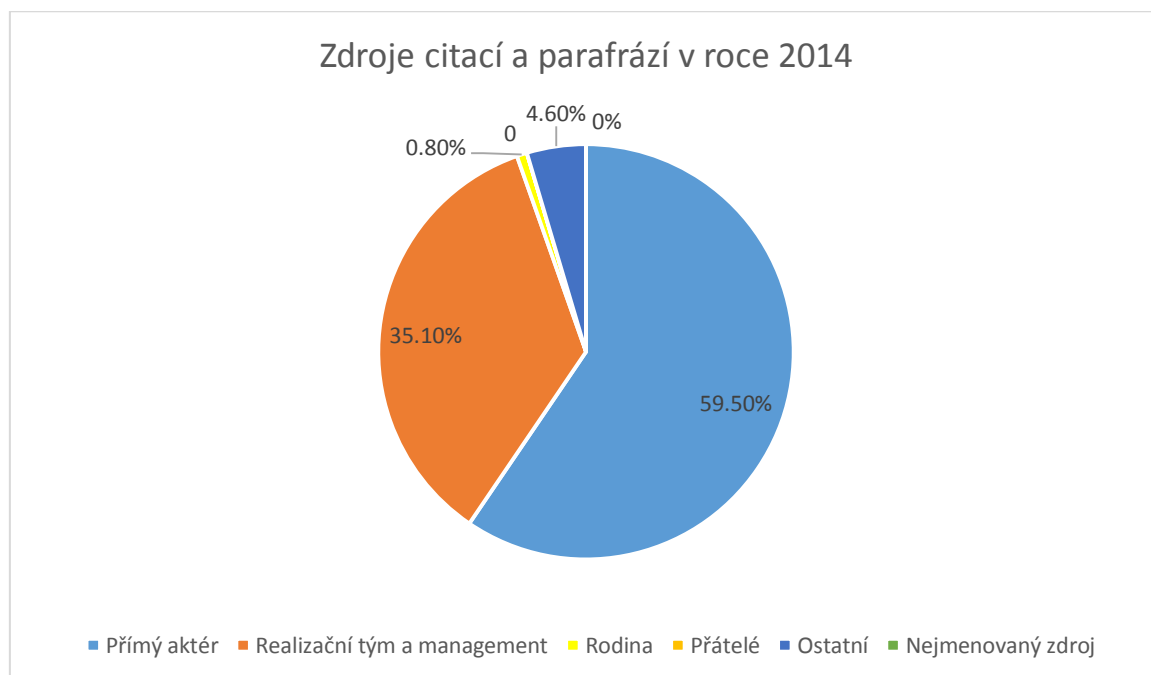
Graf č. 9: Poměr hard news a soft news v roce 2014

Další proměnou v našem zkoumání je poměr mezi sportovními a osobními tématy. Celkový počet témat, který jsme po ukončení analýzy napočítali, je 158. Jako čistě sportovní jsme určili celkem 130 případů, což je 82,28 % z celého vzorku.

V druhém případě jsme napočítali 28 témat, která se týkala témat osobních. Jedná se o 17,72 % z analyzovaného materiálu.

Následně jsme se v našem zkoumání zabývali poměrem domácího a zahraničního zpravodajství. Domácí zpravodajství v tomto analyzovaném roce zabralo celkově 92,66 % z celkového počtu zpráv. Jednalo se tedy o 101 článků. Při 109 člancích nám z analýzy tedy vyšlo, že zahraničnímu zpravodajství se ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES autoři věnovali pouze v 8 případech, tedy v 7,34 % analyzovaného materiálu.

Poměry autorů citací a parafrází nám po analýze tohoto roku vyšly následující. Celkem novináři využili 131 citací nebo parafrází. Nejčastěji využívané byly využívané ty, které pronesl sám aktér zprostředkovávané události. Stalo se tak přesně v 78 případech, což je 59,54 % všech citací a parafrází. Ve 46 případech tak bylo u realizačního týmu a managementu. Této skupině tak náleží 35,11 % ze zjištěných případů. Pouze 1 citace patřila někomu z rodiny aktéra a 6 citací a parafrází jsme zařadili do skupiny ostatní. Ani jednu nebyl v analyzovaném vzorku objeven případ, kdy citaci nebo parafrázi pronesl někdo z přátel a ani jednu tak nebylo v případě nejmenovaného zdroje.

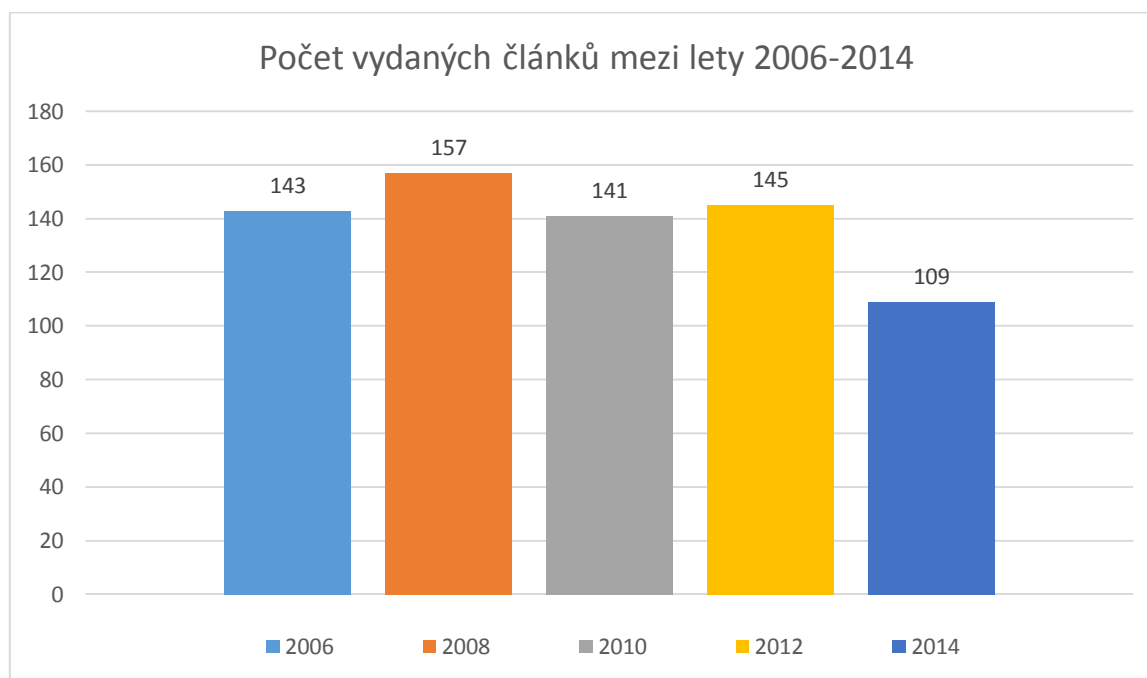


Graf č. 10: Zdroje citací a parafrází v roce 2014

7. Vývoj zkoumaných proměnných v čase

7.1. Počet článků a rozsah

Prvním zkoumaným aspektem, který jsme v analýze zkoumali, byl počet článků a jejich rozsah. Celkově jsme analyzovali 695 článků. Největší počet článků vyšel v roce 2008, nejméně pak v roce 2014. Pokud jsme zjistili, že nejmenší množství analyzovaných článků vyšlo v roce 2014, tedy na konci námi sledovaného období, znamená to, že trend v počtu množství vydávaných článků byl klesající. Není tomu tak ovšem po všechny zkoumané roky. Hned mezi roky 2006 a 2008 jsme zaznamenali nárůst počtu vydaných článků. Po roce 2008 do roku 2010 jsme ovšem zaznamenali pokles, který v následujícím roce vystřídal minimální nárůst. Oproti předchozímu roku vyšlo v námi sledovaném týdnu o 4 články více, tedy 145. Pro analýzu se stal zásadním rok 2014, kdy počet vydaných článků výrazně klesl na námi nejmenší naměřenou hodnotu a to 109 článků za analyzovaný týden.

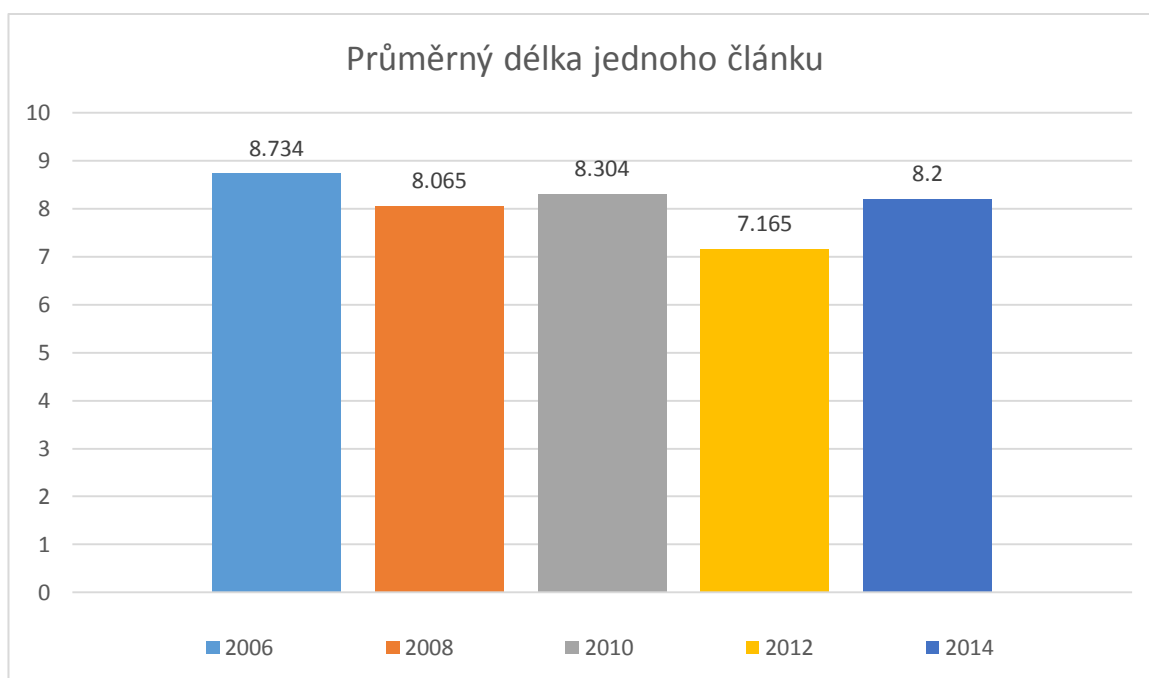


Graf č. 11: Počet vydaných článků mezi lety 2006-2014

Společně s počtem článků bylo pro ověření procesu bulvarizace zjistit, zda jsou texty zpracované v různých rozsazích, tedy za průměrný počet odstavců stoupal či klesal. Z grafu lze vyčíst, že při porovnání roků 2006 a 2014, tedy hraničních let naší analýzy, je patrný jen minimální trend zkracování článků. Průměrný článek z roku 2016 je o půl odstavce kratší, než z roku 2006.

Nejrozdílnějšími roky našeho sledování byl rok 2006 a rok 2012. V roce 2006 byl průměr počtu odstavců na jeden článek 8,7, o šest let později byla tato cifra na hodnotě 7,17.

Rok 2014 byl také jediným, kdy se hodnota této proměnné dostala pod průměr 8 odstavců na jeden článek, zbytek těchto hodnot se pohybovalo nad tímto průměrem, avšak nikdy nepřesáhly 9 odstavců na jeden článek.



Graf č. 12: Průměrná délka jednoho článku (hodnoty znamenají počet odstavců na jeden článek)

7.2. Poměr hard news a soft news

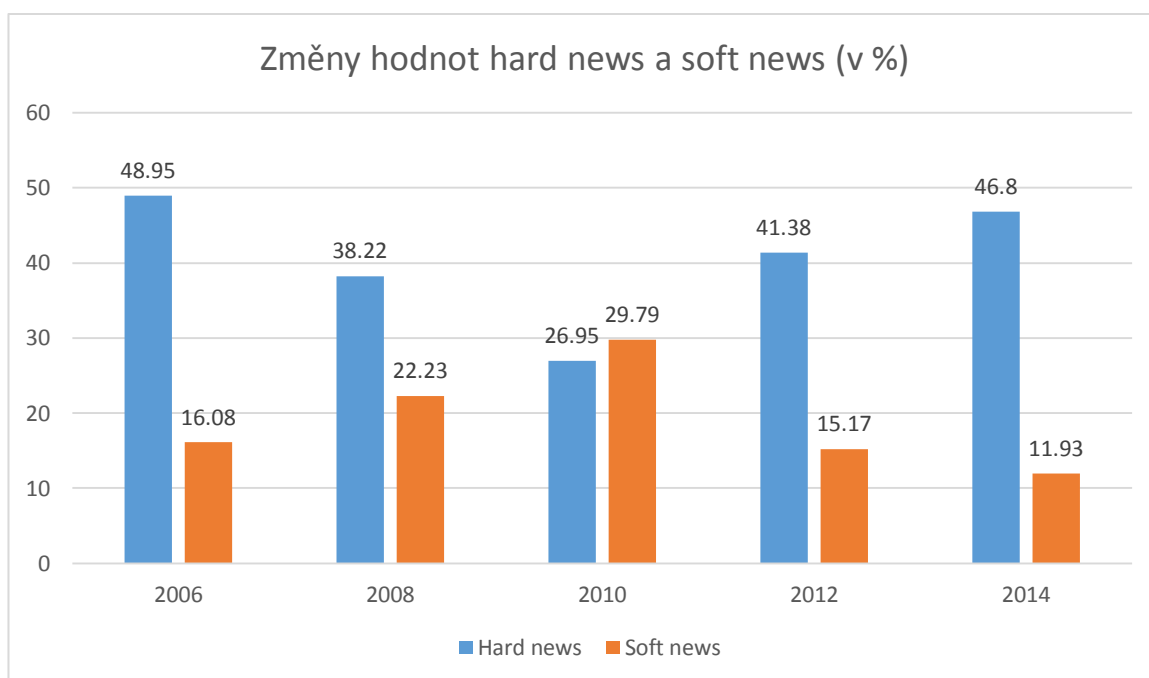
Druhým ukazatelem v posouzení bulvarizace sportovního zpravodajství Mladé fronty DNES je pro nás poměr mezi články obsahující charakteristiky hard news a články obsahující charakteristiky soft news. Zde jsme vycházeli ze zkoumání Jakuba Končelíka s Tomáše Trampoty⁷⁸, kteří tuto proměnu u Mladé fronty DNES zkoumali v období mezi lety 1995 až 2005. Jejich výsledkem bylo, že poměr hard news mezi těmito lety klesl o 2,2 %. Na druhou stranu vyzorovali, že poměr soft news o 8,7 % narostl.

V našem měření jsme mezi krajními body měření, tedy mezi lety 2006 ž 2014 zjistili, že počet hard news nepatrně klesl. Stejně tak na tom ovšem byla i skupina soft news. Vcelku výrazně, o necelých 8 % narostla skupina ambivalentních. Tyto změny ovšem neprobíhaly lineárně.

I přes to, že v období, které jsme si vybrali, neprobíhaly žádné velké akce, byly na našich vzorcích patrné dozvuky olympijských her. Bylo tak v roce 2006 a 2010. Pokud ovšem srovnáme tyto dvě hodnoty, zjistíme v poměru hard news a soft news diametrální rozdíl. Rok

⁷⁸(Trampota, a další, 2011)

2006 vykazoval poměr hard news k ostatním typům hodnotu necelých 49 %. V roce 2010 to bylo téměř 27 %. Změna byla patrná i u poměru soft news. Zde byla v roce 2006 hodnota 16 %, v roce 2010 už téměř 30 % soft news z analyzovaného vzorku.



Graf č. 13: Změny hodnot hard news a soft news (v %)

	Hard news	Soft news
2006	48,95 %	19,08 %
2008	38,22 %	22,23 %
2010	26,95 %	29,79 %
2012	41,38 %	15,17 %
2014	46,6 %	11,93 %

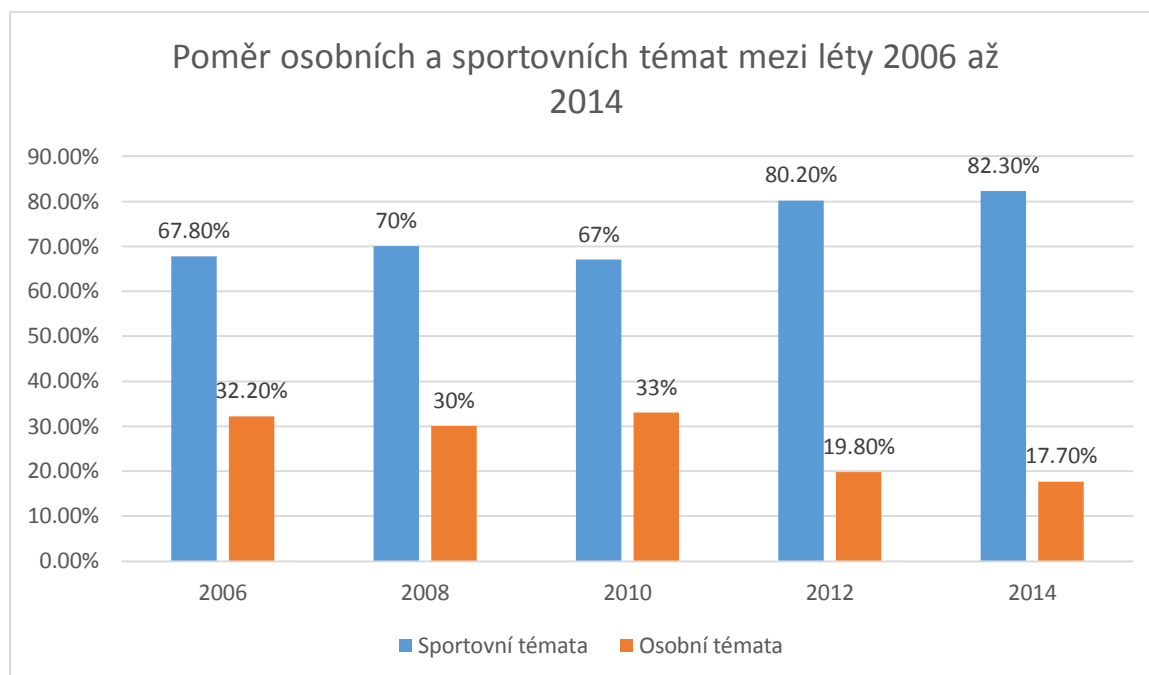
Tabulka 1: Hodnoty hard news a soft news v letech 2006 až 2014

Třetí zkoumanou proměnou byl v našem výzkumu poměr mezi tématy sportovními a osobními. Osobní i sportovní témata jsme si vymezili v části věnované operacionalizaci.

Po zaměření na okrajové roky zkoumaného vzorku jsme zjistili, že rozdíl mezi počty osobních témat v poměru s čistě sportovními celkem výrazně klesl. Zatímco v roce 2006 byl tento poměr 32,23 % ku 67,77 % ve prospěch sportovních témat, po zkoumání závěrečného vzorku, tedy vzorku z roku 2014, se tento poměr ve prospěch sportovních témat navýšil. 17,72 % témat bylo osobních, zbylých 82,28 % bylo zaměřeno čistě sportovně. Trend snižování poměru osobních témat oproti předchozím letům byl zaznamenán i v letech 2008 a 2012. Pouze v roce 2010 se tento poměr o necelá tři procenta zvedl.⁷⁹ Rok 2012 ovšem opět

⁷⁹ Tento nárůst byl zaznamenán oproti roku 2008.

následoval trend snižování množství osobních témat a klesl dokonce pod hodnotu naměřenou v roce 2008.



Graf č. 14: Poměr osobních a sportovních témat mezi lety 2006 až 2014

7.3. Poměr práv domácích a zahraničních

Při zkoumání domácích a zahraničních zpráv jsme opět vycházeli z výzkumu Trapoty s Končelíkem⁸⁰. Ti ve svém výzkumu zjistili, že od roku 1995 do roku 2005 Mladá fronta DNES začala zvětšovat poměr svých domácích zpráv. Pokud se zaměříme na okrajové roky, lze říct, že předpoklad, ze kterého jsme vycházeli, naše analýza potvrzuje. Ukazuje, že v roce 2006 bylo zaměřeno na domácí zprávy 88,11 % vydaných zpráv. V roce 2014 to bylo už celých 92,66 % zpráv. Zkoumané roky v rozmezí těchto krajních dvou ovšem žádný trend stoupání poměru domácího zpravodajství nevykazovaly. V ostatních třech zkoumaných letech byl tento trend klesající. V roce 2010 bylo domácích zpráv pouze 63,82 %. Je ovšem nutné podotknout, že vzorek této analýzy významně ovlivnily již zmíněné dozvuky olympijských her.

	2006	2008	2010	2012	2014
Domácí	88,11 %	87,9 %	63,83 %	86,89 %	92,66 %
Zahraniční	11,89 %	12,1 %	36,17 %	13,11 %	7,34 %

Tabulka 2: Změny poměru domácího a zahraničního zpravodajství v letech 2006 až 2014

⁸⁰(Trampota, a další, 2011 str. 294)

7.4. Zdroj citací a parafrází

Poslední kategorií, kterou jsme v průběhu námi vybraných let analyzovali, je zdroj citací nebo parafrází, které novináři ve svých článcích použili.

Výsledkem tohoto zkoumání je zjištění, že ve všech sledovaných letech byl za nejčastějšího zdroje citací a parafrází určen přímý účastník. V drtivé většině případů se jednalo o sportovce, který se účastnil nějakého sportovního utkání nebo závodu. Tato kategorie vždy dosáhla více než 50 % všech analyzovaných případů. Největší poměr vůči ostatním měla tato kategorie v roce 2012. V tomto zkoumaném byli jako zdroj citace nebo parafráze označeni přímí účastníci téměř v 60 % ze všech analyzovaných.

Nejmenší zastoupení měli přímí účastníci v roce 2006. Jako zdroj je novináři označili v 51,6 % v článcích uvedených případů. V roce 2006 byla také celková skladba nejvíce rozmanitá. Pouze v tento analyzovaný rok se do článku dostal jako zdroj citace či parafráze někdo z přátel účastníků. 7. března tohoto roku byl také za zdroj informace parafrázován nejmenovaný zdroj. Jednalo se o článek, který zvažoval možný přestup Räikköнена do Ferrari.

Druhou nejčastěji zmiňovanou skupinou byl realizační tým a management klubů. Drtivá většina těchto citací a parafrází z této skupiny pochází z úst trenérů. Celkové hodnoty a jejich proměny jsou dál znázorněny v grafu.



Graf č. 15: Změny poměrů autorů citací a parafrází v letech 2006 až 2014

8. Průběžná témata

V průběhu analýzy existovala témata, která se opakovala v každém ze zkoumaných vzorků. Jelikož se jednalo o první kompletní týden měsíce března, Mladá fronta DNES dávala velký prostor hokeji, kde v tento termín pravidelně probíhají boje o play-off. Někdy už dokonce běží.

Dalším tématem, který se objevuje v průběhu všech zkoumaných vzorků, je fotbal. V tento zkoumaný termín se hraje pravidelně jarní část domácí fotbalové soutěže.

Protože jsme zkoumali i regionální zpravodajství, často se v naší analýze objevoval i basketbal, házená a volejbal. Celky z Olomoucka hrají v těchto sportech nejvyšší soutěže, a tak se jim dostávalo celkem velké množství prostoru.

Posledním větší skupinou, která se pravidelně v analýze objevovala, jsou články tenisové, jelikož stejně jako v hokeji i fotbalu je měsíc březen obdobím, kdy naplno probíhá tenisová sezóna.

9. Posouzení platnosti hypotéz

Vlivy, které naše výzkumné otázky ovlivňují, jsme si interpretovali v předchozích kapitolách. V této kapitole je naším cílem shrnout získaná data a odpovědět na předem položené výzkumné otázky.

VO1 – Jak se mění rozsah zpracování jednotlivých témat?

- H1: Dle výše vymezené bulvarizace by měly mít články v průběhu zkoumaných let stále menší rozsah.

Výsledkem naší analýzy bylo zjištění, že průměrná velikost článku jako takového se příliš nemění, za období našeho zkoumání nebyl vyzorován určující trend, podle kterého by se průměrná délka článku měnila. Výsledek této části analýzy je shrnut v grafu číslo 12.

Proměnou prošel samotný počet vydaných článků. V roce 2006 jich ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES vyšlo 143 a v roce 2014 již pouze 109. Tento problém jsme shrnuli v grafické podobě. Problematikou počtu vydaných článků se zabývá graf číslo 11.

Hypotéza o tom, že články se budou v průběhu let zkracovat se tedy nepotvrdila. Změnou, která Mladá fronta DNES prošla, bylo, že sportovnímu zpravodajství nedopřává takový rozsah, jako tomu bylo na počátku období naší analýzy.

VO2 – Jakým tématům se Mladá fronta DNES ve sportovní rubrice věnuje v poměru osobních k čistě sportovním?

Hypotéza, kterou jsme si v rámci této výzkumné otázky nastolili, v tomto případě nebyla určena jako správná. Poměr osobních a sportovních témat se neměnil tak, jak jsme v ní předpokládali.

Poměr osobních a sportovních témat se měnil ve prospěch sportovních. V roce 2006 jich zabíralo obsah 67,77 %, kdežto roce 2014 se jich ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES objevovalo již 82,28 %. Tyto hodnoty jsou společně s proměnami ve zkoumaných letech shrnuty v grafu číslo 14.

Výsledek této výzkumné otázky pravděpodobně ovlivnil i fakt zmenšování prostoru pro sportovní zpravodajství.

VO3 – Jaký je poměr výskytu hard news ku soft news ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES?

Tuto výzkumnou otázku jsme zkoumali na základě hypotéz, které nám poskytlo zkoumání Končelíka s Trampotou⁸¹. Jejich zkoumání ukázalo mezi lety 1995–2005 nárůst poměru soft news. Naše analýza by se v tomto směru dala rozdělit na dvě etapy. První na vzorky 2006–2010 a druhou na vzorky z období 2010–2014.

První etapa odpovídá naší hypotéze, kdy se poměr soft news vyšplhal z hodnoty 16,08 % na hodnotu 29,78 %.

⁸¹(Trampota, a další, 2011)

Léta 2010–2014 ukazují trend právě opačný. Z již zmiňovaných 29,78 % poměr soft news v roce 2014 klesl na 11,93 %.

Mohli bychom se domnívat, že na tak nízký poměr soft news může mít vliv i už zmiňovaný malý počet článků, který v tomto roce vyšel.

Celý tento výzkum je shrnut v grafu číslo 13, hodnoty byly zapsány i v tabulce číslo 1.

Hypotéza, se kterou jsme do této části našeho výzkumu vstupovali, se tedy potvrdila pouze z malé části, tedy to do roku 2010. Od roku 2010 byl trend spíš opačný a hodnota soft news závěrečného vzorku byla dokonce nižší než na začátku.

VO4 – Klade sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES větší důraz na zahraniční nebo domácí zpravodajství?

Při zkoumání této otázky jsme vycházeli ze zkoumání Tomáše Trampoty a Jakuba Končelíka⁸². Podle nich poměr domácích zpráv oproti zahraničním rostl od roku 1995 do roku 2005 z 35,9 % procent na 44,8 %. Výsledek tohoto zkoumání jsme brali jako hypotézu k našemu zkoumání. Výsledky naší analýzy ukázaly, že sportovní zpravodajství Mladé Fronty DNES daleko více vychází z domácích zpráv než celé zpravodajství, které naměřil právě Končelík s Trampotou.

Naše analýza ukázala v průběhu let různé proměny. Pokud jde o celkové vyhodnocení, tedy proměnu od roku 2006 po rok 2014, ukazují nám čísla posun k domácímu zpravodajství. Nebylo to ovšem pravidlem. Především vzorek z roku 2010, který do jisté míry ovlivnily dozvuky Olympijských her ve Vancouveru.

Je zde také pravděpodobnost, že počet množství zahraničních zpráv může být ovlivněn počtem zpráv, který, jak jsme již zmiňovali výše, v roce 2014 výrazně klesl.

Poměry mezi domácími a zahraničními zprávami zobrazuje tabulka číslo 2.

⁸²(Trampota, a další, 2011)

VO5 - Kdo je zdroj informací? Kdo je citován jako zdroj citací a parafrází?

Hypotézou v této otázce bylo, že pokud bude sportovní zpravodajství Mladé fronty DNES podléhat bulvarizaci, budou jako zdroje citací či parafrází vystupovat jiní než přímí aktéři nebo členové týmů.

Ani tato hypotéza se v naší analýze nepotvrdila. Graf číslo 15 nám ukazuje, kolik procent mají v naší analýze relevantní zdroje informací oproti ostatním. Ve všech případech první dvě skupiny, skupina přímých aktérů a skupina realizačního týmu a managementu, překračují hodnotu 85 % v poměru k ostatním zdrojům, které jsme zkoumali.

V roce 2014 to bylo dokonce přes 90 % všech citací. Dá se tedy říct, že největším zdrojem informací byly relevantní osoby. Poměr jejich vyjádření oproti jiným, kromě roku 2010, dokonce rostl.

10. Závěr

V naší práci jsme si jako úkol dali zjistit, zda existují jisté bulvarizační tendence ve sportovních rubrikách Mladé fronty DNES vycházející na území dnešního Olomouckého kraje a zda se v průběhu času více přibližuje bulvárním médiím.

Výzkum, který jsme provedli, byl v několika bodech specifický a nevyužíval striktně stejnou metodiku výzkumu, jakou používali Trampota s Končelíkem, kteří se zabývali bulvarizací celých vydání. Zabývala se specifickými charakteristikami, které nám měly ukázat, jakým směrem se sportovní zpravodajství ubírá, jaký je trend a zda k bulvarizaci dochází a v jaké míře.

Naše práce ukázala, že ačkoli se o bulvarizaci mluví jako o obecném trendu žurnalistiky, není úplně patrná ve všech jejích oblastech. U námi sledovaného sportovního zpravodajství poskytovaného Mladou frontou DNES se dá mluvit i o zcela opačném trendu. Námi předpokládané hypotézy byly tudíž z větší části vyvráceny.

Analýza ukázala, že námi dané předpoklady se nescházejí s realitou. Velkým překvapením byla analýza výskytu hard news a soft news, kdy naše původní předpovědi naplnil pouze rok 2010, který ovšem obsahoval již zmiňované dozvuky Olympijských her ve Vancouveru. V analýze z tohoto roku byl tento dopad evidentní a naše zkoumání nám ho pouze potvrdilo.

Pro čtenáře informace o zmenšování prostoru pro soft news znamená, že se ve sportovním zpravodajství tohoto deníku tolik nepobaví, pokud mu jde o silné lidské příběhy. Největší náplní byly reakce na zápasy a konkrétní sportovní výkony, informace o výsledcích, a to především z České republiky

I další ze zkoumaných charakteristik napovídají, že sportovní zpravodajství Mladé Fronty DNES se neposouvá úplně tím směrem, jaký bychom s největší pravděpodobností očekávali. Námi vytvořená charakteristika, zabývající se osobními a sportovními tématy, která v jistém ohledu souvisí právě s hard news a soft news, nám tento výsledek potvrdila také, což potvrzuje již zmíněné, že novináři se ve svých článcích prakticky nezabývají soukromím životem a pokud ano, tak v naprosto minimální míře.

O způsobu, jakým novináři v Mladé frontě DNES pracují, vypovídá i to, kolik procent z vyzkoumaných citací a parafrází patří buď samotným aktérům, nebo členům realizačních týmů. Na tomto ukazateli je vidět, že tito novináři pracují ve velké míře s důvěryhodnými

zdroji, tedy zdroji, které se přímo vážou na sportovní výkon, ať už jednotlivce nebo celého týmu.

Jako jeden z nejdůležitějších, ne-li nejdůležitějším zjištěním, které jsme v rámci naší analýzy udělali je, jak výrazný úbytek článků nastal v posledním zkoumaném roce. Je více než pravděpodobné, že z důvodu úbytku množství vydaných článků se tím výsledky změn v našich kategoriích umocňují. Je tedy možné, že čím méně dostávají novináři, kteří články píšou, méně prostoru, tím méně se pouští do článků, které bychom v naší analýze označili jako soft news, tudíž nezpracují ani takové množství osobních témat. Na ubývání prostoru s největší pravděpodobností doplácí i zpravodajství ze zahraničí, které se v námi posledním zkoumaném roce vyskytovalo pouze sporadicky.

V případě prostoru pro zahraniční zpravodajství je třeba připomenout i onen sportovní faktor, který do počtu těchto článků také bezpochyby vstupuje. Pěkně nám to ilustruje například fotbalová Liga mistrů. Je jisté, že novináři nebudou tolik referovat o soutěži, v které se dlouhodobě český tým neprezentuje a ubývá i hráčů, kteří by ji hráli v zahraničních ligách. Stejným problémem ale trpí například i zámořská NHL.

Konstatovat lze, že na procesu bulvarizace má vliv mnoho faktorů, které jsou do značné míry propojeny a závisí na sobě. Podle našich charakteristik ovšem bulvarizace není patrná, ba právě naopak, sportovní zpravodajství v Mladé frontě DNES se stále více orientuje na faktickou stránku věci.

11. Použitá literatura

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

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

ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.

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

GIEBER, Walter. 1956. Across the Desk. A study of 16 Telegraph Editors. In: *Journalism Quarterly*. 1956, P. 33.

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

HVÍŽĎALA, Karel. *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích 2006-2011*. Praha: Portál, 2011, 263 s. ISBN 978-80-7367-851-7.

JANDOUREK, Jan. Bulvár, nebo kanál? Co je čtení pro masy. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Karolinum, 2016, s. 29-35. ISBN 978-80-246-3229-2.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 9788073674663.

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

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

KOUBSKÁ, Libuše. Majorita a granátové jablko. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Karolinum, 2016, s. 99-102. ISBN 978-80-246-3229-2.

KRIPPENDORF, K. 1980. Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. Beverly Hills (CA): Sage.

LEWIN, Kurt. 1947. Channels of group life. In: *Human relations*. 1947, vol. 1, 143-153.

Mladá fronta DNES. *Mladá fronta DNES* [online]. [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.mfdnes.cz/>

NOVOTNÝ, Pavel. Rozhovor. In: Hyde Park. TV, ČT24, 8. dubna 2014, 20:05.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002, 240 s. ISBN 8072771086.

OSVALDOVÁ, Barbora. Bulvarizace a etika v českých médiích. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Karolinum, 2016, s. 9-14. ISBN 978-80-246-3229-2.

OSVALDOVÁ, Barbora. Bulvární média a bulvarizace. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Karolinum, 2016, s. 7-8. ISBN 978-80-246-3229-2.

PATTERSON, Thomas. Doing well and doing good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy— And What News Outlets Can Do About It

Portfolio MFDNES. *Mediální skupina MAFRA* [online]. [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

PROKOP, Dieter. *Boj o média: dějiny nového kritického myšlení o médiích*. Přeložil Monika LODEROVÁ, přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2005, 409 s. ISBN 8024606186.

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

SHAW, Maxwell E. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. Oxford University Press, 1972, (2), 176-187.

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

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, 539 s., [4] s. obr. příl. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

SHOEMAKER, Pamela a Tim P. VOS. *Media gatekeeping* [online]. , 75-87 [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/shoemakergatekeeping.pdf>

SPARKS, Colin a John TULLOCH. *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*. Rowman & Littlefield, 2000, 315 s. ISBN 0847695727. TRAMPOTA, Tomáš-KONČELÍK, Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In: Making democracy in 20 years. Media and Politics in Central and Eastern Europe. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, s. 287-298. ISBN 978-83-229-3184-4.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 8073670968.

VALČEK, Peter. *Slovník teórie médií A-Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum, 2011, 352 s. ISBN 978-80-8119-042-1.

WHITE, David Manning. 1950. The Gatekeeper. The Case-Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, P. 27.

11.1. Analyzovaný soubor

Mladá fronta DNES. 6.3.2006 - 11.3.2006

Mladá fronta DNES. 3.3.2008 – 8.3.2008

Mladá fronta DNES. 1.3.2010 – 6.3.2010

Mladá fronta DNES. 5.3.2012 – 10.3.2012

Mladá fronta DNES. 3.3.2014 – 8.3.2014

12. Seznam tabulek a grafů

Graf č. 1: Poměr hard news a soft news v roce 2006	32
Graf č. 2: Zdroje citací a parafrází v roce 2006	34
Graf č. 3: Poměr hard news a soft news v roce 2008	35
Graf č. 4: Zdroje citací a parafrází v roce 2008	36
Graf č. 5: Poměr hard news a soft news v roce 2008	37
Graf č. 6: Zdroje citací a parafrází v roce 2010	38
Graf č. 7: Poměr hard news a soft news v roce 2012	39
Graf č. 8: Zdroje citací a parafrází v roce 2012	40
Graf č. 9: Poměr hard news a soft news v roce 2014	41
Graf č. 10: Zdroje citací a parafrází v roce 2014	42
Graf č. 11: Počet vydaných článků mezi lety 2006-2014.....	43
Graf č. 12: Průměrná délka jednoho článku (hodnoty znamenají počet odstavců na jeden článek).....	44
Graf č. 13: Změny hodnot hard news a soft news (v %)	45
Graf č. 14: Poměr osobních a sportovních témat mezi lety 2006 až 2014	46
Graf č. 15: Změny poměrů autorů citací a parafrází v letech 2006 až 2014.....	48
Tabulka 1: Hodnoty hard news a soft news v letech 2006 až 2014	45
Tabulka 2: Změny poměru domácího a zahraničního zpravodajství v letech 2006 až 2014....	46

12.1. Kódovací arch

(plná verze na příloženém CD)

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

12.2. Kódovací kniha

Zkoumaná jednotka	Kód
Číslo Číslo článku v analýze	
Rok Analyzovaný rok	2006 2008 2010 2012 2014
Datum Datum analyzovaného titulu	DD.MM.
Titulek Titulek analyzovaného článku	
Strana Číslo strany zapsané v ve formátu: písmeno (označení sešitu)+číslo (číslo strany v daném sešitu)	
Rozsah Počet odstavců v článku	
Hard news x soft news	
Hard news	1
Soft news	2
Ambivalentní	3
Osobní téma x sportovní téma	
Osobní téma x sportovní téma	1
Sportovní	2
Zdroj informací	
Přímý aktér	1
Realizační tým a management	2
Rodina	3
Přátelé	4
Ostatní	5
Nejmenovaný zdroj	6

Domáci x zahraniční

Domáci	1
Zahraniční	2

12.3. Kódovací arch s výslednými daty

Pro velký rozměr přiloženo na CD