Masarykova univerzita

Fakulta sociálních studií

Premeny mediálneho obrazu českých olympijských športovcov

Changes of media image of Czech olympic sportsmen

Diplomová práca

Bc. Monika Grečková

Vedúci práce: PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

Brno 2013

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som túto diplomovú prácu vypracovala samostatne s použitím prameňov a literatúry uvedenej v bibliografii.

V Brne dňa 19.5.2013

.....

Poďakovanie

V prvom rade by som chcela poďakovať vedúcemu práce PhDr. Jaromírovi Volkovi PhD. za cenné rady, pripomienky a kritiku, vďaka ktorým sa mi podarilo napísať predkladanú prácu. Ďakujem za jeho čas a trpezlivosť, ktorú mi počas písania práce venoval.

Moja vďaka patrí aj rodine a priateľom, ktorí mi dôverovali a podporovali ma celý čas. Symbolicky by som chcela poďakovať tiež českým olympionikom, ktorí mi prostredníctvom ich mediálnej reprezentácie ukazovali, že víťazstvo nemožno dosiahnuť bez boja a sebazaprenia.

Anotácia

Predmetom diplomovej práce je analýza editoriálnych postupov, ktoré využívajú printové periodiká Mladá Fronta Dnes a Sport pri zobrazovaní českých olympijských športovcov a športovkýň v rokoch 1988 a 2012, a následne analýza výsledného mediálneho obrazu daných športovcov a športovkýň. Práca obsahuje kvantitatívnu metódu obsahovej analýzy článkov doplnenú o kvalitatívnu analýzu fotografií. Analýza sa zameriava na premenu mediálneho obrazu českých olympionikov vo vybraných obdobiach. Práca vychádza z teoretických konceptov mediálnych štúdií, medzi ktoré patrí teória sociálnej konštrukcie, spravodajských hodnôt, nastoľovania agendy, stereotypného mediálneho zobrazovania, koncept estetizácie športu, nového mužstva a z fenoménu banálneho nacionalizmu Billiga.

Kľúčové slová:

športovci, športovkyne, editoriálne stratégie, sociálna konštrukcia reality, mediálny obraz, obsahová analýza, analýza fotografií, nové mužstvo, banálny nacionalizmus

Annotation

The object of the thesis is an analysis of editorial strategies that periodicals Mladá Fronta Dnes a Sport use when describing Czech olympic sportsmen in years 1988 and 2012 and thereafter analysis of eventual media image of specific sportsmen. The thesis deals with quantitative method of content analysis of articles and qualitative analysis of pictures. The analysis focuses on the change of media image of Czech olympic sportsmen in chosen time periods. In the thesis we use theoretical concepts of media studies among which belong theory of social construction, news values, enthronement of agenda, stereotyped media imaging, concept of sport´s aestheticization, new masculinity and the phenomenon of Billig´s banal nationalism.

Key words:

sportsmen, editorial strategies, social construction of reality, media image, content analysis, pictures analysis, new masculinity, banal nationalism

Obsah

1 Úvod 1

2 Teoretická časť 3

2.1 Mediálna prezentácia športovej agendy 3

2.2 Sociálna a mediálna konštrukcia reality 4

2.3 Agenda setting 5

2.4 Spravodajské hodnoty 7

2.5 Olympizmus 8

2.6 Šport a médiá 9

2.6.1 Ženy, šport a médiá 10

2.6.2 Stereotypné mediálne zobrazovanie 11

2.7 Estetizácia športu 13

2.8 Komodifikácia športu 14

2.9 Nové mužstvo 15

2.10 Banálny nacionalizmus 16

2.11 Výskumy 17

2.11.1 Zahraničné výskumy: mediálny obraz športovcov a športovkýň 17

2.11.2 Domáce výskumy: českí športovci a športovkyne 23

3 Metodologická časť 25

3.1 Návrh výskumu 25

3.1.1 Téma 25

3.1.2 Zdôvodnenie voľby výskumu 25

3.1.3 Cieľ práce 25

3.1.4 Kvantitatívny výskum: hlavné výskumné otázky 26

3.1.5 Kvantitatívny výskum - vedľajšie výskumné otázky, hypotézy a ich operacionalizácia 26

3.1.6 Kvalitatívny výskum – výskumné otázky 35

3.2 Definícia výskumnej metódy a výskumnej vzorky 35

3.2.1 Výskumná metóda – obsahová analýza 35

3.2.2 Konštrukcia výskumnej vzorky 36

4 Analytická časť 39

4.1 Editoriálne postupy printových periodík Mladá Fronta Dnes a Sport v agende olympijských športovcov a športovkýň 39

4.1.1 Frekvencia pokrytia športovej agendy 39

4.1.2 Spravodajské hodnoty viažuce sa k športovej agende 41

4.1.3 Dôležitosť športovej agendy 46

4.1.4 Zhrnutie analýzy editoriálnych postupov v denníkoch pri tvorbe mediálneho obrazu českých olympijských športovcoch a športovkýň 53

4.2 Mediálny obraz českých športovcov a športovkýň 53

4.2.1 Stereotypné mediálne zobrazovanie prostredníctvom fotografií 54

4.2.2 Atribúty spájané s českými športovcami a športovkyňami 58

4.2.3 Sociálne charakteristiky 73

4.2.4 Akcent národnosti 81

4.2.5 Reprezentácia vzťahu štátnych orgánov a športovcov 85

4.2.6 Zhrnutie analýzy mediálneho obrazu českých športovcov a športovkýň 90

4.3 Obrazová analýza: dve hlavné motivické štruktúry: obraz víťaza a fenomén banálneho nacionalizmu prítomné vo fotografickom zobrazení 92

4.3.1 Diskurz víťazstva 92

4.3.2 Diskurz reprezentácie národa 95

4.3.3 Zhrnutie obsahovej analýzy fotografií 97

5 Diskusia 98

6 Záver 100

7 Bibliografia 103

8 Prílohy 109

Zoznam tabuliek 109

Zoznam grafov 110

Zoznam fotografií 110

Kódovací kľúč 111

9 Menný register 114

10 Vecný register 115

Celkový počet slov práce: 29 671

1 Úvod

Médiá tvoria každodennú súčasť nášho života. Sprevádzajú nás takmer na každom kroku a ukazujú nám, aký je svet okolo nás. Avšak pravdou je, že nás neinformujú o skutočnom svete, ale prinášajú len vykonštruovaný obraz reality.

Svet, ktorý konštruujú médiá predstavuje pre publikum „skutočnú" realitu, pretože často nemá prístup k niektorým informáciám (Schulz, 1976 in Kunczik, 1995: 124 – 125). Z toho dôvodu sú v mnohých prípadoch správy z médií považované za jediné, „objektívne" informácie o udalosti. Je potrebné pozrieť sa za oponu tvorby mediálnych správ, odhaliť fungovanie tohto procesu a nenechať sa pohltiť mocou médií.

Dôležité je uvedomiť si, že práve masové médiá sú „jedným z najmocnejších sociálnych aktérov, ktorí sú angažovaní v oblasti interpretovania, definovania, a teda i vytvárania či konštruovania reality" (Reifová a kol., 2004: 107). S tým súvisí i priorizovanie niektorých informácií pred inými. Médiá uprednostňujú druh správ, o ktorom vedia, že môže byť pre publikum príťažlivý. „Verejnosť využíva dané naznačenie významnosti v médiách k tomu, aby si usporiadala svoje vlastné agendy a rozhodla o dôležitosti tém. Po určitej dobe verejnosť začne považovať za najdôležitejšie tie témy, na ktoré kladú médiá najväčší dôraz (McCombs, 2009: 26).

Konštatujeme, že športovci a športovkyne predstavujú pre mnohých priaznivcov športu *ikony* alebo *celebrity,* ktoré obdivujú. Najmä mladá generácia si môže vďaka nim formovať svoj hodnotový systém a aj zásluhou mediálnej reprezentácie športovcov môže inklinovať k aktívnemu športovaniu. Ak sa pozrieme na problematiku športu z inej strany, vidíme, že médiá a šport tvoria previazaný zväzok, pretože šport predstavuje pre médiá jedinečný zdroj príjmu a naopak. Pokladáme za zaujímavé skúmať, ako vybrané periodiká reprezentovali športovcov ako objekty reklamy či sponzoringu.

Raz za štyri roky sa koná medzinárodné športové podujatie, letné olympijské hry, ktorého sa zúčastňujú vrcholoví športovci. Médiá patrične prezentujú túto udalosť, ako niečo neobvyklé, niečo, čo si zaslúži pozornosť celého národa. V nadväznosti na to cieľom našej práce bude preskúmať, aké mediálne rutiny využívali vybrané printové periodiká pri zobrazovaní českých olympijských športovcov a športovkýň v roku 1988 a 2012. Rovnako sa zameriame na to, ako sa menil ich mediálny obraz v porovnaní oboch období. Bude nás zaujímať, ako periodiká zobrazovali športovcov a športovkyne s ohľadom na fyzické a psychické atribúty, a aké sociálne charakteristiky preferovali periodiká v čase. Okrem toho

budeme skúmať, v akej miere periodiká využívali koncept banálneho nacionalizmu, o ktorom pojednáva Billig, a ako bol reprezentovaný vzťah športovca a štátnych orgánov v dvoch sledovaných obdobiach. Ako hlavnú výskumnú metódu využijeme obsahovú analýzu článkov doplnenú o analýzu fotografických zobrazení.

Diplomová práca je rozdelená do piatich hlavných častí. V prvej, teoretickej časti, popíšeme dôležité koncepty, z ktorých budeme pri práci vychádzať. Tak isto uvedieme relevantnú literatúru, o ktorú sme sa pri výskume opierali.

Návrh výskumu prezentujeme v metodologickej časti práce. Formulujeme cieľ výskumu, hlavné, vedľajšie výskumné otázky a hypotézy, ktoré následne operacionalizujeme. Priblížime výskumnú metódu a výskumnú vzorku.

V analytickej časti prezentujeme výsledky skúmania, získané obsahovou analýzou článkov a následnou obrazovou analýzou fotografií. Tak isto interpretujeme zozbierané dáta.

V záverečnej časti práce, kam patrí diskusia sa pokúsime uviesť prednosti a limity práce, a ďalšie možné smerovanie výskumu. V závere zhrnieme najpodstatnejšie zistenia nášho výskumu.

2 Teoretická časť

V teoretickej časti práce sa zameriame na základné koncepty a teórie, ktoré budeme v priebehu našej práce využívať. Predstavíme si relevantnú literatúru týkajúcu sa skúmanej problematiky. Teoretické poznatky nám pomôžu pri popise jednotlivých výskumných otázok a hypotéz.

Budeme vychádzať z teórie sociálnej konštrukcie, z teórie agendy- setting či spravodajských hodnôt. Priblížime si stereotypné mediálne zobrazovanie, koncept banálneho nacionalizmu a nového mužstva. Uvedieme príklady viacerých výskumov, ktoré sa týkajú mediálneho zobrazovania športovcov a športovkýň v zahraničí, ale aj v prostredí Českej republiky. V úvode teoretickej časti si priblížime fenomén športových hviezd, ktorý predstavuje jeden zo základných motívov našej práce.

2.1 Mediálna prezentácia športovej agendy

Sekot približuje, že významné osobnosti športu sú globálne známe ikony vyznačujúce sa nielen výbornými schopnosťami, ale i statusom *„hviezd“* a *„celebrít“* (Sekot, 2008: 174).

„Už začiatkom fungovania moderného športu v 19.storočí figurovalo množstvo *športových hrdinov* či športových *idolov*. Viacerým jedincom obdareným schopnosťami, technickými kvalitami, štýlom a výkonnosťou na poli športovej súťaživosti sa dostalo uznania ako zo strany verejnosti, tak i zo strany masových médií“ (Tamtiež, 174). Vzrast popularity športu viedol k rozvoju športovej žurnalistiky, prostredníctvom ktorej rástol záujem o športové osobnosti. Správy z oblasti športu, ktoré mali sprvoti miesto na zadných stranách periodík, začali priťahovať stále masovejšiu pozornosť publika. Zatiaľ čo v minulosti všeobecná známosť osobnosti znamenala *veľkosť, dôležitosť* a *význam,* tak v dnešnej dobe informačné a komunikačné technológie umožňujú globálne rozširovanie imidžu jedincov. Môžeme badať zmenu vzniku slávy, pretože heroickosť skutkov čoraz viac podlieha mediálnej prezentácii, ktorá sprostredkováva význam jedinca (Tamtiež: 174).

V našej práci sa budeme zaujímať o to, ako analyzované periodiká konštruovali športovú agendu v súvislosti s prezentáciou českých olympionikov, teda okrem iného sa zameriame na atribúty, prostredníctvom ktorých boli športovci a športovkyne prezentovaní a pokúsime sa o porovnanie zmeny/zmien ich mediálne obrazu v čase.

2.2 Sociálna a mediálna konštrukcia reality

Pri definovaní mediálneho obrazu olympijských športovcov a športovkýň budeme vychádzať zo základného konceptu konštrukcie reality.

Sociálnou konštrukciou reality sa zaoberali autori Peter I. Berger a Thomas Luckmann, podľa ktorých je „realita vytváraná sociálne a sociológia vedenia musí analyzovať procesy, akými k tomu dochádza“ (Berger - Luckmann, 1999: 9).

Realitu definovali ako „vlastnosť náležiacu javom, ktorým prisudzujeme existenciu nezávislú na našej vlastnej vôli“ (Tamtiež: 9) a vedenie ako „istotu, že tieto javy sú skutočné a sú nositeľmi určitých vlastností“ (Tamtiež: 9).

V súvislosti so sociálnou konštrukciou sa zaoberali realitou každodenného života. Tvrdili, že každodenný život má pre ľudí subjektívny význam, svoj pôvod má v ich myšlienkach a činnostiach a vďaka ním je reálne udržiavaný (Tamtiež: 25). Upozornili na skutočnosť, že „realita každodenného života je organizovaná podľa osi „tu“ , kde sa nachádza moje telo a osi „teraz“ prítomného okamihu [...] To, čo ma „tu a teraz“ v každodennom živote stretáva, je mojím vedomím považované za najreálnejšiu realitu“ (Tamtiež: 28).

Autori pojednávajú o tom, že realita každodenného života je naplnená objektiváciami a že veľmi dôležitým prípadom objektivácie je označovanie (*signification*), teda vytváranie znakov. Znaky sú združované do systémov. Podľa autorov je najhlavnejším znakovým systémom spoločnosti práve jazyk. Tvrdia, že primárnou funkciou jazyka je odkazovať na každodenný život. Jazyk poukazuje na realitu prežívanú počas bdelého vedomia, ktorá je považovaná za danú. Avšak jazyk môže odkazovať aj na iné reality (Tamtiež: 40 - 43).

Rozoberanú teóriu môžeme prepojiť s mediálnou tvorbou správ. Primárnou úlohou médií je konštruovať správy, ktoré na jednej strane odzrkadľujú skutočné dianie v spoločnosti. Na druhej strane produkciu správ upravujú takým spôsobom, aby pôsobili čo najpríťažlivejšie a najaktuálnejšie pre publikum, a preto médiá mnoho ráz prezentujú práve tie udalosti, ktoré im vyhovujú. Prezentujú subjektívnu realitu.

V tejto súvislosti môžeme uviesť definíciu *konštrukcie reality* ako ju vnímal teoretik W. Schulz, ktorý tvrdil, že sa upustilo od predstavy, podľa ktorej žurnalisti boli schopní objektívne znázorňovať realitu. Podľa neho, všetky štúdie o selekcii správ predstavovali pokusy o falzifikáciu a realita, ktorá bola prezentovaná médiami sa nezhodovala s tým, čo sa skutočne stalo. Schulz hovorí o *konštrukcii reality masovými médiami*. Médiami konštruovaný svet sa pre recipienta stáva faktickou realitou, pretože k mnohým informáciám nemá priamy prístup (Schulz, 1976 in Kunczik, 1995: 124 - 125).

Irena Reifová a kol. tak isto definujú *konštrukciu reality*. Uvádzajú, že

„jedným z najmocnejších sociálnych aktérov, ktorí sú angažovaní v oblasti interpretovania, definovania a teda i vytvárania či konštruovania reality, sú *masové médiá*. Vznik reality v masových médiách a ich spravodajských obsahoch potom prebieha za účasti publika tak, že masové médiá nekoordinujú svoje významy s realitou na nich závislou, ale naopak, na strane publika dochádza ku koordinácií skutočnosti s mediálnymi významami. Status skutočnosti získavajú len také úseky skutočnosti, ktoré sú potvrdené mediálnym zobrazením“ (Reifová a kol. 2004:107).

V rámci výskumnej časti práce budeme vychádzať zo základných konceptov danej teórie. Priblížime, akým spôsobom vybrané tlačené periodiká konštruovali mediálnu realitu pri zobrazovaní českých športovcov a športovkýň počas trvania letných olympijských hier v roku 1988 a 2012. Rovnako sa zameriame na to, ako sa mediálna konštrukcia reality menila v priebehu skúmaných rokov.

2.3 Agenda setting

S konštrukciou reality súvisí pojem *agenda setting*, ktorý predstavuje v našej práci ďalší dôležitý koncept. Základom tohto pojmu je tvrdenie, že médiá definujú to, čo je dôležité.

McCombs vo svojom texte *News Influence on Our Pictures of the World* (1989) píše, že základná myšlienka *agendy setting* v súvislosti s rolou médií sa objavuje pri Lippmanovi (1922) a pri rôznych empirických dôkazoch o vplyve masovej komunikácie na volebné hlasovanie. Lippmann rozlišoval medzi prostredím (svet, ktorý je skutočný) a pseudo-prostredím (naše subjektívne vnímanie tohto sveta). Tvrdil, že médiá pomáhajú vykresľovať mnohé obrazy v našich hlavách. Avšak *koncept agendy setting* bol predložený k priamemu empirickému testovaniu v roku 1968 pri prezidentských voľbách, kedy McCombs a Shaw (1972) zhromaždili údaje o agende spravodajských médií a verejnej agende. Vysoká miera zhody medzi týmito dvoma agendami vytvorila základ pre zostavenie agendy setting v súvislosti s úlohou tlače (McCombs, 1989: 2-5). Reifová približuje, že v rámci tejto štúdie autori v časovom rozmedzí troch týždňov sledovali vývoj postojov nerozhodných voličov a porovnávali posuny s množstvom spravodajských článkov, úvodníkov, komentárov a reportáží v deviatich médiách. Na základe výsledkov autori vyvodili, že *masové médiá nastoľujú* verejnosti ich *agendu* (Reifová a kol., 2004:16).

McCombs v knihe *Agenda setting* (2009) prirovnáva nastoľovanie agendy k metafore „cibule“. Tvrdí, že vrstvy cibule predstavujú rozličné vplyvy, ktoré sa podieľajú na tvorbe *mediálnej agendy*. Vplyv vonkajšej vrstvy je následne pozmenený vrstvami bližšie k stredu. Približuje, že na povrchu „cibule“ sa nachádzajú kľúčové vonkajšie zdroje správ a hlboko vo vnútri možno naraziť na obojstranný vplyv medzi rôznymi médiami. Normy a tradície tvoria vrstvu „cibule“ nachádzajúcu sa najbližšie pri strede a predstavujú pravidlá konečnej produkcie *mediálnej agendy* (McCombs, 2009:148 - 149).

Výskumníci zrealizovali mnohé prieskumy zaoberajúce sa mierou zhody medzi agendou správ a verejnou agendou. Napríklad Brosius a Kepplinger skúmali *agendu – setting* v západnom Nemecku. Štúdia bola založená na celoročnej obsahovej analýze televízneho spravodajstva a týždennej verejnej mienke, v rámci prieskumu mali ľudia identifikovať najdôležitejšie problémy krajiny (Tamtiež:6).

Autori Burton a Jirák uvádzajú, že témy, z ktorých sa skladá spravodajstvo, nastoľujú spravodajské organizácie. Z toho vyplýva, že médiá niektoré témy vyhľadávajú, preferujú a vracajú sa k nim. Tým, že si témy zámerne vyberajú, vyberajú si taktiež agendu tém, ktoré sa dostanú do zorného poľa príjemcov a vzbudzujú tak dojem, že sú najdôležitejšie. Podľa toho, ktoré správy sa dostanú na titulnú stranu alebo na začiatok spravodajskej relácie, žurnalisti určujú dôležitosť správ (Burton, Jirák, 2003: 247 - 248). Táto činnosť pracovníkov médií odkazuje k *primingu*. McCombs píše, že „hlavná správa na titulnej strane, rozdiel medzi titulnou stranou a ďalšími stranami, veľkosť nadpisu a dokonca i dĺžka správy – to všetko vyjadruje významnosť tém v spravodajskej agende. Analogické nápovede sa nachádzajú na webových stránkach. [...] Napovedať dokáže tak isto pozícia správy vo vysielaní a dĺžka jej trvania“ (Tamtiež: 26).

Koncept *rámcovania (framing)* tvorí druhý stupeň nastoľovania agendy. McCombs uvádza, že daný koncept označuje skutočný rámec obsahu médií a inokedy odkazuje k vzniku rámcov alebo k ich prenikaniu z masových médií smerom k verejnosti (Tamtiež: 132).

„Rámcovanie znamená vyberať určité aspekty vnímanej reality a zvýšiť ich významnosť v zdieľanom texte tak, že sa presadzuje určitá definícia problému, kauzálne vysvetlenie, morálne hodnotenie či také odporúčané riešenie popisovanej záležitosti“ (Tamtiež: 133).

S mediálnou agendou súvisí i pojem *gatekeeping*. Kunczik uvádza, že „gatekeeping znamená ohraničenie množstva informácií, tzn. výber tém, ktoré sú vhodné na komunikáciu. „Gatekeeper“ rozhoduje, ktoré udalosti sa stanú udalosťami verejnými a ktoré nie a zúčastňuje sa tak formovania spoločenských a svetonázorových postojov recipientov“ (Kunczik, 1995: 115). O procese gatekeepingu píše aj McCombs vo svojom diele *News*

Influence on Our Pictures of the World, kde uvádza, že novinári zaobchádzajú so správami rozličným spôsobom. Najskôr rozhodnú, ktoré správy zahnú a ktoré budú ignorovať. Ďalej správy posudzujú. Vyše 75% správ z jedného dňa sa mnohokrát nedostane k verejnosti. Nie je možné, aby všetky správy dostali mali miesto v novinách. Robí sa z nich výber a to je prvým krokom *gatekeepingu* (McCombs, 1989: 4).

2.4 Spravodajské hodnoty

Pre výber správ sú dôležité ich hodnoty. Správy sa nedostanú do médií len tým, že sa stanú. Udalosti podliehajú výberu médií a tie uprednostňujú správy príťažlivé pre príjemcov.

Pojem *„news value"* prvýkrát použil Lippman v knihe Public Opinion v roku 1922 a spájal ho *„s jednoznačnosťou udalosti, prekvapením, priestorovou blízkosťou, osobným zaujatím a konfliktom"* (Kunczik, 1995: 119).

Burton a Jirák píšu, že spravodajské hodnoty tvoria súbor kritérií, vďaka ktorým média môžu merať spravodajskú prijateľnosť a vhodnosť udalostí. Odkazujú na autora Kaspara Stielera, ktorý vo svojej knihe Zeitungs Lust und Nutz predstavuje *dôležitosť, blízkosť, dramatickosť a negatívnosť* ako spravodajské hodnoty (Burton, Jirák, 2003: 248 – 249).

Skúmaním spravodajských hodnôt sa zaoberali autori Johan Galtung a Mari Holmboe Ruge vo svojej štúdií *The Structure of Foreign News* (1965).[1] Výsledky ich výskumu priniesli zoznam dvanástich spravodajských hodnôt, ktoré sú dodnes známe.

Môžeme medzi ne zaradiť:

- *frekvencia (frequency)*
- *prah pozornosti (treshold)*
  - absolútna intenzita (absolute intensity)
  - vzrast intenzity (intensity increase)
- *jednoznačnosť (unambiguity)*
- *význam (meaningfulness)*
  - kultúrna blízkosť (cultural proximity)
  - relevancia (relevance)
- *súlad (consonance)*
  - predvídateľnosť (predictability)

[1] Johan Galtung a Maria Holmboe-Rugeová skúmali vo svojej štúdií *The Structure of Foreign News* (1965) štruktúru nórskeho zahraničného spravodajstva. Stanovili si hypotézy, ktoré vo výskumnej časti testovali na dátach z troch konkrétnych kríz odohrávajúcich sa v zahraničí.

- požiadavka (demand)

- *prekvapenie (unexpectedness)*
  - neočakávanosť (unpredictability)
  - vzácnosť (scarcity)
- *kontinuita (continuity)*
- *variácia (composition)*
- *vzťah k elitným národom (reference to elite nations)*
- *vzťah k elitným osobám (reference to elite people)*
- *personalizácia (reference to persons)*
- *negativita (reference to something negative)* (Galtung - Ruge, 1965: 70 – 71)

V práci sa zameriame na vybrané spravodajské hodnoty obsiahnuté v skúmaných článkoch podľa klasifikácie Galtunga a Rugeovej, preto považujeme uvedené rozdelenie hodnôt za kľúčový koncept našej práce.

2.5 Olympizmus

Keďže sa v našej práci zaoberáme premenou mediálneho obrazu českých olympijských športovcov a športovkýň, priblížime si pojem olympizmus, ktorý tvorí relevantnú súčasť našej práce.

V olympijskej charte je uvedené, že olympizmus predstavuje životnú filozofiu, ktorá proporcionálne spája telesnú zdatnosť, vôľu a ducha v jednotný celok. Olympizmus stále hlásal snahu o vytvorenie takého spôsobu života, ktorý by bol upevnený radosťou z vynaloženého úsilia, hodnotou vzorného príkladu a zachovávaním základných etických princípov. Hlavnou úlohou olympizmu je začleniť šport do priebehu idylického rozvoja človeka s účelom skonštruovať mierovú spoločnosť, ktorá by smerovala k harmonickému usporiadaniu sveta výchovou cez šport bez prítomnosti akejkoľvek diskriminácie cestou porozumenia, ducha priateľstva, súdržnosti či fair play (Olympijská charta, 2003 in Sekot, 2006: 279).

Sekot tvrdí, že „*olympijské hry* ako vrcholná športová udalosť majú aj duchovný obsah opierajúci sa o prepojenie výchovy, kultúry, humanizmu, internacionalizmu a univerzalizmu. *Olympionik* je v tomto zmysle nielen súťažiacim, ale i vyslancom svojej zeme na globálnej úrovni a prispieva tak k vyjadreniu a posilneniu vzťahu priateľstva medzi ľuďmi, národmi, rasami, kultúrami“ (Sekot, 2006: 279 – 280).

K základným dimenziám olympijského hnutia patria *olympijské hry a šport, olympijská výchova* a *ekológia športu.*[2] Práve olympijské hnutie v spolupráci s Paralympijským hnutím sa v posledných rokoch zbližujú v jednotnej snahe preklenúť tradičné stereotypy nerovnosti týkajúcej sa rodovej príslušnosti, fyzického handikepu, kultúrnej alebo náboženskej príslušnosti (Tamtiež: 280).

Podľa Dovalila celý doterajší vývin a súčasnosť sú ukazovateľmi toho, že o idey a princípy olympizmu je potrebné bojovať. Nielen ľudia, ktorí stoja za prevádzkou športu, ale rovnako tak športové inštitúcie, národné i medzinárodné organizácie a MOV[3] sú nositeľmi zodpovednosti za zachovanie zásady fair play, rovnosti šancí a ústretovosti, za uchovanie úcty a tolerancie, a tak za prosperitu eticky ustanovenej olympijskej športovej kultúry (Dovalil a kol., 2004: 189).

2.6 Šport a médiá

Šport a masové médiá sú cez symbolický vzťah neoddeliteľne spojené dohromady. Tieto dve inštitúcie sa na seba navzájom spoliehajú – masové médiá predávajú šport a šport predáva masové médiá (Pedersen, 2002:304).

Vzťah medzi médiami a športom sa stal predmetom osobitného záujmu mediálnych odborníkom v poslednom desaťročí. Avšak šport samotný bol záujmom rôznych iných odborov. Štúdium spôsobov, ktorými médiá a šport spolupracujú, prekračuje hranice a môžeme ich nájsť v literatúre zaoberajúcej sa sociológiu športu, genderovými štúdiami, v kultúrnych štúdiách alebo v publicistike. Mnoho z toho, čo už bolo napísané o športe a médiách, sa zaoberá všeobecnými otázkami v rámci mediálnych štúdií, ako sú rozsiahle reprezentácie, identity a globalizácie, rovnako ako aspekty politickej ekonomiky médií (Bernstein – Blain, 2003: 1).

Sekot tvrdí, že sociológia športu vníma vzťah médií a športu ako podstatnú tému. Podľa neho „je zrejmé, že médiá akcelerujú proces komercializácie športu. Preto je pozornosť spravidla upriamená na jednosmerný dopad vplyvu médií na šport a menšia pozornosť sa sústreďuje na vplyv športu na masové médiá. Pritom ide zjavne o recipročný vzťah závislosti týchto dvoch dôležitých sfér nášho života“ (Sekot, 2006: 264).

---

[2] XII. olympijský kongres v Paríži v roku 1994 vo svojej záverečnej správe zdôraznil, že súčasné olympijské hnutie má tri dimenzie: olympijské hry a šport, olympijskú výchovu, ekológiu športu (Dovalil a kol., 2004, 68).

[3] Medzinárodný olympijský výbor je nezisková medzinárodná nevládna organizácia s časovo neobmedzenou pôsobnosťou vo forme združenia, majúca postavenie právnickej osoby, uznaná Švajčiarskom federálnou radou v súlade so zmluvou uzatvorenou 1. novembra. Jej sídlo je v Lausanne vo Švajčiarsku, olympijskom hlavnom meste (Olympijská charta, 2011: 18).

Médiá zámerne vyberajú a tlmočia športové udalosti s primárnym cieľom upútať a udržať záujem publika. V priebehu tvorby napínavej športovej udalosti, ktorá je určená divákom sediacim v komforte svojich domovov, sú využívané vizuálne, verbálne a zvukové techniky. Takto vytváraná dráma je pritom v zhode s normami divadelnej tvorby reprezentovanej rozličnými postupmi. Médiá využívajú mnohé praktiky, aby zvýšili dramatickosť športového momentu – spomalené či opakované zábery. Touto cestou podporujú očakávanie, napätie alebo vzrušenie publika (Sekot a kol., 2004: 28).

V analytickej časti práce budeme sledovať, ako vybrané tlačené periodiká zobrazovali českých olympijských športovcov a športovkyne na svojich stránkach v dvoch obdobiach. Zameriame sa na to, akým spôsobom informovali o konkrétnych športových udalostiach s cieľom zaujať a pritiahnuť čitateľské publikum. Budeme teda analyzovať premenu mediálneho obrazu v súvislosti s medzinárodným športovým podujatím.

2.6.1 Ženy, šport a médiá

Hoci je šport všeobecne chápaný ako oblasť „maskulínnej dominancie“, rola žien v športe v priebehu rokov postupne zaznamenala premenu. V roku 1921 bola založená Medzinárodná športová federácia žien, čo predstavovalo progres v procese emancipácie žien. Už o rok na to sa uskutočnili *Ženské olympijské hry*[4], ktoré obsahovali jedenásť disciplín - mužmi označené za „neženské“. V nasledujúcich rokoch sa národných či medzinárodných športových udalostí zúčastňovalo čoraz väčší počet žien – športovkýň (Sekot, 2006: 325 – 327).

Feministická kritika športu sa objavila v neskorých 70. rokoch a začala prekvitať v priebehu skorých 80. rokov. Vtedajšie feministické štúdie sa okrem iného zaoberali aj športom ako sociálnou inštitúciou s abilitou/schopnosťou naturalizovať a privilegovať moc mužov nad ženami. Došli k záveru, že marginalizácia a trivializácia atlétok slúžila k reprodukcii nadvlády mužov nad ženami. Existujúce práce o ženách a športe ukazujú hlavne to, aký je rozsah mediálneho pokrytia a aké konkrétne mediálne zobrazenie ženských športov a ženských atlétok. Počas 80. a 90. rokoch výskum poukazoval na to, že médiá pokrývajú prevažne mužských športovcov. Napríklad, americká televízia v roku 1994 prezentovala športovcov až na 93,8 % televízneho pokrytia. Nakoľko médiá utvárajú hodnoty, táto podreprezentácia žien – športovkýň vytvárala dojem, že ženy sú v športovom svete menej

[4] Československá republika iniciovala samostatnú medzinárodnú federáciu ženských športov a hádzanej, ktorá zorganizovala I. ženskú olympiádu v Paríži v roku 1922. Neskoršie pomenovanie olympiády – Ženské svetové hry (Sekot: 2006, 326).

dôležité. Napriek tomu nastali niektoré zmeny v množstve pokrytia ženských športov, ktoré možno vysledovať v rámci veľkých športových podujatí, ako sú olympijské hry. Napríklad, zdá sa, že počas OH v r. 1996 bolo televízne mediálne pokrytie športovcov a športovkýň vyvážené (Bernstein – Blain, 2003: 6 – 7).

Napriek rozšírenejšej medializácii športovkýň ich jednotlivé médiá zobrazujú v súvislosti s ich telesnou krásou, na čo nadväzuje ďalší dôležitý koncept našej práce – estetizácia športu, ktorý priblížime v neskoršej časti práce. Z toho vyplýva, že ženy sú vo väčšej miere prezentované cez ich fyzické predpoklady než športové výkony, čo sa pri zobrazovaní mužov takmer nevyskytuje.

2.6.2 Stereotypné mediálne zobrazovanie

Děkanovský odkazuje na Fiskeho prístup[5] predstavujúci teoretický výklad mediálneho obsahu, na ktorý sa pozerá skôr zo strany publika než podávateľa. Autor spája športovcov s ikonami a tvrdí, že osoba športovca bola nahradená ikonou až do takej miery, že môže byť nadradená nad skutočnou osobou. Metamorfóza človeka v ikonu redukuje jeho atribúty, ktoré sú následne predkladané konzumentovi. Takto skonštruovaný charakter človeka sa stáva pre médiá uchopiteľnejším. Jednotlivé atribúty osoby sú vložené do jednoduchých a ľahko zapamätateľných prívlastkov alebo sloganov. Divák si môže ľahko vybaviť meno športovca pri spomenutí týchto prívlastkov. Napríklad, pomenovanie *„naganský Bůh“* si väčšina Čechov spojí s menom hokejového brankára Haška (Děkanovský: 2008: 82 -83). Daný koncept môžeme prepojiť so stereotypným mediálnym zobrazovaním. To, čo média prezentujú, sú stereotypy, ktoré zámerne využívajú. Stereotyp predstavuje „ustrnulé predstavy vo vedomí ľudí, obvykle i keď nie výhradne, prijímaných z iných zdrojov, než je vlastná sociálna skúsenosť. Tieto predstavy hrajú významnú úlohu ako vopred dané schémy vnímania, uvažovania a hodnotenia nových javov“ (Veľký sociologický slovník, 1996:1230).

Feldman priniesol klasifikáciu psychologickej dimenzie mužskej a ženskej role, v ktorej prináša žiaduce formy postojov a správania typických pre muža a ženu. Tak isto môžeme v jeho rozdelení sledovať prvky stereotypizácie. Uvádza, že ženy by mali byť v prvom rade orientované na domov a deti, vrelé, láskavé, jemné, uvedomujúce si pocity druhých, súcitné, náladové, emocionálne, subjektívne či sťažujúce sa. Od mužov sa očakáva, že budú

[5] Americký teoretik masových médií John Fiske sa okrem iného zaoberal naratívnymi štruktúrami v realistických televíznych programoch. Hlavným východiskom jeho úvah je rozlíšenie medzi televíznym produktom a televíznym textom. Pre Fiskeho je textom akýkoľvek interpretovaný televízny produkt a televízny text je subjektívnym výsledkom interakcie televízie a publika (Děkanovský, 2008: 63 -64).

ambiciózni, súťaživí, orientovaní na svet, neústupní, agresívni, spoliehajúci sa na seba alebo aktívni (Feldman in Plaňava, 2000: 108).

Ak sa pozrieme na konkrétne mediálne výskumy, môžeme nájsť mnohé príklady stereotypizácie. Napríklad, autorka Chia-Chen Yu vo svojej štúdií *A content analysis of news coverage of Asian female Olympic Athletes* (2009) píše, že dôraz na ženské charakteristiky môže byť pozorovaný v ázijských médiách pri zobrazovaní ázijských športovkýň. Niektoré krajiny v Ázií (napr. Kórea a Čína) majú za sebou dlhú históriu, v ktorej dominovala mužská spoločnosť a silné rodové hodnoty. Tieto faktory hlboko ovplyvnili ázijskú spoločnosť a kultúru (Dong, 2001, Meyer a Stern, 2007) a tak isto záujem ázijských žien o šport. Napríklad ženy a muži v Japonsku používajú rôzne slová a konečné výrazy (Ide, 1990). Jazyková diferenciácia pohlavia *(gender)* vedie k tomu, že japonské ženy znejú mäkšie, slušnejšie, menej asertívne ako japonskí muži (Ueno, 2006). Spoločnosť a kultúra v Kórei očakáva, že ženy musia byť „skromné, pasívne, starostlivé a rodinne orientované“ (Park, 1999). Podobné očakávania existujú aj v čínskej kultúre (Dong, 2001; Yu et al., 2004). V súvislosti s tým aj mediálne zobrazovanie má tendenciu vykresliť ázijské ženy ako verné, poslušné a seba – obetujúce sa (Hall, 2003). Marginalizácia žien sa odráža aj v športovom spravodajstve. Napríklad, keď média v Taiwane informovali o ženských športoch, kládli väčší dôraz na popis ich romantických a manželských problémov skôr ako na ich dosiahnuté úspechy v športe (Yu, 2009: 284).

John Vincent a kol. vo svojej štúdií *A Comparison of selected 'serious' snd 'popular' British, Canadian, And United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the Centennial Olympic Games* (2002) uvádza výskum Williama a kol. (1985), ktorí tvrdili, že výkon ženských športovkýň a ich úspechy sú často trivializované prostredníctvom stereotypných pohľadov novinárov v novinách. Podľa nich sú športovkyne rámcované v prvom rade nie na základe ich schopností a postavenia ako športovcov, ale na základe kultúrne predpísaných rodových *(gender)* charakteristík. Uviedli, že masové médiá nedostatočne informovali o víťazkách, ktoré spochybnili rodové stereotypy. Došli k záveru, že noviny často zobrazovali športovkyne ako emocionálne, závislé a spoliehajúce sa na podporu mužských partnerov (Vincent, 2002: 321).

Pri prezentácií českých olympijských športovcov a športovkýň si tak isto budeme všímať spôsob, akým vybrané české tlačené periodiká pracujú s konceptom stereotypného zobrazovania osobností na pôde športu.

2.7 Estetizácia športu

Vplyv imidžu a virtuálnej reality zaznamenáva v dnešnej dobe vzrastajúci trend, ktorý je podporený rastúcou úlohou telesného vyznenia a fyzickej krásy. Prostredníctvom estetického posolstva je preferovaný najmä ženský kult súmernosti a štíhlosti (Sekot, 2006: 319).

Huiling vo svojej publikácií *The HumanisticVvalues of the Beiing Olympisc* (2010) píše, že krása športu sa nachádza v každej jeho časti. Autor konštatuje, že na základe vzťahu medzi prírodou a ľudstvom sa môžeme domnievať, že napríklad športovci vykonávajúci športy ako jachting alebo windsurfing sú prezentovaní cez ich zdravý tón pleti, sexi bikiny alebo moderné slnečné okuliare a podobne. S súvislosti s tým môžeme hovoriť o harmonickej kráse medzi ľudstvom, prírodou a módou. Fyzické predpoklady tvoria jeden z aspektov krásy športovcov. Estetické hodnoty moderných športových súťaží sú čoraz viac viditeľné. Huiling uvádza výrok Couberina[6] - otca moderných olympijských hier, ktorý tvrdil, *že „krása a dôstojnosť by mali byť ocenené na väčšine veľkých športových podujatí“* (Huiling, 2010: 105). Haynes poukazuje na vyžívanie mediálnej prezentácie pri zvyšovaní popularity športovkýň. Uvádza príklad britskej cyklistky Viktórie Pendleton, ktorá nafotila súbor propagačných módnych záberov, na ktorých pózovala v šatách a podpätkoch so skrutkovačom v ruke. Podľa športového žurnalistu píšuceho pre noviny *Guardian* išlo o predaj sexuálnej stránky športovkyne prostredníctvom mediálneho zobrazenia (Haynes - Boyle, 2009: 130).

Sekot ako príklad napredujúcej estetizácie športu uvádza športovkyňu Moniku Selešovú, ktorá bola najlepšie platenou športovkyňou sveta v roku 1992, a to nie pre jej športové zásluhy, ale vďaka finančným odmenám za reklamu pre viaceré svetové značky. Tak isto ruská tenistka Anna Kurnikovová je médiami prezentovaná cez jej krásu (Sekot, 2006: 319).

Bernstein a Blain píšu, že média majú tendenciu vnímať športovkyne ako sexuálne bytosti (Bernstein – Blain, 2003: 8).

Koncept estetizácie športu využijeme pri skúmaní toho, ako sa menili fyzické atribúty, prostredníctvom ktorých boli športovkyne a športovci zobrazovaní vo vybraných v českých periodikách.

[6] Francúzsky aristokrat Pierre de Frédy, Baron de Coubertin založil moderné olympijské hry. Jeho snahou bolo oživiť vzdelávací systém vo Francúzsku. Myšlienka športových podujatí vychádzajúca z olympijských tradícií starovekého Grécka si pod jeho vedením pomaly získala podporu medzi zástancami atletiky v Európe a Amerike, a preto Coubertin v roku 1896 zorganizoval prvé moderné olympijské hry v Aténach (Internetový portál 19th Century History http://history1800s.about.com/ od/sports/a/Coubertin.htm , 7.4. 2013).

2.8 Komodifikácia športu

S pojmom komodifikácia športu súvisí pojem komercializácia. Pojem komercializácia znamená „podriaďovanie rôznych hospodárskych a spoločenských javov obchodným hľadiskám, za kapitalizmu s úmyslom dosahovať pokiaľ možno ziskov (Procházka, 1964:547). Komercializáciu športu môžeme spojiť s jeho postupnou medializáciou, ktorá začala v 70. rokoch 19. storočia. Táto medializácia posilnila ekonomickú hodnotu športu a vznik športovej reklamy. Sociologická literatúry k aspektom komercionalizácie zaraďuje športový priemysel, verejný sektor, komercionalizáciu amatérskeho športu, šport a televíziu a športový sponzoring (Sekot, 2006: 203 – 206).

Športový priemysel sa rozšíril s rozvojom organizovaného športu v 19. storočí. Odvtedy je „značkovanie“ *(„branding“)* v čoraz väčšej miere spájané s elitnými športmi. Napríklad, futbalové kluby môžu „pridať hodnotu“ prezentovanej značke a „rozvíjať“ ju na svetových trhoch (Haynes – Boyle, 2009: 44). Chadwick tvrdí, že „sponzoring predstavuje jednu z foriem svetovo najvýznamnejších výdavkov marketingovej komunikácie a šport tvorí stále hlavného príjemcu peňazí, ktoré spoločnosti utratia za sponzorstvo každý rok“ (Chadwich, 2007:287 in Boyle – Haynes, 2009: 43). Inštitúcie riadiace šport, sponzori a televízie predstavujú spojenectvo, ktoré transformovalo šport vo Veľkej Británii, ale aj po celom svete. Profesionálny šport závisí na komerčnom sponzorstve a na peniazoch z predaja televíznych práv. Rovnako tak sponzori majú záujem o zabezpečenie si popularity svojich výrobkov, ktoré sa snažia prezentovať najčastejšie cez televíziu (Haynes – Boyle, 2009: 44 – 45).

Sponzori oslovujú konkrétnych športovcov, ktorí sa potom symbolicky stávajú ikonami určitej značky. Napríklad, svetovo známy basketbalista *Michael Jordan* prepožičal svoje meno značke *Nike*, ktorá sa prostredníctvom danej spolupráce tak isto stala globálnou ikonou v čase obáv, kam bude smerovať jej budúcnosť. Okrem basketbalistu Jordana spolupracoval so svetovou značkou aj americký golfista Tiger Woods, ktorý s firmou *Nike* podpísal kontrakt na 100 miliónov dolárov (Cashmore, 2010: 408 – 416).

V analytickej časti práce budeme skúmať ako sa české periodiká postavili k stále častejšie sa uplatňujúcemu konceptu komercializácie, konkrétne sa budeme zaoberať sponzoringom a reklamou súvisiacou s olympijskými športovcami.

2.9 Nové mužstvo

Badinterová uvádza, že „tvrdého muža“, ktorý sa vyznačuje bojom sám so sebou, aby sa ubránil proti slabosti a pasivite, nahradil „muž mäkkota“, ktorý je jeho absolútnym opakom. Niektorí muži si mysleli, že ak sa chcú zapáčiť ženám, ktoré sa v 70. rokoch postavili proti „mužom – machistom“, musia si osvojiť tradičné ženské hodnoty a správanie. Teda „tvrdého muža“, ktorého charakterizovalo potláčanie ženskosti, nahradil „muž mäkký“, ktorý sa postupne prestal hlásiť k mužstvu (Badinterová, 2005: 127 – 139).

Autorka tak isto uvádza príklad amerického výskumu, v rámci ktorého vlastníci istého časopisu vykonali medzi svojimi čitateľmi prieskum na tému mužstvo. Výsledky nasvedčovali tomu, že väčšina mužov uviedla, že sa snažia byť jemnejší, vrelí, láskaví a naopak, že opovrhujú agresivitou alebo súťaživosťou (Tamtiež: 139).

V prostredí českého výskumu sa konceptu „nového mužstva“ venuje Librová alebo Šmídová. Librová poukazuje na zmenu muža – na jeho zženštilosť. Tvrdí, že napr. v Spojených štátoch, Nemecku alebo v iných častiach Európy sa preferuje fenomén novej maskulinity. Predstaviteľa takejto maskulinity pomenováva ako „avantgardného macha“ alebo „alternatívneho supermana“ a pripomína, že práve jemu patrí budúcnosť. Rovnako poukazuje na to, že tento typ muža je to, čo svet nutne potrebuje. Charakterizuje ho ako fyzicky silného, rozhodného jedinca, ktorého od odcudzovaného predchodcu, typického „macho – muža“, diferencuje jeho nezištný spôsob konania v prospech iných, schopnosť lásky či trpezlivosti (Librová: 1994: 85).

Obdobne Šmídová hovorí o dualistickej identite „nových mužov“. Podľa nej tak isto disponujú z časti mužskou virilitou a silou, a z časti atribútmi príznačnými pre ženy, teda toleranciou, porozumením a súcitom (Šmídová, 2004: 3).

Kimmel píše o prejavoch „zženštilosti“ ako o istej forme škatuľkovania. Tvrdí, že zakaždým, keď chce chlapec prejaviť svoju „inú“ stránku, je zatlačený do úzadia a pomenovaný ako „slaboch“ alebo „matkin maznáčik“. Avšak ak ho niekto oslovuje takýmito pomenovaniami, snaží sa bojovať a dokázať, že takým nie je (Kimmel, 2009: 83).

To znamená, že na jednej strane sa muži snažia neustále hájiť svoju pozíciu „vládnuceho muža“, ale na druhej strane sa čoraz častejšie stretávame s prítomnosťou „nového muža“, ktorý disponuje charakteristikami typickými pre ženské pohlavie. V nadväznosti na to Badinterová uvádza, že zatiaľ čo ženy túžili po jemnejších a menej agresívnych mužoch, samé začali byť bojovnejšie (Badinterová, 2005: 140).

2.10 Banálny nacionalizmus

Billig tvrdí, že pokiaľ je nacionalizmus prezentovaný cez ideológiu, ktorej úlohou je vytvárať či udržiavať národné štáty, môžeme naň hľadieť zo sociálno – historického aspektu.

V súvislosti s tým uvádza definíciu Ernesta Gellnera[7], ktorý poukazoval na to, že nacionalizmus patrí do éry národných štátov a že „nacionalizmus je predovšetkým politický princíp, ktorý pojednáva o tom, že politické a národné princípy by mali byť v súlade (Gellner, 1983:1 in Billig, 1995: 19).

Základom Billigovej teórie je analytická diferencia medzi *horkým* a *banálnym* nacionalizmom. *Horký* nacionalizmus sa prejavoval v 19. storočí, teda v čase národných hnutí alebo v období násilia a vojenských udalostí v bývalej Juhoslávií, *banálny* nacionalizmus operuje na úrovni každodenného života (Štětka, 2007: 80). Hlavným významom konceptu banálneho nacionalizmu[8] je „zhromaždenie ideologických návykov, ktoré reprodukujú ustanovené národy ako národy“ (Billig, 1995: 6).

Billig prepája koncept banálneho nacionalizmu s médiami. Ako príklad uvádza prípadovú štúdium a na základe nej poukazuje na to, ako médiá glorifikujú *správy z domova* pred ostatnými správami. Autor analyzoval *britské denníky*[9] vydané 28.6.1993. Vo vybraný dátum sa obsah skúmaných periodík viazal najmä na informácie týkajúce sa rozkazu amerického prezidenta Clintona bombardovať Bagdad. Vo viacerých novinách boli identifikované znaky banálneho nacionalizmu, napr. preferovanie jedného národa pred druhým. Napríklad, The Times oznámil: *„Clinton varuje Saddáma[10]: nepokúšajte sa nám to vrátiť“* alebo Star priniesol podobne ladený titulok: *„Oplaťte to a my vás zničíme, varuje Clinton“*.

Okrem iného Billig vo svojom výskume poukázal na využívanie člena *„the“*, ktoré nadraďovalo jeden národ nad iným (Tamtiež: 110 – 115).

V súvislosti so športom Billig píše, že šport historicky predstavuje mužskú doménu, a týmto spôsobom je prezentovaný v britskej tlači. Šport tvorí vlastné *ghetto*: pretože šport nie je

---

[7] Ernest Gellner bol vynikajúcim teoretikom modernity pôsobiacim na konci 19. storočia. Zaoberal sa hlavne filozofiou a sociálnou antropológiou. Zastával kritický racionalizmus, bránil osvietenecký univerzalizmus proti rastúcemu vplyvu idealizmu a relativizmu. Je autorom publikácií, ktoré analyzovali etnicitu a nacionalizmus: *Myslenie a zmena, 1964 (Thought and Change)* a *Národy a nacionalizmus, 1983 (Nations and Nationalism)* (Internetový portál The Ernest Gellner, http://gellnerpage.tripod.com/Bio.html, 8.4.2013).

[8] Banálny neznamená v tomto kontexte neškodný (*benign*), práve preto, že tento typ nacionalizmu – ako Billig súdi – stojí v pozadí takej činnosti, akou je vývoj rozsiahlych arzenálov zbraní (Štětka, 1995: 82).

[9] Do výskumu boli zahrnuté tri „senzachtivé tabloidy“ – *Daily Star, Daily Mirror, Sun,* tri „rešpektované“ tabloidy – *Daily Mail, Daily Express, Today* a štyri „seriózne“ alebo veľkoformátové periodiká – *The Times, Guardian, Daily Telegraph* a *Independent* (Billig, 1995:110).

[10] Iracký prezident

nikdy len šport, ale jeho súčasťou je sociálny a politický rozmer prezentovaný prostredníctvom médií mimo hráčov a divákov (Tamtiež: 119 -120).

Billig uskutočnil výskum, v ktorom analyzoval športové spravodajstvo počas dňa, kedy sa začal druhý týždeň tenisového turnaja vo Wimbledone, na ktorom sa zúčastnili vrcholoví hráči z celého sveta. Konštatoval, že tlač preferovala „vlajkovaciu funkciu" – vlajky v ten deň viali *„pre nás"* , *„naše víťazstvo"* a a tenisti boli *„naši hrdinovia"*. Víťazstvo britského tenistu analyzované periodiká približovali cez vyjadrenia typu: *„Dokázali sme to!" („We´ve done it!") / „naša nová hviezda" („our new star")* (Sun) alebo *„britská tenisová hviezda Andrew Foster" („British tennis hero Andrew Foster")* (Mirror). Výskum zahŕňal aj iné športové disciplíny, ale zakaždým boli za „hrdinov" označovaní len tí „domáci" športovci (Tamtiež: 120 -121).

Podľa Štětku je športové spravodajstvo mediálnym žánrom, na ktorom možno bezprostredne preukázať princíp kolektívnej identity ako vzťah medzi príslušnosťou k jednej skupine a paralelným oddelením od ostatných skupín (Štětka, 2007: 87).

V predkladanej práci sa zameriame tiež na koncept banálneho nacionalizmu a budeme si všímať prítomnosť jeho znakov v skúmaných článkoch. Porovnáme, akým spôsobom české periodiká využívali tento koncept v dvoch rozdielnych rokoch.

2.11 Výskumy

V nasledujúcej podkapitole si predstavíme kľúčové zahraničné výskumy, z ktorých sme pri tvorbe našej práce primárne vychádzali. Následne sa pozrieme na to, ako boli českí športovci a športovkyne zobrazované už v existujúcich výskumoch realizovaných v českom prostredí.

2.11.1 Zahraničné výskumy: mediálny obraz športovcov a športovkýň

V nasledujúcej podkapitole našu pozornosť zameriame na zahraničné výskumy, ktoré sa priamo venovali skúmaniu mediálneho obrazu športovcov a športovkýň počas olympijských hier.

Christopher King vo svojej štúdií *Media Portrayals Of Male And Female Athletes: A Text and Picture Analysis of British National Newspaper Coverage of the Olympic Games since 1948* (2007), preskúmal ako britské noviny (The Times, The Daily Mail) zobrazujú mužov a ženy počas letných olympijských hier od roku 1948 do roku 2004. Do obsahovej analýzy boli zahrnuté články a fotografie nebritských účastníkov olympiády. Noviny boli skúmané počas dvoch týždňov trvania každej olympiády. Napríklad, prieskum začal olympijskými

hrami v Londýne v roku 1948 v perióde od 29.júla 1948 po 14.augusta 1948. V priebehu každých olympijských hier bol zaznamenávaný počet titulkov venovaných mužom a ženám, počet článkov zahrňujúcich mužov a ženy. Výskumník si všímal tak isto aj pohlavie autorov správ. Predbežný výskum preukázal, že články i titulky boli písané o mužoch aj o ženách. V tomto prípade boli články aj titulky definované ako neutrálne. Okrem záznamu celkového počtu fotografií zobrazujúcich buď muža alebo ženu, boli tieto fotografie umiestnené do jednej z nasledujúcich kategórií:

• športová póza *(athletic pose)* –športovec/športovkyňa oblečení v tímovom drese a pri športe
• nešportová póza *(non – athletic pose)* – obraz športovca/športovkyne pri činnosti nesúvisiacej so športom alebo v oblečení inom ako bol tímový dres. Patrila tu i propagačná alebo reklamná fotografia (King, 2007: 188 - 189).

Štúdia zaznamenala aj to, koľkokrát sa športovec alebo športovkyňa objavili na zadnej strane novín. Titulky, ktoré súviseli so športovcovým/športovkiným fyzickým vzhľadom alebo silou/atletickosťou tvorili základ kvalitatívnej diskusie.

Výsledky poukázali na to, že mužskí športovci získali väčšie mediálne pokrytie v oboch printových periodikách – The Times a Daily Mail – medzi rokmi 1948 a 2004. Od roku 1948 boli ženské športovkyne zobrazené len 451 krát zatiaľ čo mužskí športovci 750 krát. Čo sa týka titulkov, napríklad The Times zaznamenalo 109 (54 %) titulkov odkazujúcich na mužov –športovcov a 63 (31 %) odkazujúcich na ženy – športovkyne. Genderovo neutrálnych bolo 30 (15 %) titulkov (Tamtiež: 189 – 190).

„V súvislosti s použitým jazykom v rámci článkov si môžeme všimnúť, že už v štyridsiatych a päťdesiatych rokoch články odkazovali na ženskú príťažlivosť a ženskosť. Napríklad v úvodnom odseku článku v Daily Mail (5.august 1948) týkajúceho sa športovkyne Maureen Gardner, bolo uvedené že:

> *Štíhla, pekná Maureen Gardner so svetlými hnedými vlasmi porazila včera o 1, 25 sek holandskú matku dvoch detí Fanny Blankers – Koen.*
> *(Daily Mail, 5.august 1948)*

[…] Od osemdesiatych rokov články v oboch periodikách The Times a Daily Mail obsahovali jazyk, ktorý preferoval oslavu vzhľadu a štýlu viac než športový výkon. Novinový článok o Florence Gruffith – Joyner sa sústredil na jej výkon, ale tak isto aj na vzhľad:

> *Bolo nemožné ignorovať krásnu kráľovnú trate, keď šliapla na plynový pedál útočiac počas posledných 60 m, jej havranie vlasy viali.*
> *(Daily Mail, 30.september 1988).*

Naproti tomu počas olympijských hier v roku 2004 úspechy ženských športovkýň neboli v novinových článkoch pošpinené, trivializované alebo sexualizované.“ (Tamtiež: 196)

V súvislosti so zobrazením športovcov/športovkýň na fotografiách štúdia zistila, že len športovkyne boli zobrazované na fotografiách so sexuálnym podtónom. Muži nefigurovali na žiadnej fotografii so sexuálnym motívom. Tak isto sa zistilo, že muži vystupovali v 58 % fotografií v porovnaní so 42 % fotografií žien. Za konzervatívnejšie boli pokladané fotografie v 40. a 50. rokoch, kedy noviny uverejnili nízky počet nešportových fotografií. Počet fotografií sa začal zvyšovať od 60. a 70. rokov, kedy sa objavili i nešportové fotografie. Tlač prešla na uverejňovanie fotografií so sexuálnym podtónom zobrazujúcich najmä ženy.

V závere výskumu bolo zistené, že médiá z veľkej časti bagatelizovali a magrinalizovali športovkyne v 80. a 90. rokoch. Tak isto bolo dokázané, že športovkyne boli zobrazované na fotografiách, ktoré sa nachádzali na hranici mäkkej pornografie, a tým hierarchizovali fyzický vzhľad nad športovým výkonom (Tamtiež :197 – 198).

Vincent, John a kol . tak isto skúmali zobrazovanie mužov a žien počas olympijských hier v médiách. Ich práca *A Comparison of selected ‘serious’ snd ‘popular’ British, Canadian, And United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the Centennial Olympic Games* (2002) analyzuje články a fotografie v rámci olympijských hier v Atlante v roku 1996 v porovnaní s olympijskými hrami z rokov 2000 a 2004.

Do analýzy boli zahrnuté „seriózne“ a „populárne“ noviny z Veľkej Británie, Kanady a Spojených štátov. Kódované boli články a fotografie nachádzajúce sa na prednej strane *(front page)* novín, na prednej strane *(front page)* športovej prílohy a v celej časti športovej prílohy (Vincent a kol., 2002: 319).

Výskumníci si stanovili štyri všeobecné výskumné otázky:

1. „Získali športovkyne odlišné mediálne pokrytie ako športovci v súvislosti s počtom, veľkosťou a prominenciou novinových článkov a fotografií vo vybraných novinách troch krajín?
2. Boli športovkyne v tzv . športoch „vhodných pre ženy“ *(female – appropriate)*[11] vykreslené inak vo vybraných novinách troch krajín na rozdiel od športovkýň súťažiacich v športoch „nevhodných pre ženy“ *(female – inappropriate)*?
3. Boli športovkyne vykreslené kvalitatívne odlišne v porovnaní so športovcami vo vybraných novinách v troch rôznych krajinách?
4. Zahŕňali „seriózne“ a „populárne“ noviny z Veľkej Británie, Kanady a Spojených štátov pokrytie športovcov a športovkýň kvantitatívne odlišne (ak ide o článok, titulok, veľkosť fotografie, farbu a prominentnosť)?“ (Tamtiež: 322)

Autori skúmali kategórie, ktoré sa vzťahovali k fyzickému vzhľadu/oblečeniu, psychologickým charakteristikám, fyzickej sile/atletickosti a rodinnej role. Boli kódované buď pozitívne alebo negatívne. Fotografie boli taktiež začlenené do jednej zo skupín na základe kategórií použitých Rintalom a Birrellom (1984):

1. „Súťažná: športovec/športovkyňa sa aktívne zúčastňoval/a svojho športu.
2. Nesúťažná: športovec/športovkyňa nebol/a zachytená pri športe, ale z jeho/jej oblečenia alebo situácie bolo zrejmé, že ide o športovcov.
3. Aktívna: športovec/ športovkyňa vykonávala iný šport
4. Póza: športovec/ športovkyňa bol/a zachytený/á v nešportovej situácií alebo bola odfotená len hlava/ ramená športovca/športovkyne“ (Tamtiež: 324)

Výsledky poukázali na to, že športovkyne dostavajú viac priestoru, keď súťažia v rámci veľkých medzinárodných podujatí, ako sú olympijské hry, ako keď sa venujú športu pravidelnej počas celého roka. Táto štúdia potvrdila postupne sa zvyšujúce množstvo novinového pokrytia športovkýň súťažiacich v zimných a letných olympijských hrách v priebehu posledných troch dekád (Tamtiež: 334).

Autorka Chia – Chen Yu sa v štúdií *A content analysis of news coverage of Asian female Olympic Athletes* (2009) zamerala na obsahovú analýzu novinových článkov, ktoré

[11] „female – appropriate“ športy: lukostreľba, potápanie, jazdectvo, gymnastika, plávanie, synchronizované plávanie, stolný tenis, tenis a volejbal (Vincent a kol., 2002:323).

zobrazovali ázijské športovkyne. V rámci nej využila nasledujúce kategórie, do ktorých následne zaraďovala konkrétne skúmané články:

Tabuľka 1 - Výskumné kategórie

Kategória	
Disciplína/šport	Šport, v ktorom športovec súťažil
Pôvod športovca	Krajina, ktorú športovec reprezentoval počas Olympijských hier
Téma	Obsah a príklady
Fyzický vzhľad a oblečenie	Fyzická krása, pôvab, módnosť, atraktívnosť, ženský štýl, hmotnosť, výška
Psychologické charakteristiky (pozitívne, neutrálne, negatívne)	Súvisí s psychologickými charakteristikami, napr. emocionálne a závislé bytosti, láskavé, pasívne, plačúce, príjemné, vrelo sa smejúce osoby alebo ticho hovoriace
Fyzická/športová sila (pozitívna, neutrálna, negatívna)	Súvisí so športovkiným fyzickým/športovým výkonom počas súťaže
Rodinná charakteristika	Rola ženy z tradičného hľadiska, rola manželky, matky, vzťahy s manželom, spolubývajúcimi alebo priateľmi
Úspech v športe	Úspech v športe (napr. celosvetový rekord, šampión...)
Popularita	Popularita športovkyne v krajine, v médiách, v zábavnom priemysle, medzi fanúšikmi, pozvanie na akcie
Nacionalizmus	Dôraz na nacionalizmus, národný úspech
Romanca	Osobný milostný život
Rodinný stav	Rodinný stav alebo budúce plány v súvislosti s manželstvom
Kariérna dráha	Cesta, ktorú športovkyňa musela prejsť, aby sa stala úspešnou
Dráha k úspechu	Tréning alebo obete, ktorými športovkyňa prešla, aby sa stala úspešnou
Kariéra po medaile/medailách	Plány po skončení olympijských hier, napr. návrat do školy
Potvrdenie príležitostí a stimulov	Aktuálne alebo potenciálne potvrdenie ponuky, stimuly pre športovcov, aby vyhrali medailu
Špeciálny význam medaile pre šport. krajinu	Napr. prvá medaila, stá medaila pre krajinu
Zlepšenie výkonu	Drogová problematika týkajúca sa športovcov, vylúčenie pre užívanie drog alebo pre akúkoľvek výživu zlepšujúcu výkon

Zdroj: (Yu, 2009: 289)

Autorka poznamenáva, že pozitívne a negatívne komentáre obsahovali výkon športovkyne počas súťaže. Príklad pozitívneho komentáru – sú mocné, silné a psychicky pevné. Príklad negatívneho komentáru – sú emocionálne, závislé, utierajú si slzy, menej silné ženy (Vincent, 2000; Vincent et al, 2002) alebo pochybujú o víťazstve a ich prognóza na výhru je absurdná.

Výsledky štúdie priniesli záver, že v prípade spravodajských článkov sa periodiká zameriavali viac na výkon športovkyne, na úspechy a psychologické charakteristiky, ako na súkromný život. Športoví novinári mali tendenciu zdôrazňovať nacionalizmus a osobitný

význam medailí pre krajiny v prípade, že medailisti a športoví novinári pochádzali z tej istej krajiny. Výskumníci dokázali, že športy ako potápanie a maratón boli prezentované viac, hoci ázijské športovkyne boli úspešné v iných športoch. Výsledky priniesli zaujímavé závery, ale budúce štúdie by mohli obsahovať porovnanie spravodajstva o ázijských športovkyniach v rozsiahlejšom časovom úseku, napríklad za posedných 20 rokov (Tamtiež: 289 - 301).

Iná štúdia *Examining equity in newspaper photographs a content analysis of the print media photographic coverage of interscholastic athletics* (2002) autora Paula Pedersena využíva obsahovú analýzu fotografií vysokoškolských športovcov/športovkýň vyskytujúcich sa v periodikách.

Výskumníci vychádzali z nasledujúcich štyroch hypotéz:

1. „Športovci získajú väčšie fotografické pokrytie ([A] počet fotografií, [B] veľkosť fotografií) ako športovkyne.
2. Športovci získajú prominentnejšie fotografické umiestnenie (tj predná strana) ako športovkyne.
3. Športovci budú zobrazení na farebných fotografiách, zatiaľ čo športovkyne budú vo veľkej miere zobrazené na čierno – bielych fotografiách.
4. Športovci budú zobrazení na akčných snímkach, zatiaľ čo športovkyne budú vo veľkej miere zobrazené na pokojných a pózovacích fotografiách“ (Pedersen, 2002: 306).

Štatistická analýza bola použitá na určenie toho, či existuje akýkoľvek rozdiel medzi fotografickým pokrytím športovcov a športovkýň. V rámci analýzy autori využili chi – kvadrát test, ktorý sa najčastejšie využíva pri obsahovej analýze (Riffe et al., 1998 in Pedersen, 2002: 307). Výsledky štúdie poukázali na to, že ženy sa športových udalostí zúčastňujú v menšej miere ako muži. Bariéra účasti žien v športe je vytvorená aj neobjektívnym mediálnym pokrytím. Záver štúdie potvrdil, že mužskí športovci nielenže mali viac fotografií, ale ich fotografie boli i lepšie umiestnené a viac farebné (Pedersen, 2002: 307 – 316).

Sumárne môžeme konštatovať, že všetky prezentované zahraničné výskumy potvrdili primárne zameranie médií na mužských športovcov. Medializácia žien bola vo väčšine prípadov marginálna a športovkyne boli prezentované častejšie skrz fotografie so sexuálnym podtónom v pózujúcom postoji. Avšak spoločným znakom štúdií bolo i zistenie, že v rámci skúmania mediálnej prezentácie športovcov a športovkýň počas viacerých rokov sa

zobrazovanie žien – športovkýň začalo zlepšovať a periodiká im vyčleňovali rozsiahlejší priestor. Je otázne, aké výsledky by priniesli tieto výskumy, ak by sa zrealizovali v rovnakom prostredí v súčasnej dobe, v roku 2013.

2.11.2 Domáce výskumy: českí športovci a športovkyne

V nasledujúcej časti práce sa pozrieme na obdobné výskumy realizované v Českej republike. Keďže je ich výskyt ojedinelý, pre nedostatočnú existenciu relevantných zdrojov, popíšeme aspoň ten, o ktorom sme mali možnosť dozvedieť sa viac.

Sekot píše, že v českej spoločnosti môžeme badať nepomer medializácie žien v športe v porovnaní s mužskou prezentáciou na prelome tisícročia. Možno usudzovať, že české médiá nenapomáhajú zviditeľňovať ženský šport. Poukazuje na výskum, ktorého cieľom bolo preskúmať, aký priestor venujú médiá zobrazovaniu ženských športovkýň a či odpovedá ich účasť na olympiáde získanému priestoru v médiách počas trvania olympijských hier v Atlante v roku 2004. Súčasťou výskumu boli tri celoštátne denníky – *Sport, Právo* a *Mladá Fronta.* Výskumníci sa zamerali na obdobie od dňa pred zahájením hier až do dňa po ukončení hier. Skúmali fotografie a články zaoberajúce sa olympijským spravodajstvom. Do analýzy bol zahrnutý celkový počet článkov a plocha, na ktorej boli publikované. Na olympijských hrách sa z českej výpravy zúčastnilo 61 žien a 80 mužov. Skúmané denníky uverejnili 817 článkov, z toho 284 článkov bolo o ženách, 428 o mužoch a 105 článkov zahŕňalo obe pohlavia. Z výslednej analýzy boli vynechané články o oboch pohlaviach. Výskumníci zistili, že 60 % článkov bolo publikovaných o mužoch a 40 % o ženách. Najčastejšie o ženách informoval denník *Právo* (42 %) a najmenej denník *Sport* (38 %). Pomer celkovej plochy, ktorú články o ženách zabrali, tvoril u *Sportu* a *Práva* 60:40 a *Mladá Fronta* venovala ženám len neúplných 42 % plochy. Sledované periodiká uverejnili celkovo 611 fotografií. Len na 14 fotografiách figurovali muži a ženy spoločne a tieto fotografie boli z výskumu tak isto vylúčené. Z výsledného počtu fotografií boli ženy zachytené na 237 fotografiách, čo predstavovalo 39,7 %. Najviac ženských fotografií publikovala *Mladá Fronta* (takmer 40 %) a najmenej *Sport* (37,6 %). Celková plocha uverejnených ženských fotografií predstavovala 37,1 % plochy. Výskumníci zistili, že muži – športovci boli častejšie prezentovaní na titulných stránkach denníkov v percentuálnom prevedení 7 % oproti ženám, ktoré získali len 5,6 % prípadov. V rámci porovnania spravodajstva o domácich a zahraničných športovcoch, o mužoch sa písalo zo 64 % o domácich športovcoch a o ženách až 73 %. Na tomto výsledku sa mal účasť jediný český kolektívny šport žien – basketbal (7,5 %).

V závere môžeme konštatovať, že pomer textu a fotografií o českých športovcoch a športovkyniach zodpovedal približne percentuálnemu zastúpeniu olympijských športovcov. Môžeme sledovať stále sa zvyšujúci trend emancipácie žien v športovej oblasti (Sekot:2006, 359 – 362).

3 Metodologická časť

3.1 Návrh výskumu

V tejto časti práce popíšeme cieľ výskumu a hlavnú metódu výskumu, ktorú sme v práci využili. Rovnako formulujeme hlavné a vedľajšie výskumné otázky, hypotézy, ktoré budeme vo výskume overovať a následne vykonáme ich operacionalizáciu. V záverečnej metodologickej časti popíšeme výskumnú vzorku.

3.1.1 Téma

Premeny mediálneho obrazu českých olympijských športovcov v tlačenom denníku Mladá Fronta Dnes a Sport v rokoch 1988 a 2012.

3.1.2 Zdôvodnenie voľby výskumu

Médiá si zámerne vyberajú témy, ktoré sa dostanú k verejnosti. Tým, že výber tém spočíva na ich rozhodnutiach, sú prvotnými tvorcami tém, ktoré ľudia potom považujú za najdôležitejšie. Vyplýva to z toho, že mnoho ráz ľudia vnímajú dianie v okolitom svete len cez médiá. S tým súvisí aj stereotypné mediálne zobrazovanie.

Vzťah médií a športovej agendy predstavuje zaujímavú oblasť z pohľadu výskumníka, pretože tvorí nedostatočne preskúmaný rámec z aspektu mediálnych štúdií.

Na základe viacerých zahraničných štúdií vidíme, že médiá od nepamäti konštruovali obraz športovkýň primárne stereotypným spôsobom a manifestovali postavenie športovcov. V oblasti športu sa postupne začali uplatňovať koncepty ako estetizácia športu, erotizácia športu, komodifikácia alebo nové mužstvo. V súvislosti s tým snahou našej práce je pokúsiť sa analyticky popísať a porovnať premeny editoriálnych stratégií, respektíve mediálneho obrazu reprezentantov letných olympijských hier v rokoch 1988 a 2012.

3.1.3 Cieľ práce

Cieľom diplomovej práce je porovnať, ako vybrané periodiká konštruovali mediálny obraz českých olympijských športovcov a športovkýň, a ako sa daný mediálny obraz menil v porovnaní rokov 1988 a 2012. Rovnako sa zameriame na to, pomocou akých editoriálnych postupov vybrané periodiká vytvárali daný mediálny obraz.

3.1.4 Kvantitatívny výskum: hlavné výskumné otázky

HVO1: Ako sa menili editoriálne postupy vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport pri zobrazovaní českých olympijských športovcov a športovkýň v rokoch 1988 a 2012?

HVO2: Ako sa menil celkový mediálny obraz českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport v rokoch 1988 a 2012?

3.1.5 Kvantitatívny výskum - vedľajšie výskumné otázky, hypotézy a ich operacionalizácia

V nasledujúcej podkapitole formulujeme vedľajšie výskumné otázky k obom hlavným výskumným otázkam. Rovnako vyslovíme hypotézy, ktoré budeme v rámci výskumu overovať. Súčasťou operacionalizácie budú tak isto indikátory, prostredníctvom ktorých uskutočníme obsahovú analýzu.

<u>Vedľajšie výskumné otázky k HVO1:</u>

VVO1: Ako sa menila frekvencia pokrytia športovej agendy vzhľadom na pohlavie športovca v rokoch 1988 a 2012?

H1: Predpokladáme, že v roku 2012 sa zobrazeniu športovkýň v oboch periodikách bude venovať väčšia pozornosť ako v roku 1988.

V rámci tejto hypotézy môžeme vychádzať z výskumu Christophera Kinga (2007). Výsledky jeho skúmania priniesli záver, že mediálna reprezentácia športovkýň bola počas olympijských hier od roku 1948 marginalizovaná a zvýšila sa až v roku 2004. Môžeme predpokladať, že obdobný trend budeme sledovať aj v našom vybranom období.

Indikátory: *počet článkov*

VVO2: Ktorá z vybraných spravodajských hodnôt zaznamenáva najdynamickejší nárast?

H2: Predpokladáme, že najdynamickejší nárast pri porovnaní oboch období zaznamená spravodajská hodnota personalizácia.

Môžeme si všimnúť, že médiá čoraz viac zobrazujú osobný život športovcov. Nehľadí sa naň len z profesionálneho hľadiska, kde môžeme zahrnúť aktivity týkajúce sa primárne športu, ale médiá prezentujú aj osobný život. V súvislosti s tým sa môžeme domnievať, že v priebehu vybraných rokov 1988 a 2012 bude pri prezentácií športovcov v rámci olympijských hier dynamicky narastať spravodajská hodnota personalizácia.
Spravodajskú hodnotu negativitu môžeme odvodiť od stereotypného zobrazovania žien. Keďže sú ženy všeobecne prezentované ako krehké a zraniteľné stvorenia, predpokladáme, že rovnakým spôsobom budú prezentované vo vybraných periodikách. Môžeme očakávať, že športovkyne budú zobrazené častejšie cez zranenia (napr. zmienka o fyzickom poranení, fotografia zranenej športovkyne) alebo cez zmienky o prehre či hádke.
Ďalšími spravodajskými hodnotami, ktoré budeme sledovať sú prekvapenie, príslušnosť k elitnému národu a príslušnosť k elitným osobám.

Indikátory: spravodajskú hodnotu <u>personalizácie</u> identifikujeme v prípade, keď sa v článku objaví zmienka o *konkrétnom športovcovi a športovkyni v súvislosti s:*
osobným životom – rodina, partnerský život, priatelia, aktivity vo voľnom čase.
- spravodajskú hodnotu <u>negativity</u> identifikujeme v prípade, keď a v článku objaví zmienka o: *zranení, prehre, konfliktu, hádke.*
- spravodajské hodnoty <u>príslušnosť k elitným národom/osobám</u> určíme, ak sa v článku objaví zmienka o významných národoch/osobách, ktoré sú podstatnou súčasťou konania olympijských hier
- spravodajskú hodnotu <u>prekvapenie</u> identifikujeme v prípade, keď sa v článku objaví informácia o významnom úspechu športovca či športovkyne

VVO3: Ako sa menilo zobrazenie českých športovcov a športovkýň z hľadiska dôležitosti športovej agendy počas olympijských hier v rokoch 1988 a 2012?

H3: Predpokladáme, že zobrazovanie športovcov bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 1988 ako v roku 2012.

H4: Predpokladáme, že zobrazovanie športovkýň bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 2012 ako v roku 1988.

Dôležitosť športovej agendy: Pod pojmom dôležitosť športovej agendy budeme rozumieť dôležitosť článkov o športovcoch a športovkyniach. Pri určovaní dôležitosti budeme vychádzať z teórie agendy setting médií, konkrétnejšie z primingu, ktorý sme definovali v úvodnej časti práce. Dôležitosť článkov budeme posudzovať na základe súčtového indexu.

Premenná: dôležitosť

Hodnoty: menej dôležitý článok
dôležitý článok
veľmi dôležitý článok

Indikátory: počet slov v článku, prítomnosť/neprítomnosť fotografie

Hypotézu č.3 potvrdíme v tom prípade, ak počet veľmi dôležitých článkov nadobudne vyššiu hodnotu v roku 1988 než v roku 2012 a hypotézu č.4 prijmeme, ak počet veľmi dôležitých článkov dosiahne vyššiu hodnotu v roku 2012 ako v roku 1988.

Súčtový index indikujúci významnosť článkov sme vytvorili nasledujúcim spôsobom – skúmaným indikátorom sme priradili počet bodov, ktoré určovali dôležitosť športovej agendy.

<u>Počet slov</u>
- do 273 slov = 5 bodov
- 274 – 423 = 10 bodov
- 424 - 523 = 15 bodov
- nad 524 = 20 bodov

Fotografia:

- prítomnosť fotografie = 5 bodov[12]
- neprítomnosť fotografie = 0 bodov

Na základe normálneho rozloženia článkov sme sa rozhodli stanoviť hranice pre menej dôležité články, dôležité články a veľmi dôležité články v jednotlivých rokoch samostatne.

- rok 1988:
- k menej dôležitým článkom sme priradili tie, ktoré získali 5 bodov (túto bodovú hranicu dosiahol krátky článok bez prítomnosti fotografie)
- k dôležitým článkom sme zahrnuli tie, ktoré dosiahli 10 až 15 bodov, čo predstavuje strednú bodovú hranicu
- k veľmi dôležitým článkom sme zaradili tie, ktoré nadobudli 20 bodov a vyššie

- rok 2012:
- k menej dôležitým článkom sme priradili tie, ktoré získali 5 až 10 bodov
- k dôležitým článkom sme zahrnuli tie, ktoré dosiahli 15 až 25 bodov, čo predstavuje strednú bodovú hranicu
- k veľmi dôležitým článkom sme zaradili tie, ktoré nadobudli 30 bodov a vyššie

Vedľajšie výskumné otázky k HVO2:

VVO4:Akým spôsobom je využitý mechanizmus stereotypizácie pri zobrazení českých olympijských športovcov a športovkýň na stránkach vybraných periodík?

H5:Predpokladáme, že športovci budú častejšie zobrazení na aktívnych snímkach.
H6:Predpokladáme, že športovkyne budú častejšie zobrazené na pózovacích snímkach.

V rámci hypotéz týkajúcich sa fotografií môžeme vychádzať zo štúdie Paula Pedersena (2002), ktorý vychádzal aj z nasledujúcej hypotézy - *Športovci budú zobrazení na akčných snímkach, zatiaľ čo športovkyne budú vo veľkej miere zobrazené na pokojných a pózovacích fotografiách* (Pedersen: 2002, 306). Pri tvorbe indikátorov sme sa inšpirovali kategóriami,

[12] Keďže fotografia tvorí primárne vizuálnu prílohu článku a nepredstavuje jeho nutnú súčasť, rozhodli sme sa jej priradiť 5 bodov rovnako ako článku z najnižšieho kvartilu.

ktoré definovali autori Rintal a Birrell: fotografia – súťažná, nesúťažná, aktívna, póza (Vincent a kol,, 2002: 324).

Indikátory:

- aktívna fotografia - *športovec/ športovkyňa vykonávala šport*
-pózovacia fotografia - *športovec/ športovkyňa bol/a zachytený/á v nešportovej situácií alebo bola odfotená len hlava/ ramená športovca/športovkyne.*

K pózovacím fotografiám budeme radiť fotografie, na ktorých športovci nebudú aktívne vykonávať šport – teda tu zaradíme snímky zobrazujúce športovcov pri tréningu – napríklad rozcvičovanie pred začiatkom športovej disciplíny alebo imitácia športového výkonu, či promenáda po olympijskom štadióne s medailou na krku...

VVO5: Ako sa líšia fyzické atribúty českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012?

H7: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovcov.
H8: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovkýň.

V rámci týchto hypotéz vychádzame z konceptu estetizácie športu a konceptu „nového mužstva“. Sekot píše, že v dobe silnejúceho vplyvu imidžu a virtuálnej reality vzrastá rola telesného vyznenia a fyzickej krásy. Estetické posolstvo prezentuje ženský kult štíhlosti a súmernosti. Fyzická krása žien, pôsobiacich vo vrcholovom športe, je vyjadrená najmä atraktívnosťou žiariacou zo ženského tela. V súvislosti so sledovaním olympijských hier apelujú vysielatelia na hodnotu „olympijského ženstva“ vo svete. V rámci toho, boli niektoré športy počas olympiády v Atlante prezentované ako oslava tradičných ženských vlastností, medzi ktoré zaradili krásu, pôvab a umeleckú precítenosť, zatiaľ čo mužské športy boli prezentované ako nepopulárne práve pre ich maskulínnu hrubosť. Športovkyne boli prezentované ako typy zraniteľných, citlivých a pôvabných bytostí (Sekot, 2006: 319)
Z hľadiska „nového mužstva“ Librová približuje, že „noví muži“ „disponujú fyzickou silou, pevnosťou postoja a rozhodnosťou k činu. Čo ich však zásadne odlišuje od ich kritizovaných machistických predchodcov, je ich schopnosť altruizmu, trpezlivosti a lásky“ (Librová, 1994: 85).

Indikátory: Atribúty tradičného mužstva – • fyzická sila •fyzická agresia • dobrá fyzická kondícia • fyzická kompetitívnosť •dôraz na maskulinitu •zženštilosť

Atribúty tradičného ženstva - • krása • sexepíl/ženskosť- obnažené telo, •rys fyzickej vyčerpanosti •estetický detail •úprava vlasov •vlajúce vlasy •pootvorené pery •mužatka[13]

Pri definovaní indikátorov sa inšpirujeme výskumom Davida Lewisa (1989), ktorý vychádzal z výskumu Monici Moore (1985) a identifikoval milostné signály ženy. Na základe tohto popisu vyberieme tri signály, ktoré aplikujeme na náš výskum. Pri fotografiách si budeme všímať: *vlajúce vlasy* (prudké otočenie hlavou na jednu stranu, pri ktorom prehodí vlasy cez rameno alebo ich odhodí z tváre), *pootvorené pery* (niektorí výskumníci uvádzajú, že ide o pokus pripodobnenie ženských pohlavných orgánov), *úpravu vlasov* (za týmto gestom často nasleduje pohodenie vlasmi, žena si pri tom hladí rukou krk či hlavu, tým viac vystavuje ňadrá a podpažie, ktoré i keď je vyholené, má erotický význam) (Lewis, 1989). Dané atribúty budeme sledovať na jednej škále. Atribút tradičného ženstva – *mužatka* upravíme a pri športovcoch ho budeme kódovať ako ekvivalent *zženštilosť*.

Kódovať budeme *články* a *fotografie* v Mladej Fronte Dnes a Sporte. Budeme sledovať, či sú športovkyne prezentované skrz atribúty prisudzované tradične ženám a rovnako si to budeme všímať aj pri prezentácií športovcov v spojení s mužskými atribútmi. Všimneme si, či sa pri reprezentácií športovcov objavuje koncept „nového mužstva“, teda či sa atribúty tradičného ženstva budú objavovať aj pri opise športovcoch.

VVO6: Ako sa líšia psychické charakteristiky českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012?

H9: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované psychickým atribútom športovcov.
H10: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované psychickým atribútom športovkýň.

[13] žena, ktorá sa vymyká tradičnému obrazu ženy, väčšinou sú takého ženy považované za homosexuálne orientované

Pri týchto hypotézach môžeme vychádzať zo stereotypného zobrazovania mužov a žien, kedy sú ženy považované za emocionálnejšie osoby ako muži. Zážitky prežívajú skôr s dôrazom na citovú stránku ako na racionálnu.
Inšpirujeme sa rozdelením L.B. Feldmana, ktorý klasifikoval atribúty ženskej a mužskej role. Podľa neho sa od žien očakáva, že budú orientované na domov a deti, vrelé, láskavé, jemné, nežné, náladové, precitlivené, temperamentné, vzrušivé, emocionálne, subjektívne, nelogické, sťažujúce sa, hašterivé, slabé, bezmocné, krehké, emočne zraniteľné, submisívne, povoľné, závislé, uvedomujúce si pocity iných ľudí, ohľaduplné, taktné, súcitné. Naopak u mužov sa pripúšťa, že budú ambiciózni, podnikaví, súťaživí, priebojní, orientovaní na svet, pokojní, stabilní, neemotívni, realistickí, silní, vyhranení, húževnatí, neústupní, rázni, agresívni, rozhodní, dominantní, objektívni, logickí, nezávislí, spoliehajúci sa na seba, drsní, strohí, neľútostní, krutí, autoritatívni, rigidní, arogantní (L.B. Feldman in Plaňava, 2000:108).
Tak isto budeme vychádzať z konceptu „nového mužstva“ ako pri predchádzajúcich hypotézach.

Indikátory: Atribúty tradičného mužstva – • racionálnosť • aktivita • morálka • pokoj • heroickosť •agresivita • kompetitívnosť • spoliehanie sa na seba • istota • orientovanie sa na svet• bojovnosť
Atribúty tradičného ženstva - • emocionálnosť • pasivita • sťažovanie sa • nervozita • bezmocnosť • neistota • orientovanie sa na domov, na deti, • trpezlivosť

Kódovať budeme *články* a *fotografie* v Mladej Fronte Dnes a Sporte. Budeme si všímať, aké psychické atribúty prevažujú v prezentácií oboch pohlaví.
Badinterová (2005) tvrdí, že „zatiaľ čo sa muži menili v ohľaduplné bytosti, ženy sa vyburcovali k väčšej bojovnosti a agresivite. Oslavoval sa zrod „ženskej hrdinky“ a „zmäkčený muž“ sa stiahol do ústrania, aby odtiaľ sledoval boj týchto žien“ (Badinterová, 2005, 140 - 141). Z toho hľadiska budeme sledovať, či sa atribúty tradičného mužstva budú vyskytovať pri reprezentácií žien a naopak, či sa koncept „nového mužstva“ bude objavovať v našich skúmaných článkoch. Jednotlivé atribúty budeme kódovať na jednej škále.

VVO7: Ako sa líšia sociálne charakteristiky českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012?

H11: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia sociálneho statusu v roku 2012.

H12: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia sociálnych rolí v roku 2012.
H13: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia financovania športovcov v roku 2012.

V rámci týchto hypotéz môžeme vychádzať z *komodifikácie.* Pojem komodifikácia súvisí s pojmom komercializácia, ktorí znamená „podriaďovanie rôznych hospodárskych a spoločenských javov obchodným hľadiskám, za kapitalizmu s úmyslom dosahovať pokiaľ možno najvyšších ziskov (Procházka, 1964:547).
Sekot (2006) uvádza príklad ako sa komodifikácia (podporená estetizáciou športu) dostáva do oblasti športu. Tenistka Monika Selešová bola v minulosti najlepšie platenou športovkyňou sveta, no nie z odmien za víťazstva v turnajoch, ale vďaka vysokým finančným dotáciám za reklamu od prestížnych firiem (Sekot,2006:319).
Pri reprezentácií financovania olympijských športovcov sa zameriame na to, či sa v článkoch objavia zmienky *o sponzoroch športovcov, o reklame, o zamestnaní športovcov* (mimo reprezentáciu na OH).
V práci si budeme všímať sociálnu rolu športovcov a športovkýň. Svoju pozornosť zameriame na to, či športovci vystupujú v role otca, matky, syna, dcéry, priateľa a priateľky. Okrem toho sa zameriame na to, aký spôsob života olympijskí športovci a športovkyne reprezentujú. V súvislosti s partnerským životom budeme kódovať to, či preferujú – *manželský život* (svadba), *kohabitáciu* (spolunažívanie bez manželského zväzku) alebo život bez partnera (single).

Indikátory: sociálny status: zárobok, finančná odmena z úspechu na OH, majetok
- financovanie športovcov– sponzori, reklama, zamestnanie mimo OH
- sociálna rola – športovec/športovkyňa v úlohe otca/matky /dcéry/syna/priateľa/priateľky
- spôsobu partnerského života – manželský zväzok kohabitácia, nezadaný

VVO8: Do akej miery pracuje reprezentácia športovcov a športovkýň s akcentom národnosti?

H14: Predpokladáme, že pri reprezentácií športovcov a športovkýň bude narastať fenomén banálneho nacionalizmu.

Pri tejto hypotéze budeme vychádzať z teórie banálneho nacionalizmu, ktorý môžeme priblížiť citáciou Billiga. Ten tvrdí, že „šport vytvára v rámci spravodajského žánru akési samostatné ghetto: nie je to nikdy „len“ šport, lebo má sociálny a politický význam, zvýrazňovaný cez médiá (Billig, 1995:119). Analýza v rámci výskumného vzorku potvrdila homocentrickú orientáciu a „vlajkovaciu funkciu“ tlače“ (Billig, 1995 in Štětka, 2007:86).

Indikátory: *zmienky o príslušnosti k národu/ patriotizmu* – náš/národný/český - hrdina, hviezda, majster, šampión.
Pri definovaní indikátorov sa inšpirujeme prácou Martina Šarocha (2010): pozitívne hodnotenie Českej republiky, rešpekt k českému prvku, prednosť „nášmu“ pred „cudzím“ (zahraničným), vychvaľovanie „českého“ (ŠAROCH, 2010).

VVO9: Ako je zdôraznený vzťah športovec – štátne orgány vo vybraných periodikách v priebehu rokov 1988 a 2012?

H15: Predpokladáme, že v roku 1988 sa viac manifestoval vzťah štátnych orgánov a športovcov ako v roku 2012.

Vzťah štátnych orgánov a športovcov bol počas trvania Československého štátu silne previazaný. Športovci sa národných či medzinárodných súťaží zúčastňovali predovšetkým v úlohe reprezentanta štátu, ktorých primárnou činnosťou bolo hájiť jeho morálku a česť. Ich úspech na olympijských hrách bol spojený s možnosťou vycestovať do zahraničia. Po páde reálneho socializmu, športovci stále predstavovali primárne reprezentantov krajiny, avšak začala sa preferovať odlišná forma reprezentácie spojená s finančnými príjmami za úspešnú reprezentáciu vlasti.

Indikátory: poďakovanie športovcom, gratulácia športovom, pozvánka pre športovcov, odmeny pre športovcov (napr. od prezidenta...), poďakovanie športovcov štátu, poďakovanie športovcov sponzorom

3.1.6 Kvalitatívny výskum – výskumné otázky

V kvalitatívnej časti práce sa zameriame na obrazovú analýzu fotografií. Súhrne sme zaznamenali 200 fotografických zobrazení, pričom 32 fotografií bolo publikovaných v roku 1988 a 168 fotografií v roku 2012. Na základe identifikácie najsilnejšieho motívu sme pre analýzu zvolili mediálny obraz víťaza v roku 1988 a 2012. Následne sme formulovali nasledujúce výskumné otázky:

1. Akým spôsobom bol konštruovaný obraz víťaza v roku 1988 v porovnaní s jeho obrazom v roku 2012?
2. Akým spôsobom vybrané periodiká manifestovali koncept banálneho nacionalizmu skrz víťazstvo?

3.2 Definícia výskumnej metódy a výskumnej vzorky

V tejto podkapitole si priblížime základné charakteristiky výskumnej metódy a následne konštruujeme výskumnú vzorku.

3.2.1 Výskumná metóda – obsahová analýza

V rámci výskumnej časti diplomovej práce ako metódu výskumu využijeme obsahovú analýzu.

Obsahová analýza „býva popisovaná ako štandardizovaná, systematická a intersubjektívne overiteľná kvantitatívna metóda analýzy zjavného obsahu komunikácie... Z hľadiska účelu rozlišujeme päť možností užitia metódy obsahovej analýzy:

a) získanie poznatkov o komunikátoroch (napr. o ich novinárskej nestrannosti),

b) popis množstva a druhu informácií prenášaných určitým médiom,

c) identifikácia obsahových rozdielov médií (napr. kvantitatívne rozdiely v reprezentácii určitej etnickej menšiny a porovnanie, ktoré médium reprezentuje danú menšinu najadekvátnejšie vzhľadom k jej zastúpeniu v celkovej populácii),

d) získanie poznatkov o určitých zdeleniach obsiahnutých v textoch (identifikácia zobrazovania určitých subjektov, charakterov, kategórií chovania),

e) štúdium vizuálnych a psychologických vnemov, ktorým je publikum vystavené (napr. koľkým násilným aktom sú vystavené deti pri sledovaní relácie Večerníček)“ (Reifová a kol., 2004: 21 – 22).

Neuendorf (2002:1) definuje obsahovú analýzu ako „systematickú, objektívnu, kvantitatívnu analýzu vlastností správ“. Táto výskumná metóda kodifikuje text (alebo obsah) do rôznych skupín (alebo kategórií) na základe vybraných kritérií (Milne a Adler, 1999, Weber, 1988, 1990 in Yu, 2009: 288).

Obsahová analýza podľa Rintala a Birrella (1984:233) „predpokladá, že ľudia sú ovplyvnení nejakým spôsobom a do istej miery“ tým, čo počujú, čo vidia alebo čítajú z masových médií (Pedersen, 2002:304).

V stručnosti si charakterizujeme obrazovú analýzu, ktorú v našom výskume využijeme. Trapomta a Vojtěchovská píšu, že umožňuje analyzovať vizuálne prvky mediálneho „zdelenia“. Rozširuje textovú analýzu o klasické znaky viziuálnej komunikácie. Väčšinou sa prelína v kvalitatívnych a kvantitatívnych postupoch. Medzi hlavné úlohy obrazovej analýzy patrí skúmanie toho, aké informácie sú predávané cez obraz príjemcom. Zaujíma sa o symboliku znakov vizuálnej komunikácie a ich výklad vo vzťahu k zobrazovaným skutočnostiam či k prostrediu, ku ktorému sa vzťahuje obrazový materiál (Trampota – Vojtěchovská, 2010: 155 – 157).

3.2.2 Konštrukcia výskumnej vzorky

Scherer uvádza, že vymedzenie výberového súboru sa prevádza v štyroch základných krokoch, medzi ktoré možno zaradiť – rozhodnutie o tom, aké média budeme rozoberať, aké obsahy budeme analyzovať, za aké časové obdobie budeme mediálne obsahy sledovať a aká bude naša základná obsahová jednotka (Schulz, Hagen, Scherer, Reifová, 201: 35).

Počiatočným krokom bol výber médií vhodných pre našu analýzu. Z hľadiska zamerania témy diplomovej práce sme sa rozhodli sledovať športové periodikum Sport a najčítanejší seriózny denník Mladú Frontu Dnes[14]. Pri analýze obsahových jednotiek z roku 1988 sme sa zamerali na tie isté periodiká, v tom čase vychádzali s pozmenenými názvami – Československý Sport[15] a Mladá Fronta[16]. Dôvod pre výber daných periodík bol ten, že sme považovali za zaujímavé zamerať sa na denník, ktorého primárnym cieľom je informovať o udalostiach v športe a denník s dlhoročnou tradíciou najčítanejšieho periodika v Českej republike.

[14] Mediálna skupina Mafra na svojej internetovej stránke uvádza, že jej vlajkovou loďou je najčítanejší seriózny denník Mladá Fronta Dnes (Internetový portál Mafra http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25.3.2013)

[15] Od roku 1953 vychádza Československý Sport. V roku 1993 v súvislosti s rozpadom ČSFR sa jeho názov zmenil na Sport (Internetový portál Sport (noviny) http://cs.wikipedia.org/wiki/Sport_(noviny), 25.3.2013)

[16] Od roku 1945 vychádza Mladá Fronta. Od roku 1990 vychádza pod názvom Mladá Fronta Dnes (Internetový portál Mladá Fronta http://www.mf.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti/, 25.3.2013)

V ďalšom kroku sme rozhodli, aké obsahy budeme sledovať. Zamerali sme sa na mediálne obsahy o českých športovcoch a športovkyniach, ktorí sa zúčastnili olympijských hier v Soule v roku 1988 a v Londýne v roku 2012. Do analýzy sme tak isto zahrnuli mediálne obsahy týkajúce sa jednania, prežívania a konania českých športových tímov súťažiacich na daných letných olympijských hrách. Keďže sme do rozboru zahrnuli olympijské hry v Soule, ktoré sa konali v čase, kedy neexistovala samostatná Česká republika, ale štátnym zriadením bola Československá republika, priklonili sme sa k možnosti v danom roku zahŕňať do analýzy českých aj slovenských športovcoch, ktorí žili jednotne v tomto štáte. Po páde starého režimu, ktorý trval do novembra 1988, sme do analýzy zahŕňali len mediálne obsahy o českých olympijských športovcoch, športovkyniach a tímoch.

Mediálne obsahy sme zredukovali na konkrétne časové obdobie, ktoré sme v rámci zamerania diplomovej práce považovali za relevantné. Rozhodli sme sa analyzovať mediálne obsahy počas celého trvania letných olympijských hier v rokoch 1988 a 2012. Na základe našich kritérií sme sledovali obdobie od 17.9.1988 do 2.10.1988, kedy sa uskutočnili letné olympijské hry v Soule, v Kórejskej republike. Druhé vybrané obdobie trvalo medzi 27.7.2012 a 12.8.2012, kedy sa v Londýne, vo hlavom meste Veľkej Británie, konali letné olympijské hry.

V mediálnej oblasti sme považovali za prínosné pokúsiť sa porovnať dve rozličné obdobia a to rok 1988, kedy panoval silný vzťah medzi športovcami a štátnymi orgánmi, pretože športovci za úspešnú reprezentáciu krajiny získali možnosť vycestovať do zahraničia, a rok 2012, v ktorom športovci reprezentovali štát z iných dôvodov, medzi ktoré patrila hlavne finančná odmena za výhru. Zvolili sme dané roky, aby sme boli schopní porovnať mediálny obraz českých športovcoch a športovkýň v dvoch rozdielnych obdobiach, s rozdielnymi štátnymi režimami.

Posledným krokom pri rámcovaní výberového súboru bolo určenie základnej výberovej jednotky. Za analytickú jednotku sme zvolili súčasne článok a fotografiu. Jednotlivé články a fotografie sme vyberali z konkrétnych printových periodík, ktoré sme si vyhľadali v archíve Moravskej zemskej knižnice v Brne. S článkami a fotografiami z roku 1988 sme pracovali len cez printovú verziu, pretože sme ich nemali k dispozícií v elektronickej podobe. Vďaka elektronickej databáze Anopress sme články z roku 2012 získali pomocou zadávania titulkov článkov, ktoré sme získali cez printovú verziu. Naša základná výberová jednotka obsahovala 306 článkov a 200 fotografií. Z tohto počtu bolo 66 článkov a 19 fotografií uverejnených v denníku Československý Sport v roku 1988 a 34 článkov a 13 fotografií v denníku Mladá Fronta v roku 1988. Počet článkov a obrazových príloh sa v roku 2012 dynamicky zvýšil.

Na základe našich kritérií sme do výskumu zahrnuli 102 článkov a 92 fotografií publikovaných v denníku Sport z roku 2012 a 104 článkov, 76 fotografií v denníku Mladá Fronta Dnes z roku 2012.

V denníku Sport aj v denníku Mladá Fronta Dnes z roku 2012 sme mohli nájsť samostatnú rubriku orientujúcu sa na Olympijské hry. Články a fotografie sme následne vyberali z danej rubriky. Do analýzy sme zahrnuli i tie mediálne obsahy, ktoré sa nahádzali v hlavnom zošite Mladej Fronty Dnes. V Mladej Fronte boli v roku 1988 vyčlenené letným olympijským hrám primárne zadné strany periodika a titulná strana. Naproti tomu v Československom Sporte sme identifikovali nepravidelnosť rozloženia jednotlivých článkov, t.j. hoci primárna časť článkov bola zarámovaná v časti OH, články sa nachádzali v takmer v celom obsahu periodika.

Do výskumnej jednotky sme začlenili správy, komentáre, reportáže, interview, profily športovcov a blahoželania.

4 Analytická časť

V analytickej časti práce sa zameriame na výsledky výskumu, ktoré sme získali prostredníctvom obsahovej analýzy českých periodík Mladá Fronta Dnes a Sport za roky 1988 a 2012. Do skúmanej vzorky sme zahrnuli články, ktoré sa týkali konania, prežívania a správania českých (resp. československých) športovcov, športovkýň a tímov počas trvania letných olympijských hier v daných rokoch.
V rámci analytickej časti budeme analyzovať aj citácie z konkrétnych článkov a stále ten *prehovor*, ktorý bude mať najbližšie k rozoberanému konceptu alebo teórií podčiarkneme.

4.1 Editoriálne postupy printových periodík Mladá Fronta Dnes a Sport v agende olympijských športovcov a športovkýň

V prvej hlavnej výskumnej otázke sa pýtame na editoriálne stratégie vybraných periodík. To znamená, že sa budeme zaoberať novinárskymi rutinami a mechanizmami, ktoré periodiká Mladá Fronta Dnes a Sport využívali pri reprezentácií českých športovcov a športovkýň. Položili sme si nasledujúcu otázku:

Ako sa menili editoriálne postupy vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport pri zobrazovaní českých olympijských športovcov a športovkýň v rokoch 1988 a 2012?

V tejto časti práce sa zameriame na prezentáciu a analýzu dát prvých troch vedľajších výskumných otázok, ktoré sme zatriedili do nasledujúcich podkapitol:

4.1.1 Frekvencia pokrytia športovej agendy

V prvom rade sme sa zamerali na frekvenciu pokrytia športovej agendy, teda v prvej vedľajšej výskumnej otázke sme sa pýtali na to, *ako sa menila frekvencia pokrytia športovej agendy vzhľadom na pohlavie športovca v rokoch 1988 a* 2012. V tejto súvislosti sme zostavili hypotézu:

H1: Predpokladáme, že v roku 2012 sa zobrazeniu športovkýň v oboch periodikách bude venovať väčšia pozornosť ako v roku 1988.

Zamerali sme sa na prostý výskyt článkov o športovkyniach (pre porovnanie doplnené o výskyt článkov o športovcoch) vo vybraných periodikách v roku 1988 a 2012.

Tabuľka 2 - Počet článkov o mužoch a ženách v roku 1988, 2012

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	**Muž**	Počet	27	33	60
		%	45,00%	55,00%	100,00%
	Žena	Počet	4	70	74
		%	5,41%	94,59%	100,00%
	Celkom	Počet	31	103	134
		%	23,13%	76,87%	100,00%
Sport	**Muž**	Počet	49	44	93
		%	52,69%	47,31%	100,00%
	Žena	Počet	11	56	67
		%	16,42%	83,58%	100,00%
	Celkom	Počet	60	100	160
		%	37,50%	62,50%	100,00%
Celkom	**Muž**	Počet	76	77	153
		%	49,67%	50,33%	100,00%
	Žena	Počet	15	126	141
		%	10,64%	89,36%	100,00%
	Celkom	Počet	91	203	294
		%	30,95%	69,05%	100,00%

Z analýzy sme vylúčili 12 článkov, ktoré informovali o oboch pohlaviach. Zamerali sme sa výlučne na články informujúce buď o ženách alebo o mužoch, pretože pri zahrnutí článkov o oboch pohlaviach by naše výsledky obsahovali dvakrát nakódovaný identický článok, čo by skreslilo náš výskum. Vylúčenie týchto článkov však neznehodnotilo náš výskumný súbor, keďže išlo len o necelé 4 % zo všetkých článkov.

Výsledky výskumu ukazujú, že v oboch denníkoch, Mladá Fronta Dnes aj Sport, sa zvýšil výskyt článkov o ženách. V Mladej Fronte bolo zo všetkých článkov o športovkyniach v roku 1988 napísaných len 5,41 %, zvyšných takmer 94,59 % bolo uverejnených v roku 2012. Obdobné čísla ukazuje denník Sport – podiel článkov v roku 1988 tvorí 16,42 %, v roku 2012 83,58 %. V súčte oboch denníkov vidíme, že zo všetkých článkov s olympijskou tematikou písaných o športovkyniach patrí do roku 1988 len 10,64 %, do roku 2012 až 89,36 %.

Usudzujeme, že viditeľný trend zvyšovania počtu článkov o športovkyniach môže na jednej strane súvisieť s vyššou kvalifikáciou žien na olympijských hrách v roku 2012 než v roku

1988[17], na druhej strane môže byť prepojený s postupnou estetizáciou športu. Otec moderných olympijských hier Couberin tvrdí, že počas konania veľkých športových stretnutí by mali byť ocenené také atribúty ako krása a dôstojnosť (Couberin in Huiling, 2010: 105). Teda predpokladáme, že narastajúci počet článkov o ženách súvisí s rozmachom konceptu estetizácie, čo môžeme spojiť aj so snahou periodík prilákať najmä mužských čitateľov, pretože ešte stále sa uchováva idea, že šport je predovšetkým mužskou doménou, z čoho vyplýva, že články o športe čítajú primárne muži. Teda majitelia novín sa snažia prinášať také články, o ktorých predpokladajú, že budú pre mužov zaujímavé. Vyšší počet článkov o ženách môže odkazovať tak isto na koncept komercionalizácie športu, teda všeobecne médiá (v našom prípade periodiká) pomáhajú koncipovať biznis - prostredníctvom periodík môžu zadávatelia reklamy prezentovať svoje produkty cez osobu športovca, čomu sa budeme bližšie venovať v nasledujúcich podkapitolách.

Okrem počtu článkov o ženách sme zaznamenali aj články o mužoch, pričom sme zistili, že ich počet mal takmer identické zastúpenie v oboch rokoch, teda 49,67 % v roku 1988 a 50,33 % v roku 2012. Z uvedeného vyplýva, že vybrané periodiká informovali o mužoch v približne rovnakej frekvencii, čo o frekvencii pokrytia agendy žien tvrdiť nemôžeme. Na základe vyššie uvedeného môžeme skonštatovať, že zatiaľ čo sa počet článkov o ženách rapídne zvyšoval, počet článkov o mužoch ostal približne konštantný. Pripomeňme si hypotézu, v ktorej sme predpokladali, že v roku 2012 sa zobrazeniu športovkýň budú obe skúmané periodiká venovať viac než v roku 1988, čo je z našich výsledkov zrejmé, preto sme hypotézu číslo 1 prijali za platnú.

4.1.2 Spravodajské hodnoty viažuce sa k športovej agende

K editoriálnym stratégiám zaraďujeme preferenciu spravodajských hodnôt v správach. Burton, Jirák tvrdia, že „spravodajské hodnoty označujú súbor kritérií, ktorými médiá merajú spravodajskú prijateľnosť a spravodajskú vhodnosť jej spracovania“ (Burton – Jirák, 2001: 248). Keďže vo výskume skúmame novinárske rutiny a mechanizmy, zamerali sme našu pozornosť na to, ako vybrané periodiká konštruovali reprezentáciu olympionikov s ohľadom na hodnoty správ. Tak isto sme skúmali, prostredníctovm akých spravodajských hodnôt boli najčastejšie reprezentované športovkyne a športovci.

[17] Na olympijské hry v Soule (1988) sa kvalifikovalo 55 žien a 113 mužov (Kosík,2010: 176). Do Londýna (2012) sa kvalifikovalo 65 žien a 68 mužov (Internetový portál London 2012, http://www.london2012.com/country/czech-republic/athletes/index.html, 13.4.2013), čo nepredstavovalo až taký výrazný rozdiel ako v roku 1988.

Konkrétne nás zaujímalo, *ktorá z vybraných spravodajských hodnôt zaznamenáva najdynamickejší nárast.* Následne sme formulovali predkladanú hypotézu:

H2: Predpokladáme, že najdynamickejší nárast pri porovnaní oboch období zaznamená spravodajská hodnota personalizácia.

Počas výskumu sme pracovali s piatimi vybranými spravodajskými hodnotami podľa klasifikácie Johana Galtunga a Marie Holmboe-Rugeovej[18]. Spravodajské hodnoty sme vybrali na základe úvahy a pilotného výskumu, počas ktorého sme si všímali, ktoré spravodajské hodnoty sa najčastejšie viažu k športovej agende. Medzi skúmané hodnoty sme zaradili personalizáciu. V čase konanie olympijských hier v roku 1988 pôsobili športovci ako profesionáli akoby „bez osobného života". Ich povinnosťou bolo reprezentovať štát, hájiť morálku Československej republiky a priestor pre informovanie o súkromných záležitostiach nebol takmer žiadny. Naproti tomu sa v roku 2012 o osobnom živote športovcov a športovkýň písalo mnoho. Bariéra medzi športovým a osobným životom sa začala rúcať, a preto sme si všímali, ako vybrané periodiká informujú o udalostiach z ich súkromného života. Teda v rámci spravodajskej hodnoty personalizácie sme sledovali zmienky o partnerskom živote, rodinnom živote, o zamestnaní mimo účinkovania na olympijských hrách a pod. Okrem toho sme zaznamenávali hodnotu správy negativita. Predpokladali sme, že športovkyne budú zobrazované častejšie cez negativitu ako športovci. Teda, že viac sa bude písať o ženách v súvislosti so zranením, prehrou či hádkou. K ďalším spravodajským hodnotám sme zaradili prekvapenie – ak športovec, športovkyňa alebo tím dosiahli výsledok, ktorý málokto očakával, príslušnosť k elitným národom a príslušnosť k elitným osobám – ak boli českí športovci spájaní či porovnávaní s významnými národmi či osobami súťažiacimi na olympijských hrách. Pozrime sa na výsledky nášho skúmania:

Tabuľka 3 - Prítomnosť spravodajských hodnôt v roku 1988, 2012

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	**Negativita**	Počet	7	36	43
		%	30,43%	36,00%	
	Personalizácia	Počet	6	42	48

[18] Johan Galtung a Maria Holmboe-Rugeová skúmali vo svojej štúdií *The Structure of Foreign News*(1965) štruktúru nórskeho zahraničného spravodajstva.

		%	26,09%	42,00%	
	Prekvapenie	Počet	3	20	23
		%	13,04%	20,00%	
	Príslušnosť k elitným osobám	Počet	10	62	72
		%	43,48%	62,00%	
	Príslušnosť k elitným národom	Počet	10	26	36
		%	43,48%	26,00%	
	Celkom	Počet	23	100	123
Sport	**Negativita**	Počet	29	33	62
		%	45,31%	34,02%	
	Personalizácia	Počet	13	40	53
		%	20,31%	41,24%	
	Prekvapenie	Počet	8	38	46
		%	12,50%	39,18%	
	Príslušnosť k elitným osobám	Počet	27	80	107
		%	42,19%	82,47%	
	Príslušnosť k elitným národom	Počet	25	41	66
		%	39,06%	42,27%	
	Celkom	Počet	64	97	161

U všetkých skúmaných hodnôt zaznamenávame nárast absolútnych hodnôt, čo však môže byť spôsobené prostým nárastom počtu článkov uverejnených v jednotlivých rokoch. Preto pohľad na relatívne zastúpenie článkov s danou hodnotou odhalí viac, a to dokonca pokles výskytu niektorých spravodajských hodnôt ako napríklad *príslušnosť k elitným národom* u denníka Mladá Fronta Dnes alebo *negativity* pri denníku Sport. Na základe hypotézy sme odhadovali najdynamickejší nárast v rámci spravodajskej hodnoty personalizácia. Hoci relatívne zastúpenie príspevkov so spomenutou hodnotou *personalizácie* značne stúplo, najvyšší nárast zaznamenalo relatívne zastúpenie článkov so spravodajskou hodnotou *príslušnosť k elitným osobám*. Konkrétne v denníku Mladá Fronta Dnes ide o nárast 18,52 %, v denníku Sport dokonca 40,28 %. Z vyššie uvedeného vyplýva, že hoci periodiká informovali o súkromných záležitostiach športovcov, čo môžeme vidieť v nižšie uvedenej ukážke, napriek tomu nemanifestovali túto spravodajskú hodnotu ako najdôležitejšiu, čo môžeme odvodiť od charakteru novín - teda predpokladáme, že hutné informácie z privátneho života prinášajú skôr bulvárne periodiká než denník Sport a denník Mladá Fronta Dnes, ktoré nezaraďujeme k bulvárnemu typu tlače.

... „Mimochodem, co říkal váš přítel na to, že jste v anketě vyhrála? Stoupla jste v jeho očích?

.... Fakt, je na mě pyšný. Určitě ale také na sebe, že chodí s nejhezčí olympioničkou." (směje se)"[19]

Z citácie vyplýva snaha novinára dozvedieť sa viac súkromných informácií zo života plážovej volejbalistky Markéty Slukovej po tom, čo vyhrala anketu o najkrajšiu olympioničku v Londýne, čo predstavuje jeden zo skúmaných prejavov reprezentácie personalizácie.

Pripomeňme si, že najdynamickejšie rastúcou spravodajskou hodnotou v skúmaných periodikách bola príslušnosť k elitným osobám. Zaujímavým zistením je, že v oboch denníkoch sme zaznamenali preferenciu tej istej spravodajskej hodnoty. Sledovali sme teda obdobný trend – zvyšovanie počtu článkov o českých športovcoch a športovkyniach v spojení s konkrétnymi elitnými osobami. Naše zistenie môžeme prepojiť s fenoménom banálneho nacionalizmu[20], ktorému sa budeme bližšie venovať v ďalších podkapitolách, avšak z daného konceptu všeobecne vyplýva tzv. preferencia „nášho" (národa) nad iným. Tým, že periodiká preferovali skôr „nášho" českého reprezentanta pred zahraničným, hierarchizovali český národ pred ostatnými národmi súťažiacimi na olympijských hrách, čo môžeme vidieť v nasledujúcej ukážke:

... "Český skifař má při Světových pohárech navrch (celkové hodnocení seriálu ovládl na skifu šestkrát) [...] Synek dobyl světový titul dosud jednou, ovšem vylovil přitom novozélandskému sokovi domácí rybník. A to doslova: v roce 2010 triumfoval na přehradě Karapiro, jen deset minut jízdy na kole od Drysdaleova domu [...] zásadně se liší jejich veslařský styl (všimněte si dnes v televizi, že Drysdaleovo tempo vypadá na skifu urputněji než elegantní veslování v Synkově podání)... "[21]

Z citácie vyplýva zjavná glorifikácia českého reprezentanta. Daná ukážka predstavuje len jednu z mnohých, ktoré sme identifikovali pri informovaní o českých reprezentantoch v súvislosti s inými elitnými osobami.

Spravodajskú hodnotu príslušnosť k elitným osobám môžeme porovnať s obdobnou spravodajskou hodnotou príslušnosť k elitným národom, v rámci ktorej dokonca sledujeme pokles o 17,48 % v denníku Mladá Fronta Dnes a len slabý nárast o 3,21 % v denníku Sport v porovnaní oboch období. Vidíme teda, že periodiká sa v menšej miere sústredili na spájanie

[19] In ŽENSKÉ ZBRANĚ? To je moje (Sport, 31.7.2012)
[20] Billig pracuje s pojmom banálny nacionalizmus, ktorý znamená uprednostňovanie jedného (národa) nad druhým (Billig, 1995: 110 – 115).
[21] In Synek versus Drysdale: kamarádi kdo s koho (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)

reprezentantov s elitnými národmi súťažiacimi na olympijských hrách, ale viac pozornosti venovali informovaniu o konkrétnych súperoch. Jednou z možností, prečo sa akcentoval tento trend je to, že pre čitateľov novín môže byť zaujímavejší článok prinášajúci správu o konkrétnych osobách než o národoch. Hoci na olympijských hrách medzi sebou súperia predovšetkým „národy“ nie „osoby“, medaila bude nakoniec v konečnom dôsledku patriť konkrétnej osobe a v prenesenom zmysle slova následne aj celému národu.

Zaujímalo nás tiež, prostredníctvom akých spravodajských hodnôt boli športovci a športovkyne reprezentované v oboch obdobiach. Výsledky prezentujeme v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 4 - Spravodajské hodnoty vzťahujúce sa k pohlaviu v roku 1988 a 2012

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Muž	**Negativita**	Počet	25	29	54
		%	37,31%	39,19%	
	Personalizácia	Počet	16	29	45
		%	23,88%	39,19%	
	Prekvapenie	Počet	7	19	26
		%	10,45%	25,68%	
	Príslušnosť k elitným osobám	Počet	30	61	91
		%	44,78%	82,43%	
	Príslušnosť k elitným národom	Počet	20	19	39
		%	29,85%	25,68%	
	Celkom	Počet	67	74	141
Žena	**Negativita**	Počet	9	41	50
		%	52,94%	32,54%	
	Personalizácia	Počet	2	54	56
		%	11,76%	42,86%	
	Prekvapenie	Počet	5	39	44
		%	29,41%	30,95%	
	Príslušnosť k elitným osobám	Počet	5	83	88
		%	29,41%	65,87%	
	Príslušnosť k elitným národom	Počet	12	50	62
		%	70,59%	39,68%	
	Celkom	Počet	17	126	143

Najčastejšie vyskytovanou spravodajskou hodnotou v článkoch o mužoch bola v roku 1988 hodnota príslušnosť k elitným osobám s podielom 44,78 % zo všetkých článkov. U žien bola

v rovnakom období preferovaná spravodajská hodnota príslušnosť k elitným národom s relatívnym zastúpením až 70,59 %. V roku 2012 u oboch pohlaví pomerne výrazne dominovala spravodajská hodnota príslušnosť k elitným osobám, a to so zastúpením v 82,43 % článkoch o mužoch a 65,87 % článkoch o ženách. Dané výsledky takmer identicky kopírujú predchádzajúce zistenie indikujúce spravodajskú hodnotu príslušnosť k elitným osobám ako najdynamickejšie rastúcu spravodajskú hodnotu. Rozdiel vidíme len pri zobrazovaní žien v roku 1988, kde sa akcentovala príslušnosť k elitným národom, čo môžeme odvodiť z faktu, že v danom období periodiká venovali pozornosť hlavne kolektívnemu športu basketbalu, v ktorom súťažili ženy, a z toho dôvodu neinformovali o konkrétnych osobách, ale o národoch, proti ktorým súperili československé reprezentantky.
Ako sme uviedli, v ostatných prípadoch sme zaznamenali v článkoch najčastejšie spájanie športovcov (v roku 1988 i v roku 2012) a športovkýň (v roku 2012) so spravodajskou hodnotou príslušnosť k elitným osobám, čo môže tak isto vyplývať z charakteru športovej disciplíny. Ak sa športovcom či športovkyniam darilo viac v individuálnych športoch, následne o nich periodiká viac písali a informovali o konkrétnych protivníkoch, čo tak isto môžeme spojiť s novinárskymi rutinami, z ktorých vyplýva, že médiá informujú hlavne o tom, čo publikum zaujíma.

Zhrňujúco uvádzame, že náš predpoklad o najdynamickejšie rastúcej spravodajskej hodnote personalizácia sa nepotvrdil, pretože v článkoch dominovala odlišná spravodajská hodnota, a to príslušnosť k elitným osobám, čo sme videli v tabuľke číslo 3, teda našu hypotézu číslo 2 sme zamietli.

4.1.3 Dôležitosť športovej agendy

V analýze sme sa okrem frekvencie pokrytia agendy a výskytu spravodajských hodnôt zamerali na dôležitosť športovej agendy v jednotlivých obdobiach. V súvislosti s tým McCombs uvádza, že „o záujem verejnosti súperí mnoho tém, ale len málo z nich je úspešných a spravodajské médiá podstatným spôsobom ovplyvňujú, ktoré témy dňa budeme považovať za najdôležitejšie“ (McCombs: 2009: 27). Zaujímalo nás, ako sa menilo zobrazenie športovcov a športovkýň z hľadiska dôležitosti športovej agendy počas olympijských hier v rokoch 1988 a 2012. Formulovali sme nasledujúce hypotézy:

H3: Predpokladáme, že zobrazovanie športovcov bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 1988 ako v roku 2012.

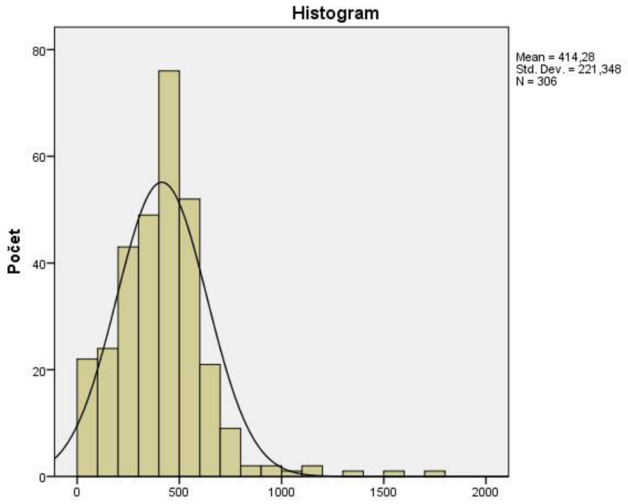
H4: Predpokladáme, že zobrazovanie športovkýň bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 2012 ako v roku 1988.

Dôležitosť agendy sme skúmali prostredníctvom súčtového indexu, do ktorého sme zahrnuli nasledujúce editoriálne postupy - prítomnosť/neprítomnosť fotografie a počet slov v článku. Do určovania dôležitosti agendy býva všeobecne zahŕňané i číslo strany, na ktorej sa článok vyskytuje. My sme z našej analýzy dané editoriálne členenie vylúčili z dôvodu, že skúmané periodiká v jednotlivých rokoch prechádzali rozdielnym editoriálnym členením. Teda zatiaľ čo v roku 1988 denník Mladá Fronta informoval o udalostiach z olympijských hier zásadne na posledných dvoch stranách periodika, teda na 7. strane, 8. strane a pri významnom úspechu športovca, športovkyne alebo tímu na titulnej strane, v denníku Československý Sport sme mohli nájsť články týkajúce sa olympijských hier takmer v celom rozsahu periodika. V roku 2012 mali obe periodiká tak isto špecifické členenie, pretože denník Mladá Fronta Dnes vyčlenil olympijským hrám samostatnú rubriku, ktorá sa nachádzala v osobitom zošite. Cez víkend bola rubrika súčasťou hlavného čísla periodika, ale svoj začiatok mala až v jeho zadnej časti. Rovnako denník Sport informoval o udalostiach z olympijských hier v samostatnej rubrike, ktorá pravidelne začínala na 2. strane a končila na 15. strane.

Opäť pripomíname, že pre určenie dôležitosti sme si zvolili dva indikátory počet slov v článku a prítomnosť/neprítomnosť fotografie. Následne sme skúmali normálne rozloženie premennej počet slov a rozdelili sme skúmané články do štyroch kategórií nasledujúcim spôsobom:

Počet slov v článkoch sme v programe SPSS preložili normálnym rozložením, následne sme spočítali kvartily pre dané rozloženie, podľa ktorých sme stanovili hranice pre jednotlivé kategórie počtu slov.

Graf 1 - Rozloženie počtu slov v článkoch



N = 306

Histogram znázorňuje rozloženie počtu slov v článkoch. Preložili sme ho normálnym rozložením, na základe čoho sme boli schopní vytvoriť intervaly pre bodovaciu škálu. Počet slov sme následne previedli na kvartily, čo môžeme vidieť v tabuľke číslo 5.

Tabuľka 5 - Počet slov prevedený na kvartily

N	Platné	306
	Chýbajúce	0
%	**25**	273,25
	50	423,00
	75	523,00

Následne sme skúmaným indikátorom arbitrárne priradili počet bodov daným spôsobom:

<u>Počet slov:</u>

- do 273 slov = 5 bodov[22]
- 274 – 423 = 10 bodov
- 424 - 523 = 15 bodov
- nad 524 = 20 bodov

Ďalej sme vytvorili bodovaciu škálu pre premennú prítomnosť/neprítomnosť fotografie:

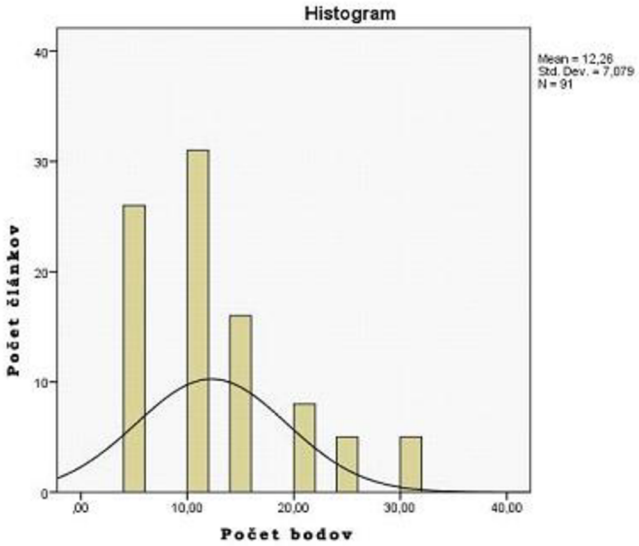
<u>Fotografia:</u>

[22] Podľa rozloženia počtu slov v článkoch na základe kvartilov sme najnižšej kategórií článkov priradili 5 bodov a následne sme bodové hranice zvyšovali o rovnaký počet bodov

- prítomnosť fotografie = 5 bodov[23]
- neprítomnosť fotografie = 0 bodov

Pri definovaní dôležitosti agendy sme pomocou procedúry „compute variable“ spočítali počet bodov za rozsah článku a počet bodov za prítomnosť fotografie (jeden článok mohol obsahovať aj viac fotografií), čím sme vytvorili súčtový index indikujúci významnosť agendy. Keďže nemôžeme porovnávať súčtové indexy súčasne pre oba roky, pretože v každom roku prevládali vo vybraných periodikách iné editoriálne stratégie, konštruovali sme súčtový index zvlášť pre rok 1988 a 2012 nasledujúcim spôsobom: získaný počet bodov sme preložili normálnym rozložením, ktoré je presne určené strednou hodnotou a smerodajnou odchýlkou. Väčšina hodnôt nachádza okolo priemeru a od jednej smerodajnej odchýlky je na každú stranu približne 68 % všetkých prípadov. Na základe normálneho rozloženia počtu bodov sme stanovili hranice pre menej dôležité články, dôležité články a veľmi dôležité články za jednotlivé roky.

Graf 2 - Rozloženie bodov dôležitosti agendy za rok 1988



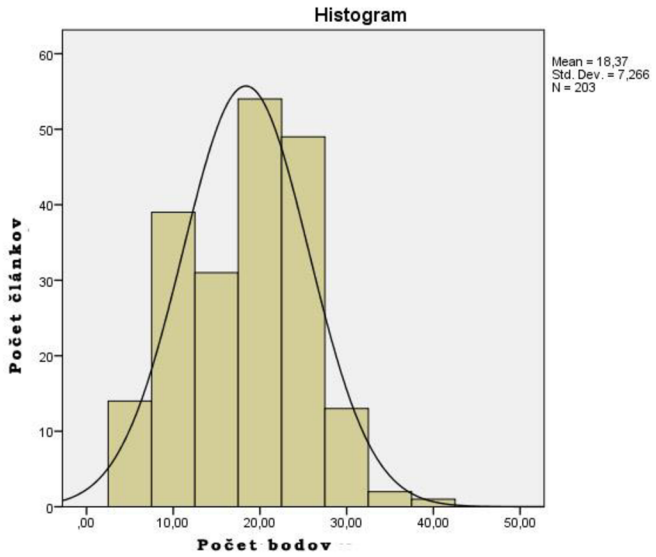
Z histogramu vidíme, že súhrne mohli články v súčtovom indexe nadobudnúť 5 až 30 bodov. Priemer sa pohyboval na hodnote 12,26 a smerodajná odchýlka na hodnote 7,079. Pre výpočet hraníc dôležitosti agendy sme využili systém delenia podľa smerodajných odchýlok. Hranice dôležitosti agendy sme určili cez hodnotu priemeru plus/mínus jedna smerodajná odchýlka.

[23] Keďže fotografia tvorí primárne vizuálnu prílohu článku a nepredstavuje jeho nutnú súčasť, rozhodli sme sa jej priradiť 5 bodov rovnako ako článku z najnižšieho kvartilu.

Dolná hranica = priemer – smerodajná odchýlka = 12,26 – 7,079 = 5,181
Horná hranica = priemer + smerodajná odchýlka = 12,26 + 7,079 = 19,339

- k menej dôležitým článkom sme priradili tie, ktoré získali 5 bodov (túto bodovú hranicu dosiahol krátky článok bez prítomnosti fotografie)
- k dôležitým článkom sme zahrnuli tie, ktoré dosiahli 10 až 15 bodov, čo predstavuje strednú bodovú hranicu
- k veľmi dôležitým článkom sme zaradili tie, ktoré nadobudli 20 bodov a vyššie

Graf 3 - Rozloženie bodov dôležitosti agendy za rok 2012



Obdobný histogram ako v roku 1988 sme vytvorili pre rok 2012. Z neho vidíme, že články mohli dosiahnuť minimálny počet bodov 5 a maximálny počet 40 bodov, čo vyvodzujeme zo zvyšujúceho sa počtu fotografií v danom roku. Predpokladáme, že najvyšší počet bodov dosiahol článok obsahujúci viacero fotografií. Na základe vypočítaného priemeru 18,37 a smerodajnej odchýlky 7,266 sme opäť vypočítali hranice pre dôležitosť.

Dolná hranica = priemer – smerodajná odchýlka = 18,37 – 7,266 = 11,104
Horná hranica = priemer + smerodajná odchýlka = 18,37 + 7,266 = 25,636

- k menej dôležitým článkom sme priradili tie, ktoré získali 5 až 10 bodov
- k dôležitým článkom sme zahrnuli tie, ktoré dosiahli 15 až 25 bodov, čo predstavuje strednú bodovú hranicu
- k veľmi dôležitým článkom sme zaradili tie, ktoré nadobudli 30 bodov a vyššie

Následne si pripomeňme hypotézu, ktorú sme formulovali s odkazom na dôležitosť športovej agendy. Predpokladali sme, že zobrazenie športovcov bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 1988 ako v roku 2012. V nasledujúcej tabuľke prezentujeme výsledky:

Tabuľka 6 - Dôležitosť agendy športovcov

			Súčtový index pre mužov			Celkom
			Menej dôležitý článok	**Dôležitý článok**	**Veľmi dôležitý článok**	
Rok vydania článku	**1988**	Počet	22	37	17	76
		%	28,95%	48,68%	22,37%	100,00%
	2012	Počet	18	54	5	77
		%	23,38%	70,13%	6,49%	100,00%
Celkom		Počet	40	91	22	153
		%	26,14%	59,48%	14,38%	100,00%

Vidíme, že výskum potvrdil domnienku o rozložení dôležitosti článkov o športovcoch v daných obdobiach. Kým v roku 1988 tvorilo množstvo veľmi dôležitých článkov o mužoch až 22,37 % všetkých článkov v danom roku, v roku 2012 to už bolo iba 6,49 %.

Pripomeňme, že v rámci danej podkapitoly sme sa sústredili na editoriálne stratégie vybraných periodík v dvoch obdobiach – hoci sa v roku 1988 v periodikách uverejňovali kratšie články, ktoré len sporadicky obsahovali fotografiu v porovnaní s rokom 2012, aj napriek tejto skutočnosti prevažoval počet veľmi dôležitých článkov v roku 1988. Nesmieme zabudnúť na to, že bodové kritéria pre určenie dôležitosti sme nastavili v oboch obdobiach samostatne, kvôli rozdielnym editoriálnym stratégiám. Počet veľmi dôležitých článkov v roku 2012 klesol na úkor (stredne) dôležitých článkov 6,49 % k 70,123 %, teda obe periodiká súčasne obsahovali len nízky počet rozsiahlych článkov alebo obsahovali prítomnosť viacerých fotografií len marginalizovane. Z editoriálnych rutín vyplýva, že periodiká uprednostňovali publikovanie stredne dlhých článkov o mužoch, resp. krátkych článkov s fotografiami Hypotézu, v ktorej sme predpokladali, že zobrazovanie športovcov bude

z hľadiska dôležitosti agendy vyššie v roku 1988 než v roku 2012 sme na základe výsledkov prijali za platnú.

Následne sme určili dôležitosť agendy športovkýň. Obdobne ako v predchádzajúcom prípade sme články o ženách zaradili na základe bodov za počet slov a za prítomnosť/neprítomnosť fotografie do troch kategórií – menej dôležitý článok, dôležitý, veľmi dôležitý článok. Výsledky prezentujeme v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 7 - Dôležitosť agendy športovkýň

			Súčtový index pre ženy			Celkom
			Menej dôležitý článok	**Dôležitý článok**	**Veľmi dôležitý článok**	
Rok vydania článku	**1988**	Počet	4	10	1	15
		%	26,67%	66,67%	6,67%	100,00%
	2012	Počet	35	80	11	126
		%	27,78%	63,49%	8,73%	100,00%
Celkom		Počet	39	90	12	141
		%	27,66%	63,83%	8,51%	100,00%

Hoci množstvo veľmi dôležitých článkov o ženách stúplo z počtu 1 v roku 1988 na 11 článkov v roku 2012, relatívne zastúpenie článkov s touto dôležitosťou medzi ostatnými článkami stúplo len nepatrne, a to z 6,67 % na 8,73 %. Pri pohľade do tabuľky je viditeľné, že percentuálny podiel všetkých dôležitostí článkov ostal takmer identický. Keďže sme však zaznamenali nárast podielu dôležitých článkov, hypotézu nevyvraciame, ale považujeme za platnú.

Ako sme uviedli, identifikovali sme len jeden veľmi dôležitý článok v roku 1988, konkrétne to bol článok bez fotografie s vyšším počtom slov. Na rozdiel od toho, v roku 2012 sme zaznamenali články s viacerými fotografiami žien (viď príloha č.1), takže predpokladáme, že zvýšenie dôležitosti agendy súviselo aj s prítomnosťou viacerých fotografií v danom roku, čo odvodzujeme od rozdielnych editoriálnych stratégií v rokoch, pretože sme v skúmaných periodikách zaznamenali enormný nárast počtu fotografií žien v relatívnom zastúpení 2,8 % k 97,2 %. Teda hypotézu o tom, že zobrazovanie športovkýň bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 2012 ako v roku 1988, sme prijali za platnú.

4.1.4 Zhrnutie analýzy editoriálnych postupov v denníkoch pri tvorbe mediálneho obrazu českých olympijských športovcoch a športovkýň

V rámci analýzy editoriálnych stratégií vybraných periodík sme si položili tri výskumné otázky, ktoré boli zložené zo štyroch hypotéz. V prvej hypotéze sme sa zamerali na frekvenciu článkov a predpokladali sme, že o športovkyniach budú periodiká v roku 2012 informovať častejšie ako v roku 1988. Na základe výsledkov sme určili, že celkové relatívne zastúpenie počtu článkov nadobudlo hodnotu 10,64 % v roku 1988 a až 89,36 % v roku 2012, teda prvú hypotézu sme prijali za platnú.

V druhej hypotéze sme predpokladali, že najdynamickejší rast spomedzi vybraných spravodajských hodnôt dosiahne spravodajská hodnota personalizácia, čo sa nám nepotvrdilo, pretože najväčší rast nadobudla spravodajská hodnota príslušnosť k elitným osobám, čo sme odvodili od toho, že obe periodiká sa primárne sústredili na informovanie o konkrétnych osobách (v porovnaní so spravodajskou hodnotou príslušnosť k elitným národom, u ktorej sme naproti tomu zaznamenali pokles v článkoch, čo sme popísali v kapitole týkajúcej sa výskytu spravodajských hodnôt), teda skôr než by periodiká prinášali správy zo súkromia športovcov a športovkýň, informovali o ich športových výkonoch primárne v spojitosti s elitnými osobami.

V tretej a štvrtej hypotéze sme overovali dôležitosť agendy. Hypotézy sme pokladali za platné, ak sme zaznamenali najvyšší počet „veľmi dôležitých článkov“. V hypotéze číslo tri sme predpokladali, že zobrazovanie športovcov bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 1988 ako v roku 2012, čo sa nám na základe výsledkov potvrdilo a hypotézu sme prijali. V ďalšej hypotéze sme predpokladali, že zobrazovanie športovkýň bude z hľadiska dôležitosti športovej agendy vyššie v roku 2012 ako v roku 1988. Na základe výsledkov sme hypotézu číslo štyri prijali za platnú.

4.2 Mediálny obraz českých športovcov a športovkýň

Šport a masové médiá sú cez symbolický vzťah neoddeliteľne spojené. Tieto dve inštitúcie sa navzájom ovplyvňujú – masové médiá predávajú šport a šport predáva masové médiá (Pedersen, 2002:304).

Na základe toho môžeme tvrdiť, že médiá vytvárajú mediálny obraz športovcov takým spôsobom, aby z toho získali čo najväčší zisk. Ich cieľom je zaujať a predať. Práve preto sa na titulné strany dostávajú tie informácie, ktoré sú najžiadanejšie. Ak známy športovec vyhral

zlato, automaticky sa dostáva na popredné stránky periodika. Ak má zdravotné problémy športovkyňa, ktorá je favoritkou na výhru, je veľká pravdepodobnosť, že aj informácia o jej zlom zdravotnom stave sa dostane na predné strany, pretože i negatívna správa predáva.

V nasledujúcej podkapitole sa budeme venovať celkovému mediálnemu obrazu olympijských športovcov a športovkýň, teda tomu, ako ich obraz médiá rámovali. Tak isto si všimneme ako sa tento mediálny obraz menil vo dvoch vybraných obdobiach. Teda okrem editoriálnych postupov, ktorým sme sa venovali v prvej podkapitole, nás budú zaujímať konkrétne *„príbehy“*, prostredníctvom ktorých médiá informujú o agende športovcov a športovkýň. Konkrétne sa pozrieme na to, ako žurnalisti približovali športovcov a športovkyne a ako sa ich vytvorený mediálny obraz menil.

Položili sme si nasledujúcu druhú hlavnú výskumnú otázku.

Ako sa menil celkový mediálny obraz českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport v rokoch 1988 a 2012?

K danej výskumnej otázke sa viaže 6 vedľajších výskumných otázok. V nasledujúcej časti práce budeme overovať nami zvolené hypotézy týchto otázok.

4.2.1 Stereotypné mediálne zobrazovanie prostredníctvom fotografie

Ako sme už v teoretickej časti práce uviedli, stereotyp predstavuje „ustrnuté predstavy vo vedomí ľudí, obvykle i keď nie výhradne, prijímaných z iných zdrojov, než je vlastná sociálna skúsenosť (Veľký sociologický slovník, 1996:1230). V rámci nasledujúcich hypotéz sme overovali, aké typy fotografií periodiká najčastejšie využívali pri prezentácií mužov a žien s ohľadom na stereotypné zobrazovanie.

Paul Pedersen (2002) vo svojej štúdií uvádza hypotézu, že „športovci budú zobrazovaní na aktívnych snímkach, zatiaľ čo športovkyne budú vo veľkej miere zobrazené na pózovacích snímkach“ (Pedersen, 2002:306). Na základe tohto výroku sme skonštruovali našu nasledujúcu výskumnú otázku a hypotézy.

Akým spôsobom je využitý mechanizmus stereotypizácie pri zobrazení českých olympijských športovcov a športovkýň na stranách vybraných periodík?

H5:Predpokladáme, že športovci budú častejšie zobrazení na aktívnych snímkach.

H6:Predpokladáme, že športovkyne budú častejšie zobrazené na pózovacích snímkach

K aktívnym snímkam sme radili tie, na ktorých sa českí športovci, športovkyne alebo tímy aktívne zúčastňovali športu a k pózujúcim fotografiám sme začlenili tie, na ktorých boli zachytení v nešportovej situácií alebo fotografia zachytávala len hlavu a ramená osoby. Okrem toho sme do tejto kategórie priradili i fotografie, na ktorých športovci pózovali s medailou, promenádovali sa po olympijskom ihrisku, pripravovali sa na športový výkon alebo ho imitovali gestami. Pri skúmaných článkoch sme zaznamenávali počet všetkých fotografií, ale kódovali sme len tú fotografiu, ktorej rozmery boli najdominantnejšie, teda tvorila najväčšiu fotografiu v rámci analyzovaného článku.

Tabuľka 8 - Fotografie športovcov vo vybraných obdobiach

				Rok vydania		Celkom
				1988	**2012**	
Muž	Mladá Fronta Dnes	**Aktívna**	Počet	6	9	15
			%	54,55%	40,91%	45,45%
		Pózovacia	Počet	5	13	18
			%	45,45%	59,09%	54,55%
		Celkovo	Počet	11	22	33
			%	100,00%	100,00%	100,00%
	Sport	**Aktívna**	Počet	4	17	21
			%	26,67%	41,46%	37,50%
		Pózovacia	Počet	11	24	35
			%	73,33%	58,54%	62,50%
		Celkovo	Počet	15	41	56
			%	100,00%	100,00%	100,00%
	Celkom	**Aktívna**	Počet	10	26	36
			%	38,46%	41,27%	40,45%
		Pózovacia	Počet	16	37	53
			%	61,54%	58,73%	59,55%
		Celkom	Počet	26	63	89
			%	100,00%	100,00%	100,00%

Skúmanú prevahu aktívnych fotografií vidíme len v rámci denníka Mladá Fronta v roku 1988 s relatívnym zastúpením 54,55 %. Denník Sport v spomínanom roku výrazne preferoval pózovacie fotografie (73,33 %), celkovo v danom roku prevažovali pózovacie fotografie v pomere 61,54 % k 38,46 % aktívnych fotografií. V roku 2012 boli v oboch periodikách, a teda aj v celkovom súčte v prevahe opäť pózovacie fotografie, a to v obdobnom pomere

58,73 % pózovacích k 41,27 % aktívnych fotografií. Súhrnný výsledok za obe obdobia nadobúda hodnotu 59,55 % pózovacích voči 40,45 % aktívnym mužským fotografiám.

Daný výsledok považujeme za zaujímavé zistenie, ktoré búra stereotypnú predstavu o tom, že muži sú tradične zobrazovaní na aktívnych snímkach, ktoré zachytávajú ich kompetitívnosť. Oba denníky uprednostňovali v oboch vybraných rokoch pri zobrazovaní českých športovcov skôr fotografie zobrazujúce pokojný, nesúťažný stav športovca ako aktívny stav. Do úvahy musíme vziať rutiny uplatňujúce sa vo fotografickej oblasti. Fotograf dokáže jednoduchšie zachytiť objekt v pokojnej fáze než v pohybe. Keďže pri športovej udalosti a najmä pri medzinárodných súťažiach ako sú olympijské hry, mnohokrát zohráva najdôležitejšiu úlohu práve rýchlosť, preto je šanca zachytiť športovca v aktívnej fáze mnohokrát minimálna. Pravdepodobne aj z daného dôvodu periodiká preferovali fotografie, na ktorých športovci pózovali s medailami na krku alebo vo chvíli, keď dorazili do cieľa. Na základe výsledkov hypotézu o tom, že športovci budú zobrazovaní častejšie na aktívnych snímkach sme zamietli.

V nasledujúcej hypotéze sme predpokladali, že športovkyne budú častejšie zobrazované na pózovacích fotografiách. Rovnako ako pri predchádzajúcej hypotéze sme vytvorili tabuľku zahrňujúcu prezentáciu žien.

Tabuľka 9 - Fotografie športovkýň vo vybraných obdobiach

				Rok vydania		Celkom
				1988	**2012**	
Žena	Mladá Fronta Dnes	**Aktívna**	Počet	1	18	19
			%	50,00%	31,58%	32,20%
		Pózovacia	Počet	1	39	40
			%	50,00%	68,42%	67,80%
		Celkom	Počet	2	57	59
			%	100,00%	100,00%	100,00%
	Sport	**Aktívna**	Počet	1	25	26
			%	33,33%	49,02%	48,15%
		Pózovacia	Počet	2	26	28
			%	66,67%	50,98%	51,85%
		Celkom	Počet	3	51	54
			%	100,00%	100,00%	100,00%
	Celkom	**Aktívna**	Počet	2	43	45
			%	40,00%	39,81%	39,82%
		Pózovacia	Počet	3	65	68
			%	60,00%	60,19%	60,18%
		Celkom	Počet	5	108	113
			%	100,00%	100,00%	100,00%

Hypotéza sa potvrdila úplne s výnimkou roku 1988 v denníku Mladá Fronta Dnes, kde bol pomer aktívnych a pózovacích ženských fotografií totožný. Celkové výsledky však hovoria v prospech hypotézy, keď relatívny podiel pózovacích fotografií športovkýň bol 60,18 %, podiel aktívnych fotografií tvorí zvyšných 39,82 %. Ide o veľmi podobné čísla ako u mužských fotografií.

Relatívne nízky počet aktívnych fotografií v roku 1988 môže súvisieť s nedokonalým vybavením fotoaparátov. Technika sa postupom času vyvíja a je zrejmé, že v roku 1988 nebola technická úroveň fotografických aparátov na takej úrovni ako v roku 2012. Nielenže bolo jednoduchšie zachytiť človeka v pokoji, dokonca ani fotografická vybavenosť neumožňovala produkciu fotografií v aktívnom pohybe.

Z tabuľky vidíme, že aj v roku 2012 bola prevaha pózovacích fotografií nad aktívnymi. Výsledky skúmania nám potvrdili, že ženy boli častejšie zobrazované na pózovacích fotografiách. Následne by sme mohli polemizovať o tom, prečo to tak bolo. Ako argument môžeme opäť uviesť fotograficky jednoduchšie zachytenie športovkyne v pokojnej póze, avšak svoju rolu zohráva aj koncept estetizácie športu. V teoretickej časti práce sme ako príklad uviedli využívanie mediálnej prezentácie na podporu popularity cez módne fotografie športovkýň. Cyklistka Viktória Pendleton nafotila propagačné módne snímky, ktoré boli športovým žurnalistom označené ako „predaj sexuálnej stránky športovkyne cez mediálne zobrazenie“ (Haynes, 2009: 130).

Aj v českom prostredí zaznamenávame príklady mediálnej prezentácie cez fotografie. Predchádzajúcu argumentáciu môžeme podložiť citáciou z denníka Sport, kde bol uverejnený článok s titulkom *„Ženské zbraňe? To je moje“*[24] o volejbalistke Markéte Slukovej, ktorá vyhrala anketu o najkrajšiu ženskú olympioničku. Na stránkach daného periodika pózovala pre fotografa a svojimi výrokmi v rozhovore podporila fakt, že si uvedomuje svoju krásu:

... „sama o sobě vím, jaké mám přednosti. Pořád platí, že když se hezká holka usměje a o něco poprosí, má to snazší než ta ošklivá.“[25]

Z citácie vyplýva, že médiá reprezentovali športovkyne prostredníctvom ich prehovorov odkazujúcich na ich fyzické prednosti.

Na základe výsledkov sme dokázali, že celkový počet pózovacích fotografií športovkýň prevyšoval nad aktívnymi, teda hypotézu číslo 6 sme prijali za platnú.

[24] In Sport, 31.7.2012
[25] In Ženské zbraňe? To je moje (Sport, 31.7.2012)

4.2.2 Atribúty spájané s českými športovcami a športovkyňami

V tejto podkapitole sa zameriame na to, s akými fyzickými a psychickými atribútmi vybrané tlačené periodiká spájali českých olympijských športovcov a športovkyne počas konania letných olympijských hier v Soule a v Londýne.

Sekot (2006) uvádza, že v dobe silnejúceho vplyvu imidžu a virtuálnej reality vzrastá rola telesného vyznenia a fyzickej krásy. Estetické posolstvo prezentuje ženský kult štíhlosti a súmernosti. Fyzická krása žien pôsobiacich vo vrcholovom športe je vyjadrená najmä atraktívnosťou vyžarujúcou zo ženského tela (Sekot, 2006: 319).

Myslíme si, že v roku 2012, kedy cítime čoraz väčší vplyv bulvarizácie, budú ženy – športovkyne vo väčšej miere reprezentované cez ich fyzické a psychické atribúty než v roku 1988. Tak isto predpokladáme, že aj u mužov – športovcov bude glorifikovaný fyzický a psychický akcent častejšie v roku 2012 než v roku 1988.

Okrem toho sa pozrieme na to, s akými konkrétnymi atribútmi boli spájané ženy a s akými muži. Plaňava (2000) tvrdí, že v 20. storočí „končí takzvaná mužská a ženská rola, menej radikálne a obozretnejšie hovoria pozorovatelia o rodovej labilnosti a uvažujú o najrôznejších variantoch [...] Koncept identity vychádza z toho, že muži a ženy sú v podstate rovnakí, presnejšie povedané rozdiely (v chovaní, hodnotových preferenciách, prežívaní a jednania) sú utvárané výlučne vplyvom či tlakom výchovy, prevládajúcich noriem a očakávania“ (Plaňava, 2000:105 – 106). V tejto súvislosti sa neskôr budeme zaujímať o to, ako sa zvolené periodiká postavili k reprezentácií konkrétneho pohlavia.

V súvislosti s fyzickými atribútmi športovcov a športovkýň sme sa zaujímali o to, *ako sa líšia fyzické atribúty českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012* a následne sme sa pokúsili overiť nami zvolené hypotézy k tejto otázke.

H7: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovcov.

H8: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovkýň.

Zvolené atribúty sme merali na jednotnej škále. To znamená, že sme si vytvorili stupnicu, ktorá pozostávala z typicky ženských atribútov až po typicky mužské atribúty. Takto nastavené atribúty sme merali u oboch pohlaví. Jednotnú škálu sme zvolili z dôvodu

sledovania možnej zmeny, ktorá by mohla nastať pri zobrazovaní športovcov v súvislosti s konceptom „nového mužstva“.[26] Nasledovne prezentujeme výsledky nášho skúmania:

Tabuľka 10 - Fyzické atribúty športovcov

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Fyzická vyčerpanosť	Počet	**4**	**13**	17
		%	**23,53%**	**76,47%**	
	Estetický detail	Počet	0	3	3
		%	0,00%	100,00%	
	Fyzická sila	Počet	21	15	36
		%	58,33%	41,67%	
	Fyzická agresia	Počet	1	5	6
		%	16,67%	83,33%	
	Dobrá fyzická kondícia	Počet	**25**	**19**	44
		%	**56,82%**	**43,18%**	
	Fyzická kompetitívnosť	Počet	17	20	37
		%	45,95%	54,05%	
	Maskulinita	Počet	6	7	13
		%	46,15%	53,85%	
	Celkom	Počet	74	82	156
		%	47,44%	52,56%	
Sport	Fyzická vyčerpanosť	Počet	**10**	**11**	21
		%	**47,62%**	**52,38%**	
	Estetický detail	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Fyzická sila	Počet	27	26	53
		%	50,94%	49,06%	
	Fyzická agresia	Počet	6	3	9
		%	66,67%	33,33%	
	Dobrá fyzická kondícia	Počet	**33**	**30**	63
		%	**52,38%**	**47,62%**	
	Fyzická kompetitívnosť	Počet	35	40	75
		%	46,67%	53,33%	
	Maskulinita	Počet	12	17	29
		%	41,38%	58,62%	
	Celkom	Počet	123	129	252
		%	48,81%	51,19%	

[26] Britský sociológ médií prof. John Beynon definoval dva typy „nového muža“ – „nový muž ako opatrovník“ (New Man-as-Nurturer): najmä v úlohe otca, milujúceho muža a „nový muž ako narcis“ (New Man-as-Narcissist): muž starajúci sa o svoj zovňajšok (Beyon, 2004).

Všetky vybrané sledované hodnoty súhrnne hovoria o fyzických atribútoch športovcov. Hoci výskyt niektorých z nich medzi rokmi 1988 a 2012 klesol, pri pohľade na súčty vidíme, že celkový počet vzrástol, u oboch denníkov porovnateľne. V Mladej Fronte patrilo 47,44 % výskytov do roku 1988, 52,56 % do roku 2012. Obdobne v denníku Sport bolo rozloženie v prospech výskytov publikovaných v roku 2012, a to 51,19 % k 48,81 % publikovaným v roku 1988.

Z tabuľky vidíme, že vybrané periodiká nezobrazovali mužov cez atribúty ako krása či úprava vlasov, ktoré radíme skôr k ženským atribútom. V článkoch sme zaznamenali tiež atribút estetický detail, avšak iba v roku 2012 a v relatívnom zastúpení len 1,55 % zo všetkých identifikovaných atribútov v denníku Sport a 3,66 % v denníku Mladá Fronta Dnes. Z uvedeného vyplýva, že vybrané periodiká neinformovali rozsiahlo o mužoch v spojení s atribútmi charakteristickými pre ženy. I keď atribút fyzická vyčerpanosť radíme skôr k ženským atribútom, zaznamenali sme v článkoch jeho nárast u mužského pohlavia. Ako píše Librová, noví muži „disponujú fyzickou silou, pevnosťou postoja a rozhodnosťou k činu. Čo ich však zásadne odlišuje od ich kritizovaných machistických predchodcov, je ich schopnosť altruizmu, trpezlivosti a lásky“ (Librová, 1994:85). To znamená, že muži nemusia výsostne disponovať len typicky mužskými atribútmi, ale naopak objavuje sa u nich aj ich „ženská stránka“. Z tabuľky môžeme pozorovať, že zatiaľ čo výskyt atribútu dobrá fyzická kondícia poklesol v oboch periodikách v priebehu rokov – v denníku Mladá Fronta Dnes z 56,82 % na 43,18 % a v denníku Sport z 52,38 % na 47,62 %,výskyt atribútu fyzická vyčerpanosť narástol – v denníku Mladá Fronta Dnes z 23,5 % na 76,5 % a v denníku Sport z 47,62 % na 52,38 %. Rovnako by sme mohli porovnať fyzickú vyčerpanosť s atribútom fyzická sila, u ktorého sme tak isto zaznamenali pokles v priebehu rokov. Predchádzajúcu argumentáciu môžeme podložiť citáciou z konkrétneho článku:

...„Nicméně rekordy vyčerpaného Štěpánka nezajímají [...] Z očí mu čišela únava, v programu v tu chvíli ještě zůstávalo jeho střetnutí v mixu...“ [27]

Vybrané periodiká prestali informovať o športovcoch ako o hrdinoch, ktorí disponujú len dobrou fyzickou kondíciou, ktorá im zaručí úspech a slávu, a začali informovať aj o odvrátenej stránke úspešného športovca – o jeho fyzickej vyčerpanosti.

[27] In Vyčerpaného Štěpánka v Londýně řídí autopilot (Mladá Fronta Dnes, 2.8.1012)

Pripomenieme si hypotézu, v ktorej sme predpokladali nárast fyzického pokrytia venovaného fyzickým atribútom športovcov pri porovnaní oboch rokov. Ak sa zameriame na celkový výskyt fyzických atribútov v oboch periodikách z výsledkov vidíme, že sa ich výskyt zvýšil, na základe čoho sme hypotézu prijali za platnú, hoci nárast nebol výrazný.

V nasledujúcej hypotéze sme predpokladali, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovkýň. Identickým postupom ako pri predchádzajúcej hypotéze sme overovali výskyt atribútov na jednotnej škále. Výsledky prinášame v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 11 - Fyzické atribúty športovkýň

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Krása	Počet	**1**	**11**	12
		%	**8,33%**	**91,67%**	
	Sexepíl/ženskosť	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Fyzická vyčerpanosť	Počet	4	16	20
		%	20,00%	80,00%	
	Estetický detail	Počet	0	8	8
		%	0,00%	100,00%	
	Vlajúce vlasy	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Pootvorené pery	Počet	0	3	3
		%	0,00%	100,00%	
	Mužatka	Počet	0	6	6
		%	0,00%	100,00%	
	Fyzická sila	Počet	**1**	**40**	41
		%	**2,44%**	**97,56%**	
	Fyzická agresia	Počet	1	7	8
		%	12,50%	87,50%	
	Dobrá fyzická kondícia	Počet	3	52	55
		%	5,45%	94,55%	
	Fyzická kompetitívnosť	Počet	6	47	53
		%	11,32%	88,68%	
	Maskulinita	Počet	0	9	9
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	16	201	217
		%	7,37%	92,63%	
Sport	Krása	Počet	**0**	**9**	9
		%	**0,00%**	**100,00%**	

Sexepíl/ženskosť	Počet	0	3	3
	%	0,00%	100,00%	
Fyzická vyčerpanosť	Počet	5	14	19
	%	26,32%	73,68%	
Estetický detail	Počet	0	1	1
	%	0,00%	100,00%	
Pootvorené pery	Počet	0	1	1
	%	0,00%	100,00%	
Mužatka	Počet	0	4	4
	%	0,00%	100,00%	
Fyzická sila	Počet	**4**	**24**	28
	%	**14,29%**	**85,71%**	
Fyzická agresia	Počet	1	8	9
	%	11,11%	88,89%	
Dobrá fyzická kondícia	Počet	12	39	51
	%	23,53%	76,47%	
Fyzická kompetitívnosť	Počet	15	48	63
	%	23,81%	76,19%	
Maskulinita	Počet	0	7	7
	%	0,00%	100,00%	
Celkom	Počet	37	158	195
	%	18,97%	81,03%	

V danom prípade sledujeme enormný nárast atribútov v porovnaní oboch období. Súčet všetkých výskytov skúmaných hodnôt publikovaných v roku 1988 bol v rámci denníka Sport 18,97 %, v denníku Mladá Fronta dokonca iba 7,37 % z celkového počtu zaznamenaných atribútov. Z toho vyplýva, že podstatná väčšina výskytov bola obsiahnutá v článkoch z roku 2012, konkrétne v denníku Sport 81,03 % a v denníku Mladá Fronta Dnes 92,63 % zo všetkých skúmaných atribútov. Teda periodiká sa začali vo veľkej miere zameriavať na zobrazovanie fyzických rysov športovkýň, čo podporuje fakt, že mediálna prezentácia športových udalostí nebola len „oslavou“ športových výkonov, ale aj zhodnotením fyzických kompetencií, ktorými reprezentanti disponovali, čo sa vo väčšej miere odzrkadlilo pri zobrazovaní žien, pretože ich mediálna prezentácia môže pôsobiť príťažlivejšie pre mužských čitateľov zaujímajúcich sa o šport.

Zameriame sa na niektoré konkrétne atribúty, s ktorými periodiká spájali české športovkyne. V predchádzajúcich podkapitolách sme popísali koncept estetizácie športu, ktorý môžeme identifikovať v našich analyzovaných článkoch. Sekot píše, že „telesná krása vo svete vrcholového športu žien je vyjadrená predovšetkým heterosexuálnou atraktívnosťou zdravím

vyžarujúceho tela. Tenistka *Anna Kurnikovová* či plážová volejbalistka *Gabriella Reesová* sú symbolom ženskej krásy, úspechu, kázne a sebakontroly“ (Sekot,2006:319).

Obdobné príklady manifestácie telesného vyznenia sme zaznamenali v skúmaných článkoch. Z výsledkov v tabuľke vidíme, že výskyt atribútu krása sa v denníku Mladá Fronta Dnes zvýšil z 8,33 % na 97,67 % z celkové počtu atribútov a v denníku Sport sme identifikovali výskyt atribútu krásy len v roku 2012, výsledky následne podkladáme názornými ukážkami:

„Pomalu se vracejí dospívajíci dívky nebo mladé ženy, myslím si, že bude ideální věk tak 20 až 22 let. Už tady cvičila děvčata, na která byla – kromně požitku z jejich umění – také radost pohledět.“[28]

Citácia z roku 1988 pracuje s konceptom estetizácie, kde použije upozornenie na fyzické prednosti športovkýň.

Rovnako v roku 2012 sme identifikovali články obsahujúce odkaz na fyzické vyznenie reprezentantiek:

„Dívat se na ně je příjemné nejen kvůli tomu, jak jim jde plážový volejbal. Mladé, pohledné a úspěšné jsou Markéta Sluková a Kristýna Kolocová, české objevy her [...] Kvůli nehodě jsme se cestou z vesnice nemohly dostat na dálnici. Měly jsme docela stres, ale nakonec nám to v zápase spíš pomohlo." Přijít o životní úspěch kvůli takové náhodě by bylo k vzteku. Stejně tak by mrzelo - a nejen kvůli vzhledu - přijít o účast českého dua v play-off i o samotný plážový volejbal na olympiádě.“[29]

alebo

„Vysoká štíhlá postava, delší blonďaté vlasy a úsměv, kterým se může vmžiku změnit z rozpustilé dívenky na pořádnou dračici. A když jsou navíc jejím sportovním oděvem pouze dvojdílné plavky, není divu, že při jejích skocích do písku z ní většina mužů nespustí oči [...] Když deník Sport vyhlásil před startem Her anketu o nejhezčí českou olympioničku, zájem byl veliký.“[30]

Na základe daných ukážok vidíme, že periodiká „oslavovali“ ženskú krásu vo väčšej miere v roku 2012. Prezentácia krásy mnoho ráz priťahuje pozornosť publika a pomáha podporiť predaj. Hoci vybrané periodiká nezaraďujeme k bulvárnym denníkom, ktoré obdobnými praktikami lákajú čitateľov, sledujeme v ich obsahu dôraz na fyzické vyznenie športovkýň, ktoré v istej miere zatieňuje ich športový výkon.

---

[28] In Vracíme se domů spokojeni (Mladá Fronta Dnes, 27.9.1988)
[29] In Kiki a Maki. Dvě krásky z pláže hrají o čtvrtfinále (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)
[30] In ŽENSKÉ ZBRANĚ? To je moje (Sport, 31.7.2012)

Okrem tradičných ženských atribútov zaznamenávame aj nárast výskytu mužských atribútov, ktoré sme na jednotnej škále sledovali u žien. Ako Badinterová píše, „keď žena vyburcovala svoje mužské zložky, stále viac sa presadzuje známymi zbraňami“ (Badinterová, 2005: 141). Ak sa napríklad pozrieme na atribút fyzická sila, tak vidíme, že v denníku Mladá Fronta Dnes nadobudol hodnotu 2,44 % v roku 1988 k 97,56 % z celkového počtu sledovaných atribútov v roku 2012 a v denníku Sport 14,29 % k 85,71 % z celkového počtu atribútov v roku 2012. Predchádzajúcu argumentáciu podkladáme citáciami z článkov:

„…"Šla jsem do každého míče naplno, líp jsem podávala, dobře se hýbala. Byla to moje typická hra, ta nejistota se snad pomalu vytrácí."Dvaadvacetiletá lvice Kvitová, kterou obtěžují zranění břišního svalu a achilovky, díky impozantnímu kvapíku ušetřila slušnou porci sil pro dnešní čtvrtfinále proti Rusce Kirilenkové.“[31]

alebo

„….Kvalifikační hod se ji povedl. Je rychlá, silná a má víru. Takže možné je všechno. Prohra v New Yorku však byla pro Špotákovou dostatečnou výstrahou, aby se od kamarádky nenechala podruhé zastrašit. Nehodlá ani opakovat šampionát v Tegu, kde se radovala předčasně. "Tady jde o obhajobu olympijského vítězství," říká šéftrenér Dvořák. "Tady to rozseká...“[32]

Prostredníctvom analyzovaných článkov sledujeme reprezentáciu emancipácie športovkýň, ktoré sa snažia vyrovnať „mužskému svetu“ a dokázať cez svoju fyzickú zdatnosť, že im prináleží právo na rovnaké uznanie v oblasti športu, aké prislúcha športovcom.

Ako sme naznačili, športovkyne boli v periodikách prezentované nielen cez ich ženské atribúty, ale aj prostredníctvom mužských atribútov. Pripomeňme si, v ôsmej hypotéze sme predpokladali, že bude narastať pokrytie venované fyzickým atribútom športovkýň, čo sme potvrdili, pretože celkový výskyt atribútov stúpol z 18,97 % v roku 1988 na 81,03 % v roku 2012, teda hypotézu sme prijali za platnú.

S fyzickými atribútmi neoddeliteľne súvisia aj psychické atribúty, na ktorých výskyt sme sa zamerali v ďalšej výskumnej otázke. Nadväzovali sme na Feldmanovu klasifikáciu

[31] In Probuzená lvice drží český tenis. Pádí za medailí (Mladá Fronta Dnes, 2.8.2012)
[32] In ŠPOTÁKOVÁ: Vyhraj prvním hodem! (Sport, 9.8.2012)

ženských a mužských rolí, ktorá zahŕňa typické formy správania a postojov muža a ženy. Autor tvrdí, že ženy by mali byť emocionálne, subjektívne, náladové, orientované na domov alebo sťažujúce sa a muži by mali byť naopak racionálni, orientovaní na svet, agresívni alebo aktívni (Feldman in Plaňava, 2000: 108).

Zaujímalo nás, ako vybrané periodiká v dvoch rozdielnych rokoch zobrazovali českých športovcov a športovkyne počas konania letných olympijských hier. Stanovili sme si obdobné atribúty podľa Feldmanového rozdelenia a overovali sme, či sa ich prítomnosť potvrdí v českom mediálnom prostredí.

Konkrétne nás zaujímalo, *ako sa líšia psychické charakteristiky českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012.* Formulovali sme dané hypotézy:

H9: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované psychickým atribútom športovcov.

H10: Predpokladáme, že bude narastať pokrytie venované psychickým atribútom športovkýň.

Zvolené psychické atribúty sme sledovali na jednej škále podobne ako pri výskumnej otázke skúmajúcej fyzické atribúty. Rovnako sme atribúty zaradili od typicky ženských, teda od takých, ktoré sú tradične spájané so ženským pohlavím, po typicky mužské atribúty, tradične charakterizujúce mužské pohlavie. Výsledky prinášame v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 12 - Psychické atribúty športovcov

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Emocionálnosť	Počet	**5**	**15**	20
		%	**25,00%**	**75,00%**	
	Pasivita	Počet	5	8	13
		%	38,46%	61,54%	
	Sťažovanie sa	Počet	**4**	**11**	15
		%	**26,67%**	**73,33%**	
	Nervozita	Počet	1	5	6
		%	16,67%	83,33%	
	Bezmocnosť	Počet	5	13	18
		%	27,78%	72,22%	
	Neistota	Počet	**5**	**12**	17
		%	**29,41%**	**70,59%**	
	Orientovanosť na domov	Počet	1	6	7
		%	14,29%	85,71%	

	Bojovnosť	Počet	27	32	59
		%	45,76%	54,24%	
	Trpezlivosť	Počet	23	20	43
		%	53,49%	46,51%	
	Orientovanosť na svet	Počet	23	26	49
		%	46,94%	53,06%	
	Istota	Počet	25	22	47
		%	53,19%	46,81%	
	Spoliehanie sa na seba	Počet	28	33	61
		%	45,90%	54,10%	
	Kompetitívnosť	Počet	27	31	58
		%	46,55%	53,45%	
	Agresivita	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Heroickosť	Počet	13	10	23
		%	56,52%	43,48%	
	Pokoj	Počet	14	14	28
		%	50,00%	50,00%	
	Morálka	Počet	8	0	8
		%	100,00%	0,00%	
	Aktivita	Počet	25	27	52
		%	48,08%	51,92%	
	Racionálnosť	Počet	25	19	44
		%	56,82%	43,18%	
	Celkom	Počet	264	306	570
		%	46,32%	53,68%	
Sport	Emocionálnosť	Počet	**11**	**25**	36
		%	**30,56%**	**69,44%**	
	Pasivita	Počet	10	7	17
		%	58,82%	41,18%	
	Sťažovanie sa	Počet	**2**	**16**	18
		%	**11,11%**	**88,89%**	
	Nervozita	Počet	2	8	10
		%	20,00%	80,00%	
	Bezmocnosť	Počet	14	10	24
		%	58,33%	41,67%	
	Neistota	Počet	16	14	30
		%	53,33%	46,67%	
	Orientovanosť na domov	Počet	3	6	9
		%	33,33%	66,67%	
	Bojovnosť	Počet	50	42	92
		%	54,35%	45,65%	
	Trpezlivosť	Počet	21	38	59

	%	35,59%	64,41%	
Orientovanosť na svet	Počet	24	39	63
	%	38,10%	61,90%	
Istota	Počet	32	30	62
	%	51,61%	48,39%	
Spoliehanie sa na seba	Počet	49	43	92
	%	53,26%	46,74%	
Kompetitívnosť	Počet	35	40	75
	%	46,67%	53,33%	
Agresivita	Počet	6	0	6
	%	100,00%	0,00%	
Heroickosť	Počet	22	16	38
	%	57,89%	42,11%	
Pokoj	Počet	19	21	40
	%	47,50%	52,50%	
Morálka	Počet	12	0	12
	%	100,00%	0,00%	
Aktivita	Počet	44	38	82
	%	53,66%	46,34%	
Racionálnosť	Počet	41	21	62
	%	66,13%	33,87%	
Celkom	Počet	413	414	827
	%	49,94%	50,06%	

V článkoch sme zaznamenali zmienky o množstve psychických atribútov, pričom sme skúmali rozloženie súčtu ich výskytov medzi rokmi 1988 a 2012. V denníku Mladá Fronta Dnes sa zmienky o týchto znakoch vyskytovali v roku 1988 v počte 264, čo tvorí 46,32 % všetkých výskytov v danom denníku v spomínanom roku. Zvyšných 53,68 % bolo zverejnených v roku 2012. V denníku Sport je rozdelenie výskytov taktiež v prospech roku 2012 v podobe 50,06 % k 49,84 % z roku 1988. Rozdiel je v podstate zanedbateľný, tvorí ho len jediný výskyt. Daný vzostup počtu atribútov môžeme odvodiť od charakteru periodika. Zatiaľ čo je Mladá Fronta Dnes celoštátnym mienkotvorným denníkom, ktorý prináša informácie o rozličných udalostiach z domova a zo sveta, denník Sport je špecializovaným športovým denníkom, ktorý má presne vymedzenú cieľovú skupinu, a to fanúšikov športu. Konštatujeme, že vo väčšej miere zdôrazňoval konanie a prežívanie športovcov, preto sme v jeho prípade zaznamenali celkovo vyšší počet atribútov ako pri denníku Mladá Fronta Dnes. Zaujímavým zistením je, že hoci hypotézu potvrdzujeme, podobne ako u fyzických atribútov mužov je rozdelenie medzi rokmi takmer zhodné 50 % k 50 %. Nemožno teda hovoriť

o nejakom výraznom náraste. Reprezentácia psychických atribútov športovcov v roku 2012 nepriniesla zreteľné zvýšenie skúmaných premenných, pretože šport je výrazne mužskou doménou, o ktorej obe periodiká písali bez zmeny.

Do našej pozornosti sa dostali aj konkrétne atribúty a ich vzťah k pohlaviu. Zaujímavým zistením je, že podiel psychických atribútov spájaných primárne so ženami mal zvyšujúcu sa tendenciu pri zobrazovaní športovcov. Týmto faktom môžeme poukázať na spojitosť s konceptom „nového mužstva". Librová približuje, že „noví muži" „disponujú fyzickou silou, pevnosťou postoja a rozhodnosťou k činu. Čo ich však zásadne odlišuje od ich kritizovaných machistických predchodcov, je ich schopnosť altruizmu, trpezlivosti a lásky" (Librová, 1994:85). To znamená, že úlohou mužov viac nie je vehementne zastávať roly, ktoré sú im od nepamäti prisudzované, ale rovnako tak môžu prejaviť i svoju citlivejšiu stránku osobnosti bez toho, aby boli spoločnosťou odsudzovaní. Napríklad vidíme zvýšenie emocionálneho prežívania mužov – v denníku Mladá Fronta Dnes z 25 % na 75 % a v denníku Sport z 30,6 % na 69, 4 % v porovnaní oboch rokov. Rovnako sme zaznamenali nárast ďalších „ženských" atribútov ako sťažovanie sa – napríklad v denníku Mladá Fronta Dnes 26,7 % k 73,3 % a neistota 29,4 % k 70,6 % z celkového počtu atribútov a v prípade denníka Sport to bolo 11,11 % k 88,89 % zo všetkých atribútov.

V súvislosti s tým Badinterová uvádza, že „vrcholom zmätku je, keď sa bežne hovorí o *pravom mužovi* a mieni sa pod tým muž chlapský. Znamená to, že niektoré ľudské bytosti sú mužmi len zdanlivo, pretože sú to nepraví muži?" (Badinterová, 2005: 14). Predchádzajúcu argumentáciu podkladáme ukážkami:

(sťažovanie sa):

....„přemítal: "Být tenhle zápas loni, možná by vypadal jinak. Byl jsem unavený, potřebuju dlouhou dovolenou, musím se dát do kupy, spravit záda [...] Do posledního zápasu jsem vstoupil špatně. Grol byl totiž připravený přesně na to, co jsem dělal -jsem levák, udělal jsem levý hák a on mě nádherně chytil a dal mi juko (chvat za 1 bod).. "[33].

(vyjadrenie emócií):

„Tušil jste alespoň, že to bude stačit na medaili?

"Moc si to nepamatuju. Dojel jsem, a když jsem to viděl, asi mi trochu hrkly do očí slzy. Když jsem totiž dříve viděl, jak někdo přebírá medaili, říkal jsem si: Ty jo, to je úlet. To bych se

[33] In Šel jsem dobře. Ale ta blbá chyba... (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)

rozbrečel. A najednou to mám za sebou a nebylo to hrozný. Docela jsem si to podal. Anebo mi to ještě dojde."

[...] Co to bylo za deníček?

"To ani nebyl deníček. Prostě jsem si napsal, jak se cítím. Zaznamenal jsem to před závodem, přece jen to nebyl normální den...“[34]

Z oboch vyššie uvedených citácií vyplýva, že muži neboli reprezentovaní len cez vlastností, ktoré sú im od malička vštepované. Pravý muž nemusí byť len nebojácny, silný a racionálne zmýšľajúci, práve naopak, sledujeme zmenu mužskej prezentácie. Tento progres sme zaznamenali aj v rámci mediálnej prezentácie športovcov.

Predpokladali sme, že bude narastať pokrytie venované psychickým atribútom športovcov, čo sme na základe výsledkov potvrdili – celkovo sa množstvo atribútov v oboch periodikách zvýšilo, a to v prípade denníka Mladá Fronta Dnes 46,32 % k 53,68 % a v denníku Sport 49,94 % k 50,06 % z celkového počtu atribútov. Ako sme uviedli, tento nárast nebol enormný pri porovnaní oboch období, ale keďže na prijatie hypotézy stačil akýkoľvek nárast, hypotézu sme prijali za platnú.

Následne nás zaujímalo, ako zobrazovali periodiká reprezentáciu športovkýň cez psychické atribúty. Predpokladali sme, že sa bude zvyšovať množstvo psychických atribútov v porovnaní dvoch období. Rovnako ako pri predchádzajúcej hypotéze sme skúmali výskyt daných atribútov na jednotnej škále. Teraz prezentujeme výsledky nášho skúmania:

Tabuľka 13 - Psychické atribúty športovkýň

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Emocionálnosť	Počet	**4**	**42**	46
		%	**8,70%**	**91,30%**	
	Pasivita	Počet	3	14	17
		%	17,65%	82,35%	
	Sťažovanie sa	Počet	**0**	**20**	20
		%	**0,00%**	**100,00%**	
	Nervozita	Počet	2	21	23
		%	8,70%	91,30%	
	Bezmocnosť	Počet	4	16	20
		%	20,00%	80,00%	
	Neistota	Počet	3	21	24

[34] In Nějaký ty slzy mi zřejmě vyhrkly (Sport, 2.8.2012)

		%	12,50%	87,50%	
	Orientovanosť na domov	Počet	0	6	6
		%	0,00%	100,00%	
	Bojovnosť	Počet	**5**	**70**	75
		%	**6,67%**	**93,33%**	
	Trpezlivosť	Počet	2	55	57
		%	3,51%	96,49%	
	Orientovanosť na svet	Počet	4	64	68
		%	5,88%	94,12%	
	Istota	Počet	3	48	51
		%	5,88%	94,12%	
	Spoliehanie sa na seba	Počet	4	64	68
		%	5,88%	94,12%	
	Kompetitívnosť	Počet	**2**	**67**	69
		%	**2,90%**	**97,10%**	
	Agresia	Počet	0	3	3
		%	0,00%	100,00%	
	Heroickosť	Počet	0	32	32
		%	0,00%	100,00%	
	Pokoj	Počet	3	33	36
		%	8,33%	91,67%	
	Aktivita	Počet	5	57	62
		%	8,06%	91,94%	
	Racionálnosť	Počet	3	30	33
		%	9,09%	90,91%	
	Celkom	Počet	47	663	710
		%	6,62%	93,38%	100,00%
Sport	Emocionálnosť	Počet	**6**	**41**	47
		%	**12,77%**	**87,23%**	
	Pasivita	Počet	4	14	18
		%	22,22%	77,78%	
	Sťažovanie sa	Počet	**1**	**21**	22
		%	**4,55%**	**95,45%**	
	Nervozita	Počet	1	12	13
		%	7,69%	92,31%	
	Bezmocnosť	Počet	5	13	18
		%	27,78%	72,22%	
	Neistota	Počet	4	19	23
		%	17,39%	82,61%	
	Orientovanosť na domov	Počet	0	5	5
		%	0,00%	100,00%	
	Bojovnosť	Počet	**16**	**55**	71
		%	**22,54%**	**77,46%**	
	Trpezlivosť	Počet	10	40	50

	%	20,00%	80,00%	
Orientovanosť na svet	Počet	9	53	62
	%	14,52%	85,48%	
Istota	Počet	12	39	51
	%	23,53%	76,47%	
Spoliehanie sa na seba	Počet	15	47	62
	%	24,19%	75,81%	
Kompetitívnosť	Počet	**8**	**50**	58
	%	**13,79%**	**86,21%**	
Agresia	Počet	1	3	4
	%	25,00%	75,00%	
Heroickosť	Počet	6	19	25
	%	24,00%	76,00%	
Pokoj	Počet	5	22	27
	%	18,52%	81,48%	
Aktivita	Počet	13	44	57
	%	22,81%	77,19%	
Racionálnosť	Počet	10	17	27
	%	37,04%	62,96%	
Celkom	Počet	126	514	640
	%	19,69%	80,31%	100,00%

Pri pohľade na súčty výskytov skúmaných psychických atribútov v jednotlivých denníkoch v príslušných rokoch je jasne viditeľný signifikantný nárast. Menšia časť výskytov bola zaznamenaná v článkoch z roku 1988, 6,62 % v denníku Mladá Fronta Dnes a 19,69 % v denníku Sport, a výrazná časť v roku 2012, konkrétne 93,38 % vrámci denníka Mladá Fronta Dnes a 80,31 % v denníku Sport.

Z analýzy vyplýva, že v oboch periodikách sa v roku 2012 kládla vyššia pozornosť na opis psychického prežívania a konania športovkýň. Rapídny nárast množstva psychických atribútov prináleží i zvýšenému počtu článkov o ženách. V predchádzajúcich podkapitolách sme uviedli, že kým v roku 1988 bolo v oboch periodikách súčasne uverejnených len 15 článkov o športovkyniach, tak v roku 2012 sa ich počet zvýšil na 126, čo predstavuje vyše osemnásobné zvýšenie počtu článkov. Periodiká dokonca začali písať o agende športovcov a športovkýň s dôrazom na citové prežívanie ich športových výkonov, o čom svedčí tak isto zvýšený výskyt jednotlivých atribútov.

Okrem celkového počtu atribútov nás zaujímalo, v akej miere narastala ich frekvencia. Niektorými atribútmi sme sa inšpirovali za základe rozdelenia podľa L.B. Feldmana (in:

Walsh, ed., 1982, s. 254 a nasl.), ktorý charakterizoval „ženskú rolu“[35] „mužskú rolu“[36] (Feldman in Plaňava, 2000:108). Zamerali sme sa na niektoré atribúty a pokúsili sme sa preskúmať, čo zapríčinilo nárast ich reprezentácie. Popri náraste tradičných ženských atribútov ako emocionálnosť (v denníku Mladá Fronta Dnes z 8,7 % na 91,3% a v denníku Sport z 12,8 % na 87,2 %) alebo sťažovanie sa (v denníku Mladá Fronta Dnes z 0 % na 100 % a v denníku Sport zo 4,5 % na 95,5 %), sme zaznamenali rovnako nárast atribútov, ktoré sme pôvodne zaradili medzi tradičné mužské atribúty. V spojení s tým Badinterová tvrdí, že „je opäť ironiou dejín, že zatiaľ čo ženy požadovali, aby boli muži jemnejší, láskavejší, menej agresívni, samé nadobudli väčšiu bojovnosť a výbojnosť. V tej istej chvíli, keď sa oslavovala nová bojovníčka, od muža sa žiadalo, aby bol umiernený“ (Badinterová, 2005: 140). Tak isto uvádza, že sa zrodil nový typ „ženskej hrdinky“, ktorá už nebola závislá od muža, ale začala túžiť po úspechu, uspokojeniu ega, a to i za cenu samoty a veľkých problémov (Tamtiež: 141).

Z tohto dôvodu sme považovali za zaujímavé pri prezentácií športovkýň preskúmať atribúty, ktoré zo stereotypného hľadiska prislúchajú skôr mužom ako ženám. Keďže Badinterová hovorí o žene v spojení s bojovníčkou, rozhodli sme sa zamerať na výskyt atribútu bojovnosť. V denníku Mladá Fronta Dnes sa jeho množstvo zvýšilo z 6,7 % na 93,3 % a v denníku Sport z 22,5 % na 77,5 % z celkového počtu atribútov. S bojovnosťou úzko súvisí atribút kompetitívnosť, pretože daný atribút v sebe v istej miere zahŕňa prejav bojovnosti – jeho výskyt sa v denníku Mladá Fronta Dnes zvýšil z 2,9 % v roku 1988 na 97,1 % v roku 2012 a v športovom denníku Sport z 13,8 % na 86,2 %.

Z tabuľky č.12 vidíme, že kým u mužoch kompetitívnosť v denníku Mladá Fronta Dnes narástla o 6,8 % a v denníku Sport o 6,6 %, u žien to bolo o 86,6 % v prvom denníku a v druhom denníku o 55 %, teda sledujeme zjavnú emancipáciu žien. Argumentáciu dopĺňame o konkrétne citácie z denníkov:

„Trápí ji také zdravotní potíže v oblasti žeber. Zatím ale všechny závody na olympiádě zvládla a dnes od půl druhé chce bojovat o svou první olympijskou medaili v kariéře.“[37]

[35] Od žien sa očakáva, prípadne pripúšťa, ak sú orientované na domov, vrelé, láskavé, jemné, nežné, uvedomujúce si pocity druhých ľudí, ohľaduplné, taktné, súcitné, náladové, precitlivené, temperamentné, vzrušivé, emocionálne, subjektívne, nelogické, sťažujúce sa, hašterivé, slabé, bezmocné, krehké, emocionálne zraniteľné, submisívne, povoľné, závislé.

[36] Od mužov sa očakáva, prípadne pripúšťa, ak sú ambiciózni, súťaživí, podnikaví, priebojní, orientovaní na svet, pokojní, stabilní, neemotívni, realistickí, silní a vyhranení, húževnatí a neústupčiví, rázni, agresívni, silní, rozhodní, dominantní, objektívni, logickí, nezávislí, spoliehajúci sa na seba, drsní, strohí, neľútostní, krutí, autokratickí, rigidní, arogantní.

[37] In Ale BOJUJE (Sport, 4.8.2012)

alebo

„V prvním kole kvalifikace dojela dokonce třetí, celkově jí patří 5. místo. Suverénně vybojovala Štěpánka Hilgertová postup do elitní patnáctky. "Čekala jsem, že budu na vodě řešit větší problémy, minimálně v jedné jízdě. Ale ono ne! Kvalifikace mi ani nevzala tolik sil. Za to jsem ráda," vyprávěla...“[38]

Z oboch prezentovaných citácií vyplýva, že ženy, okrem toho, že boli prezentované skrz krásu a ženskosť, čo sme analyzovali v predchádzajúcej výskumnej otázke, sú médiami reprezentované v úlohe žien, ktoré dokážu bojovať za svoje ciele a snažia sa tak isto ako muži prezentovať cez svoju súťažiacu, nezlomnú stránku osobnosti.

Avšak všeobecne sme predpokladali, že bude akcentovať psychické zobrazenie športovkýň, čo sa nám viditeľne potvrdilo, pretože v denníku Mladá Fronta Dnes sa výskyt skúmaných atribútov zvýšil až 14 - násobne a v denníku Sport 4 – násobne, na základe výsledkov sme teda hypotézu prijali za platnú.

4.2.3 Sociálne charakteristiky

Po preskúmaní fyzických a psychických atribútov sme sa zamerali na reprezentáciu sociálnych charakteristík, medzi ktoré sme zaradili sociálny status, sociálnu rolu a financovanie športovcov.

Podľa Ralpha Lintona je status považovaný za univerzálny znak každého člena spoločnosti a vystihuje všetky stanoviská jeho sociálneho postavenia. Weber spája status s prestížou a tvrdí, že indikátorom prestíže sa stáva profesia (Velký sociologický slovník: 1996: 1226). Rozlišujeme *pripísaný sociálny status,* ktorý je „predurčený“ (napr. človek sa narodí do rodiny disponujúcej istým majetkom, prestížou) a *získaný status*, ktorý väčšina ľudí dosahuje vlastným úsilím (Petrusek, 2009: 112). V práci sme analyzovali nasledujúce zložky statusu, ktoré súviseli s ekonomickými aspektmi – *zárobok športovca, finančná odmena z úspechu na olympijských hrách a majetok športovca*. V nadväznosti na sociálny status sme analyzovali aj formu financovania športovcov a zamerali sme sa na to, či boli športovci v porovnaní oboch rokov financovaní cez *reklamu, sponzorov alebo vďaka zamestnaniu mimo účasti na olympijských hrách*.

Okrem reprezentácie sociálneho statusu sme analyzovali reprezentáciu sociálnych rolí, ktorou sa športovci a športovkyne prezentovali. Petrusek uvádza, že žijeme vo svete sociálnych rolí,

[38] In „Klidná rozhodně nejsem. Šanci na medaili mám“ (Mladá Fronta Dnes, 31.7.2012)

teda svet od nás očakáva, že sa budeme chovať určitým spôsobom (Tamtiež: 59). V práci sme sa zamerali na to, prostredníctvom akých rolí reprezentovali vybrané periodiká športovcov a športovkyne v dvoch obdobiach – *budú zastávať skôr tradičný spôsob života v manželskom zväzku a vystupovať v roli otca/manžela a maty/manželky alebo budú preferovať voľnejší zväzok, kohabitáciu, a vystupovať naopak skôr v roli priateľky/priateľa alebo ako nezadaní? Ako sa bude meniť výskyt sociálnych charakteristík v čase?*

Zaujímalo nás, *ako sa líšia sociálne charakteristiky českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012.*
Stanovili sme si nasledujúce hypotézy:

H11: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia sociálneho statusu v roku 2012.
H12: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia sociálnych rolí v roku 2012.
H13: Predpokladáme, že bude akcentovaná reprezentácia financovania športovcov v roku 2012.

So sociálnymi charakteristikami, presnejšie so sociálnym statusom a financovaním môžeme spojiť koncept komodifikácie a s ním spojený koncept komercializácie.
Sekot tvrdí, že „preferencia komerčného prístupu – fenomén prestupujúci najmä medializovaný šport – sa prejavuje v rôznych úrovniach a oblastiach športu. Masové média sa tak sústreďujú hlavne na tematiku športových „hviezd“, na ich finančné príjmy, prestupy, aféry a škandály ich verejného i súkromného života“ (Sekot, 2006: 228).
Zaujímalo nás, ako sa k postupnej komercializácii športu postavili vybrané periodiká v jednotlivých rokoch.
Našu pozornosť sme prvotne zamerali na výskyt sociálneho statusu v analyzovaných článkoch.

Tabuľka 14 - Reprezentácia sociálneho statusu

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Zárobok športovca	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Finančná odmena z úspechu na OH	Počet	1	4	5
		%	20,00%	80,00%	
	Majetok športovca	Počet	0	3	3

		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	1	8	9
		%	11,11%	88,89%	100,00%
Sport	Zárobok športovca	Počet	0	4	4
		%	0,00%	100,00%	
	Finančná odmena z úspechu na OH	Počet	0	7	7
		%	0,00%	100,00%	
	Majetok športovca	Počet	0	4	4
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	0	15	15
		%	0,00%	100,00%	100,00%

Z tabuľky vidíme, že sme zaznamenali istú zmenu oproti roku 1988, avšak nejde o masívny nárast danej reprezentácie.

Pri testovaní hypotézy sme sa opäť zamerali na súčty výskytov daných atribútov. U denníka Mladá Fronta bolo len 11,11 % výskytov v roku 1988, zvyšných 88,89 % spadá do roku 2012. Denník Československý Sport dokonca o sociálnom statuse športovcov ani športovkýň v roku 1988 neinformoval vôbec, takže 100 % výskytov je z roku 2012.

Pri bližšom nahliadnutí do výsledkov vidíme, že napríklad prezentácia premennej finančná odmena športovca, sa v roku 1988 takmer nevyskytoval – jediný zaznamenaný výskyt neodkazoval v prospech finančného ohodnotenia, ale práve naopak:

„Naši reprezentanti zkrátka dali pádnou odpověď všem domácím „odborníkům“, kteří o nich občas tvrdili, že umějí hrát jen za velké finančné částky, ale ne zadarmo. I když, ani tady se vlastně nehraje zadarmo, ale o olympijské medaile!“[39]

Športovci v roku 1988 mali rozdielne benefity z výhry ako v roku 2012. Napr. získali možnosť vycestovať do zahraničia, teda skutočná výhra mala inú podobu, mediálne neprezentovanú.

Naproti tomu v roku 2012 sme v článkoch denníka Mladá Fronta Dnes zaznamenali 4 výskyty finančnej odmeny a v denníku Sport 7 výskytov. Keďže denník Mladá Fronta Dnes je celoplošným mienkotvorným denníkom a nie špecializovaným športovým denníkom ako Sport, disponuje menším priestorom na informovanie o športových udalostiach. Ako príklad uvádzame citáciu z konkrétneho článku:

[39] In V penězích to není (Mladá Fronta, 29.9.1988)

„...V tenise se sice točí mnohem větší peníze, ale za stříbro si rozdělíte milion korun. Jak s ním naložíte?
HLAVÁČKOVÁ: "Ještě nevím, každopádně jsme za to moc rády."
HRADECKÁ: "Mně se staví baráček v Letňanech, takže tam toho spadne z odměny hodně...."[40]

Z citácie jasne vyplýva, že periodiká mediálne prezentovali konkrétne finančné výhry v porovnaní s rokom 1988, kedy akákoľvek informácia o odmene bola tabu.

Obdobne sme sa zamerali na reprezentáciu majetku a zárobku v oboch periodikách súčasne. Z tabuľky vidíme, že výskyt daných zmienok sme zaznamenali v článkoch len v roku 2012. Tento fakt môžeme spojiť s nízkou informovanosťou o privátnom živote športovcov a športovkýň a ich primárnou úlohou pôsobiť ako národný reprezentant, profesionálny športovec v roku 1988. Ako ukážku prinášame citáciu z článku o cyklistovi Kreuzigerovi:

„...Není pochyb, že se Kreuziger zachoval jako profesionál, když minimálně myslel na to, že je nejen reprezentant, ale zároveň zaměstnanec cyklistického týmu. To je jeho práce...
...na olympiádu profesionálové nepatří. Víme, proč tam jsou: olympijským činovníkům se to náramně hodilo a právě přítomnost nejlepších (profesionálů) jim umožňuje vydělávat neuvěřitelné peníze. To hlavní "zboží", sportovce, mají zadarmo. Platí je kluby nebo týmy..."[41]

Športovci prostredníctvom mediálnej reprezentácie viac neboli „len“ reprezentantmi štátu, ale mali aj vlastné zamestnania, o ktorých periodiká informovali v roku 2012.
Tvrdíme, že hypotézu, v ktorej sme predpokladali, že bude akcentovaná reprezentácia sociálneho statusu v roku 2012, sme na základe výsledkov prijali za platnú.

V nasledujúcej hypotéze sme overovali prítomnosť reprezentácie sociálnych rolí, ktoré zastávali českí olympijskí športovci a športovkyne. Tak isto sme sa zamerali aj na preferovaný spôsob partnerského života. Domnievali sme sa, že obe kategórie budú v porovnaní rokov narastať. Súvis vidíme s preferenciou osobnejšieho informovania v periodikách – kým v roku 1988 športovci pôsobili prevažne ako vrcholoví reprezentanti štátu a o ich osobnom živote sa takmer nepísalo, v roku 2012 vnímame zvýšenú informovanosť o ich privátnych záležitostiach, čo môžeme vidieť v tabuľke č.3.
Následne prezentujeme výsledky skúmania:

[40] In STŘÍBRO? Víc než grandslam (Sport, 6.8.2012)
[41] In Kreuziger vlasti nic nedluží (Sport,3.8.2012)

Tabuľka 15 - Reprezentácia sociálnych rolí

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Otec	Počet	3	6	9
		%	33,33%	66,67%	
	Matka	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Manžel	Počet	2	4	6
		%	33,33%	66,67%	
	Manželka	Počet	0	4	4
		%	0,00%	100,00%	
	Syn	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Dcéra	Počet	0	10	10
		%	0,00%	100,00%	
	Priateľ	Počet	0	3	3
		%	0,00%	100,00%	
	Priateľka	Počet	0	12	12
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	5	42	47
		%	10,64%	89,36%	100,00%
Sport	Otec	Počet	6	6	12
		%	50,00%	50,00%	
	Matka	Počet	0	4	4
		%	0,00%	100,00%	
	Manžel	Počet	6	6	12
		%	50,00%	50,00%	
	Manželka	Počet	0	8	8
		%	0,00%	100,00%	
	Syn	Počet	2	1	3
		%	66,67%	33,33%	
	Dcéra	Počet	0	3	3
		%	0,00%	100,00%	
	Priateľ	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Priateľka	Počet	1	14	15
		%	6,67%	93,33%	
	Celkom	Počet	15	44	59
		%	25,42%	74,58%	100,00%

Obdobne ako pri skúmaní reprezentácie sociálneho statusu sa potvrdil väčší akcent reprezentácie sociálnej roly v roku 2012. V prvom vybranom denníku bol relatívny výskyt

atribútov v súvislosti so sociálnou rolou uverejnených v roku 1988 10,65 %, v denníku Sport 25,42 %. Väčšina výskytov teda spadala do roku 2012, u denníka Mladá Fronta Dnes 89,36 %, v denníku Sort 74,58 %z ich celkového počtu.

Teda športovci boli v prvom rade „športovcami“ a ich privátny život média nezaujímal. Dôležitejšie bolo to, aké výsledky dosiahli na športovej pôde a nie v súkromnom živote. Zistili sme, že výskyt sociálnych rolí sa zvýšil. Na to, aby sme mohli našu hypotézu potvrdiť alebo zamietnuť, sme sa potrebovali pozrieť na to, ako narastali/klesali zmienky o spôsobe partnerského života. Keďže reprezentácia sociálnych rolí v predchádzajúcej tabuľke narastala, predpokladali sme, že i zmienky o spôsobe partnerského života budú mať stúpajúcu tendenciu.

Tabuľka 16 - Reprezentácia spôsobu partnerského života

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Manželstvo	Počet	3	9	12
		%	25,00%	75,00%	
	Kohabitácia	Počet	0	15	15
		%	0,00%	100,00%	
	Nezadaný	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	3	25	28
		%	10,71%	89,29%	100,00%
Sport	Manželstvo	Počet	6	14	20
		%	30,00%	70,00%	
	Kohabitácia	Počet	0	15	15
		%	0,00%	100,00%	
	Nezadaný	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	6	30	36
		%	16,67%	83,33%	100,00%

Nárast množstva výskytov o spôsobe partnerského života sme skutočne zaznamenali, keď zmienky v roku 1988 v rámci Mladej Fronty Dnes tvorili len 10,71 % a v denníku Sport 16,67 % všetkých zmienok v daných denníkoch. V roku 2012 to bolo 89,29 % v denníku Mladá Fronta Dnes a 83,33 % v denníku Sport.

Dané zistenie môžeme spojiť s voľnejšou atmosférou v spoločnosti – predpokladáme, že život v manželstve už nie je normou, ktorú by mal každý dodržiavať. Tento striktný predpoklad

dnes nahradilo vzájomné spolunažívanie v spoločnej domácnosti bez zavedenej inštitúcie manželstva. Práve z tohto dôvodu sme v analyzovaných článkoch sledovali glorifikáciu kohabitácie nad manželstvom, čo môžeme vidieť v tabuľke č. 16.

Celkovo sme zaznamenali nárast reprezentácie sociálnych rolí v roku 2012, preto hypotézu číslo 12 prijímame za platnú.

V súvislosti so sociálnymi charakteristikami sme našu pozornosť zamerali aj na formu financovania. Analyzovali sme, ako vybrané periodiká pracovali s touto kategóriou v roku 1988 a ako sa zmenil spôsob reprezentácie financovania v roku 2012. Zaujímalo nás, či boli športovci a športovkyne podporované prostredníctvom sponzorov a reklamy, a či sa v periodikách vyskytovali zmienky o zamestnaní mimo olympijských hier. Výsledky vidíme v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 17 - Reprezentácia financovania

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Sponzori	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Reklama	Počet	1	31	32
		%	3,13%	96,88%	
	Zamestnanie mimo OH	Počet	0	7	7
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	1	40	41
		%	2,44%	97,56%	100,00%
Sport	Sponzori	Počet	0	2	2
		%	0,00%	100,00%	
	Reklama	Počet	1	26	27
		%	3,70%	96,30%	
	Zamestnanie mimo OH	Počet	0	7	7
		%	0,00%	100,00%	
	Celkom	Počet	1	35	36
		%	2,78%	97,22%	100,00%

Relatívny výskyt informácií o skúmanej oblasti v denníku Mladá Fronta Dnes z roku 1988 je len 2,44 %, v denníku Sport 2,78 %. Drvivá väčšina výskytov bola publikovaná v roku 2012, 97,56 % u prvého periodika a 97,22 % u druhého spomínaného periodika.

Tento výsledok vyplýva z meniacich sa trendov – zatiaľ čo v roku 1988 pôsobil na športovcov primárne tlak štátu, v roku 2012 sledujeme zvýšený tlak sponzorov. Finančnou či materiálnou

podporou športovcov mieria sponzori na vyššiu publicitu, popularitu ich produktov. V teoretickej časti práce sme uviedli príklady svetových športovcov, ktorí sa stali tvárami konkrétnych módnych značiek – napr. basketbalista Michael Jordan sa stal ikonou značky Nike (Cashmore, 2010: 408 – 416). Vnímame teda narastajúcu úlohu komercializácie a komodifikácie športu. V českom prostredí sme tak isto zaznamenali prepojenie *sponzor – športovec*, čo môžeme vidieť i v nasledujúcej ukážke:

„…"Doufáme, že jsme se trochu ukázaly a snad se ocení, že je to tvrdá práce a že se jen neopalujeme. Snad jsme zaujaly nějakého finančního partnera," říkala po konci turnaje…
…Kiki a Maki spolu hrají už tři roky, ale bez zájmu sponzorů dosud musely do svých kariér dost investovat…
"Kdybychom našly sponzora, daly bychom peníze do přípravy na příští rok…"[42]

Z citácie vidíme, že médiá vykresľovali ako dôležitú súčasť pôsobenia športovcov v oblasti športu finančnú podporu zo strany sponzorov na to, aby sa mohli plnohodnotne pripravovať na súťaže rozličného charakteru. Štát nevyčleňoval také finančné prostriedky, ktoré by zastrešili všetky potreby.

Okrem toho sme sledovali nárast výskytov týkajúcich sa zamestnania mimo účasti na olympijských hrách. V roku 1988 sme ani v žiadnom z denníkov danú zmienku nezaznamenali, ale v roku 2012 sme identifikovali 7 zmienok v každom periodiku, čo tvorilo 100% nárast oproti roku1988. Obdobne ako v predchádzajúcich prípadoch tento stúpajúci trend determinuje mocenskú rolu štátu – o agende športovcov sa nepísalo v súvislosti s iným zamestnaním než s ich reprezentáciou na olympijských hrách. Československí športovci predstavovali predovšetkým zástupcov štátu. Argumentáciu podkladáme ukážkami z roku 2012:

„…Takže mistrovství světa 2013 v Praze a konec?
Jo, do Prahy bych chtěl vydržet určitě, když už jsem tam součástí organizačního výboru. S organizací je dost práce…"[43]

alebo

„V každém případě to vypadalo, že dal v národním dresu přednost zaměstnavateli před vlastí. Taky se hned vyrojily komentáře, co že je to za reprezentanta, že by se měl stydět a že celkově zklamal naděje, které jsme do něj vkládali […] Není pochyb, že se Kreuziger zachoval jako

[42] In PŮVAB potřebuje 2 miliony (Sport, 8.8.2012)
[43] In Jezdit až do Ria? To ne, vyloučil kanoista Ježek (Mladá Frotna Dnes, 1.8.2012)

profesionál, když minimálně myslel na to, že je nejen reprezentant, ale zároveň zaměstnanec cyklistického týmu. To je jeho práce, zatímco na olympiádě závodí – s nadsázkou řečeno – ve volném času a pro zábavu.“[44]

Z oboch citácií vypláva, že v minulosti boli športovci reprezentovaní v prvom rade ako zástupcovia štátu, teraz sú skôr zamestnancami, ktorí reprezentujú štát.

Zistili sme, že reprezentácia kategórie financovania športovcov sa viac akcentovala v roku 2012, čo vidíme v tabuľke č.17, teda hypotézu sme prijali za platnú.

Hoci sme pri každej reprezentácii sociálneho statusu zaznamenali nejaký posun, nemôžeme hovoriť o významnom trende, pretože výsledky nepreukázali masívny nárast jednotlivých kategórií.

Súhrne konštatujeme, že sme prijali za platné všetky hypotézy týkajúce sa reprezentácie sociálnych charakteristík športovcov a športovkýň, v ktorých sme predpokladali ich nárast v porovnaní oboch období. Teda, v roku 2012 sa manifestovala viac reprezentácia kategórie sociálneho statusu, sociálnych rolí a financovania športovcov než v roku 1988, čo vyplýva z rozdielnych podmienok v starom režime, ktorý trval do novembra 1989 a súčasných podmienok.

4.2.4 Akcent národnosti

Balibar[45] vyslovuje, že „akýkoľvek sociálny útvar sa reprodukuje ako národ len za predpokladu, že jedinec existuje nielen ako homo oeconomicus, politicis či religiosus, ale tiež ako homo nationalis, a to od narodenia až do smrti, prostredníctvom siete každodenných nástrojov a postupov“ (Balibar, 2003: 224 in Štětka, 2007: 53).

V nasledujúcej podkapitole nás zaujímalo, *do akej miery pracuje reprezentácia športovcov a športovkýň s akcentom národnosti.* V našom výskume sme sa zamerali na printové periodiká. V súvislosti s tým Anderson uvádza, že „konzumácia novín má pevne fixovaný čas, je prevádzaná každodenne miliónmi ľudí – príslušníkmi „môjho“ národa.“ (Anderson, 2003: 268 in Štětka, 2007: 47).

Formulovali sme si nasledujúcu hypotézu, ktorú sme overili:

---

[44] In Kreuziger vlasti nic nedluží (Sport, 3.8.2012)

[45] profesor morálnej a politickej filozofie (Internetový portál Columbijskej univerzity http://www.columbia.edu/cu/french/department/fac_bios/balibar.htm. 15.4.2012)

H14: Predpokladáme, že pri reprezentácií športovcov a športovkýň bude narastať fenomén banálneho nacionalizmu.

Americký sociálny psychológ Billig vníma šport ako ghetto a uvádza, že súčasťou športu je aj sociálny a politický rozmer zobrazovaný cez médiá. Tak isto prepája koncept banálneho nacionalizmu[46]s médiami – napr. s novinami (Billig,1995:119). To, ako periodiká pracovali s konceptom banálneho nacionalizmu, prezentujeme v nasledujúcej časti:

Tabuľka 18 - Reprezentácia akcentu národnosti

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Náš	Počet	7	20	27
		%	25,93%	74,07%	
	Pozitívne hodnotenie ČR	Počet	11	43	54
		%	20,37%	79,63%	
	Rešpekt voči čes.prvku	Počet	34	104	138
		%	24,64%	75,36%	
	Prednosť „nášmu“ pred „cudzím“	Počet	29	87	116
		%	25,00%	75,00%	
	Vychvaľovanie „českého“	Počet	28	74	102
		%	27,45%	72,55%	
	Celkom	Počet	109	328	437
		%	24,94%	75,06%	100,00%
Sport	Náš	Počet	9	18	27
		%	33,33%	66,67%	
	Pozitívne hodnotenie ČR	Počet	20	26	46
		%	43,48%	56,52%	
	Rešpekt voči čes.prvku	Počet	65	101	166
		%	39,16%	60,84%	
	Prednosť „nášmu“ pred „cudzím“	Počet	60	80	140
		%	42,86%	57,14%	
	Vychvaľovanie „českého“	Počet	45	74	119
		%	37,82%	62,18%	
	Celkom	Počet	199	299	498
		%	39,96%	60,04%	100,00%

Pre zistenie celkového nárastu daného fenoménu je pre nás dôležitý súčet výskytov všetkých atribútov vo vybraných periodikách. V denníku Mladá Fronta Dnes je relatívny počet výskytov patriacich do roku 1988 24,94 %, v roku 2012 bolo publikovaných 75,06 %

[46] banálny nacionalizmus operuje na rovine každodenných sociálnych praktík (Štětka, 2007: 80)

výskytov skúmaných hodnôt. Podobné rozloženie zisťujeme v denníku Sport, 39,96 % výskytov v roku 1988 a 60,04 % výskytov v roku 2012.

Z tabuľky vidíme, že denník Mladá Fronta Dnes vo vyššej miere zdôrazňoval prvok banálneho nacionalizmu (v denníku Mladá Fronta vyše 3 – násobné zvýšenie a denník Sport vyše 1,5 –násobné zvýšenie). Tento trend môžeme odvodiť od charakteru periodika. Mladú Frontu Dnes zaraďujeme k mienkotvorným celoštátnym denníkom, zatiaľ čo Sport predstavuje špecializovaný športový denník. Kým Sport prinášal väčší počet článkov, v ktorých vyčleňoval viac priestoru aj iným národom než českému a až natoľko neglorifikoval český národ, Mladá Fronta Dnes sa pri prezentácií udalosti z olympijských hier zamerala viac na národný prvok a hoci nepatrí k bulvárnym periodikám, hierarchizovala český národ v rozsiahlejšej miere než Sport.

Konkrétnejšie sa zameriame na to, akú podobu rozoberaný koncept nadobúdal v jednotlivých rokoch, teda si budeme všímať, ako bol český (resp. československý) národ konfrontovaný s iným národom (predstaviteľmi národa) cez banálny nacionalizmus, čo podkladáme danými ukážkami:

(prednosť nášmu pred cudzím - náš/národný/český hrdina/šampión):

„Včera po obědě přidal Miloš Mečíř k bronzu ze čtyřhry mužů se Šrejbrem tu nejcennější, zlatou. Jen my všichni tady víme, jak po vítězství nad Edbergrem toužil. Však také byla po posledním vítěznem míčku s Mayottem jeho radost nelíčená, a potvrdil ji na tiskové konferenci. Nemáme nikdo možnost s ním prožívat chvíle po vitězství na světových turnajích daleko od domova...“ [47]

alebo

„Je skvělé, že premiéra stolního tenisu bude v historii čs. sportu spojená s vynikajícím úspěchcem. Postarala se o něj 24letá Marie Hrachová, ktoré se jako jediná Evropanka probojovalado semifinále dvohuhry.“[48]

Z oboch prezentovaných ukážok je zrejme, že periodiká o športových výkonoch reprezentantov informovali v súvislosti s manifestáciou krajiny, čo vidíme v podčiarknutých prehovoroch. Spojenia ako *„daleko od domova“* alebo *„jediná Evropanka“* evokujú príklon k patriotizmu.

[47] In Medaile po 68 letech (Mladá Fronta, 1.10.1988)
[48] In Jediná z Evropy! (Československý Sport, 30.9.1988)

Okrem toho sme zaznamenali, že zatiaľ čo v roku 1988 informovali periodiká o súperoch československých športovcoch skrz „jemnejšiu“ formu – napr. *„jen my všichni tady víme, jak po vítězství nad Edbergrem toužil“(viď pozn. pod č.49),* v roku 2012 využívali „tvrdšiu“ formu – napr. *„čeká ho souboj s mužem, který rozhodující závody neprohrává. Skifař Ondřej Synek se dnes v půl druhé českého času na kanálu v Eton Dorney postaví pěti soupeřům včetně pětinásobného světového šampiona Mahého Drysdalea z Nového Zélandu – silnému a vyladěnému stroji s chytrou hlavou plnou nápadů, jak zdeptat protivníky.*[49]
Avšak to môže súvisieť s preferovaným štýlom písania v jednotlivých obdobiach.

(„náš“):
„Naši reprezentanti tady v posledních dnech předvádeji tenis značky Made in Czechoslovakia. Publikum se přidalo na jejich stranu...“[50]
alebo
„Na los měla naše jednička štěstí, v kategori do 82 kg se většina předních borců sešla v skupině B, je zde olympijský vítěz 1984 a dvojnásobný mistr světa M. Schulz, dvojnásobný mistr Evropy Bulhar Nanev, mistr SSSR Tambovcev...“[51]

Oslovenie *„náš“* sa využívalo skôr ako prvok fandenia alebo podpory československých športovcov. Zároveň sledujeme výzvy k patriotizmu, o ktorých pojednáva aj Billig vo svojej štúdií.[52]

Ďalším znakom banálneho nacionalizmu je to, že pri opise športového stretnutia, sú „hrdinami“ práve domáci športovci, teda, že médiá informujú o výhre domáceho reprezentanta v duchu národného diskurzu:

„Petra Kvitová se ve 3. kole olympijského turnaje znovu předvedla jako wimbledonská šampionka. Italku Pennettaovou (19. na světě) za 59 minut roznesla 6:3, 6:0.
Rivalka byla neustále pod palbou. Češka na diváky obleženém kurtu číslo 14 excelovala.“[53]

Víťazi boli stále „Česi“, boli lepší než tie ostatné národy, s ktorými súperili. Mediálna prezentácia českých olympionikov jasne využívala koncept banálneho nacionalizmu.

[49] In Mašina proti Synkovi (Sport, 3.8.2012)
[50] In Made in Czechoslovakia (Československý Sport, 29.9.1988)
[51] In Sedm porážek z osmi utkání! (Československý Sport, 30.9.1988)
[52] Billig je autorom výskumu, ktorý sa konal 28.6.1993 počas druhého týždňa Wimbledonu (Billig, 1995:120-121)
[53] In Probuzená lvice drží český tenis. Pádí za medailí (Mladá Fronta Dnes, 2.8.2012)

To, že v roku 2012 periodiká vo väčšej miere reprezentovali agendu športovcov cez opis módnych doplnkov ladených do národných farieb alebo príklon k národnej reprezentácií, môžeme vidieť z nasledujúcej ukážky:

„Na rámu rakety čerstvě nastříkaná státní vlaječka. Náušnice v národních barvách. Na krku přívěsek ve tvaru lva. K tomu modročervené oblečení, jaké nosí při Fed Cupu. Petra Kvitová vyrazila do boje v 1. kole olympiády vyšňořená jako pravá vlastenka. K reprezentaci má díky výchově rodičů ve Fulneku odmalička úctu a vydržela jí i jako špičkové hráčce v ryze solitérském tenisovém prostředí. Vztahem k vlasti maličko připomíná postavy z Jiráskových knih. Hraje-li za Česko, rve se ještě statečněji než jindy. Vždyť za národní družstvo vyhrála 15 singlů za sebou (10 ve Fed Cupu, čtyři na Hopman Cupu, jeden na olympiádě).“ [54]

Fenomén banálneho nacionalizmu sa nemusí manifestovať len cez písaný text, ale aj prostredníctvom vizuálneho zobrazenia – napr. štátne vlajky visiace na verejných budovách alebo štátne znaky v školách – to všetko prezentuje skúmaný koncept. Tak isto sme identifikovali výskyt „vlajok“ na českých športovcoch.

V analyzovaných článkoch z roku 1988 sme nezaznamenali príklad, kedy by periodiká prezentovali športovcov vyjadrením ich nacionality skrz takúto formu fyzického znázornenia. Môžeme to odvodiť aj od silnejúceho vplyvu fyzických atribútov, ktoré sme popísali v predchádzajúcich podkapitolách. Teda vnímame, že športovci začali čoraz výraznejšie zviditeľňovať „svoj“ štát, na úkor iných, chceli dať najavo, že práve ich vlasť je tá najlepšia, tá, ktorá si zaslúži byť oslavovaná a ktorá je hodná uznania.

Na základe našich výsledkov sme sumárne zaznamenali, že fenomén banálneho nacionalizmu sa akcentoval viac v roku 2012, než v roku 1988, preto sme hypotézu prijali za platnú.

4.2.5 Reprezentácia vzťahu štátnych orgánov a športovcov

V nasledujúcej podkapitole sme sa zamerali na vzťah športovca a štátnych orgánov, ktorý sa akcentoval v čase trvania letných olympijských hier. Pýtali sme sa, *ako je zdôraznený vzťah športovca a štátnych orgánov vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012* a následne sme konštruovali danú hypotézu, ktorú sme overovali:

[54] In Vlastenka Kvitová v českém dresu září (Mladá Fronta Dnes, 30.7.2012)

H15: Predpokladáme, že v roku 1988 sa viac manifestoval vzťah štátnych orgánov a športovcov ako v roku 2012.

V čase existencie Československého štátu bola oblasť športu závislá vo veľkej miere od financovania štátu. Vrcholoví športovci sa olympijských hier zúčastňovali predovšetkým ako reprezentanti štátu, ktorých hlavnou úlohou bolo hájil česť a morálku socialistickej republiky. Po páde starého režimu, ktorý trval do novembra 1989, nastala zmena a športovci začali reprezentovať štát z iných dôvodov – kým predtým odmenu za výhru predstavovala možnosť vycestovať do zahraničia, teraz reprezentácia pre nich znamená zaujímavú finančnú možnosť, teda peňažnú čiastku za získanú medailu. Pozrime sa na to, aké výsledky sme zaznamenali pri analýze zvolených dát.

Tabuľka 19 - Reprezentácia vzťahu štátnych orgánov a športovcov

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
Mladá Fronta Dnes	Poďakovanie športovcom	Počet	3	0	3
		%	100,00%	0,00%	100,00%
	Gratulácia športovcom	Počet	6	2	8
		%	75,00%	25,00%	100,00%
	Poďakovanie športovcov štátu	Počet	1	0	1
		%	100,00%	0,00%	100,00%
	Poďakovanie športovcov sponzorom	Počet	0	1	1
		%	0,00%	100,00%	100,00%
	Celkom	Počet	10	3	13
		%	76,92%	23,08%	100,00%
Sport	Poďakovanie športovcom	Počet	4	0	4
		%	100,00%	0,00%	100,00%
	Gratulácia športovcom	Počet	5	0	5
		%	100,00%	0,00%	100,00%
	Poďakovanie športovcov štátu	Počet	1	0	1
		%	100,00%	0,00%	100,00%
	Celkom	Počet	10	0	10
		%	100,00%	0,00%	100,00%

Na základe zvolených kritérií výsledky výskumu potvrdili predpoklad o vyššom manifeste vzťahu štátnych orgánov a športovcov v minulosti ako v súčasnosti. V denníku Mladá Fronta Dnes tvorí počet článkov so skúmaným vzťahom uverejnených v roku 1988 76,92 %, v roku 2012 bolo uverejnených len 23,08 % príspevkov s danou problematikou. U denníka Sport je

tento rozdiel ešte markantnejší, keď všetkých 10 článkov (100%), ktoré nesú znaky propagácie vzťahu športovec – štátne orgány, bolo uverejnených v roku 1988.
Výsledky potvrdzuje i nasledujúci citát z denníka Sport v roku 2012:
„Někdy slyšíme, že reprezentovat vlast je cosi jako povinnost. Vždyť tady vyrostli, sport se v dětství naučili a pak v mládežnických kategoriích dorostli ve velké sportovce. Promiňte, ale to je hloupost.“[55]

Citát informuje o tom, že v minulosti bola účasť na športových podujatiach spojená s povinnosťou reprezentovať štát najmä z toho dôvodu, že práve „on“ stál za vývojom úspešného športovca, pretože dal deťom vhodné podmienky k športovému rozvoju, avšak nepozeralo sa na to, že úspech bol tak isto spojený s talentom, pracovitosťou, čo štát nemohol ovplyvniť.

Situácia v oblasti športu bola vnímaná v minulosti odlišne, pretože sa od športovcov vyžadovalo primárne zastupovať štát a propagovať socialistické zriadenie. To bolo následne podporované prostredníctvom mediálne prezentovaných poďakovaní a gratulácií zo strany štátnych predstaviteľov, čo všeobecne vyplýva z našich výsledkov.
Uverejnené gratulácie a poďakovania z roku 1988 môžeme zaradiť do dvoch kategórií. V prvom rade vybrané periodiká publikovali *telegramy* zoširoka oslavujúce úspech československého športovca a reprezentáciu štátu. Tak isto zdôrazňovali atribúty, ktoré v prvom rade súviseli s úspešným zastupovaním krajiny:

„Generálni tajemník ÚV KSČ Miloš Jakeš zaslal čs. reprezentantu Miroslavovi Vargovi blahořejný telegram k získání zlaté olympijské medaile ve sportovní střelbě na letních olympijských hrách v Soulu. „Přijměte mé upřimné blahopřání k zisku zlaté olympijské medaile,“ praví se v telegramu. „Vysoce oceňuji Váš vynikající sportovní výkon i příkladnou morálku a děkuji Vám za vzornou reprezentaci naší socialistické vlasti.“[56]

Z uvedenej citácie vyplýva, že práve „výkon“ a „morálka“, teda základné atribúty odkazujúce k reprezentácií socialistickej vlasti, stáli za úspechom daného športovca

„Předseda vlády ČSSR Lubomír Štrougal zaslal Miroslavu Vargovi do dějiště letních olympijských her v Soulu tento telegram:

[55] In Kreuziger vlasti nic nedluží (Sport, 3.8.2012)
[56] In Blahopřání (Mladá Fronta, 20. 9. 1988)

Blahopřeji k vynikajícímu výkonu a získání zlaté olympijské medaile ve sportovní střelbě. Oceňuji Vaše mimořádné úsilí, schopnosti a příkladnou sportovní morálku. Ďekuji za výbornou reprezentaci ČSSR.“[57]

Dokonca sledujeme ešte väčší dôraz na kvalitu reprezentácie, ktorá bola *dlhodobá, vysoko úspešná a podporená vzornou morálkou*.

Hoci sa v poďakovaniach a blahoželaniach prioritne glorifikovala reprezentácia v spojení s morálkou, zaznamenali sme jej spojitosť s bojovnosťou:

„Předseda vlády ČSSR Lubomír Štrougal zaslal včera čs. reprezentantovi Janu Železnému do dějiště Letních olympijských her v Soulu blahořejný telegram k získání stříbrné olympijské medaile v hodu oštěpem. Ocenil v něm jeho příkladnou bojovnost a odpovědný přístup k reprezentaci naší vlasti.“[58]

Z citácie vyplýva, že zodpovedný prístup k zastupovaniu štátu je úzko prepojený s vynaloženou bojovnosťou, teda, že hlavnou úlohou športovca je bojovať za dobré meno vlasti.

Druhý typ *telegramu,* ktorý bol publikovaný vo vybraných periodikách, bol stručný, neobsahujúci žiadne atribúty víťaza, manifestujúci nanajvýš reprezentáciu krajiny:

„Jozefu Pribilincovi zaslali blahopřejné telegramy rovněž prezident ČSSR Gustáv Husák a předseda vlády ČSSR Lubomír Štrougal.“[59]

alebo

„Prezident ČSSR Gustáv Husák zaslal Miroslavu Vargovi blahopřejný telegram k získání zlaté olympijské medaile ve sportovní střelbě.“[60]

Prezentované blahopriania obsahujú prosté vymenovanie mien štátnych činiteľov, ktorí ocenili výsledok reprezentanta. Médiá prezentovali osobu športovca s konkrétnymi predstaviteľmi socialistickej republiky. Atribúty, ktorými športovec disponoval pri športovom výkone, sú v tomto prípade marginalizované.

[57] In Blahopřání (Mladá Fronta, 20. 9. 1988)
[58] In Blahopřání J. Železnému (Mladá Fronta, 26. 9. 1988)
[59] In Blahopřejné telegramy (Československý Sport, 24.9.1988)
[60] In Blahopřání (Mladá Fronta, 21.91988)

Tak isto športovci prostredníctvom tlače vyjadrovali svoje poďakovanie štátu za vhodné športové podmienky, čo prezentujeme v nasledujúcej ukážke:

„Na závěr setkání na letišti požádal o slovo olympijský vítěz Jozef Pribilinec: - Neberte to jako frázi, ale chtěl bych přostřednictví tisku upřimně poděkovat vedení vrcholového sportu, vládě a vlastně celé naší společnosti, za vynikající podmínky...“[61]

Z citácie plynie, že víťaz spájal svoj úspech najmä s *vedením, štátom a spoločnosťou,* vďaka ktorým sa mohol olympijských hier vôbec zúčastniť. To značí, že pravdepodobne aj športovci v roku 1988 pokladali príslušnosť k vlasti za dôležitý element ich úspešnej reprezentácie, pretože vďaka tomu sa im otvárali nové možnosti (napr. vycestovať do zahaničia...).

Nasledovne konštatujeme, že v roku 1988 sa v periodikách nenachádzal žiaden výskyt o poďakovaní sponzorom zo strany športovcov, teda reprezentanti socialistickej republiky neboli mediálne spájaní s vyjadreniami o sponzoringu, čo môžeme odvodiť od toho, že sponzorstvo v minulosti nebolo natoľko manifestované ako v súčasnosti.
Inú situáciu zaznamenávame v roku 2012, v ktorom sa poďakovania športovcom zo strany štátnych orgánov vyskytovali len marginalizovane. Nebol im vyčlenený samostatný útvar ako v roku 1988, čo podkladáme nasledujúcimi ukážkami:

“Gratulují šéf ČOV Milan Jirásek, velvyslanec Michael Žantovský, ministr zdravotnictví Luboš Heger a další.“[62]
alebo
„Obrátila do sebe energetický nápoj (i když v tu chvíli měla energie na rozdávání), nechala si přerecitovat gratulace od prezidenta a premiéra a povídala: "Já to vážně chtěla po Helsinkách zabalit."“[63]

Uvedené citácie sú príkladom toho, že periodiká v roku 2012 nekládli na vzťah *športovec – štátne orgány* taký dôraz ako v roku 1988. V článkoch to skôr vyznievalo ako povinný dodatok, ktorý by nemal byť opomenutý.

[61] In Tři medaile jsou už doma (Československý Sport, 28.9.1988)
[62] In Den D: bouřka, vlajka a dárky (Mladá Fronta Dnes, 6.8.2012)
[63] In Tleskám. Vylezla ze suterénu, porazila démony a teď slaví (Mladá Fronta Dnes, 9.8.2012)

Zatiaľ čo sme v roku 1988 nezaznamenali žiaden článok obsahujúci poďakovanie športovcov sponzorom, v roku 2012 identifikujeme článok, ktorý sa o tomto type poďakovania zmienil aspoň okrajovo:

„Teď česká radost nepřichází, ač si pro úspěch střelci dokonce v Brně vybudovali přibližný model náročné londýnské střelnice, atypické tím, že přes zadní stěnu na dopadající broky prosvítalo lešení. "Je opravdu hodně těžká. Musím poděkovat všem, že do té brněnské investovali peníze," říkal Sychra...“[64]

Hoci sa športovec priamo nevyjadril na adresu sponzorov, prostredníctvom tlače vyslovil vďaku tým, ktorí sa finančne podieľali na realizácií strelnice.

Tvrdíme, že vybrané periodiká manifestovali vzťah športovec – štátne orgány ako zo strany štátu, tak zo strany športovcov vo väčšej miere v roku 1988 ako v roku 2012, čo vyplývalo z vtedajšieho úzkeho prepojenia – ak chceli športovci získať benefity spojené s výhrou na olympijských hrách, museli vzorne reprezentovať štát a propagovať socialistické zriadenie, zatiaľ čo štát využíval športovcov k zviditeľneniu krajiny.

Pripomeňme si hypotézu, ktorú sme overovali – predpokladali sme, že vzťah športovec a štátne orgány sa manifestoval viac v roku 1988 než v roku 2012, čo sme následne pomocou výsledkov potvrdili, teda hypotézu číslo 15 sme prijali za platnú.

4.2.6 Zhrnutie analýzy mediálneho obrazu českých športovcov a športovkýň

V rámci analýzy mediálneho obrazu olympijských športovcov a športovkýň sme formulovali niekoľko výskumných otázok a k nim náležité hypotézy, ktoré sme cez obsahovú analýzu overovali.

V prvom rade sme sa zamerali na stereotypné mediálne zobrazenie prostredníctvom fotografie. Predpokladali sme, že muži – športovci budú zobrazení vo väčšej miere na aktívnych snímkach, čo sa nám nepotvrdilo, pretože boli zachytení primárne v pózujúcom stave, teda sme hypotézu zamietli. Nesmieme zabudnúť na fakt, že priorizovanie fotografie v pokoji môže vyplývať z novinárskych rutín, teda je jednoduchšie zachytiť človeka v pokoji

[64] In Jednu ránu od medaile... Sychra však skončil šestý (Mladá Fronta, 1.8.2012)

ako v pohybe. Následne sme predpokladali, že ženy – športovkyne budú častejšie prezentované na pózovacích snímkach, čo sa nám potvrdilo, teda sme hypotézu prijali.

Ďalej sme sa zamerali na fyzické a psychické atribúty športovcov a športovkýň. Predpokladali sme, že bude narastať pokrytie fyzických atribútov športovcov. Nakoľko sme overili, že v roku 2012 stúpol počet fyzických atribútoch u mužov, hypotézu sme prijali. Rovnako sme prijali nasledujúcu hypotézu, ktorá sa zameriavala na nárast fyzických atribútov žien – športovkýň. Okrem fyzických atribútov sme považovali za dôležité preskúmať psychické atribúty, ktoré sa neodmysliteľne spájajú s fyzickými charakteristikami. Obdobne ako v predchádzajúcich hypotézach sme predpokladali ich zvýšenie početnosti. V prípade športovcov sme hypotézu potvrdili, pretože psychické atribúty vzrástli v oboch skúmaných periodikách v rokoch. Tak isto sme prijali hypotézu, ktorá sa venovala pokrytiu venovaného psychickým atribútom žien a ich náraste v daných rokoch.

Ďalej sme analyzovali sociálne charakteristiky. Predpokladali sme, že v roku 2012 bude kladený väčší akcent na reprezentáciu sociálneho statusu, daná hypotéza sa nám potvrdila. Popri sociálnom statuse nás zaujímala reprezentácia sociálnych rolí a ich zastúpenie. Analyzovali sme rolu športovca/športovkyne ako otca/manžela/priateľa/syna a matky/manželky/priateľky/dcéry a tak isto aj spôsob partnerského života. Predpokladali sme, že sa prítomnosť reprezentácie sociálnych rolí bude akcentovať v roku 2012, hypotézu sme overili a prijali za platnú. Rovnako sme overovali hypotézu týkajúcu sa reprezentácie financovania športovcov, v ktorej sme predpokladali nárast tejto kategórie, čo *sme potvrdili*.

Následne sme skúmali, do akej miery pracuje reprezentácia športovcov s akcentom národnosti. Predpokladali sme, že bude narastať koncept banálneho nacionalizmu. Skúmali sme prítomnosť zmienok vzťahujúcich sa na pozitívne hodnotenie Českej republiky, rešpekt voči českému prvku, prednosť nášmu pred cudzím, vychvaľovanie českého a oslovenie „náš/národný/český hrdina. Potvrdili sme, že v roku 2012 bol skúmaný fenomén viac akcentovaný, preto sme hypotézu prijali.

V poslednej hypotéze sme predpokladali, že sa bude viac manifestovať vzťah štátnych orgánov a športovcov v roku 1988 než v roku 2012. Sledovali sme výskyt poďakovania a gratulácie športovcom zo strany štátu, pozvanie pre športovcov a tak isto poďakovanie sponzorom a štátu zo strany športovcov. Na základe výsledkov sme dospeli k záveru, že prezentácia vzťahu štátne orgány – športovec bola viditeľnejšia v roku 1988, preto sme hypotézu prijali za platnú.

4.3 Obrazová analýza: dve hlavné motivické štruktúry: obraz víťaza a fenomén banálneho nacionalizmu prítomné vo fotografickom zobrazení

Trampota a Vojtěchovská uvádzajú, že analýza obrazu sa vo veľkej miere zameriava na to, akým spôsobom sú zobrazené niektoré sociálne skupiny s ohľadom na stereotypy, naráciu a obrazový rámec. Píšu, že prvotne prevládalo presvedčenie, že obrazový materiál je presnou kópiou skutočnosti, avšak s narastajúcim množstvom daného materiálu najmä v tlačených periodikách, sa zvýšil záujem výskumníkov o skúmanie fotografií. Primárne z toho dôvodu, že i cez použitie záznamových prístrojov dochádza ku konštrukcii obrazového záznamu, ktorý neodráža verne skutočnosť, ale prispieva k vytváraniu obrazu o danej udalosti (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 156 – 157).

Pri výbere fotografických zobrazení sme postupovali nasledujúcim spôsobom. Celkom sme zaznamenali 200 fotografických zobrazení, z toho 32 fotografií bolo uverejnených v roku 1988 a 168 fotografií v roku 2012. Pokúsili sme sa zachytiť hlavné, najsilnejšie motívy/štruktúry, ktoré reprezentovali agendu športovcov a podľa najsilnejšej fotografickej reprezentácie určitej situácie sme pre analýzu zvolili vizuálny mediálny obraz víťaza v roku 1988 a 2012. V konečnom dôsledku sme usúdili, že periodiká konštruovali obraz olympionikov prostredníctvom podobných fotografií, ktoré sa líšili len pri zobrazovaní víťazov. Z tohto dôvodu sme považovali za zaujímavé porovnať daný typ fotografie za obe vybrané obdobia.

Pri analýze fotografií sme sa pýtali nasledujúce otázky:

1. Akým spôsobom bol konštruovaný obraz víťaza v roku 1988 v porovnaní s jeho obrazom v roku 2012?
2. Akým spôsobom vybrané periodiká manifestovali koncept banálneho nacionalizmu skrz víťazstvo?

Pomocou kvalitatívnej metódy sme odhalili dva hlavné diskurzy, ktoré reprezentovali vybrané fotografické zobrazenia – *diskurz víťazstva* a *diskurz reprezentácie národa*.

4.3.1 Diskurz víťazstva

V danej podkapitole našu pozornosť zameriame na to, ako vybrané periodiká pracovali s *diskurzom víťazstva* s odkazom na národnú identitu v dvoch rozdielnych obdobiach.

Štětka vo svojej publikácií uvádza Jenkinsov názor, že „v optike sociologických teórií je národná identita chápaná ako typ kolektívnej (sociálnej) identity, teda identifikácie

jednotlivca s určitou sociálnou skupinou či princípmi, ktoré daná skupina vyznáva“ (Jenkins, 1996 in Štětka, 2007: 31). Rovnako cituje Eisenstadta a Giesena, ktorí tvrdia, že „kolektívna identita nie je prirodzene vytváraná, ale sociálne konštruovaná“ (Eisenstadt – Giesen, 2003: 363 in Štětka, 2007: 31). Toto tvrdenie môžeme prepojiť s konceptom sociálnej konštrukcie reality, ktorý sme popísali v teoretickej časti práce.

V nasledujúcej časti uvedieme konkrétne ukážky reprezentujúce daný diskurz obrazovej formy a budeme sledovať zmeny pri zobrazovaní víťazov v rokoch 1988 a 2012.

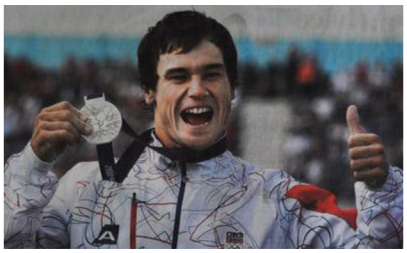
Fotografia 1

Fotografia 2

Fotografia 3

Fotografia 4

Fotografia 5



Fotografia 6

V roku 1988 bol víťaz fotograficky zachytený primárne na stupni víťazov s ostatnými reprezentantmi (fotografia č.1 – č.3[65]), čo odkazovalo na rituálnu, ceremoniálnu prax. Keďže sa médiá snažia uspokojiť potreby publika, prinášajú obsahy, ktoré ho zaujmú.

Hoci sa v našej práci nezaoberáme popisom chovania publika, predpokladáme, že mediálne obsahy odrážajú jeho charakter. Čitateľov periodík radíme k *masovému publiku.*

Predpokladáme, že *masové publikum* v roku 1988 zaujímala skôr vysoká ceremoniálnosť a komunikácia odohrávajúca sa hlavne na verejnosti. Môžeme tvrdiť, že vybrané periodiká preferovali *koncept ceremoniálnosti.*. „Staré“ publikum uprednostňovalo hymny, stupne, ceremónie či verejnú oslavu víťazstva, čo reprezentujú uvedené fotografie. Ako môžeme

[65] Fotografia č.1: In Pevné nervy vo finiši (Československý Sport, 20.9.1988)
Fotografia č.2: In Poslední víkend na OH v Soulu (Mladá Fronta, 3.10.1988)
Fotografiač.3: In Šestnáct let čekala naše atletika na zlato...pak přišel Pribilinec (in Mladá Fronta, 24.9.1988)

vidieť napr. na fotografii č.2, oficialita a ceremoniálnosť sú podporené cez osobu športovca, ktorý sa drží za srdce.

Dané fotografické zobrazenia by mohli tak isto symbolizovať súdržnosť. To značí, že na olympijských hrách sa každý snaží dosiahnuť čo najlepší výsledok, v konečnom dôsledku práve táto športová udalosť predstavuje stretnutie športovcov a športovkýň z mnohých krajín sveta, ktoré by malo ľudí spájať.

Naproti tomu v roku 2012 sme zaznamenali individualistickejšie zobrazenie víťaza (fotografia č.4 – č.6[66]) ako v roku 1988. Dané fotografie sa vyznačujú nízkou mierou oficiality, čo je príznačné pre *„rozptýlené publikum“*, ku ktorému môžeme zaradiť *masové publikum* v roku 2012. Pokiaľ by sme prijali predpoklad, že *masové publikum* sa rozpúšťa do ešte *„masovejšieho“*, môžeme s tým spojiť i pokles miery ceremoniality. Pripomíname, že nepopisujeme chovanie publika, ale predpokladáme, že publikum má všeobecne menší záujem o ceremonialitu v danom roku. *„Rozptýlené publikum“* vychádza z predpokladu, že v postmodernej spoločnosti je každý členom istého publika a ich zážitky môžu mať verejný i privátny charakter. Okrem iného je pre tento typ publika typická nízka miera ceremoniálnosti (Volek, 2012). Na základe toho môžeme vidieť, že periodiká svoju činnosť prispôsobili rozvíjajúcemu sa typu publika. Fotografické zobrazenia už nereprezentovali *českých reprezentantov na víťazných stupňoch,* ale zobrazovali *personalizovanú stránku víťazstva.* Na žiadnej z fotografií neboli zachytení s víťaznými konkurentmi, ale pózovali sami s medailou na krku. Do popredia sa dostala individuálna radosť z víťazstva.

Zatiaľ čo v roku 1988 preferovala reprezentácia fenoménu *„dekorovania“ / „oficiálnej ceremoniálnosti“,* v roku 2012 sledujeme tak isto reprezentáciu *„ceremoniálnosti“*, avšak zdôrazňujúcu *individuálnu radosť* s motívom národnosti.

V nadväznosti na to Gellner tvrdí, že médiá figurujú ako skrytý kategorizačný systém, ktorý obaľuje texty do národných významov [...] Médiá prispievajú k procesu nacionalizácie, ktorá predstavuje „produkciu efektívnych členov spoločnosti“, ktorí zdieľajú spoločné kultúrne kódy (Gellner,1993 in Štětka, 2007: 43). Z fotografií vidíme, že vybrané periodiká v roku 2012 zdôrazňovali nacionalistický prvok vo väčšej miere. Reprezentant už nebol členom *kolektívu víťazov*, ale figuroval na fotografii ako *samostatný šampión*, čo akcentuje dosiahnutie víťazstva vlastnou snahou a marginalizuje prítomnosť ostatných športovcov.

[66] Fotografia č.4: In Zlato je doma. Předtím vítězka dojaka Londýn (Mladá Fronta, 7.8.2012)
Fotografia č.5: In „Vávra“ to vzal na sebe (Sport, 2.8.2012)
Fotografia č.6: In Čechům se už daří (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)

Z daného zobrazenia vyplýva preferencia „nášho“ víťaza pred „inými“, čo je znakom konceptu banálneho nacionalizmu, o ktorom píše Billig, čomu sme sa bližšie venovali v predchádzajúcich častiach práce. Stručne povedané, banálny nacionalizmus značí uprednostňovanie „nášho“ štátu alebo krajiny pred inými. Teda v prenesenom zmysle slova „náš“ reprezentant je najlepší, aj keby vyhral „len“ bronzovú medailu, stále bude lepší než „tí ostatní“, ktorí dosiahli lepšie výsledky. Všeobecne môžeme tvrdiť, že vybrané periodiká podporovali spomínaný koncept banálneho nacionalizmu, čo sa viac manifestovalo pri zobrazení víťaza v roku 2012.

4.3.2 Diskurz reprezentácie národa

Ďalší typ fotografického zobrazenia predstavuje *diskurz reprezentácie národa* prostredníctvom vizuálneho zachytenia víťaza. Pomocou tejto kategórie môžeme odpovedať na druhú vytýčenú otázku a to, akým spôsobom vybrané periodiká zdôrazňovali koncept banálneho nacionalizmu cez víťazstvo. Zaujímalo nás, ako sa menila manifestácia daného fenoménu v dvoch obdobiach.

Pri skúmaní prítomnosti konceptu banálneho nacionalizmu na fotografiách môžeme vidieť ikonickú reprezentáciu *národu* prostredníctvom štátneho znaku, ktorý bol súčasťou oblečenia v roku 1988.
Síce periodiká prezentovali športovcov cez obrazové prvky, ktoré určovali ich príslušnosť k národu, neupozorňovali na ne vyzývavou formou.

Fotografia 7

Fotografia 8

Fotografia 9

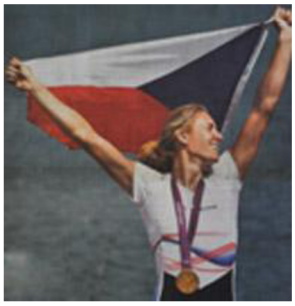
Ako vidíme, hlavným prvkom symbolicky upozorňujúcim na národnosť bol vyobrazený *štátny znak.*

Na fotografii č.7 až č.9[67] môžeme vidieť *štátny znak* vyšitý na oblečení českých športovcov. Konštatujeme, že v prvom rade išlo mediálnu reprezentáciu víťaza a následne o poukázanie na to, k akému národu víťaz patrí.

Existencia národa je jeho členom pripomínaná (dokonca „vlajkovaná“ –„flagged“) v každodennom živote cez viditeľné symbolické prvky. Podľa Billiga k najčastejším symbolom patrí *národná vlajka*, ktorou sa máva alebo ktorej sa salutuje (Billig in Štětka, 2007: 82 – 83). Vo vybraných periodikách sme zaznamenali výraznejšiu prácu s národným motívom v roku 2012 cez fotografické zobrazenia indikujúce vzťah *športovec – štátna vlajka*. Najčastejším zobrazením bolo víťazné gesto českého reprezentanta mávajúceho štátnou vlajkou.

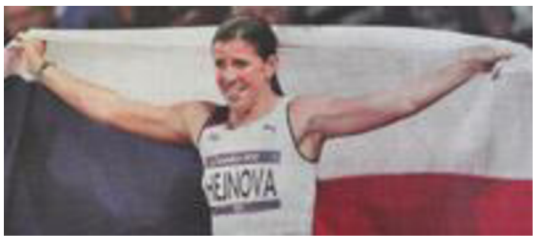
Fotografia 10

Fotografia 11



Fotografia 12

Fotografia 13



Vidíme, ako víťazi vzdávajú poctu reprezentovanej krajine a zároveň vyjadrujú svoju príslušnosť k štátu. Tým, že periodiká publikujú vo svojom obsahu uvedené fotografie, zvyšujú význam hodnoty Českej republiky, a tak podporujú patriotizmus. Ukážky zachytávajú zľava strieborného víťaza Vavřinca Hradilka[68], zlatú šampiónku Miroslavu Knapkovú[69] a

[67] Fotografia č.7: In Pevné nervy vo finiši (Československý Sport, 20.9.1988)
Fotografia č.8: In Dárek pro Honzíka (Československý Sport, 26.9.1988)
Fotografia č. 9: In Medaile po 68 letech (Mladá Fronta, 1.10:1988)
[68] Fotografia č. 10: In Stříbrný Hradilek (Mladá Fronta Dnes,2.8.2012)

zlatú víťazku Barboru Špotákovú[70] a bronzovú medailistku Zuzanu Hejnovú[71] pri mávaní národnou vlajkou.

Rovnako môžeme povedať, že prostredníctvom týchto fotografií skúmané periodiká pripomínajú svojim čitateľom, ku ktorému národu patria.

Pri *diskurze víťazstva* sme uviedli, že v roku 2012 zaznamenávame *koncept ceremoniálnosti* v odlišnom slova zmysle ako v roku 1988. Zatiaľ čo v skoršom období sa daná *ceremoniálnosť* prezentovala prostredníctvom *stupňov víťazov* spojeného s *oficiálnym odovzdávaním medailí,* v roku 2012 bola prezentovaná cez *mávanie národnými vlajkami*, ako to môžeme vidieť na daných fotografiách.

4.3.3 Zhrnutie obsahovej analýzy fotografií

V rámci analýzy fotografií sme sa zamerali na fotografické zobrazenie víťaza v roku 1988 a v roku 2012. Tak isto sme sledovali, ako vybrané periodiká pracovali s konceptom banálneho nacionalizmu. Identifikovali sme dva hlavné diskurzy – *diskurz víťazstva* a *diskurz reprezentácie národa.* V rámci prvého diskurzu sme zistili, že skúmané periodiká v roku 1988 dbali vo vyššej miere na *ceremoniálnosť* a *oficiálnu stránku víťazstva* a v roku 2012 zobrazovali víťazov naopak skôr cez *personalizovanú stránku s prvkami ceremoniálnosti*, čo sme podložili konkrétnymi fotografiami. Ďalej sme za zaujímali o to, či/ako sa menila manifestácia víťazstva v spojitosti s fenoménom banálneho nacionalizmu. Zistili sme, že fotografie víťazov v roku 1988 obsahovali reprezentáciu *štátneho znaku* na oblečení a v roku 2012 boli zachytení so *štátnou vlajkou,* ktorou mávali. Konštatujeme, že práca s národným práporom bola výraznejšia v roku 2012, kedy boli víťazi reprezentovaní cez zjavnejšiu manifestáciu svojho národa.

---

[69] Fotografia č. 11: In Čryři ženy, třI medaile (Mladá Fronta Dnes, 6.8.2012)
[70] Fotografia č.12: In Drtivá vláda královny (Sport, 10.8.2012)
[71] Fotografia č. 13: In Šestá medaile pro Česko. Atletka Hejnová má bronz (Mladá Fronta Dnes, 9.8.2012)

5 Diskusia

V nasledujúcej časti práce sa pokúsime popísať prednosti a limity výskumnej metódy, ktorú sme v rámci výskumu využili. Taktiež si priblížime, akou cestou by sme mohli v našom skúmaní pokračovať.

Nazdávame sa, že štúdií mediálneho obrazu športovcov je v českom prostredí venovaná skutočne nízka pozornosť. Pri teoretickej príprave sme využili literatúru, ktorá sa danej problematike venovala len okrajovo. Našou snahou bolo prispieť k obohateniu skúmania mediálnej reprezentácie športovej agendy. Poodhalili sme, cez aké fyzické a psychické atribúty boli športovci mediálne prezentovaní, a tiež ako sa líšila reprezentácia atribútov medzi pohlaviami. Okrem toho sme skúmali reprezentáciu sociálnych charakteristík, prítomnosť konceptu banálneho nacionalizmu alebo reprezentáciu vzťahu štátnych orgánov a športovcov.

Pomocou obsahovej analýzy sme skúmali editoriálne postupy vybraných periodík pri reprezentácií športovcov v dvoch obdobiach. Rovnako sme sledovali premenu mediálneho obrazu športovej agendy. Daná výskumná metóda nám síce umožnila spracovať 306 článkov, ale získané dáta predstavovali len numerické výsledky, čím sme nemohli interpretovať hlbšie významy obsiahnuté v článkoch alebo fotografiách. Vzniknuté limity sme sa snažili odstrániť citovaním ukážok z konkrétnych článkov a podčiarkovali sme tie prehovory, ktoré mali najbližšie k analyzovaným konceptom. Práca by ďalej mohla pokračovať uskutočnením kvalitatívnej diskurzívnej analýzy, ktorá by mohla odhaliť ďalšie významy ukryté v článkoch v rámci mediálnej reprezentácie športovej agendy. Okrem toho by sme mohli obsahovú analýzu doplniť analýzou interpretačných rámcov.

Nakoľko sme porovnávali len dve obdobia, nemohli sme zachytiť významnú zmenu. Zaznamenali sme síce určitý posun v roku 2012 oproti roku 1988, ale predpokladáme, že ak by sme analyzovali mediálnu reprezentáciu viacerých olympijských hier, identifikovali by sme väčší nárast. Teda otvárajú sa nám nové možnosti pokračovania výskumu.

Okrem toho, že by skúmaná vzorka mohla byť rozšírená o články z ďalších období, mohli by sme do analýzy zahrnúť aj články z iných českých periodík (napr, Právo), aby sme dosiahli ešte komplexnejší prehľad výsledkov mediálnej reprezentácie českých olympijských športovcov. Nemôžeme zabudnúť na to, že náš výskum nemožno vzťahovať na celkovú reprezentáciu agendy českých športovcov, ale len na tie periodiká, ktoré sme si zvolili v metodologickej časti práce.

Výskum by mohol pokračovať komparáciou mediálnej reprezentácie športovej agendy iných krajín. Mohli by sme porovnať, či je reprezentácia športovcov rovnaká alebo ako sa líši v odlišných krajinách v rokoch. Zaujímavé by bolo zamerať sa i na mediálnu reprezentáciu hendikepovaných športovcov súťažiacich na paraolympijských hrách.

Aj napriek vytýčeným limitom práce veríme, že sme zrealizovali výskum, ktorý prispel k rozšíreniu skúmania mediálnej reprezentácie českých športovcov a športovkýň vo vybraných printových médiách. Dúfame, že daná práca bude predstavovať inšpiráciu pre ďalších výskumníkov, ktorí by sa rozhodli pokračovať v skúmaní tejto pomerne málo preskúmanej agendy.

6 Záver

V diplomovej práci s názvom *Premeny mediálneho obrazu českých olympijských športovcov* sme si ako hlavný cieľ vytýčili porovnať, ako periodiká Mladá Fronta Dnes a Sport konštruovali mediálny obraz českých olympijských športovcov a športovkýň, a ako sa daný mediálny obraz menil v rokoch 1988 a 2012. Okrem toho sme sa zamerali na to, pomocou akých editoriálnych postupov vybrané periodiká vytvárali daný mediálny obraz. Celkom sme skúmali 306 článkov a 200 fotografií.

V metodologickej časti práce sme formulovali dve hlavné výskumné otázky, ktoré sa skladali z ďalších vedľajších otázok:

HVO1: Ako sa menili editoriálne postupy vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport pri zobrazovaní českých olympijských športovcov a športovkýň v rokoch 1988 a 2012?

HVO2: Ako sa menil celkový mediálny obraz českých olympijských športovcov a športovkýň vo vybraných periodikách Mladá Fronta Dnes a Sport v rokoch 1988 a 2012?

Vedľajšie výskumné otázky pozostávali z hypotéz, ktoré sme v priebehu výskumu overovali.
V rámci prvej hlavnej výskumnej otázky, ktorá sa zaoberala editoriálnymi postupmi, sme zistili, že sumárne v oboch periodikách tvorili články o športovkyniach v roku 1988 len 10,64 % a v roku 2012 až 89,36 %. Enormný nárast počtu článkov o športovkyniach sme prepojili na jednej strane s vyššou účasťou žien na olympijských hrách a na druhej strane s čoraz viac rozvíjajúcim sa konceptom estetizácie športu, ktorého rolou je zobrazovať krásu športu aj cez telesnú krásu žien (primárne) alebo s konceptom komercializácie, teda podporou značky prostredníctvom známej osobnosti.
V prvej výskumnej otázke sme ďalej skúmali dôležitosť športovej agendy. Na základe výsledkov sme určili, že zobrazenie športovcov bolo z hľadiska dôležitosti vyššie v roku 1988 a zobrazenie športovkýň bolo naopak vyššie v roku 2012. Pripomíname, že sme si stanovili rozdielne hranice dôležitosti pre oba roky, pretože vybrané periodiká využívali odlišné editoriálne stratégie v daných obdobiach. Určili sme, že dôležitosť agendy športovkýň narástla v roku 2012 aj vďaka vyššiemu počtu fotografií publikovaných v oboch periodikách.

V ďalšej časti analýzy sme sledovali premenu mediálneho obrazu českých športovcov a športovkýň, čo tvorilo našu druhú hlavnú výskumnú otázku. Najskôr sme sa zamerali na ich stereotypné zobrazovanie na fotografiách. Zistili sme, že športovci boli prezentovaní prevažne na pózovacích snímkach, čo môže vyplývať z prostých editoriálnych rutín – fotografia zobrazujúca športovca v pokoji sa zachytí jednoduchšie než v pohybe. Obdobne športovkyne boli mediálne reprezentované cez ich pózy, čo môže tak isto vychádzať zo spomínaných rutín, no rovnako z konceptu estetizácie športu, ktorý médiá podporujú uverejňovaním fotografických záberov krásnych žien (vyplýva to z prítomnosti fyzických atribútov v článkoch, ktoré sme skúmali v nasledujúcich hypotézach).

V rámci skúmania reprezentácie športovcov cez fyzické a psychické atribúty, bolo zaujímavým zistením to, že zatiaľ čo fyzické pokrytie športovcov v denníku Mladá Fronta Dnes tvorilo 47,44 % zo všetkých skúmaných atribútov v roku 1988 k 52,56 % z celkového počtu atribútov v roku 2012, u žien sme zaznamenali enormnejší rast, a to u denníka Mladá Fronta Dnes z 7,37 % na 92,63 % z celkového počtu atribútov a u denníka Sport z 18,97 % na 81,03 % rovnako z celkového počtu atribútov. Vidíme, že vybrané periodiká sa zamerali viditeľnejšie na zobrazovanie fyzických charakteristík žien, čo môže vyplývať z preferencie nezobrazovať ich len skrz športový výkon, ale cez fyzické atribúty.

Obdobne ako pri fyzických atribútoch sme zaznamenali vyšší nárast počtu psychických atribútov pri prezentácií žien než mužov. Zatiaľ čo periodiká zobrazovali športovcov takmer bezo zmeny – denník Mladá Fronta Dnes 46,32 % k 53,68 % z celkového počtu sledovaných atribútov a denník Sport 49,84 % k 50,06 % z daného množstva atribútov, prezentácia športovkýň nadobudla rozdielnejšie hodnoty – denník Mladá Fronta Dnes uverejnil len 6,62 % atribútov v roku 1988 v porovnaní s 93,38 % v roku 2012 a športový denník Sport publikoval 19,69 % k 80,13 % z celkového počtu atribútov. Na základe daných výsledkov je zrejmé, že v oboch periodikách prevažoval vyšší záujem o zobrazovanie žien cez ich fyzické a psychické atribúty. Následne sme skúmali sociálne charakteristiky. Celkovo sme zaznamenali len malý posun oproti roku 1988, teda nárast skúmaných kategórií nepredstavoval výrazný trend.

Následne sme v rámci nášho výskumu zistili, že manifestácia fenoménu banálneho nacionalizmu bola vyššia v roku 2012. Teda vybrané periodiká v danom období uverejňovali viacero zmienok týkajúcich sa preferencie českého národa pred iným. Prezentovali športovcov ako národných hrdinov, ktorí sú lepší než tí ostatní. Obe periodiká uverejňovali články, v ktorých výraznejšou formou poukazovali na akcent národnosti v roku 2012 ako v roku 1988.

Skúmanie premeny mediálneho obrazu športovcov sme ukončili analýzou reprezentácie vzťahu *športovec a štátne orgány.* Pýtali sme sa, ako bol zdôraznený vzťah športovca a štátnych orgánov vo vybraných periodikách v rokoch 1988 a 2012. Zistili sme, že v roku 1988 bolo *pevnejšie puto* medzi vrcholovými športovcami a zástupcami štátu – skrz daný vzťah sa zdôrazňoval význam reprezentácie štátu: morálka, česť a úspešná reprezentácia patrili medzi základné atribúty úspešného športovca.

V kvalitatívnej časti práce sme analyzovali fotografie a položili sme si dve výskumné otázky:

1. Akým spôsobom bol konštruovaný obraz víťaza v roku 1988 v porovnaní s jeho obrazom v roku 2012?
2. Akým spôsobom vybrané periodiká manifestovali koncept banálneho nacionalizmu skrz víťazstvo?

Pri skúmaní prvej otázky sme zistili, že v roku 1988 bol český víťaz fotograficky zachytený hlavne na stupni víťazov s ostatnými súpermi, čo odkazovalo na ceremoniálnu prax. V roku 2012 preferovali periodiká ceremoniálnosť prostredníctvom fotografického zobrazenia individuálnej radosti víťaza.

V rámci analýzy druhej otázky sme prišli k záveru, že obe periodiká manifestovali koncept banálneho nacionalizmu odlišným spôsobom. Zatiaľ čo v roku 1988 bola príslušnosť víťaza k národu reprezentovaná cez obrazové zachytenie *štátneho znaku* na oblečení športovcov, v roku 2012 zobrazovali periodiká víťazov so *štátnou vlajkou.*

7 Bibliografia

Badinterová, E. 2005. *XY : o mužské identitě.* Praha: Paseka.

Berger, Peter L. - Luckmann, Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění.* Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Bernstein, . – Blain, N. 2003. *Sport, media, culture.* London : Frank Cass.

Beyon, J. 2004. „From the new man to the new lad," Pp 198-215 in *Critical readings: Media and gender* ed. By Carter Cynthia, Steiner Linda. Maidenhead: Open University Press.

Billig, M. 1995. *Banal Nationalism.* London: Sage.

Boyle, R. – Haynes R. 2009. *Sport, the media and popular culture.* Edinburg: University Press.

Burton, G. - Jirák, J. 2001. *Úvod do studia medii.* Brno: Barrister & Principal.

Cashmore, E. 2010. *Making sense of Sports.* USA, Canada: Routlege.

Děkanovský, J. 2008. *Sport, média a mýty.* Praha: Dokořán.

Dovalil, J. a kol. 2004. *Olympismus.* Praha: Olympia.

Galtung J. – Ruge M.H. 1965. *„ The Structure of Foreign News."* Pp. 64 – 91 In *Journal of Peace Research*. Sage Publications.

Haynes, R - Boyle, R. 2009. *Power Play : Sport, the Media, and Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Higgs, Catriona T. , Weiller, Karen H., Martin, Scott B..2003. *„Gender bias in the 1996 Olympic games."* Pp.52 – 64. In *Journal of Sport & Social Issues*. Sage Publications.

Huiling, J. 2010. *Humanistic Values of the Beijing Olympics.* Singapore: Enrich Professional Publishing.

Kimmel, M. S. - Mesner. M.A. 2007. *Men´s lives*. Boston: Pearson Allyn and Bacon.

Kimmel, M. S. - Mesner. M.A. 2009. *Men´s lives*. Boston: Pearson Allyn and Bacon.

King, Christopher. 2007. *„Media Portrayals Of Male And Female Athletes: A Text and Picture Analysis of British National Newspaper Coverage of the Olympic Games since 1948.“* Pp. 187 – 199 In *International Review for the Sociology of Sport.* Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: Sage Publications.

Kosík, M.2010. *Olympismus.* Brno: Tribun EU.

Kunczik, M. 1995. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum.

Lewis, David. 1989. *Tajná reč těla.* Praha: Victoria Publishing.

Librová, Hana. 1994. *Pestří a zelení: kapitoly o dobrovolné skromnosti*. Brno: Veronica.

McCombs M. 2009. *Agenda setting – nastolování agendy: masová médiá a veřejné mínění*. Praha: Portál.

McCombs, M. 1989. *News Influence on Our Pictures of the World*. in: Media Effects Research, Sage, str. 1-16.

Pedersen, Paul, Mark. 2002. *„Examining equity in newspaper photographs a content analysis of the print media photographic coverage of interscholastic athletics.“* Pp. 303 – 318. In *International Review for the Sociology of Sport.* Sage Publications.

Petrusek, M. 2009. *Základy sociologie.* Praha : Akademie veřejné správy.

Plaňava, I. 2000.*Manželství a rodiny.* Brno: Doplněk.

Procházka, Václav a kol. 1964: *Příruční slovník naučný.* II. Díl, G – L. Praha: ČSAV.

Reifová I. a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.

Schulz, W. - Hagen, L. - Scherer, H. – Reifová I. 1998. *Analýza obsahu mediálních sdělení.* Praha Karolinum

Sekot, A. 2004. *Kapitoly ze sportu.* Brno: Fakulta sportovních studií.

Sekot, A. 2006. *Sociologie sportu*. Brno: Paido.

Sekot, A.2008. *Sociologické problémy sportu.* Praha : Grada.

Šaroch, M.*: Banální nacionalismus jako mediální agenda v bulvárním médiu: obsahová analýza deníku Blesk v letech 1992, 1998, 2006*. Brno: 2010.Bakalárska práca, Fakulta sociálnych štúdií.Vedúci práce: PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

Šmídová, Iva. 2004. *Jiní muži*. Brno: FSS MU.

Štětka, V. 2007.*Mediální integrace národa v době globalizace.* Brno: Medzinárodný politologický ústav.

Trampota, T. – Vojtěchovská M. 2010. *Metody výzkumu médií.* Praha: Portál.

Velký sociologický slovník. 1, A – O.1996. Praha: KAROLINUM.

Vincent, John, Imwold, Charles, Johnson, James T.. 2002. *„A Comparison of selected 'serious' snd 'popular' British, Canadian, And United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the Centennial Olympic Games."* Pp. 319 – 335 In *International Review for the Sociology of Sport.* Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: Sage Publications.

Volek, J. 2012. *Prezentácia: Mediální publika.* Učebné materiály ku kurzu Televize a její publikum v každodenní perspektivě + Ratingová analýza. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

Yu, Chia – Chen. 2009. *„A content analysis of news coverage of Asian female Olympic Athletes.“* Pp. 283 – 305 In *International Review for the Sociology of Sport.* Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: Sage Publications.

Internetové zdroje

Internetový portál Columbijskej univerzity http://www.columbia.edu/cu/french/ department/fac _bios/balibar.htm. 15.4.2012

Internetový portál London 2012, http://www.london2012.com/country/czech-republic/athletes/index.html, 13.4.2013

Internetový portál Mafra, http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25.3.2013

Internetový portál Mladá Fronta http://www.mf.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti/, 25.3.2013

Internetový portál Sport (noviny) http://cs.wikipedia.org/wiki/Sport_(noviny), 25.3.2013

Internetový portál The Ernest Gellner, http://gellnerpage.tripod.com/Bio.html, 8.4.2013

Internetový portál 19th Century History, http://history1800s.about.com/ od/sports/a/Coubertin.htm , 7.4. 2013

Zoznam citovaných novinových článkov

Ženské zbraňe? To je moje (Sport, 31.7.2012)
Synek versus Drysdale: kamarádi kdo s koho (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)
Vyčerpaného Štěpánka v Londýně řídí autopilot (Mladá Fronta Dnes, 2.8.1012)
Vracíme se domů spokojeni (Mladá Fronta Dnes, 27.9.1988)
Kiki a Maki. Dvě krásky z pláže hrají o čtvrtfinále (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)
Probuzená lvice drží český tenis. Pádí za medailí (Mladá Fronta Dnes, 2.8.2012)

ŠPOTÁKOVÁ: Vyhraj prvním hodem! (Sport, 9.8.2012)

Šel jsem dobře. Ale ta blbá chyba... (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)

Nějaký ty slzy mi zřejmě vyhrkly (Sport, 2.8.2012)

Ale BOJUJE (Sport, 4.8.2012)

„Klidná rozhodně nejsem. Šanci na medaili mám“ (Mladá Fronta Dnes, 31.7.2012)

V penězích to není (Mladá Fronta, 29.9.1988)

STŘÍBRO? Víc než grandslam (Sport, 6.8.2012)

Kreuziger vlasti nic nedluží (Sport,3.8.2012)

PŮVAB potřebuje 2 miliony (Sport, 8.8.2012)

Jezdit až do Ria? To ne, vyloučil kanoista Ježek (Mladá Frotna Dnes, 1.8.2012)

Medaile po 68 letech (Mladá Fronta, 1.10.1988)

Jediná z Evropy! (Československý Sport, 30.9.1988)

Mašina proti Synkovi (Sport, 3.8.2012)

Made in Czechoslovakia (Československý Sport, 29.9.1988)

Sedm porážek z osmi utkání! (Československý Sport, 30.9.1988)

Vlastenka Kvitová v českém dresu září (Mladá Fronta Dnes, 30.7.2012)

Blahopřání (Mladá Fronta, 20. 9. 1988)

Blahopřání (Mladá Fronta, 20. 9. 1988)

In Blahopřání J. Železnému (Mladá Fronta, 26. 9. 1988)

Blahopřejné telegramy (Československý Sport, 24.9.1988)

Blahopřání (Mladá Fronta, 21.91988)

Tři medaile jsou už doma (Československý Sport, 28.9.1988)

Den D: bouřka, vlajka a dárky (Mladá Fronta Dnes, 6.8.2012)

Tleskám. Vylezla ze suterénu, porazila démony a teď slaví (Mladá Fronta Dnes, 9.8.2012)

Jednu ránu od medaile... Sychra však skončil šestý (Mladá Fronta, 1.8.2012)

Pevné nervy vo finiši (Československý Sport, 20.9.1988)

Poslední víkend na OH v Soulu (Mladá Fronta, 3.10.1988)

Šestnáct let čekala naše atletika na zlato...pak přišel Pribilinec (in Mladá Fronta, 24.9.1988)

Zlato je doma. Předtím vítězka dojaka Londýn (Mladá Fronta, 7.8.2012)

„Vávra“ to vzal na sebe (Sport, 2.8.2012)

Čechům se už daří (Mladá Fronta Dnes, 3.8.2012)

Stříbro? Víc než grandslam (Sport, 6.8.2012)

Stříbrný Hradilek (Mladá Fronta Dnes,2.8.2012)

Čryři ženy, třI medaile (Mladá Fronta Dnes, 6.8.2012)

Drtivá vláda královny (Sport, 10.8.2012)

Šestá medaile pro Česko. Atletka Hejnová má bronz (Mladá Fronta Dnes, 9.8.2012)

Dárek pro Honzíka (Československý Sport, 26.9.1988)

8 Prílohy

Príloha č.1 – Počet fotografií žien

			Rok vydania		Celkom
			1988	**2012**	
1	Žena	Počet	2	79	81
		%	2,50%	97,50%	100,00%
	Celkom	Počet	2	79	81
		%	2,50%	97,50%	100,00%
2	Žena	Počet	1	20	21
		%	4,80%	95,20%	100,00%
	Celkom	Počet	1	20	21
		%	4,80%	95,20%	100,00%
3	Žena	Počet		4	4
		%		100,00%	100,00%
	Celkom	Počet		4	4
		%		100,00%	100,00%
5	Žena	Počet		1	1
		%		100,00%	100,00%
	Celkom	Počet		1	1
		%		100,00%	100,00%
Celkom	Žena	Počet	3	104	107
		%	2,80%	97,20%	100,00%
	Celkom	Počet	3	104	107
		%	2,80%	97,20%	100,00%

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 - Výskumné kategórie.....21

Tabuľka 2 - Počet článkov o mužoch a ženách v roku 1988, 2012.....40

Tabuľka 3 - Prítomnosť spravodajských hodnôt v roku 1988, 2012.....42

Tabuľka 4 - Spravodajské hodnoty vzťahujúce sa k pohlaviu v roku 1988 a 2012.....45

Tabuľka 5 - Počet slov prevedený na kvartily 48

Tabuľka 6 - Dôležitosť agendy športovcov 51

Tabuľka 7 - Dôležitosť agendy športovkýň 52

Tabuľka 8 - Fotografie športovcov vo vybraných obdobiach.....55

Tabuľka 9 - Fotografie športovkýň vo vybraných obdobiach 56

Tabuľka 10 - Fyzické atribúty športovcov.....59

Tabuľka 11 - Fyzické atribúty športovkýň 61

Tabuľka 12 - Psychické atribúty športovcov 65

Tabuľka 13 - Psychické atribúty športovkýň.....69

Tabuľka 14 - Reprezentácia sociálneho statusu.....74

Tabuľka 15 - Reprezentácia sociálnych rolí 77

Tabuľka 16 - Reprezentácia spôsobu partnerského života 78

Tabuľka 17 - Reprezentácia financovania 79

Tabuľka 18 - Reprezentácia akcentu národnosti.....82

Tabuľka 19 - Reprezentácia vzťahu štátnych orgánov a športovcov 86

Zoznam grafov

Graf 1 - Rozloženie počtu slov v článkoch.....48

Graf 2 - Rozloženie bodov dôležitosti agendy za rok 1988.....49

Graf 3 - Rozloženie bodov dôležitosti agendy za rok 2012.....50

Zoznam fotografií

Fotografia 1 Fotografia 2 Fotografia 3 93

Fotografia 4 Fotografia 5 Fotografia 6 93

Fotografia 7 Fotografia 8 Fotografia 9.....95

Fotografia 10 Fotografia 11 Fotografia 12 96

Fotografia 13 96

Kódovací kľuč

1 – **ID**
2 - **Rok:** 1 – 1988, 2 - 2012
3 - **Kód média:** 1- Mladá Fronta, 2 – Sport
4 – **Pohlavie:** 1 – muž, 2 – žena
5 – **Štiepenie pohlavia:** 0 –neštiepi, 1 - štiepi
6 – Číslo strany
7 – Titulná strana
8 – Počet slov
9 – **Negativita:** 0 – nie, 1 - áno
10– **Personalizácia:** 0 – nie, 1 - áno
11– **Prekvapenie:** 0 – nie, 1 - áno
12 – **Príslušnosť k elitný osobám:** 0 – nie, 1 - áno
13 – **Príslušnosť k elitným národom:** 0 – nie, 1 – áno
14 – **Prítomnosť fotografie:** 0 – nie, 1 – áno
15 – **Fotografia**: 1 – aktívna, 2 – pózujúca
16 – **Počet fotografií:** 1-1, 2-2, 3-3, 4-4, 5-5
Fyzické atribúty - muži
17 – **Krása:** 0 – nie, 1 - áno
18 – **Sexepíl/ženskosť**: 0 – nie, 1 - áno *(len u žien)*
19– **Fyzická vyčerpanosť:** 0 – nie, 1 - áno
20 – **Estetický detail:** 0 – nie, 1 - áno
21 – **Úprava vlasov:** 0 – nie, 1 - áno
22 – **Vlajúce vlasy:** 0 – nie, 1 - áno
23 – **Pootvorené pery:** 0 – nie, 1 - áno
24 – **Mužatka:** 0 – nie, 1 - áno *(len u žien)*
25 – **Zženštilosť:** 0 – nie, 1 - áno
26 – **Sexepíl/mužnosť:** 0 – nie, 1 - áno
27 – **Fyzická sila:** 0 – nie, 1 - áno
28 – **Fyzická agresia:** 0 – nie, 1 - áno
29 – **Dobrá fyzická kondícia:** 0 – nie, 1 - áno
30 – **Fyzická kompetitívnosť:** 0 – nie, 1 - áno
31 – **Maskulinita:** 0 – nie, 1 – áno
Psychické atribúty - muži
32 – **Emocionálnosť**: 0 – nie, 1 - áno
33 – **Pasivita:** 0 – nie, 1 - áno
34 – **Sťažovanie sa:** 0 – nie, 1 - áno
35 – **Nervozita:** 0 – nie, 1 - áno
36 – **Bezmocnosť:** 0 – nie, 1 - áno
37 – **Neistota:** 0 – nie, 1 - áno
38 – **Orientovanosť na domov:** 0 – nie, 1 - áno
39 – **Bojovnosť:** 0 – nie, 1 - áno
40 – **Trpezlivosť:** 0 – nie, 1 - áno

41 – **Orientovanosť na svet:** 0 – nie, 1 - áno
42 – **Istota:** 0 – nie, 1 - áno
43 – **Spoliehanie sa na seba:** 0 – nie, 1 - áno
44 – **Kompetitívnosť:** 0 – nie, 1 - áno
45 – **Agresivita:** 0 – nie, 1 - áno
46 – **Heroickosť:** 0 – nie, 1 - áno
47 – **Pokoj:** 0 – nie, 1 - áno
48 – **Morálka:** 0 – nie, 1 - áno
49 – **Aktivita**: 0 – nie, 1 - áno
50 – **Racionálnosť:** 0 – nie, 1 – áno
Fyzické atribúty - ženy
51 – **Krása:** 0 – nie, 1 - áno
52 – **Sexepíl/ ženskosť**: 0 – nie, 1 - áno
53– **Fyzická vyčerpanosť:** 0 – nie, 1 - áno
54 – **Estetický detail:** 0 – nie, 1 - áno
55 – **Úprava vlasov:** 0 – nie, 1 - áno
56 – **Vlajúce vlasy:** 0 – nie, 1 - áno
57 – **Pootvorené pery:** 0 – nie, 1 - áno
58 – **Mužatka:** 0 – nie, 1 - áno
59 – **Zženštilosť:** 0 – nie, 1 - áno *(len u mužov)*
60 – **Sexepíl/mužnosť:** 0 – nie, 1 - áno *(len u mužov)*
61 – **Fyzická sila:** 0 – nie, 1 - áno
62 – **Fyzická agresia:** 0 – nie, 1 - áno
63 – **Dobrá fyzická kondícia:** 0 – nie, 1 - áno
64 – **Fyzická kompetitívnosť:** 0 – nie, 1 - áno
65 – **Maskulinita:** 0 – nie, 1 – áno
Psychické atribúty - ženy
66 – **Emocionálnosť**: 0 – nie, 1 - áno
67 – **Pasivita:** 0 – nie, 1 - áno
68 – **Sťažovanie sa:** 0 – nie, 1 - áno
69 – **Nervozita:** 0 – nie, 1 - áno
70 – **Bezmocnosť:** 0 – nie, 1 - áno
71 – **Neistota:** 0 – nie, 1 - áno
72 – **Orientovanosť na domov:** 0 – nie, 1 - áno
73 – **Bojovnosť:** 0 – nie, 1 - áno
74 – **Trpezlivosť:** 0 – nie, 1 - áno
75 – **Orientovanosť na svet:** 0 – nie, 1 - áno
76 – **Istota:** 0 – nie, 1 - áno
77 – **Spoliehanie sa na seba:** 0 – nie, 1 - áno
78 – **Kompetitívnosť:** 0 – nie, 1 - áno
79 – **Agresivita:** 0 – nie, 1 - áno
80 – **Heroickosť:** 0 – nie, 1 - áno
81 – **Pokoj:** 0 – nie, 1 - áno
82 – **Morálka:** 0 – nie, 1 - áno

83 – **Aktivita**: 0 – nie, 1 - áno
84 – **Racionálnosť:** 0 – nie, 1 – áno
85 - **Zárobok športovca/športovkyne**: 0 – nie, 1 – áno
86 - **Finančná odmena z úspechu na OH:** 0 – nie, 1 – áno
87 - **Majetok športovca/športovkyne:** 0 – nie, 1 – áno
88 - **Sponzori**: 0 – nie, 1 – áno
89 - **Reklama:** 0 – nie, 1 – áno
90 - **Zamestnanie mimo OH:** 0 – nie, 1 – áno
91 - **Otec:** 0 – nie, 1 – áno
92 - **Matka:** 0 – nie, 1 – áno
93 - **Manžel:** 0 – nie, 1 – áno
94 - **Manželka:** 0 – nie, 1 – áno
95 - **Syn:** 0 – nie, 1 – áno
96 - **Dcéra:** 0 – nie, 1 – áno
97 - **Priateľ:** 0 – nie, 1 – áno
98 - **Priateľka:** 0 – nie, 1 – áno
99 - **Manželstvo:** 0 – nie, 1 – áno
100 - **Kohabitácia:** 0 – nie, 1 – áno
101 - **Nezadaný:** 0 – nie, 1 – áno
102 - **Náš/národný/český hrdina.. :** 0 – nie, 1 – áno
103 - **Pozitívne hodnotenie Českej republiky:** 0 – nie, 1 – áno
104 - **Rešpekt voči českému prvku:** 0 – nie, 1 – áno
105 - **Prednosť „nášmu“ pred „cudzím“ (zahraničným):** 0 – nie, 1 – áno
106 - **Vychvaľovanie „českého“:** 0 – nie, 1 – áno
107 - **Poďakovanie športovcom:** 0 – nie, 1 – áno
108 - **Gratulácia športovcom:** 0 – nie, 1 – áno
109 - **Pozvánka pre športovcoch:** 0 – nie, 1 – áno
110 - **Odmeny pre športovcov:** 0 – nie, 1 – áno
111 – **Poďakovanie športovcov štátu:** 0 – nie, 1 – áno
112 - **Poďakovanie športovcov sponzorom:** 0 – nie, 1 – áno
113 – Slová body
114- Fotografia body

9 Menný register

Badinterová, 15, 16, 32, 63, 68, 72

Berger, 4

Bernstein, 10, 11, 14

Beyon, 58

Billig, 4, 1, 16, 17, 34, 44, 81, 84, 94, 95, 96

Blain, 10, 11, 14

Boyle, 13, 14, 104

Burton, 6, 7, 41

Cashmore, 15, 79

Děkanovský, 11

Dovalil, 9, 104

Galtung, 7, 8, 42

Hagen, 36

Haynes, 13, 14, 57

Huiling, 13, 41

Jirák, 6, 7, 41

Kimmel, 15

King, 18

Kosík, 41

Kunczik, 1, 4, 6, 7

Lewis, 31

Librová, 15, 30, 60, 68

Luckmann, 4

McCombs, 1, 5, 6, 7, 46

Pedersen, 9, 22, 23, 29, 36, 53, 54

Petrusek, 73

Plaňava, 12, 32, 58, 64, 71

Procházka, 14, 33

Reifová, 1, 5, 35, 36

Ruge, 7, 8

Sekot, 3, 8, 9, 10, 13, 14, 23, 24, 30, 33, 57, 62, 74

Scherer, 36

Schulz, 36

Šaroch, 34

Šmídová, 15

Štětka, 16, 17, 34, 81, 82, 92, 94, 95

Trampota, 36,91

Vincent, 12, 19, 20, 22, 30

Vojtěchovská, 36, 91

Volek, 93, 94

Yu, 12, 21, 22, 35

10Vecný register

Agenda setting, 3, 5, 6, 28,

Banálny nacionalizmus, 4,5, 16,17,18, 44, 82, 83, 94, 96, 98, 101,104

Diskurz, 6, 92, 94,95

Estetizácia športu, 11, 13,14,25,30,33,41,57,62,100,101

Komodifikácia športu, 5, 14,25,79

Mediálna agenda,6, 7

Mediálna konštrukcia reality, 4, 5

Mediálny obraz, 1, 3, 17, 25, 26, 35, 37, 53, 54, 92, 100

Národná identita, 92

Nové mužstvo , 4, 5, 15, 25

Obsahová analýza,1,2,6,18,21,22,23,26,
35,36,96,98,100

Obrazová analýza, 35,36, 91

Olympizmus, 5, 8

Sociálna konštrukcia reality, 4

Spravodajské hodnoty, 5, 6, 7, 41, 42, 45,
109

Stereotypné mediálne zobrazovanie, 3, 26

Športová agenda, 25, 26, 28,39, 41, 42, 46,
53, 80,88, 98, 99, 100