

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta tělesné výchovy a sportu

Vývoj medializace florbalu v České televizi

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.

Vypracoval:

Jiří Ponikelský

Praha, květen 2020

Prohlašuji, že jsem závěrečnou bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne

.....

.....

podpis

Evidenční list

Souhlasím se zapůjčením své bakalářské práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto bakalářskou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení:

Fakulta / katedra:

Datum vypůjčení:

Podpis:

Poděkování

Chtěl bych poděkovat Doc. Ing. Evě Čáslavové, CSc., za odborné rady, které mi byly poskytnuty při psaní této bakalářské práce. Dále pak děkuji své rodině za trpělivost, pomoc a podporu.

Abstrakt

Název: Vývoj medializace florbalu v České televizi

Cíle: Hlavním cílem bakalářské práce je analýza vývoje medializace florbalu v České televizi, a to především v letech 2012–2019 na sportovním kanálu ČT sport. Dílčím cílem je zjistit, jak tuto medializaci vnímají v klubech nejvyšší české soutěže mužů – Superlige florbalu, členové výkonného výboru Českého florbalu. Rozhovory se zaměstnanci České televize mají objasnit příčiny výkyvů ve vysílání.

Metody: V bakalářské práci jsou použity kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu. Ke zjištění vývoje medializace florbalu v České televizi je použita kvantitativní obsahová analýza interních dat poskytnutých Českou televizí. Pro hodnocení vnímání této medializace ze strany sportovních klubů a výkonného výboru byla použita metoda kvalitativního elektronického dotazování. Kvalitativní metoda rozhovoru se zaměstnanci České televize byla použita ke zjištění výkyvů ve vysílání florbalu.

Výsledky: Prostor věnovaný florbalu na programu ČT sport se mezi roky 2012–2019 mírně zvětšil, neplatí to ale o letech 2015 a 2019. Na medializaci florbalu má vliv tak významná akce, jako je mistrovství světa či od roku 2012 zavedené Superfinále. Nejvíce prostoru se dostává nejvyšší soutěži mužů. Výkonný výbor Českého florbalu a jednotlivé kluby Superligy florbalu pocítují zvýšený zájem České televize o florbal a očekávají, že nárůst medializace bude i nadále pozvolný.

Klíčová slova: historie florbalu, media, Česká florbalová unie, marketingový výzkum, ČT sport, Superliga florbalu

Abstract

Title: Development of media coverage of Floorball in the Czech television

Objectives: The main objective of this bachelor thesis is to determine the evolution of floorball medialization in Czech television, primarily between the years 2012 and 2019. Another objective is to determine how the medialization is perceived by executive committee of Czech floorball and by the top floorball clubs in the top Czech male floorball competition – Superliga florbalu and through the interviews to find out what is worth the fluctuations in broadcasting.

Methods: To determine the development of medialization of floorball in the Czech television was used a method of internal data analysis, the data will be provided by the Czech television itself. The other method is an electronic survey, which was used to evaluate the perception of floorball medialization by selected clubs and executive committee of Czech floorball.

Results: The space devoted to floorball on the ČT sport program has slightly increased between 2012–2019, except for the year 2015 and 2019. The media coverage of floorball is influenced by a major event such as the World Championship or the Superfinal since 2012. Most space is given to the highest men's competition. The Executive Committee of Czech floorball and the individual clubs of the Superliga florbalu feel an increased interest of Czech television in floorball and expect that the increase in media coverage will continue to be gradual.

Keywords: history of floorball, media, Czech floorball union, marketing research, ČT sport, Superliga florbalu

OBSAH

1. ÚVOD	9
2. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	11
2.1 DÍLČÍ ÚKOLY PRÁCE	11
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA	12
3.1 HISTORIE A SOUČASNOST FLORBALU	12
3.1.1 Historie florbalu ve světě	12
3.1.2 Počátky florbalu v České republice.....	13
3.2 PRAVIDLA FLORBALU	14
3.3 FLORBALOVÉ ORGANIZACE	15
3.3.1 Mezinárodní florbalová federace	15
3.3.2 Česká florbalová unie.....	15
3.3.2.1 Struktura soutěží	16
3.4 Popularita florbalu v ČR	17
3.5 MEDIALIZACE.....	18
3.6 MÉDIA	18
3.6.1 Rozdělení médií	19
3.6.2 Vztah médií a sportu	19
3.6.3 Sport a sociální sítě	20
3.6.4 Sport a televize.....	20
3.6.5 Trojúhelník sportu, médií a sponzoringu	21
3.6.6 Mediální ukazatelé	21
3.7 ČESKÁ TELEVIZE	22
3.7.1 Redakce sportu.....	24
3.7.2 ČT Sport.....	25
4. METODIKA PRÁCE	26
4.1 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	26
4.2 PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	26
4.2.1 Definování zkoumaného problému	27
4.2.2 Zdroje dat.....	27
4.2.3 Metody a techniky sběru dat	27
4.3 PRŮBĚH VÝZKUMU	27
4.3.1 První etapa výzkumu.....	28
4.3.1.1 Obsahová analýza	28
4.3.2 Druhá etapa výzkumu	28
4.3.2.1 Strukturovaný rozhovor	28
4.3.3 Třetí etapa výzkumu	29
4.3.3.1 Operacionalizace.....	29

4.4	VÝBĚR VZORKU RESPONDENTŮ	29
4.5	SESTAVENÍ DOTAZNÍKU	30
4.6	ANALÝZA DAT	30
5.	VÝVOJ MEDIALIZACE FLORBALU V ČESKÉ TELEVIZI.....	31
5.1	POČÁTKY FLORBALU V ČESKÉ TELEVIZI DO ROKU 2012.....	31
5.2	OBSAHOVÁ ANALÝZA VYSÍLÁNÍ FLORBALU NA PROGRAMU ČT SPORT V LETECH 2012–2019.	33
5.2.1	Programové složení ČT sport.....	33
5.2.2	Celkový prostor věnovaný florbalu.....	34
5.2.3	Struktura publika florbalu 2017–2019	37
5.2.4	Superliga florbalu.....	38
5.2.5	Extraliga žen	43
5.2.6	Superfinále	44
5.2.7	Reprezentace	45
5.2.8	Český pohár	47
5.2.9	Czech Open.....	48
5.2.10	Evropský pohár	49
5.3	SLEDOVANOST FLORBALU NA OBRAZOVKÁCH ČT SPORT	50
5.4	POROVNÁNÍ SPORTŮ	52
5.5	ANALÝZA DAT Z ROZHovorŮ	54
5.6	DOTAZNÍK PRO ČLENY VÝKONNÉHO VÝBORU A ZÁSTUPCE KLUBŮ SUPERLIGY FLORBALU.....	55
6.	DISKUZE.....	60
7.	ZÁVĚR.....	63
	SEZNAM LITERATURY	65
	SEZNAM GRAFŮ	67
	SEZNAM TABULEK.....	68
	SEZNAM OBRÁZKŮ	69
	SEZNAM ZKRATEK	70
	SEZNAM PŘÍLOH.....	71

1. ÚVOD

Sport a média, spojení, které k sobě neodmyslitelně patří a v poslední době nabývá či dále více na významu. Díky médiím se sport stává populárnějším, atraktivnějším, přizpůsobuje se svými pravidly, čelí mediálnímu tlaku, kontrole „fairplay“ apod. V neposledním bodě tvoří média stále významnější a větší složku příjmů.

Pro média pak sport znamená atraktivní, a především živý televizní obsah. V době odloženého vysílání je tak živé vysílání stále důležité u sportovních přenosů. Proto i neustále rostoucí ceny televizních práv u projektů, které se dokázaly přizpůsobit televiznímu vysílání, využít své popularity a zatraktivnit obsah. A právě toto propojení mezi sportem a médií bude v této práci zkoumáno. Přesný název této bakalářské práce zní: Vývoj medializace florbalu v České televizi v letech 2012–2019. Hlavním cílem je prezentace vývoje mediálního prostoru, který byl v jednotlivých letech florbalu věnován. Dalšími cíli je pak zjistit důvod výkyvů ve vysílání a vnímání medializace výkonným výběrem Českého florbalu a v jednotlivých klubech Superligy florbalu.

Florbal je sice stále považován za mladý sport, ale také je to sport především pro mladé lidi. A tak se díky svému zařazení mezi školní sporty stal postupem času jedním z nejpopulárnějších amatérských nebo poloprofesionálních sportů v České republice. V této bakalářské práci bude mj. také zkoumáno, zdali se čím dál tím větší popularita tohoto sportu promítá do mediálního prostoru, který je florbalu na obrazovkách České televize věnován. Spojení České televize a florbalu je pro tento sport zásadní. Nepochybně napomáhá ke stále většímu růstu popularity a vzbuzuje i stále větší pozornost. To má následně vliv na spolupráci s obchodními partnery, kteří florbalovým klubům svými sponzorskými a partnerskými dary přináší finanční prostředky.

V rámci této bakalářské práce bude analýza vývoje medializace florbalu v České televizi. Každý výzkum podobného zaměření má pro menší sporty, jako jsou florbal či další halové kolektivní sporty, velký přínos. Může jim pomoci k zefektivnění či ke správnému zvolení dalších kroků, nezbytných k jejich růstu. Tento výzkum může pomoci florbalu k analýze jeho růstu na mediálním trhu a tím i stanovení dalších kroků, které bude k dalšímu růstu potřeba uskutečnit.

Téma této bakalářské práce jsem si zvolil jednak kvůli tomu, že lze podle mne snadno získat potřebné informace a data k jejímu zpracování, jednak i kvůli své náklonosti

k tomuto sportu, který je pro mne atraktivní jak z hlediska sportovce, tak z pohledu diváka.

2. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je prezentace vývoje medializace florbalu v České televizi, a to v období mezi 1. lednem 2012 a 31. prosincem 2019. Dále se práce snaží zjistit, jak medializaci tohoto sportu vnímají ve vedení českého florbalu a zástupci klubů Superligy florbalu.

2.1 Dílčí úkoly práce

K dosažení cílů bakalářské práce bylo potřeba splnit dílčí úkoly. Ty jsou stanoveny v tomto pořadí:

1. Rešerše odborné literatury

Zpracování teoretických východisek

2. Obsahová analýza televizního programu ČT sport

Obsahová analýza byla zpracována na základě volně dostupného televizního programu ČT sport následujícím způsobem:

- výběr období, které bude sledováno,
- zpracování získaných dat a jejich následné rozdělení,
- vyhodnocení dat a jejich prezentace.

3. Rozhovory se zaměstnanci České televize

Zpracování rozhovorů s Romanem Hozákem a Josefem Kondračinem a následné analyzování informací získaných z rozhovorů.

4. Marketingový výzkum medializace očima vedení českého florbalu a zástupců klubu nejvyšší mužské soutěže – Superligy florbalu.

Zjištění spokojenosti s prostorem florbalu v České televizi a zájmu sponzorů o florbal.

Postup byl následující:

- sestavení dotazníku a rozšíření v cílové skupině,
- zpracování a analýza zjištěných dat,
- vyhodnocení a prezentace dat.

5. Interpretace výsledků získaných z částí 1.–4. a jejich kompletnost

6. Zpracování závěrů a doporučení pro zahrnuté subjekty výzkumu

3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 Historie a současnost florbalu

3.1.1 Historie florbalu ve světě

Florbal je celosvětově chápán jako sport oslovující především mladé lidi. Jeho počátky byly napsány na konci padesátých let 20. století v USA ve státě Minneapolis v továrně na plasty Cosom v Lakeville. Dělníci si zde pro zábavu vytvořili plastové hokejky, jimiž ovládali míčky a začali tak hru podobnou dnešnímu florbalu. Nově zrozená hra dostala název floorhockey a hráli ji především školáci a studenti. Začali se pořádat i první turnaje, tím největším byl Floorhockey tournament v Battle Creek v Michiganu (Kysel, 2010).

Rozkvět florbalu nastává, když v roce 1968 přivezla firma Cosom své plastové hole do Skandinávie. Ve Švédsku, hokejové zemi s mnoha tělocvičnami, našel florbal přirozené podmínky pro to, aby mohl nadále růst a stát se populárním sportem především u mladých lidí. Na počátku sedmdesátých let objevili kouzlo innebandy, jak hru pojmenovali ve Švédsku, hokejisté v letním období. Hra se následně rozšířila do Finska, další hokejové země, kde se hrála pod názvem salibandy. Ze severu se florbal postupně rozšiřoval na jih do Švýcarska, kde se z ní stala rychle hra populární. Ve Švýcarsku měl florbal opět jiný název, a to unihockey, a dlouho se ubíral jiným směrem. Charakteristické pro švýcarský florbal bylo, že brankář po vzoru hokeje hrál s hokejkou. Ve Švýcarsku byl nedostatek velkých sportovních hal, z toho důvodu se florbal hrál na dvou různých velikostech hřiště, tzv. kleinfeld (3+1) a grossfeld (5+1) (Kysel, 2010).

První florbalová organizace byla založena ve Švédsku v roce 1981. Poněkud překvapivě byla druhá organizace založena v Japonsku roku 1983. Historicky první mezistátní utkání se odehrálo v roce 1985 mezi Švédskem a Finskem. Následující rok tyto země spolu se Švýcarskem založily ve švédské Huskvarně Mezinárodní florbalovou federaci (IFF). Po založení IFF se florbal začal šířit do dalších zemí i na další kontinenty. V roce 1993 se do IFF zapojuje i Česká republika. První mistrovství Evropy (ME) mužů se odehrálo v roce 1994 ve Finsku a následující rok se uskutečnilo i první ME žen. Od roku 1996, kdy se odehrálo první mistrovství světa (MS), jehož finále se odehrálo ve stockholmské aréně Globen a sledovalo ho přes 15 tisíc diváků, se MS pořádá každý rok. V sudých letech o medaile bojují muži a v lichých ženy (Skružný, 2005).

Počet členských zemí IFF stále stoupá, v roce 2019 evidovala IFF 74 členských asociací. Současným prezidentem je Tomas Ericsson ze Švédska a viceprezidentem je český zástupce Filip Šuman, který je zároveň předsedou českého florbalu a místopředsedou pro neolympijské sporty Českého olympijského výboru. Sídlo IFF je ve finských Helsinkách (IFF, 2019).

3.1.2 Počátky florbalu v České republice

Počátky florbalu v České republice se dají rozdělit na tři etapy.

První setkání s florbalem se odehrálo v roce 1984, kdy došlo k výměnnému pobytu studentů VŠE v Praze se studenty helsinské univerzity KY. Jedním z účastníků byl i Michal Bauer, tedy jeden z průkopníků florbalu v Čechách, současný prezident FAT PIPE Florbal Chodov. Na výměnném pobytu, kde bylo asi 15 studentů, je Finové vzali do haly a florbal jim představili. Tři měsíce na to Finové dorazili na výměnný pobyt do Prahy a přivezli sadu florbalových hokejek. Díky tomu se sehrál i první mezistátní florbalové utkání. *„Jediná slušná volná tělocvična byla tehdy ve staré budově ekonomky a právě tam se v roce 1984 uskutečnilo první mezistátní florbalové utkání Československo – Finsko!“* (Skružný, 2005, str. 10). Tento zápas měl obrovský ohlas. Z materiálních důvodů toto nadšení opadlo v roce 1985 a až v roce 1991 se zase obnovil zájem o tento sport. V tomto roce se i odehrál první florbalový turnaj, a to za pomoci bratrů Vaculíků, kteří sem přivezli nové hokejky ze zahraničí (Skružný, 2005).

Historickým mezníkem pro český florbal se stal zájezd bratrů Vaculíků do Maďarska v roce 1992, odkud přivezli první florbalové mantinely, díky nim se u nás začaly hrát první turnaje. Bratři Vaculíkovi spolupracovali se švédskou firmou Unihoc a přivezli do České republiky další florbalové hole. Tato spolupráce mezi bratry Vaculíky a jejich švédskými kolegy byla základním kamenem pro upořádání dnes již tradičního mezinárodního turnaje Czech Open. Jeho první ročník se odehrál v roce 1993 (Skružný, 2005).

Třetí cestou, kterou k nám florbal pronikal, byla cesta přes švýcarský klub Mattmenstetten Unicors. Jeho hráči v roce 1992 trávili své předsezonní soustředění v roce 1992 v Jaroměři. Rozšíření florbalu dál zajistil Marcel Pudich, který přivezl florbalové vybavení z Prahy do Ostravy. Zanedlouho byly uspořádány první turnaje na severu Moravy (Český florbal, 2019).

Rozvoji florbalu pomohlo i pořádání historicky druhého MS mužů v roce 1998 v Brně a Praze. Česká republika pořádala i další významné akce, mezi něž patří Evropský pohár mužů a žen v roce 2003, v témže roce světový šampionát juniorů, dále pak MS mužů 2008, MS juniorek 2010, Champions cup 2011, MS žen 2013 a naposledy MS mužů v roce 2018.

Česká republika je úspěšná i na sportovním florbalovém poli, v roce 2003 junioři vybojovali bronzové medaile. Na ně v roce 2004 navázala mužská reprezentace, která dokázala získat zatím své jediné stříbro na mistrovství světa ve Švýcarsku. Mezi další české úspěchy patří i stříbrná medaile juniorů z MS 2007, bronzové medaile mužů z MS 2010 a 2014 a bronzová medaile žen z MS 2011.

3.2 Pravidla florbalu

Se vznikem Mezinárodní florbalové federace (IFF) v roce 1986 vznikla i sjednocená pravidla florbalu. Jak se hra vyvíjí, přichází i občasná změna pravidel, kterými se IFF snaží o zatraktivnění hry. Pravidla se upravují vždy jednou za 4 roky (Skružný, 2005).

Ve stručnosti mají florbalová pravidla tuto podobu: Florbal se hraje v halách na hřišti s rozměry 40 metrů na délku a 20 metrů na šířku. Hřiště je ohraničeno 50 cm vysokými mantinely. Branky jsou široké 160 cm a vysoké 115 cm, mají měkkou obvodovou a chytací síť. Hraje se 3× 20 minut čistého času se dvěma 10minutovými přestávkami, během nichž si týmy vymění strany a hráčské lavice. Každý tým má možnost na jeden třicetisekundový time out. V případě remízy následuje 10minutové prodloužení, ve kterém platí pravidlo zlatého gólu, tedy kdo dá první gól, vyhrál. Když ani pak není rozhodnuto o vítězi, následují trestná střelení. Každé mužstvo nastupuje s jedním brankářem a 5 hráči v poli, obvykle 3 útočníci a 2 obránci. Brankář musí mít ochrannou masku, zároveň nemá florbalovou hůl a míček smí chytit do rukou, pouze když se jakoukoliv částí těla dotýká brankoviště, které má rozměry 4 × 5 metrů. Hokejka neboli florbalová hůl musí být vyrobena ze syntetického materiálu a musí být certifikována Mezinárodní florbalovou federací. Pro hru se používá děrovaný míček o průměru 72 mm (Táborský, 2005).

Utkání je řízeno dvěma rozhodčími, kteří mají rovnocenné pravomoci v rozhodování. Ve florbalu je zakázáno hrát hlavou, ve výskoku nebo na zemi. Zároveň je zakázáno blokování, sekání nebo kopání do soupeřovy hole. Florbalovou holí se smí hrát jen do výše kolen. Za prohřešky mohou rozhodčí nařídit vhazování, volný úder či trestné

střílení. Za závažnější provinění proti pravidlům se uděluji tresty ve výši 2, 5, 10 minut či do konce utkání (Zlatník, Vancl, 2001).

3.3 Florbalové organizace

3.3.1 Mezinárodní florbalová federace

International floorball federation (IFF) zastřešuje mezinárodní florbal a sdružuje florbalové svazy jednotlivých zemí. Byla založena v roce 1986 v Huskvarně trojicí zemí – Finsko, Švédsko a Švýcarsko (IFF. 2019).

Obrázek 1: Logo IFF



Zdroj: <https://floorball.sport>

Federace se v roce 1991 rozrostla o Dánsko a Norsko, následující rok přistoupilo na kongresu v Curychu Maďarsko. Česká republika se stala členem v roce 1993, spolu s ní se připojilo i Rusko. V současnosti má IFF 74 členů a několik dalších zemí, které čekají na přijetí. Mezi nimi je například Řecko, Katar nebo Bangladéš (IFF. 2019).

Mezinárodní florbalová federace je právoplatným členem Mezinárodního olympijského výboru, dále je členem GAISF a FISU (IFF. 2019).

3.3.2 Česká florbalová unie

Česká florbalová unie (ČFbU) je organizace zastřešující florbal v České republice, jež se stará o rozvoj a medializaci florbalu v ČR. Vznikla v roce 1992 a hned následující rok se připojila k Mezinárodní florbalové organizaci.

Obrázek 2: ČFbU



Zdroj: <https://www.ceskyflorbal.cz>

Chod ČFbU řídí výkonný výbor, kam jsou členové voleni valnou hromadou. Prezidentem je od roku 2000 Filip Šuman, který je od roku 2006 i viceprezidentem IFF a od roku 2012 místopředsedou Českého olympijského výboru. ČFbU má jeden celostátní sekretariát a sedm krajských sekretariátů. Dalšími orgány unie je 9 odborných komisí. Jedná se o komise elitních soutěží, mládeže a metodiky, ekonomickou komisi, komisi reprezentace, rozhodčích a delegátů, ženského florbalu, rozvoje, dále ligová komise, regionální a komise disciplinární, arbitrážní a odvolací (Český florbal, 2019).

V současné době jsou hlavními partnery českého florbalu T-Mobile, Komerční banka, Volkswagen, Holba a Čeps. Mediálními partnery jsou Česká televize, Evropa 2, deník, TVcom live (Český florbal, 2019).

3.3.2.1 Struktura soutěží

Se stoupajícím zájmem o florbal se mění i struktura soutěží. Momentálně máme v mužských soutěžích až osm výkonnostních úrovní. Nejvyšší soutěž je celostátní, do sezony 2016/2017 měla 12 týmů. Po této sezoně následovalo rozšíření a momentálně má tato soutěž 14 týmů. Soutěž od roku 2012 už třikrát změnila název, mezi lety 2012–2015 se hrála pod názvem AutoCont extraliga, poté následovala změna na Tipsport Superligu a od roku 2019 je název Superliga florbalu. O úroveň níž je 1. liga, která se rovněž hraje celostátně a má opět 14 týmů. Dalšími úrovněmi je národní liga, divize, regionální liga, liga mužů, přebor, soutěž mužů a třída mužů (Český florbal, 2019).

Obrázek 3: Superliga florbalu



Zdroj: <https://www.ceskyflorbal.cz>

U žen je nejvyšší ligou extraliga žen, která je celostátní a má 12 družstev. Následuje 1. liga, která je rozdělena na východ a západ a jako poslední je 2. liga, která je na regionální úrovni.

U juniorů máme celostátní KB ligu juniorů, která má 12 týmů. Pod ní je 1. liga, která je stejně jako u žen rozdělena na východ a západ a jako poslední máme

2. ligu opět na úrovni regionální. U juniorek máme jen dvě výkonnostní úrovně, přičemž 1. liga je celostátní a 2. liga už je jen regionální.

Kategorie dorostenců má tři výkonnostní úrovně, přičemž první liga je rozdělena do pěti skupin a je celostátní. Druhá a třetí liga je na regionální úrovni. Liga dorostenek má několik regionálních divizí.

Mladší a starší žáci hrají už jen na regionálních úrovních. Dále se na stejné úrovni hrají soutěže elévů a přípravek. Do roku 2015 existovala i 1. liga veteránů, ale ta už je zrušena (Český florbal, 2019).

3.4 Popularita florbalu v ČR

Pojem popularita je mnou chápán jako oblíbenost, v tomto případě sportu jako produktu, značky či sportovní hry u veřejnosti.

Florbal po svém příchodu do České republiky zaznamenává obrovský nárůst popularity. Na oblíbenosti má podíl jak jeho finanční nenáročnost, tak i podobnost s naším oblíbeným ledním hokejem. Popularitě florbalu přidává i to, že se jedná o tzv. sport pro všechny, tedy sport s minimálními požadavky na vzrůst či jiné fyzické parametry. Vzhledem k tomu, že má u nás teprve krátkou historii, je florbal spíše sportem mladých lidí, především žáků, a to díky jeho zařazení do školní tělesné výchovy. Popularita florbalu ovlivňuje negativně zájem dětí a mládeže o sporty, jako jsou fotbal, basketbal, volejbal nebo lední hokej.

Nárůst popularity je znát i při pohledu na růst členské základny. V roce 1999 měl florbal registrováno kolem 6 tisíců hráčů, o rok později 10 tisíc a již v roce 2002 dokonce 20 tisíc florbalistů. Dle České unie sportu má florbal k 31. prosinci 2018 přes 73 tisíc členů a je tak čtvrtým sportem s největší základnou u nás. Umístil se za fotbalem, ledním hokejem a tenisem, na který ale ztrácí pouze pár stovek členů. Florbal tedy i přes svoji krátkou historii u nás zastínil sporty, jako jsou basketbal, volejbal nebo atletika, tedy sporty s dlouhodobou historií u nás. V příloze č. 1 lze vidět tabulku s 20 sporty, které mají největší členskou základnu (Česká unie sportu [online], 2019).

Florbal jako poloprofesionální sport je lákavý i svým minimálním zasažením dopingovými a korupčními skandály. Jako mnoho dalších sportů u nás ale trpí absencí diváků na zápasech, ačkoliv jejich počet postupně roste. Zatímco v roce 2012 byla průměrná návštěvnost kolem 230 diváků na zápas, v roce 2018 to bylo 400 diváků.

Velkou diváckou účastí se pyšní hlavně superfinále, kde se průměrná návštěvnost pohybuje kolem 9 tisíc diváků, a pak reprezentační akce (Český florbal, 2019).

I přestože florbal zatím není ve fázi, aby na zápasy pravidelně chodilo více diváků, marně byste hledali někoho, kdo o florbalu ještě nikdy neslyšel.

3.5 Medializace

Slovník Arts Lexikon říká, že pod pojmem medializace je známo: „aktivní, *zpravidla nekomerční prezentaci jednotlivců, skupin, institucí a podniků v rámci public relations. Cílem je v tomto významu posílení jejich image, reputace a celkového postavení v očích veřejnosti, a tím i v očích potenciálních zákazníků, obchodních partnerů, klientů nebo i vlastních zaměstnanců (tj. ve smyslu plánované pozitivní medializace). V širším pojetí je pojem medializace používán i ve smyslu pozitivně nebo i negativně laděného zveřejnění nejrůznějších akcí, událostí, konkrétních kauz, soudních procesů, zákonů, projektů, cen nebo i oborů (např. vědy), tj. ve smyslu chtěné, nebo i nechtěné mediální publicity*“ (ARTS LEXIKON, 2012). Medializace je realizována pomocí nejrůznějších médií. Mezi ně řadíme nejčastěji televizi, internetové servery, rozhlas či novinové a časopisové články. Výběrem média se určuje, jak je daný jev prezentován, a tím se různě prohlubuje jeho známost a zájem ze strany běžných lidí.

3.6 Média

„*Pojem média (z lat. Medium, čes. prostředek; prostředí) nemá přesně vymezené a obecně akceptovatelné hranice. Používá se jak k označení přímých individuálních prostředků komunikace (např. řeč, mimika, ...), tak k označení prostředků technických (např. počítačová síť, kabelová televize, ...). Zároveň se ale vztahuje na jednotlivé organizace masové komunikace (např. redakce, ...) i na sociální instituce (např. demokratický tisk). Běžné chápání tohoto pojmu tedy absorbuje jak média „tradiční“ (noviny, rozhlas, televize, ...), tak média mezi lidmi méně uvažovaná (veletrh, výstavy, kongresy, výkladní skříně, obaly výrobků, billboardy, direct mailing, přednášky, exkurze a další) (Urban, Dubský, Murdza, 2011, str. 48). Definicí pojmu média je spousta pro tuto práci, ale postačí ji zúžit na „tradiční“ média, tzn. televize, noviny a rozhlas. Pod tradičními médii rozumíme sdělování velkého množství informací velkému kvantu lidí, přičemž k jejich šíření dochází bez osobního kontaktu.*

3.6.1 Rozdělení médií

Nejčastěji se setkáváme s členěním médií na masová a specifická, elektronická nebo klasická, horká a chladná.

Pod masovými médii chápeme např. televizi a rozhlas. Jak už plyne z názvu, tedy média, která zasahují velký počet, masu lidí. Pod specifická média řadíme: dresy, výsledkové tabule, sportovní čísla a další, tedy média, která zasáhnou menší skupinu lidí, např. jen účastníky daného zápasu ve sportovní tematice.

Mezi chladná média řadíme noviny, časopisy, obaly a další. Tato média mají omezenou schopnost působení na emoce člověka. Naopak horká média působí na emoce a smysly příjemce intenzivněji. Mezi horká média řadíme televizi, rozhlas nebo i kino, tedy nástroje, kde probíhá nějaká akce.

Posledním dělení je na média elektronická a klasická. Z názvu tedy vyplývá, že mezi elektronická se řadí televize, počítač, rozhlas a mezi klasická tisk, noviny, billboardy (Urban, Dubský, Murdza, 2011).

V této práci se budeme zabývat výhradně televizním médiem, které spadá pod masová média, horká média, ale i elektronická média, a to hlavně Českou televizi. Budeme sledovat vývoj medializace florbalu v období od 1. ledna 2012 až do 31. prosince 2019.

3.6.2 Vztah médií a sportu

Média pomocí zprostředkování sportovních přenosů umožňují lidem pasivní účast. Média také dokáží diváky vzdělávat, ovlivnit jejich názory a vzbudit zájem k vyzkoušení novinek, které vidí v televizi nebo čtou v novinách ve vlastním životě. Zároveň také motivují k vlastní sportovní aktivitě (Slepičková, Jungmanová, 2008).

Sport získává díky mediální spolupráci popularitu u široké veřejnosti, dále pak možnost zisků finančních prostředků za reklamu či sponzoring a v neposlední řadě je to i příjem z vysílacích práv, pokud je sport výrazně populární a díky tomu i sledovaný. Výše sledovanosti pak ovlivňuje i hodnotu televizní reklamy či sponzoringu s tím, že platí přímá úměra (Svoboda, 2007).

Důležitost partnerství mezi sportem a médii, a to především televizními, dokazuje i skutečnost, že se sporty v poslední době přizpůsobují médiím, aby získaly mediální prostor, prostor pro sponzory či finanční prostředky za vysílací práva. Jedná se o změnu

pravidel, hrací doby, aby televize mohla lépe plánovat, ale vznikají i nové disciplíny, které svojí atraktivností mají zvýšit sledovanost či popularitu.

Média na sport nemají jen pozitivní vliv, často je to právě naopak. Na základě zvýšeného zájmu se často upozorňuje na negativní aspekty, různé dopingové kauzy či v poslední době špatné výkony rozhodčích. Tento mediální výstup má potom samozřejmě negativní dopad na popularitu daného sportu. Kauzy pak tyto negativní skutečnosti upřednostní a sport je dostává do pozadí (Burton, 2001).

3.6.3 Sport a sociální síť

V posledních letech můžeme vidět značný nárůst aktivit, a to ať už samotných sportovců nebo sportovních klubů, tak i svazů či federací právě na sociálních sítích. Dnes už většina profesionálních klubů má jako součást svých komunikačních aktivit využívání sociálních sítí. Jako např. svou vlastní internetovou televizi, účty na sociálních platformách, jako je Instagram, Twitter a dalších. Jejich pomocí komunikují nejen se svými fanoušky a sdělují různé informace, ať už přestupy, časy zápasů, soupisky nebo změny ve vedení klubu.

Pozadu nezůstávají ani samotní sportovci, kteří si pomocí sociálních sítí budují a utužují fanouškovskou základnu a utvářejí svůj mediální obraz. Sportovci jsou tedy často poučováni vedením lig, svými kluby, jak se na sociálních sítích chovat, aby se pokud možno vyhnuli různým spekulacím a problémům.

3.6.4 Sport a televize

První sportovní vysílání má své kořeny v roce 1935, kdy byly v německé televizi poprvé vysílány příspěvky týkající se právě sportu. První živé vysílání proběhlo v roce 1936 z XI. letních olympijských her v Berlíně. Československá televize zahájila vysílání v roce 1953 a sportovní přenosy začaly krátce poté. V roce 1956 se poprvé na obrazovce objevily Branky, body, sekundy, které se nepřetržitě vysílají dodnes, ale již pod názvem Branky, body, vteřiny. Pro sportovní zpravodajství je charakteristické jeho zaměření na výsledky sportovních akcí či jejich průběhu, které jsou oblíbené u publika dlouhodobě nebo příležitostně při úspěchu českých sportovců (Jirák, Spitzová – Kôpplová, 2003).

V minulosti byl hlavním zprostředkovatelem sportovních přenosů rozhlas, který v posledních desetiletích nahradila oblíbená televize. Pro sport v televizi je aktuálně z celosvětového hlediska charakteristický přesun z veřejnoprávního vysílání

do soukromých médií, kdy vznikají speciální placené televizní programy určené výhradně na sportovní vysílání. Zaznamenáván je čím dál větší nárůst vysílání na internetu a řada klubů má své vlastní televize, jako jsou např. Sparta TV, Slavia TV a mnoho dalších.

Televizní vysílání je pro sport jedním z hlavních zdrojů příjmů z prodeje televizních práv a přináší to i zvýšení popularity. Během sportovních přenosů se ceny reklamních spotů pohybují v maximálních částkách.

3.6.5 Trojúhelník sportu, médií a sponzoringu

Trojúhelník sportu, médií a sponzoringu, někdy nazýván i sportovním trojúhelníkem, je označení interakce televize, jako masového média, sportu a sponzorů. Spolupráce těchto subjektů sílí od vzniku přímých přenosů v 2. polovině 20. století. Díky tomuto vysílání se sport stal dostupným pro širokou veřejnost, a tedy i pro diváka, který nechce nebo nemůže být přímo na sportovišti (Wenner, 1998).

Tato interakce je výhodná pro všechny zúčastněné strany. Televizním společenstvem přináší zvýšenou sledovanost a se sledovaností spojené finance za reklamní spoty a poplatky placených kanálů. Sportovním celkům či sportu jako celku přináší vyšší popularitu, nárůst fanoušků a členské základny a zvýšený přísun financí. Pro sponzory je výhodou větší zviditelnění jejich práce, produktu či společnosti a možnost nižší investice financí. Vhodně umístěná reklama na sportovišti je totiž levnější než půlminutový spot v televizním vysílání (Wenner, 1998).

3.6.6 Mediální ukazatelé

Existuje celá řada mediálních ukazatelů, které slouží k určení sledovanosti daného média. K vytvoření mediální analýzy v této bakalářské práci budeme potřebovat tyto čtyři televizní ukazatele, které si hned vysvětlíme:

RATING (míra sledovanosti) je procentuální část cílové skupiny sledující médium, program nebo spot v určitém časovém úseku. Uvádí se v procentech (ATO, 2019).

RATING V TISÍCÍCH (Rating 000) je odhad průměrného počtu osob z cílové skupiny v populaci, které živě sledovaly průměrnou sekundu daného časového úseku televizního vysílání na daném kanálu. Udává se v tisících (ATO, 2019).

SHARE (podíl na trhu) je podíl živé sledovanosti daného kanálu na celkové sledovanosti v daném časovém úseku. Udává se v procentech. Share všech televizních kanálů v daném časovém úseku je 100 % (ATO, 2019).

REACH (zásah) je podíl osob z cílové skupiny, které strávily živým sledováním daného časového úseku alespoň jistou předem stanovenou minimální dobu. Může být stanovena absolutně (např. 3 min) nebo jako poměrná část z délky časového úseku (např. 30 %) (ATO, 2019).

Česká televize má reach stanovený jako počet osob, které zůstaly u přenosu alespoň 3 souvislé minuty.

V rámci výzkumu vývoje medializace florbalu v České televizi je v plánu použití některých z těchto ukazatelů, a to hlavně rating v tisících, share a reach. Tyto ukazatele budou použity k ukázání průměrné sledovanosti na jeden přenos z florbalového utkání.

3.7 Česká televize

Česká televize (ČT) byla zřízena k 1. lednu 1992 zákonem o České televizi jako televize veřejné služby. Základní majetek byl převeden z Československé televize. Česká televize je samostatný subjekt, který je nezávislý na státním rozpočtu.

Hlavním úkolem je (dle zákona o ČT) poskytovat veřejnou službu tvorbou a šířením televizních programů a dalšího multimediálního obsahu. Obsah, který televize poskytuje, by měl být objektivní, ověřený, vyvážený a všestranný a měl by přispívat ke svobodnému vytváření názorů obyvatel. Programy České televize by měly oslovovat všechny skupiny veřejnosti bez ohledu na národnost, sociální postavení, kulturu, víru, věk a pohlaví. Česká televize má i další úkoly, mezi které patří pořizování zvukových a obrazových záznamů, nakupování licencí od nositelů práv, výzkum sledovanosti mediálního trhu, vytváření archivních fondů, analýza diváckých ohlasů, podpora české filmové tvorby a spolupráce s významnými kulturními, uměleckými a charitativními organizacemi. Česká televize provozuje i podnikatelskou činnost, která však nesmí být v rozporu s jejími úkoly a povinnostmi (Česká televize, 2019).

Obrázek 4: Česká televize



Zdroj: <https://www.ceskatelevize.cz>

Statutárním orgánem je generální ředitel, který je jmenován Radou České televize na šestileté období. Historicky prvním generálním ředitelem České televize byl Ivo Mathé, současným ředitelem je již druhé funkční období Petr Dvořák. Nejvyšší management dále tvoří finanční ředitel, ředitel techniky a provozu, ředitel programu, ředitel vývoje pořadů a programových formátů, ředitel výroby, ředitel zpravodajství, ředitel marketingu, ředitel korporátních vztahů a komunikace a ředitelé televizních studií v Brně a Ostravě. Česká televize má 2970 zaměstnanců (Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2018, str. 16, 2019).

Kontrolním orgánem je Rada České televize, která se skládá z 15 členů volených Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR na 6 let s dvouletou obměnou jedné třetiny členů. Vedle oddělení managementu, výroby, marketingu atd. nalezneme v ČT i redakci aktuální publicistiky, zpravodajství a redakci sportu (Česká televize, 2019).

Česká televize je financována pomocí televizních poplatků, které jsou rozhodujícím zdrojem příjmů. Výše televizního poplatku činí 135 Kč (s platností od 1. 1. 2008). Doplnkovým zdrojem je zákonem vymezená podnikatelská činnost, tedy například reklama a sponzoring. Výnosy z reklamy na ČT2 směřují do Státního fondu kultury České republiky, výnosy z reklamy na ČT sport jsou určeny pro výrobu a vysílání pořadů se sportovní tematikou (Česká televize, 2019).

Česká televize vysílá plnoformátové programy ČT1 a ČT2, zpravodajský program ČT24, sportovní ČT sport, dětský ČT: D a kulturní ČT art.

Obrázek 5: Programy



Zdroj: <https://www.ceskatelevize.cz>

Českou televizi vnímám jako důležitý mediální subjekt současné doby. Její veřejnoprávní podstata dává prostor vyváženému vysílání ve všech zájmech svého vysílání.

V oblasti sportu lze říci, že na jedné straně zajišťuje a zprostředkovává vysílání významných celospolečenských sportovních událostí a na straně druhé dává prostor méně sledovaným sportům, které ze své podstaty či členské základny patří mezi sporty menší či malé. Ve vysílání se pravidelně objevují i pořady se zaměřením na děti, mládež, studenty, seniory či handicapované sportovce.

Díky faktu, že Česká televize poskytuje pravidelný prostor sportům s menší diváckou sledovaností, dává šanci těmto sportům získávat nové členy, sponzory, tedy propagovat je. V dnešní době se mezi tyto sporty řadí tradiční či historické jako například volejbal, basketbal, házená či nové, jako jsou například florbal či futsal. Tyto sporty fungují na diváky v případě účasti národního týmu na evropském či světovém šampionátu.

3.7.1 Redakce sportu

Redakce sportu funguje již od dob Československé televize, vznikla na přelomu února a března roku 1956, jejím prvním šéfredaktorem se stal Miroslav Hladký. Redakce zajišťuje sportovní zpravodajství na všech kanálech České televize. Po vzniku samostatného sportovního kanálu ČT sport v roce 2006, byl sportovní obsah postupně převáděn na tento specializovaný program. Úplný převod veškerého sportovního vysílání na kanál ČT sport nastal na přelomu let 2010/2011 kdy penetrace dosáhla více jak 80 %. Ve výjimečných případech se sportovní obsah vysílá i na programu ČT2. Hlavní náplní redakce programu ČT sport je výroba přímých přenosů, pravidelných zpravodajských relací, publicistických formátů nebo magazínů. ČT sport odvysílal v roce 2018 na 5227 premiérových pořadů, tzn. 4508 hodin premiérového vysílání (Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2018, str. 44, 2019).

3.7.2 ČT Sport

ČT4, později ČT sport je sportovním kanálem ČT, který byl spuštěn 10. února 2006 před startem olympijských her v italském Turíně. Vznik dalšího kanálu přispěl k většímu prostoru pro sportovní přenosy na obrazovkách ČT. Kanál od roku 2008 vysílá 24 hodin denně a od roku 2010 přebírá veškeré sportovní vysílání. Od roku 2010 je program ČT sport v organizační skupině samostatně a zodpovídá za něj výkonný ředitel, pod něhož spadá i redakce sportu. Hlavní náplní ČT sport je vysílání především českého sportu, sportu s účastí českých sportovců, mapování tzv. „české stopy ve světě sportu“ a vysílání významných celosvětových událostí, jako jsou olympijské hry, mistrovství světa či mistrovství Evropy. Vedle oblíbených sportů a velkých sportovních akcí dostávají na programu ČT sport větší prostor i sporty divácky méně sledované (Česká televize, 2019).

4. METODIKA PRÁCE

V rámci kapitoly metodika práce jsou popsány jednotlivé kroky, které byly učiněny k dosažení cílů této bakalářské práce. Popisuje volbu jednotlivých technik sběru dat a také postup při sestavení dotazníku a určení základního vzorku.

4.1 Marketingový výzkum

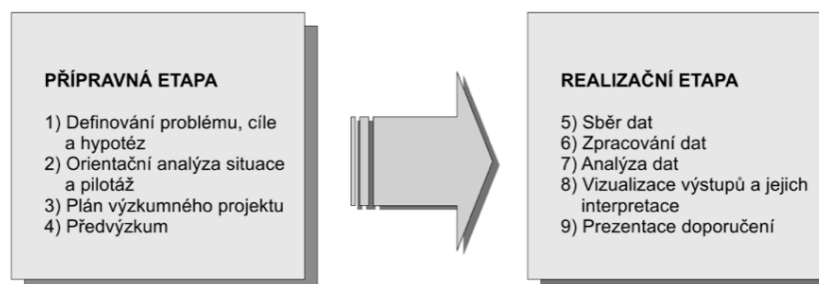
„Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí“ (Kotler, 2001, str. 116).

Marketingový výzkum je nástroj, který nám přináší data pro vhodná a včasná rozhodnutí a umožňuje se co nejlépe vyhnout rozhodnutím méně vhodným. Díky výsledkům, jež vyplývají z výzkumu, jsme schopni rozpoznat požadavky a potřeby potenciálních zákazníků. Marketingový výzkum v sobě zahrnuje několik dalších vědních disciplín, mezi které patří například statistika, matematika, informatika, psychologie a další. V průběhu marketingového výzkumu můžeme zkoumat celý trh nebo jen jeho část, dále pak například konkurenci, zahraniční trh, image či medializaci, která slouží k vytváření obrazu diváků na danou službu či produkt.

4.2 Proces marketingového výzkumu

Proces každého výzkumu se skládá ze dvou etap, které na sebe navazují. Jedná se o etapu přípravy výzkumu a etapu realizace výzkumu. Každá etapa sestává z odlišného množství několika po sobě následujících kroků, jejichž podoba se mění podle typu a cíle výzkumu.

Obrázek 6: Proces marketingového výzkumu



Zdroj: Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011 (str. 73)

4.2.1 Definování zkoumaného problému

„Abychom předešli některým nedostatkům, musíme být pečliví v přípravné etapě celého procesu. Zvláštní pozornost v rámci této etapy potřebuje správné definování problému, které představuje hlavní předpoklad úspěšnosti realizace výzkumu a získání relevantních výsledků“ (Kozel, 2006, str. 71).

Jak lze z předchozího textu pochopit, je nejdůležitější co nejpřesněji definovat výzkumný problém a stanovit cíl práce. Výzkumný problém představuje vývoj medializace florbalu v České televizi. Cíl byl stanoven v kapitole 2, následně byl rozpracován do dílčích cílů.

4.2.2 Zdroje dat

V marketingovém výzkumu rozdělujeme data do dvou základních kategorií. Jsou to kategorie dat primárních a dat sekundárních. Rozdíl mezi nimi je v účelu jejich získávání (Příbová, 1996).

V této práci jsou použita jak primární, tak sekundární data. Nejdříve se zaměříme na sekundární, která poslouží ke zjištění vývoje medializace florbalu. Následně jsou použita primární data z rozhovorů a z dotazníku.

4.2.3 Metody a techniky sběru dat

Ke shromáždění dat existuje velké množství způsobů, které nazýváme metody a techniky sběru dat. Obvykle rozlišujeme metody kvantitativní a kvalitativní. Kvalitativní metody se používají s mnohem menším vzorkem a slouží k prohloubení výsledků nebo k získání specifických dat (Hendl, 2005).

V práci jsou použity jak kvantitativní, tak kvalitativní metody. V první fázi je použita kvantitativní metoda, a to obsahová analýza, ke zjištění vývoje medializace florbalu v České televizi. Následně jsou použity kvalitativní metody – rozhovory se zaměstnanci České televize. Jako poslední bude využit dotazník ke zjištění, jak tento vývoj vnímá výkonný výbor českého florbalu a zástupci klubů Superligy florbalu.

4.3 Průběh výzkumu

Výzkum v této bakalářské práci je rozdělen do tří etap. Nejprve se provede analýza dat poskytnutých Českou televizí. Následovat budou rozhovory vyplývající z těchto dat a na závěr bude použito elektronické dotazování.

4.3.1 První etapa výzkumu

V této fázi se za použití obsahové analýzy budou zkoumat sekundární data poskytnutá Českou televizí. Obsahová analýza poslouží ke zjištění vývoje medializace florbalu v České televizi za období mezi 1. lednem 2012 až 31. prosincem 2019, tedy vývoj v průběhu sedmi let.

4.3.1.1 Obsahová analýza

Obsahová analýza patří mezi sociologické metody, ale vzhledem k jejímu velkému využití v rámci mediálního výzkumu se tato metoda dá považovat za sociologicko-marketingovou metodu.

Patří mezi nejpoužívanější metody ke zkoumání mediálního obsahu. Předpokladem analyzovaných obsahů je jejich jednoznačný význam (Punch, 2008).

Vychází z metod kvantifikace a měření a zkoumá předem vymezené znaky. Typický je vysoký stupeň ověřitelnosti. Podstatné je výzkumné téma operacionalizovat, šetření dobře naplánovat, ověřit zvolené metody a vhodně vyložit výsledky a vyhodnocení. Výsledkem je následný kvantifikovaný popis mediálních obsahů, který se dá přehledně zavést do grafů a tabulek (Schultz, 2004).

Obsahová analýza je použita ke zjištění vývoje medializace florbalu v České televizi, a to hlavně na programu ČT sport. V rámci analýzy byl sledován počet odvysílaných hodin florbalu jako celku za jednotlivé roky, dále pak rozdělen na jednotlivé soutěže či reprezentace a v rámci toho zjištěn počet hodin a jejich sledovanost. Byly zjištěny i časy vysílání a dny, kdy se florbal dostává na obrazovky České televize.

4.3.2 Druhá etapa výzkumu

Po zjištění vývoje medializace byly stanoveny otázky na zástupce vysílání ČT sport. V této fázi byla použita primární data na základě kvalitativního výzkumu, a to přesněji formou rozhovoru. Tyto otázky byly stanoveny ke zjištění různých výkyvů v rámci vysílání a jejich objasnění. Otázky, které byly pokládány v rámci rozhovorů, budou přiložené v příloze č. 2.

4.3.2.1 Strukturovaný rozhovor

Strukturované rozhovory byly provedeny se zaměstnanci České televize, přesněji s Romanem Hozákem (vedoucí domácích operací) a Josefem Kondračinem (vedoucí

plánování skladby programu). Rozhovory nebyly dlouhé, ale posloužily k zjištění důvodů zařazování florbalu do vysílání České televize a také toho, zda existují nějaká pravidla k vysílání florbalu.

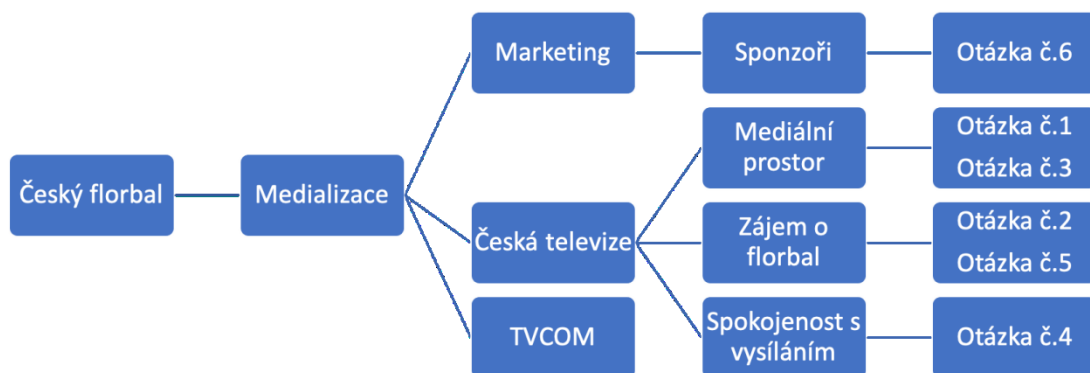
4.3.3 Třetí etapa výzkumu

V rámci třetí fáze budou opět použita primární data, která byla získána pomocí elektrického dotazování. Dotazník byl rozeslán formou e-mailu, jednotlivým členům výkonného výboru Českého florbalu a zástupcům jednotlivých klubů Superligy florbalu. V rámci dotazníku je nejprve nutné stanovit operacionalizaci a určení vzorku.

4.3.3.1 Operacionalizace

Před samotnou tvorbou dotazníku a konstrukcí otázek byla vytvořena operacionalizace (viz obrázek 7). S její pomocí byl výzkumný problém rozložen na několik dílčích složek. Z těchto složek byl získán seznam informací, které je třeba si od respondentů nechat zodpovědět. Vzhledem k cílům této práce byl okruh otázek zúžen jen na medializaci pomocí České televize a z toho byl zjištěn hlavní okruh zájmu, a to mediální prostor, zájem o florbal a spokojenost s vysíláním.

Obrázek 7: Operacionalizace dotazníku



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4 Výběr vzorku respondentů

Určit velikost vzorku je problematické. Jsou na to dva úhly pohledu. Z ekonomického hlediska je pro nás hlavní minimalizovat náklady, to by ale znamenalo co možná nejmenší vzorek. Pak je tu ještě marketingový pohled na určení vzorku, z jehož pohledu je ideální mít pro co nejlepší výsledek co největší možný vzorek.

Nejprve je důležité si určit cílovou skupinu. Následně se zvolí techniky výběru vzorku, tedy zda výběr provedeme náhodným či uvědoměným výběrem. Jako poslední se určí velikost vzorku, tedy kolika osob se budeme dotazovat (Kozel, 2006).

Výzkum vývoje medializace florbalu v České televizi probíhal pro program ČT sport a sledované období bylo od 1. ledna 2012 do 31. prosince 2019. V rámci dotazníku byli za cílovou skupinu zvoleni zástupci výkonného výboru českého florbalu a jednotlivých klubů nejvyšší české soutěže mužů ve florbalu – Superlize florbalu. Celkový oslovený vzorek představoval 10 jednotlivců z výkonného výboru a 14 lidí za jednotlivé kluby, tedy 24 možných odpovědí.

4.5 Sestavení dotazníku

Na základě operacionalizace bylo stanoveno 6 otázek, které byly v zájmu výzkumu. Všechny otázky jsou zaměřeny na prostor věnovaný florbalu, jaký je zájem o florbal ze strany České televize, jaká spokojenost panuje s medializací florbalu nebo jestli díky medializaci je zvýšený zájem ze strany sponzorů. Validita dotazníku byla zajištěna pomocí konzultací se zaměstnanci ČT sport. Dotazník byl rozeslán pomocí Google formuláře. Celý dotazník je uveden v příloze č. 3.

4.6 Analýza dat

Zde je hlavním cílem dosažení závěru ze získaných dat. Jde o třídění získaných dat a zjištění četnosti veličin. Dobré je použití statistických metod a prověřit validitu a reabilitu (Kotler, 2001).

V rámci obsahové analýzy byl k tvorbě jednotlivých grafů a tabulek využit program MS Excel. Pro zpracování elektronického dotazníku byl využit Google formulář, který získaná data automaticky zaznamená a rozdělí do grafů, jež je následně možné převést do programu MS Excel.

5. VÝVOJ MEDIALIZACE FLORBALU V ČESKÉ TELEVIZI

5.1 Počátky florbalu v České televizi do roku 2012

Již od samotných počátků florbalu v České republice se objevovaly na obrazovkách České televize krátké reportáže, např. z ligových turnajů či mezinárodního turnaje Czech Open.

Milníkem pro florbal se stala dohoda mezi Českou florbalovou unií a Českou televizí z přelomu let 2001–2002, kdy se rozhodlo o zkušebním vysílání první ligy mužů ve florbalu. Z utkání byl prostřednictvím České televize odvysílán padesátiminutový záznam na programu ČT2. Zápas měl i velmi zajímavou komentátorskou dvojici, a to Robert Záruba a Filip Šuman, jeden z nejnámějších sportovních komentátorů v České republice a prezident České florbalové unie. Florbal se dále začal objevovat i ve zpravodajských relacích, jako jsou Branky, body a vteřiny. Česká televize připravila i 30minutový pořad toho nejdůležitějšího z mistrovství světa mužů 2002 ve Finsku.

Florbal se začínal objevovat i v dalších pořadech, např. v pořadu Dobré ráno, kde byl florbalový zástupce schopen odprezentovat mezinárodní turnaj Czech Open, nadále se reportáže objevovaly v Brankách, bodech a vteřinách či dalších pořadech, jako byly Sportovní ozvěny nebo Sportovní odpoledne. V rámci Studia sport byl poprvé odvysílán hodinový záznam utkání mezi Tatranem Střešovice a havířovským Pegresem, který se konal 15. září 2002.

Florbal kvůli své nízké popularitě neměl velkou vyjednávací sílu, a tak se musel smířit i s nevýhodnými vysílacími časy a dny. Zpočátku zápasil i s absencí hal, ve kterých bylo možné pořádat televizní utkání, a tak se většina přenosů konala z hal na Spartě a na Vinohradech. Česká televize nechyběla u Poháru mistrů evropských zemí, který se konal právě v Praze v roce 2003, a odvysílala z něj nejdůležitější okamžiky turnaje.

Od ledna 2003 se začal vysílat pořad F-MAGAZÍN, pořad zaměřený na sporty s rostoucí popularitou, a to futsal a florbal. Pořad byl na programu každé druhé pondělí v měsíci v 19:40 a reprízován byl v ranních hodinách následujícího dne. Stopáž pořadu se pohybovala kolem 15 minut.

Na obrazovkách České televize se objevovaly záznamy i v dalších letech a nechyběly ani sestřihy či zpravodajské reportáže z významných florbalových akcí. Se vznikem

sportovního kanálu České televize ČT sport v roce 2006, měl růst prostor méně medializovaných sportů, mezi něž patřil i florbal. Historicky prvním přímým přenosem z mužské ligy se stal zápas 5. března 2006, který se odehrál mezi FBC Pepino Ostrava a hostujícími Kappa team SSK future. Utkání bylo na programu v 10 hodin dopoledne a následovně reprízováno odpoledne v rámci Studia sport. Od té doby se florbal stal součástí programu ČT sport a každoročně se vysílají zápasy z nejvyšší soutěže mužů, dále pak z ženské extraligy, českého poháru, reprezentačních týmů, evropských pohárů a do roku 2015 z turnaje Czech Open. Prvním utkáním odvysílaným ve vysokém rozlišení (high-definition, HD) se odehrálo 17. března 2013, a to mezi x3m team SSK Futer a Tatran Omlux Střešovice. HD rozlišení se začalo ve florbalu uplatňovat až od roku 2018, od té doby jsou veškeré přenosy v nejvyšším možném rozlišení.

5.2 Obsahová analýza vysílání florbalu na programu ČT sport v letech 2012–2019

V daném sledovaném období mezi lety 2012–2019 jsem zjišťoval, kolik času bylo věnováno florbalu ve vysílání ČT sport. Česká televize při střetu vysílání divácky velice zajímavých pořadů ve stejný čas zařazuje sportovní program i na program ČT2. Jelikož žádný z pořadů týkajících se mé bakalářské práce nebyl na programu ČT2, moje práce sleduje pouze program ČT sport.

Česká televize zařazuje na program ČT2 pouze pořady se zvýšeným diváckým zájmem, a to pouze za předpokladu, že jsou v přímé kolizi s přímým přenosem na programu ČT sport, který má nižší divácký zásah.

Čas, který byl věnován florbalu, jsem se dále snažil rozdělit na jednotlivé pořady dle druhu a obsahu. Analyzován byl volně dostupný elektronický televizní program. Pro dobrou přehlednost je diskuze uvedena přímo pod tabulkami a grafy. V tabulkách s premiérovými přenosy, tedy v tabulkách 5, 8, 13, 15, 17, 19 a 21 byl ke zjištění průměrného ratingu v tisících využit aritmetický průměr.

5.2.1 Programové složení ČT sport

V tabulce 1 vidíme počet odvysílaných hodin premiér (přímé přenosy + premiérové záznamy) a repríz ve vysílání ČT sport, a to ve sledovaném období od 1. ledna 2012 do 31. prosince 2019. Sportovní program České televize ČT sport vysílá v 24hodinovém režimu po celý rok.

Tabulka 1: Podíl premiér a repríz ve vysílání ČT sport

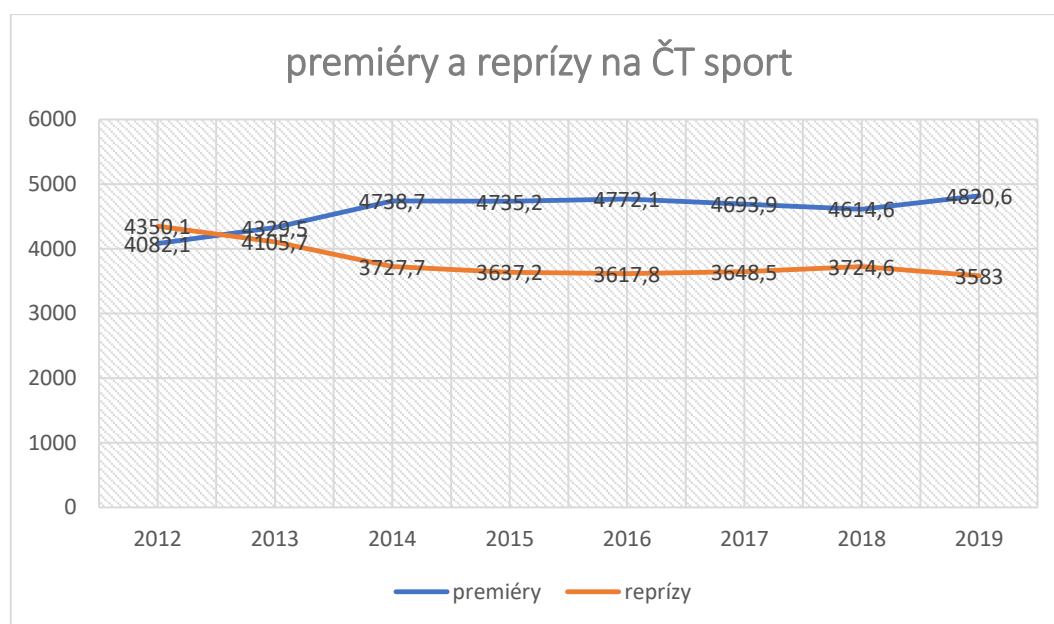
roky	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry (v hodinách)	4082,1	4329,5	4738,7	4735,2	4772,1	4693,9	4614,6	4820,6
premiéry (v %)	48,9 %	51,3 %	56,0 %	56,6 %	56,9 %	56,3 %	55,3 %	57,4 %
reprízy (v hodinách)	4350,1	4105,7	3727,7	3637,2	3617,8	3648,5	3724,6	3583
reprízy (v %)	52,1 %	48,7 %	44,0 %	43,4 %	43,1 %	43,7 %	44,7 %	42,6 %
celkový čas pořadů	8342,2	8435,1	8466,4	8372,4	8389,9	8342,4	8339,2	8403,6
Celkový vysílací čas	8784	8760	8760	8760	8784	8760	8760	8760
Rozdíl	441,8	324,9	293,6	387,6	394,1	417,6	420,8	356,4

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Jak můžeme vidět z posledních tří řádků, kde máme uveden nejprve celkový čas pořadů za daný sledovaný rok, poté celkový vysílací čas a nakonec rozdíl, který nám uvádí, že každý rok nám zbývá několik set hodin vysílacího času. V těchto zbývajících hodinách se na programu ČT sport vysílá self promotion (sebepropagace), sponzoring a reklama, mini pořady (např. Besip, přechod na DVBT-2) a Edice ČT. Reklama se na ČT sport může vysílat jen celkově 7 minut denně.

Graf 1 souvisí s tabulkou 1 a ukazuje nám vývoj odvysílaných hodin premiér a repríz za roky 2012–2019.

Graf 1: Premiéry a reprízy ve vysílání ČT sport



Zdroj: vlastní zpracování dle databáze odvysílaných pořadů České televize

Z tabulky 1 a grafu 1 vyplývá, že počet premiérových odvysílaných hodin, tedy přímých přenosů (PP) a premiérových záznamů (PZ) je od roku 2013 větší než počet hodin repríz, zatímco v roce 2012 byl počet hodin repríz větší. ČT sport jakožto sportovní program se zaměřuje na co nejvíce premiérových pořadů (PP+PZ), jelikož se jedná o pořady nejvíce divácky atraktivní. Reprízové vysílání se uplatňuje nejčastěji v pozdních večerních hodinách a v ranních (dopoledních) hodinách pro vyplnění vysílacího prostoru.

5.2.2 Celkový prostor věnovaný florbalu

Tabulka 2 ukazuje, kolik prostoru měl florbal ve vysílání ČT sport za jednotlivé roky. Jednotlivé časy v tabulce 2 jsou uváděny v hodinách a přepočteny na procenta vyjadřující podíl z celkového vysílacího času.

Tabulka 2: Celkový prostor věnovaný florbalu

rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	celkem v letech 2012–2019
prostor florbalu (v hodinách)	138,5	201,9	203,3	171,1	200,7	220,7	250,9	177,9	1565,1
prostor florbalu (v %)	1,7 %	2,4 %	2,4 %	2,0 %	2,4 %	2,6 %	3,0 %	2,1 %	2,3 %
vysílací prostor	8342,2	8435,1	8466,4	8372,4	8389,9	8342,4	8339,2	8403,6	67091,2

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Jako základní vysílací prostor jsem si stanovil počet hodin věnovaných jen sportovním pořadům na programu ČT sport, tedy bez self promotion, reklamy a sponzoringu.

Zde je patrné, že nejmenší prostor byl florbalu věnován v roce 2012, naopak největšího prostoru se mu dostalo v roce 2018, kdy se konalo domácí MS mužů v Praze.

ČT sport má ve smlouvě uzavřené s Českou florbalovou unií a IFF (Mezinárodní florbalová federace) stanovené, že v rámci MS mužů musí vysílat i zápasy s nečeskou účastí. Tohle nařízení je patrné v sudých letech, kdy se MS mužů odehrává. Je tak patrné, že sudé roky mají pravidelně větší prostor ve vysílání.

Na rozdíl od toho si lze všimnout, že v lichých letech je vysílací prostor florbalu menší, a to i vzhledem k tomu, že z MS žen odvysílávají jen zápasy s českou účastí a medailové zápasy. Výjimku v tomto ohledu tvoří rok 2017, kdy měla Česká televize prostor ve vysílání, a tak odvysílala větší množství zápasů z MS žen na Slovensku.

Průměrný čas věnovaný florbalu ve sledovaném období je 2,3 % z celkového vysílacího prostoru ČT sport za rok.

Následující tabulka 3 nám ukazuje programové zastoupení ve vysílání florbalu na kanále ČT sport.

Tabulka 3: Programové zastoupení ve vysílání florbalu (v hodinách)

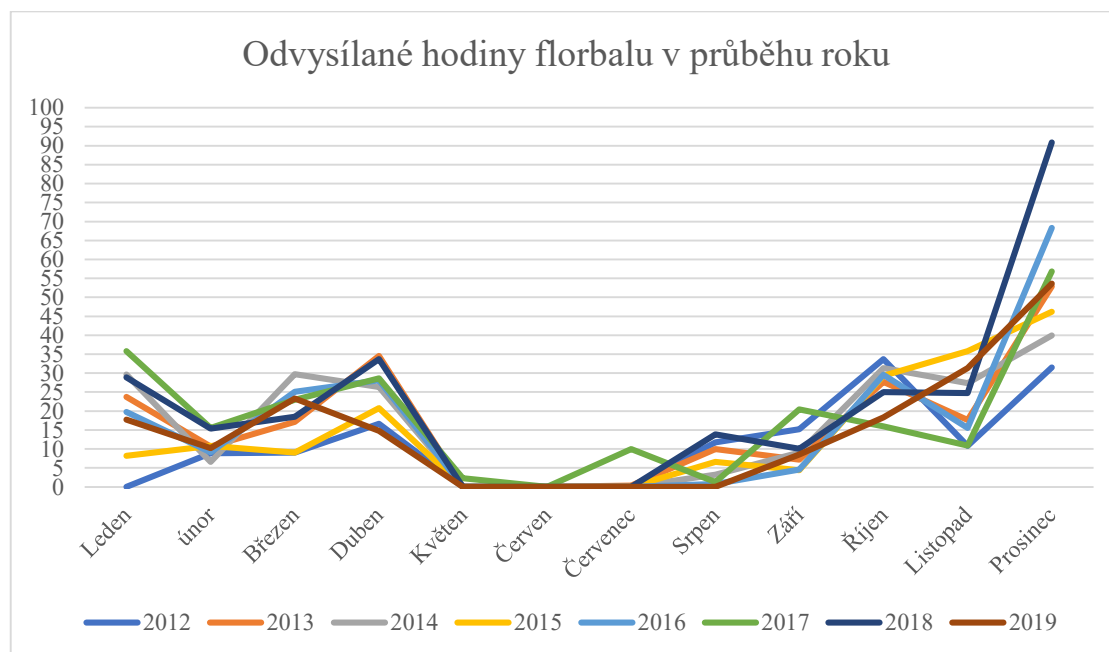
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
přímý přenos	58,7	91,7	84,6	87,3	80,5	101,9	111,8	85,1
premiérový záznam	5,4	18,9	22,2	21,3	8,6	11,3	9,4	8,9
přenosy utkání celkově	64,1	110,6	106,8	108,6	89,1	113,2	122,2	94,0
reprízy	71,6	81,8	91	62,5	109,3	105,3	123,9	81,8
reportáže / pořady	2,8	9,5	5,5	0,0	2,3	2,2	5,8	2,1
celkem	138,5	201,9	203,3	171,1	200,7	220,7	250,9	177,9

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulky 3 je patrná převaha přímých přenosů nad premiérovými záznamy z utkání, i když číslo záznamů mělo zpočátku tendenci růst, ale od roku 2016 nám opět začíná klesat. Mezi premiérové záznamy bereme přenosy, které se poprvé vysílají. Poměrně vysoká čísla repríz jsou dána monetizací nákladů vložených do výroby přenosu.

Na grafu 2 je možnost vidět odvysílané hodiny florbalu v průběhu roku.

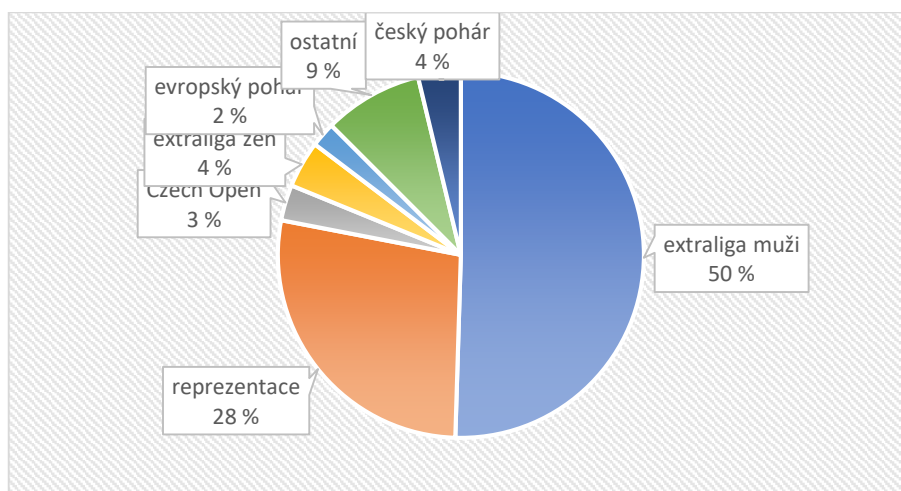
Graf 2: Odvysílané hodiny florbalu v průběhu roku



Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012-2019

Z grafu 2 lze vyčíst sezónnost ve vysílání florbalu. Florbal je vysílán především v březnu a dubnu, kdy jsou na programu play off zápasy nejvyšší soutěže mužů, dále pak v říjnu, kdy začínají ligové soutěže, a také ke konci roku, kdy se konají střídavě MS mužů a žen. Florbal je minimálně vysílán v období měsíců května, června a července, kdy se nehraje liga a ČT sport nevysílá ani Czech Open. Jedinou výjimku zde tvoří rok 2017, kdy vznikla dohoda mezi Českou televizí na jedné straně a na druhé Českým olympijským výborem a Mezinárodním olympijským výborem s tím, že ČT sport může odvysílat přenosy ze Světových her 2017 v Polsku. Největší počet odvysílaných hodin byl v prosinci 2018, kdy se konalo domácí MS mužů v Praze.

Graf 3: Zastoupení soutěží ve vysílání ČT sport 2012–2019



Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Na grafu 3 můžeme vidět, že téměř veškerý prostor ve vysílání je věnován nejvyšší florbalové soutěži mužů (50 %) a dále pak reprezentaci (28 %). Velký prostor dostaly i ostatní pořady, mezi něž jsem zařadil pořady jako Sport v regionech, Florbalovou desítku, tiskové konference, Žijeme sportem a další pořady týkající se florbalu. Nejmenší prostor je věnován extralize žen, evropskému poháru a Czech Open. Evropský pohár a Czech Open Česká televize od roku 2015 resp. 2016 nevysílá formou přímých přenosů a záznamů, má jen reportáže ve zpravodajství.

5.2.3 Struktura publika florbalu 2017–2019

Pro účely srovnání s dalšími sporty je potřeba si stanovit aktuální strukturu diváků sledujících florbal na obrazovkách ČT sport (příloha č. 4).

Florbal jako takový sledují převážně muži (69,1 %), a to zejména starší – přes 48 % diváků starších než 55 let, což je v porovnání s ostatními sporty, jako jsou házená, basketbal a volejbal, menší procentuální číslo. Florbal má největší zastoupení ze sportů u diváků do 34 let, tato věková skupina tvoří přes 20 % diváků.

U Superligy florbalu neboli nejvyšší soutěže mužů se struktura diváka o trochu liší. I zde je převaha mužů (67,5 %), ale v porovnání s celkovým průměrem florbalu je zde patrné, že Superliga florbalu je zajímavější pro ženskou část publika, která zde představuje 32,5 %. Zde je i pokles diváků starších 55 let, kdy podíl na publiku v této kategorii je 41,8 %. Naopak ještě více mladých sleduje nejvyšší soutěž mužů, kdy diváci do 34 let tvoří 23 %.

5.2.4 Superliga florbalu

Následující tabulky 4 a 5 ukazují vývoj nejvyšší české soutěže mužů ve vysílání ČT sport. Zastoupení přímých přenosů a repríz, dále pak počty přenosů ze základní části a play off v jednotlivých letech a průměrný rating v tisících (viz str. 20). Česká nejvyšší soutěž mužů změnila mezi lety 2012–2019 třikrát svůj název (viz str. 15). V této práci bude tato soutěž uváděna pod nejnovějším názvem Superliga florbalu.

Tabulka 4: Superliga florbalu (v hodinách)

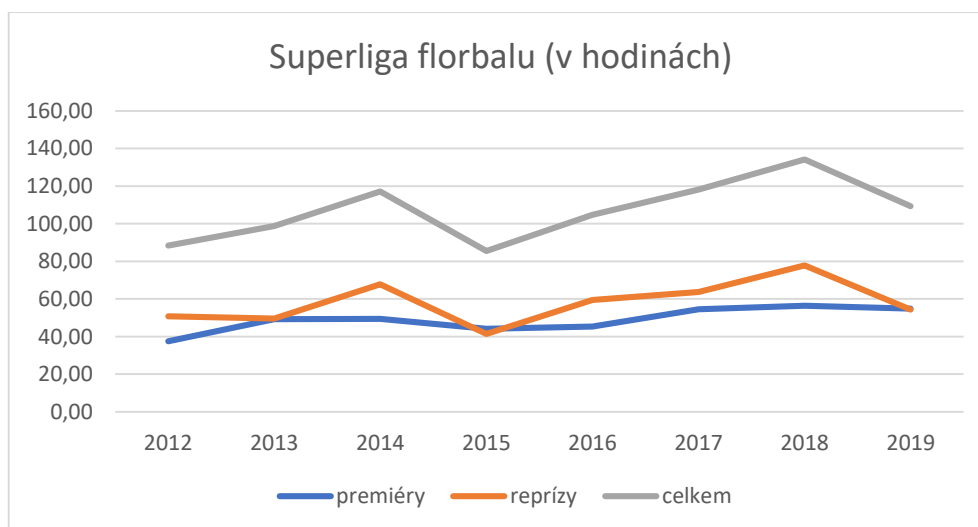
Superliga florbalu								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	37,6	49,2	49,4	44,1	45,4	54,5	56,4	54,8
reprízy	50,8	49,6	67,8	41,5	59,4	63,7	77,8	54,5
celkem	88,4	98,8	117,2	85,6	104,8	118,2	134,2	109,3

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

V tabulce 4 lze vidět, že s výjimkou let 2012 a 2015 se česká nejvyšší soutěž mužů dostává pravidelně přes 45 hodin premiérového vysílání za rok. Můžeme si dále všimnout, že od roku 2017 se nejvyšší soutěž mužů dostává přes 54 hodin premiérových pořadů za rok. Vysoká čísla repríz lze přičítat monetizaci nákladů ze strany České televize vložených do výroby těchto přenosů.

Tabulka 4 je přenesena do grafu 4, kde vidíme vývoj vysílaných hodin Superligy florbalu mezi lety 2012 až 2019.

Graf 4: Vývoj hodin Superligy florbalu



Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

V tabulce 5 jsou zaznamenány jen premiérové přenosy (přímé přenosy + premiérové záznamy), rozložené na přenosy ze základní části a play off. Dále je zde zaznamenaná sledovanost těchto pořadů, přepočtená v průměru na jedno utkání. Prvotním plánem bylo zaznamenání průměrné hodnoty share a reach. Jelikož se tyto průměry ale vypočítávají pomocí unikátního softwaru, neměl jsem k těmto hodnotám přístup. Nakonec tedy z prvotních ukazatelů zůstal jen průměrný rating v tisících.

Tabulka 5: Premiérové přenosy Superligy florbalu

Superliga florbalu										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Základní část	počet přenosů	13	15	13	12	11	17	16	17	14
	Ø rating 000	25	22	15	15	15	13	14	17	17
Play off	počet přenosů	4	7	9	9	10	9	9	7	8
	Ø rating 000	35	26	21	34	26	22	20	23	26
Celkem	počet přenosů	17	22	22	21	21	26	25	24	22
	Ø rating 000	30	24	18	25	21	18	17	20	21

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulky 5 je patrné, že častěji vysílané pořady ze základní části nemají tak velký rating v tisících. V průměru je ze základní části vysíláno 14 zápasů ročně s průměrným ratingem v tisících na hodnotě kolem 17. Můžeme vidět, že nám průměrný rating 000 v průběhu let klesá. Z tabulky 5 jsou dále vidět play off zápasy, které se vysílají v menším množství, ale mají vyšší průměrný rating v tisících.

Dále můžeme vyčíst i celková čísla. Každoročně je z české nejvyšší soutěže odvysíláno v průměru 22 zápasů. Nejmenší počet byl v roce 2012, což se shoduje i s tabulkou 4, kde je vidět nejmenší prostor pro Superligu florbalu za sledované roky. Průměrný rating v tisících nám činí 21, i u něj je vidět, že v průběhu sledovaného období klesá.

V následující tabulce 6 a grafu 5 je možné vidět zastoupení jednotlivých týmů v televizních zápasech z české nejvyšší soutěže mužů, a to za sledované roky tedy 2012–2019. Do tabulky 6 byly zahrnuty všechny týmy, které se mezi roky 2012–2019 zúčastnily nejvyšší mužské soutěže. Tmavě zvýrazněné týmy jsou družstva, která v aktuální sezoně 2019/2020 nehrají nejvyšší mužskou soutěž.

Tabulka 6: Zastoupení týmů v televizních zápasech ze Superligy florbalu

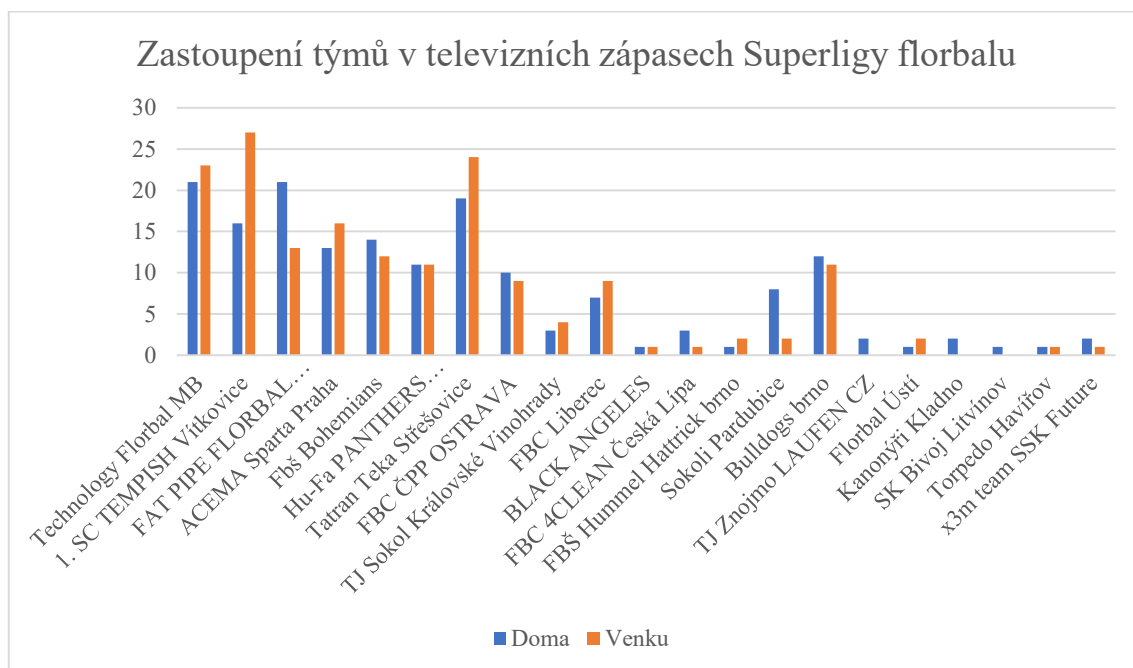
Zastoupení týmů v televizních zápasech								
tým	2012 tv zápasů	2013 tv zápasů	2014 tv zápasů	2015 tv zápasů	2016 tv zápasů	2017 tv zápasů	2018 tv zápasů	2019 tv zápasů
Technology Florbal MB	3	5	6	5	8	5	6	6
1. SC TEMPISH Vítkovice	5	6	6	8	6	4	4	4
FAT PIPE FLORBAL CHODOV	0	0	0	3	0	4	4	6
ACEMA Sparta Praha	1	1	5	1	2	3	10	6
Fbš Bohemians	2	2	2	4	3	5	4	4
Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE	3	1	5	1	3	2	4	3
Tatran Teka Střešovice	5	10	6	7	4	7	2	2
FBC ČPP OSTRAVA	4	3	1	2	2	3	2	2
TJ Sokol Královské Vinohrady			2	1	1		2	1
FBC Liberec	1	3	2			5	1	4
BLACK ANGELES								2
FBC 4CLEAN Česká Lípa						2	1	1
FBŠ Hummel Hatrick Brno								3
Sokoli Pardubice			3	1	1	1	4	
Bulldogs Brno	3	2	1	5	5	4	2	1
TJ Znojmo LAUFEN CZ						1		1
Florbal Ústí						1	2	
Kanonýři Kladno		1				1		
SK Bivoj Litvínov					1			
Torpedo Havířov	1	1						
x3m team SSK Future	2	1						

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

V tabulce 6 jsou zaznamenány počty televizních zápasů, které každý tým odehrál ten daný rok. Je z ní patrné, že nejvíce prostoru se dostávalo týmům z předních příček tabulky (viz příloha č. 3), naopak týmy umisťující se v dolní části tabulky dostávají v televizních zápasech minimální prostor.

Na tabulku 6 navazuje graf 5, který uvádí rozdělení týmů podle televizních zápasů odehraných doma či venku.

Graf 5: Zastoupení týmů v televizních zápasech 2012–2019



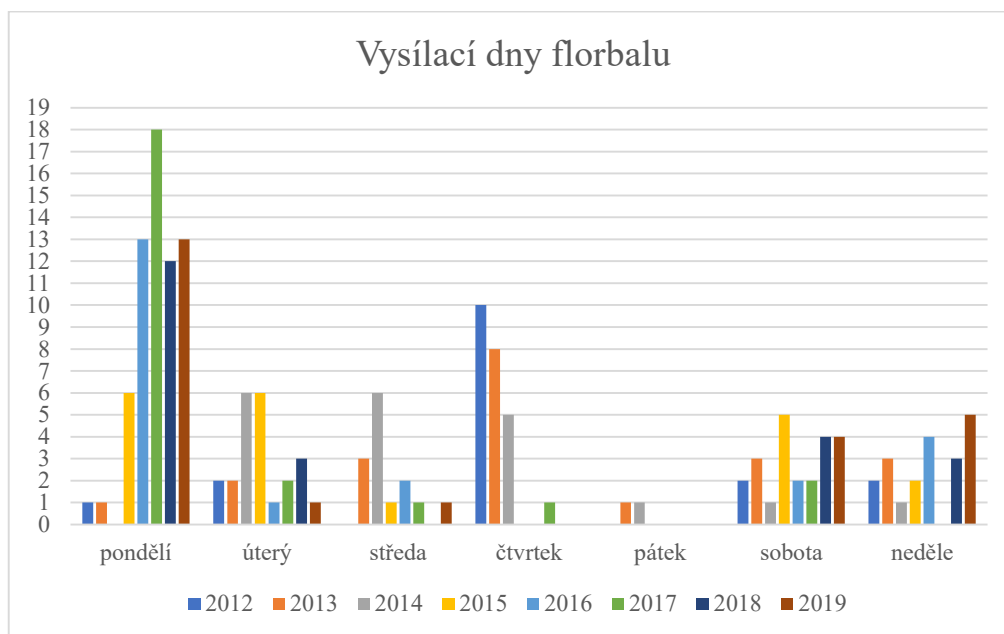
Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z grafu 5 je zřejmé, že nejvíce vysílané týmy jsou ty, které se umísťují v tabulce nejvýše (viz příloha č. 5). Mezi nejčastěji vysílané týmy patří Mladá Boleslav, několikanásobný vítěz základní části a také mistr ligy ze sezony 2017/2018, dále pak sedminásobný ligový mistr Vítkovice a šestnáctinásobný ligový mistr Tatran Střešovice. Velké medializaci se těší další týmy Superligy florbalu jako například Chodov, Bohemians nebo v posledních letech se zlepšující Sparta. Do televizního utkání se dostávají i týmy ze spodní části tabulky, ale v menším množství přenosů ze svých utkání.

Poměr domácích a venkovních zápasů hraných v televizi je relativně vyvážený u jednotlivých týmů. Výjimkou jsou Vítkovice, které z celkového počtu 44 zápasů za sledované roky hned 27 zápasů odehrály venku.

Graf 6 nám ukazuje, v jakých dnech je nejčastěji vysílána česká nejvyšší soutěž mužů. Je třeba zmínit, že od roku 2015 má Česká televize, resp. ČT sport novou strategii, kdy je pondělní prostor ve vysílání určen pro kolektivní halové sporty. V pondělí dostávají na programu ČT sport prostor sporty, jako jsou volejbal, basketbal, házená, futsal nebo touto prací sledovaný florbal.

Graf 6: Vysílací dny florbalu 2012–2019



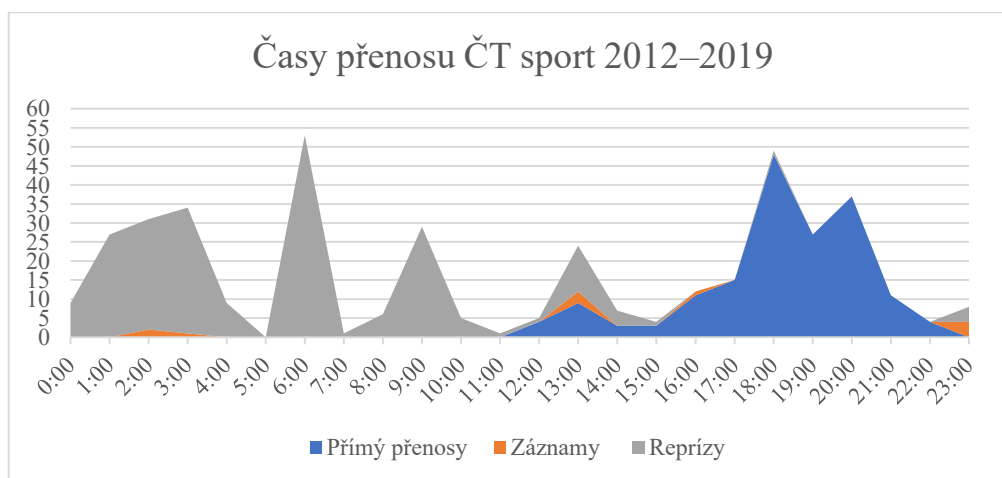
Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílancích pořadů České televize 2012–2019

Na grafu 6 lze vidět vývoj ve volbě vysílacích dnů. Zatímco v roce 2012 a 2013 byla česká nejvyšší soutěž mužů nejčastěji vysílána ve čtvrtek, v následujících letech se i díky nové strategii ČT sport stalo hlavním vysílacím dnem již zmiňované pondělí.

Ať už zápasy základní části, nebo zápasy play off, týmy s vidinou možnosti být v televizním přenosu jsou ochotny pořádat své utkání v pracovním týdnu. Superfinále florbalu se každý rok pravidelně odehrává v sobotu nebo v neděli.

Graf 7 znázorňuje, v jakých časech jsou přenosy z české nejvyšší soutěže mužů vysílány.

Graf 7: Časy přenosů ČT sport ze Superligy florbalu 2012–2019



Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílancích pořadů České televize 2012–2019

Na grafu 7 je patrné, že nejčastěji jsou přímé přenosy vysílány v podvečer, tedy ve velice divácky zajímavých časech. Je to dáno i tím, že se hlavním vysílacím dnem stalo pondělí, kdy se ČT sport orientuje jen na kolektivní halové sporty. Florbal se tak na obrazovky dostává ve velmi přívětivých časech pro diváka. Můžeme dále vidět, že záznamy jsou zařazovány především ve večerních hodinách. Kvůli monetizaci nákladů spojených s výrobou přenosů jsou do vysílání vkládané i reprízy. Ty se vysílají hlavně v pozdních večerních hodinách a brzkých ranních hodinách (5:0–7:00).

5.2.5 Extraliga žen

V tabulce 7 máme vývoj vysílání Extraligy žen ve florbalu na programu ČT sport v letech 2012–2019.

Tabulka 7: Extraliga žen (v hodinách)

Extraliga žen								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	1,8	6,3	4,9	6,5	8,1	4,7	1,9	5,1
reprízy	0	10,1	7,2	4,6	8,7	3,9	1,9	5,7
celkem	1,8	16,3	12,1	11,1	16,8	8,6	3,8	10,8

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Na první pohled je možné vidět, že se Extraliga žen netěší tak velkému prostoru ve vysílání ČT sport jako nejvyšší soutěž mužů. Mezi premiérové pořady řadíme přímé přenosy a premiérové záznamy. Vytvoření superfinále pomohlo k větší medializaci Extraligy žen, které tak poměrně pravidelně dostává za rok jak jeden přenos ze základní části, tak i přenos ze superfinále, i když ten je většinou ze záznamu či reprízy kvůli kolizím se zajímavějšími přenosy. Nejvíce prostoru dostala Extraliga žen v roce 2016. V následující tabulce 8 vidíme, kolik premiérových přenosů se Extraliga žen dočkala v průběhu sledovaného období.

Tabulka 8: Premiérové přenosy z Extraligy žen

Extraliga žen										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	∅ za rok
Celkem	počet přenosů	1	3	2	3	3	2	1	3	2,25
	∅ rating 000	21	12	32	12	26	23	4	7	17

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Jak už bylo řečeno, z Extraligy žen se vysílá mnohem méně zápasů než z Extraligy mužů. V průměru se vysílají dva zápasy ročně, a to jeden ze základní části a jeden ze superfinále. Jejich průměrný rating v tisících opět za sledované období klesá. V roce 2012 dosál hodnoty 21, zatímco v posledním sledovaném roce to bylo už jen hodnoty 7. V průměru je tento ukazatel za sledované roky v hodnotě 17.

5.2.6 Superfinále

Od roku 2012 se místo celé finálové série odehrává pouze jeden zápas, takzvané superfinále. Inspirace pro tuto událost byla čerpána v severských zemích.

Tabulka 9: Superfinále

Superfinále					
Rok	Utkání	Druh přenosu	Rating 000	Share (v %)	Reach 000
2012 / muži	Tatran Střešovice – SC WOOW Vítkovice	přímý přenos	37	1,91	188
2012 / ženy	Herbadent SJM Praha - FBŠ Bohemians Praha	záznam	21	0,58	120
2013 / muži	1. SC WOOW Vítkovice – TJ JM Pedro Perez Chodov	přímý přenos	43	1,54	215
2013 / ženy	Herbadent SJM Praha 11–1. SC WOOW Vítkovice	záznam	9	1,54	25
2014 / muži	Tatran Omlux Střešovice - 1. SC WOOW Vítkovice	přímý přenos	49	2,28	156
2014 / ženy	Herbadent Praha 11 SJM – 1. SC WOOW Vítkovice	přímý přenos	50	2,33	166
2015 / muži	Technology Florbal MB – Tatran Omlux Střešovice	přímý přenos	67	2,53	338
2015 / ženy	Herbadent Praha 11 SJM – TJ JM FAT PIPE Chodov	sestřih	80	4,14	164
2016 / muži	FAT PIPE Florbal Chodov – 1. SC Vítkovice Oxdog	přímý přenos	38	1,68	211
2016 / ženy	1. SC Vítkovice Oxdog – FAT PIPE Florbal Chodov	přímý přenos	18	0,87	149
2017 / muži	Technology Florbal MB – FAT PIPE Florbal Chodov	přímý přenos	30	1,08	124
2017 / ženy	1. SC TEMPISH Vítkovice – Herbadent FK Jižní Město	přímý přenos	33	1,37	141
2018 / muži	Technology Florbal MB – 1. SC TEMPISH Vítkovice	přímý přenos	38	2,47	189
2018 / ženy	1. SC TEMPISH Vítkovice – FAT PIPE Florbal Chodov	záznam	4	0,46	21
2019 / muži	Florbal: Technology Florbal MB – 1. SC TEMPISH Vít	přímý přenos	46	1,92	172
2019 / ženy	1. SC TEMPISH Vítkovice – FAT PIPE Florbal Chodov	záznam	4	1,35	12

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

V tabulce 9 jsou uvedeny všechny přenosy ze superfinále. Červeně zvýrazněné jsou pak přenosy vysílané ze záznamu nebo jen jejich sestřih. Můžeme si povšimnout, že veškeré záznamy byly z ženského finále. Mužské finále se vždy vysílá v přímém přenosu.

Je zde i zřejmé, že oproti ostatním přenosům ze základní části či play off má superfinále větší podíl na trhu i větší zásah cílové skupiny. Zároveň i v porovnání s tabulkami 5 a 8 je vidět, že počet diváků, kteří u přenosu zůstanou po celou dobu, je vyšší, což nám ukazuje rating 000.

Z tohoto pohledu je patrné, že vytvoření této události je pro florbal jako takový velice pozitivní. Více diváků sleduje televizní přenosy a více diváků chodí i do hlediště na samotný finálový den.

Pro přehled krytí přenosů a tím způsobené záznamy ženského superfinále jsem vytvořil tabulku 10, která zahrnuje právě záznamy superfinále a přenosy, které za tím stojí.

Tabulka 10: Kolize přenosů superfinále

Rok	Kategorie přenosu	Utkání	Rating 000	Share (v %)	Reach 000
21.04.2012	Superfinále ženy 2012	Herbadent SJM Praha – FBŠ Bohemians Praha	21	0,58	120
21.04.2012	Fed Cup 2012	Česko – Itálie	263	16,91	884
20.04.2013	Superfinále ženy 2013	Herbadent SJM Praha 11–1. SC WOOW Vítkovice	9	1,54	25
20.04.2013	Fed Cup 2013	Itálie – Česko	212	12,50	761
18.04.2015	Superfinále ženy 2015	Herbadent Praha 11 SJM – TJ JM FAT PIPE Chodov	80	4,14	164
18.04.2015	Fed Cup 2015	Česko – Francie	319	18,14	1 018
21.04.2018	Superfinále ženy 2018	1. SC TEMPISH Vítkovice – FAT PIPE Florbal Chodov	4	0,46	21
21.04.2018	Carlson Hockey Games 2018	Česko – Švédsko	108	10,06	391
14.04.2019	Superfinále ženy 2019	Florbal: 1. SC TEMPISH Vítkovice – FAT PIPE FLORBA	4	1,35	12
14.04.2019	Cyklistika 2019	Cyklistika: Paříž – Roubaříc 2019	156	7,75	563

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

V tabulce 10 jsou vidět vždy přenosy superfinále žen, které jsou vysílány ze záznamu, a přenosy, které byly divácky zajímavější, tím pádem dostaly přednost před florbaelem. Červeně zvýrazněné jsou hodnoty share, kterých dosáhla utkání zařazená místo superfinále žen.

5.2.7 Reprezentace

Následující tabulky 11, 12, 13, 14 a 15 nám ukážou vývoj ve vysílání reprezentačních zápasů na obrazovkách ČT sport. Budeme mít zde reprezentaci jako celek a pak rozdělení na mužskou a ženskou reprezentaci. Opět zde zahrneme i průměrnou sledovanost přenosu na jedno utkání.

Tabulka 11: Reprezentace celkem (v hodinách)

Reprezentace celkem								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	12,5	37,9	44	31,8	31,7	49,3	57,8	29,8
reprízy	10,9	9,2	9,3	9,8	34,1	26,5	39,1	19,4
celkem	23,4	47,1	53,3	41,6	65,8	75,8	96,9	49,2

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulky 11 je možné vidět, že největší prostor dostala reprezentace v roce 2018, kdy se odehrálo domácí mistrovství světa mužů a Česká televize, tedy ČT sport, z ní vysílala velké množství přímých přenosů.

V tabulkách 12 a 13 se budeme věnovat reprezentaci mužů a jejímu prostoru ve vysílání ČT sport v letech 2012–2019.

Tabulka 12: Reprezentace muži (v hodinách)

Reprezentace muži								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	12,5	0	38,4	6,4	31,7	9,6	57,8	0
reprízy	10,9	0	5,5	4,5	34,1	5,8	39,1	0
celkem	23,4	0	43,9	10,9	65,8	15,4	96,9	0

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Tabulka 13: Premiérové přenosy reprezentace mužů

Reprezentace muži										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Celkem	počet přenosů	6	0	22	3	15	6	36	0	11
	Ø rating 000	71	0	207	28	64	15	48	0	54

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulek 12 a 13 je patrné, že reprezentace mužů má ve vysílání poměrně velký prostor. Průměrně dostává 11 zápasů na rok. Výjimku zde tvoří roky 2013 a 2019, kdy nebyl odvysílán jediný přenos. Je zde zřejmé, že větší prostor mají vždy v sudé roky, kdy se koná MS mužů. Největší prostor dostala mužská reprezentace v roce 2018, kdy – jak už bylo řečeno – se konalo domácí MS. Ve srovnání se Superligou florbalu či Extraligou žen je zde vidět, že jsou reprezentační utkání mužů mnohem více sledovaná. Hodnota průměrného ratingu v tisících zde dosahuje 54.

V dalších tabulkách, tedy 14 a 15, se budeme věnovat prostoru ženské reprezentace za jednotlivé roky ve vysílání ČT sport. Opět zde bude nejprve souhrnná tabulka 14, ukazující počet odvysílaných hodin za rok, a pak tabulka 15, znázorňující premiérové přenosy plus jejich průměrnou sledovanost.

Tabulka 14: Reprezentace ženy (v hodinách)

Reprezentace ženy								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	0	37,9	5,6	25,4	0	39,7	0	29,8
reprízy	0	9,2	3,8	5,3	0	20,7	0	19,4
celkem	0	47,1	9,4	30,7	0	60,4	0	49,2

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

I zde je patrné, že ženská reprezentace pravidelně dostává prostory v rocích lichých, tedy v letech, kdy se odehrává ženské MS. Největšího prostoru se jí dostalo v roce 2017, kdy se konalo MS na Slovensku, a Česká televize měla volný prostor ve vysílání. V porovnání s mužskou reprezentací je zde hlavním rozdílem, že ženské reprezentaci není věnován prostor v roky sudé, což je patrné z let 2012, 2016 a 2018, kdy se ženské reprezentaci nedostalo žádného prostoru.

Tabulka 15: Premiérové přenosy reprezentace žen

Reprezentace ženy										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Celkem	počet přenosů	0	19	3	12	0	19	0	15	9
	Ø rating 000	0	36	14	39	0	29	0	49	21

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Za sledované období se v televizním vysílání objevilo průměrně 9 utkání za rok. Většina z nich byla v době, kdy se koná MS žen. Přenosy ženské reprezentace jsou méně sledované než reprezentace mužské, což nám ukazuje hodnota průměrného ratingu 000, která je zde 21.

5.2.8 Český pohár

Další tabulka 16 nám ukazuje vývoj vysílání Českého poháru na obrazovkách ČT sport. Z Českého poháru nám Česká televize pravidelně vysílá finálové zápasy mužů i žen. I zde budeme sledovat průměrnou sledovanost na jedno utkání.

Tabulka 16: Český pohár

Český pohár								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	0	8,6	5,1	5,95	3,6	4,7	5,1	4,3
reprízy	0	6,2	5,1	2,2	6,7	11,1	5,1	2,4
celkem	0	14,8	10,2	8,15	10,3	15,8	10,2	6,7

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Největší prostor ve vysílání dostal Český pohár v roce 2013, kdy se odehrály hned 4 zápasy v přímém přenosu. Nejmenšího prostoru se mu naopak dostalo v roce 2016 a v roce 2012, kdy nebyl odvysílán žádný zápas.

Tabulka 17: Premiérové přenosy Českého poháru

Český pohár										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Celkem	počet přenosů	0	4	2	3	2	2	2	2	2,1
	Ø rating 000	0	20	16	23	26	16	16	13	16

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Tabulka 17 nám ukazuje, kolik premiérových přenosů se každý rok odvysílalo v rámci Českého poháru. Ze sledovaného období nám vyplývá, že v průměru se odvysílají z Českého poháru 2 utkání za rok. Od roku 2016 to jsou výhradně finálové zápasy mužů a žen. Z průměrné hodnoty ratingu v tisících, která dosahuje 16, je vidět, že Český pohár divácky poráží Extraligu žen, ale může to být ovlivněno tím, že se jedná pouze o finálové zápasy a hrají zde i muži.

5.2.9 Czech Open

Další tabulka 18 zobrazuje vývoj vysílání Czech Open, tedy největšího mezinárodního turnaje, který se koná na území České republiky. První ročník se odehrál v roce 1993. Czech Open se na obrazovkách ČT sport objevoval až do roku 2016. Z důvodu vysílacích kolizí a priorit ve vysílání pak tento turnaj přešel na Nova Sport. Turnaj se na obrazovkách ČT sport už objevuje jen v rámci zpravodajství.

Tabulka 18: Czech Open (v hodinách)

Czech Open								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	5,8	5,2	1,6	2,2	0,3	0	0	0
reprízy	5,8	5,1	1,6	4,4	0,5	0	0	0
celkem	11,6	10,3	3,2	6,6	0,8	0	0	0

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulky 18 je očividné, že Česká televize postupně od vysílání Czech Open opouštěla. Nejvíce prostoru se mu dostalo v roce 2012, v následujících letech se ale prostor zmenšoval. V roce 2016 byl naposledy odvysílán přehled z tohoto turnaje.

Tabulka 19: Premiérové přenosy Czech Open

Czech Open										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Celkem	počet	4	5	1	1	1	-	-	-	2,4
	Ø rating 000	18	17	29	15	19	-	-	-	20

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Největší prostor za sledované období byl věnován Czech Open v roce 2013, kdy se odvysílalo 5 zápasů. Czech Open byl podle průměrného ratingu sledován skoro stejně jako Superliga florbalu. Zde to může být ovlivněno tím, že v posledních letech od sezony 2014 se vysílal jen finálový přenos nebo pouze sestřih jako v roce 2016. Od roku 2016 se už Czech Open na obrazovkách České televize neobjevuje, proto hodnoty v tabulce 19 končí právě v roce 2016.

5.2.10 Evropský pohár

Následující tabulky 20 a 21 ukazují vývoj vysílání Evropského poháru neboli Poháru mistrů.

Tabulka 20: Evropský pohár (v hodinách)

Evropský pohár								
rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
premiéry	6,4	3,25	1,8	18	0	0	0	0
reprízy	4,1	1,7	0	0	0	0	0	0
celkem	10,5	4,95	1,8	18	0	0	0	0

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Tabulka 21: Premiérové přenosy Evropského poháru

Evropský pohár										
	rok	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø za rok
Celkem	počet přenosů	3	2	1	13	0	0	0	0	2
	Ø rating 000	25	11	1	13	0	0	0	0	6

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

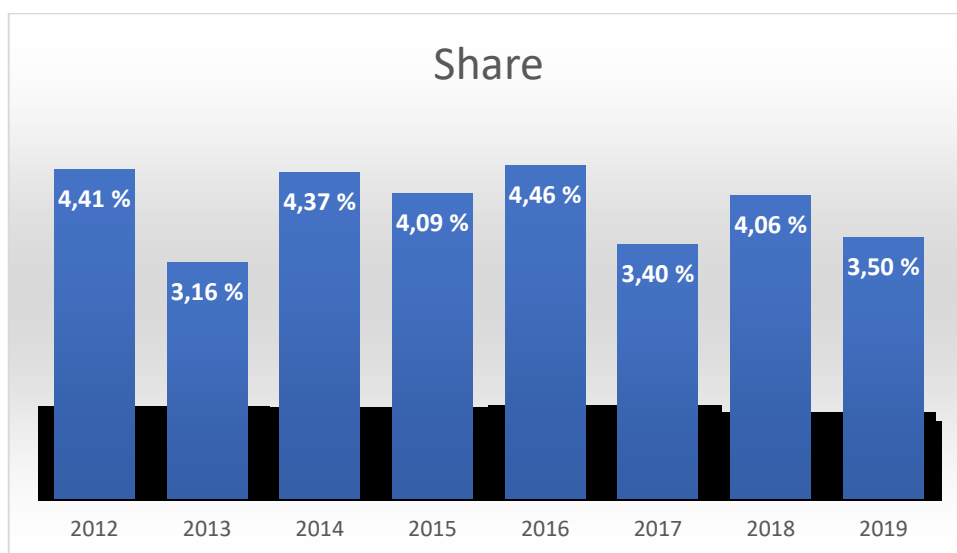
Z tabulek 20 a 21 je zřejmé, že Evropský pohár neměl ve vysílání velký prostor. Největšího se mu dostalo v roce 2015, kdy se odehrával v Mladé Boleslavi. Z Evropského poháru bylo v roce 2015 odvysíláno 13 zápasů, které měly průměrný rating 000 v hodnotě 13.

5.3 Sledovanost florbalu na obrazovkách ČT sport

V této kapitole se podíváme na vývoj sledovanosti kanálu ČT sport v letech 2012–2019 a zaměříme se na florbalové přenosy, které se umístily vysoko na žebříčku sledovanosti. Sledovanost měříme pomocí ukazatele SHARE, který sledujeme na publiku starším než 15 let a jeho hodnota se vyjadřuje v procentech.

Diskuze bude provedena přímo pod grafy a tabulkami.

Graf 8: ČT sport – Share

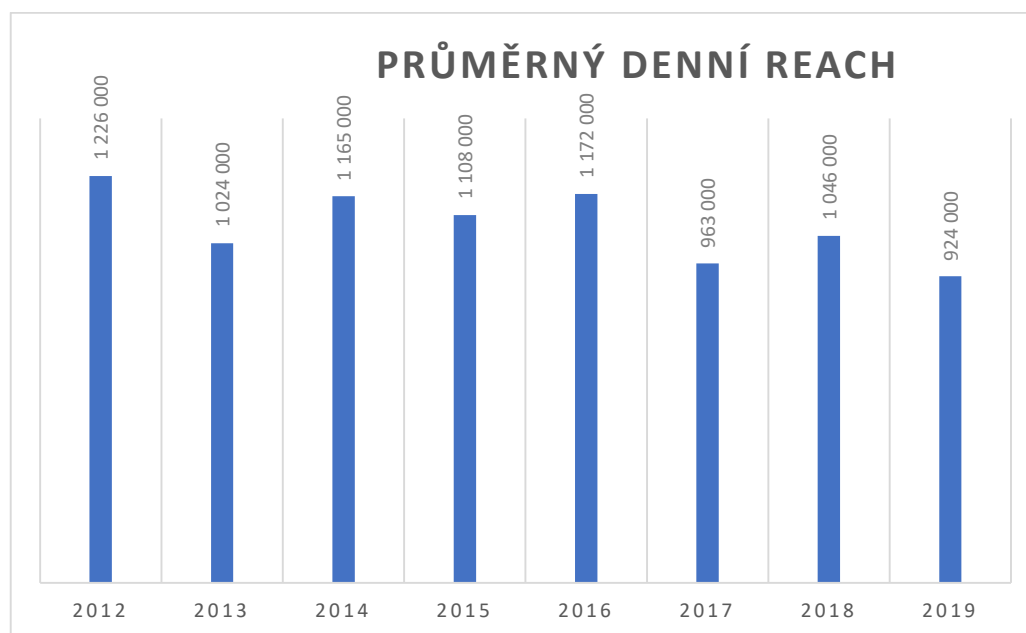


Zdroj: Česká televize

Na grafu 8 je patrné, že ČT sport je nejvíce sledován v sudých letech, tedy v letech, kdy se mimo jiné konají olympijské hry, MS ve fotbale či ME ve fotbale. V těchto letech (2012, 2014, 2016 a 2018) se share ČT sport pohybuje přes 4 %.

V lichých letech je Share znatelně menší. Přesto když porovnáme roky (2013, 2015, 2017 a 2019), můžeme vidět, že podíl na trhu postupně roste. Znatelný z lichých roků je tady především rok 2015, kdy se odehrávalo domácí MS v hokeji, které bylo Českou televizí silně pokryto a diváky bylo velmi oblíbené, což se na sledovanosti odrazilo.

Graf 9: ČT sport – Průměrný denní reach



Zdroj: České televize

Můžeme si všimnout, že průměrný reach nám na rozdíl od hodnoty share klesá. Tyto dvě hodnoty se spolu nedají moc porovnávat. Pro televizi jako takovou je hodnota share základním ukazatelem, který sledují.

V poslední tabulce, tedy tabulce 22, jsou zaznamenány pořady s florbalovou náplní, které se za sledované období, tedy od roku 2012 do roku 2019, umístily v měsíčních žebříčcích TOP 50 nejsledovanějších pořadů ČT sport.

Tabulka 22: Florbal v měsíčních žebříčcích TOP 50 nejsledovanějších pořadů ČT sport

Florbal v měsíčních žebříčcích (TOP 50) nejsledovanějších pořadů na ČT sport											
Rok	Měsíc	Pořadí	Pořad	Epizoda	Datum	Den	Začátek	Minut	Rating 000	Share	Reach 000
2012	Prosinec	29	Česko - Finsko	MS ve florbalu Švýcarsko mužů	06.12.2012	čtvrtek	15:24	124	69	4,39	243
2012	Prosinec	49	Česko - Japonsko	MS ve florbalu Švýcarsko mužů	02.12.2012	neděle	16:21	129	93	3,49	343
2013	Prosinec	19	Švýcarsko - Česko	MS ve florbalu Brno/Ostrava žen	15.12.2013	neděle	12:15	156	155	6,85	612
2013	Prosinec	28	Česko - Švédsko	MS ve florbalu Brno/Ostrava žen	14.12.2013	sobota	16:45	140	140	5,33	473
2013	Prosinec	44	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Brno/Ostrava žen	08.12.2013	neděle	16:44	139	119	4,04	470
2013	Prosinec	45	Florbal z nadhledu		11.12.2013	středa	0:03	20	29	3,96	35
2014	Duben	43	Česko - Finsko	Euro floorbal tour 2014	26.04.2014	sobota	17:32	126	76	3,55	283
2014	Prosinec	18	Česko - Finsko	MS ve florbalu Švédsko mužů	13.12.2014	sobota	12:46	143	179	10,76	566
2014	Prosinec	20	Česko - Dánsko	MS ve florbalu Švédsko mužů	12.12.2014	pátek	15:47	139	162	9,00	438
2014	Prosinec	21	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Švédsko mužů	14.12.2014	neděle	11:45	153	201	8,93	680
2014	Prosinec	29	Estonsko - Česko	MS ve florbalu Švédsko mužů	09.12.2014	úterý	15:45	150	124	6,89	389
2014	Prosinec	34	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Švédsko mužů	08.12.2014	pondělí	15:45	146	103	5,91	351
2014	Prosinec	36	Švédsko - Finsko	MS ve florbalu Švédsko mužů	14.12.2014	neděle	15:17	157	144	5,79	470
2015	Duben	47	Herbadent Praha 11 SJM - TJ JM FAT PIPE Chodov	Superfinále žen - záznam	18.04.2015	sobota	16:25	36	80	4,14	164
2015	Prosinec	33	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Finsko žen	12.12.2015	sobota	11:14	149	104	6,46	428
2015	Prosinec	48	Česko - Finsko	MS ve florbalu Finsko žen	11.12.2015	pátek	16:20	151	110	4,76	412
2016	Prosinec	31	Česko - Finsko	MS ve florbalu Lotyšsko mužů	10.12.2016	sobota	15:24	145	177	8,65	543
2016	Prosinec	45	Česko - Norsko	MS ve florbalu Lotyšsko mužů	03.12.2016	sobota	15:54	117	113	5,51	346
2016	Prosinec	46	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Lotyšsko mužů	11.12.2016	neděle	13:23	176	139	5,46	649
2018	Prosinec	39	Česko - Finsko	MS ve florbalu Praha mužů	08.12.2018	sobota	15:34	155	232	11,12	682
2018	Prosinec	50	Česko - Švýcarsko	MS ve florbalu Praha mužů	09.12.2018	neděle	12:36	161	218	9,40	679

Zdroj: vlastní zpracování zkoumaných dat dle databáze odvysílaných pořadů České televize 2012–2019

Z tabulky 22 je patrné, že florbal je divákem sledován především v rámci utkání národního týmu. Překvapivé je, že nejvíce vysílaná domácí soutěž mužů se za sledované období nedostala ani jednou mezi TOP 50 pořadů v měsíci.

Zarážející je i fakt, že se v roce 2017 do žebříčku nedostal jediný přenos, přestože se konalo MS žen na Slovensku, kdy česká reprezentace obsadila čtvrté místo. Vyšší sledovanost by si tato událost určitě zasloužila.

Překvapením je, že ačkoliv se od roku 2012 koná superfinále, ani jeden z jeho přenosů se nedostal mezi TOP 50 daného měsíce. Výjimku tvoří rok 2015, kdy se do žebříčku dostalo Superfinále žen, ale jen jeho záznam, který v rámci sestřihu trval pouze 30 minut. Před premiérovým záznamem Superfinále žen se na ČT sport odehrával tenisový duel v rámci Fed Cupu mezi Českem a Francií. Tento přenos měl share v hodnotě 18,14 % a řada z diváků zůstala i nadále sledovat ČT sport. To jistě mělo podíl na poměrně velké sledovanosti záznamu Superfinále žen, které se jako jediné ze všech dostalo do měsíčních žebříčků TOP 50.

5.4 Porovnání sportů

V tabulce 23 můžeme vidět porovnání sportů. Pro porovnání jsem vybral sporty, které soupeří o halu nebo mládež, která by se danému sportu chtěla věnovat. V této tabulce budeme tedy porovnávat sporty florbal, basketbal, volejbal a házenou. Kritéria pro jejich výběr byla: jedná se o kolektivní halový sport, který je podle strategie od roku 2015 vysílán hlavně v pondělí, a také fakt, že tyto sporty mezi sebou prokazatelně soupeří

o diváky, sponzory a i haly. Vybrané sporty mají i podobnou strukturu publika, kdy všechny tyto sporty sledují převážně muži a věková kategorie diváků je 55+ (Česká televize – prezentace, příloha č. 4).

Tabulka 23 byla poskytnuta přímo Českou televizí, proto se můžou hodnoty florbalu lehce od hodnot zjištěných v této práci lehce odchylovat. Je tedy možné, že byl pro florbal použit jiný základ pro výpočet těchto hodnot, než jak to bylo provedeno v tabulkách předchozích.

Tabulka 23: Porovnání sportů

hodiny / rating 000 (15+)						
rok	2015	2016	2017	2018	2019	Průměr
Florbal	107/ 21	89/ 28	104/ 22	118/ 28	85/ 27	101/25
Basketbal	112/ 23	45/ 17	94/ 16	57/ 19	176/ 35	97/22
Volejbal	49/ 19	50/ 21	70/ 28	53/ 23	59/ 28	56/24
Házená	35/ 38	23/ 40	31/ 30	22/ 23	62/ 32	35/33

Zdroj: Česká televize

Můžeme vidět, že nejmenší prostor na obrazovkách je věnován házené. Její prostor je v průměru 35 hodin za rok s tím, že největší prostor dostala v roce 2019, kdy se odehrálo MS mužů v Německu a Dánsku, kam se ale bohužel česká reprezentace nedokázala probojovat. Pro Českou televizi je i velmi náročné získat práva na vysílání házené, která jsou prodána na dlouho dopředu. I přestože dostává nejmenší prostor, má házená na rozdíl od ostatních sportů největší průměrný rating v tisících.

Dalším sportem je volejbal, který má v průměru 56 hodin za rok. Největší prostor dostal v roce 2017, kdy se odehrálo ME mužů v Polsku, ve kterém se český reprezentační tým dostal do čtvrtfinále. Volejbal dostává v průměru 56 hodin premiérových přenosů na rok a rating v tisících zde činí 24.

Dalším sportem v tabulce je basketbal. U něj lze vidět rozdílný počet hodin v letech 2015, 2017 a 2019 oproti 2016 a 2018. Je to dáno tím, že v lichých letech se hrají buď mistrovství světa, nebo mistrovství Evropy. Jednoznačně největší prostor byl basketbalu věnován v roce 2019, kdy se konalo MS mužů v Číně, na které se česká reprezentace dostala po dlouhých 37 letech. Reprezentace mužů zde dosáhla obrovského úspěchu a skončila v turnaji na 6. místě. To se odrazilo na počtu odvysílaných hodin i ve sledovanosti. Basketbal má tedy mezi lety 2015–2019 v průměru 97 hodin premiérových přenosů za rok a průměrný rating v tisících 22.

Florbal se dočkal ze všech těchto sportů největšího prostoru ve vysílání programu ČT sport. Nejvíce hodin zaznamenal v roce 2018, kdy se konalo domácí mistrovství světa mužů a Česká televize z něj vysílala velké množství přenosů. Florbal má na rozdíl od basketbalu každoročně podobný prostor ve vysílání ČT sport. Florbal mezi lety 2015–2019 má v průměru 101 hodin premiérových přenosů za rok a průměrný rating v tisících se pohybuje na hodnotě 25.

Celkově z toho vyplývá, že florbal má na obrazovkách největší prostor. Lehká kaňka pro florbal je, že u jeho přenosů nezůstává velké množství diváků. Může to být i dáno tím, že ČT sport má hlavně starší věkovou skupinu diváků, kteří mladému sportu, jako je florbal, nepřišli na chuť a jeho přenosy tak ve velkém množství nesledují.

Z tabulky 23 je zároveň patrné, že na počtu vysílaných hodin za rok i sledovanosti těchto přenosů je velmi důležitá účast české reprezentace na největších turnajích a také schopnost České televize získat televizní práva těchto turnajů, což je hlavně u házené velký problém, jelikož jsou práva prodána na několik let dopředu a vlastní je televizní stanice Sport 1.

5.5 Analýza dat z rozhovorů

Hlavním motivem k uskutečnění rozhovorů bylo zjistit, co stálo za výkyvem ve vysílání určitých soutěží ve sledovaných letech. Celé znění rozhovorů se nachází v příloze č. 2.

Z rozhovorů se dozvídáme, že ačkoliv je florbal oblíbený sport „na zahraničí“, bohužel není tak atraktivní pro televizní diváky. Od této věty se následně dají vysvětlit všechny mnou kladené otázky, ať už na pokles prostoru Superligy florbalu v letech 2013 a 2015 (tabulka 4) či celkově menší prostor v roce 2012 (tabulka 2).

V rozhovoru je také řečeno, že mezi Českou televizí a českým florbalem existuje smlouva, která stanovuje počet odvysílaných zápasů za ročník. V roce 2019/2020 by to mělo být 32 přenosů. Je v ní také řečeno, že každý tým ze Superligy florbalu musí odehrát minimálně jedno domácí utkání přímým přenosem. Dalším zajímavým tématem byla nová strategie od roku 2015, kdy se hlavním vysílacím dnem stalo pondělí (popisek grafu 6). Tato strategie je nastavená kvůli prostoru ve vysílání, jelikož se fotbal/hokej/biatlon hrají přes víkend a mezinárodní soutěže se hrají v průběhu týdne.

Zajímal jsem se i o vznik superfinále. Hlavním motivem k němu bylo zvýšení atraktivity florbalu a s tím i větší návštěvnost v halách.

Z poslední otázky v rozhovoru vyplynulo, že florbal není bohužel pro televizní diváky atraktivní, což ale obecně platí pro všechny halové sporty mimo hokej. Halové sporty mají v televizi větší sledovanost pouze u mezinárodních soutěží či reprezentací, což je i případ florbalu, který má poměrně dost sledované zápasy reprezentace v rámci mistrovství světa.

5.6 Dotazník pro členy výkonného výboru a zástupce klubů Superligy florbalu

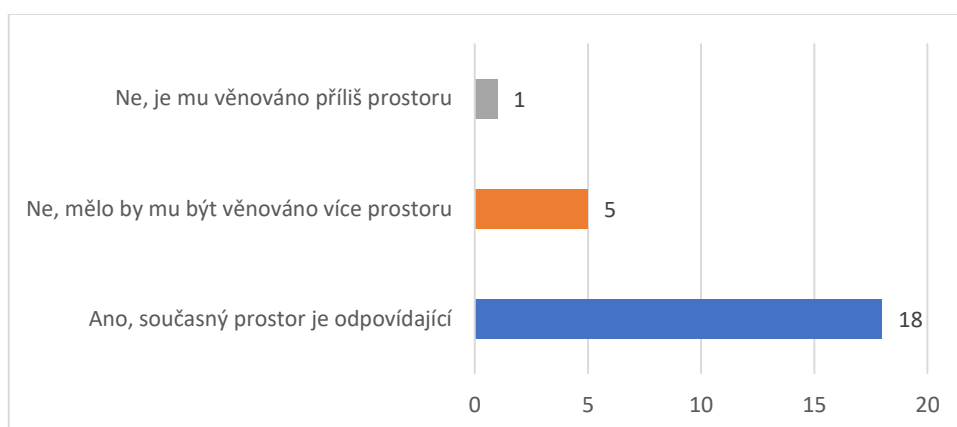
Cílem dotazníku bylo zjistit, jak členové výkonného výboru českého florbalu a zástupci klubů Superligy florbalu vnímají vývoj medializace florbalu v České televizi a zda cítí větší zájem sponzorů.

Dotazník byl distribuován e-mailovou poštou členům výkonného výboru a zástupcům klubů. Jelikož jsem chtěl zabránit jakémukoliv ovlivnění dat kvůli stejnému jménu s ředitelem ČT sport, byl dotazník rozeslán anonymně. Na dotazník, který byl rozeslán mezi 24 lidí, odpověděli všichni.

Dotazník byl krátkého rázu. Obsahoval pouze šest otázek, týkajících se mediálního prostoru, zájmu o florbal či sponzorů. Výsledky dotazování byly pro tuto práci spíše doplňujícího charakteru. Interpretace získaných odpovědí proběhla přímo pod jednotlivými grafy.

1) Je podle vašeho názoru florbalu v programu České televize věnován adekvátní prostor?

Graf 10: Otázka č. 1

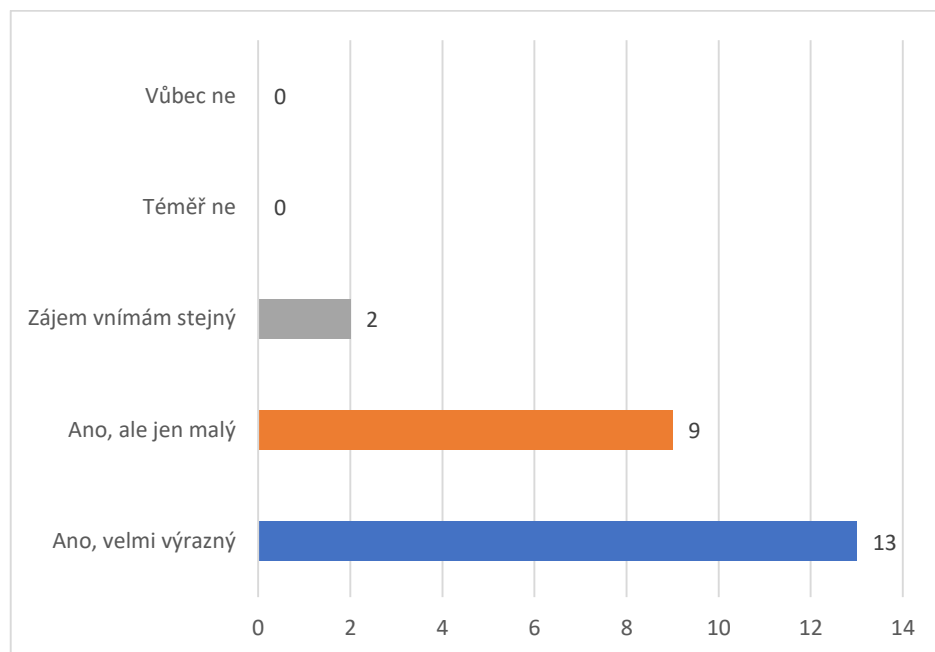


Zdroj: Vlastní šetření

Na grafu 10 můžeme vidět, jak dotazující odpovídali na otázku. Je patrné, že naprostá většina dotazujících si myslí, že florbalu je na obrazovkách České televize, a tedy hlavně na programu ČT sport, věnován odpovídající prostor. Z celkových 24 odpovědí hned 18 dotazovaných má tento názor.

2) Zaznamenal jste v posledních letech (2012–2019) ze strany České televize zvýšený zájem o florbal?

Graf 11: Otázka č. 2

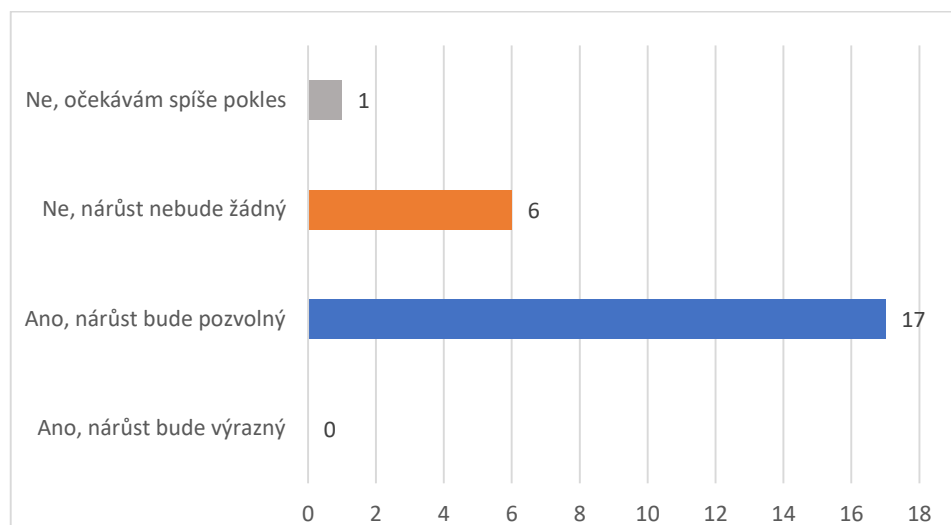


Zdroj: Vlastní šetření

V této otázce jsem se zajímal o to, zda jednotliví dotazující zaznamenali zvýšený zájem o florbal ze strany České televize. I když to podle odvysílaných hodin neodpovídá, můžeme vidět, že si dotazující myslí, že Česká televize má o florbal větší zájem než dříve. Pouze dva z dotazovaných řekli, že zájem je o florbal stejný, naopak dalších 22 odpovědí přineslo odpověď, že zájem se zvětšuje, i když 9 z nich připouští, že jenom nepatrně. Nejvíce dotazovaných (13) zvolilo odpověď: „Ano, velmi výrazný“.

3) Očekáváte v příštích letech nárůst medializace florbalu v České televizi?

Graf 12: Otázka č. 3

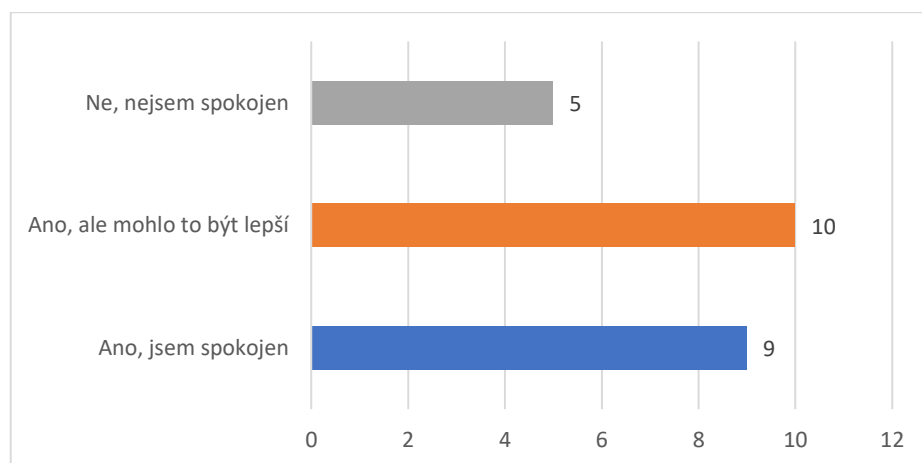


Zdroj: Vlastní šetření

Tato otázka se snažila zjistit, jestli jednotliví zástupci výkonného výboru a jednotliví zástupci klubů očekávají nárůst medializace florbalu v České televizi, a to především na programu ČT sport. Můžeme vidět, že 7 z dotazovaných si myslí, že nárůst nebude žádný, či že bude dokonce zaznamenán pokles. Naopak většina dotázaných očekává pozvolný růst medializace florbalu. To potvrzuje i smlouva mezi Českým florbalem a Českou televizí, která říká, že v sezoně 2019/2020 bude odvysíláno 32 zápasů ze Superligy florbalu.

4) Jste spokojen s tím, jak Česká televize medializuje florbal? (studio, experti, komentátoři)

Graf 13: Otázka č. 4

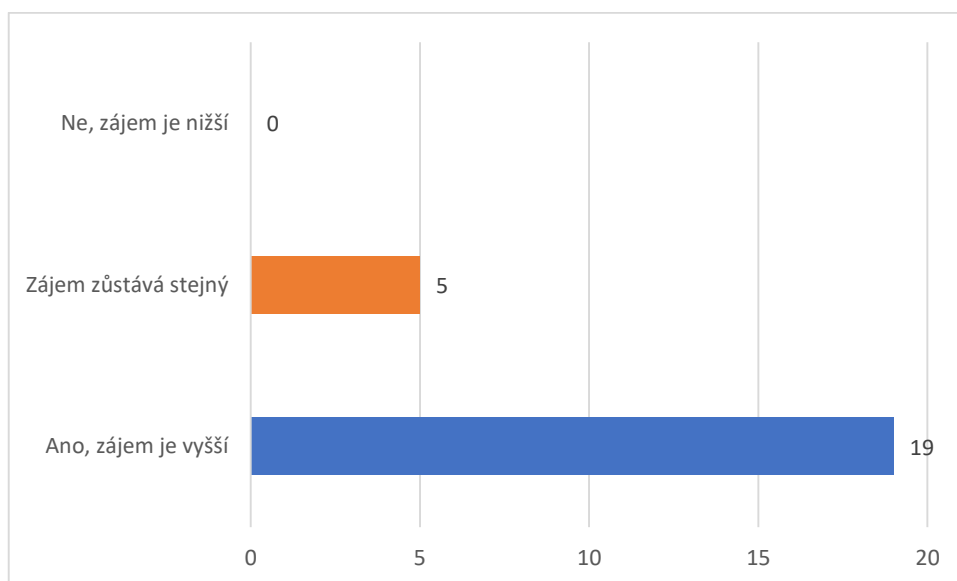


Zdroj: Vlastní šetření

Z grafu 13 je patrné, že většina dotazovaných je spokojená s tím, jak Česká televize florbal medializuje. Pouhých 5 dotazovaných zvolilo odpověď „Ne, nejsem spokojen“. Dalších 10 dotazovaných je poměrně spokojeno s tím, jak se Česká televize stará o přenosy florbalu, ale že by to mohlo být ještě o něco lepší. Dalších 9 dotazovaných je plně spokojeno s medializací florbalu ze strany České televize.

5) Vnímáte zvýšený zájem České televize o vysílání světových šampionátů mužů a žen? (experti, studio, speciály)

Graf 14: Otázka č. 5

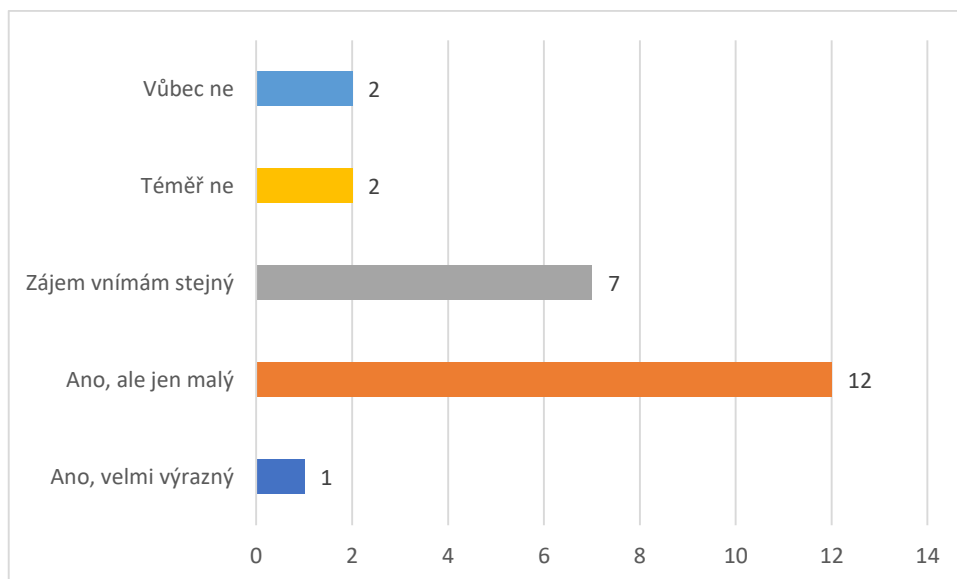


Zdroj: Vlastní šetření

Z těchto odpovědí je patrné, že Česká televize, konkrétně program ČT sport, má čím dál tím větší zájem o světové šampionáty, tedy mistrovství světa mužů i žen. V odpovědích mohlo hrát roli, že poslední mužský šampionát se konal v Praze a ČT sport, z mistrovství světa vysílala každé utkání, ať už přímo na obrazovkách ČT sport nebo prostřednictvím iVysílání. Ani jeden z dotazovaných nezvolil jako odpověď, že by zájem o tyto šampionáty byl menší. Velkou roli v tom bude hrát i smlouva mezi Českou televizí na jedné straně a na druhé straně Českou florbalovou unií a International Floorball Federation o tom, že ČT sport musí z mužských šampionátů vysílat i utkání, která nemají českou stopu.

6) Vnímáte v důsledku medializace florbalu v České televizi zvýšený zájem sponzorů?

Graf 15: Otázka č. 6



Zdroj: Vlastní šetření

Poslední otázka měla zjistit, jestli jednotliví dotazující vnímají v důsledku medializace florbalu zvýšený zájem sponzorů. Z odpovědí je patrné, že jen málo dotazovaných si myslí, že medializace jim pomáhá k více sponzorům, ať už pro svůj klub, či pro florbal jako celek. Naopak 13 z dotazovaných zvolilo odpověď, že medializace jim pomáhá alespoň trochu a pocít'ují díky ní zvýšený zájem ze strany sponzorů.

6. DISKUZE

Bakalářská práce je v souladu se zadáním zaměřena na prezentaci vývoje medializace florbalu v České televizi, a to konkrétně mezi lety 2012 a 2019. Pro účely práce a výzkumu se podařilo zajistit dostatečné množství dat. Oproti původnímu předpokladu je nedostatkem nemožnost využití průměrných hodnot share a reach na jeden zápas kvůli jejich unikátnímu výpočtu, které zahrnují přesný počet diváků v daný vysílací čas. Tato hodnota mi nebyla Českou televizí, pro tento výzkum poskytnuta. Bylo plánováno tyto hodnoty využít vždy v průměrné hodnotě na jeden zápas a následně je porovnat s ostatními sporty, jako jsou volejbal, basketbal a házená. Vzhledem k nemožnosti jejich využití se porovnávala pouze hodnota ratingu v tisících.

Podstatnou částí této práce je obsahová analýza sportovního programu České televize, ČT sport, kde byly zjištěny informace o prostoru věnovaném florbalu ve vysílání tohoto programu. Pro doplnění výsledků práce byl využit rozhovor se zaměstnanci České televize a pro získání pohledu z „druhé strany“ bylo realizováno dotazníkové šetření zacílené na výkonný výbor Českého florbalu a jednotlivé zástupce klubů nejvyšší soutěže mužů.

Celkovou analýzu mé práce jsem postupně rozkládal od celkového vysílacího prostoru České televize na program ČT sport přes vysílací prostor věnovaný florbalu jako celku až po vysílací prostor, který jsem dále rozdělil na analýzy jednotlivých soutěží. Velkým překvapením, které bych neočekával, je fakt, že florbal nemá pouze kontinuální rostoucí tendenci vysílacího prostoru ve vysílání programu ČT sport. Je to poměrně zarážející i kvůli tomu, že ČT sport v posledních letech ztrácí práva na soutěže, jako je Liga mistrů ve fotbale, zápasy české fotbalové ligy nebo vysílací dny ledního hokeje. Očekával bych tedy, že florbal jako čtvrtý největší sport podle členské základny dokáže ve vysílání obsadit větší prostor. Vyvolává to ve mně pocit, že jak Česká televize, tak i Česká florbalová unie jsou s tímto stavem spokojeni, jelikož se z dlouhodobého hlediska nijak zásadně nezměnil počet odvysílaných hodin a zápasů.

Florbalové vysílání na České televizi v období mé práce roste i klesá. Zde je potřeba si toto tvrzení rozdělit na roky liché a sudé. Nepředpokládaným je pro mě propad v letech 2015 a 2019, který velmi pravděpodobně souvisí s konáním Mistrovství světa žen. Tato tendence nebyla v letech 2013, kdy se poprvé konalo MS žen v České republice, a jak už to bývá, domácí šampionát je vždy považován za svátek, a to i pro Českou

televizi. Tím tento šampionát dostal i větší prostor ve vysílání. Také i v roce 2017, kdy se MS žen odehrávalo na Slovensku a kdy Česká televize získala za výhodných podmínek větší prostor pro vysílání tohoto šampionátu, takže vysílala i méně atraktivní utkání. Na rozdíl od toho má vysílání v sudých letech rostoucí tendenci, což pravděpodobně souvisí s konáním Mistrovství světa mužů. Pozvolný růst ve vysílání v těchto letech zaznamenal svůj vrchol v roce 2018, kdy se MS mužů konalo v Praze, a ČT sport mu věnovala adekvátní prostor ve vysílání. Mistrovství světa mužů i žen tak patří k významným událostem v daném období ve vysílání ČT sport. Zde je důležité si uvědomit, že domácí šampionáty jsou jak pro televizi, tak i pro diváky svátkem. Tento význam můžeme vidět na letech 2013 a především v roce 2018, kdy florbal dostal největší prostor za mnou sledované období. V rámci domácích šampionátů je v rámci vysílání věnována i další řada formátů, rozhovorů, fejetonů či denního ohlednutí za šampionátem. Z toho vyplývá, že Česká televize se společně s Českou florbalovou unií záměrně zaměřuje na světové šampionáty, kteří nejvíce ovlivňují pokles či nárůst ve vysílání. Z toho vyplývá, že medializace domácích soutěží se nijak zásadně nerozšiřuje a opět to ve mně vyvolává pocit spokojenosti s tímto stavem jak ze strany České televize, tak i ze strany České florbalové unie. Podle mého názoru by tedy zejména Česká florbalová unie měla mít snahu o větší prostor domácích soutěží ve vysílání.

V dnešní době je logická a pro každý sportovní program velmi zásadní převaha přímých přenosů nad záznamy, a to z důvodu konkurence. Pro diváka má přímý přenos vždy větší hodnotu a atraktivnost. V tomto ohledu se florbalu daří, jelikož v jeho vysílání převažují přímé přenosy nad záznamy. Záznamy jsou uplatňovány v případě, že ČT sport nemá možnost florbalu poskytnout daný vysílací čas pro přímý přenos, nebo se florbal nedokáže přizpůsobit času, který mu byl nabídnut. To je samozřejmě nešťastné, jelikož více přímých přenosů by mohlo zvýšit divácký zájem o tento sport. Může zde hrát roli i fakt, že florbal není profesionálním sportem, haly pro zápasy si musí jednotlivé kluby pronajímat a samotní hráči chodí do práce, proto florbal pravděpodobně ne vždy přistoupí na čas, který mu byl poskytnut.

Dalším zjištěním je, že ČT sport netrvá na vysílání těch nejlepších zápasů z kol, kdy si vyberou vysílání, ale že se v televizním utkání objeví každý účastník superligy, což je na základě dohody mezi Českou televizí a Českou florbalovou unií. Tento fakt je podle mého názoru na škodu produktu jménem florbal, jelikož vysílání toho nejlepšího

a nejatraktivnějšího by mohlo oslovit více diváků, kteří by se o to následně zajímali, tak jak k tomu přistupuje Česká televize v rámci vysílání MS.

Další otázkou k diskuzi je Superfinále. Vytvoření této události v roce 2012 je na jednu stranu velmi pozitivní, a to tím, že se v jeden den strhne veškerý zájem florbalistů o jedno utkání a Superfinále je ve skutečnosti opravdovým svátkem florbalu. Na straně druhé florbal přichází o medializaci. Když si vzpomeneme na doby před Superfinále, tedy sezony před rokem 2012, finálová série se hrála na čtyři vítězná utkání, a pokud finále končilo sedmým rozhodujícím zápasem, tak o něj byl velký divácký zájem. Právě tyto zápasy z finálové série jsou vždy nejzajímavější, a tak je zásadní otázkou, jestli by pro florbal nebyl lepší návrat k tomuto modelu za předpokladu, že by měl jistotu odvysílání finálové série. Chápat se dá i druhý pohled, a to ten, že tolik diváků na stadionu a mediální pozornost, jakou má Superfinále, by nejspíš finálová série nikdy neměla.

K další diskuzi je i poměr mezi zápasy mužské a ženské ligy. Překvapuje mě, že v dnešní době Česká televize nezařazuje do vysílání více ženských zápasů, a to z důvodu genderové vyváženosti. Je zřejmé, že florbalový svaz s tímto souhlasí a více dbá na medializaci mužské soutěže.

Sledovanost florbalu nebyla oproti původním předpokladům žádným překvapením, i přestože má florbal čtvrtou nejpočetnější členskou základnu. Pro florbal platí, že je to sport, který si většina lidí ráda zahraje, ale málokdo se na něj následně dívá v televizi. Není tedy nikterak zarážející, že za celé sledované období se florbal nedostal ani jednou do TOP 50 nejsledovanějších pořadů v daném roce. V měsíčních žebříčcích TOP 50 nejsledovanějších pořadů se florbal umisťuje hlavně v měsíci prosinci a to díky zápasům reprezentace na mistrovství světa. Velmi zarážející je fakt, že ačkoliv je nejvíce medializovaná mužská soutěž, tak se ani jednou neumístila v těchto žebříčcích, a to ani Superfinále. Velkou roli zde pravděpodobně hraje velmi častá kolize vysílání Superfinále se soutěžemi tenisu, reprezentace ledního hokeje či jinými divácky atraktivnějšími přenosy.

7. ZÁVĚR

Výsledky výzkumu ukázaly, že prostor věnovaný florbalu na obrazovkách České televize je za sledované období relativně stejný. Nejhuře byl na tom florbal v roce 2012, naopak nejlepší rok z hlediska vysílacího prostoru zaznamenal v roce 2018. V návaznosti na tento výzkum je velice pravděpodobné, že florbal se v televizi dostává na hranici svého potenciálu. Jak bylo řečeno v této práci, je to sport, který baví lidi hrát, ale bohužel není tak atraktivní na sledování v televizi. Florbal jakožto většina halových sportů není v České republice atraktivní pro televizní diváky. V porovnání s ostatními halovými sporty je na tom florbal poměrně dobře, jelikož má v porovnání s házenou, volejbalem a basketbalem největší průměrný prostor ve vysílání.

Mým doporučením pro Český florbal by bylo v rámci Superligy vysílat vždy podle diváků nejatraktivnější zápas v daném kole, protože vysílání toho nejlepšího, co florbal má, by mohlo přilákat nové sponzory, kteří by se soustředili na florbal jako celek. Tím by se mohl ustálit název soutěže, který od roku 2012 prodělal tři změny a dosáhlo by se i větší míry jistoty financování tohoto sportu. K zamyšlení je i úvaha nad jakýmsi florbalovým dnem, kdy by se v České televizi odehrál jak zápas žen, tak i mužů v rámci domácí soutěže. Tento den by znamenal větší vyrovnanost mezi vysíláním ženského a mužského florbalu. Z hlediska atraktivnosti je pro florbal velkým úspěchem vytvoření takzvaného Superfinále, které pravidelně zasahuje poměrně velkou skupinu diváků, a to ať už v hledišti, nebo u obrazovek. Pro florbal jako takový by měla priorita vycházet vstříc potřebám a požadavkům televize. Především v rámci play off a Superfinále se snažit rozpis zápasů skloubit s co nejlepším prostorem ve vysílání, aby Česká televize mohla v přímém přenosu ukazovat to nejlepší, co může florbal nabídnout, a aby nevznikaly kolize s atraktivnějšími přenosy. Vodítkem pro sponzory by mělo být zjištění, že nejvíce medializované týmy jsou ty, které se pravidelně umísťují v popředí tabulky, a dále že nejsledovanějším produktem Českého florbalu jsou reprezentační akce a mezinárodní akce. Pokud se chtějí partneři florbalu co nejčastěji vidět na obrazovkách televize, měli by svůj zájem upírat na reprezentaci a týmy z popředí tabulky Superligy florbalu.

Pro širší poznání problematiky medializace florbalu či jiných méně vysílaných sportů by bylo vhodné porovnání s ostatními sportovními stanicemi v České republice či porovnání florbalu se zahraničím, a to především s florbalovými kolébkami – Švédskem,

Finskem či Švýcarskem. Dalším zajímavým ukazatelem by bylo zjištění hodnot share a reach a jejich průměr na jeden zápas a následně porovnat s dalšími halovými sporty.

Značně pozitivní vliv by pro florbal znamenalo zařazení do programu olympijských her, což by velice pravděpodobně mělo za následek zvýšení medializace a tím dost možná úplnou profesionalizaci tohoto sportu. Je patrné, že pro florbal je velice důležité si spolupráci s Českou televizí udržet. Není totiž pravděpodobné, že by na komerčních sportovních programech dokázal sebrat prostor sportům, jako jsou lední hokej, či fotbal.

SEZNAM LITERATURY

- 1) *Arts lexikon* [online]. 2012 [cit. 2020-03-17]. Dostupné z: <http://www.artslexikon.cz//index.php?title=Medializace>
- 2) *Kancelář ATO* [online]. [cit. 2020-03-17]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/tv-vyzkum/pcem-v/definice-zakladnich-ukazatelu>
- 3) BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, 391 s. ISBN 80-859-4767-6.
- 4) ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9
- 5) *Česká televize: Vše o ČT* [online]. 2019 [cit. 2019-12-29]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/>
- 6) *Česká unie sportu: počet registrovaných sportovců* [online]. 2019 [cit. 2019-11-27]. Dostupné z: <http://cf.datawrapper.de/Hhf8r/6/>
- 7) *Český florbal: historie v ČR* [online]. 2019 [cit. 2019-11-17]. Dostupné z: <https://www.ceskyflorbal.cz/cfbu/informacni-deska/historie/historie-v-cr>
- 8) *Český florbal: soutěže* [online]. 2019 [cit. 2019-11-17]. Dostupné z: <https://www.ceskyflorbal.cz/souteze>
- 9) *Český florbal: návštěvnost* [online]. 2019 [cit. 2019-11-17]. Dostupné z: <https://www.ceskyflorbal.cz/superliga-muzi/zpravy/detail/navstevnost-tipsport-superligy-stoupa-vevodi-pardubice>
- 10) HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1vyd. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-736-7040-2.
- 11) *IFF: International Floorball Federation* [online]. 2019 [cit. 2020-11-27]. Dostupné z: <https://floorball.sport>
- 12) JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1vyd. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- 13) KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10vyd. Praha: Grada, 2001, 719 s. ISBN 80-247-0016-6.
- 14) KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum*. 1vyd. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
- 15) KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

- 16) KYSEL, Jiří. *Florbal – kompletní průvodce*. Praha: Grada, 2010, 141 s. ISBN 80-247-7335-X.
- 17) PŘÍBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. 1 vyd. Praha: Grada, 1996, 238 s. ISBN 80-716-9299-9.
- 18) PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. 1 vyd. Praha: Portál, 2008, 150 s. ISBN 978-80-7367-381-9.
- 19) SKRUŽNÝ, Zdeněk. *Florbal: technika, trénink, pravidla hry*. Praha: Grada, 2005, 115 s. ISBN 80-247-0383-1.
- 20) SLEPIČKOVÁ, I., & JUNGMANOVÁ, O. (Eds.) (2008). *Média, sport a jejich role v životním stylu*. Sborník z konference. Praha: UK FTVS. ISBN 978-80-86317-65-6.
- 21) SVOBODA, A. *Internetové prezentace sportovců po ukončení kariéry: Zůstává sportovec sportovcem?* Brno, 2007. 85 s. Rigorózní práce. FSS MU.
- 22) TÁBORSKÝ, František. *Sportovní hry 2: základní pravidla, organizace, historie*. Praha: Grada, 2005, 172 s. ISBN 80-247-1330-6.
- 23) URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Grada, 2011, 230 s. ISBN 978-80-247-3563-4.
- 24) *Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2018* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi-2017.pdf?verze=2020-02-18-10:47:27&_ga=2.59720685.1144427113.1581952523-1306482576.1581511668
- 25) WENNER, Lawrence A. *Mediasport*. 1 vyd. New York: Routledge, 1998, 352 s. ISBN 04-151-4041-2.
- 26) *Zákon o České televize* [online]. 1991 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi-2017.pdf?verze=2020-02-18-10:47:27&_ga=2.59720685.1144427113.1581952523-1306482576.1581511668
- 27) ZLATNÍK, David a Karel VANCL. *Florbal – učebnice pro trenéry*. Liberec: Spoltisk, 2001, 59 s. ISBN 978-80-86402-03-1.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Premiéry a reprízy ve vysílání ČT sport.....	34
Graf 2: Odvysílané hodiny florbalu v průběhu roku.....	36
Graf 3: Zastoupení soutěží ve vysílání ČT sport 2012–2019	37
Graf 4: Vývoj hodin Superligy florbalu.....	38
Graf 5: Zastoupení týmů v televizních zápasech 2012–2019.....	41
Graf 6: Vysílací dny florbalu 2012–2019	42
Graf 7: Časy přenosů ČT sport ze Superligy florbalu 2012–2019	42
Graf 8: ČT sport – Celodenní podíl na publiku	50
Graf 9: ČT sport – Průměrný denní reach.....	51
Graf 10: Otázka č.1	55
Graf 11: Otázka č.2.....	56
Graf 12: Otázka č.3	57
Graf 13: Otázka č.4	57
Graf 14: Otázka č.5	58
Graf 15: Otázka č.6.....	59

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Podíl premiér a repríz ve vysílání ČT sport.....	33
Tabulka 2: Celkový prostor věnovaný florbalu	35
Tabulka 3: Programové zastoupení ve vysílání florbalu (v hodinách).....	35
Tabulka 4: Superliga florbalu	38
Tabulka 5: Premiérové přenosy Superligy florbalu	39
Tabulka 6: Zastoupení týmu v televizních zápasech ze Superligy florbalu	40
Tabulka 7: Extraliga žen (v hodinách).....	43
Tabulka 8: Premiérové přenosy z Extraligy žen.....	43
Tabulka 9: Superfinále.....	44
Tabulka 10: Kolize přenosů Superfinále	45
Tabulka 11: Reprezentace celkem (v hodinách).....	46
Tabulka 12: Reprezentace muži (v hodinách)	46
Tabulka 13: Premiérové přenosy reprezentace mužů	46
Tabulka 14: Reprezentace ženy (v hodinách).....	47
Tabulka 15: Premiérové přenosy reprezentace žen	47
Tabulka 16: Český pohár	48
Tabulka 17: Premiérové přenosy Českého poháru	48
Tabulka 18: Czech Open (v hodinách)	49
Tabulka 19: Premiérové přenosy Czech Open	49
Tabulka 20: Pohár mistrů (v hodinách)	49
Tabulka 21: Premiérové přenosy Poháru mistrů.....	49
Tabulka 22: Florbal v měsíčních žebříčcích TOP 50 nejsledovanějších pořadů ČT sport	52
Tabulka 23: Porovnání sportů.....	53

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Logo IFF.....	15
Obrázek 2: ČFbU	15
Obrázek 3: Superliga florbalu.....	16
Obrázek 4: Česká televize.....	23
Obrázek 5: Programy	24
Obrázek 6: Proces marketingového výzkumu	26
Obrázek 7: Operacionalizace	29

SEZNAM ZKRATEK

- 1) IFF – International Floorball Federation
- 2) ČFbU – Česká florbalová unie
- 3) HD – High Definition
- 4) ME – Mistrovství Evropy
- 5) MS – Mistrovství světa

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Členská základna 20 největších českých sportů

Příloha č. 2 – Rozhovor s Romanem Hozákem

Příloha č. 3 – Dotazník pro výkonný výbor Českého florbalu a zástupce jednotlivých klubů Superligy florbalu

Příloha č. 4 – Struktura publika florbalu dle České televize

Příloha č. 5 – Tabulka umístění týmu v Superlize florbalu (2012–2019)

Příloha č. 1 – Členská základna 20 největších českých sportů 2019

Pořadí	Sportovní odvětví	Celkem	Podíl	Celkem Mládež	Podíl
1	fotbal	459035	39,46 %	107825	34,67 %
2	lední hokej	90026	7,74 %	23192	7,46 %
3	tenis	74118	6,37 %	24702	7,94 %
4	florbal	73781	6,34 %	27275	8,77 %
5	golf	61962	5,33 %	6529	2,10 %
6	volejbal	47202	4,06 %	12838	4,13 %
7	hokejbal	36138	3,11 %	5682	1,83 %
8	basketbal	35856	3,08 %	14968	4,81 %
9	atletika	34483	2,96 %	19446	6,25 %
10	Česká unie bojových sportů	26867	2,31 %	13185	4,24 %
11	lyžování	26234	2,26 %	6306	2,03 %
12	univerzitní sport	25034	2,15 %	3147	1,01 %
13	jezdectví	24640	2,12 %	7381	2,37 %
14	cyklistika	24397	2,10 %	2689	0,86 %
15	plavecké sporty	23258	2,00 %	15405	4,95 %
16	stolní tenis	22652	1,95 %	4628	1,49 %
17	turistika	21935	1,89 %	2035	0,65 %
18	šachy	20501	1,76 %	5020	1,61 %
19	házená	19825	1,70 %	6782	2,18 %
20	horolezectví	15415	1,33 %	1953	0,63 %

1163359

310988

Zdroj: Česká unie sportu, dostupné z: <http://cf.datawrapper.de/Hhf8r/6/>

Příloha č. 2 – Rozhovor s pracovníky České televize

1. Čím se dá vysvětlit malý prostor florbalu na obrazovkách ČT sport v roce 2012?

R. H: Nebyl jsem v České televizi, takže nevím, ale vše pramení dle mého z „té“ atraktivnosti.

J. K: Byl jsem na ČT sport opravdu krátce, ale řekl bych, že v té době se teprve začínal florbal více prosazovat do televizního vysílání.

2. Čím se dá vysvětlit pokles vysílaných hodin v letech 2015 a 2019 ze Superligy florbalu?

R. H: Jednoznačně šlo o to, že jsme měli jiný lepší kontent a ten vytlačil florbal z vysílání. Josef by asi dokázal vypsát jaký, ale dle mého to muselo být buď hokejové play off, nebo mezinárodní přenosy.

J. K: Všeobecně platí, že v lichých letech je florbalu ve vysílání méně. Jedná se o roky, kde je MS ve florbalu žen, z kterého nevysíláme tolik utkání jako je to u šampionátu mužů.

3. Existuje smlouva mezi Českým florbalem a Českou televizí o vysílání Superligy florbalu? A co v ní případně zní? Zda je stanovený počet zápasů či že každý tým musí být v přímém přenosu?

R. H: Ano je to tak. Česká televize má smlouvu s Českým florbalem, kde se ČT sport zavazuje odvysílat určitý počet přenosů. Aktuálně je to 32 přenosů pro sezónu 2019/2020. A vzhledem k tomu, že florbal přispívá na externí náklady spojené s přenosy a získává tím okolo přenosů sponzorský prostor pro své partnery, tak i vybírá přenosy pro naše vysílání. Český florbal má tak s kluby extraligy dohodu, že každý klub bude mít minimálně jedno domácí utkání přímým přenosem na ČT sport.

J. K: Tady souhlas s Romanem. Největším úskalím pro sledovanost florbalu, je právě pravidlo, že každý klub musí být vysílán jednou za sezonu na domácím hřišti. Sledovanosti by prospělo, vybírat z každého kola nejatraktivnější utkání, což se bohužel zatím neděje.

4. Proč je od roku 2015 zavedená strategie, v níž je určené pondělí jako hlavní vysílací den pro kolektivní halové sporty?

R. H: Vychází to z toho, že víkendy jsou plné mezinárodních přenosů a utkání fotbalu/hokej/biatlonu plus v ostatní dny v týdnu jsou mezinárodní pohárové soutěže, například fotbalová Evropská liga, basketbalové poháry a dříve když jsme měli práva třeba i fotbalové Liga mistrů.

J. K: Pondělí je jediný den, kdy domácím soutěžím v míčových sportech nepřekáží žádné mezinárodní akce a můžeme tak vysílat pravidelně a ve stejných časech.

5. Co vedlo ke vzniku Superfinále? Nebylo by pro florbal lepší mít garantovanou finálovou sérii ve vysílání?

R. H: Náhodou jsem byl u těchto jednání na Českém florbalu a cílem bylo jednoznačně zvýšit atraktivitu, zajistit TOP event, včetně divácky plných hal v Praze/Ostravě. Finálové série by nikdy pro florbalové hnutí nevygenerovaly takový zájem uvnitř florbalu z celé republiky ani obecný mediální a o návštěvách v malých halách či tělocvičnách ani nemluvě.

J. K: Já u jednání nebyl, ale musím říct, že formát Superfinále je pro televizi ideální. Jeden zápas rozhodne o vítězi ligy, diváci se soustředí na jeden zápas. Finále na několik vítězných utkání by nikdy nevygenerovalo takové číslo, jako je to u Superfinále. Je to vidět u ostatních sportů, kde finálové série zdaleka nedosahují takových čísel jako florbalové Superfinále.

6. Jak si vysvětlit nulový počet odvysílaných hodin reprezentace mužů v letech 2013 a 2019?

R. H: Pravděpodobně nebylo v těchto letech místo ve vysílání na programu ČT sport.

J. K: S velkou pravděpodobností jsme měli vysílání plné. Nebyla tedy možnost vysílat živě.

7. Co stálo za tím, že v roce 2012, 2016 a 2018 nebylo z reprezentace žen odvysílána ani jedna hodina?

R. H: Mimo MS se ženskému florbalu věnujeme výjimečně a není to ani priorita Českého florbalu mimo Českého poháru.

J. K: Florbal žen bohužel u diváků nezbuzuje velký zájem. Jedinou sledovanější akcí je právě MS, kde vysíláme vždy všechna utkání ve skupině + případné postupové boje.

8. Jak se dá hodnotit florbal pro vysílání České televize?

R. H: Obecně je to tak, že ač je florbal velmi oblíbený sport „na zahraničí“, tak bohužel není atraktivní pro televizní diváky. Obecně to ale platí pro všechny halové sporty (mimo hokej) a speciálně pro národní soutěže. Při mezinárodních je to trochu lepší, ale i velmi úspěšné MS v basketbalu 2019 pro ČR tým sledovanost basketbalové KNBL nezměnilo.

Příloha č. 3 – Dotazník pro výkonný výbor Českého florbalu a zástupce jednotlivých klubů Superligy florbalu

Dotazník pro výkonný výbor Českého florbalu a zástupce klubů Superligy florbalu

Vážený člene výkonného výboru Českého florbalu nebo zástupce týmu Superligy florbalu,

jsem studentem Univerzity Karlovy v oboru Management sportu. Momentálně zpracovávám výzkum mé závěrečné bakalářské práce na téma: „**Vývoj medializace florbalu v České televizi**“.

Proto se na Vás obracím s žádostí, o vyplnění tohoto dotazníku, pomocí něhož získám informace pro účely mého výzkumu.

Dotazník je anonymní a bude sloužit výhradně jen pro potřeby výzkumu.

Dotazník je krátký a nezabere vám více než 5minut.

Předem děkuji za Váš čas.

Jiří Ponikelský

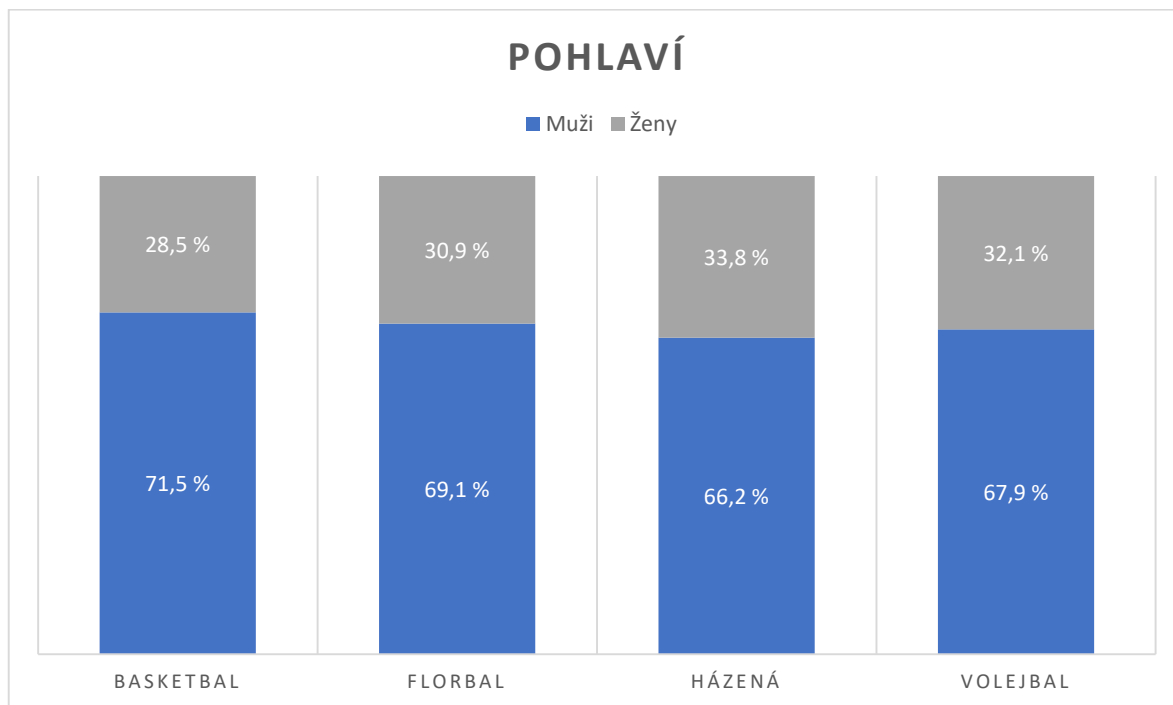
MNG TVS

3. ročník

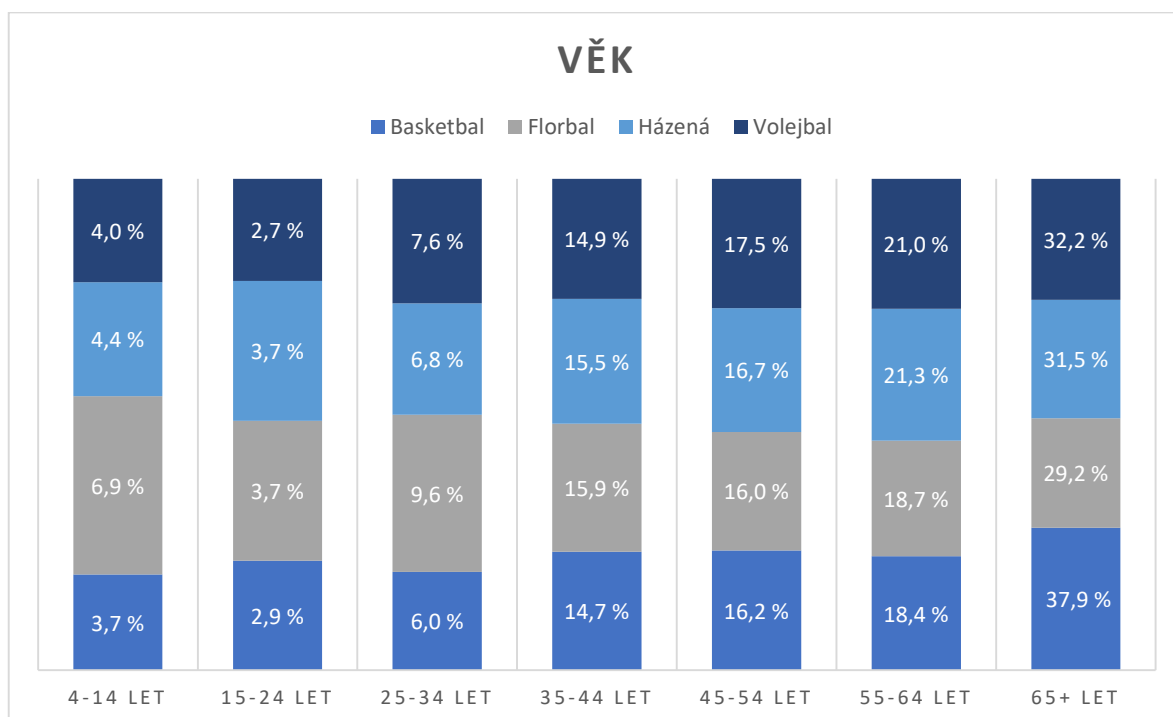
-
- 1) Je podle vašeho názoru florbalu v programu České televize věnován adekvátní prostor?
 - Ano, současný prostor je odpovídající
 - Ne, Mělo by mu být věnováno více prostoru
 - Ne, je mu věnováno příliš prostoru
 - 2) Zaznamenal jste v posledních letech (2012–2019) ze strany České televize o zvýšený zájem o florbal?
 - Ano, velmi výrazný
 - Ano, ale jen malý
 - Zájem vnímám stejný
 - Téměř ne
 - Vůbec ne

- 3) Očekáváte v příštích letech nárůst medializace florbalu v České televizi?
- Ano, nárůst bude výrazný
 - Ano, nárůst bude pozvolný
 - Ne, nárůst nebude žádný
 - Ne, očekávám spíše pokles
- 4) Jste spokojen s tím, jak Česká televize medializuje florbal? (studio, experti, komentátoři)
- Ano, jsem spokojen
 - Ano, ale mohlo by to být lepší
 - Ne, nejsem spokojen
- 5) Vnímáte zvýšený zájem České televize o vysílání světových šampionátů mužů a žen? (expertí, studio, speciály)
- Ano, zájem je vyšší
 - Zájem zůstává stejný
 - Ne, zájem je nižší
- 6) Vnímáte v důsledku medializace florbalu v České televizi zvýšený zájem sponzorů?
- Ano, velmi výrazný
 - Ano, ale jen malý
 - Zájem vnímám stejný
 - Téměř ne
 - Vůbec ne

Příloha č. 4 – Struktura publika florbalu, basketbalu, házené a volejbalu dle České televize



Zdroj: Česká televize



Zdroj: Česká televize

Příloha č. 5 – Tabulka umístění týmu v Superlize florbalu (2012–2019)

	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
1	Tatran Tepla Srešovice	Tatran Tepla Srešovice	Tatran Tepla Srešovice	Technology Florbal MB	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	Technology Florbal MB	Technology Florbal MB	Technology Florbal MB
2	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	Technology Florbal MB	Tatran Tepla Srešovice	Technology Florbal MB	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	ACEMA Sparta Praha
3	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	Technology Florbal MB	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	Buildogs brno	Tatran Tepla Srešovice	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	FAT PIPE FLORBAL CHODOV
4	FBC ČPP OSTRAVA	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	Fbs Bohemians	Tatran Tepla Srešovice	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	Fbs Bohemians	FAT PIPE FLORBAL CHODOV
5	Buildogs brno	x-án team SSK Future	ACEMA Sparta Praha	FAT PIPE FLORBAL CHODOV	I. SC TEMPIŠI Vítkovice	Buildogs brno	ACEMA Sparta Praha	I. SC TEMPIŠI Vítkovice
6	Technology Florbal MB	ACEMA Sparta Praha	ACEMA Sparta Praha	Buildogs brno	Fbs Bohemians	FBC ČPP OSTRAVA	ACEMA Sparta Praha	Tatran Tepla Srešovice
7	Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE	FBC ČPP OSTRAVA	Fbs Bohemians	ACEMA Sparta Praha	ACEMA Sparta Praha	Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE	Tatran Tepla Srešovice	Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE
8	Torpedo Havřov	Buildogs brno	Buildogs brno	FBC ČPP OSTRAVA	Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE	Fbs Bohemians	Sokol Pardubice	Fbs Bohemians
9	Fbs Bohemians	Fbs Bohemians	Sokol Pardubice	Sokol Pardubice	FBC ČPP OSTRAVA	ACEMA Sparta Praha	FBC ČPP OSTRAVA	FBC LIBEREC
10	x-án team SSK Future	ACEMA Sparta Praha	FBC ČPP OSTRAVA	FBC Liberec	Sokol Pardubice	FBC Liberec	FBC DCLEAN Česká Lípa	FBC DCLEAN Česká Lípa
11	FBC Liberec	FBC Liberec	FBC Liberec	Hu-Fa PANTHERS OTROKOVICE	TJ Sokol Královské Vinohrady	Sokol Pardubice	FBC Liberec	TJ Sokol Královské Vinohrady
12	Sokol Pardubice	Torpedo Havřov	Kaonoři Kladrno	TJ Sokol Královské Vinohrady	SK Bvoří Lánov	Kaonoři Kladrno	TJ Znojmo LAUFEN CZ	Buildogs brno
13							Buildogs brno	Sokol Pardubice
14							Florbal Ústí	TJ Znojmo LAUFEN CZ

Zdroj: Český Florbal