Univerzita Karlova v Praze, Fakulta tělesné výchovy a sportu

Jan Brož

Diplomová práce

Analýza obsahu mediálních sdělení deníků MF DNES a Hospodářské noviny k problematice diváckého násilí

Vedoucí práce: doc. PhDr. Irena Slepičková, CSc.

Praha 2009

Tímto prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použil jsem pouze literaturu uvedenou v seznamu.

V Praze dne 4.9.2009 _____

podpis

Chtěl bych na tomto místě poděkovat vedoucí mé diplomové práce doc. PhDr. Ireně Slepičkové, CSc. za cenné rady a připomínky při konzultování tohoto textu.

ABSTRAKT

Název: Analýza obsahu mediálních sdělení deníků MF DNES a Hospodářské noviny k problematice diváckého násilí

Cíl: Kvantitativně zhodnotit zobrazování násilí fotbalových diváků v denících MF DNES a Hospodářské noviny.

Metoda: Pro účely výzkumu byla použita metoda obsahové analýzy.

Výsledky: Výzkumné otázky byly zodpovězeny porovnáním získaných dat.

Klíčová slova: média, divácké násilí, periodický tisk, obsahová analýza

ABSTRACT

Title: The Analysis of the Media Content of Daily Newspapers MF DNES and Hospodářské noviny Relating to the Problem of Spectator Violence

Goal: Quantitatively evaluate representation of spectator violence in daily newspapers MF DNES and Hospodářské noviny.

Method: For purposes of research the method of content analysis was used.

Results: Research questions were answered by comparison of the gained data.

Key words: media, spectator violence, newspapers, content analysis

Svoluji k zapůjčení své diplomové práce ke studijním účelům. Prosím, aby byla vedena přesná evidence vypůjčovatelů, kteří musí pramen řádně citovat.

Jméno a příjmení:	Číslo občan. průkazu:	Datum vypůjčení:	Pozn.:

OBSAH

1. Úvod **9**
2. Teoretická část **11**
2.1. Masová média 11
2.1.1. Vznik, vývoj a funkce masových médií 11
2.1.2. Normativní požadavky na chování médií 13
2.1.3. Představy o účincích médií 13
2.1.4. Média a sport 15
2.1.5. Média a násilí 16
2.1.6. Média a zobrazování různých sociálních skupin 18
2.1.7. Vývoj a charakteristika novin 19
2.1.8. Noviny v České republice po roce 1989 20
2.1.9. Noviny a sport 21
2.2. Agrese a fotbaloví diváci 22
2.2.1. Agrese obecně 22
2.2.2. Divácká agrese 22
2.2.3. Typy diváků navštěvujících fotbalová utkání 23
2.2.3.1. Fotbalový divák 23
2.2.3.2. Fotbalový fanoušek 24
2.2.3.3. Fotbalový chuligán 24
3. Empirická část **26**
3.1. Cíle 26
3.2. Úkoly 26
3.3. Metodologie 27
3.3.1. Alternativy metodologických přístupů 27
3.3.1.1. Kvalitativní přístup 27
3.3.1.2. Kvantitativní přístup 28

3.3.1.3. Obsahová analýza 29
3.3.2. Definování základního souboru jednotek 30
3.3.2.1. Mladá fronta DNES 31
3.3.2.2. Hospodářské noviny 32
3.3.2.3. MF DNES, Hospodářské noviny a sport 32
3.3.3. Definování jednotky analýzy 33
3.3.4. Proces a technika sběru dat 34
3.3.4.1. Vyhledávání v elektronickém archivu 34
3.3.4.2. Selekce irelevantních článků 35
3.3.4.3. Pokračování výzkumu ve studovně periodik 36
3.3.5. Konstrukce proměnných 36
3.4. Analýza získaných dat 38
3.4.1. Srovnání základních kvantitativních ukazatelů deníků MF DNES a Hospodářské noviny vzhledem k výzkumnému tématu 39
Tabulka č. 1 – Tabulka č. 5 39
3.4.2. MF DNES a násilí fotbalových diváků 43
Tabulka č. 6 – Tabulka č. 21 43
3.4.3. Hospodářské noviny a násilí fotbalových diváků 55
Tabulka č. 22 – Tabulka č. 37 56
3.5. Výsledky 66
3.5.1. Srovnání dat získaných analýzou obsahů MF DNES a HN 66
4. Diskuze 72
4.1. Jaké místo zaujímaly informace o násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy GL v agendě sportovního zpravodajství MF DNES a Hospodářských novin? 72
4.2. Která konkrétní témata se ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy GL objevovala a jaký jim byl věnován prostor? 73
4.3. Jaké konkrétní projevy agresivního chování sportovních diváků v souvislosti se zápasy GL se objevovaly ve sportovních rubrikách a jaký jim byl věnován prostor? 74

4.4. Příznivci jakých klubů byli ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy GL zmiňováni? 75

5. Závěr **77**

6. Použitá literatura **79**

7. Přílohy **81**

1. ÚVOD

Média i sport jsou nepochybně mocnými figurami na šachovnici dnešního globalizovaného světa a ovlivňují naše životy takřka na každém kroku. Vždyť čím bychom byli dnes bez masových médií, která sehrávají zásadní roli při utváření pohledu na realitu našich dnů tím, že nám zprostředkovávají veškeré dění, ke kterému dochází „za rohem“, tedy v místech, kam nesahá naše bezprostřední osobní zkušenost? A dokážeme si vůbec představit život bez sportu, o jehož pozitivních účincích na fyzickou i duševní stránku jedince byly popsány stohy papíru?

Při diskuzi o vztahu médií a sportu máme na mysli převážně vrcholový sport prováděný profesionálními sportovci na samé hraně lidských možností. S trpkým úsměvem na rtech je nutno poznamenat, že z důvodu dopingu jsou předváděné výkony mnohdy i za hranou těchto přirozených lidských schopností. Sportovci jsou vystaveni obrovskému tlaku, jediné, co se počítá, je vítězství. Jejich takřka gladiátorským představením přihlížejí nejen desetitisíce diváků na stadiónech, ale především milióny u televizních obrazovek či v poslední době stále častěji před monitory svých počítačů. Magicky fungující spojení médií a sportu má obrovskou moc vytvářet velmi silné příběhy, které zasahují enormní počet lidí na všech místech naší planety.

V tomto výzkumu se však nebudeme zaobírat skupinou sportovních diváků dopřávajících si sledování utkání zprostředkovaně skrz televizi či jiné médium, budeme se věnovat právě určité skupině těch, kteří jsou sportovnímu klání bezprostředně přítomni na stadiónu.

Záměrem této práce bude analyzovat jednu z obrovského množství podob, kterých může vzájemný vztah médií a sportu nabývat. Média mají krom jiného i neobyčejnou moc ovlivňovat výběrem témat i jejich následnou prezentací postoje příjemců mediálních sdělení. Rovněž mají možnost opakovaným zobrazováním konkrétního subjektu v určitých situacích vytvořit představu o tomto subjektu, která však může být dosti vzdálena jeho skutečným charakteristikám.

Hlavními aktéry našeho výzkumu budou fanoušci dopouštějící se při sledování fotbalových utkání Gambrinus ligy násilných projevů a bude nás zajímat, jak o těchto jedincích, potažmo jejich činech, informují sdělovací prostředky. Těmito sdělovacími prostředky budou dva respektované celorepublikově vycházející deníky, Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny.

Toto šetření by chtělo svými omezenými možnostmi z trochu jiného pohledu a užitím jiné metody přispět do skupiny výzkumů, jež svým zaměřením nějakým způsobem, tak či onak, reflektovaly problematiku diváckého násilí.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1. MASOVÁ MÉDIA

2.1.1. Vznik, vývoj a funkce masových médií

K důležitému zlomu v dějinách celého lidstva došlo v polovině patnáctého století, kdy mohučský rodák Johannes Gensefleisch zur Laden, zvaný Gutenberg, vynalezl knihtisk. Gutenbergův objev s sebou přinesl možnost mechanicky zhotovovat identické texty, které bylo možné dále rozšiřovat. Významnost vynálezu knihtisku zmiňuje Marshall McLuhan ve své knize Gutenbergova galaxie, kde vývoj komunikace podle převládajícího média rozdělil do následujících období (Jirák, Köpplová 2007: 19):

1. období orální kmenové kultury, které popisuje jako „svět ucha“, dobu akustického prostoru,
2. období psané kultury – rukopisů, kdy fonetické písmo nahrazuje akustické vnímání vnímáním vizuálním,
3. období, které představuje „Gutenbergova galaxie“ s tištěnou knihou, která se stala nejen prvním masovým výrobkem, ale také prvním uniformním, opakovatelným konzumním zbožím. McLuhan za nejdůležitější vlastnost knihtisku považuje právě opakovatelnost, která je podle něj kořenem mechanického principu, který měnil svět od dob Gutenberga. Typografie vyrobila první jednotně opakované zboží, a tím vytvořila také Henryho Forda, první montážní linku a první masovou produkci (McLuhan 2008: 224). Gutenbergova galaxie podle Marshalla McLuhana končí
4. nástupem elektřiny.

Dieter Prokop posouvá vznik masových médií o několik století blíže k současnosti, a sice až na přelom 18. a 19. století. V knize Boj o média konstatuje, že ani nejčtenější knihy konce 15. stolení nelze měřítky dnešní doby považovat za masová média, protože v tomto čase čtení ovládaly maximálně 4 procenta obyvatelstva (Prokop 2005).

Masová média slouží k celospolečenské komunikaci, která zpravidla probíhá mezi jedním výchozím bodem a vysokým počtem bodů cílových. Podstatným rysem masových médií je skutečnost, že jeden účastník je stavěn do role vysílatele, druhý pak do role příjemce. Masmédia tedy zpravidla neumožňují vysílání a přijímání vzkazů na obou stranách. Masová média jsou společenskými institucemi, jejichž hlavní činností je dodávání nejrůznějších zprostředkovaných sdělení do našeho bezprostředního kontextu. Pro mediální instituce jsou vyjma jejich hlavní činnosti charakteristické především následující rysy:

- Mediální instituce jsou umístěny ve „veřejné sféře“, jsou tedy v zásadě otevřeny všem příjemcům i podavatelům. Média se zabývají veřejnými záležitostmi za veřejným účelem, za svou činnost odpovídají široké veřejnosti a to především prostřednictvím zákonů, nařízení a tlaků ze strany státu a společnosti.

- Na základě své hlavní činnosti, kterou vykonávají ve jménu příslušníků společnosti, jsou média jako ekonomické, politické a kulturní veličiny obdařena vysokým stupněm svobody.

- Mediální instituce nemají formálně sebemenší moc.

- Účast v médiích je dobrovolná a prosta jakéhokoli společenského závazku (McQuail 2007).

Média hrají v současném světě bezpochyby velmi zásadní roli, a proto je nutné si zodpovědět otázku, jaká je jejich funkce ve vztahu ke společnosti. Funkcionalistický přístup hledí na poslání médií z hlediska potřeb, které má společnost i jednotlivec. Společnost je zde chápána jako vyvíjející se systém složený z řady subsystémů, jedním z těchto subsystémů jsou i masová média. Každý subsystém nějak přispívá ke kontinuitě a řádu společnosti tím, že saturuje některé z jejích potřeb. Média mají při podpoře kontinuity následující společenské funkce:

- informování – poskytování informací o událostech a podmínkách života,

- socializace – vysvětlování a komentování významů událostí, platných společenských vztahů a informací spolu s podporou ustálených autorit a společenských norem,

- kontinuita – podpora převládajících kulturních vzorců,

• zábava – nabídka pobavení, napětí či rozptýlení, sloužící jako prostředek uvolnění a zdroj oslabování sociálního napětí a konečně

• získávání – agitování pro společensky významné cíle (Jirák, Köpplová 2007: 44).

2.1.2. Normativní požadavky na chování médií

Média jako celek posuzujeme podle jejich chování. Kritéria pro posuzování jsou společensky a dobově podmíněná a dostávají podobu požadavků či nároků, které společnost v dané době a situaci vůči médiím má. Tyto požadavky, přestože jsou ze své podstaty spíše „principem“ než vynutitelnou „normou“, označujeme jako normativní. Obsah těchto požadavků je zásadně ovlivněn uspořádáním společnosti, je jasné, že v liberálně demokratických společnostech budou vůči médiím vznášeny požadavky na hony vzdálené od požadavků společnosti totalitární či autoritářské. Michael Kunczik upozorňuje, že v komunistických zemích je mediální politika součástí agitace a propagandy, masová komunikace v takové společnosti nemá za úkol šířit informace v co možná nejširší míře, nýbrž místo toho má dosáhnout indoktrinace prostřednictvím cílené manipulace mínění, což je nazýváno „socialistickým uvědomováním“ (Kunczik 1995: 35). V demokratické společnosti je nejobecnějším normativním požadavkem, aby média jednala v takzvaném veřejném zájmu. Problém veřejného zájmu spočívá v tom, že si pod ním každý jedinec či sociální skupina může představit něco jiného. Veřejný zájem ve vztahu k médiím nikdy nemůže být s konečnou platností definován, mění se z hlediska historického i kulturního kontextu a typu společnosti. Demokratické společnosti vycházejí z představy, že je ve veřejném zájmu, aby média plnila kontrolní funkci vůči státu, a to především nezávislým prezentováním zpráv a komentářů. Pro takové jednání ve veřejném zájmu mají být médiím vytvořeny legislativní podmínky (Trampota 2006).

2.1.3. Představy o účincích médií

Panuje jednoznačné přesvědčení, že média mají významný dopad na jednotlivce i na společnost. Platnost tohoto konstatování lze vypozorovat z aktivit lobbistických skupin, snažících se o ovlivnění médií, snah politiků o proniknutí do médií či z postupu inzerentů, nakupujících reklamní plochy. Názory na povahu a rozsah účinku masových médií se však

velmi různí. Jakékoliv snahy o zkoumání a přesné vyjádření moci médií značně stěžuje fakt, že média jsou natolik významnou společenskou institucí, provázanou s dalšími institucemi, že jejich podíl na stavu společnosti či rozpoložení jedince prakticky není možné od společnosti izolovat a zkoumat samostatně (Jirák, Köpplová 2007). Denis McQuail říká, že média budou jen zřídkakdy jedinou nebo dostatečnou příčinou určitého efektu a je proto krajně obtížné stanovit jejich relativní přispění. Navzdory těmto nejistotám se však zdá, že existuje dostatečné pragmatické poznání založené na zkušenosti, které umožňuje médiím a jejich klientům chovat se tak, jako by skutečně věděli, jakých účinků dosahovat (McQuail 2007).

Z časového hlediska můžeme hovořit o krátkodobém účinku a dlouhodobém vlivu médií, respektive mediálních produktů. Příkladem krátkodobého účinku mediálního produktu, například zprávy, je šíření informací mezi příjemci. Rychlost šíření novinek mezi publiky a využití médií jako primárního zdroje informací závisí především na závažnosti informace a rovněž na denní době uveřejnění zprávy. Dlouhodobý vliv zpráv je patrný v nastolování tematické agendy veřejnosti. Tím, že si média zvolí určitá témata, kterým v dlouhodobějším horizontu věnují prostor, ovlivňují vnímání příjemců zpráv a jejich pohled na to, co je důležité a co nikoliv (Trampota 2006).

Výzkum mediálních účinků si v průběhu historie prošel dle Denise McQuaila čtyřmi fázemi. První fáze nesoucí název „všemocná média“ sahá od začátku 20. století do pozdních třicátých let. Médiím byla v této době přisuzována úžasná moc a recipientům mediálních sdělení byla přiřknuta značně podřízená role pouhého pasivního příjemce. Tyto názory však nebyly založeny na vědeckém zjišťování, nýbrž pouze na pozorování mimořádné popularity tisku a v té době nových médií, tedy filmu a rozhlasu. John B. Thompson kritizuje teorie postavené na představě všemocných médií a pasivního příjemce a upozorňuje, že proces recepce není jen pouhým jednosměrným přenosem významu, ale tvůrčím setkáním mezi složitým a strukturovaným sdělením na jedné straně a jedinci, kteří patří do rozdílných skupin a do aktivního procesu interpretace vnášejí všemožné vlastní zdroje a představy, na straně druhé (Thompson 2004: 141). Ve druhé fázi, trvající do poloviny šedesátých let byla „teorie mocných médií vystavena zkoušce.“ Výsledky proběhnuvších empirických výzkumů dovedly vědce k poznatku, že identické obsahy mohou vyvolávat u různých recipientů odlišné účinky. Toto zjištění podpořila především studie Josepha Klappera. Médiím se začala připisovat

mnohem skromnější schopnost vyvolávat plánované či mimovolné účinky. Ve třetí fázi, probíhající zhruba do devadesátých let, jsme svědky „znovuobjevení mocných médií“. Výzkumy se už nesoustředily pouze na komunikátora a šířené obsahy, ale začaly vidět vztah médií a publika v komplexnějším rámci komplikované sociální reality. Na významu začal získávat aktivní přístup příjemce k médiím. Čtvrtá fáze „dohodnutého vlivu médií“ počítá jak s mocí médií, tak s mocí publika při výběru a s pomyslným prostorem pro neustálé dohadování se mezi nimi (McQuail 2007).

2.1.4. Média a sport

V dnešním světě, ve kterém prostorová měřítka ztrácejí význam a jakákoliv událost, od pohřbu popkulturní ikony přes inauguraci hlavy významného státu až po přenos finálového zápasu Mistrovství světa ve fotbale může být díky moderním elektronickým technologiím distribuována v přímém přenose na druhou stranu zeměkoule, se sport bez pozornosti médií neobejde. Prim v médiích pochopitelně v důsledku touhy po maximálních výkonech sportovců a maximálních prožitcích diváků hraje sport vrcholový. Média volají po co možná nejvyšší atraktivitě zobrazovaného sportovního odvětví, čemuž se přizpůsobují i pravidla jednotlivých sportů. Lze pozorovat obecný trend vedoucí ke zrychlování (můžeme říci „zhušťování“) sportu a rovněž jsme svědky snahy o úpravu pravidel tak, aby jednotlivá klání získala odhadnutelnou časovou délku akceptovatelnou televizí, která je ve většině případů realizátorem přímého přenosu (Děkanovský 2008). Sportovní přenosy patří k nejsledovanějším televizním pořadům a v celém kolotoči medializovaného sportu se točí enormní finanční částky. Cena reklamy v průběhu přímých sportovních přenosů je vyšroubována na maximum, například při Super Bowlu, finále americké národní fotbalové ligy, jdou ceny reklamních spotů do miliónů dolarů (Wenner 2000).

Média často s vidinou zvýšené prodejnosti či sledovanosti upozorňují na negativní aspekty sportu. Běžně bývá zdůrazňováno, co ve sportu nefunguje a na reflektování pozitivních rysů se zapomíná. Zvláště módními se stávají kauzy, ve většině případů nafouknuté banality, nepodaří-li se však z jakékoliv události udělat za každou cenu kauzu, nikdo o ni neprojeví zájem. Také toto vede k relativnímu ohrožení sportu. Sport jako takový zůstává v pozadí a méně důležitý (Dovalil 2008: 9).

Pro vztah médií a sportu měl kruciální význam rozvoj rozhlasu a posléze především televize. Rozhlasové reportáže v naší zemi se začaly objevovat krátce po zahájení vysílání Československého rozhlasu, tedy zhruba v polovině 20. let minulého století. Z období prvního desetiletí sportovních přenosů na vlnách Československého rozhlasu vešla do legend především reportáž Josefa Laufera z finálového utkání Mistrovství světa ve fotbale 1934 v Itálii, ve kterém nastoupila mužstva domácí Itálie a Československa (Děkanovský 2008). První vysílání obrazového signálu z velké sportovní akce proběhlo v rámci Letních olympijských her 1936, které se konaly v Berlíně. V první polovině 50. let spustila vysílání Československá televize a sportovní přenosy na sebe nenechaly dlouho čekat. V roce 1956 se na obrazovce objevily Branky, body, vteřiny a vydržely na ní dodnes. I to svědčí o exkluzivitě vztahu mezi médii a sportem. Pro sportovní zpravodajství je charakteristické jeho zaměření na zachycení průběhu a výsledku sportovních akcí, které se těší oblibě u publika, ať již dlouhodobě či příležitostně v závislosti na momentálním úspěchu českých sportovců v mezinárodním srovnání (Jirák, Köpplová 2007: 122).

Otěže hlavního zprostředkovatele sportovních přenosů v posledních desetiletích převzala od rozhlasu televize. Pokud jde o sport v televizi, z celosvětového hlediska byl v minulosti charakteristický přesun sportovních přenosů z veřejnoprávních do soukromých médií a vznik speciálních, na sport zaměřených a placených televizních kanálů (Sky Sports). Tento vývoj je patrný i v českých podmínkách, ve kterých v současnosti funguje například veřejnoprávní sportovní kanál ČT 4 a soukromý Nova Sport. V dnešní době se stále více prosazuje i sportovní vysílání po internetu. Tento trend můžeme pozorovat i u České televize, která na svých stránkách http://fotbalzive.ct24.cz/ streamuje (= živě vysílá) všechny zápasy Gambrinus ligy.

2.1.5. Média a násilí

Masová média od jejich počátku provázejí obavy z případného negativního dopadu násilných obsahů na příjemce takového sdělení. Hledání odpovědi na povahu vztahu médií a násilí se v podstatě odvíjí od míry vlivu, kterou jsme ochotni médiím přiznat. V současné době se tyto

obavy přirozeně upínají nejvíce k násilným obsahům prezentovaným v televizi a počítačových hrách.

Autoři takzvané kultivační teorie, zkoumající mediální obsahy, si uvědomili, že při analyzování násilí zobrazovaného v médiích je nutné brát do úvahy nejen násilný čin sám, ale i druh násilí, oběť, násilníka, způsob znázornění a kontext. Studie zaměřené na vnímání diváků upozorňují, že různí lidé reagují na identická sdělení rozdílně. Nalezli bychom příklady mnoha často zcela protichůdných názorů na účinky násilí zobrazovaného v médiích. Například teorie inhibice tvrdí, že pozorování násilného chování může údajně u recipienta vyvolat strach z agrese, který sníží jeho odhodlání k vlastnímu agresivnímu chování. Oproti tomu teorie stimulace říká, že u recipienta stoupá sledováním násilných obsahů odhodlanost k agresivitě. Jako třetí zmiňme teorii neúčinnosti, která předvedenému násilí přiznává pouze schopnost způsobit krátkodobé emocionální vzrušení, k čemuž může dojít i díky jakémukoliv jinému obsahu a případy napodobení jsou považovány za velice nepravděpodobné (Kunczik 1995). I přes četnou protichůdnost však výzkumy nakonec prokázaly, že sledování násilných obsahů může mít za určitých okolností na diváky (především ty nejvíce ovlivnitelné, tedy děti) nepříznivý dopad, a to zvláště v případech, kdy je násilník prezentován jako přitažlivá osoba, jeho čin je vysvětlován jako ospravedlnitelný a není nijak potrestán, pro oběti má násilné konání minimální důsledky a konečně násilí je prezentováno tak, že divákovi připadá realistické. Zobrazované násilí můžeme dělit na implicitní, které je pouze naznačeno a uživatel média si jej musí domyslet, explicitní, to znamená podrobně vyobrazené, a to obvykle včetně následků, dále pak faktické, tedy zobrazující skutečné události, například ve zpravodajství či sportovním přenosu a fiktivní, které je zobrazováno ve smyšlených příbězích, za které považujeme například akční filmy (Jirák, Köpplová 2007).

Profesor Jan Jirák z katedry mediálních studií FSV UK na semináři Média a násilí, konaném v květnu 2005 v Třeboni, vyjádřil svůj názor na míru vlivu násilí v médiích na chování jedince zajímavým postřehem, který dobře vystihuje jeho relativnost: „Za poslední rok v českých televizích výrazně ubylo akčních filmů a vysílatelé je odsouvají do méně atraktivních časů. Naopak vzrůstá počet romantických seriálů, mýdlových oper a telenovel. Jestliže za rok, až se tu znovu sejdeme, dramaticky vzroste v České republice počet uzavřených sňatků,

můžeme se začít bavit o tom, zda má násilí v médiích skutečně nějaký reálný vliv na chování člověka.“ (Potůček 2005)

2.1.6. Média a zobrazování různých sociálních skupin

Chceme-li hledat odpověď na otázku, kterak tisk informuje o projevech diváckého násilí, musíme se nejprve pídit po mechanizmech, s jejichž pomocí média, v tomto konkrétním případě noviny, zobrazují různé sociální skupiny, v případě našeho výzkumu fotbalové diváky.

Média mají sklon některé aktéry zpravodajských příběhů znázorňovat určitým ustáleným způsobem, čímž vytvářejí mediální reprezentace, které se však mohou od reálné charakteristiky aktérů odlišovat. Jednotlivé reprezentace se zakládají na opakovaném výběru a zdůraznění určitých atributů popisovaného a opomíjení atributů jiných. Média reprezentaci využívají z důvodu nutnosti vyjádření se na malém prostoru, publikum díky reprezentaci snadněji porozumí dominantnímu významu události. Základním principem každé reprezentace je opakování, které ústí v posilování ustavené reprezentace a případně k jejímu postupnému upravování. Podle míry ustálenosti vazby mezi reprezentovaným a popisovaným a odlišnosti podoby vztahu mezi popisovaným a reálným rozlišujeme tři úrovně reprezentace, totiž typ, archetyp a stereotyp. Objektem našeho zájmu bude právě stereotyp, který je zjednodušenou a zkreslenou reprezentací, objevující se kontinuálně delší dobu. Stereotypní zobrazování mohou mít svůj základ v předsudečných představách o zobrazované skupině a tyto předsudky upevňovat. Kontinuální negativní zobrazování určité sociální skupiny může vést k její stigmatizaci, posléze k jejímu vyřazení z majoritní společnosti.

Lidé pracující v redakcích médií při popisu událostí uplatňují svou perspektivu vidění světa, což se může projevovat ve způsobu, jakým informují o představitelích sociálních skupin, ke kterým sami nepatří a které jsou jim cizí. Tato skutečnost se může projevit explicitním označením odlišnosti, případně jejím vydáváním za základní vlastnost aktéra. Uvádění takových identifikujících znaků v souvislosti s často se opakujícím typem události vede ke stereotypnímu obrazu dané skupiny, prostřednictvím označování odlišností jiných skupin

může docházet k vystavění či posílení polarizace my versus oni. Klíčovou roli v zobrazování příslušníků sociální skupiny hraje, v rámci jakého typu událostí se diskutované subjekty do zpráv dostávají a v jakých rolích a situacích se objevují. Opakovaná prezentace subjektu v určitém typu situací může totiž vést k tvorbě dojmu, že právě tyto jsou pro něj typické a normální, může tak docházet k situační atribuci, kdy jsou vlastnosti situace vztahovány na subjekt samotný (Trampota 2006).

2.1.7. Vývoj a charakteristika novin

Periodický tisk, chceme-li noviny, můžeme považovat za první skutečně masové médium. První exempláře se objevily zhruba 200 let po vynálezu knihtisku a za jejich předchůdce lze považovat ani ne tak knihy, jako spíše bulletiny a letáky, které byly šířeny pomocí tehdy vznikajících poštovních služeb a soustředily se především na přenášení zpráv o událostech důležitých pro mezinárodní obchod (McQuail 2007). Letáky se nerozdávaly zdarma, jak tomu je dnes, ale tiskaři a nakladatelé je prodávali, především řemeslníkům a majitelům obchodů. Letáky byly často psané jako dnešní novinové úvodníky, nabízely nadstranické morální povznesení (Prokop 2005: 81).

McQuail při definici novin jako masového média zmiňuje několik rysů, které jsou pro ně charakteristické: pravidelné a časté vycházení, zbožní charakter, informační obsah, působení ve veřejné sféře, městské publikum a relativní svoboda. Noviny s sebou přinesly novou literární, sociální a kulturní formu. Jejich zvláštnost ve srovnání s jinými podobami kulturní komunikace tkví v jejich individualizmu a orientaci na realitu, v užitkovosti, světskosti a celkové schopnosti vyhovět potřebám nové třídy, jejímiž reprezentanty byli řemeslníci a obchodníci bydlící ve městě. Z výše napsaného je patrno, že vydavatelé a novináři se často z důvodu své činnosti stávali trnem v oku vládní moci. Dějiny novin proto, alespoň jejich pozdější část, lze charakterizovat jako sérii bojů, vítězství a ústupků v zápase o svobodu.

V historii novin můžeme vypozorovat několik typů periodik – politický tisk, seriózní (prestižní) tisk a masový (komerční, případně bulvární) tisk. Rozdílnosti mezi jednotlivými

typy lze nalézt v mnoha oblastech, od cílové skupiny, přes obsahovou stránku či objem nákladu až po způsob financování.

Politický tisk sloužil k informování a organizaci politické strany, čtenářská obec byla stmelena vazbou na jeden politický subjekt a list si otevřeně kladl za cíl formovat veřejné mínění. V současné době je sice na ústupu, avšak myšlenka kvalitního stranického tisku má v demokratické společnosti stále své opodstatněné místo.

Seriózní tisk se začal šířit zhruba od druhé poloviny 19. století a jeho rozvoj byl ovlivněn zrušením přímé cenzury, vítězstvím liberalizmu a mnoha dalšími společenskými a technologickými změnami. Byl orientován na majetnější a vzdělanější publikum a jeho hlavními rysy se stala formální nezávislost na státu, vyvinutý smysl pro společenskou a etickou odpovědnost, uznání novin jako významné instituce politického a společenského života a vývoj novinářské profese jako „objektivního“ zpravování o událostech (McQuail 2007).

Masový tisk využíval oproti serióznímu výraznější grafickou podobu, rozvíjel využití ilustrací (později fotografií) a zaváděl některé novinky ve způsobu zpracování a prezentace zpráv. Tento typ tisku je vydáván ve velkém nákladu a jeho hlavním cílem je zisk. Je závislý na příjmech z reklamy. Komerční zaměření a způsob financování vyvíjí tlak na obsah novin, který tenduje k politickému populizmu a současně k podpoře obchodu, konzumerizmu a svobodného podnikání (Jirák, Köpplová 2007).

2.1.8. Noviny v České republice po roce 1989

Proměny ve fungování tisku po roce 1989 přirozeně souvisí s proměnami celé mediální sféry po pádu komunistického režimu. Masová média se začala rychle měnit hned na počátku 90. let. V první řadě došlo k jejich proměně obsahové. Rozpad systému úkolování médií a dozoru nad nimi, tolik typický pro vládnoucí vrstvu minulého režimu, postavil média před možnost a zároveň nutnost ohlížet se více na potřeby a zájmy čtenářů, posluchačů a diváků.

Rovněž proběhlo důsledné odstátnění médií, privatizace tištěných médií a ustavení duálního principu ve vysílání, tedy rozdělení rozhlasů a televizí na veřejnoprávní a nově vzniklé soukromé. Tomuto vývoji se postupně přizpůsobila i mediální legislativa, jedním z jejích významných opatření například bylo vyloučení politických stran z množiny subjektů, které mohou vydávat periodický tisk. Vznik soukromých médií přivedl do českých médií řadu zahraničních vlastníků a s nimi investice do nových technologií. Proces nalézání a ustavování nového mediálního modelu se v České republice neobešel bez problémů. Při pozorování české mediální scény si lze všimnout určitých charakteristických rysů, jako je třeba hyperkomercionalizace většiny médií. Tento problém se dotýká prakticky všech českých deníků, na jejichž podobu má dnes rozhodující vliv marketingové myšlení, v jehož logice se média čtenářům svou produkcí podbízejí. Poněkud stranou tohoto trendu stojí Hospodářské noviny, snažící se sice rovněž o široký tematický záběr, avšak pěstující si přeci jen pověst poněkud serióznějšího listu (Jirák, et al. 2005).

2.1.9. Noviny a sport

Hlavním tématem této práce bude analýza vybraných novinových článků nacházejících se především ve sportovních rubrikách MF DNES a Hospodářských novin, proto je vhodné se krátce zmínit o vztahu novin a sportu. Tento vztah má bohatou historii, první zmínka o sportu v novinách se datuje do roku 1750, kdy britské noviny přinesly informaci o kriketu (Slepičková 2008: 4). Magické spojení sportu a tisku objevil na konci 19. století i Leopold Ullstein, vydavatel deníku Berliner Zeitung. Ullstein byl v Německu první, kdo vybudoval sportovní zpravodajství, které se záhy stalo atrakcí jeho novin. Jeho čtenáře fascinovaly fotografie z koňských dostihů, běžeckých drah a stadiónů (Prokop 2005: 214).

Dnešní svět se od časů Leopolda Ullsteina v mnohém liší, zaujetí pro sport, které je reflektováno na stránkách denního tisku, však stále trvá a sportovní rubriky jsou samozřejmostí, nikoliv zvláštností. Hovoříme-li o českém prostředí, nezbývá než konstatovat, že sportovní zpravodajství je nedílnou součástí všech velkých deníků a co víc, jeden deník je sportu dokonce věnován kompletně. Chce-li periodikum zaujmout širokou čtenářskou obec, musí na svých stránkách sportu věnovat dostatečný prostor. Před listopadem 1989 se nezájem

o oficiální politiku vládnoucí strany a lhostejnost k cenzurovaným a unifikovaným informacím glosoval i aforizmem, podle něhož „se noviny čtou odzadu“, tedy od sportovních stránek. Dnes je zřejmé, že tato tendence do jisté míry přetrvává. Čtení novin odzadu, dříve vyjadřující nesouhlasný postoj k establishmentu, je nyní nabízeno a usnadňováno coby legitimní alternativa recipientova zájmu a vkusu (Děkanovský 2008).

2.2. AGRESE A FOTBALOVÍ DIVÁCI

2.2.1. Agrese obecně

Máme-li se zabývat diváckou agresí, sluší se, abychom nejprve nahlédli agresi z obecné perspektivy. Při hledání definice agrese je třeba rozlišit prožívaný stav agresivity od pozorovaného agresivního způsobu chování. Pro složky prožívání jsou typické pocity připravenosti, zablokovanosti, vzteku, strachu a hněvu. Složky chování se projevují fyziologicky jako vegetativní podráždění a směřují k použití psychické a fyzické síly proti osobám nebo věcem, aniž by pro toto chování bezprostředně vznikly rozumné nebo adekvátní příčiny. Vysvětlením agrese se zabývá mnoho teorií, některé předpokládají, že agrese je vrozená a neodvratitelná. Jako reprezentanta tohoto názoru lze zmínit Sigmunda Freuda, který chápal agresi jako vrozený pud. Jiné teorie naopak tvrdí, že agrese vzniká na základě nepříznivých podmínek prostředí, učíme se ji a je možné se jí zbavit nebo ji přeučit. Do této skupiny řadíme teorii sociálního učení a hypotézu frustrace – agrese (Kern, et al. 1999).

2.2.2. Divácká agrese

Divácká agrese se jeví jako neopomenutelný problém dnešních dnů, neboť agresivní chování diváků ovlivňuje negativně atmosféru na stadiónech a může způsobit odliv „slušných“ diváků ze stadiónu před televizní obrazovku. Zatímco některé odborné studie připouštějí pozitivní vliv sportování na redukci agrese u aktivních účastníků, opak se zdá být pravdou pro sportovní diváky (Slepička, Hošek, Hátlová 2006). Divácká agrese je ovlivněna řadou příčin psychologické a sociologické povahy. Tyto příčiny mají vztah jednak ke společenskému

prostředí a sociálnímu začlenění diváka, dále k specifickému prostředí sportu, rovněž k situačním podmínkám v hledišti a na hřišti a konečně k úloze sdělovacích prostředků.[1]

Projevy divácké agrese se liší v závislosti na sportovním odvětví, nejčastěji k nim dochází při utkáních v populárních sportovních hrách, jako je fotbal či hokej. Verbální agrese je projevována formou nadávek či pískání, reagující buď na dění na hřišti nebo na projevy rivalských diváckých skupin. Závažnější je agrese fyzická, namířená buď vůči zařízení stadiónu, hráčům, rozhodčím či jiným fanouškům. Násilí je v dnešní době nejčastějším projevem agrese mezi skupinami fanoušků soupeřících mužstev (Slepička, Hošek, Hátlová 2006).

2.2.3. Typy diváků navštěvujících fotbalová utkání

Návštěvníky ochozů fotbalových stadiónů můžeme rozdělit do tří velkých skupin – fotbaloví diváci, fotbaloví fanoušci a fotbaloví chuligáni, jejichž příslušníci se od sebe mohou odlišovat například mírou objektivity či aktivity při hodnocení a sledování zápasů (Mareš, Smolík, Suchánek 2004).

2.2.3.1. Fotbalový divák

Fotbalový divák je pasivním pozorovatelem hry, není ovlivněn vzájemnou rivalitou týmů a na sledované utkání proto pohlíží zcela neutrálně. Jeho divácký záběr je širší, kromě fotbalu sleduje, ať už přímo na stadiónu nebo prostřednictvím televizní obrazovky, i další sporty. Fotbal je pro sportovního diváka na stejné úrovni jako divadelní představení, protože i po jeho zhlédnutí odchází spokojen se silným prožitkem, získaným z průběhu hry. Nelze u něj pozorovat sepětí s konkrétním klubem, s žádným týmem se neztotožňuje, a tudíž nenosí žádné klubové symboly.

[1] Média skutečně někdy s vidinou zvýšení sledovanosti a atraktivnosti utkání volí ve způsobu svého vyjadřování zbytečně konfrontační styl, který může mít výrazně negativní důsledky (Smolík 2008a). Podobných příkladů bychom našli mnoho, prakticky při každém utkání mezi Anglií a Německem je zápas některými médii prezentován téměř jako epilog druhé světové války, stejně tak utkání Německa s Polskem bývají nahlížena optikou tohoto válečného konfliktu. Třetím příkladem mohou být mediálně vyhrocené souboje Anglie s Argentinou, řevnivost mezi těmito dvěma zeměmi se datuje od roku 1982, kdy došlo k válce o Falklandy. A konečně, kvůli uvědomění si tohoto trendu nemusíme ani chodit bůhvíkam za hranice. Stačí pozorovat atmosféru v médiích před zápasem Česko – Slovensko.

2.2.3.2. Fotbalový fanoušek

Fotbalový fanoušek je k fotbalu poután prostřednictvím svého oblíbeného klubu či konkrétního hráče. V utkání pochopitelně straní svému klubu a požaduje jeho vítězství. Triumf svého týmu považuje za vlastní úspěch, prohru naopak za vlastní neúspěch. Objektivní neutrální pohled na vývoj utkání od fotbalového fanouška nelze očekávat, kupříkladu mnohem bouřlivěji reaguje na faul na „vlastního“ hráče. Fotbal je většinou jediným oblíbeným sportem fanouška, který svou příslušnost ke klubu dává na odiv především svým oblečením, ať už se jedná o klubový dres, šálu, nebo třeba jen odznak. Princip fandovství je založen na faktu, že při zápase vzniká určitý druh rivality, ve které proti sobě stojí dvě skupiny s vlastní identitou. Pro fotbalového fanouška je charakteristické bipolární dělení na „my“ a „oni“ (Slepička 1990).

2.2.3.3. Fotbalový chuligán

Fotbaloví chuligáni (hooligans, rowdies, hools) se sdružují do menších skupin vyznačujících se dobrou organizací, vysokou mírou koheze a shodné hodnotové orientace. Skupiny jsou tvořeny převážně militantně orientovanými jedinci (Mareš, Smolík, Suchánek 2004). Pro chuligány je sport jen záminka a hlavní pozitivní prožitek pro ně plyne nikoliv ze sledování utkání, ale právě z potyček s příznivci soupeře. Pokud jsou těmto skupinám násilnické projevy znemožněny na stadiónu, přesouvají se mimo (Slepička, Hošek, Hátlová 2006: 168). Chuligánské skupiny (party, tlupy, gangy) mají své názvy a některé z nich nepojí pouze nenávist k nepřátelským skupinám, ale rovněž politické, rasové, národnostní či sociální motivy. Svou totožnost prezentují streetwearovým oblečením určitých značek, vlajkami a šálami se symbolikou typickou pro konkrétní chuligánskou skupinu. Za nejvíce aktivní chuligány na území České republiky platí skupiny hlásicí se ke Spartě Praha, Baníku Ostrava, 1. FC Brno, Slavii Praha a Bohemians 1905 (Smolík 2008).

Nejčastější formy fotbalového chuligánství na stadiónech představuje vniknutí na hrací plochu, házení předmětů na hrací plochu a na aktéry hry, výtržnosti, vandalizmus a konflikty s užitím verbálního i fyzického násilí a rovněž rasizmus (u ultrapravicově orientovaných

chuligánů). Klasifikovat formy fotbalového chuligánství mimo stadiony se jeví jako velmi obtížné, protože se může jednat o takřka jakékoliv vandalské, výtržnické a násilnické porušení právních či společenských norem, které je realizováno s alespoň dílčí vazbou na fotbal. Za všechny uveďme alespoň domluvené i spontánní střety chuligánských tlup na parkovištích, v ulicích, případně parcích a rabování benzínových pump při výjezdech (Mareš, Smolík, Suchánek 2004).

Z výše napsaného vyplývá, že agresivních projevů, alespoň tedy těch se zvýšenou mírou společenské nebezpečnosti, se v naprosté většině případů dopouštějí zástupci třetí skupiny diváků, tedy fotbaloví chuligáni. Proto je nutné si uvědomit, že pokud jsou tedy v dalším textu použita slova jako fanoušek, divák, příznivec, sympatizant určitého klubu atp., je tak činěno nikoliv se záměrem mást čtenáře, ale pouze ve snaze o větší jazykovou pestrost práce a za všemi těmito pojmy je nutno si v podstatě ve všech případech představit „fotbalového chuligána“, tak, jak jsme jej definovali v předchozích dvou odstavcích.

3. EMPIRICKÁ ČÁST

3.1. CÍLE

Hlavním cílem tohoto výzkumu je kvantitativní zhodnocení zobrazování násilí fotbalových diváků v českém periodickém tisku. Konkrétně nás bude zajímat referování o veškerých projevech diváckého násilí v souvislosti s Gambrinus ligou, tedy nejvyšší tuzemskou fotbalovou soutěží. K analyzování byly vybrány obsahy zpravodajských deníků Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny, které budou zkoumány metodou kvantitativní obsahové analýzy.

3.2. ÚKOLY

Pro dosažení vytyčeného cíle bylo nutno definovat základní úkoly výzkumu, které jsou následující:

1. Získat maximální množství relevantních informací z analyzovaných deníků, které umožní provedení výzkumu v souladu se stanoveným cílem.

2. Pomocí analýzy získaných dat nalézt odpovědi na čtyři základní výzkumné otázky, které zní:

1. **Jaké místo zaujímaly informace o násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy v agendě sportovního zpravodajství[2] MF DNES a Hospodářských novin?**
2. **Která konkrétní témata se ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy objevovala a jaký jim byl věnován prostor?**

[2] respektive v agendě té konkrétní části novin, ve které se článek nacházel

3. **Jaké konkrétní projevy agresivního chování sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy se objevovaly ve sportovních rubrikách[3] a jaký jim byl věnován prostor?**
4. **Příznivci jakých klubů byli ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy zmiňováni?**

Podle Helmuta Scherera (2004) výzkumné otázky svou povahou vycházejí ze zvolené metody a základního výzkumného záměru, který pomáhají konkretizovat. Zvolené otázky jsou rovněž brány v potaz při procesu stanovení zkoumaných proměnných, při vypracování kódovací knihy a výčtu jednotlivých kategorií, kterých mohou sledované proměnné nabývat.

3. Získané odpovědi na základní výzkumné otázky mezi sebou porovnat a jmenovat případné rozdíly, které se mezi dvěma analyzovanými periodiky objeví.

3.3. METODOLOGIE

3.3.1. Alternativy metodologických přístupů

Existuje mnoho různých metod pro různé účely, rozdílné rámce a perspektivy pro teoretizování o mediálním obsahu se metodami výzkumu často ostře odlišují. Metody sahají od prostých i rozsáhlých klasifikací typů obsahu pro organizační nebo popisné účely až k hluboce interpretativním ponorům do specifických příkladů obsahu, určeným k odkrytí nenápadných a skrytých potenciálních významů (McQuail 2007: 306). Jako typické lze zmínit dva přístupy k výzkumu, jež se od sebe vzájemně v mnohém liší. Jedná se o kvalitativní a kvantitativní analýzu, a právě těmito dvěma typy výzkumu se budeme zabývat na následujících řádcích.

3.3.1.1. Kvalitativní přístup

[3] respektive v agendě té konkrétní části novin, ve které se článek nacházel

Významy ve zkoumaných mediálních obsazích se při použití kvalitativní analýzy odvozují z textových vztahů, opozic a kontextu. Pozornost je směřována spíše k latentnímu obsahu, který je považován za podstatnější, než obsah zjevný (McQuail 2007). Na začátku kvalitativního výzkumu si výzkumník určí téma a výzkumné otázky, které může později v průběhu výzkumu modifikovat a doplňovat. Z tohoto důvodu je kvalitativní výzkum považován za emergentní nebo pružný typ výzkumu. V jeho průběhu vznikají kromě výzkumných otázek také hypotézy i nová rozhodnutí, jak modifikovat zvolený výzkumný plán a pokračovat při sběru dat i jejich analýze. Analýza a sběr dat probíhají současně. Výzkumník sebraná data průběžně analyzuje, vyhodnocuje a následně se rozhodne, která data potřebuje a opětovně zahájí jejich sběr a analyzování (Hendl 2005: 50).

Výhodu kvalitativního přístupu spatřujeme v získání hloubkového popisu případů. Výzkumník nezůstává na povrchu případů, nýbrž provádí jejich podrobnou komparaci, sleduje jejich vývoj a zkoumá příslušné procesy. Citlivě zohledňuje působení kontextu, lokální situaci a podmínky. Kvalitativní výzkum podrobně odpovídá na otázky, proč se daný fenomén objevil (Hendl 2005). Hlavní slabinou kvalitativní analýzy je fakt, že její pomocí lze analyzovat pouze několik málo textů, byť z mnoha různých aspektů. Pro zpracování většího množství textů je však tato metoda nevhodná. Tento způsob rozboru je navíc silně subjektivní a různí odborníci se mohou dobrat velmi rozdílných výsledků (Schulz, et al. 2004).

3.3.1.2. Kvantitativní přístup

Vzorem kvantitativního přístupu k výzkumu v sociálních vědách jsou metody přírodních věd. Kvantitativní výzkum využívá náhodné výběry, experimenty a silně strukturovaný sběr dat pomocí testů, dotazníků nebo pozorování. Konstruované koncepty vyjadřujeme pomocí měření, v dalším kroku získaná data analyzujeme statistickými metodami s cílem je explorovat, popisovat, případně ověřovat pravdivost našich představ o vztahu sledovaných proměnných (Hendl 2005: 46).

Kvantitativní znamená, že výzkum je navržen tak, aby přinesl numerická data měřením proměnných (Punch 2008: 13). Při kvantitativním výzkumu jsou na měření kladeny určité

nároky. Je vyžadováno, aby měření bylo validní, tedy aby se měřilo skutečně to, co se má měřit. Důležitá je rovněž spolehlivost (reliabilita), z jejíž logiky vyplývá, že pokud budeme měřit dvakrát stejnou věc, tak, pokud se nezměnila, dojdeme ke stejnému výsledku. Posledním krokem měření je verifikace, tedy vztáhnutí výsledku zpět k teorii, ze které vychází. V empirických vědách však, na rozdíl od věd formálních, je verifikace vždy považována za provizorní, a to v tom smyslu, že pomocí empirických dat sice můžeme získat podpůrné argumenty pro platnost teorie, nikdy však nelze její platnost dokázat (Hendl 2005: 46). Kvantitativní přístup k výzkumu disponuje několika základními metodami, kterými jsou statistické šetření, experiment, oficiální statistiky, strukturované pozorování a obsahová analýza (Hendl 2005). Právě posledně jmenovaná metoda byla využita pro účely tohoto výzkumného projektu, a proto se na ni v následujícím textu zaměříme podrobněji.

3.3.1.3. Obsahová analýza

Kvantitativní obsahová analýza platí za nejstarší a stále nejpoužívanější metodou, využívanou ke zkoumání mediálních obsahů. První výzkumy realizované pomocí kvantitativní obsahové analýzy spadají do první dekády dvacátého století, od tohoto období se metoda neustále vyvíjí a modifikuje. Hlavním předpokladem při výzkumu pomocí obsahové analýzy je, že mediální obsah je zakódován podle stejného jazyka jako skutečnost, k níž se vztahuje. Předpokládá se, že obsah analyzovaných textů má jednoznačný význam, který lze kvantitativně vyjádřit. Numericky vyjádřený poměr prvků v textu je brán jako spolehlivý ukazatel souhrnného významu (McQuail 2007). Kvantitativní obsahová analýza je vysoce strukturovaným a selektivním procesem, vycházejícím ze sociálně vědních metod měření a kvantifikace. Při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných a předem definovaných znaků. Výsledkem a cílem obsahové analýzy je pak tedy kvantitativní popis těchto mediovaných obsahů. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a z toho plynoucí vysoký stupeň ověřitelnosti. Další klady metody obsahové analýzy lze spatřit v možnosti zpracování velkého množství textů. Výsledky šetření je možné podrobit statistickým analýzám a mohou být přehledně znázorněny pomocí tabulek a grafů (Schulz, et al. 2004).

Pro úplnost se sluší zmínit i nevýhody, které obsahová analýza obnáší a které v podstatě vyplývají z výše napsaného. Achillovu patou této metody může být její jistá povrchnost, vycházející z předpokladu, že numericky vyjádřený poměr prvků v textu tvoří spolehlivý ukazatel celkového významu. Důležitou roli v pochopení významu textu mohou totiž hrát latentní výrazy, které z numerických dat nemohou být vyčteny. Další slabinou se může stát řazení informací získaných z analyzovaných textů do předem definovaných kategorií. V důsledku tohoto postupu může dojít k opomenutí některých významů (McQuail 2007).

V oblasti zkoumání médií rozděluje Helmut Scherer (2004) celý výzkumný proces do několika postupných fází. Výzkumný proces podle něj začíná vytyčením obecného výzkumného tématu, záměru. Poté je třeba zvolit metodu, která dokáže na zadání výzkumu odpovědět. Tuto etapu výzkumného procesu nazývá operacionalizací. V další fázi si musí badatel promyslet časový a organizační průběh šetření a nalézá se tedy ve stádiu plánování a organizace. Před samotným zahájením vlastního šetření ještě v přípravné a ověřovací fázi jak jinak než ověří vhodnost výzkumných metod a pokud se zvolené metody osvědčí, může směle přistoupit ke sběru dat. Možný průběh ověřovací fáze zmiňuje Chia-Chen Yu, která v tomto stádiu svého výzkumu provedla dvě pilotáže na stejném vzorku v rozmezí čtyř týdnů (Chia-Chen Yu 2009: 288). Po ukončení sběru dat musíme získaná data analyzovat a interpretovat. Výsledky našeho výzkumného procesu poté vtělíme do vyhodnocení, které tvoří jeho závěr. V praxi se jednotlivé fáze šetření mohou prolínat a nelze je proto striktně oddělovat (Schulz, et al. 2004).

Pro některé z jednotlivých kroků tohoto šetření byl inspirací postup, zvolený autory výzkumu Český rozhlas o České televizi. Tento výzkum metodou kvantitativní obsahové analýzy zkoumal zpravodajství Českého rozhlasu o tzv. vánoční krizi České televize na přelomu let 2000 a 2001.

3.3.2. Definování základního souboru jednotek

Základním souborem jednotek nazýváme ten soubor, ke kterému se celý výzkum vztahuje. V našem případě je základní soubor časově vymezen obdobím od 15. července 2006 do 15.

června 2009. Toto časové vymezení vyplývá ze skutečnosti, že předmětem výzkumu jsou divácké násilnosti za poslední tři ročníky Gambrinus ligy, tedy sezóny 2006/2007, 2007/2008 a 2008/2009. Zvolené dny začátku a konce výzkumu sice přesně nekorespondují s datem premiérového zápasu ročníku 06/07 a posledního utkání 08/09, tento přesah byl však záměrně zvolen proto, aby sítem nepropadly a do souboru mohly být případně začleněny články, které se k násilí fanoušků vyjadřovaly v čase bezprostředně před začátkem sezóny, případně divácké násilí bilancovaly v několika nejbližších dnech poté, co rozhodčí v ligovém ročníku 08/09 naposledy foukl do píšťalky. Je však nutné konstatovat, že v obdobích od 15. července 2006 do prvního zápasu sezóny 06/07 a od posledního utkání ročníku 08/09 do 15. června 2009 se ani v jednom ze zkoumaných periodik žádný relevantní článek neobjevil, takže původní opatření se ve finále ukázalo jako zbytné.

Analýze byla podrobena vydání deníků MF Dnes a Hospodářské noviny z výše specifikovaného časového období. Pro potřeby analýzy byla využita vždy pouze celostátní část, jednotlivé regionální mutace byly ve výzkumu zanedbány. Tato modifikace postihla MF DNES, Hospodářské noviny vycházejí celorepublikově v identickém výtisku a jsou prosty regionálních příloh. Důvody, proč byl pro účely výzkumu vybrán právě tisk a právě tyto dva deníky, jsou následující. Hlavním faktorem hovořícím pro výzkum denního tisku byla dobrá přístupnost rozsáhlých databází, které uschovávají všechny výtisky novin ze zvoleného období. Jedná se jak o elektronické archivy jednotlivých tiskovin, tak o zásobenou studovnu periodik v rámci Národní knihovny České republiky. MF DNES byla do výzkumu vybrána coby nejčtenější seriózní zpravodajský deník a Hospodářské noviny pak z toho důvodu, že si zakládají na své oblíbenosti mezi vysokoškolsky vzdělanými čtenáři z vyšších příjmových skupin. Zkoumání a následné srovnání přístupů těchto periodik k analyzovanému tématu proto může poskytnout zajímavé pohledy dvou etablovaných deníků na jeden problém. Oba zvolené deníky a jejich přístup ke sportu stručně představí následující odstavce.

3.3.2.1. Mladá fronta DNES

MF DNES je nejčtenějším seriózním deníkem v České republice, v prvním kvartále roku 2009 dosahoval odhadovaný počet čtenářů na jedno vydání 1,07 miliónu (ČTK 2009). Novodobá historie tohoto deníku se začala psát po pádu komunistického režimu v roce 1989.

Vydavatelem MF DNES je mediální skupina MAFRA, jejímž majoritním vlastníkem je od roku 1994 německý holding Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH. Kromě komplexního aktuálního zpravodajství nabízí deník svým čtenářům rovněž specializované přílohy a magazíny. MF DNES vychází každý den kromě neděle. V současné době se každé vydání listu skládá ze čtyř sešitů, jejichž forma je zčásti pevně dána (domácí a zahraniční politika, ekonomika, regionální zpravodajství, kultura, sport, ...), zčásti se odvíjí od konkrétního dne (například v úterý vychází příloha Peníze, ve středu Auto). Kromě toho výtisk MF DNES v pondělí obsahuje magazín ONA DNES, ve čtvrtek MAGAZÍN DNES.

3.3.2.2. Hospodářské noviny

Hospodářské noviny, deník zaměřený na ekonomiku a politiku, jsou součástí širokého portfolia vydavatelství Economia. Majitelem většinového podílu Economie je v současné době společnost Respekt Media, a.s. investora Zdeňka Bakaly. Odhadovaný počet čtenářů na jedno vydání je zhruba 200 tisíc. Sociodemografický profil čtenářů Hospodářských novin mimo jiné ukazuje, že tito se rekrutují především z řad vysokoškolsky vzdělaných obyvatel a vyšších příjmových skupin, téměř polovina z nich pracuje v pozicích s rozhodujícími pravomocemi a rozhoduje o firemních investicích (Hospodářské noviny – Mediaprojekt 2009). Hospodářské noviny vycházejí každý den od pondělí do pátku a mají vždy dva sešity. Obsahem prvního je zpravodajství z domova i ze světa, názory, komentáře, kultura a sport. Na stránkách sešitu Podniky a trhy dostávají prostor zevrubné analýzy současného ekonomického dění, na konci sešitu čtenář nalezne oddíl Moje HN, jehož obsah záleží na konkrétním dni (Kariéra, Auta, Móda a Životní styl,...). Ve středu je součástí vydání magazín IN, zaměřený na trávení volného času, do pátečního vydání je vložen magazín Víkend.

3.3.2.3. MF DNES, Hospodářské noviny a sport

V rámci celostátního vydání MF DNES má rubrika Sport v současné době své místo na konci sešitu C, který sdílí společně s regionálním zpravodajstvím a kulturou. V pondělním vydání čtenáři mohou očekávat rozšířenou přílohu Sport, která reflektuje víkendové dění na sportovních kolbištích. Pondělní obsáhlejší Sport se rovněž nachází v sešitu C, ovšem na rozdíl od zbytku týdne jej nalezneme na prvních stránkách tohoto sešitu. V období srpen ’06 – září ’09 zabírala sportovní rubrika v analyzovaných výtiscích MF DNES průměrně plochu

7 254 cm^2, což odpovídá velikosti necelých šesti stran tohoto deníku. Průměrná velikost celého vydání činila 51 553 cm^2, tedy zhruba 41,5 strany a plocha sportovní rubriky činila téměř přesně 14 procent z celkové plochy výtisku.

Místo sportovní rubriky v rámci Hospodářských novin je na rozdíl od MF DNES neměnné, sportu jsou stabilně vyhrazeny závěrečné stránky prvního sešitu. V období srpen ’06 – září ’09 měla sportovní rubrika v analyzovaných výtiscích Hospodářských novin průměrnou velikost 2 910 cm^2, což je přibližně dvě a čtvrt strany. Průměrná velikost celého vydání byla 38 348 cm^2, tedy 29 stran. Sportovní rubrika zabírala zhruba 7,5 procenta z celkové plochy průměrného výtisku.

3.3.3. Definování jednotky analýzy

Definice jednotky analýzy hraje dle autorů studie Český rozhlas o České televizi v celém procesu výzkumu významnou roli. Obecně můžeme konstatovat, že u elektronických médií bývají jednotky definovány časově, u tištěných, což nás vzhledem k povaze výzkumu zajímá především, prostorově. Helmut Scherer (2004) doporučuje jednotky obsahové analýzy stanovovat pokud možno co nejjasněji a nejjednodušeji, tímto postupem můžeme značně eliminovat vznik případných rozdílných interpretací výsledků, způsobených špatným pochopením definice jednotky analýzy. Pro potřeby našeho výzkumu byl jako jednotka analýzy zvolen článek, který chápeme jako graficky ucelenou žurnalistickou jednotku s nadpisem a perexem. Pokud je u článku přítomen obrázek, jeho velikost se do velikosti článku nezapočítává a je měřena odděleně.

Ve výzkumu se rovněž operuje s pojmem „relevantní rubrika“. Toto označení se vztahuje na ty rubriky, v nichž se nacházel pro tento výzkum využitelný článek. Přirozeně nejčastější relevantní rubrikou byl Sport, ale, jak uvidíme při analýze získaných dat, články pro tento výzkum důležité se vyskytovaly i v jiných částech novin a relevantní rubrikou se tak ad hoc mohl stát jakýkoliv jiný oddíl novin.[4]

[4] Jeden vysvětlující příklad za všechny: pokud se například relevantní článek objevil na titulní straně, v procesu kódování byl do kategorie „celková plocha rubriky“ vepsán číselný údaj, vyjadřující plochu titulní strany. Pokud

3.3.4. Proces a technika sběru dat

Sběr dat tvořících základní soubor jednotek pro účely této práce můžeme rozdělit do několika fází.

3.3.4.1. Vyhledávání v elektronickém archivu

V první etapě probíhalo vyhledávání v elektronických online archivech MF DNES a Hospodářských novin[5]. Obě databáze jsou přehledné, orientace v nich je vcelku pohodlná a jejich ovládání je obdobné. Kromě jednoduchého vyhledávání nabízejí i pokročilé vyhledávání, jehož přednosti výzkumník využije právě při hledání v objemném souboru. V případě tohoto výzkumu bylo třeba „prosít“ články za bezmála tři roky, takže využití pokročilého vyhledávání bylo prakticky nutností. Při tomto způsobu hledání badatel zadává dotaz pomocí logických operátorů (AND, OR, NOT). Formulování dotazu je dobré promyslet, správně zadaný dotaz je takový, který dokáže odclonit hned na začátku většinu z irelevantních článků a zároveň pochopitelně neopomene žádný článek pro výzkum důležitý.

Pro nalezení relevantních článků v online archivech MF DNES a Hospodářských novin bylo využito pokročilé vyhledávání pomocí klíčových slov. V archivu MF DNES měl zadaný dotaz podobu „fanouš* OR divá* OR výtržn* OR chuligán OR ultras OR rowdie* OR přízniv*“. Hvězdička v dotazu nahrazuje libovolný počet znaků, to znamená, že například pro pojem

bychom ve výzkumu operovali pouze s veličinami „plocha konkrétního článku“ a „plocha celého vydání novin“, nebylo by nutné se touto otázkou zaobírat. Protože nás však zajímá i vztah plochy článku k ploše rubriky, ve které se vyskytuje, museli jsme tento problém vyřešit.

[5] Archiv Hospodářských novin je dostupný z adresy http://vyhledavani.ihned.cz/ . Vyhledávat články pomocí klíčových slov v něm může každý návštěvník stránky, avšak vyhledané články jsou veřejnosti přístupné jen zčásti. Pročítání uzamčených článků je umožněno pouze předplatitelům Hospodářských novin, kteří musí při vstupu do neveřejné části vyplnit své uživatelské jméno a heslo. Zpoplatnění archivu je však vyváženo velmi dobrým systémem vyhledávání a celkovým uspořádáním této služby, které výzkumníkovi jeho práci skutečně ulehčuje. Kromě Hospodářských novin, jejichž archiv sahá do roku 1995, může uživatel vyhledávat i v archivech dalších titulů z nabídky vydavatelství Economia.

Elektronický archiv deníku MF DNES nalezne zájemce na adrese http://mfdnes.newtonit.cz/ . Archiv je spravován společností NEWTON Media, a.s. a obsahuje plné texty článků otištěných v MF DNES od 1.7.1999. Pro vstup do archivu je nutné provést registraci mailem, avšak tato je bezplatná, uživatel po odeslání žádosti o registraci obdrží obratem přihlašovací heslo a poté již může služeb archivu neomezeně využívat. Z hlediska uživatelského pohodlí archiv MF DNES za archivem Hospodářských novin trochu zaostává, avšak jeho výhodou je bezplatnost.

„fanouš*“ systém vyhledá všechny články obsahující slova jako „fanoušek“, „fanoušci“, „fans“, „fanouškovský“, toto pravidlo platí samozřejmě analogicky i pro ostatní slova v dotazu. Logický symbol OR znamená „nebo“, z čehož plyne, že po zadání dotazu vyhledal systém všechny články, jež obsahovaly alespoň jedno z požadovaných slov. V archivu Hospodářských novin byl dotaz zformulován do podoby „fanoušek OR divák OR výtržnost OR chuligán OR ultras OR rowdies OR příznivec“. Archiv Hospodářských novin se oproti archivu MF DNES může pochlubit propracovanější syntaxí dotazů a vyhledává zadaná slova ve všech jejich možných gramatických tvarech, a proto není třeba hvězdiček.

3.3.4.2. Selekce irelevantních článků

V následující fázi tvorby databáze článků, které budou podrobeny kvantitativní obsahové analýze, bylo nutné články vyhledané pomocí klíčových slov v online archivech blíže prostudovat a vyřadit takové články, které přímo nesplňují požadavky pro zařazení do databáze a jsou tím pádem pro potřeby výzkumu irelevantní. Situace však není tak jednoduchá, i zdánlivě nepotřebné články totiž lze ještě dále dělit podle míry jejich irelevantnosti.

Na jedné straně máme ty články, které s výzkumným tématem skutečně naprosto nesouvisí a v síti sofistikovaného vyhledávače uvízly jen díky slovu, které svým významem připouští výskyt i v jiných typech článků, než jsou ty o výtržnostech sportovních diváků. Typickým případem takového slova je například „divák“. Divák skutečně není slovo, které jsme zvyklí slýchat pouze ve spojitosti se sportem a tak například ve spoustě článků kulturní rubriky čteme o divácích, spokojených úrovní divadelního představení, případně na jiné straně novin můžeme zrakem přelétnout komentář tepající nevzdělanost a pohodlnost televizních diváků. Automaticky vyhráno však pochopitelně nemáme ani v případě, že nám vyhledávač na základě našeho dotazu naservíroval článek se sportovní tematikou. I takový popis průběhu fotbalového zápasu, na jehož konci si přečteme informaci o počtu diváků, má pro naše výzkumné téma pramalou hodnotu a nezbývá, než jej označit za nepotřebný. S takovým článkem a dalšími jemu podobnými opravdu nemáme žádný problém a můžeme je s lehkým srdcem z databáze definitivně vymazat, respektive je do ní ani nezařadit.

Situace se však stává obtížnější ve chvíli, kdy narazíme na článek, který sice nepojednává přímo o násilí fotbalových diváků při zápasech Gambrinus ligy, přesto je však s naším tématem určitým způsobem tak či onak spjat a byla by škoda jej úplně odvrhnout. Do této kategorie patří třeba články, které se zaobírají diváckými výtržnostmi v průběhu mistrovství Evropy ve fotbale (Němečtí chuligáni provokovali Poláky, MF DNES, 9.6.2008), referují o výtržnostech fanoušků v zahraniční ligové soutěži (Vídeňské kluby musí platit za fanoušky, Hospodářské noviny, 9.9.2008) nebo informují čtenáře o neukázněných příznivcích jednoho českého druholigového klubu (Zavřou Opavě stadion za bitky fanoušků?, MF DNES, 13.8.2007). Další podskupinu této kategorie představují články, které opouštějí oblast fotbalu a se zkoumaným tématem je pojí pouze to, že referují o násilí diváků při sportovním utkání (Řečtí chuligáni řádili při volejbale v Praze. A ochranka? „Zdrháme!“, MF DNES, 6.4.2009). Zmíněné články se z jasných důvodů nestanou součástí analyzovaného souboru a nebudeme se jimi podrobně zabývat, avšak mohou posloužit k odpovědi na jednu z mnoha možných vedlejších otázek výzkumu, a sice „Kolik z celkového počtu článků informujících o násilí sportovních diváků se věnovalo násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?“

3.3.4.3. Pokračování výzkumu ve studovně periodik

Ne všechny pro výzkum potřebné údaje se dají vyčíst z elektronického archivu a tak je třeba články zařazené do databáze prohlédnout i v jejich tištěné podobě, tedy tak, jak vyšly v novinách. Mezi údaje, které nelze z online archivu vysledovat, patří skutečná velikost článku a případně obrázku. Oba tyto aspekty jsou měřeny v cm^2. Online archiv MF DNES ani neobsahuje obrázky, takže v případě tohoto periodika je nutné fotku kromě pouhého změření velikosti i prostudovat. Do velikosti článku byl započítán nejen vlastní text, ale i nadpis a perex.

3.3.5. Konstrukce proměnných

Poté, co jsme definovali základní soubor a jednotku analýzy, musíme, inspirováni výzkumem Český rozhlas o České televizi, určit, které jevy u jednotlivých článků budeme zkoumat a pro náš výzkum zaznamenávat. Jednotlivé elementy předmětu výzkumu si musíme převést na měřitelné velikosti a znaky. O znacích hovoříme jako o proměnných, protože mají zpravidla

více charakteristik. Každá charakteristika dostane svůj vlastní číselný kód. Kódy se následně při analýze jednotlivých článků zanášejí do záznamového archu. Číselné hodnoty, které přiřadíme určitým charakteristikám, mohou představovat odlišné údaje. Mohou sloužit buď jako ryzí pojmenování, například fanouškům Baníku Ostrava bude přiřazen číselný kód „2“, nebo mohou znamenat skutečné hodnoty, což se uplatňuje v případě, že měříme rozsah jednotky, tedy kupříkladu pokud má určitý článek plochu 60 cm^2, do příslušné kolonky v záznamovém archu zapíšeme „60“.

Pro lepší orientaci v databázi a pro možnost rychlého zpětného vyhledání plného znění článku v médiích používáme identifikační proměnné. V případě tohoto výzkumu bylo jako identifikační proměnná použito datum uveřejnění článku (ve formátu RRRR-MM-DD) a rovněž název článku. Ostatní proměnné, sloužící k hledání odpovědí na otázky výzkumu, označujeme jako analytické, případně obsahové.

V případě tohoto šetření byly zkoumány následující kategorie obsahu:

- velikost článku - vyjádřená v cm^2
- velikost rubriky, ve které se článek nacházel – vyjádřená v cm^2
- velikost výtisku novin, ve kterém se článek nacházel - vyjádřená v cm^2
- autor článku – ve většině případů jím byl samozřejmě novinář
- pozice článku – v jaké rubrice novin se článek nacházel
- mluvčí článku – ten, kdo se v textu nějakých způsobem vyjadřuje. Pokud v článku přímo nikdo „nepromlouval“, tj. nebyl citován, je za mluvčího považován novinář. Mluvčí článku přirozeně může být totožný s autorem.
- aktér článku – aktant děje v článku, ten, o kom článek pojednává
- téma článku – o čem analyzovaný článek pojednává
- událost článku – co se stalo, jaká událost je hybatelem toho, že téma dostává prostor v novinách

- druh agrese – pokud článek popisuje konkrétní akt agresivního chování fotbalových diváků, tak analyzujeme, jaké povahy tento čin byl
- místo násilností – pokud článek popisuje konkrétní akt agresivního chování fotbalových diváků, tak analyzujeme, kde k tomuto činu došlo
- agresor doma/venku - pokud článek popisuje konkrétní akt agresivního chování fotbalových diváků, tak analyzujeme, jestli se agresor dopustil svého činu při domácím nebo venkovním zápase
- cíl agrese - pokud článek popisuje konkrétní akt agresivního chování fotbalových diváků, tak analyzujeme, kdo byl cílem tohoto projevu
- kdo zasáhl - pokud článek popisuje konkrétní akt agresivního chování fotbalových diváků, tak analyzujeme, zdali někdo proti divákům zasáhl a pokud ano, tak kdo

Jestliže byl součástí analyzovaného článku obrázek, z hlediska výzkumu nás u něj zajímalo následující:

- velikost obrázku - vyjádřená v cm^2
- téma obrázku – co obrázek zobrazuje
- typ obrázku – jestli se jedná například o fotografii či kresbu
- zobrazení fanoušci – pokud jsou na obrázku zachyceni fanoušci, zajímalo nás, ke kterému klubu přísluší.

Pro jednotlivé kategorie byly stanoveny textové hodnoty a jim přidělené numerické kódy, do nichž budou analyzovaná data tříděna a kterých může ta která proměnná nabývat. Jednotlivé kategorie proměnných jsou k nahlédnutí v příloze této práce.

3.4. ANALÝZA ZÍSKANÝCH DAT

Sběrem dat a jejich selekcí byl vytvořen definitivní základní soubor jednotek pro účely tohoto výzkumu. Soubor byl tvořen celkem 264 články, z nichž bylo 174 z MF DNES a 90 z Hospodářských novin. Získaná data byla podrobena analýze v souladu se stanovenými otázkami výzkumu. Výsledné údaje užívají tří jednotek, jednak je to plocha článku uváděná v cm^2, procenty vyjádřený výskyt konkrétního případu z celkového počtu článků a četnost výskytu v absolutních číslech. Analýzou získaná data jsou při snaze o co největší přehlednost prezentována formou tabulek a grafů s textovými komentáři.

3.4.1. Srovnání základních kvantitativních ukazatelů deníků MF DNES a Hospodářské noviny vzhledem k výzkumnému tématu

V této kapitole porovnáme některé ukazatele dvou analyzovaných médií. V dalších kapitolách budeme vybrané kategorie obsahu zkoumat pro každý deník zvlášť, abychom na konci výzkumu opět provedli srovnání získaných výsledků.

3.4.1.1. Tabulka č. 1: Jak velkou plochu věnovaly deníky MF DNES a HN násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

základní ukazatele	MF DNES	HN	celkem (MF DNES + HN)
počet článků	174	90	264
celková plocha článků [cm2]	27 117	12 262	39 379
celková plocha relevantních rubrik [cm2]	696 880	267 450	964 330
celková plocha novin [cm2]	7 457 360	2 948 280	10 405 640
největší článek [cm2]	900	440	900
nejmenší článek [cm2]	16	20	16
průměrná velikost článku [cm2]	155,84	136,24	149,16

Tabulka č. 1 přináší některé souhrnné informace celého výzkumu. Čísla referující o celkové ploše relevantních rubrik a celkové ploše novin byla získána součtem obsahů těch výtisků novin, v nichž se v období výzkumu (15.7.2006 – 15.6.2009) vyskytl článek relevantní pro naše šetření.

3.4.1.2. **Tabulka č. 2:** Jak velkou plochu věnovala MF DNES násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

podíl plochy článků o diváckém násilí na celkové ploše relevantních rubrik	MF DNES	
	v cm2	v %
celková plocha relevantních rubrik	696 880	100
celková plocha článků	27 117	3,89

3.4.1.3. **Tabulka č. 3:** Jak velkou plochu věnovaly HN násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

podíl plochy článků o diváckém násilí na celkové ploše relevantních rubrik	HN	
	v cm2	v %
celková plocha relevantních rubrik	267 450	100
celková plocha článků	12 262	4,58

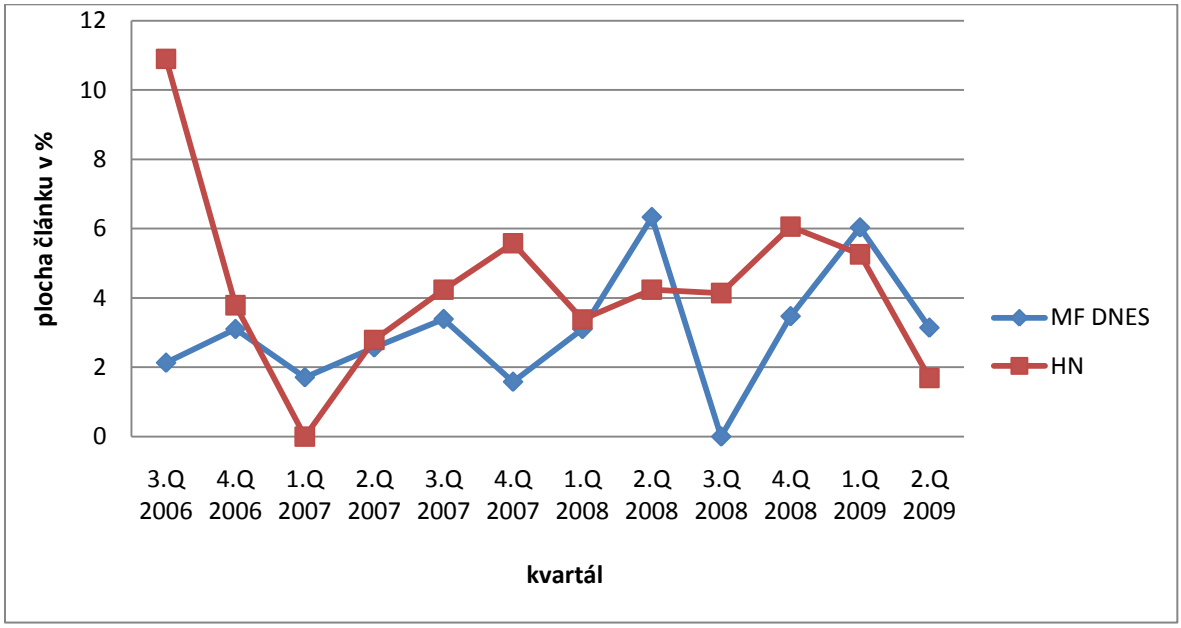
Velikost databáze analyzovaných článků se u jednotlivých periodik lišila a porovnávání absolutních čísel by tak nemělo valnou výpovědní hodnotu. Pro porovnávání mezi dvěma periodiky používáme z tohoto důvodu procentuelní vyjádření získaných údajů. V tabulkách 2 a 3 můžeme pozorovat, že informování o násilí sportovních diváků hraje v agendě sportovního zpravodajství MF DNES a HN marginální roli. Obě periodika jsou si tedy podobná tím, že informace o diváckém násilí opravdu netvoří páteř jejich agendy, můžeme zde však vypozorovat určitý rozdíl. Zatímco MF DNES věnovala tématu necelých 3,9 % plochy relevantních rubrik, Hospodářské noviny o něco více, a sice přes 4,5 %.

Následující řádky nám blíže poodhalí, jakou plochu věnovaly deníky MF DNES a Hospodářské noviny zkoumanému tématu v jednotlivých čtvrtletích téměř tříletého časového úseku výzkumu a ukážou nám, jak se od sebe konkrétní období lišila, pokud jde o velikost prostoru, věnovaného informování o diváckém násilí.

3.4.1.4. **Tabulka č. 4:** Jak velkou plochu věnovaly deníky MF DNES a HN násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

podíl plochy článků o diváckém násilí na celkové ploše relevantních rubrik		
kvartál	plocha článků v příslušném kvartálu [%]	
	MF DNES	HN
3.Q 2006	2,13	10,9
4.Q 2006	3,10	3,79
1.Q 2007	1,71	0
2.Q 2007	2,57	2,79
3.Q 2007	3,39	4,24
4.Q 2007	1,58	5,58
1.Q 2008	3,10	3,38
2.Q 2008	6,33	4,24
3.Q 2008	0	4,14
4.Q 2008	3,47	6,06
1.Q 2009	6,03	5,26
2.Q 2009	3,14	1,69

3.4.1.5. **Graf č. 1:** Jak velkou plochu věnovaly MF DNES a HN násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?



Z tabulky a grafu můžeme vypozorovat, jak moc bylo v procentuelním vyjádření vzhledem k celkové ploše relevantních rubrik zastoupeno zkoumané téma na stránkách MF DNES a Hospodářských novin v jednotlivých čtvrtletích, ve kterých výzkum probíhal. Vzhledem k datu začátku (15.7.2006) a konce (15.6.2009) šetření uvažujeme první a poslední kvartál výzkumu právě ode dne zahájení, respektive do dne ukončení setření. Z tabulky i grafu vidíme, že na stránkách obou dvou deníků se v jednom čtvrtletí neobjevila ani zmínka o projevech diváckého násilí. Pozoruhodným zjištěním je skutečnost, že se tyto kvartály od sebe lišily. Rozdílná jsou i čtvrtletí, ve kterých poměr plochy informací o diváckém násilí vzhledem k celkové ploše relevantních rubrik dosáhl nejvyššího výsledku. Extrémně vysoký, téměř jedenáctiprocentní podíl článků o diváckém násilí vzhledem k celkové ploše relevantních rubrik, který můžeme pozorovat u Hospodářských novin ve třetím kvartále roku 2006, byl způsoben několika rozsáhlými články, které vyšly na stránkách Hospodářských novin před začátkem sezóny 2006/2007.

Dříve než začneme analyzovat oba listy samostatně, odpovězme si ještě na otázku, kterou jsme už nakousli v oddíle o procesu a technice sběru dat. Při tříbení databáze jsme narazili na některé články věnující se diváckému násilí, které však z různých důvodů nebylo možno zařadit do databáze, sdružující články týkající se diváckého násilí v souvislosti s Gambrinus ligou. Tyto články nám alespoň umožní odpovědět na otázku, kolik z celkového počtu článků informujících o násilí sportovních diváků se věnovalo násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy.

3.4.1.6. Tabulka č. 5: Kolik z celkového počtu článků informujících o násilí sportovních diváků se věnovalo násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

počty článků	**MF DNES**		**HN**	
	absolutně	**v %**	**absolutně**	**v %**
počet článků o diváckém násilí v souvislosti s GL	174	49,29	90	41,86
celkem článků o diváckém násilí	353	100	215	100

Informace o diváckém násilí v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy tvoří významnou část z celkového počtu textů zabývajících se násilím sportovních diváků. Drtivá většina článků s touto tematikou se vztahuje k fotbalovým fanouškům. Co se týče dalších sportů, občas můžeme vysledovat článek o nevhodném chování návštěvníků hokejových zápasů, vyskytnul se i text referující o výtržnostech na utkáních ve volejbalu, basketbalu a házené.

3.4.2. MF DNES a násilí fotbalových diváků

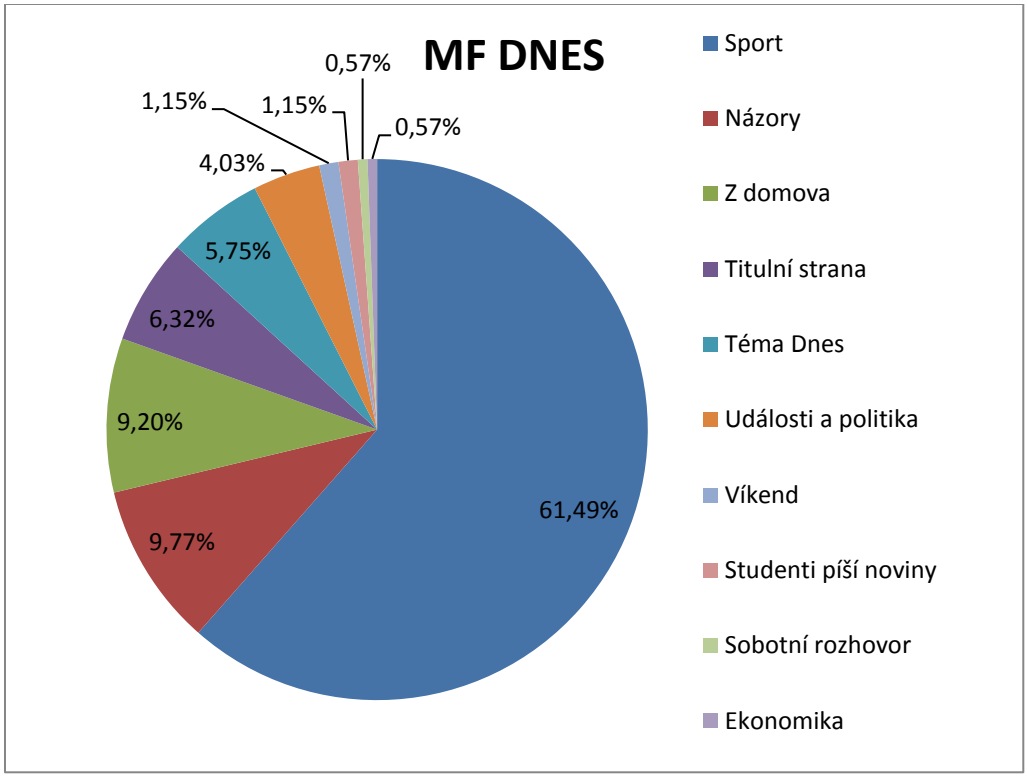
Jak bylo napsáno výše, po úvodním srovnání několika základních ukazatelů, které bylo předmětem předchozí kapitoly, se nyní budeme věnovat oddělenému analyzování obsahů zkoumaných periodik. Nejprve rozebereme MF DNES.

Následující tabulka nám podá informaci o tom, v jakých rubrikách se vyskytovaly relevantní články. Rovněž dostaneme odpověď na otázku, jaký počet článků se v jednotlivých rubrikách objevil.

3.4.2.1. Tabulka č. 6: V jakých rubrikách se v MF DNES objevovaly informace o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

název rubriky	počet článků	
	absolutně	v %
Sport	107	61,49
Názory	17	9,77
Z domova	16	9,20
Titulní strana	11	6,32
Téma Dnes	10	5,75
Události a politika	7	4,02
Víkend	2	1,15
Studenti píší noviny	2	1,15
Sobotní rozhovor	1	0,57
Ekonomika	1	0,57
celkem článků	**174**	**100**

3.4.2.2. **Graf č. 2:** V jakých rubrikách se v MF DNES objevovaly informace o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?



Z dat uvedených v tabulce a znázorněných na grafu je patrno, že v MF DNES se informace o diváckém násilí objevují nejčastěji na stránkách sportovní rubriky. Konkrétně je tomu tak ve více než 60 procentech případů. Pomyslnou stříbrnou a bronzovou medaili si odnesly rubriky Názory a Z domova s 9,77, respektive 9,2 procenty.

Pojďme teď hledat odpověď na otázku, kdo se v rámci relevantních článků, otištěných na stánkách MF DNES, stával nejčastěji jejich aktérem, tedy tím, o kom se ve zkoumaném textu pojednávalo.

3.4.2.3. **Tabulka č. 7:** Kteří aktéři vystupovali v článcích informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

aktér	kolikrát hlavním aktérem	
	absolutně	v %
fanoušci Sparty Praha	40	22,99
fanoušci obecně	22	12,64
hráč	20	11,49
fanoušci Baníku Ostrava	19	10,92
policie	19	10,92
pořadatelé	11	6,32
zaměstnanec klubu	10	5,75
fanoušci Slavie Praha	8	4,60
zaměstnanec svazu	5	2,87
fanoušci Brna	3	1,72
fanoušci Teplic	3	1,72
politik	3	1,72
fanoušci Bohemians 1905	2	1,15
fanoušci Olomouce	2	1,15
představitel justice	2	1,15
fanoušci Slovácka	1	0,57
fanoušci Zlína	1	0,57
fanoušci Českých Budějovic	1	0,57
fanoušci Jablonce	1	0,57
jiné	1	0,57
celkem	**174**	**100**

Nejčastějším hlavním aktérem článků MF DNES s tématem násilí fotbalových diváků se stali fanoušci Sparty Praha. Je nutné si uvědomit, že pozice hlavního aktéra automaticky neznamená, že by se tento dopustil násilného jednání. Článek může kupříkladu pojednávat o preventivních opatřeních, která byla učiněna proti fanouškům, u nichž je možné agresivní chování očekávat. Alespoň krátkým komentářem je vhodné se zmínit o poměrně často zastoupené proměnné „hráč“, za níž se ve většině případů skrývají slávisté Dosoudil, Fořt a Vlček a sparťan Horváth. První tři jmenovaní byli hlavními postavami kauzy z listopadu 2006, kdy při děkovačce po vítězném zápase opakovali po rozjařených fanoušcích skandování „Smrt Spartě“. Pavel Horváth se do médií dostal v srpnu 2007, kdy uklidňoval agresivní příznivce při zápase na Žižkově gestem, které bylo vyhodnoceno jako hajlování. Pod

označením „jiné“ se skrývá rozhodčí, o jehož nezáviděníhodné roli při řízení vyhroceného zápasu článek pojednává.

3.4.2.4. Tabulka č. 8: Jaká témata byla zmiňována v článcích informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

téma	kolikrát hlavním tématem	
	absolutně	v %
verbální agresivita fanoušků na stadiónu	44	25,29
legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům	29	16,67
fyzická agresivita fanoušků na stadiónu	22	12,64
přístup klubů k agresivním fanouškům	15	8,62
obecný pohled na problematiku divácké agrese	15	8,62
informace o možném nebezpečí	12	6,90
popis důsledků legislativních opatření	11	6,32
střet fanoušků se zákonem	10	5,75
fyzická agresivita fanoušků mimo stadión	7	4,02
pohled samotných fanoušků	4	2,30
názory politiků	3	1,72
jiné	2	1,15
celkem	**174**	**100**

Hlavním tématem relevantních článků na stránkách MF DNES se nejčastěji stávalo informování o verbální agresivitě fanoušků na stadiónu. Na druhém místě se z hlediska četnosti výskytu nachází téma, jež bylo nazváno „legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům.“ Do této skupiny byly řazeny všechny články zabývající se úvahami o ukotvení problematiky divácké agrese ve stávajících zákonech, případně myšlenky o možných změnách a srovnání se zahraničím. Tato skupina je blízká jinému tématu, a sice „popisu důsledků legislativních opatření,“ kam řadíme ty články, jejichž hlavním předmětem zájmu bylo hodnocení událostí proběhnuvších v důsledku legislativních změn, které začaly platit od počátku roku 2009 a pro které byla charakteristická absence policie na stadiónech a přesun zodpovědnosti na pořadatelskou službu. Krátce okomentujme kategorii „informace o možném nebezpečí“, do které spadají články pojednávající kupříkladu o policejních přípravách na rizikové utkání. „Střet fanoušků se zákonem“ informuje o obviněních či soudech

s fotbalovými příznivci, „pohled samotných fanoušků“ dává příležitost vyjádřit se přímo divákům a „názory politiků“ zase hodnotí prohlášení zákonodárců.

3.4.2.5. Tabulka č. 9: Jaké události byly prezentovány v článcích informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

událost	**kolikrát hlavní událostí**	
	absolutně	**v %**
konkrétní zápas	82	47,13
diskuze či schválení nového legislativního rámce	18	10,34
skandování smrt Spartě	17	9,77
rasově motivované výtržnosti	13	7,47
výtržnosti plynoucí z absence policie na zápasech (po 1. lednu '09)	11	6,32
zranění podavače míčů na Spartě	11	6,32
jiné	9	5,17
hajlující Pavel Horváth	6	3,45
testování bezpečnosti na stadiónech	5	2,87
začátek či konec ligy	2	1,15
celkem	**174**	**100**

Tabulka č. 9 ukazuje, že podnět k napsání článku o diváckém násilí nejčastěji zavdal určitý zápas. Tato kategorie je poměrně početná, a proto se jí budeme věnovat podrobněji samostatnou tabulkou. Na druhém místě tabulky vidíme pojem „diskuze či schválení nového legislativního rámce“, pod který jsou sdruženy články věnující se jednotlivým krokům procesu schvalování zákonů, majících určitou souvislost s problematikou diváckého násilí. V žebříčku se objevují i tři známé kauzy posledních ročníků Gambrinus ligy, a sice „skandování smrt Spartě“, kterého se dopustili slávističtí fandové a s nimi hráči Dosoudil, Fořt a Vlček, „zranění podavače míčů na Spartě,“ způsobené neukázněnými domácím fanoušky a „hajlující Pavel Horváth,“ jehož kontroverzní pohyb rukou při uklidňování bouřících chuligánů byl posouzen právě jako nacistický pozdrav. „Testování bezpečnosti na stadiónech“ sdružuje články referující o několikanásobném úspěšném pronesení různě nebezpečných zbraní na fotbalové stadióny, kterého se dopouštěli redaktoři MF DNES ve snaze zjistit přísnost vstupních kontrol. Devíti exempláři zastoupená kategorii „jiné“ v sobě

skrývá například články podnícené napadením vlaku s příznivci Baníku Ostrava při průjezdu Olomoucí.

3.4.2.6. **Tabulka č. 10:** Jaké zápasy tvořily obsah proměnné „konkrétní zápas“?

konkrétní zápas	kolikrát zmíněn	
	absolutně	v %
Slavia Praha - Sparta Praha (resp. Sparta - Slavia)	34	41,46
jiné	21	25,61
Baník Ostrava - Sparta Praha (resp. Sparta - Baník)	8	9,76
Bohemians 1905 - Brno	4	4,88
Teplice - Mladá Boleslav	3	3,66
Slavia Praha - Baník Ostrava	3	3,66
Liberec - Sparta Praha	3	3,66
Sparta Praha - Zlín	2	2,44
Olomouc - Sparta Praha	2	2,44
Mladá Boleslav - Sparta Praha	2	2,44
celkem	**82**	**100**

Suverénně největší zastoupení má v tabulce derby pražských S. Při interpretaci tabulky č. 10 je však nutno brát do úvahy i tabulku č. 9. Vidíme totiž, že některé proměnné z tabulky č. 9 se rovněž vztahují ke konkrétním zápasům. Například „hajlující Pavel Horváth“ k utkání Viktoria Žižkov – Sparta Praha, „zranění podavače míčů na Spartě“ k zápasu Sparta Praha – Brno a „skandování smrt Spartě“ se odehrálo po konci měření sil mezi Mladou Boleslaví a Slavií. Je tedy jasné, že kdyby tyto tři zápasy byly zařazeny do kategorie „konkrétní zápas“, její pořadí by vypadalo jinak. Kategorie „jiné“ sdružuje ty zápasy, které byly zmíněny pouze jednou.

3.4.2.7. **Tabulka č. 11:** Kolik z relevantních článků v MF DNES referovalo o konkrétních aktech projevu diváckého násilí?

relevantní články	kolikrát	
	absolutně	v %
zmínka o konkrétním činu	115	66,09
není zmínka o konkrétním činu	59	33,91
celkem	**174**	**100**

Tato tabulka ukazuje, že ve dvou třetinách relevantních článků z databáze MF DNES se referuje o konkrétních proběhnuvších činech, které lze charakterizovat jako projev diváckého násilí. Z toho vyplývá, že pokud byl článek zařazen do kategorie „není zmínka o konkrétním činu“, jeho obsahem nebylo referování o konkrétním projevu divácké agrese. Článek buď pojednával o možném nebezpečí, nebo se kupříkladu věnoval problematice diváckého násilí z obecného pohledu. V několika následujících tabulkách, zabývajících se právě rozborem článků zmiňujících konkrétní agresivní činy diváků proto budeme pracovat s redukovanou databází, obsahující pouze texty zmiňující konkrétní čin.

3.4.2.8. Tabulka č. 12: Jaké druhy agrese ve spojitosti s konkrétními činy byly zmiňovány v článcích informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků?

druh agrese	kolikrát zmíněna	
	absolutně	v %
fyzická	61	53,04
verbální	36	31,30
rasizmus	18	15,65
celkem	**115**	**100**

Při pohledu na tabulku č. 12 zjistíme, že ve více než polovině článků věnovaných konkrétnímu projevu divácké agrese je zmíněna fyzická agresivita. Pro rasizmus byla vyčleněna samostatná kategorie, protože nás zajímalo, jak často se fotbaloví diváci uchylují k tomuto zvláště odsouzeníhodnému projevu agrese. Rasistické projevy byly v naprosté většině verbálního charakteru. Pokud srovnáme údaje v této tabulce s tabulkou č. 8, mohli bychom v první chvíli vidět jistý rozpor. Domníváme se, že zdánlivá neshoda může být

způsobena tím, že zatímco v tabulce č. 8 nás zajímalo hlavní téma analyzovaných článků, takže článek zmiňující například fyzickou agresi mohl být zařazen i do jiné kategorie, v případě tabulky č. 12 byl objektem našeho zájmu právě jen druh agresivity, který byl v článku, popisujícím konkrétní násilný akt, jmenován.

3.4.2.9. Tabulka č. 13: Jaká místa násilností ve spojitosti s konkrétními činy byla zmiňována v článcích informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků?

místo násilnosti	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
stadión	103	89,57
cestou na/ze stadiónu	9	7,83
jiné	2	1,74
za městem	1	0,87
celkem	**115**	**100**

Tabulka č. 13 ukazuje prostor stadiónu jakožto nejčastější místo, kde dochází k projevům diváckého násilí. V téměř osmi procentech článků věnovaných konkrétnímu projevu divácké agrese MF DNES referovala o násilí při cestě na zápas nebo z něj. Do této kategorie byly zařazeny kupříkladu fanouškovské výstřelky při cestě vlakem, na nádraží, během pochodu ulicemi města směrem na stadión nebo před stadiónem. Pouze jednou článek informoval o potyčce dvou znepřátelených skupin, která se odehrála na odlehlém místě před zápasem. Pod označením „jiné“ se ukrývají dva články popisující rasově motivované výpady příznivců Sparty v kyberprostoru na diskusních fórech, jejichž cílem se stal vlastní hráč Ludovic Sylvestre.

3.4.2.10. Tabulka č. 14: Jak často se v popisovaných případech diváckého násilí nacházel agresor doma, respektive venku?

agresor doma/venku	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
venku	62	53,91
doma	51	44,35
jiné	2	1,74
celkem	**115**	**100**

Vidíme, že v rámci článků věnovaných konkrétnímu projevu divácké agrese se fotbaloví fanoušci agresivně projevují spíše při zápasech na hřištích soupeře. Kategorie „jiné“ opět odkazuje, stejně jako v případě předešlé tabulky, na rasistické invektivy směrem k Ludovicu Sylvestremu.

3.4.2.11. Tabulka č. 15: Kdo nebo co se stávalo cílem agresivních diváků ve spojitosti s konkrétními činy popisovanými na stránkách MF DNES?

cíl agrese	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
tým soupeře	25	21,74
fanoušci soupeře	17	14,78
zařízení stadiónu	16	13,91
pořadatelé	15	13,04
vlastní tým	12	10,43
jiné	11	9,57
policie	10	8,70
majetek či zaměstnanec DP nebo ČD	5	4,35
zaměstnanec médií	4	3,48
celkem	**115**	**100**

Nejčastějším cílem projevů agresivního chování se v článcích MF DNES stávalo mužstvo soupeře. Antipatie vůči soupeřovu týmu lze projevit buď verbálně, tedy různými urážlivými pokřiky, případně fyzicky, například fanoušci Ostravy v zimních měsících využili sněhové nadílky a hráče Viktorie Žižkov koulovali (Chceš kopat roh? Tak dostaneš koulí!, MF DNES,

2.3.2009). Oblíbeným cílem divácké agrese se stává i zařízení stadiónu. Početnost kategorie „jiné“ je tomto případě způsobena především tím, že do ní byl zařazen i případ zranění podavače míčů na Spartě. Chlapec byl zraněn dýmovnicí, vhozenou na hrací plochu. O chlapci však nelze mluvit ani tak jako o cíli agrese, nýbrž spíše její oběti. Za zmínku stojí i nejméně zastoupená proměnná, tedy „zaměstnanec médií.“ Sem spadají například verbální útoky na člena sportovní redakce MF DNES Filipa Saivera, který si svými články znepřátelil příznivce Slavie Praha.

3.4.2.12. Tabulka č. 16: Kdo v popisovaných případech diváckého násilí proti agresivním fanouškům zasáhl?

zasahující	kolikrát zmíněn	
	absolutně	v %
nikdo	61	53,04
policie	43	37,39
pořadatelé	7	6,09
rozhodčí	2	1,74
jiné	2	1,74
celkem	**115**	**100**

Zajímavým zjištěním nepochybně je, že proti většině z popsaných případů diváckého násilí nebylo bezprostředně zasaženo. Když už k zásahu došlo, nejaktivnějším pacifikátorem agresivních fanoušků byla policie. Pod označením „jiné“ se skrývá vedoucí redakce sportu ČT Otakar Černý, který nařídil v průběhu derby vypnout ruchové mikrofony kvůli rasistickým projevům některých diváků.

3.4.2.13. Tabulka č. 17: Kolik z článků informujících v MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy doprovázel obrázek?

forma článku	počet	
	absolutně	v %
bez obrázku	88	50,57
s obrázkem	86	49,43
celkem	**174**	**100**

Počet článků s obrázkem a bez obrázku je takřka shodný, můžeme tedy konstatovat, že téměř polovina (86) z celkového počtu 174 článků obsahovala obrázek. Na následujících řádcích se podíváme, jaká byla průměrná plocha obrázků, co bylo jeho tématem, jakého byl obrázek typu a jací na něm byli vyobrazeni fanoušci.

3.4.2.14. Tabulka č. 18: Jak velkou plochu věnovala MF DNES obrázkům doprovázejícím články s tematikou násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

základní údaje	plocha [cm2]
celková plocha obrázků	10 355
průměrná plocha obrázků	120,41

Tabulka zobrazuje celkovou velikost všech obrázků a z ní vypočítanou průměrnou velikost obrázku.

3.4.2.15. Tabulka č. 19: Jaká byla témata obrázků doprovázejících články MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

téma	kolikrát hlavním tématem	
	absolutně	v %
autor článku - novinář	17	19,77
momentka ze zápasu	14	16,28
hráč mimo zápal boje	12	13,95
diváci v konfliktu s policií	10	11,63
diváci s dýmovnicí	5	5,81
diváci ničící stadión	5	5,81
politik	4	4,65
fandící diváci	4	4,65
diváci v konfliktu s pořadateli	4	4,65
diváci mimo stadión	3	3,49
zaměstnanec klubu	3	3,49
jiné	3	3,49
zaměstnanec ČMFS	2	2,33
celkem	**86**	**100**

Nejčastější výskyt proměnné „autor článku – novinář“ je způsoben tím, že články bývají často doprovázeny malým portrétem jejich autora. Kategorie „hráči mimo zápal boje“ zobrazuje buď portrét fotbalisty, nebo kupříkladu hráče v civilu, přicházejícího si vyslechnout rozsudek disciplinární komise.

3.4.2.16. Tabulka č. 20: Jaké typy obrázků doprovázely články MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

typ	kolikrát	
	absolutně	v %
barevné foto	54	62,79
portrét	28	32,56
černobílé foto	4	4,65
celkem	**86**	**100**

Nejčastěji využívaným typem obrázku doprovázejícím články MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy se ukázala být barevná fotografie, přítomná téměř u dvou třetin všech článků s obrázkem. Druhým nejvíce využívaným typem obrázku byl portrét, většinou zobrazující autora článku.

3.4.2.17. Tabulka č. 21: Příznivci jakých klubů byli zachyceni na obrázcích doprovázejících články MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

jací fanoušci	**kolikrát**	
	absolutně	**v %**
žádní fanoušci	52	60,47
fanoušci Baníku Ostrava	14	16,28
fanoušci Sparty Praha	12	13,95
fanoušci Slavie Praha	4	4,65
nelze určit	2	2,33
jiné	2	2,33
celkem	**86**	**100**

Již z předcházejících tabulek se dá odvodit, že na většině obrázků doprovázejících články MF DNES o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy nejsou vyobrazeni žádní fanoušci a tabulka č. 21 tuto domněnku jen potvrzuje. Proměnná „žádní fanoušci“ sdružuje převážně portréty autorů článků a momentky ze zápasu. Zajímavým zjištěním může být, že zatímco nejčastějšími aktéry článků tykajících se divácké agrese jsou příznivci Sparty Praha, na obrázcích se objevují nejvíce baníkovci.

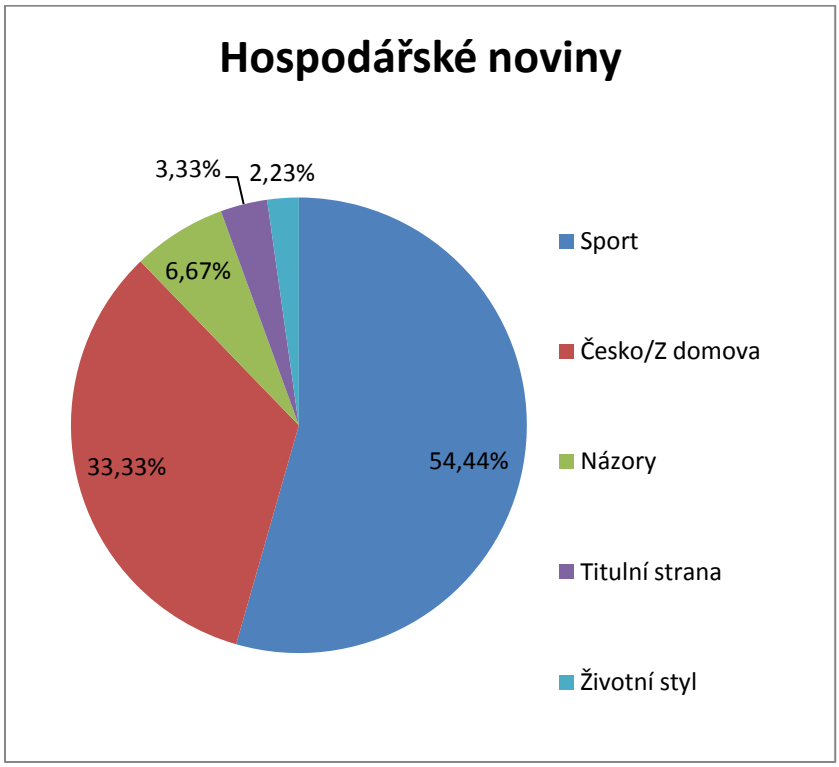
3.4.3. <u>Hospodářské noviny a násilí fotbalových diváků</u>

V této kapitole zvolíme postup analogický postupu použitému v kapitole předešlé, ve které jsme analýze podrobili obsahy článků MF DNES.

3.4.3.1. Tabulka č. 22: V jakých rubrikách se v HN objevovaly informace o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

název rubriky	počet článků	
	absolutně	v %
Sport	49	54,44
Česko/Z domova	30	33,33
Názory	6	6,67
Titulní strana	3	3,33
Životní styl	2	2,22
celkem článků	**90**	**100**

3.4.3.2. Graf č. 3: V jakých rubrikách se v HN objevovaly informace o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?



Ve sportovní rubrice Hospodářských novin se informace o násilí diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy objevovaly nejčastěji, své místo zde nalezlo zhruba 55 procent všech relevantních článků. Za drobný komentář stojí rubriky jménem Česko a Z domova. Jejich obsahová složka je identická, jedná se tedy o jednu rubriku a její dva názvy nejsou

vyjádřením ničeho jiného, než prostého přejmenování rubriky, přinášející čtenářům informace o dění v tuzemsku.

3.4.3.3. Tabulka č. 23: Kteří aktéři vystupovali v článcích informujících v HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

aktér	kolikrát hlavním aktérem	
	absolutně	v %
fanoušci obecně	20	22,22
fanoušci Sparty Praha	17	18,89
fanoušci Baníku Ostrava	14	15,56
policie	13	14,44
hráč	7	7,78
fanoušci Slavie Praha	6	6,67
zaměstnanec klubu	3	3,33
zaměstnanec svazu	3	3,33
fanoušci Brna	3	3,33
politik	2	2,22
fanoušci Bohemians 1905	1	1,11
fanoušci Českých Budějovic	1	1,11
celkem	**90**	**100**

Nejčastějším hlavním aktérem článků Hospodářských novin s tématem diváckého násilí byli agresivní fanoušci obecně, následováni příznivci Sparty Praha a Baníku Ostrava. Oproti analogické tabulce poskládané z dat zjištěných analyzováním textů MF DNES můžeme pozorovat rozdíly, avšak těmi se budeme zabývat až v další kapitole.

3.4.3.4. Tabulka č. 24: Jaká témata byla zmiňována v článcích informujících v HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

téma	kolikrát hlavním tématem	
	absolutně	v %
legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům	16	17,78
verbální agresivita fanoušků na stadiónu	13	14,44
fyzická agresivita fanoušků na stadiónu	12	13,33
přístup klubů k agresivním fanouškům	10	11,11
obecný pohled na problematiku divácké agrese	10	11,11
informace o možném nebezpečí	8	8,89
popis důsledků legislativních opatření	7	7,78
fyzická agresivita fanoušků mimo stadión	6	6,67
střet fanoušků se zákonem	4	4,44
názory politiků	3	3,33
jiné	1	1,11
celkem	**90**	**100**

Nejčastějším tématem relevantních textů na stránkách Hospodářských novin byl legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům, kterému bylo věnováno necelých 18 procent článků. Projevy verbální a fyzické agresivity na stadiónu byly hlavním tématem necelých 14,5 respektive 13,5 procent zkoumaných článků. V proměnné „jiné“ se skrývá článek upozorňující na urážlivé a rasistické nápisy v restauraci oblíbené mezi příznivci Sparty Praha (Smrt Baníku na zdi. Fortuna nic nevidí, Hospodářské noviny, 27.5.2008).

3.4.3.5. Tabulka č. 25: Jaké události byly prezentovány v článcích informujících v HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

událost	kolikrát hlavní událostí	
	absolutně	v %
konkrétní zápas	45	50,00
diskuze či schválení nového legislativního rámce	11	12,22
začátek či konec ligy	8	8,89
výtržnosti plynoucí z absence policie na zápasech (po 1. lednu '09)	8	8,89
jiné	6	6,67
hajlující Pavel Horváth	5	5,56
skandování smrt Spartě	3	3,33
zranění podavače míčů na Spartě	3	3,33
rasově motivované výtržnosti	1	1,11
celkem	**90**	**100**

Přesně v polovině případů dal podnět k napsání článku o diváckém násilí určitý zápas. Stejně jako v předchozí kapitole, i v tomto případě se budeme této početné proměnné vzápětí věnovat samostatnou tabulkou. Téměř devíti procenty zastoupená kategorie „začátek a konec ligy“ sdružuje články, které vyšly v letních měsících ve chvílích předcházejících startu nového ligového ročníku, v čase před zahájením jarní poloviny soutěže, případně po jejím konci.

3.4.3.6. **Tabulka č. 26:** Jaké zápasy tvořily obsah proměnné „konkrétní zápas“?

konkrétní zápas	kolikrát zmíněn	
	absolutně	v %
Slavia Praha - Sparta Praha (resp. Sparta - Slavia)	17	37,78
Baník Ostrava - Sparta Praha (resp. Sparta - Baník)	5	11,11
Brno - Baník Ostrava	4	8,89
jiné	4	8,89
Slavia Praha - Baník Ostrava	3	6,67
Sparta Praha - Bohemians 1905	3	6,67
Liberec - Sparta Praha	2	4,44
Teplice - Sparta Praha	2	4,44
Olomouc - Sparta Praha	2	4,44
Bohemians 1905 - Baník Ostrava	2	4,44
Bohemians 1905 - Brno	1	2,22
celkem	**45**	**100**

V rámci proměnné „konkrétní zápas“ má největší zastoupení utkání Slavia – Sparta. Stejně jako u MF DNES i zde je nutné konstatovat, že pro správné porozumění této tabulce je nutné brát v potaz i tabulku č. 25.

3.4.3.7. Tabulka č. 27: Kolik z relevantních článků v HN referovalo o konkrétních aktech projevu diváckého násilí?

relevantní články	kolikrát	
	absolutně	v %
zmínka o konkrétním činu	45	50,00
není zmínka o konkrétním činu	45	50,00
celkem	**90**	**100**

Tato tabulka ukazuje, že přesně v polovině relevantních článků z databáze HN se referuje o konkrétních proběhnuvších činech, které lze charakterizovat jako projev diváckého násilí. Stejně početnou kategorii „není zmínka o konkrétním činu“ tvoří články, jež nereferují o konkrétním projevu divácké agrese. Článek buď pojednával o možném nebezpečí, nebo se

kupříkladu věnoval problematice diváckého násilí z obecného pohledu. Stejně jako při analyzování článků MF DNES budeme v tuto chvíli pracovat s redukovanou databází, obsahující pouze texty zmiňující konkrétní čin.

3.4.3.8. Tabulka č. 28: Jaké druhy agrese ve spojitosti s konkrétními činy byly zmiňovány v článcích informujících v HN o násilí fotbalových diváků?

druh agrese	kolikrát zmíněna	
	absolutně	v %
fyzická	29	64,44
verbální	11	24,44
rasizmus	5	11,11
celkem	**45**	**100**

Z tabulky vyplývá, že zhruba v 64,5 % byla ve spojitosti s referováním o konkrétním projevu diváckého násilí zmiňována fyzická agrese.

3.4.3.9. Tabulka č. 29: Jaká místa násilností ve spojitosti s konkrétními činy byla zmiňována v článcích informujících v HN o násilí fotbalových diváků?

místo násilnosti	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
stadión	37	82,22
cestou na/ze stadiónu	7	15,56
jiné	1	2,22
celkem	**45**	**100**

Pokud byl v článcích Hospodářských novin zmíněn konkrétní projev divácké agrese, jeho místem byl nejčastěji stadión. 15,56 % článků informovalo o násilí cestou na nebo ze stadiónu a místem agrese ukrytým v kategorii „jiné“ je již v komentáři k tabulce č. 24 zmíněná restaurace, oblíbená mezi sparťanskými příznivci.

3.4.3.10. Tabulka č. 30: Jak často se v popisovaných případech diváckého násilí nacházel agresor doma, respektive venku?

agresor doma/venku	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
venku	31	68,89
doma	13	28,89
jiné	1	2,22
celkem	**45**	**100**

Na základě analýzy obsahů relevantních článků v Hospodářských novinách, věnovaných konkrétnímu projevu diváckého násilí, můžeme konstatovat, že diváci se častěji projevují agresivně při sledování zápasů na soupeřových hřištích.

3.4.3.11. Tabulka č. 31: Kdo nebo co se stávalo cílem agresivních diváků ve spojitosti s konkrétními činy popisovanými na stránkách HN?

cíl agrese	kolikrát zmíněno	
	absolutně	v %
fanoušci soupeře	10	22,22
tým soupeře	9	20,00
pořadatelé	8	17,78
zařízení stadiónu	5	11,11
jiné	5	11,11
policie	5	11,11
vlastní tým	1	2,22
majetek či zaměstnanec DP nebo ČD	1	2,22
zaměstnanec médií	1	2,22
celkem	**45**	**100**

Nejčastějším cílem projevů divácké agrese, popsaných na stránkách Hospodářských novin ve článcích věnovaných konkrétnímu projevu diváckého násilí, se stávali příznivci týmu soupeře. Stejně jako u MF DNES i zde platí, že případ zranění podavače míčů na Spartě je schován v kategorii „jiné.“

3.4.3.12. Tabulka č. 32: Kdo v popisovaných případech diváckého násilí proti agresivním fanouškům zasáhl?

zasahující	kolikrát zmíněn	
	absolutně	v %
nikdo	24	53,33
policie	18	40,00
pořadatelé	3	6,67
celkem	**45**	**100**

Pokud došlo k zásahu proti agresivním divákům, v naprosté většině případů byla zasahujícím subjektem policie. V 6,67 % článků bylo informováno o pořadatelské službě jakožto zasahujícím subjektu.

3.4.3.13. Tabulka č. 33: Kolik z článků informujících v HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy doprovázel obrázek?

forma článku	počet	
	absolutně	v %
bez obrázku	45	50,00
s obrázkem	45	50,00
celkem	**90**	**100**

Přesně jednu polovinu z analyzovaných článků v Hospodářských novinách doprovázel obrázek.

3.4.3.14. Tabulka č. 34: Jak velkou plochu věnovaly HN obrázkům doprovázejícím články s tematikou násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

základní údaje	plocha [cm2]
celková plocha obrázků	6 031
průměrná plocha obrázků	134,02

Tabulka zobrazuje celkovou velikost všech obrázků a z ní vypočítanou průměrnou velikost obrázku.

3.4.3.15. Tabulka č. 35: Jaká byla témata obrázků doprovázejících články HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

téma	kolikrát hlavním tématem	
	absolutně	v %
diváci v konfliktu s policií	10	22,22
autor článku - novinář	9	20,00
fandící diváci	6	13,33
momentka ze zápasu	5	11,11
diváci s dýmovnicí	3	6,67
politik	3	6,67
jiné	3	6,67
diváci mimo stadión	2	4,44
hráč mimo zápal boje	1	2,22
diváci ničící stadión	1	2,22
diváci v konfliktu s pořadateli	1	2,22
zaměstnanec ČMFS	1	2,22
celkem	**45**	**100**

V rámci analyzovaných článků doprovázených obrázkem se čtenářům na stránkách Hospodářských novin nejčastěji naskytl pohled na diváky v konfliktu s příslušníky policie. „Fandícími diváky“ rozumíme takový obrázek, na kterém jsou zobrazeny tribuny zaplněné povzbuzujícími fanoušky, nepáchajícími žádnou činnost, na kterou by bylo možno pohlížet jako na agresivní.

3.4.3.16. Tabulka č. 36: Jaké typy obrázků doprovázely články HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

typ	kolikrát	
	absolutně	v %
barevné foto	20	44,44
portrét	13	28,89
černobílé foto	12	26,67
celkem	**45**	**100**

Barevná fotografie byla v článcích Hospodářských novin nejčastěji využívaným typem obrázku, následována portrétem a černobílou fotografií, jejichž zastoupení bylo takřka shodné.

3.4.3.17. Tabulka č. 37: Příznivci jakých klubů byli zachyceni na obrázcích doprovázejících články HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

jací fanoušci	kolikrát	
	absolutně	v %
žádní fanoušci	22	48,89
fanoušci Slavie Praha	7	15,56
nelze určit	6	13,33
fanoušci Baníku Ostrava	5	11,11
fanoušci Sparty Praha	4	8,89
jiné	1	2,22
celkem	**45**	**100**

Slabá polovina z relevantních článků doprovázených obrázkem žádné fanoušky nezobrazuje. Zatímco v textech článků jsou hlavními aktéry nejčastěji příznivci Sparty Praha, na obrázcích se nejvíce objevují sympatizanti Slavie Praha.

3.5. VÝSLEDKY

3.5.1. Srovnání dat získaných analýzou obsahů MF DNES a HN

Předchozí kapitoly nám pomocí tabulek a grafů odpověděly na dílčí otázky výzkumu, avšak pro každý deník zvlášť. Nyní se pokusme získané odpovědi porovnat. Pro srovnání výsledků budeme vzhledem k nestejné velikosti databází používat údaje vyjádřené v procentech.

3.5.1.1. V jakých rubrikách se v MF DNES/ HN objevovaly informace o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

O diváckém násilí informuje MF DNES (61,49 %) i Hospodářské noviny (54,44 %) nejčastěji na stránkách sportovních rubrik. Při pohledu na další místa však už můžeme pozorovat rozdíly. U MF DNES vidíme jako druhou v pořadí rubriku Názory (9,77 %) a třetí Z domova (9,20 %), u Hospodářských novin figurují rovněž zmíněné rubriky, avšak v opačném pořadí (Česko/Z domova – 33,33 %, Názory – 6,67 %). Výrazné zastoupení domácí rubriky v Hospodářských novinách oproti MF DNES je však zčásti dáno rozdílnou strukturou obou listů. Je třeba si uvědomit, že například články rubriky Události a politika se v drtivé většině případů týkají domácích událostí, takže v určitém volnějším pojetí bychom i tuto rubriku mohli vlastně považovat za domácí a rozdíly mezi oběma periodiky by se tak zmenšily. Silný podíl rubriky Česko/Z domova je však každopádně zajímavým zjištěním.

3.5.1.2. Kteří aktéři vystupovali v článcích informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

Pět nejčastějších hlavních aktérů je u obou periodik shodných, jsou však rozdíly v jejich pořadí. V MF DNES byli hlavními aktéry článků ponejvíce fanoušci Sparty Praha (22,99 %),

následováni agresivními fanoušky obecně (12,64 %). U Hospodářských novin se situace otočila a nejčastějším aktérem byli agresivní fanoušci obecně (22,22 %) a teprve po nich sparťané (18,89 %). Rozdílné zastoupení ve zkoumaných článcích zaujímali pořadatelé, kteří se coby hlavní aktéři vyskytli v 6,32 % relevantních textů MF DNES, zatímco v Hospodářských novinách jako hlavní aktéři nefigurovali ani v jednom z analyzovaných článků.

3.5.1.3. Jaká témata byla zmiňována v článcích informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

Tato otázka byla jednou ze stěžejních otázek celého výzkumu, takže se jí teď budeme věnovat jen zkratkovitě a s komplexnější odpovědí si počkáme do příští kapitoly. Podobně jako u předchozí otázky i zde platí, že témata na prvních pěti pozicích byla shodná a nejfrekventovanější téma se lišilo. U MF DNES jím byla verbální agresivita fanoušků na stadiónu (25,29 %), u Hospodářských novin pak legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům (17,78 %).

3.5.1.4. Jaké události byly prezentovány v článcích informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

U MF DNES (47,13 %) i Hospodářských novin (50 %) zavdal nejčastěji příčinu k napsání článku konkrétní zápas a u obou deníků tím zápasem bylo derby pražských S. I druhá událost, která se stala impulzem k napsání článku, totiž diskuze či schválení nového legislativního rámce, se u MF DNES (10,34 %) a Hospodářských novin (12,22 %) shoduje. Třetí nejvíce reflektovanou událostí byla v MF DNES aféra se skandováním smrt Spartě (9,77 %). U Hospodářských novin k napsání článku o diváckém násilí redaktory často vybídl začátek či konec ligového ročníku (8,89 %). Testování bezpečnosti na stadiónech, které zabralo 2,87 % článků MF DNES, v Hospodářských novinách vůbec nenalezneme. Důvodem je skutečnost, že tyto snahy o proniknutí na stadión s ukrytými zbraněmi v batohu či oděvu novináře, mající za cíl zjistit míru pořadatelské důkladnosti při prohlídce u bran stadiónu, byly akcí realizovanou redakcí MF DNES.

3.5.1.5. Kolik z relevantních článků v MF DNES/HN referovalo o konkrétních aktech projevu diváckého násilí?

Zhruba dvě třetiny (66,09 %) všech článků z databáze MF DNES a polovina článků (50 %) z databáze Hospodářských novin popisovaly konkrétní projev divácké agrese. Zbylá třetina, respektive polovina textů se kupříkladu zabývala problematikou diváckého násilí v jejím obecnějším pojetí (Chuligánství je projevem krize mužství, Hospodářské noviny, 14.12.2007) či hovořila o legislativních normách (Fotbalový svaz žádá zákon proti rowdies, MF DNES, 3.4.2008).

3.5.1.6. Jaké druhy agrese ve spojitosti s konkrétními činy byly zmiňovány v článcích informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků?

Rovněž tato otázka patří k zásadním otázkám celého výzkumu, takže se jí budeme zevrubněji zabývat v další kapitole. Na stránkách analyzovaných deníků v článcích věnovaných konkrétním případům projevu diváckého násilí byla nejčastěji zmiňována agrese fyzická. U MF DNES to bylo v 53,04 % článků modifikovaného souboru, u Hospodářských novin v 64,44 %.

3.5.1.7. Jaká místa násilností ve spojitosti s konkrétními činy byla zmiňována v článcích informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků?

Pokud byl na stránkách analyzovaných deníků popisován konkrétní případ diváckého násilí, nejčastěji se tento čin odehrál na stadiónu. (MF DNES – 89,57 %, HN – 82,22 %). K několika agresivním činům, o kterých MF DNES (7,83 %) a HN (15,56 %) informovaly, došlo i při cestě fanoušků na/ze stadiónu, místem násilností se v takovém případě stávaly ulice vedoucí ke stadiónu, prostředky hromadné dopravy a nádraží. MF DNES referovala jedním článkem o bitce dvou skupin fanoušků, ke které došlo na odlehlém místě.

3.5.1.8. Jak často se v popisovaných případech diváckého násilí nacházel agresor doma, respektive venku?

Z analýzy obsahů článků obou deníků vyplývá, že diváci se většinou dopouštěli násilných projevů ve spojitosti se zápasy na hřišti soupeře. V relevantních textech MF DNES o agresivním chování hostujících příznivců informovalo 53,91 % článků, v Hospodářských novinách to bylo dokonce 68,89 %. Domácí diváci byli jako agresor označeni ve 44,35 % (MF DNES), respektive 28,89 % (HN).

3.5.1.9. Kdo nebo co se stávalo cílem agresivních diváků ve spojitosti s konkrétními činy popisovanými na stránkách MF DNES/HN?

V článcích publikovaných v MF DNES byl jako cíl agrese nejčastěji zmiňován tým soupeře (21,74 %), druhým nejčastějším cílem se stávali příznivci soupeře (14,78 %). V Hospodářských novinách se pořadí dvou nejčastějších proměnných prohodilo, fanoušci soupeře byli cílem agrese ve 22,22 % a tým soupeře ve 20 %. Rovněž dvojice na třetím a čtvrtém místě z hlediska četnosti je u obou deníků stejná, pouze s přehozeným pořadím. U MF DNES bylo zařízení stadiónu cílem agrese v 13,91 % případů a pořadatelská služba v 13,04 %, Hospodářské noviny informovaly o zařízení stadiónu jako cíli agrese v 11,11 % případů a o pořadatelích v 17,78 %.

3.5.1.10. Kdo v popisovaných případech diváckého násilí proti agresivním fanouškům zasáhl?

Zajímavým zjištěním je, že v případě činů zachycených v článcích obou periodik ve většině případů proti agresivním divákům nikdo nezasáhl[6] (MF DNES – 53,04 %, HN – 53,33 %). Shoda mezi oběma deníky panuje i v případě zmínky o nejčastějším zasahujícím subjektu. V případě článků MF DNES policie zasáhla v 37,39 % popisovaných diváckých násilností, u Hospodářských novin to bylo ve 40 %. Pořadatelé zasáhli v 6,09 % (MF DNES), respektive 6,67 % (HN). Vzhledem k předchozímu odstavci tedy můžeme konstatovat, že pořadatelé se stávali častěji cílem agrese než tím, kdo proti jejím projevům zasahuje.

[6] Je však jasné, že ani přes tento fakt nemůžeme věc zjednodušovat a tvrdit, že projevy diváckého násilí zůstávají bez povšimnutí a jsou tolerovány. Abychom byli schopni formulovat skutečně fundované stanovisko k této problematice, museli bychom posoudit každý „nepotrestaný“ čin zvlášť a teprve na základě jeho nebezpečnosti vyhodnotit, zdali vůbec, a pokud ano, tak kdo měl zasáhnout. Je zřejmé, že nečinně přihlížet běsnícímu davu ničících chuligánů je něco jiného než ponechat bez povšimnutí pískání na hráče, který se toho času zrovna nalézá v nemilosti publika.

3.5.1.11. Kolik článků informujících v MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy doprovázel obrázek a jaká byla jeho průměrná plocha?

Téměř naprostá shoda mezi oběma periodiky panuje v procentuelním vyjádření toho, kolik relevantních článků doprovázel obrázek. Zatímco u MF DNES byla nepatrná většina článků bez obrázku (50,57 %), u Hospodářských novin byla situace naprosto vyrovnaná na články s obrázkem i bez něj připadalo shodně 50 %. Průměrná plocha obrázku v MF DNES byla 120,41 cm^2, v Hospodářských novinách to bylo o něco více, 134,02 cm^2.

3.5.1.12. Jaká byla témata obrázků doprovázejících články MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

V 19,77 % článků MF DNES doprovázených obrázkem byl na tomto obrázku vyobrazen autor článku, tedy novinář. Tento fakt je, jak už bylo zmíněno, dán tím, že určité typy článků jsou v MF DNES obvykle doprovázeny malým portrétem autora. Pozoruhodným zjištěním je, že fotografie zachycující fanoušky v konfliktu s policií je v Hospodářských novinách nejčastěji zobrazovaným tématem (22,22 %), zatímco v MF DNES je tato situace zastoupena jen 11,63 %.

3.5.1.13. Jaké typy obrázků doprovázely články MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

Jak u MF DNES (62,79 %), tak u Hospodářských novin (44,44 %) byla nejčastěji používaným typem obrázku barevná fotografie. Portrétem, který byl použit ve 32,56 % (MF DNES) a 25,89 % (HN), rozumíme fotku menšího rozměru, na které bývá zobrazen nejčastěji autor článku, případně osoba v článku nějakým způsobem zmiňovaná. Zatímco MF DNES černobílé fotografie takřka nepoužívá (4,65 %), v Hospodářských novinách mají své pevné místo (26,67 %).

3.5.1.14. Příznivci jakých klubů byli zachyceni na obrázcích doprovázejících články MF DNES/HN o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy?

V 60,47 % (MF DNES) a 48,89 % (HN) nebyli na obrázcích doprovázejících zkoumané články zobrazeni žádní fanoušci. Příznivci Sparty Praha, o nichž byla v analyzovaných textech řeč nejčastěji, zaujímali v rámci MF DNES 13,95 % ze všech obrázků, v Hospodářských novinách pak 8,89 %. Nejčastěji zobrazovanými fanoušky v MF DNES byli baníkovci (16,28 %), v Hospodářských novinách pak slávisté (15,56 %).

4. DISKUZE

Při analyzování vytvořené databáze relevantních článků deníků MF DNES a Hospodářské noviny bylo snahou nalézt odpovědi na vytyčené základní výzkumné otázky. Každá z nich na sebe v průběhu výzkumu vázala několik dílčích a podrobnějších otázek. Na tyto podotázky se pokoušela odpovědět data shromážděná a prezentovaná pomocí tabulek a grafů, které jsou, včetně k nim přiřazených interpretací, obsahem předešlého oddílu tohoto textu. V této fázi práce se proto pokusme o konečné shrnutí odpovědí na čtyři hlavní výzkumné otázky, jež byly nastoleny v počátcích studie.

4.1. Jaké místo zaujímaly informace o násilí sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy v agendě sportovního zpravodajství[7] MF DNES a Hospodářských novin?

Při hledání odpovědi na první otázku nám pomohla analýza toho, kolik prostoru jednotlivé deníky tématu diváckého násilí věnovaly. Zkoumáním kumulativních údajů za celé téměř tři roky časového vymezení výzkumu bylo zjištěno, že obě dvě periodika reflektují problematiku diváckého násilí na velmi malé ploše a nepovažují ji tedy za příliš důležitou. MF DNES věnovala tématu 3,89 % z celkové plochy relevantních rubrik, Hospodářské noviny více, 4,58 %. Při sledování proměnné v čase musíme konstatovat, že obě periodika procházela vývojem a trend byl shodný pouze v hrubých rysech.

Zajímavé bylo rovněž pozorovat, v jakých rubrikách se články o diváckém násilí objevovaly. Nejčastější výskyt ve sportovních rubrikách se přirozeně dal očekávat, takže pozoruhodné bylo sledovat především podíl jiných než sportovních oddílů novin, seřazených na dalších místech. Určitým přiznáním důležitosti konkrétnímu tématu bezesporu je, když se objeví na titulní straně výtisku novin. Z tohoto úhlu pohledu lze tedy říci, že problematice diváckého násilí přikládala větší důležitost MF DNES, neboť na její první straně se objevilo 6,32 % ze všech článků o diváckém násilí. Hospodářské noviny umístily na svou titulní stranu 3,33 % publikovaných textů o diváckém násilí.

[7] respektive v agendě té konkrétní části novin, ve které se článek nacházel

Zajímavá fakta o obou listech zjistíme i v případě, že se zamyslíme nad tím, v kolika z relevantních článků přinášely informace o konkrétním projevu diváckého násilí. Shledáme, že zatímco v MF DNES 66,09 % ze všech článků zpravuje o konkrétním činu, u Hospodářských novin je to pouze 50 %. Z toho můžeme usuzovat, že MF DNES věnuje více prostoru popisu jednotlivých činů, zatímco Hospodářské noviny se tolik nevěnují pouze konkrétním případům, ale jdou dále a k celému fenoménu přistupují komplexněji a v širších souvislostech.

Kromě článků byly součástí výzkumného souboru i k nim přidružené obrázky. Lze říci, že obě periodika využívala obrázek jako součást článku v podstatě v polovině případů. U MF DNES doplňoval obrázek článek ve 49,43 %, u Hospodářských novin přesně v 50 %.

4.2. Která konkrétní témata se ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy objevovala a jaký jim byl věnován prostor?

Pořadí nastolovaných témat bylo z hlediska jejich četnosti v obou denících takřka identické, pouze dvě nejčastěji reflektovaná témata se svým pořadím lišila. Více než čtvrtina (25,29 %) článků v MF DNES měla coby hlavní téma verbální agresivitu fanoušků na stadiónu a na druhém místě legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům (16,67 %). Oproti tomu Hospodářské noviny věnovaly největší prostor legislativnímu rámci postupu proti fanouškům (17,78 %) a verbální agresivitu fanoušků tak zmiňovaly až jako druhou nejčastější (14,44 %). Pro Hospodářské noviny je charakteristické také rovnoměrnější zastoupení zobrazovaných témat, pět z nich (kromě dvou zmíněných ještě fyzická agresivita fanoušků na stadiónu, přístup klubů k agresivním fanouškům a obecný pohled na problematiku divácké agrese) se dostalo přes 10 %. Oproti tomu MF DNES kromě jmenované verbální agresivity fanoušků na stadiónu, zastoupené ve čtvrtině článků, a legislativního rámce postupu proti agresivním fanouškům, dala více než desetiprocentní prostor již jen fyzické agresivitě fanoušků na stadiónu. Jediným tématem, které má zastoupení v MF DNES a na stránkách Hospodářských novin chybí, je pohled samotných fanoušků. Je jistě zajímavým zjištěním, že na stránkách MF DNES dostali fanoušci v 2,3% relevantních článků příležitost vyjádřit se k problematice, která se jich bezprostředně týká. Ani ne dvě a půl procenta sice není mnoho, ale je to lepší, než nic.

Je záhodno závěrečnému hodnocení podrobit i témata objevující se na obrázcích, které doprovázely analyzované články. Již výše bylo konstatováno, že u MF DNES je nejčastějším obrázkem přidruženým k článku o diváckém násilí portrét autora článku (19,77 %), následovaný momentkou ze zápasu (16,28 %). U Hospodářských novin byl nejčastější snímek zachycující diváky v konfliktu z policií (22,22 %), po něm pak autor článku (20 %). Odmyslíme-li kategorii „autor článku“, jejíž časté zastoupení je dáno prostě tím, že bývá zvykem články určitého typu (komentáře, názory) doprovázet portrétem autora, je jistě zajímavým zjištěním, že snímky, jejichž téma lze považovat za nejpříhodnější vzhledem k jejich pozici u článku o násilí (diváci v konfliktu s policií či pořadateli, diváci s dýmovnicí, diváci ničící stadión), jsou v Hospodářských novinách přítomny častěji, než v MF DNES.

I přes některé zaznamenané rozdíly však můžeme závěrem konstatovat, že u obou analyzovaných deníků je zastoupení a priorita témat obdobná.

4.3. Jaké konkrétní projevy agresivního chování sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy se objevovaly ve sportovních rubrikách[8] a jaký jim byl věnován prostor?

Jak je uvedeno v teoretické části práce, agresi dělíme na fyzickou a verbální, takže je jasné, že tyto dva základní typy projevu diváckého násilí byly sledovány i naším šetřením. V tomto výzkumu byla pro projevy agresivního chování vyčleněna ještě jedna kategorie, tedy rasizmus. Již výše bylo několikrát zmíněno, že ne všechny články s tématem diváckého násilí popisovaly konkrétní čin divácké agrese. Pokud se texty zabývaly určitým aktem divácké agrese, byl tento akt jak u MF DNES (53,04 %), tak u Hospodářských novin (64,44 %) převážně povahy fyzické. Verbální podoby nabýval agresivní čin v 31,3 % (MF DNES), respektive 24,44 % (HN). 15,65 % (MF DNES) a 11,11 % (HN) projevů agresivního chování spadalo do kategorie rasizmus. Kulisu pro násilné projevy fotbalových diváků v naprosté většině tvořil stadión (89,57 % - MF DNES, 82,22 % - HN) a výzkum zcela potvrdil, že veškeré snahy, mající vést k naplnění hlavního cíle, kterým je jak podle Českomoravského fotbalového svazu, tak podle politiků a expertů snaha dostat agresivní fanoušky pryč z ochozů

[8] respektive v agendě té konkrétní části novin, ve které se článek nacházel

stadiónu, prozatím selhávají a o jejich úspěšnosti se nedá hovořit. Dalším analyzováním způsobů a projevů agresivního chování jsme dospěli k zjištění, že ve většině případů se agresivní fanoušci jezdí „vybouřit“ na stadióny soupeře. MF DNES se na ustanovení tohoto závěru podílela 53,91 % článků, Hospodářské noviny dokonce 68,89 %. Nejčastějšími cíli agresivního chování fotbalových diváků se v relevantních textech obou periodik stával tým soupeře (MF DNES – 21,74 %, HN – 20 %) a jeho fanoušci (MF DNES – 14,78 %, HN – 22,22 %). Jako zajímavý fenomén se v průběhu výzkumu ukázala agresivita diváků směřovaná k vlastnímu týmu, která měla velmi rozdílné postavení v rámci analyzovaných periodik. Zatímco MF DNES jí věnovala 10,43% článků, u Hospodářských novin to bylo pouze 2,22%. Agresivita obrácená do vlastních řad měla většinou verbální podobu a jejím obsahem bylo spílání neoblíbenému hráči, trenérovi či vedení klubu.

4.4. Příznivci jakých klubů byli ve spojitosti s násilím sportovních diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy zmiňováni?

K formulaci odpovědi na poslední ze čtyř základních výzkumných otázek, které stály na počátku celého šetření, nám nejvíce poslouží tabulka ukazující hlavní aktéry analyzovaných článků. Jak bylo řečeno v teoretické části práce, za nejvíce aktivní jsou na území České republiky považovány skupiny hlásicí se ke Spartě Praha, Baníku Ostrava, 1. FC Brno, Slavii Praha a Bohemians 1905. Dalo se proto předpokládat, že právě tyto budou tedy nejčastěji zmiňovány jakožto aktéři článků informujících o násilí fotbalových diváků v souvislosti se zápasy Gambrinus ligy. Tento předpoklad se však potvrdil jen zčásti. Příznivci pěti zmíněných klubů byli sice v rámci všech fanoušků českých prvoligových týmů jmenováni nejčastěji, avšak ne u všech byla frekvence tohoto jmenování nějak zvláště vysoká. Zatímco sympatizanti Sparty Praha (MF DNES – 22,99%, HN – 18,89%) i Baníku Ostrava (MF DNES – 10,92%, HN – 15,56%) byli coby hlavní aktéři jmenováni často a nezůstali tedy své pověsti nic dlužni, příznivci Brna (MF DNES – 1,72 %, HN – 3,3 %) a Bohemians 1905 (MF DNES - 1,15 %, HN – 1,11) se hlavními aktéry stávali jen zřídka. Fanoušci pátého zmíněného klubu, tedy Slavie Praha, byli v MF DNES hlavním aktérem ve 4,60 % článků a v Hospodářských novinách v 6,67 % textů. S nastíněnou realitou koresponduje i fakt, že pokud byl v relevantních článcích coby hlavní událost prezentován konkrétní zápas, v 41,46 % (MF DNES), respektive 37,78 % (HN) jím bylo právě derby.

Když opustíme texty a zhodnotíme závěrem obrázky doprovázející relevantní články, shledáme, že triumvirát nejčastějších aktérů článků dominuje i analyzované obrazové části, i když v jiném pořadí. V MF DNES jsou nejčastěji zobrazováni příznivci Baníku Ostrava (16,28 %), následováni sparťany (13,95 %) a slávisty (4,65 %). V Hospodářských novinách na snímcích nejčastěji vidíme fanoušky Slavie Praha (15,56 %), dále pak příznivce Baníku (11,11 %) a Sparty (8,89 %).

Závěrem je nutné upozornit, že se bohužel nepovedlo nalézt obdobný výzkum zpracovávající toto téma podobným způsobem, takže nebylo možné získaná data porovnat. V současné době se sice objevuje stále více výzkumů zpracovávajících problematiku agresivity sportovních diváků (Pavel Slepička), případně se konkrétně věnujících fotbalovým chuligánům (Josef Smolík, Jiří Pětioký, Tomáš Čarnogurský a Lenka Vochocová), ale práci zaměřenou na kvalitativní analýzu obsahu mediálních sdělení k problematice násilí fotbalových fanoušků se bohužel nepovedlo autorovi tohoto textu objevit. Zmiňovaní autoři Jiří Pětioký, Tomáš Čarnogurský a Lenka Vochocová se ve svých diplomových pracích věnovali fenoménu hooligans v České republice z hlediska kvalitativní analýzy jejich sebeobrazu, případně pohledu na chuligánství jako na veřejně politický problém.

5. ZÁVĚR

Tato práce si kladla za cíl zhodnotit pomocí kvantitativní obsahové analýzy zobrazování násilí sportovních diváků v českých periodických denících. Konkrétně se jednalo o násilí fotbalových diváků v souvislosti s Gambrinus ligou a analyzovanými deníky byly MF DNES a Hospodářské noviny.

Cesta k hlavnímu cíli vedla přes splnění vytyčených úkolů výzkumu, kterými bylo získání maximálního množství relevantních informací z obou deníků, nalezení odpovědí na čtyři základní výzkumné otázky, konečné porovnání získaných odpovědí a případné upozornění na rozdíly v těchto odpovědích, které byly díky šetření objeveny.

Můžeme konstatovat, že v rámci zvolené metody se podařilo vytyčený cíl splnit. Výhody i nevýhody kvantitativní obsahové analýzy byly naznačeny v metodologické části této práce a je třeba říci, že její silné i slabé stránky se v průběhu výzkumu projevily. Nutnost redukovat sdělení celého článku pouze do jedné z předdefinovaných kategorií proměnných byla místy příliš svazující a v konečném důsledku tím vlastně byl výzkum ochuzen. Skutečně se potvrdilo tvrzení, že při šetření prováděném obsahovou analýzou mohou být některé subtilnější významy, které by samy o sobě mohly být základem zajímavého výzkumu, rozmělněny do předem stanovených kategorií a tím pádem v podstatě opomenuty. Určitě by proto někdy v budoucnu bylo zajímavé na toto výzkumné téma nahlédnout z perspektivy jiné metody, než je právě v tomto případě zvolená kvantitativní obsahová analýza.

Nezapomínejme ale na výhody, které nám šetření provedené touto metodou přineslo. Za hlavní klad považujeme především výsledky prezentované ve formě tabulek a grafů, které umožňují poměrně snadnou orientaci a případnou interpretaci.

Celé šetření vedlo k potvrzení tušené domněnky, tedy že zkoumané deníky nevěnují fenoménu diváckého násilí příliš prostoru a o problematice informují většinou až v momentě, kdy k nějaké agresi dojde a i v tu chvíli je prostor věnován spíše popisu konkrétního činu, než případnému zasazení do širšího rámce. Díky výzkumu jsme však zjistili, že mezi oběma deníky určitý rozdíl panuje a Hospodářské noviny přece jen o trochu častěji problém uchopují z širšího hlediska, než MF DNES. Pro potvrzení tohoto konstatování a pro hledání odpovědí na podobné typy jistě zajímavých otázek by dokázala skvěle posloužit některá z forem kvalitativního výzkumu, která by se, jak již bylo napsáno, mohla stát metodou využitou v nějakém z případných dalších výzkumů na toto téma.

6. POUŽITÁ LITERATURA

• DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty. Praha : Dokořán, 2008. 183 s.

• DOVALIL, Josef. Poznámky k současnému mediálnímu obsahu sportu. In SLEPIČKOVÁ, Irena, JUNGMANOVÁ, Olga. Média, sport a jejich role v aktivním životním stylu. Praha : Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze, 2008. Média, sport a jejich role v aktivním životním stylu. s. 5-8.

• HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum. Praha : Portál, 2005. 407 s.

• JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. Praha : Portál, 2007. 208 s.

• JIRÁK, Jan, et al. 10 let v českých médiích. Uspořádal Josef Beránek a Silvie Hekerlová. Praha : Portál pro Newton Information Technology, 2005. 142 s.

• KERN, Hans, et al. Přehled psychologie. Praha : Portál, 1999. 296 s.

• KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. Praha : Karolinum, 1995. 307 s.

• MAREŠ, Miroslav, SMOLÍK, Josef, SUCHÁNEK, Marek. Fotbaloví chuligáni. Brno : Centrum strategických studií: Barrister & Principal, 2004. 181 s.

• MCLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura. Brno : Jota, 2008. 420 s.

• MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha : Portál, 2007. 447 s.

• POTŮČEK, Jan. Plodí násilí v médiích další násilí?. Reflex. 12.5.2005, č. 19

• PROKOP, Dieter. Boj o média. Praha : Karolinum, 2005. 409 s.

• PUNCH, Keith. Základy kvantitativního šetření. Praha : Portál, 2008. 152 s.

• SCHULZ, Winfried, et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Uspořádala Irena Reifová. Praha : Karolinum, 2004. 149 s.

• SLEPIČKA, Pavel. Sportovní diváctví. Praha : Olympia, 1990. 213 s.

• SLEPIČKA, Pavel, HOŠEK, Václav, HÁTLOVÁ, Běla. Psychologie sportu. Praha : Karolinum, 2006. 230 s.

• SLEPIČKOVÁ, Irena. Úvodní slovo. In SLEPIČKOVÁ, Irena, JUNGMANOVÁ, Olga. Média, sport a jejich role v aktivním životním stylu. Praha : Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze, 2008. Úvodní slovo. s. 4-4.

• SMOLÍK, Josef. Fotbalové chuligánství. Karlovy Vary : Zdeněk Plachý, 2008. 280 s.

• SMOLÍK, Josef. Média a fotbalové chuligánství. In SLEPIČKOVÁ, Irena, JUNGMANOVÁ, Olga. Média, sport a jejich role v aktivním životním stylu. Praha : Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze, 2008a. Média a fotbalové chuligánství. s. 31-36.

• THOMPSON, John. Média a modernita. Praha : Karolinum, 2004. 219 s.

• TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha : Portál, 2006. 191 s.

• WENNER, Lawrence. MediaSport. London : Routledge, 2000. 336 s.

• YU, Chia-Chen. A Content Analysis of News Coverage of Asia Female Olympic Athletes. International Review for the Sociology of Sport. 2009, vol. 44, no. 2-3, s. 283-305.

• Mediální služby Newton - elektronický archiv deníku MF DNES [online]. c2009 [cit. 2009-08-31]. Dostupný z WWW: <http://mfdnes.newtonit.cz/>.

• Vyhledavani.iHNed.cz : Ekonomický zpravodajský server Hospodářských novin [online]. c1996-2009 [cit. 2009-08-31]. Dostupný z WWW: <http://vyhledavani.ihned.cz/>.

• ČTK. Nejčtenější Blesk měl v posledním půlroce 1,4 milionu čtenářů. CeskeNoviny.cz [online]. 2009 [cit. 2009-08-31]. Dostupný z WWW: <http://www.ceskenoviny.cz/tema/zpravy/nejctenejsi-blesk-mel-v-poslednim-pulroce-1-4-milionu-ctenaru/375781&id_seznam=1134>.

• Hospodářské noviny – Mediaprojekt [online]. c1996-2009 [cit. 2009-08-31]. Dostupný z WWW: <http://economia.ihned.cz/32/obsah-sekce/mediaprojekt/>.

7. PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Záznamový arch

Příloha č. 2: Kategorie proměnných

Příloha č. 1: Záznamový arch

datum	pozice	název	autor	mluvčí	aktér	téma	událost	druh agrese	cíl agrese	místo násilnosti	agressor doma-venku	kdo zasáhl	plocha článku	celková plocha rubriky	celková velikost novin	obrázek	téma	typ	jací fanoušci	plocha obrázku

Příloha č. 2: Kategorie proměnných

	mluvčí
1	expert
2	novinář
3	politik
4	policista
5	zaměstnanec klubu
6	zaměstnanec svazu
7	hráč
8	fanoušek
9	představitel justice
10	pořadatel
11	zaměstnanec čt
12	interancionál
13	jiné

	autor
1	novinář
2	expert
3	fanoušek
4	politik
5	neuveden
6	jiné

	druh agrese
1	fyzická
2	verbální
3	rasizmus
4	není zmínka o konkrétním činu

	aktér
1	fanoušci obecně
2	fanoušci Baníku
3	fanoušci Sparty
4	fanoušci Bohemky
5	fanoušci Brna
6	fanoušci Slavie
7	fanoušci Slovácka
8	fanoušci Zlína
9	fanoušci Olomouce
10	fanoušci Teplic
11	policie
12	pořadatelé
13	zaměstnanec klubu
14	zaměstnanec svazu
15	politik
16	představitel justice
17	fanoušci Budějovic
18	hráč
19	fanoušci Jablonce
20	jiné

	agresor doma-venku
1	doma
2	venku
3	není zmínka o konkrétním činu
4	jiné

	téma
1	fyzická agresivita fanoušků na stadiónu
2	verbální agresivita fanoušků na stadiónu
3	fyzická agresivita fanoušků mimo stadión
4	přístup klubů k agresivním fanouškům
5	střet fanoušků se zákonem
6	obecný pohled na problematiku divácké agrese
7	legislativní rámec postupu proti agresivním fanouškům
8	informace o možném nebezpečí
9	pohled samotných fanoušků
10	popis důsledků legislativních opatření
11	názory politiků
12	jiné

	událost
1	konkrétní zápas
2	rasově motivované výtržnosti
3	hajlující Pavel Horváth
4	výtržnosti plynoucí z absence policie na zápsaech (po 1.1.0
5	diskuze či schválení nového legislativního rámce
6	zranění podavačení míčů na Spartě
7	skandování smrt Spartě
8	začátek či konec ligy
9	testování bezpečnosti na stadiónech
10	jiné

	místo násilností
1	stadión
2	cestou na/ze stadiónu
3	za městem
4	není zmínka o konkrétním činu
5	jiné

	kdo zasáhl
1	policie
2	pořadatelé
3	nikdo
4	není zmínka o konkrétním činu
5	rozhodčí
6	jiné

	cíl agrese
1	tým soupeře
2	tým vlastní
3	fanoušci soupeře
4	pořadatelé
5	policie
6	není zmínka o konkrétním činu
7	zařízení stadiónu
8	zaměstnanec médií
9	majetek či zaměstnanec DP či ČD
10	jiné