

## 6 SPORT A MÉDIA

### 1 MÉDIA A NOVODOBÁ HISTORIE V ČR

... 1989 - cenzura médií, agitace.  
13. 2. 1992 – příchod internetu  
1994 – komerční využití sítě  
2004 – vznik facebooku  
2010 – rozmach nových médií  
2020 – předpoklady, vize

### 2 VZTAH SPORTU A MÉDIÍ

Sport je celospolečenský fenomén, organizovaně se mu věnuje **2,7 milionů občanů** napříč sociálními i věkovými skupinami, **další miliony pak neorganizovaně**, jedná se o největší zájmovou skupinu v zemi.

### 3 SPORTOVNÍ PROSTŘEDÍ

Vysílací práva (OH, fotbal, hokej, atletika...)  
Vizibilita (zviditelnění) komerčních značek  
Prodej reklamního prostoru  
Média: prodej vlastního obsahu  
Média jako informační zdroj  
Výsledky, přímé přenosy, zpravodajství  
Platforma pro **marketingovou komunikaci**

### 4 MEDIÁLNÍ LEGISLATIVA

**Ústava:** Svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny. Cenzura je nepřipustná.

**Zákon o Českém rozhlasu** z roku 1991 (novelizován naposledy 2005). Veřejná služba v oblasti rozhlasového vysílání.

**Zákon o České televizi** z roku 1991 (novelizován naposledy 2017). Veřejná služba v oblasti televizního vysílání.

**Zákon o ČTK** z roku 1992.

**Tiskový zákon** z roku 2000. Upravuje práva a povinnosti vydavatelů periodického tisku. Právo na odpověď.

**Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání** z roku 2001. Definice pojmů jako sponzoring, skrytá reklama, pořad, program). Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

**Veřejnoprávní instituce nejsou státní!**

Stát neodpovídá za závazky ČT, ČRo a ČTK.

ČT, ČRo a ČTK neodpovídají za závazky státu.

### 5 PROFESNÍ ORGANIZACE SPORTOVNÍCH NOVINÁŘŮ

#### **Klub sportovních novinářů České republiky**

Je dobrovolným **profesním sdružením**, které vzniklo už v roce 1923. KSN začal pracovat dokonce o tři roky dříve než Syndikát československých novinářů.

Do listopadu **1989** byl součástí Svazu novinářů. S příchodem demokracie si vytvořil stanovy a **stal se samostatným** právním subjektem.

Sdružuje profesionální novináře, televizní a rozhlasové reportéry, fotoreportéry a filmaře, kteří se zabývají převážně sportovní problematikou, bez ohledu na jejich národnost.

Spolurozhoduje o udělení akreditací na významné sportovní podniky, spolupracuje s ČOV

Vlastní ankety Sportovec roku (\* 1959) a Zlatý míč ČR (\* 1997) pro nejlepšího českého fotbalistu roku apod..

### **Evropská unie sportovních novinářů (UEPS)**

Profesní organizace i jednotlivé redakce mají své etické kodexy.

### **Mezinárodní organizace sportovních novinářů (AIPS)**

KSN je členem. Individuální členství v AIPS **garantuje** sportovním federacím a svazům, že **žadatel o akreditaci je profesionální novinář**. Nelze bez členství v KSN.

## **6 PRÁCE V TERÉNU – ZÁKLADNÍ POJMY**

Akreditace  
Press centrum, MPC, IBC  
Press conference room  
Press seats  
Photo positions  
Mixzóna  
New media zone  
Flash interviews  
MyInfo na OH

## **7 SPORT A TV**

**Televize je nejdůležitější platformou** v informování o sportu. Dominantní roli přitom hraje **veřejnoprávní televize**. Ve veřejnoprávní televizi sledují Češi sportovní dění zdaleka nejčastěji. Počínaje ZOH v Pchjongčchangu se mění prodej TV práv. Discovery.

**První živé vysílání** proběhlo v Berlíně při **OH v roce 1936**.

**V USA bylo televizí NBC** přenášeno baseballové utkání v roce 1939.

**TV vysílání v Československu** od roku 1953.

**ČT4 (ČT Sport)** od února 2006.

**OH a TV:** 1936 – 1 pokryté území, Montreal 1976 – 124, Peking 2008 – 220, Rio 2016 - 280.

**OH 2012 v ČR:** 98 procent populace se zajímá o OH, 93 procent respondentů sledovalo OH v TV, 95 procent populace se domnívá, že OH zlepšují image sportu.

**TV v roce 2020?** Přesun na internet? YouTube jako televizní platforma budoucnosti. Olympic Channel?

### **SPORTOVNÍ TELEVIZNÍ KANÁLY**

Sport je **nejpopulárnější žánr**.

Jen v roce 2009 vzniklo v Evropě **38 nových sportovních kanálů**.

**Eurosport vlastní Discovery, má OH práva.**

## Příklady veřejnoprávních či státních sportovních TV:

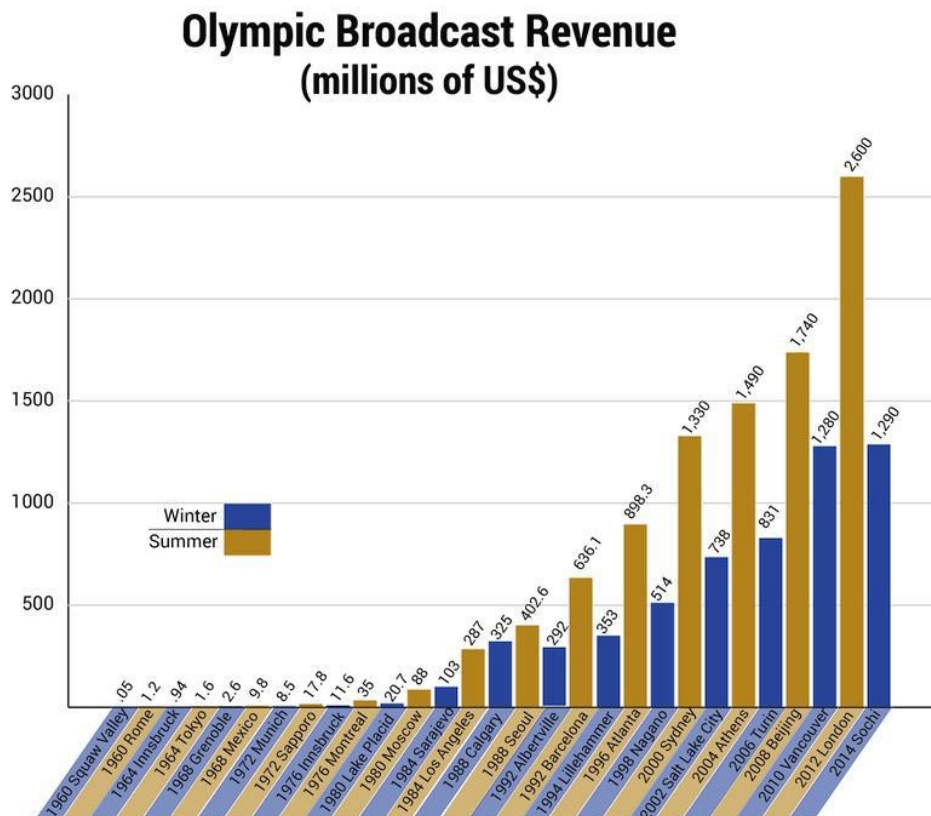
**Itálie:** Rai Sport 1, Rai Sport 2

**Rakousko:** ORF Sport

**Polsko:** TVP Sport

**Finsko:** YLE TV2

**ČR:** ČT sport, Nova sport, O2 sport, Sport 1, Sport 2



Sources: IOC, Olympic Marketing File, 2014, p. 26,  
via Andrew Zimbalist, Circus Maximus, 2015, p. 19

## VEŘEJNOPRÁVNÍ A SOUKROMÉ TV KANÁLY

- Komerční sportovní kanály kladou důraz na vrcholový sport a obchodně nejzajímavější podniky.
- Dlouhodobé studie však dokazují nutnost vyváženého pokrytí celého spektra sportovních disciplín, včetně výkonnostního sportu.
- Podpora sportu vysílateli veřejné služby v Evropě naprostou samozřejmostí.
- Od Rio 2016 byly olympijské hry na komerčních stanicích a tento trend bude pokračovat.
- ČT Sport si může naladit **98 procent populace**.
- Měsíční kumulovaný zásah činí **58,9 procenta populace**.
- ČT Sport si jako tematický kanál drží **stabilní sledovanost**, překonává ČT2.
- Sportovní pořady nejvíce oslovují muže všech věkových kategorií, vysokoškolsky vzdělané diváky, diváky z vyšších příjmových skupin a finanční správce domácností.
- Kanál ČT Sport má mimořádnou **komparativní výhodu** oproti konkurenci – není z definice řízen pouze komerčními ukazateli.
- Na rozdíl od komerčních sportovních kanálů může poskytovat vyvážené pokrytí českého sportu a nediskriminovat menšinové disciplíny. **Sport není jen fotbal a hokej.**

- Zvyšování povědomí o sportu a sportovních podnicích mezi českou veřejností, popularizace sportu zejména mezi mládeží
- Po zrušení reklamy na ČT1 **vyšší atraktivita ČT Sport pro sponzory**
- Média hrají **při sponzoringu rozhodující úlohu**. Hodnota vizibility komerčních značek, vysílacích práv je životně závislá na zájmu médií, TV především.
- Podle zprávy Evropské komise má sponzoring sportovních podniků a prodej vysílacích práv zásadní význam pro rozvoj amatérského a mládežnického sportu.
- Přenosy, záznamy a vlastní pořady ČT Sport zvyšují zásadním způsobem atraktivitu pro sponzory a umožňují tak efektivnější financování sportu soukromým sektorem.

## 8 **SPORT A NOVÁ MÉDIA**

**1996** Výsledkový servis, fotografie a novinky poprvé na dedikovaném webu MOV

**2008** Sociální sítě nebyly integrovány do systému nových médií MOV.

**2012** spustil MOV „The Olympic Athletes Hub“, projekt, do kterého se zapojilo přes 1.000 špičkových atletů.

**2012** „Post PC revolution“: **60 procent všech návštěv oficiálního webu London 2012 z mobilních zařízení! (Telefony, tablety)**

**2014** Soči. Přelom pro Český olympijský tým. První facebooková komunikace.

**2016** Rio. Vzniká Czech Olympic Media House

### **FB institucí:**

- **MOV:** „The Olympic Games“: 3,8 milionu likes (2012) , 10 milionů (2015), 19 milionů (2017)
- **Peking 2008:** 327 tisíc likes
- **London 2012:** 1,7 milionu likes

### **FB jednotlivců:**

- **Cristiano Ronaldo:** 50,5 milionů likes (2012), 104 milionů (2014), 122 milionů (2017)
- **Roger Federer:** 12 milionů likes (2012), 14,3 milionů (2015), 15 milionů (2017).
- **Petr Čech:** 34,5 tisíc likes (2012) / 4,2 milionů (2014) / 5,1 milionu (2017)