

SPORT A MÉDIA

Tibor Alföldi

18. 11. 2019

FTVS



SPORT A MÉDIA

- Média a novodobá historie
- Vztah sportu a médií
- Sport v médiích a česká veřejnost
- Mediální legislativa
- Profesní organizace sportovních novinářů
- Sport a TV
- Sport a **nová sociální média** jako fenomén moderní doby



MÉDIA A NOVODOBÁ HISTORIE

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



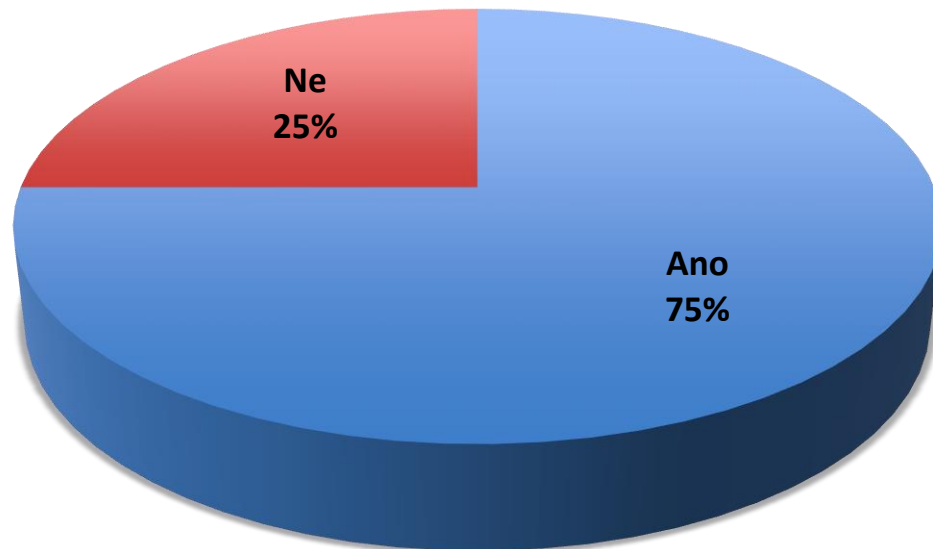


28 Kb/s vs. 50 Mbit/s

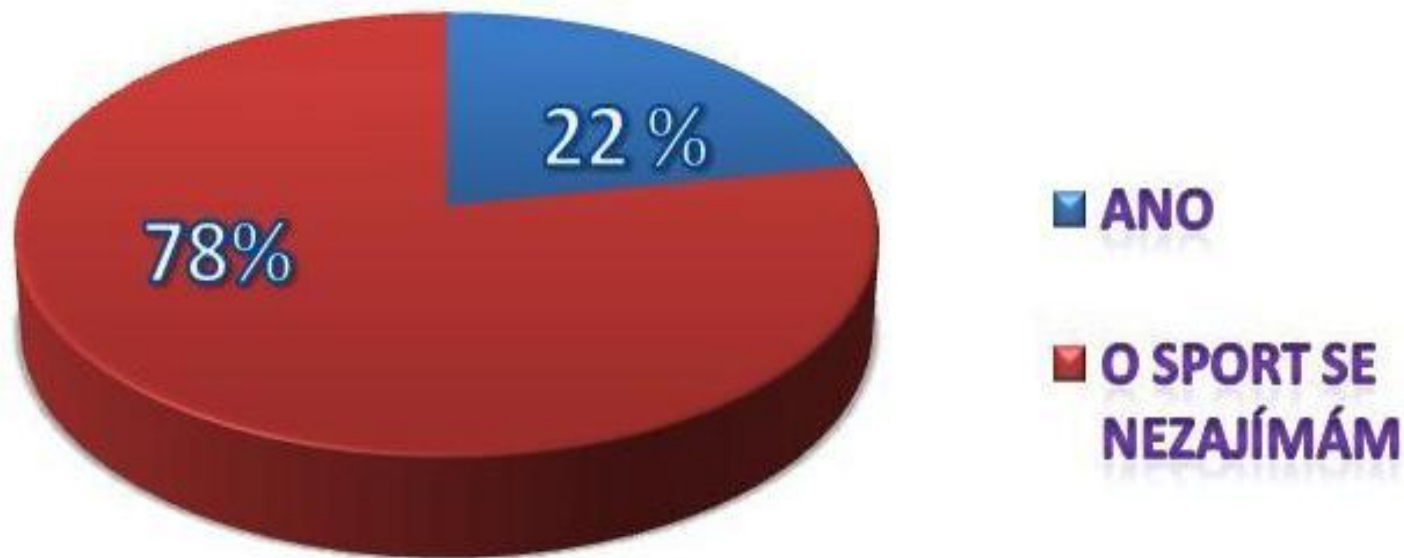




DOSPĚLÁ POPULACE – ZÁJEM O SPORT



DĚTI – AKTIVNÍ SPORTOVCI



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.

Sportovní prostředí

- Vysílací práva (OH, fotbal, hokej, atletika...)
- Vizibilita komerčních značek
- Prodej reklamního prostoru
- Média: prodej vlastního obsahu

Média jako informační zdroj

- Výsledky, přímé přenosy, zpravodajství

Platforma pro **marketingovou komunikaci**.



VZTAH SPORTU A MÉDIÍ

Snižování výdajů na redakční činnost

- Mediální obsah v tištěných médiích je alespoň částečně tvořen mimo redakci! (zpravodajské agentury, klíčová role PR manažerů, obrovský vliv mediálních domů sportovních institucí a organizací)

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, product placement, apod.). Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

MEDIÁLNÍ LEGISLATIVA

Veřejnoprávní instituce nejsou státní!

- **Stát neodpovídá za závazky ČT, ČRo a ČTK.**
- **ČT, ČRo a ČTK neodpovídají za závazky státu.**

- **Bohužel ostatní média nejsou veřejnoprávní, jsou soukromá**
- **Mediální gramotnost veřejnosti**
- **Fake news**

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.



**KLUB
SPORTOVNÍCH
NOVINÁŘŮ ČR**

PROFESNÍ ORGANIZACE SPORTOVNÍCH NOVINÁŘŮ

Evropská unie sportovních novinářů (UEPS)

- Profesní organizace i jednotlivé redakce mají své etické kodexy.



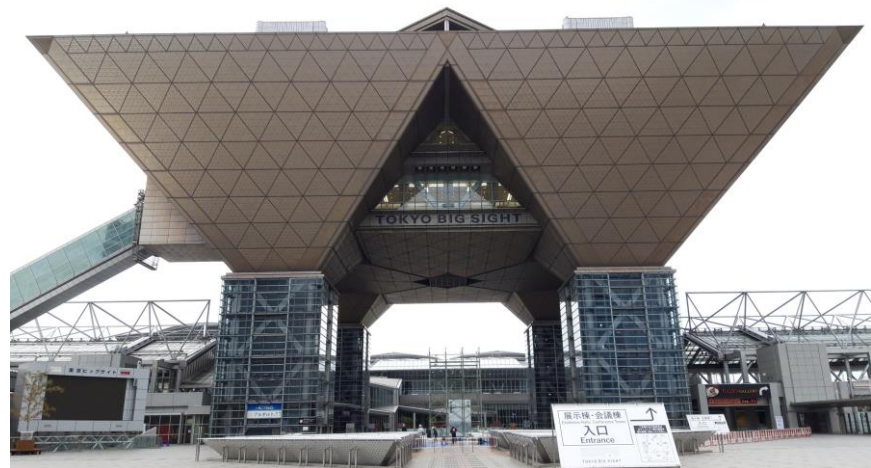
Mezinárodní organizace sportovních novinářů (AIPS)

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



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



SPORT A TV

- **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.



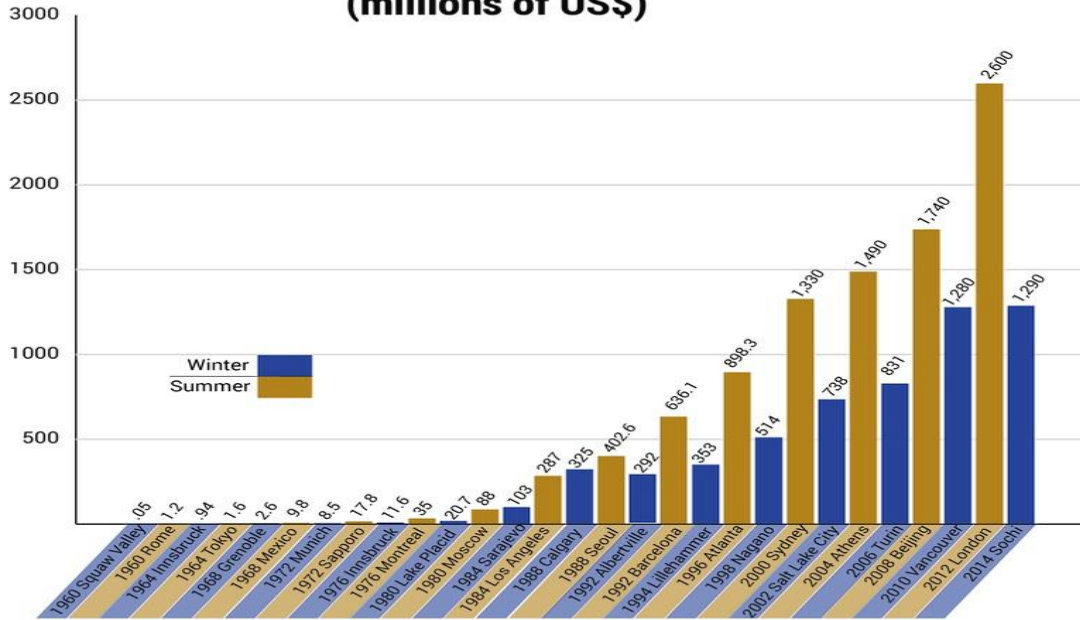
SPORT A TV

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



VYSÍLACÍ PRÁVA NA OH

**Olympic Broadcast Revenue
(millions of US\$)**



4 miliardy USD!



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

TV SLEDOVANOST LOH



V miliardách diváků



The Olympics are old, man...

Průměrný věk TV diváka v USA:

- 2008 Peking 47
- 2012 Londýn 48
- 2014 Soči (55)
- 2016 Rio (53)
- 2018 Pchjončchang (54)



USA: Londýn vs Rio - POKLES 30% u diváků 18-34 let u TV

Data: NBC 2018.



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 Ria 2016 byly olympijské hry na komerčních stanicích a tento trend pokračuje, Pchjongčchang byl v tomto pohledu přelomový.





Diskuze mezi odbornou i laickou veřejností:

Potřebujeme ČT Sport? Proč ano? Proč ne?



- ČT Sport si může naladit **98 procent populace**, měsíční kumulovaný zásah je **50 procent populace**, ale sledovanost ČT Sport jako tematického kanálu ale klesá, je na úrovni ČT2.
- Sportovní pořady nejvíce oslovují muže všech věkových kategorií, vysokoškolsky vzdělané diváky, diváky z vyšších příjmových skupin.
- Na rozdíl od komerčních sportovních kanálů může poskytovat vyvážené pokrytí českého sportu a nediskriminovat menšinové disciplíny. **Sport není jen fotbal a hokej.**
- 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.
- Přenosy, záznamy a vlastní pořady ČT Sport zvyšují zásadním způsobem atraktivitu pro sponzory a umožňují tak efektivnější financování sportu soukromým sektorem



NOVÁ MÉDIA

Sport was always a SOCIAL thing



Media reality in the past



Limited channels, easy to communicate.

Media reality now



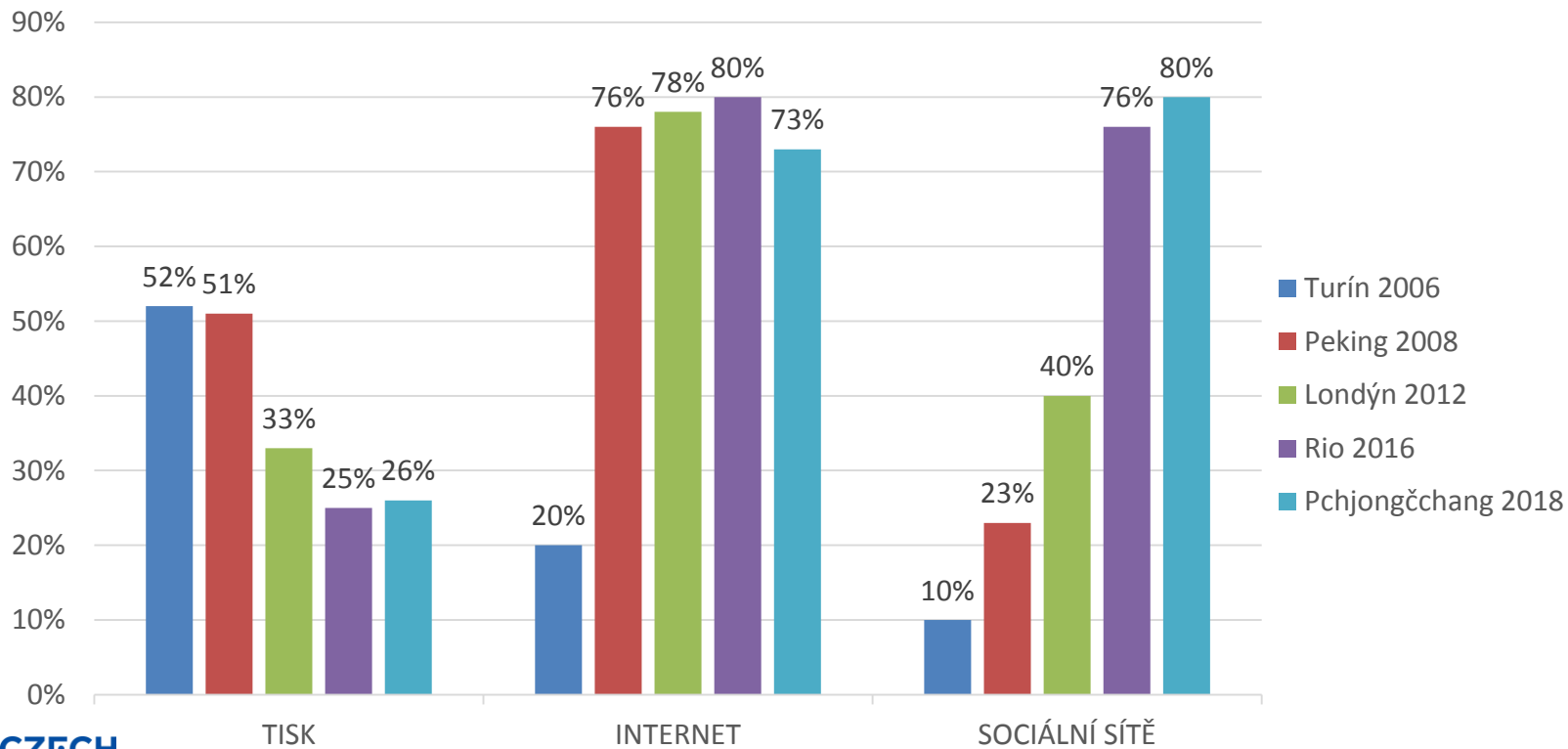
Millions of brands, millions of interests, millions of channels. SPORT SECTION is not guaranteed.

NOVÁ MÉDIA

- 1996: Atlanta. Výsledkový servis, fotografie a novinky poprvé na dedikovaném webu MOV.
- **2012: Londýn. „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, sofistikovaná komunikace on-line.
- 2018: Pchjongčchang. První skutečně digitální olympiáda.
- 2020: Tokio. Další posun v on-line komunikaci s fanoušky díky technologiím.

NOVÁ MÉDIA

Sledování OH v ČR



NOVÁ MÉDIA



2008: 100 milionů uživatelů
2012: 845 milionů uživatelů
2014: 1,35 miliardy uživatelů
2015: 1,49 miliardy uživatelů
2017: 2,1 miliardy uživatelů
2018: Více než 2,5 miliardy uživatelů



2008: 20 milionů uživatelů
2012: 430 milionů uživatelů
2014: 750 milionů uživatelů
2015: 890 milionů uživatelů
2017: 1,1 miliarda uživatelů
2018: 1,8 miliardy uživatelů

NOVÁ MÉDIA



2008: 12 milionů uživatelů
2012: 180 milionů uživatelů
2013: 354 milionu uživatelů
2015: 505 milionu uživatelů
2017: 900 milionu uživatelů
2018: Více než 1 miliarda uživatelů



2008: 6 milionů uživatelů
2012: 140 milionů uživatelů
2013: 241 milionu uživatelů
2015: 316 milionu uživatelů
2017: 320 milionu uživatelů



TOKYO 2020



TOKYO 2020
PARALYMPIC GAMES

TOKYO 2020

日本語 | English | Français | TOKYO 2020 ID

[Home](#)

[News >](#)

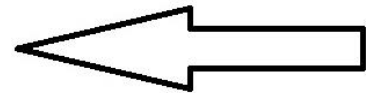
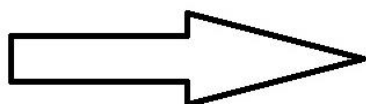
[The Games >](#)

[Get Involved >](#)

[About Us >](#)



Social Media

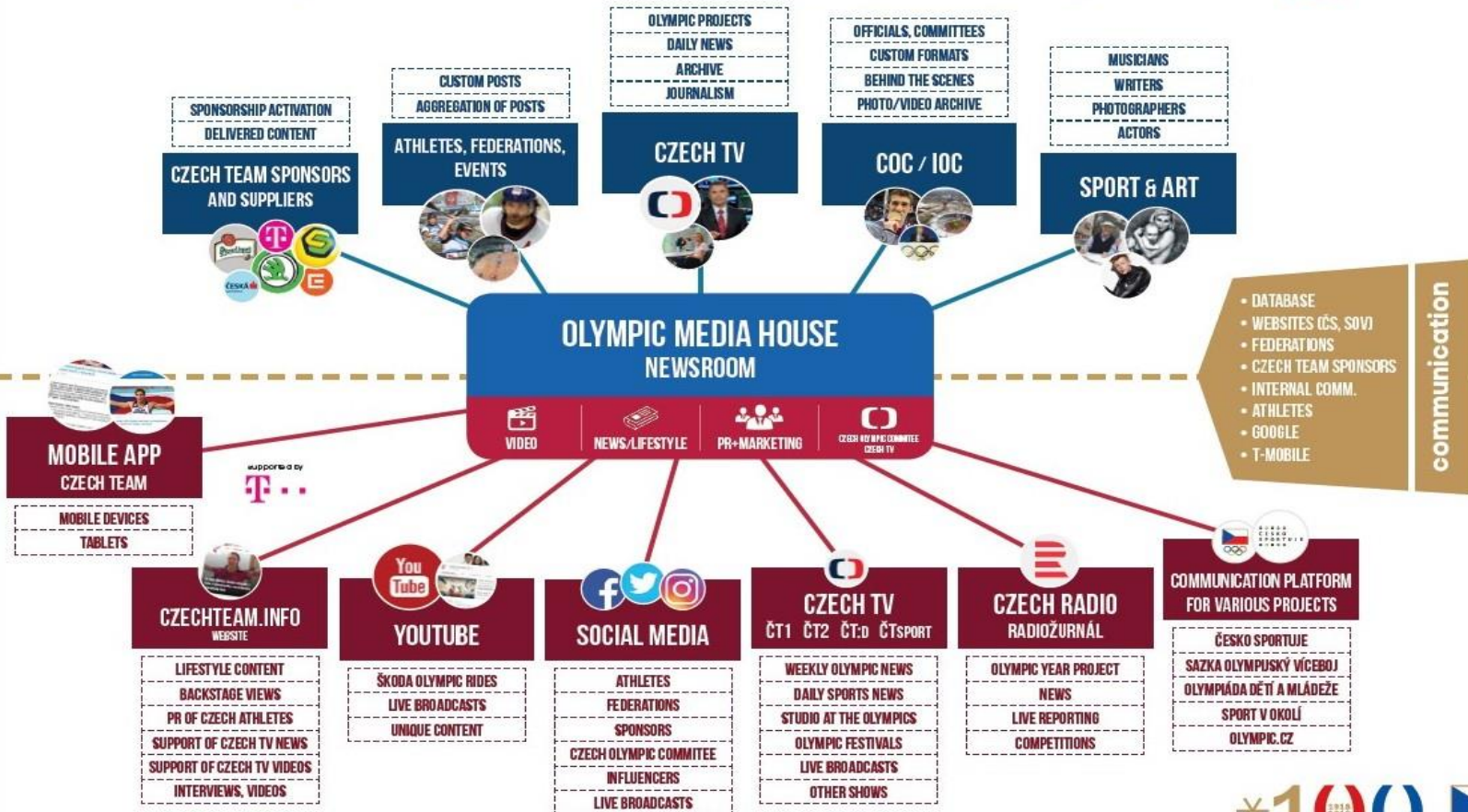


PROJECT OLYMPIC MEDIA HOUSE



sources

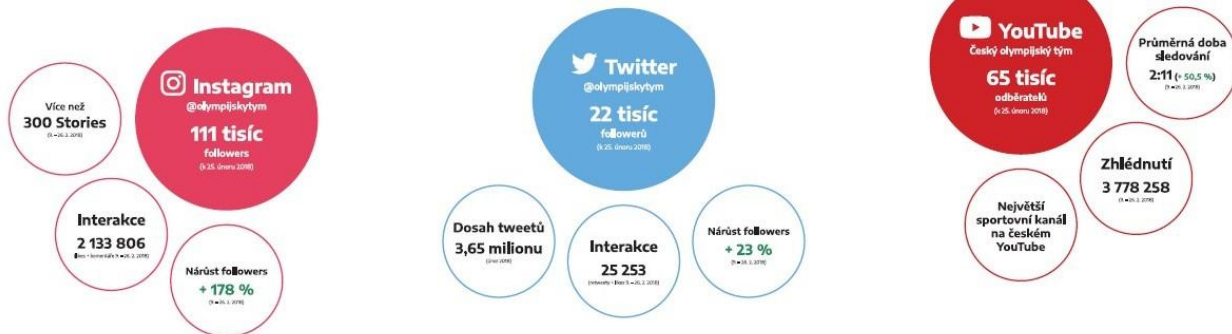
communication platforms



NOVÁ MÉDIA



DIGITÁLNÍ KANÁLY #CZECHTEAM V PRŮBĚHU ZOH 2018



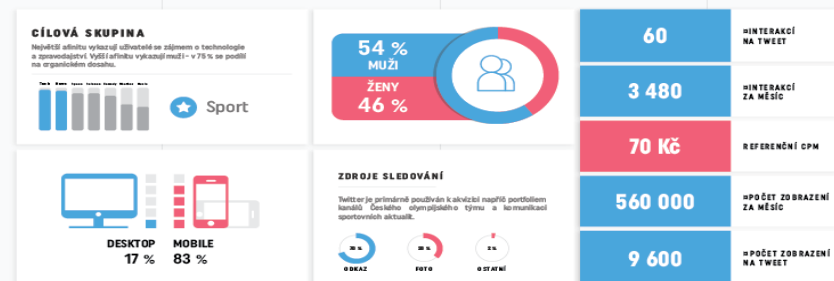
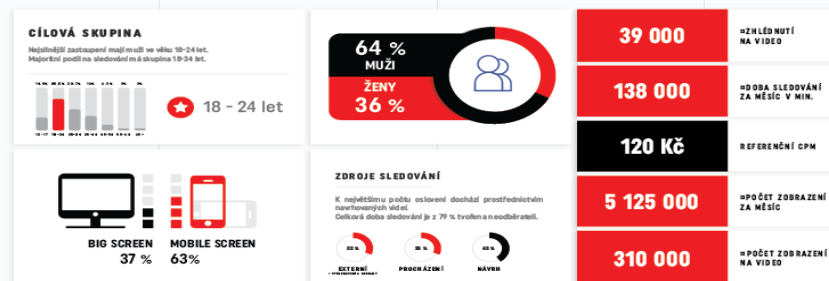
*1(00)
1918
2018



ZDROJ: Facebook Page Insights 1.1.2018 - 31.12.2018, Český olympijský tým, Dosah celkový - kumulovaný

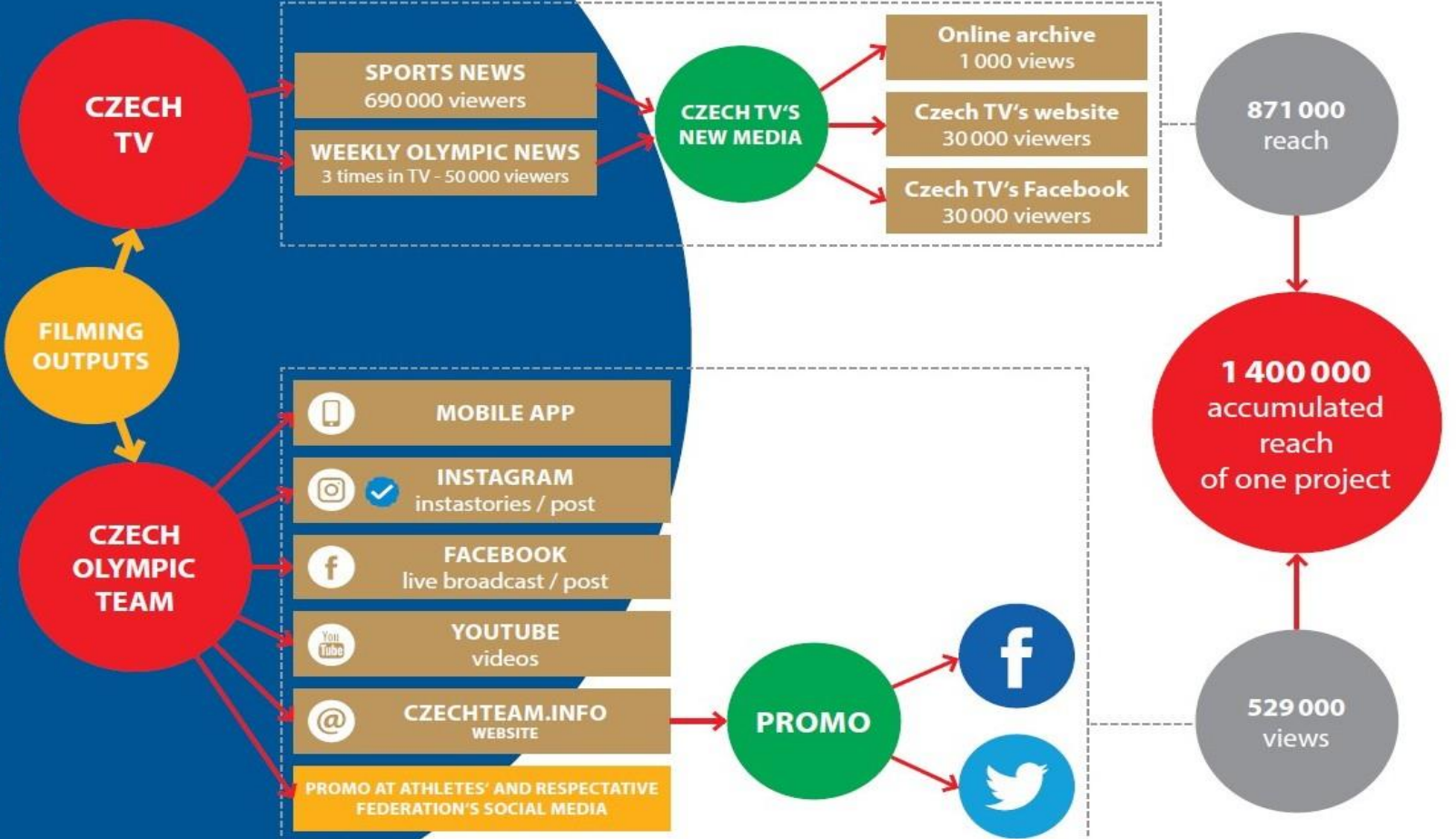
ZDROJ: Instagram Insights 1.1.2018 - 31.12.2018, @olympijskym, Dosah unikátní

ZDROJ: Youtube Analytics 1.1.2018 - 31.12.2018, Český olympijský tým



TOPIC: Filming with Andrea Hlavackova and Tomas Verner
„Andrea's first sport was figure skating“

**SYNERGY OF CZECH OLYMPIC COMMITTEE'S
COMMUNICATION CHANNELS**





	YOUTUBE videos - 15 000
	FACEBOOK live broadcast - 250 000
	FACEBOOK post - 85 000
	TWITTER 4 000
	CZECHTEAM.INFO WEBSITE 5 000
	MOBILE APP 8 000 views
	INSTAGRAM Stories - 15 000
	INSTAGRAM post - 35 000
	INSTAGRAM TV - 1 000
PROMO AT ATHLETES' AND RESPECTATIVE FEDERATION'S SOCIAL MEDIA 200 000	



CZECH TEAM'S SOCIAL MEDIA REACH

NOVÁ MÉDIA



Český olympijský tým ✓

64,791 subscribers

SUBSCRIBED 64K



HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

COMMUNITY

CHANNELS

ABOUT





TOYOTA



CZECH
TEAM



GENERÁLNÍ PARTNER
ČESKÉHO OLYMPIJSKÉHO TÝMU





SHRNUTÍ

- Sport a média ve vzájemném vztahu.
- Silná ekonomická provázanost.
- Sportovní novináři se sdružují v profesních organizacích.
- V médiích sleduje sport většina populace, převažuje TV, ale sledujeme obrovský nárůst ostatních platformem.
- ČT Sport má klíčový význam pro český sport, ale, nová média jsou na vzestupu, tištěná a tradiční média ztrácejí pozice.
- Budoucnost je video v jakékoliv formě, zatím na YT, později na vlastních TV platformách.



VŠICHNI JSME JEDEN TÝM! #czechteam



Web: www.olympic.cz



**CZECH
TEAM**

Web: www.czechteam.info



Youtube: [/olympijskytym](https://www.youtube.com/olympijskytym)



Facebook: [/olympijskytym](https://www.facebook.com/olympijskytym)



Instagram: [/olympijskytym](https://www.instagram.com/olympijskytym)



Twitter: [/olympijskytym](https://www.twitter.com/olympijskytym)

DĚKUJI ZA POZORNOST

