

Abstrakt

Cílem této diplomové práce je deskripce a analýza současného mediálního obrazu fotbalu vytvářeného Českou tiskovou kancelář v prvním desetiletí 21. století. Konkrétní vzorek ukazuje změny v objemu, tematickém zaměření a prezentování fotbalu v agenturním zpravodajství ČTK v letech 2000–2010.

Práce vychází především z rozboru agenturního zpravodajství, vydaného ve sledovaném období a posléze archivovaného v infobance ČTK. Týká se výhradně textové části, složka obrazová, audiovizuální či infografická byla pominuta, protože její zahrnutí by výrazně překročilo vymezený rozsah.

Prezentuje se tu také pohled interní (na základě hloubkového rozhovoru se sportovním redaktorem ČTK se zaměřením na fotbal) a rovněž externí (závěry plynoucí z dotazníkové ankety mezi pracovníky vybraných tištěných, audiovizuálních a internetových médií, kteří sportovní a především fotbalový agenturní servis využívají).

Práce se snaží ukázat, jak Česká tisková kancelář vnímá sebe samu, jaký má na ostatní média vliv a do jaké míry je pro ně důvěryhodná. Důležitým aspektem je zde též otázka rozmáhající se bulvarizace a způsobu, jak se s tímto trendem ČTK vypořádává.