

Poznámky k bulvarizácii športového spravodajstva

Jozef Mergeš, Filozofická fakulta PU, jozefmerges@gmail.com

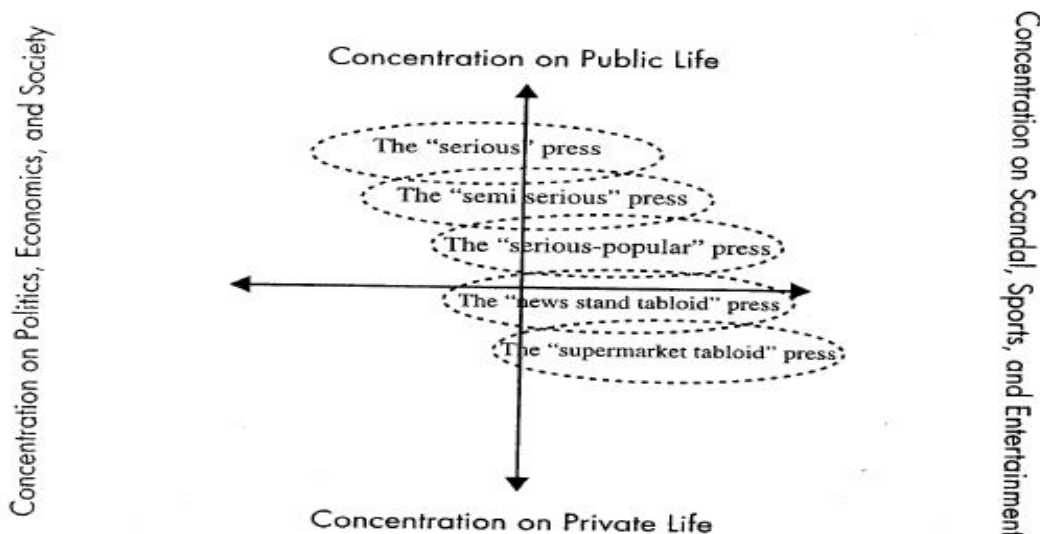
Kľúčové slová: televízia, športové spravodajstvo, bulvár, bulvarizácia, spravodajský diskurz
Keywords: television, sport-news, tabloid, tabloidization, news discourse

Bulvár ako typ, ale aj spôsob žurnalistickej tvorby, ktorý sa pôvodne uplatňoval v prostredí printových médií a počas svojho vývoja sa postupne etabloval aj v rámci elektronických médií, je v súčasnosti pevnou súčasťou dramaturgie niektorých celoplošných súkromných televíznych staníc. V elektronických médiách sa s bulvárnymi správami stretávame najmä v takom prostredí, ktoré sa primárne stotožňuje s priesečníkom roviny informačnej (*information*) a zábavnej (*entertainment*) funkcie konkrétneho mediálneho útvaru. Silný vplyv infotainmentu, ktorý „sa často identifikuje v priestore tzv. bulvárných masových médií“ (Rusnák, 2009, s. 234), je v súčasnosti viditeľný už aj v spravodajských reláciách.

Predmetom článku je diskurzívna povaha vybraných šotov večerných športových spravodajských relácií Televízie Markíza (ďalej TV Markíza), Televízie Joj (ďalej TV Joj) a Slovenskej televízie (ďalej STV). Ide o deskripciu procesu, ktorým spravodajské relácie zobrazujú reálne udalosti, a o charakteristiku zložiek, ktoré sa v rámci konkrétnych výsekov reality stávajú uprednostňovanými. Na tomto mieste je užitočné poznamenať, že spravodajstvo nemožno považovať len za jednoduchý súbor za sebou radených výpovedí, ktoré určitým spôsobom odpovedajú na otázku *Čo je nové?*, ale zároveň je o spravodajstve potrebné uvažovať ako o reprezentácii sociálnej reality (pozri aj Lapčík, 2008). Z tohto pohľadu sa pokúsime vymedziť najmä také postupy pri interpretovaní reality, ktoré existujú jednak v opozícii s „prežitým diskurzom“ športových spravodajských relácií, ale jednak aj v súlade s koexistujúcim diskurzom v iných častiach mediálneho zobrazovania reality.

Hranice medzi bulvárnou a serióznou tvorbou nie sú príliš flagrantné. Príslušnosť jednotlivých médií k jednému z dvoch pólov žurnalistickej tvorby sa odzrkadľuje najmä v potrebách recipientov daných médií. Masové médiá tak na jednej strane reflektujú prostredie, ktoré charakterizujú a ktorým sa charakterizuje samotné médium, zároveň však reflektujú a diferencujú potreby používateľov. Toto pole pôsobnosti nemožno zhrnúť v rámci binárnej opozície seriózne – bulvárne, práve naopak, je potrebné poukázať na širokospektrálnosť mediálneho prostredia. Americká žurnalistika napríklad rozoznáva päť druhov tlače od *serióznej* až po *tabloidnú zo supermarketov*, ktoré sa rôznou mierou, vychádzajúc z obsahových náplní jednotlivých druhov tlače, podieľajú na tvarovaní diskurzu športového spravodajstva. Ako je podľa Sparksovho grafu zrejmé, športové spravodajstvo svojou povahou priťahuje najmä bulvárnú tlač.

Figure 1.2 Different Press Fields



Obr. 1: Graf znázorňuje tendencie mediálnych útvarov v kontexte obsahovej náplne (Sparks, 2000, s. 14).

Proces, ku ktorému dochádza zvisle nadol naprieč spektrom a ktorý je často výsledkom formálnych a obsahových zmien vonkajšej identifikácie príslušného média, možno nazvať **bulvarizáciou**, prípadne **tabloidizáciou**. Túto skutočnosť, keďže ide o proces vnútri žurnalistiky a *de facto* vychádza zo spôsobu tvorby, ktorej produkty médium šíri smerom k percipientom, možno aplikovať aj na televízne prostredie. Niektoré súkromné televízne médiá vznikajú primárne ako bulvárne (TV Joj), iné prechádzajú procesom bulvarizácie (TV Markíza). Čo však so sebou bulvarizácia prináša?

Sparks opisuje tento trend ako nahľadávanie klasických vysokých štandardov žurnalistiky novými – nízkymi. K nim patrí hľadanie senzácií, chlipnosti, triviálnosti, zla a priamej, jednoduchšej ľahkovážnosti (Sparks, 2000, s. 1). Ide o zmenu priorít daného média, v tomto prípade podstatnej časti celosvetového mediálneho prostredia. Podobne sa vyjadruje aj Johanssonová o vývoji spravodajstva, prostredníctvom ktorého sa médiá čoraz viac prikláňajú na stranu zábavy, senzácií a súkromných afér (Johansson, 2007, s. 31). V tomto kontexte je zrejmé, že hlavnou zbraňou bulvarizácie športového spravodajstva je maximalizácia tradičných spravodajských hodnôt (problematika spravodajských hodnôt pozri aj Rusnák, 2009, s. 98 – 99). Ide napríklad o zvyšovanie miery **významnosti**, často umelo vytvorenej (dôležitejším je pre správu výkon jedného hráča než celého kolektívu), **závažnosti** (dozvieme sa, koľko bodov získal hokejista Gáborík, no nedozvieme sa výsledok zápasu), **negatívosti** (hráči nehrali zle, ale katastrofálne), **dramatickosti a akčnosti** (jednotlivé šoty v športovom spravodajstve nie sú enumeratívne, ale sú konštruované ako príbehy, ktoré majú svojich hrdinov) a **rozmeru udalosti** (okrajové športy sa dostávajú do vysielenia veľmi sporadicky).

V rámci bulvárnej žurnalistickej tvorby Ján Bednarič vymedzil z pozície šéfredaktora denníka Nový čas niekoľko okruhov tém, ktoré mali v danom denníku prevažovať. Šport plnil podľa jeho slov v denníku najmä funkciu zábavy. Do printového vydania sa mali šancu dostať také príbehy, ktoré mali vysokú emočnú potenciu, ďalej veľké víťazstvá, veľké prehry, informácie zo zákulisia, hlavné (zrejme celosvetové) športové udalosti, polemické témy, zabudnuté príbehy a napokon správy, ktoré nejakým spôsobom reflektovali súkromie (zrejme známych) športovcov. Za kategórie tém, ktoré sa v denníku Nový čas primárne neobjavovali,

Bednarič označil výsledky, referáty zo zápasov, okrajové športy, oficiality zo zasadaní funkcionárov a mládež (Bednarič, 2008). Tento prístup k spracovaniu látky je v súčasnosti zrejmý aj v športovom spravodajstve súkromných televízií.

Bulvár teda možno charakterizovať ako médium zamerané na senzácie, škandály, zveličené správy a klebety zamerané na život populárnych ľudí (Odaloš, 2008). Tu je dôležité pripomenúť, že bulvár nielen informuje o populárnych ľuďoch, ale si ich pre svoje vlastné potreby aj vytvára. Príkladom je futbalista Marek Hamšík. V súvislosti s jeho osobou sa neustále v tlači objavujú informácie o tom, ktorý futbalový klub má o jeho služby záujem. Pri jednoduchom pokuse s internetovým prehliadačom www.google.sk sme na prvých troch podstránkach (spolu 30 stránok) pri hľadaní hesla „o hamsika ma zaujem“ objavili Hamšíkovo meno v súvislosti so záujmom zo strany siedmich európskych futbalových klubov (FC Chelsea, West Ham United, Manchester United, FC Arsenal, Juventus Turín, FC Barcelona, Atlético Madrid). Výpočet týchto článkov doplnili články venované rozhovorom s daným futbalistom. Masové médiá (v tomto prípade internetové denníky a časopisy) takýmto opakovaním nastoľujú určitú tému. V danom prípade ide o široko diskutovanú komunikačnú situáciu (pozri napríklad diskusie k článku *Hamšíka vraj lanária FC Chelsea a Manchester City*, dostupné na <http://www.profutbal.sk/spravy/?id=112988>), za pomoci ktorej sa cieľným opakovaním vo vedomí čitateľov vytvára intertextuálna štruktúra odkazujúca k Hamšíkovmu prípadnému prestupu. Dané články však často vznikajú len ako výsledok špekulácií, čo značí, že bulvár striedaním článkov typu *O Hamšíka má záujem XY* a typu *Hamšík je spokojný v Neapole* (futbalistovo súčasné pôsobisko; napríklad <http://futbal.sme.sk/c/5637447/hamsik-o-prestupe-z-neapola-nerozmysla.html>) vytvára uzavretý komunikačný kruh priebežne doplňovaný správami typu *Hamšík odohral zápas* (napríklad <http://sport.aktuality.sk/clanok/102846/serie-a-derby-pre-as-rim-hamsik-hral-do-64-minuty/>). Ide teda jednak o mediálnu konštrukciu kultu osobnosti a jednak o podobné zachytenie banálnych (pridávam zbytočných) historiek prominentných osobností, ako ich uvádza Rusnák (Rusnák, 2002, s. 125-126).

Bulvár teda zobrazuje svet tak, akoby bol plný senzácií, katastrof, prvoplánových pudov a veľkých problémov dôležitých ľudí. Opiera sa najmä o emotívnosť, závažnosť, preháňanú významnosť a paradoxne aj o banalitu reálnej udalosti, ktorú podáva divákovi v nablýskanom kultúrnom kontexte (pre neznalých sa osoba podnikateľky Nory Mojsejovej nespája so žiadnou kultúrnou konotáciou), ale najmä dramaticky, akčne a zakaždým vyzdvihuje rozmer látky, s ktorou pracuje. Vytváranie bulváru je vysoko pragmatickou činnosťou, ktorá počíta s osobou väčšinového, teda toho najstabilnejšieho diváka. Na jednej strane platí, že médiá pragmaticky vytvárajú komerčne výhodný bulvár ponúkaný percipientom, no na druhej strane je potrebné zdôrazniť, že sami používatelia masových médií svojím záujmom tvarujú a potvrdzujú podobu mediálnej reality. Bulvár teda možno paradoxne považovať za najvýhodnejší nástroj, ktorým médiá môžu komunikovať so svojimi príjemcami. Jeho rozšírenie do spravodajských relácií je teda v súlade so snahou podať divákovi informácie čo najzrozumiteľnejšie a zo strany divákov vytvárať si také spravodajstvo, ktorému bude bežný divák schopný rozumieť. To so sebou prináša zákonitú maximalizáciu prvoplánovej estetiky spravodajstva, nárast expresívnych textov a zjednodušenie správ.

Záverečná poznámka sa týka relatívnej negatívnosti bulváru. Ten, keďže je v kontradikcii so serióznosťou, so sebou nosí nálepku neetického prostriedku informovania. Všeobecne majú masové médiá možnosť konštituovať verejnú sféru, bez ktorej, podľa slov teoretikov odmietajúcich bulvár, nie je možné fungovanie modernej demokratickej spoločnosti. Prienik bulváru do sveta médií je z tohto pohľadu koncom racionálneho diskurzu o demokratickom uvažovaní. A, parafrázujúc Habermasa, sa jeho melodramatický ráz a tlak na senzácie a emócie stáva čoraz väčším problémom (Sparks, 2000, s. 24). Jedným zo

zástancov bulváru je napríklad Fiske, ktorý obhajuje bulvár z pohľadu opozície spoločnosti voči dominantnému poriadku. Americký teoretik v tomto kontexte uvádza opozíciu serióznych a bulvárnych médií, ako opozíciu, v ktorej seriózne médiá jednoducho „posilňujú dominantnosť spoločenských elít a ich kontrolu nad legitímnym významom a výkladom, pričom tabloidné médiá sú životne dôležitým zdrojom, z ktorého si obyčajní ľudia môžu generovať vlastné významy a tak sa posilniť pri výdavkoch vládnucej koalície“ (Sparks, 2000, s. 25). Fiske teda považuje bulvár za istý únik z oficiálnej, často jednotvárnej reality do jej alternatívnej, naračne silnejšej a jednoznačnejšej aktualizácie, v ktorej si *homo medialis* môže oddýchnuť. V kontexte slovenského mediálneho prostredia o spomínanom antagonizme nemožno hovoriť v širších súvislostiach, keďže nebol dostatočne prebádaný. Možno však predpokladať, že Fiskeho model sa v našom prostredí zatiaľ naplno neprejavuje.

Súčasťou kvalitatívnej analýzy sú dve správy – z pohľadu spravodajského diskurzu dve reálne udalosti, ktorých spracovanie, resp. interpretácia bola preskúmaná v troch variáciách. Ku každej správe je priradený percentuálny podiel na celkovom čase odvysielanej spravodajskej relácie (vrátane televíznej interpunkcie – zvučka relácie, džingel), čo odzrkadľuje význam, ktorý danej správe určité televízia prisudzuje. Analýza sa zameriava najmä na textovú zložku správy, ktorá môže signalizovať znaky bulvarizácie. Objektom prvej správy je osobnosť, objektom druhej hokejový zápas. Pripomíname, že pre analýzu nie je podstatné zistiť, ktorá televízia sa správa najbulvárnejšie, ale opísať, ako sa formuje spravodajský diskurz športových relácií.

1. Správa o definitívnom ukončení kariéry hokejistu Petra Forsberga (15. február 2011).

TV Markíza: relácia **Športové noviny**, čas príspevku 72 sekúnd zo 446 (16,14%).

titulok: *Legendárny Forsberg povedal zbytočne*

redaktor 1 v štúdiu: *Dobrá večer! Legenda odchádza! Švédsky hokejista Peter Forsberg mal obrovskú snahu o návrat na zámorský ľad, no telo povedalo dosť. Zdravotný stav prinútil jedného z najlepších hráčov histórie definitívne ukončiť kariéru.* **redaktor 2 počas šotu:** *Pritom ešte pred pár dňami bol Švéd plný elánu, no skôr ako celý hokejový svet mohol zhodnotiť Forsbergove kvality na ľade, prišiel šokujúci definitívny koniec. Snúbenica Nicole chce mať doma zdravého chlapa a Forsberg jej vyhovel. „Keď dokážeme lietať na mesiac, mali by sme vedieť zafixovať aj moju nohu.“ Správym chodidlom robil Forsberg možné i nemožné. „Cítim sa ako malý chlapec, ktorému ukradli cukrík.“ A malému chlapcovi vo vnútri Forsberga je za hokejom smutno. „Hral som hokej celý život, ale dospel som k bodu, keď som sa definitívne rozhodol ukončiť kariéru.“ Pre člena výberovej spoločnosti Triple Gold Clubu sa už hľadá miesto v Sieni slávy. Na záver sa hodia slová Forsbergovho spoluhráča z Colorada Milana Hejduka: Odchádza jeden z najlepších, ktorí kedy hrali hokej.*

TV Joj: relácia **Šport**, čas príspevku 35 sekúnd z 283 (12,37%).

titulok: **FORSBERG UKONČIL KARIÉRU**

podtitulok: *nechce byť mrzákom*

redaktorka 1 v štúdiu: *Pokúsil sa o návrat, ale bolesti nohy jeho plány zmarili. NHL definitívne opúšťa jedna z legiend: Peter Forsberg.* **redaktor 2 počas šotu:** *„Nemôžem pokračovať, nejde to. Definitívne končím a týmto rozhodnutím som si úplne istý.“ Dvojnásobný olympijský víťaz a držiteľ Stanleyho pohára sa už nechcel ďalej trápiť s bolesťami nohy a riskovať, že skončí na invalidnom vozíku. „Už sa nedokážem na ľade chrániť, je čas odísť.“ Hokejový velikán a zrejme najkomplexnejší hokejista za posledných tridsať rokov odišiel zo scény so slzami v očiach.*

STV: relácia **Góly body sekundy**, čas príspevku 51 sekúnd z 416 (12, 26%).

titulok: *bez titulku*

redaktor 1 v štúdiu: „Ľudia dnes lietajú na Mesiace, ale mňa vyliečiť nedokážu.“ Povedal krátko po ukončení svojej hráčskej kariéry švédsky útočník Peter Forsberg, ktorému dva zápasy po návrate do NHL stačili na to, aby opäť prehodnotil svoje stanovisko a definitívne ukončil kariéru. Zo scény odchádza z Colorada pre dlhodobé problémy s pravým chodidlom.

redaktor 2 počas šotu: „Dúfam, že si ma ľudia budú pamätať ako hráča, ktorý schádzal z klziska, na ktorom odovzdal všetko. Netrápi ma, či si myslia, bol som dobrý alebo zlý, alebo či som odohral dobrý zápas. Prajem si len, aby mysleli na to, že som na ľade odovzdal všetko.“

redaktorka 3 počas šotu: Dvojnásobný držiteľ Stanleyho pohára, dvojnásobný olympijský víťaz i majster sveta odohral v dvoch dueloch tridsaťpäť minút bez bodového zápisu. Kariéru ukončil s 885 bodmi zo základnej časti. **redaktor 2 počas šotu:** „Keď sa obzriem späť, som šťastný.“

Najviac času venovala tejto správe TV Markíza, a zároveň ju spracovala najemotívnejším spôsobom. TV Joj a STV jej venovali zhruba rovnaký priestor (vyše 12%), no treba zdôrazniť, že ju spracovali odlišným spôsobom.

Verejnoprávna televízia začala správu zadržanou expozíciou, v tomto prípade výrokom, ktorým najprv odkázala na zdravotný stav hráča z jeho pohľadu, a až potom na jeho identitu. Zaujímavo vyznieva patetický, a zároveň rámcovaný záver správy, ktorý tvorí takisto ako úvod, výrok Petra Forsberga. Schematicky možno vzorec správy vystavať ako výrok – nosná informácia – výroky – doplňujúca informácia – výrok. Základ správy je teda postavený na výrokoch, t. j. na konkrétnych pocitoch danej osobnosti. Nosnú informáciu tvoria základné informácie, ktoré *de facto* ozrejmuju predchádzajúce a nasledujúce výroky. Doplnujúca informácia je štatistickým zhrnutím hráčovej kariéry, vymenovaním jeho úspechov v kontraste s dvoma zápasmi, ktorými sa pokúsil vrátiť do NHL.

Správa TV Joj je zaujímavá najmä z pohľadu prekrúcania hráčových výrokov a zjednodušovania jeho miesta v histórii hokeja. Výrokom *Už sa nedokážem na ľade chrániť, je čas odísť* redaktor obhajuje a potvrdzuje tvrdenie, že Forsberg skončil kariéru, lebo nechcel skončiť na invalidnom vozíku. Ešte markantnejšie tento fakt zvyrazňuje expresívny podtitulok spravodajského šotu v znení *nechce byť mrzákom*. Správa v divákoch buduje pocit, že keby hráč neukončil kariéru, mohol by sa stať hendikepovaným. Toto vedomé podsúvanie určitej zlej, horšej, prípadne najhoršej alternatívy sa zdá byť pri uplatňovaní bulvárnej žurnalistiky platné, pretože so sebou prináša ilúziu dramatickej situácie. V závere príspevku redaktor používa pojmy ako *velikán, najkomplexnejší za posledných 30 rokov*, čo sú subjektívne konštrukcie, ktoré umelo vytvárajú pozitívny dojem o Forsbergovej kariére. Teda tam, kde STV použila hovorené štatistiky a TV Markíza grafické štatistiky, TV Joj používa subjektívne konštrukcie z radu superlatív, čím zjednodušuje text, a tým sa prikláňa k bulváru. Zaujímavosťou je, že v správe TV Joj sa nespomína národná príslušnosť hokejistu, čo upriamuje pozornosť na jednotlivca, na hviezdu, a nie na národ, z ktorého hokejista vzišiel.

Správa TV Markíza vyznieva emotívne najmä vďaka využívaniu kontrastov vnútri textu, ktoré divákovi podsúvajú určité komunikačné skratky k pochopeniu „príbehu Petra Forsberga“. Človek, ktorý bol pred časom *plný elánu* a *vynaložil obrovskú snahu*, *zrazu odchádza* – udalosť, ktorú nikto neočakával; *malý chlapec*, ktorému ukradli *cukrík* – nespravodlivosť; *snúbenica* a *zdravý chlap* – zdôrazňuje sa významnosť určitej banality (možno predpokladať, že hokejista sa rozhodoval na základe zdravotného stavu, nie na základe požiadaviek svojej snúbenice); *robil možné i nemožné* – výplnkové tvrdenie použité výhradne na efekt, nemá žiadnu hmatateľnú výpovednú hodnotu (divák sa nedozvie, čo konkrétne hráč robil, jednoducho toho robil veľa); *dospel som k bodu* – médium sleduje hráča počas ťažkého životného rozhodnutia, s ktorým sa musí vyrovnáť; *Sieň slávy* – miesto, kam Forsberg odíde odpočívať + *Triple Gold Club* – zhrnutie štatistík, použitie odkazuje na fakt, že hráč má minimálne jednu zlatú medailu z Olympijských hier, Majstrovstiev sveta, a že je

zároveň víťazom Stanleyho pohára pre víťaza NHL; *Jeden z najlepších, ktorí kedy hrali hokej* – falšovaná relevancia – ide v podstate o totožný spôsob výstavby výroku, aký použila v závere analyzovaného šotu TV Joj, ale s tým rozdielom, že v tomto prípade ide o výrok tretej, nezúčastnenej osoby. Tento fakt pridáva tvrdeniu určitý legitimizovaný význam.

TV Markíza vystavala príspevok na naračnej štruktúre príbehu o človeku, ktorý chcel, ale nemohol. Toto spracovanie sa nám javí ako najbulvárnejšie, pretože sa snaží prerozprávať vcelku triviálnu udalosť dramatickým tónom a od nastolenia problému sa cez estetiku banálnej závažnosti a cez naznačenie výnimočnosti daného hokejistu, dostáva k mýtickej glorifikácii jeho osoby. Aj príspevok STV sa síce odvíja najmä v emočnej línii, no je silno zakotvený na kariéru hráča (*aby si ma ľudia pamätali...*). TV Markíza si vyberá kontrastnejšie výroky, dodáva im razanciu (porovnaj zafixovať – vyliečiť) a vyberá si ich tak, aby konotovali určité životné túžby (návrat do detstva, láska, večnosť). TV Joj si vybrala cestu, na ktorej ukázala percipientom hroziace nebezpečenstvo.

2. Správa o zápase NHL New York Islanders – Pittsburgh Penguins (12. február 2011).

TV Markíza: relácia **Športové noviny**, čas príspevku 47 sekúnd z 399 (11,78%)

titulok: *Odveta s rekordnými trestami*

redaktor 1 v štúdiu: *Keď hrali Islanders s Pittsburghom naposledy, brankár tučniakov Johnson zlomil svojmu náprotivku DiPietrovi sánku. Môžete teda hádať, ako dopadla včerajšia odveta.* **redaktor 2 počas šotu:** *Nebol to iba brankár tučniakov Brent Johnson, koho mali domáci na muške. Keď sa vyskytla príležitosť, každý z ostrovanov si chcel udrieť aj do ďalšieho hriešnika z predchádzajúceho duelu Maxima Talbota. Emócie vybičované do maximálnych výšok už nebolo možné kontrolovať. Ladová plocha sa zmenila na zápasnícku arénu. Okrem bitkárov sa zapotili aj rozhodcovia. Celkovo udelili 346 trestných minút. Semtam sa hral aj hokej. Vďaka častým vylúčeniam diváci videli rovný tucet gólov. Islanders zvíťazili nad Pittsburghom 9:3.*

TV Joj: relácia **Šport**, čas príspevku 55 sekúnd z 371 (14,82%)

titulok: *DUEL ISLANDERS – PITTSBURGH*

podtitulok: *to bol masaker*

redaktor 1 v štúdiu: *Dve asistencie si v NHL pripísal Marián Gáborík, ale ďaleko vzrušujúcejší duel má za sebou Milan Jurčina.* **redaktor 2 počas šotu:** *Unfér zákrok Maxima Talbota a direkt brankára Brenta Johnsona pred desiatich dní sa rozhodli hráči Islanders pomstiť už v najbližšom vzájomnom dueli ostrovanov s tučniakmi z Pittsburghu, a podarilo sa im to dokonale. Johnsonovi nasúkali sedem z deviatich gólov, k čomu mu ešte Michael Haley pribalil ako bonus aj pozdrav od DiPietra. Ako štvaná zver sa však musel cítiť najmä Maxim Talbot, po ktorom išli domáci ako po údenom. Ľavý krídelník mohol byť v strehu, koľko chcel, i tak nestíhal odrážať útoky, ktoré určite neboli myslené ako darček k jeho včerajším 27. narodeninám. Poriadne sa zapotili aj rozhodcovia, ktorí si trestami zaplnili hneď niekoľko strán svojich blokov. Dokopy udelili neuveriteľných 346 minút, pričom pohľad na ľudoprázdnne striedačky v závere bol viac ako komický. Už teraz sa, a nielen v zámorí, všetci tešia na ôsmeho apríla, teda ďalší ich vzájomný duel.*

STV: relácia **Góly body sekundy**, čas príspevku 35 sekúnd zo 437 (8%)

titulok: *bez titulku*

redaktor 1 v štúdiu: *Možno si spomínate na minulotýždňovú bitku brankárov Brenta Johnsona a Ricka DiPietra. Gólman New Yorku Islanders zostal zranený, a tak účty zaňho vybavili spoluhráči. Pittsburgh rozstrieľali 9:3 v zápase, v ktorom bolo udelených 364 trestných minút.* **redaktorka 2 počas šotu:** *„Dnešný zápas ukázal, že sme jeden tím a dokážeme urobiť pre toho druhého čokoľvek.“ Takto okomentoval divoké stretnutie center*

ostrovanov John Tavares. Na demontáži tučniakov, ktorí sa museli zaobísť bez Crosbyho, Malkina i Cookea sa jednou asistenciou podieľal aj Milan Jurčina. Mestský rival Newyorčanov už taký úspešný nebol...(správa pokračuje referovaním ostatných zápasov)

Na vyššie uvedených troch spracovaniach tej istej témy vidieť evidentnú tendenciu bulvarizácie športových spravodajských relácií. Najmenej sa technika bulvarizácie odzrkadlila v príspevku STV, ktorá síce použila niekoľko expresívnych výrazov (*vybaviť účty, demontáž*), no napriek tomu zachovala pomerne logickú výstavbu šotu vyjadriteľnú vzorcom uvedenie do kontextu – nosná informácia – výrok – dopĺňajúca informácia – perspektívne nadväzovanie na ďalšiu nosnú informáciu, pričom použité expresívne výrazy pomerne hodnoverne reflektujú rozsah reálnych udalostí.

V rámci spravodajského bloku danej relácie venovaného zápasom NHL sa analyzovaná správa stala v dvoch prípadoch (STV a TV Markíza) vlajkovou, po ktorej nasledovali ostatné. Nestalo sa tak v prípade TV Joj, ktorá odvysielala túto správu ako jedinú z NHL. V úvode daného bloku však informovala o dvoch asistenciách hokejistu Gáboríka bez spresnenia kontextu (divák sa nedozvedel, ako skončil Gáboríkov zápas), ktoré sa stali premostením k *najvzrušujúcejšej* správe z NHL. Tento fakt opäť, ako v prípade prvej správy, signalizuje príklon TV Joj k takým správam, ktoré spĺňajú predpoklady negatívnosti a nebezpečenstva a zároveň predznamenávajú odklon od výsledkového servisu a sústreďujú sa najmä na individuálny výkon.

Jednotlivé príspevky TV Joj a TV Markíza sú porovnateľné, hoci v správe TV Joj sa objavuje vyšší počet expresívnych, povedzme, bulváru vlastných pojmov a výrokov. Kým TV Markíza využíva príznakové konštrukcie ako *zlomiť sánku, mať na muške, udrieť si do hriješnika, emócie vybičované do maximálnych výšok, zápasnícka aréna*, TV Joj zachádza v bulvárnej kreativite ďalej a využíva širší arzenál konštrukcií ako napríklad *unfér zákrok, direkt brankára, dokonalá pomsta, nasúkať veľa gólov, bonusový pozdrav od DiPietra, štvaná zver, ísť po niekom, ako po údenom, niekoľko strán rozhodcovských blokov, neuveriteľných 346 minút, komický pohľad na ľudoprázdnne triedačky*, ale aj ľahko ironickú zmienku o *narodeninách štvanej zveri*, či zakončenie správy ako otvorenej v zmysle *všetci sa tešia na ôsmeho apríla*, keď sa uskutoční ďalší vzájomný zápas týchto súperov. TV Joj teda opäť vyzdvihuje nebezpečenstvo. V tomto prípade domnienku, že súboj zrejme neskončil, pretože ešte bude v budúcnosti pokračovať.

Zaujímavé je, že obe súkromné televízne stanice využili motív *spotených rozhodcov*, čím odkazovali na množstvo práce, ktorú počas stretnutia mali, keďže vylučovali veľa hráčov. TV Markíza tento kontext doplnila údajom o trestných minútach, TV Joj *množstvom zapísaných strán blokov* a udelením *neuveriteľného počtu* (trestných) minút.

K štatistikám v hovorenej podobe najviac inklinovala STV, ktorá pracovala s oboma zobrazeniami reálnych udalostí najserióznejšie. V analyzovanej správe si okrem počtu trestných minút našla čas aj na informácie o konečnom výsledku, o chýbajúcich hráčoch a o jednej asistencii slovenského hokejistu (teda toho, ktorého STV považovala z hľadiska divákov za závažného). TV Markíza informovala o výsledku a počte trestných minút, ironicky (*sem-tam sa hral aj hokej...*) sa k priebehu zápasu vyjadrila z hľadiska vplyvu veľkého počtu vylúčení na konečný výsledok. Zarážajúce je, že TV Joj divákovi výsledok neprezradila, čo potvrdzuje hypotézu, že pre bulvárne médiá nie je dôležité vyústenie určitej situácie, ale proces, akým sa daná situácia vyvíja. Spravodajská hodnota tejto správy bola teda u TV Joj minimálna, pretože neinformovala o základnom vyústení každej športovej performancie, ktorou je vo svete serióznych médií konečný výsledok (ten sa objavil len v grafickej cudzojazyčnej dvojexpozícii pôvodného vysielateľa primárne neurčenej divákovi TV Joj).

Analýza dokazuje, že hranica medzi bulvárnu a serióznou žurnalistickou tvorbou existuje, ale nie je striktno vymedzená. Príspevky STV síce boli primárne seriózne, no najmä v prvom prípade sa prostredníctvom zvýšenej emotívnosti správa dostávala do polohy ľahkého bulváru. Naopak, primárne bulvárna správa TV Markíza sa graficky zobrazenou štatistikou hokejistu približovala k serióznemu žurnalistickému prejavu, no napriek tomu v danej správe prevážil efekt nad informáciou a subjektivita nad fakticitou. TV Joj, ako sme mohli vidieť, v daných šotoch pracovala najmä s pocitom nebezpečenstva a negatívnosti. V jej šotoch navyše cítiť istý závan ľahkovážnosti, teda uvádzania takých formulácií, ktoré sa zdajú prinajmenšom nejasné, neoverené a sekundárne.

Je zrejmé, že trend bulvarizácie je v slovenskom športovom spravodajstve prítomný a podľa všetkého bude gradovať. Preferovanou interpretáciou reality sa tak v spravodajstve stáva interpretácia bulvárneho typu, ktorá prirodzene vedie k skresleniu reálnych udalostí, ale zároveň odzrkadľuje túžbu väčšinového diváka vidieť na televíznej obrazovke mediálnu realitu zábavného a emočne nasýteného športového spravodajstva.

V mediálnej spoločnosti *hic et nunc* vzniká nový vzorec tvorby obsahov športového spravodajstva, ktorý sa pri zhodnocovaní diskurzívnej povahy spravodajstva musí brať na vedomie. Pri porovnaní troch jemne vymedzených spôsobov žurnalistickej tvorby sa povaha jednotlivých spracovaní líši najmä v emóciách, ktoré buduje smerom k divákovi. Zatiaľ čo STV vytvorila svojimi príspevkami pocit faktickej logickosti s určitou dávkou subjektivity, TV Markíza v prvom prípade pridala na emotívnosti či gnómickosti, v druhom pripojila objektivizujúci nadhľad autorov textu. TV Joj v oboch prípadoch do istej miery zdeformovala (zostrila) objektívnu realitu a ponúkla divákovi jej subjektívnu aktualizáciu. **Z toho vyplýva, že momentálne sa spravodajský diskurz športových relácií opiera o objektívnu logickosť, objektivizujúci nadhľad, a subjektívnu, miestami mýtickú aktualizáciu zobrazovanej reality.** To sú tri zložky, miešaním ktorých v športovom spravodajstve vzniká (dez)interpretácia reality. Viac o nastolenej téme zrejme napovie analýza štruktúry jednotlivých relácií, v ktorých príspevky vystupujú vo vzťahu k sebe samým, ale aj k diskurzu spravodajstva.

Literatúra

- BEDNARIČ, J.: Šport v bulvári. In *Šport v médiách – médiá v športe*. Seminár mediálnej komisie SOV 2008, s. 20 – 28.
- JOHANSSON, S.: *Reading Tabloids*. Södertörn högskola 2007.
- LAPČÍK, M.: Analýza TV zpravodajství jako specifického typu kulturního diskurzu. In *Médiá a text II*. Prešovská univerzita v Prešove 2008, s. 97 – 107.
- ODALOŠ, P.: O jazyku bulváru. In *Médiá a text II*. Prešovská univerzita v Prešove 2008, s. 128 – 132.
- RUSNÁK, J.: „Správy z druhej ruky“ – Komunikačné stereotypy a ich fungovanie v médiách. Filozofická fakulta Prešovskej univerzity 2002.
- RUSNÁK, J.: *Textúry elektronických médií – Vývoj a súčasný stav*. Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2009.
- SPARKS, C.: *Tabloid tales – global debates over media standards*. Rowman & Littlefield Publishing Group 2000.

Iné zdroje

Spravodajské relácie dostupné na:

<http://video.markiza.sk/archiv-tv-markiza/sportove-noviny>

<http://televizia.joj.sk/relacia-sport.html>

<http://www.stv.sk/online/archiv/goly-body-sekundy>

Abstract

This article deals with character of tabloidization within evening sport-news in television. It reflects the discursive character of sport-news determined by different ways of imaging the objective reality. Oversized tabloidization seems to be able to ruin and replace the objective reality and/or specific news value by subjective selection of expressive tools, forming quite alternative type of news discourse. Thus, the most important elements of recorded reality are offered as secondary ones or are not offered at all.