

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2012 – 2013

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Pavel Urban

**Fotbalové mistrovství Evropy 2012 z pohledu odborného
magazínu HATTRICK**

Praha 2013

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Et ThDr. Radek Mezulánik, PhD.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2012 - 2013

BACHELOR THESIS

Pavel Urban

**The 2012 UEFA European Football Championship from the
viewpoint of special magazine HATTRICK**

Prague 2013

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
PhDr. Et ThDr. Radek Mezulánik, PhD.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 14. března 2013

Pavel Urban

Poděkování

Chtěl bych poděkovat PhDr. Et ThDr. Radku Mezulánikovi, PhD. za odborné vedení bakalářské práce.

Anotace

V teoretické části se bakalářská práce zabývá psanou formou sportovní žurnalistiky. Přibližuje její vývoj, práci samotných sportovních novinářů, vliv pod kterým se ocitají a také, rozbořem čtenářů sportovních sdělení. V neposlední řadě se teoretická část věnuje jazyku, který je pro sportovní žurnalistiku specifický. Praktická část se na základě obsahových a analytických rozborů věnuje samotné přípravě a zpracování tištěné verze magazínu HATTRICK v období před a po fotbalovém mistrovství Evropy 2012, ale také materiálům uveřejněných na serveru HATTRICK.cz především během turnaje. K důkladnému rozebrání kvality zpracování tématu ME 2012 a možností redakce HATTRICKu bylo využito také expertních rozhovorů s redaktory magazínu a autory článků. Pro dostatečné zhodnocení zpracování tématu je v závěru práce diskutováno pojetí této události konkurenčními médii.

Klíčové pojmy

Fotbal, HATTRICK, jazyk, mistrovství Evropy, psaná žurnalistika, publikum, speciální vydání, sportovní žurnalistika, tištěná média.

Annotation

The purpose of the theoretical part of this bachelor's thesis is to deal with written form of sports journalism. It describes an evolution of this field of journalism, workload of sports journalists, the pressure they must often work under and it analyses readers of sports articles. Furthermore theoretical part of this thesis deals with form of language used in sports journalism because of its specificity. The aim of the practical part is to make an analysis of preparation and processing of the printed versions of HATTRICK magazine released before and after the 2012 European Football Championship, but this thesis is also focused on on-line materials released at the HATTRICK.cz website during the tournament. For the deep evaluation of quality elaboration of the EURO 2012 the interviews with experts and redactors were used. For appropriate examination of the topic, the thesis emphasises the conclusions with the discussion about concepts of this event by competing media.

Key words

European championship, football, HATTRICK, language, print media, public, special issues, sports journalism, written journalism.

OBSAH

ÚVOD	9
1. MAGAZÍN HATTRICK V RÁMCI ČESKÉHO MEDIÁLNÍHO TRHU	10
1.1 Historie magazínu HATTRICK	10
1.2 Magazín HATTRICK a ostatní fotbalová periodika v ČR.....	11
2. PSANÁ SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA	13
2.1 Vývoj psané sportovní žurnalistiky	15
2.1.1 Postavení a změny psané sportovní žurnalistiky	15
2.1.2 Psaná sportovní žurnalistika na internetu	18
2.2 Novináři ve světě psané sportovní žurnalistiky	20
2.3 Vliv a publikum psané sportovní žurnalistiky	23
2.4 Jazyk psané sportovní žurnalistiky	29
3. VÝZKUMNÁ A ANALYTICKÁ FORMA ZPRACOVÁNÍ MISTROVSTVÍ EVROPY MAGAZÍNEM HATTRICK	33
3.1 Metodika a hypotézy.....	33
3.2 Profily expertů	34
4. PŘÍPRAVA TIŠTĚNÝCH VERZÍ ČASOPISU HATTRICK PŘED MISTROVSTVÍM EVROPY	36
4.1 Teoretická příprava na základě faktů	36
4.2 Inzertní a finanční hlediska časopisu u příležitosti mistrovství Evropy	37
4.3 Praktická příprava redakce časopisu.....	39
4.4 Zpracování předturnajového speciálu.....	40
5. ZPRAVODAJSTVÍ Z MISTROVSTVÍ EVROPY NA SERVERU HATTRICK.CZ	44
5.1 Typy zpracování a rubriky použité na serveru HATTRICK.cz během ME	44
5.2 Návštěvnost serveru HATTRICK.cz během mistrovství Evropy	46
6. LETNÍ DVOJČÍSLO PO MISTROVSTVÍ EVROPY	48
6.1 Příprava letního speciálu.....	48
6.2 Zpracování letního speciálu	50
7. POROVNÁNÍ ZPRACOVÁNÍ SPECIÁLŮ K MISTROVSTVÍ EVROPY V PODÁNÍ HATTRICKU A KONKURENČNÍCH MÉDIÍ	54

7.1 Pro Football.....	54
7.2 Sport Góóól!	56
7.3 MF DNES – Speciál	58
ZÁVĚR	61
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	63
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK	68
SEZNAM PŘÍLOH.....	69

Úvod

Ve své bakalářské práci se zaměřuji na způsob a zpracování významné fotbalové události, jakou bylo mistrovství Evropy 2012 v Polsku a na Ukrajině, z pohledu specializovaného měsíčníku HATTRICK. Tento magazín má na českém trhu tradici od roku 1999¹ a u odborné i laické části veřejnosti se těší dobrému jménu. Evropský či světový šampionát ve fotbale vyžaduje velkou přípravu, zapálení i pracovitost všech zúčastněných. U časopisu s měsíční periodicitou si lze jednotlivá čísla předem naplánovat a u takto velké akce zvolili jeho zaměstnanci speciální vydání před i po ME.

Cílem mé práce je zjistit a posoudit, jak se HATTRICKu podařilo mistrovství Evropy zmapovat a co všechno autoři tištěné podoby magazínu dokázali a mohli svým čtenářům nabídnout. Zajímavým hlediskem je fakt, že se takové periodikum dá připravit ve velmi omezeném počtu lidí a navíc bez každodenní účasti na turnaji, pouze s výlety na zápasy českého týmu. V nynější pokročilé době s řadou technických vymožeností, jako jsou televizní či internetové přenosy, databáze, informací poskytovaných on-line na síti, už není problémem zpracovat perfektní servis pro čtenáře z tepla kanceláře. Každodenní zpravodajství z ME poskytovali redaktoři také na serveru HATTRICK.cz.

Fotbal a sport jako takový mám velmi rád. Od svých šesti let jsem fotbal aktivně hrál a už řadu let se mu věnuji na různých postech v médiích také jako novinář. Časopis HATTRICK sleduji od jeho začátků pravidelně a spojení oblíbeného periodika s velkým turnajem typu ME se tedy nabízelo jako vhodné téma. I díky nasbíraným zkušenostem tedy mohu posoudit kvalitu magazínu po obsahové, grafické i kvalitativní stránce a případně porovnat své poznatky s těmi, které získávám jako běžný čtenář a zájemce o informace spojené s mistrovstvím Evropy.

Pro svou výzkumnou část používám expertní rozhovory s autory článků v časopise HATTRICK. Mou snahou je kromě detailní analýzy tištěných čísel magazínu a jeho internetové podoby porovnat také způsob zpracování s jinými podobně zaměřenými periodiky. Praktická část mé bakalářské práce navazuje na teoretickou, ve které s pomocí odborných zdrojů rozebírám a shrnuji náležitosti sportovní žurnalistiky.

¹ ČERMÁK, D. *Český fotbalový měsíčník Hattrick v letech 1999-2009*. [online]. Praha, 2011. [cit. 2013-03-14]. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd. Vedoucí diplomové práce: Prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc. s. 6. Dostupné z: http://is.cuni.cz/studium/dipl_st/index.php?doo=detail&did=92858

1. MAGAZÍN HATTRICK V RÁMCI ČESKÉHO MEDIÁLNÍHO TRHU

Časopis HATTRICK si za své více než třináctileté působení na českém trhu vybudoval značnou základnu čtenářů. Dokázal se vyprofilovat v žádaný odborný fotbalový magazín, v němž vždy pracovali zkušení a uznávaní novináři. V průběhu času převýšil HATTRICK zájem fotbalových fanoušků na svou stranu od některých konkurenčních periodik, které v některých případech zanikly, v jiných se daly odlišným směrem, případně fungují pro odlišné cílové skupiny po boku HATTRICKu. V této kapitole je představena historie magazínu HATTRICK a také rozebrána jeho pozice na trhu v toku času vedle ostatních čistě fotbalových či sportovně zaměřených časopisů.

1.1 Historie magazínu HATTRICK

Fotbalový a v průběhu času i sportovní magazín HATTRICK začal vycházet jako měsíčník v říjnu roku 1999. Prvním šéfredaktorem byl uznávaný a zkušený novinář a spisovatel Milan Macho. Téměř deset let vydávala časopis společnost MARSFOTO, spol. s.r.o. Pak krátce firma Frontpage s.r.o. pod vedením šéfredaktora Jakuba Konečného a v roce 2011 společnost Bene Sport s.r.o. jednatele Martina Svobody, která magazín chvíli vydávala pouze s dvouměsíční periodicitou. V únoru 2010 se stal šéfredaktorem Pavel Procházka, který vede časopis dodnes.²

Od začátku roku 2012 se snaží časopis i web HATTRICK.cz oživit společnost HATTRICK Media, s.r.o.³ (jednatel: Tomáš Šimáček – majitel ochranné známky a loga HATTRICKu, Michael Fridrich – majitel domény www.hattrick.cz, jinak majitel agentury Mediaboard.cz a Pavel Procházka). Magazín opět vychází pravidelně každý měsíc (s výjimkou letního a zimního dvojčísla) v nákladu 40 000 až 50 000 kusů právě pod vedením šéfredaktora Pavla Procházky. „Samozřejmě v době všeobecné krize tištěných médií nebylo a není lehké vrátit značce HATTRICK kredit. Myslím ale, že se

² Viz příloha č.1.

³ *Kurzy.cz*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://rejstrik-firem.kurzy.cz/24209015/hattrick-media-sro/>

nám postupně daří obnovovat důvěru čtenářů a předplatitelů. Vrátili jsme měsíční periodicitu, obnovili jsme mimo jiné partnerství s Fotbalovou asociací ČR a propojili časopis více s webovými stránkami. Vzali jsme pod svá křídla i celý kmen předplatitelů starého HATTRICKu,⁴ řekl k situaci v posledních dvou letech Procházka.

Tištěný magazín HATTRICK informuje své čtenáře o zprávách z domova i ze zahraničí. Přináší rozhovory s trenéry, hráči i funkcionáři, ale také podrobnosti o probíhajících soutěžích či šampionátech.⁵ Z minulosti navazuje také na částečně mimofotbalové články. Věnuje se kauzám, které zasahují celý sport, případně oslovuje pro dotazníky s fotbalovou tematikou sportovce z jiných odvětví. U příležitosti mistrovství Evropy či světa, případně před začátkem nového ročníku fotbalové ligy, vycházejí speciální čísla. HATTRICK je uznávaným časopisem mezi odborníky i čtenáři. Čerpá také z bohaté vlastní databáze informací a fotobanky. Cílovou skupinou časopisu jsou muži od 20 let výše.⁶

Server HATTRICK.cz přináší každý den řadu aktuálních informací z domácího i světového fotbalu. Jeho redaktoři reagují na sledované kauzy a přidávají i vlastní komentáře a analýzy. Vzhledem k periodicitě tištěného HATTRICKu se na webu objevují z časopisu pouze některé články, případně naopak.

V současné době je HATTRICK mediálním partnerem společnosti STES, která je oficiálním marketingovým zástupcem Fotbalové asociace České republiky (FAČR). Mediálně tak podporuje českou nejvyšší fotbalovou soutěž Gambrinus ligu, ale také českou reprezentaci.⁷

1.2 Magazín HATTRICK a ostatní fotbalová periodika v ČR

V devadesátých letech 20. století vycházely na českém mediálním trhu s fotbalovou tematikou hlavně časopis Fotbal (měsíčník), později Fotbal Sport. Dále pak týdeníky Gól, který se kromě fotbalu věnoval také lednímu hokeji, a Stadion, jenž se od roku 1998 přeměnil na měsíčník. Magazín HATTRICK vstoupil na trh jako dynamický

⁴ Viz příloha č.1.

⁵ *Periodik.cz*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100210>

⁶ *Mediaboard.cz*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://mediaboard.cz/portfolio/hattrick/>

⁷ Viz příloha č.1.

moderní měsíčník s poutavou grafikou a tištěn byl na kvalitním papíře. Postupně se těmito i dalšími aspekty dařilo HATTRICKu konkurenční média likvidovat. Například časopis Fotbal Sport ukončil svou činnost v roce 2001.⁸

„Situace byla taková, že časopis Fotbal Sport vycházel už několik let, ale část redakce v roce 1999 odešla a vznikl tak nový časopis HATTRICK. Ten zprvu Fotbal Sport dost vykrádal. Měl podobný layout, stejné články i rubriky. Proto jsme se s majitelem radili, jestli by to nešlo nějak soudně napadnout za krádež myšlenky, nebo něco takového. Ale to zkrátka nebylo možné. Z počátku to vypadalo, že se uživí oba časopisy, ale postupem času rozhodovaly hlavně finance. HATTRICK měl větší kapitál, takže si mohl dovolit tvrdou lesklou obálku, kvalitnější papír i velké plakáty. Byly tam investice i do reklamy a dalších věcí. Časopis Fotbal měl chvíli výhodu, že byl pod deníkem Sport, v němž se na něj často poutalo, ale když Ringier Axel Springer plánoval koupit právě deník Sport, s Fotbalem už moc nepočítal. Nechal ho žít bez investic. Nakonec to dopadlo tak, že byl Fotbal Sport prodán Tipsportu, který měl i HATTRICK a Fotbal Sport tedy zrušil. Naposledy vyšel v prosinci roku 2001,⁹ vzpomíná na klíčové období tehdejší šéfredaktor měsíčníku Fotbal Sport Stanislav Hrabě.

Stadion po řadě majetkových změn definitivně skončil v roce 2006. Časopis Gól vychází dodnes, nyní však už jen jako čtrnáctideník. Mezitím však na trh vstoupila nová periodika. Od roku 2002 vychází už pod hlavičkou zmíněného vydavatelství Ringier Axel Springer CZ jako páteční příloha deníku Sport barevný časopis Sport magazin (původně Volno Sport). Mezinárodnímu fotbalu se věnuje od roku 2000 měsíčník Pro Football. Na začátku října roku 2011 pak vydavatelství Ringier Axel Springer odstartovalo vydávání nového fotbalového měsíčníku zaměřeného především na mladou generaci s názvem Sport Góóó! „Čtenáři v něm ale naleznou i zprávy a novinky ze světa motorismu, hokeje či dalších sportů, a to ve formě nekritického pohledu bez zbytečných analýz a statistik,¹⁰ charakterizuje novinku server Periodik.cz. Od dubna 2012 obohatil Martin Svoboda trh se sportovními časopisy novým magazínem pod hlavičkou vydavatelství Bene Sport s.r.o. nazvaným AllStar.¹¹

⁸ Viz příloha č.4.

⁹ Viz příloha č.4.

¹⁰ *Periodik.cz*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=1005>

¹¹ Viz příloha č.1.

Teoretická část

2. PSANÁ SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA

V této kapitole půjde o snahu přiblížit náležitosti a vývoj psané sportovní žurnalistiky. Ta je už dnes neodmyslitelnou součástí všech médií. V tištěných denících má sport prostor většinou na několika stránkách, k dostání je řada specializovaných magazínů včetně HATTRICKu. Na internetových zpravodajských serverech existují speciální sportovní sekce. Navíc odborných stránek a webů je plná síť po celém světě. V audiovizuálních médiích se sportovnímu zpravodajství věnují speciální relace, v mnoha případech i celé pořady. Existují i média čistě zaměřená na sportovní odvětví. V České republice jsou dostupné především celostátní deník Sport, v případě televizního vysílání veřejnoprávní stanice ČT Sport, ale i placené kanály Eurosport 1 a 2, Sport 1 a 2, Digi Sport, Nova Sport či motoristický kanál Sport 5.¹²

V proměnách času se nejen objevovala nová média, ale s nimi i řada nových či upravených žánrů. Vytvořila se také samotná práce sportovního novináře. Přestože například ve zpravodajství má sport svůj vlastní prostor, je stále patrné, že sportovní žurnalistika je pořád považována za něco speciálního a svébytného. Nyní už je však uplatnění sportovního novináře velmi široké dle typu médií. Ta tištěná se s nástupem audiovizuálních dostala do poněkud jiné role. „Sport může být distribuován různými typy médií. Nejdůležitější úlohu hrají média tištěná (zejména periodika) a vysílání (ať už rozhlasové či televizní). Vysílání coby masové médium vykazuje přitom oproti tištěným médiím jisté odlišnosti. Především je to možnost vysílání v přímém přenosu. Tuto vlastnost tištěná média postrádají a jejich dominantní charakteristikou je informační obsah, který o události referuje s určitým časovým odstupem,“¹³ vysvětluje například kulturolog Jan Děkanovský v knize Sport, média a mýty.

Přesto má sport v médiích obrovskou moc. Sportovní novináři mohou například snadno z úspěšného sportovce vytvořit celospolečensky uznávanou osobnost, v opačném případě například při dopingových skandálech psance na okraji dané společnosti. Lze

¹² *Parabola.cz*. [on-line]. cit. [2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/cz-sk/>

¹³ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty (Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové)*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008, s. 34. ISBN: 978-80-7363-131-4.

namítnout, že do podobných rolí mohou novináři vystavit určité veřejně známé lidi i v jiných oblastech, ovšem sportovci „jen“ provozují sport. Ten byl dlouho považován pouze za formu hry a zábavy, až v posledních zhruba sto letech se povyšuje na uznávanou profesi a se sportovci tak na společenském žebříčku mohla stoupat také sportovní žurnalistika.

Vděčí za to ale samozřejmě i recipientům mediálních sdělení. Jejich vnímání sportovních zpráv s rozšířením sportovních spolků či klubů se během 20. století výrazně měnilo. S příchodem audiovizuálních médií se sportovní fandové mohli spolehnout na nové zdroje informací. S vzrůstající poptávkou se zvyšoval také prostor věnovaný sportu v médiích a tím pádem se zdokonalovala i samotná sportovní žurnalistika. Publikum si navyklo, že bude dostávat ze sportu stejně kvalitní a rozsáhlý servis, jako třeba z domova, ekonomiky či zahraničí. „Vyjdeme-li z triviálního předpokladu, že daleko největší počet lidí přichází do kontaktu se sportem právě prostřednictvím masových médií, otevírá se před námi divácká perspektiva jako nejpříhodnější a nejrelevantnější výchozí bod, z něhož můžeme tento jev pozorovat,“¹⁴ píše Děkanovský. To Raymond Boyle obhajuje sportovní žurnalistiku definicí: „Jde o disciplínu, jejíž podstatou je šíření informací a snaha o usnadnění diskuzí nad širokou škálou sociálních, politických, ekonomických a kulturních témat, jež jsou relevantní pro celou společnost. I když k tomuto tvrzení můžou někteří odborníci cítit averzi, sport je podstatnou součástí tohoto mixu.“^{15,16}

Specifický je ve sportovní žurnalistice také jazyk. Novináři často volí zdánlivě netradiční slova, která ale ke sportu patří. Ať už jde o profesní či slangový jazyk. Každé sportovní odvětví má určité výrazy, které se běžně přebírají do médií při předpokladu, že publikum taková slova dobře zná. Bohemista a lingvista Jaroslav Bartošek k tomu podotýká: „Jedním z klíčových prvků efektivní sportovní žurnalistiky je kreativní, výstižný a vhodný jazyk, který by měl novinář využívat při tvorbě svých textů.“

¹⁴ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty (Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové)*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008, s. 12. ISBN: 978-80-7363-131-4.

¹⁵ „Journalism is about disseminating information and facilitating discussion on a range of social, political, economic and cultural issues pertinent to a society, then sports, however much some academics may dislike it, is part of that mix.“

¹⁶ BOYLE, R. *Sports Journalism: Context and Issues*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd., 2006. s. 13. ISBN: 978-1412907989.

Zjednodušeně řečeno jde o správný výběr slov, respektive jazykových prostředků.¹⁷

2.1 Vývoj psané sportovní žurnalistiky

Ne vždycky se ale těšila sportovní žurnalistika takové oblibě, jako v současnosti. Jak například píše Ivana Svobodová v knize *Čeština, jak ji znáte i neznáte* ve speciální kapitole o jazyce sportovní publicistiky, ještě do konce 19. století nebyly sportovní zprávy ani běžnou součástí tištěných periodických médií. „Na stránkách novin se začaly sportovní zprávy objevovat pravidelněji až počátkem minulého století. Tehdejší čtenář se však v žádném případě nedočel tolik sportovních zajímavostí jako dnes. Nejstarší informace o sportu zaujímaly v novinách pár řádek, byl to vlastně strohý přehled výsledků, a to zejména z kopané. S rozvojem jednotlivých sportovních odvětví, se vznikem nových sportů a s růstem oblíbenosti tohoto druhu lidské činnosti se začala proměňovat i tvář sportovní publicistiky. Sportovním zprávám se začalo věnovat více prostoru, k informacím o výsledcích přibývaly krátké reportáže z průběhu jednotlivých sportovních událostí, komentáře k nim a rozhovory se sportovci nebo trenéry. Dnes mají všechny deníky pro sportovní publicistiku vyhrazenou nejméně jednu stranu a zároveň se vydává množství specializovaných sportovních časopisů.“¹⁸

2.1.1 Postavení a změny psané sportovní žurnalistiky

V dnešní době už se často kromě běžných zpravodajských a publicistických žánrů využívá ve sportovní žurnalistice i některých dalších žánrů, které by dříve nebyly myslitelné. Například jde o glosu, komentář, sloupek, polemiku, ale i prvky investigativní žurnalistiky. To v případě, že se ve sportovním zákulisí děje něco nekalého, na co je potřeba upozornit. Sportovní novináři tak řeší v podstatě stejné problémy, jako jejich kolegové z domácí či zahraniční redakce. Běžně se tak píše o úmrtí sportovců, o neštěstích při sportovních událostech, ale i o vyznamenáních a oceněních pro sportovce. Od základních zpráv a kratších reportáží se tak sportovní

¹⁷ BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002, s. 46. ISBN: 80-7318-059-6.

¹⁸ ČMEJRKOVÁ, S. et al. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996, s. 174. ISBN: 80-200-0589-7.

žurnalistika vyvinula v plnohodnotnou součást médií i společenského zájmu.

To potvrzuje také Raymond Boyle ve své knize *Sports Journalism: Context and Issues*: „Sportovní novinářina, se svým mixem dobrého a špatného, odpudivého i skvostného, je v mnoha ohledech typickým příkladem moderní žurnalistiky. Sport na pozadí kulturních, politických a ekonomických důsledků okupuje stále větší veřejný prostor v naší společnosti a právě tito novináři mu svými příběhy pomáhají dávat smysl. Se zpožděním by proto mělo dojít k přehodnocení jejich pozice na mediálním poli. Pravděpodobně je čas uložit analogii ‚oddělení her‘ na stránky žurnalistické historie.^{19,20}

Ovšem jednu věc mají sportovní žurnalisté určitě usnadněnou. Jejich objekt zájmu, tedy sportovní utkání, závody či události, mají většinou vcelku opakující se charakter. Řada situací se tedy dá předvídat a spousta dílčích informací či statistických údajů si mohou žurnalisté připravit předem, případně hned v prvních minutách zápasu. „V důsledku toho se opakují i jazykové prostředky, které jsou v textech používány. K této situaci dochází např. u zpravodajství z kolektivních sportů, nejčastěji u popisů fotbalových a hokejových utkání, kde se v reportážích objevují podobné akce a situace. Dalším hlediskem je fakt, že tyto zápasy probíhají podle stejných pravidel - utkání má určitou hrací dobu, stejný počet hráčů, povolené rozměry hřiště, rozhodčího a pravidla, kterými se jednotlivé sporty řídí. Můžeme tedy hovořit o modelovosti ve vyjadřování,²¹ upozorňuje pedagog Miloš Mlčoch ve své práci *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. Jazykem sportovních novinářů se ale bude hlouběji zabývat jiná podkapitola.

Postupný vývoj tiskových technologií i samotných médií s sebou ale zákonitě přinášel i řadu změn v pojetí práce sportovních žurnalistů. Australská profesorka Lynette Sheridan k tomu ve své knize *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*

¹⁹ „Sports journalism, with its mixture of good and bad practice, of the mundane, and the magnificent, is in many ways an exemplar of much of modern journalism. As sports, with all its cultural, political and economic implications continues to occupy a very public space in our contemporary culture, both those journalists who help make sense of its narratives, and their associated trade are overdue a reassessment of their position within modern journalism. Perhaps it is time to consign the ‚toy department‘ analogy to journalism history.“

²⁰ BOYLE, R. *Sports Journalism: Context and Issues*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd., 2006, s. 183. ISBN: 978-1412907989.

²¹ MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. Vyd. Olomouc : SDV FF UP Olomouc, 2002, s. 15. ISBN 80-244-0397-8.

píše: „Žurnalistika, jak ji známe dnes, se vyvíjela bez přestání, někdy v důsledku rozvíjející se technologie, jindy jako odraz změny ve společnosti. Například vynález telegrafu změnil novinářský jazyk. Písemné zprávy ve formě dopisu od korespondenta vzaly zaslavé. Telegraf placený podle počtu slov odsoudil reportéry k tomu, aby se ‚drželi faktů‘ a sdělovali je pokud možno co nejúspornějším jazykem. Když se noviny tiskly horkou sazbou, neumožňovala technologie jiný způsob krácení článků než po větách či odstavcích od konce. Úpravy a krácení na poslední chvíli v rámci jednotlivých vět nebyly možné. Dnešní digitální technologie ovlivňují způsob, jímž jsou žurnalistické výstupy předkládány čtenářům, a objevují se i nové formy žurnalistiky.“²²

Také vedení médií muselo průběžně reagovat na změny, které mohly být pro řadu z nich likvidační. Čas ale ukázal, že i původní média přežívají stále. I přes řadu kritických hlasů po rozšíření internetu dále existuje řada tištěných médií, s nástupem videa nepřestali lidé chodit do kina, protože si uvědomili, že některé snímky si můžou užít jen na velkém plátně s kvalitním obrazem a zvukem. Přesto mají média zaběhnuté určité pracovní postupy, které přetrvávají. Například ve sportu je to dané právě i onou opakující se formou a průběhem událostí. Systém uzavřených cyklů při výrobě médií se však dlouhodobě osvědčil.

„Cykly jsou stejně dlouhá časová období, která rámuje jednotlivé práce spojené s publikací. Média znají celou řadu periodicky se opakujících událostí v jejich práci. Některé z těchto událostí (třeba vydání nového čísla pravidelného časopisu) ‚vidí‘ i publikum, převážná většina jim však zůstává skryta za oponou redakční a vydavatelské činnosti. Práce v cyklech dává novinám předvídatelnost a novinářům jistotu. Umožňuje jim být efektivní a umožňuje samotnou existenci periodik tak, jak je známe. Příchodem klasických elektronických médií, tedy rozhlasu a televize, se plánování typické pro starší tištěná média poněkud pozměnilo. Byl k tomu velmi dobrý důvod. Zatímco tištěná média pracovala s cykly, kdy po ukončení jednoho z nich (redakční uzávěrce, po níž následovalo vydání čísla) přicházela doba relativního klidu, elektronická média pracovala kontinuálně,²³ upřesňuje vývoj sociolog, publicista a pedagog Vojtěch Bednář v knize *Internetová publicistika*.

²² SHERIDAN BURNSOVÁ, L. *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 17. ISBN: 80-7178-871-6.

²³ BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, s. 129. ISBN: 978-80-247-3452-1.

2.1.2 Psaná sportovní žurnalistika na internetu

Právě internet vnesl do médií hodně vzruchu a nebylo možné ho ignorovat. I když se o to ze začátku některá tradiční tištěná média pokoušela. Internet je dnes už běžně dostupný prakticky každému a stal se neodmyslitelnou součástí našich životů. Bednář k této situaci podotkl dvě řešení: „Tradiční média musela na tuto skutečnost reagovat. Některá reagovala ‚popřením internetu‘ a lpěním na tradičních komunikačních kanálech. Některá jiná spatřovala v internetu svou budoucnost natolik, že opustila tradiční nosiče (to se týkalo třeba celé řady časopisů) a soustředila se jen na produkci on-line. Většina seriózních širokospektrálních médií ale reagovala jedním z následujících dvou způsobů: 1. vytvořením specifické webové verze s vlastní redakcí, 2. přijetím webu jako druhého média při zapojení stávající redakce.“²⁴

Podle Jana Děkanovského je nejdůležitější vlastností internetu fakt, že kombinuje možnosti předchozích médií do jediného celku. Kromě textu a obrázků na něm najdeme také videa a především je interaktivní. Příjemce internetového obsahu tak má možnost bezprostředně reagovat. To platí samozřejmě i u sportovních sdělení. „Sportovní informace můžeme na internetu nalézt v elektronických verzích papírových novin a časopisů, oficiálních stránkách jednotlivých sportovců, sportovních klubů, národních i mezinárodních svazů a organizací, profesionálně vytvářených magazínech apod. Důležitou vlastností psaného textu na internetových zpravodajských serverech je i relativní neomezenost z hlediska objemu oproti tištěným periodikům. Zpráva týkající se konkrétní události, které je v tištěné verzi periodika vyhrazeno určité místo, může být v internetové verzi rozšířena o další podrobnosti, komentáře apod. Navíc mohou být na internetové stránky umísťovány daleko pružněji nové, aktuální informace,“²⁵ píše Děkanovský.

Někdejší český spisovatel a novinář Karel Poláček nemohl mít před osmdesáti lety o internetu ani potuchy, a tak jeden z hlavních hrdinů jeho románu *Muži z offsidu* Richard Načeradec musel poslouchat fotbalové utkání mezi rakouským týmem First Vienna a jeho milovanou Slavií Praha jen z rozhlasového přijímače. „Podíval se na hodinky, vyskočil a zapnul proud. Po chvilce, vyplněné nejasným ševelením, oznámil

²⁴ BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, s. 47. ISBN: 978-80-247-3452-1.

²⁵ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty (Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové)*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008, s. 78. ISBN: 978-80-7363-131-4.

ženský hlas vysílání referátu pana mezinárodního sekretáře přímo ze hřiště na Hohe Warte. Sluch pana Načeradce postřehl jasné šumění davu a výkřiky nedočkavých diváků. ‚Tam musí být lidstva!‘ řek si ten pán. Vzápětí však šťavnatý hlas pana Laufra přerušil šumění. Oznámil sestavu mužstev, která se představila rozhodčímu Braunovi,²⁶ napsal Poláček. Kdyby měl pan Načeradec připojení na internet, mohl by zápas téměř jistě sledovat v živém on-line přenosu, jak textovém, tak obrazovém, případně by utkání sledoval v přímém přenosu televize.

Ještě více by ocenil snadný přístup k internetu americký fotbalový fanatik a cestovatel Giles Goodhead. Ten v knize *My proti nim* popisuje své cesty po celém světě, kdy si vybral osm nejvýznamnějších fotbalových zápasů. Mezi nimi i derby pražských klubů mezi Spartou a Slavií. To skončilo v březnu roku 2001 4:4²⁷ a dodnes patří v historii samostatné české ligy mezi ta nejlepší. Jenže Goodhead počítal s tím, že se duel odehraje během víkendu a netušil, že se konal už v pátek večer. Jeho sobotní reakce byla logická. ‚Okolo půl desáté jsme seděli u vystydlé kávy. Donesl jsem si noviny a pozorně studoval sportovní přílohu. Byla tam samozřejmě spousta článků o zápasu Sparty a Slavie. ‚Slavné derby nadchlo fotbalový národ‘. Fotografie, citace, úspěchy a neúspěchy obou velkých rivalů a něco i o výsledku 4:4. Napadlo mě, že to nějaký rozumbrada odhaduje, jak by ten vzrušující zápas mohl dopadnout, ale pořád ve mně hlodalo podezření, že mi při překladu něco uniklo. (...) Nastal čas požádat o profesionální pomoc. Sjel jsem výtahem do recepce. ‚Moc se těšíme na dnešní zápas Sparta-Slavia,‘ usmíval jsem se. Další zdvižené obočí, tentokrát od odměřené recepční. ‚Nevíte v kolik začíná?‘ Vytrhla mi noviny a zabodla ukazováček do sportovní přílohy. ‚Je skončený, už skončil.‘ (...) Jako omámený jsem se odpotácel ven a tam jsem narazil na bar, kde mi jeden laskavý a dobře informovaný barman u kávy všechno vysvětlil. Veškeré zápasy se hrají o víkendech. Ale každý týden se jeden zápas, obvykle ten největší, vysílá v pátek večer živě v televizi. ‚Takže se konal včera večer?‘ opakoval jsem tupě. ‚Ano.‘ (...) Jel jsem skoro deset tisíc kilometrů jenom proto, abych si tu velkou událost nechal ujít,²⁸ píše Goodhead.

²⁶ POLÁČEK, K. *Muži v offsidu (Ze života klubových přívrženců)*. 7. vyd. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění, 1956, s. 71. ISBN: 38875/55/SV2 – D 561548.

²⁷ HOUŠKA, V., PROCHÁZKA, P. *Věčná Slavia*. 3. vyd. Praha: Olympia, a.s. 2010, s. 215. ISBN: 978-80-7376-200-1.

²⁸ GOODHEAD, G. *My proti nim*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o, 2004, s. 53. ISBN: 80-7341-243-8.

Internet celou žurnalistiku, nejen tu sportovní, urychlil. Na jednu stranu se tak mohou fanoušci a čtenáři dozvědět výsledky a aktuální informace dříve, než tomu bylo u tištěných médií, na druhou stranu na internet mohou psát i neprofesionálové, a proto se na serverech objevuje mnoho chyb. „Webová publicistika je nesmírně významnou součástí současného mediálního světa, je však ale pouze jeho součástí. Webové magazíny jsou běžně uváděny jako zdroje ostatními médii, mnoho uživatelů (ani novinářů) se však doposud nenaučilo rozeznávat profesionální a seriózní média od poloamatérských nebo neseriózních. Ve světě internetu je takové rozlišování mnohem obtížnější než ve světě klasických médií, je však nezbytně nutné na ně přijít,“²⁹ varuje Bednář.

2.2 Novináři ve světě psané sportovní žurnalistiky

Role novináře se v průběhu času měnila. Z původních přispěvatelů se postupně vyvinuli redaktoři, reportéři či editoři, kteří brali žurnalistiku jako svou profesi. V dnešní době už je toto povolání plně profesionální. Na novináře byly také kladeny různé požadavky. „V historických obdobích se nadřazovaly: literární talent, vlastenectví, politická příslušnost, agitační nadšení a organizace mas, profesní odbornost až vědeckost žurnalistických sdělení, nyní nejčastěji schopnost najít poutavé téma, poznat jej a seriózně přiblížit příjemci tak, aby si mohl utvořit objektivní názor,“³⁰ upřesňuje pedagog Pavel Verner ve své knize Úvod do praktické žurnalistiky.

Jak už bylo naznačeno výše, prudkými změnami prošla také sportovní žurnalistika. Řada odborníků nebere ani v dnešní době sportovní novináře vážně, ale na druhou stranu má i své obhájce. Například pedagoga Phila Andrewse, který ve své praktické příručce *Sports Journalism* tuto profesi hájí: „Je to namáhavé povolání plné žadonění o zajímavé informace a stíhání uzávěrek, které jde jen stěží obelhat. Člověk tráví v práci dlouhé hodiny, většinu z nich navíc po večerech a o víkendech. Spoustu času mu zabere příprava, bádání a zdokonalování sebe sama, aby ve sportech, o kterých

²⁹ BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, s. 77. ISBN: 978-80-247-3452-1.

³⁰ VERNER, P. *Úvod do praktické žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 8. ISBN: 978-80-86723-87-7.

píše, nabyl stejnou hloubku znalostí, kterou disponují mnozí fanatičtí čtenáři.³¹³²

Proměnu profese sportovní žurnalistiky osvětluje také redaktor deníku Sport Václav Hanzlík ve své diplomové práci *Jak vzniká sportovní rozhovor*. Podle Hanzlíka jsou v dnešní zrychlené době na profesionální novináře kladeny vyšší nároky. „Pouhé nadšení pro sport dnes nestačí. Bezpodmínečné je v dnešní době potřebné vzdělání, kvalifikace a široký záběr znalostí, především potom jazyková vybavenost. (...) Zvyšující se nároky na žurnalistiku, především na její multimediální pojetí, se stávají jasným trendem. V praxi to znamená, že redaktor z místa události nejen pořizuje textové zpravodajství, ale i fotografie či krátké audio nebo videonahrávky,“³³ píše Hanzlík.

Náročnost profese je v dnešní době dána i ekonomickými problémy majitelů médií, kteří se snaží, podobně jako v jiných sférách trhu, především šetřit. Proto se v posledních letech v mnoha tuzemských médiích spíše propouštělo, než přibíralo a podobný objem práce tak připadá za stejné, někdy i menší peníze, na méně novinářů. Tlak vedení se stupňuje. Ovšem situace dospěla do takové fáze, že ti sportovní novináři, kteří si svá místa udrželi, na podmínky z vyšších míst přistoupí, protože jsou rádi, že ještě mohou pracovat a nechtějí dopadnout jako někteří jejich kolegové. Diváky a čtenáře ale nezajímá, jaké problémy v redakcích jsou, chtějí dostávat informace stejně často a ve stejné kvalitě, jako byli zvyklí před globální ekonomickou krizí.

Navíc sportovní novinář se nemůže spolehnout na pevnou pracovní dobu a volné víkendy. Vždyť právě během nich se většinou konají ta nejdůležitější utkání. Vrcholový sport se totiž provozuje hlavně pro diváky a většina z nich má právě o víkendech volno, aby mohli vyrazit za zábavou, tedy třeba na sportovní utkání. Této nevděčné role sportovního novináře si všimá také Tereza Jelínková ve své diplomové práci *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*: „Pokud řekneme, že novinář musí být především časově flexibilní, u sportovního žurnalisty to platí dvojnásob. Sport totiž nezná časové hranice, utkání se hraje časně ráno i pozdě večer. Kromě toho, přihlédneme-li k tomu, že sportovní novinář musí stíhat větší množství různých

³¹ „Hard and demanding work to tight deadlines, long and unsocial hours (most of them worked in the evenings or at weekends), a lot of time spent in research and preparation, acquiring the same depth of knowledge about the sports you cover as the most fanatical of your readers.“

³² ANDREWS, P. *Sports Journalism: A Practical Guide*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd., 2005, s. 1. ISBN: 978-1412902717.

³³ HANZLÍK, V. *Jak vzniká sportovní rozhovor (soubor rozhovorů)*. [online]. Brno, 2010. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jaroslav Čuřík. s. 14. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/220196/>

sportovních utkání, časová náročnost tohoto povolání je zřejmá,³⁴ uvádí Jelínková.

Zajímavé je také sledovat, jak se vyvíjí prostředí, ve kterém sportovní novináři pracují přímo v redakcích, když zrovna nejsou v terénu. Práce na stadionech je náročná, plná hluku a bezprostředních emocí, vyžaduje stoprocentní soustředěnost, často bez možnosti opakovaných záběrů. Navíc se v tištěných médiích čeká na materiály z místa dění například u zápasů fotbalové Ligy mistrů či mistrovství Evropy, které se hrají ve večerních hodinách. Je totiž třeba se vejít do uzávěrky a boj o čas je další stresující faktor, který novináře limituje a ovlivňuje. Ovšem v dnešním rychlém světě se už i práce v redakcích stala pro novináře stresující. Třebaže jsou podmínky podle Sheridan Burnsové lepší, než tomu bylo v minulosti. „Neuspořádané, hlučné a chaotické redakce s ohlušujícím rachotem psacích strojů v době uzávěrky vzaly za své. Dnešní redakce jsou tiché, vybavené počítači a velmi často i barevně sladěné. Kdysi se místností rozléhaly bouřlivé debaty mezi novináři a editory a přispívaly k hluku desítek rozhovorů, které se odehrávaly v téže místnosti a v téže chvíli, neboť padesátka novinářů provozovala své řemeslo v jednom velkém sále. Dnešní novináři sedí před svými počítači, obvykle jsou od sebe odděleni příčkami, rozhovory vedou po telefonu a hádky si vyřizují e-mailem. Tam, kde kdysi bylo padesát reportérů, je jich dnes pětadvacet a možná i méně.“³⁵ Tento původně americký motiv se přenesl už i k nám, ale v mnoha redakcích by vám řada novinářů potvrdila, že příliš klidnější prostředí u nich nepanuje.

Ono snižování stavů a požadavky na rychlost mají za důsledek ještě jeden nešvar, který se především s nástupem on-line žurnalistiky rozmohl. Novináři z obrovského množství zpráv vybírají jen ty nejzajímavější, ale také ty, které se jim budou nejlépe zpracovávat. Řada důležitých informací se tak ke čtenářům, divákům a posluchačům vůbec nedostane. „Patrně největší moc novináře spočívá v tom, že z nepřeberného množství událostí, které se přihodí, vybírá informace, jež budou publiku předneseny jako zprávy. Každé rozhodnutí informovat o určité události je provázeno rozhodnutím neinformovat o jiných méně zajímavých či důležitých událostech. Také

³⁴ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost* [online]. Brno, 2008. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jiří Poláček, CSc. s. 17. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m/Diplomova_prace_-_kompletni_text.pdf

³⁵ SHERIDAN BURNSOVÁ, L. *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 15. ISBN: 80-7178-871-6.

publikum si uvědomuje, že zpravodajská média nepřinášejí vyčerpávající přehled, ale spíše výběr z každodenních událostí. Jestliže je nějaká událost vybraná ke zveřejnění, nevyhnutelně se tím zvyšuje její význam ve veřejné sféře,³⁶ ví i Sheridan Burnsová.

Dříve sice nebyly novinářské školy a obory v systému vzdělávání, ale začínající novináři se učili od svých zkušenějších kolegů přímo v praxi. Dnes se za novináře považuje každý absolvent žurnalistických oborů, třebaže praxí pořádně neprošel. Postavení sportovních novinářů, těžce za dlouhá léta vydobyté, nyní pošlapávají nejen bulvární média, ale také některé televizní stanice. V České republice například soukromá TV Nova, která do redakcí přibírá na posty redaktorů, reportérů, hlasatelů či moderátorů lidi, kteří o daném odvětví mnoho neví, ale dobře vypadají na obrazovce. Prosté publikum se spokojí s vizuální stránkou a nejde mu až tak o tu obsahovou. Naštěstí pořád existují média, která i ve sportovní žurnalistice vyznávají hlavně kvalitu a pravdivost. I když v dnešní době jde v rukou nadnárodních firem všem v první řadě o zisk.

2.3 Vliv a publikum psané sportovní žurnalistiky

O základních vlivech na novináře, ty sportovní nevyjímaje, bylo dost napsáno už v předchozí části práce, ovšem současná společnost je informacemi přehlčená a zákonitě musí pracovníky médií ovlivňovat z různých sfér, podobně jako následně média ovlivňují své příjemce v dalších postupech, náladách a rozhodování. Jak už bylo řečeno, profesionální novinář je zaměstnancem určité firmy, tedy konkrétně vydavatele či majitele média. Proto je pojem ‚svoboda slova‘ svázán určitými pravidly, která stanovují právě oni majitelé. Novinář si tedy nemůže jen tak psát, co se mu zamane. Vždy ho limituje nějaký vyšší zájem. „Úkolem moderního novináře je najít způsob, jak se vyrovnat s často protichůdnými profesními, komerčními a etickými úvahami, jež jsou často přítomny při vyhledávání a uveřejňování zpráv, a současně se nezpronevěřit představě žurnalistiky, která hraje významnou roli ve společnosti. Je to složitá práce – novinář se chce zavděčit šéfredaktorovi, zaměstnavateli, sobě a čtenářům,³⁷ všímá si

³⁶ SHERIDAN BURNSOVÁ, L. *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 75. ISBN: 80-7178-871-6.

³⁷ Tamtéž, s. 19.

nevědecké role žurnalisty Sheridan Burnsová.

Sociolog médií Brian McNair píše ve své knize *Sociologie žurnalistiky* o dalším klíčovém pojmu, který inkasoval v posledních letech dost těžko hojitelných ran, totiž o objektivitě: „Je zárukou kontroly kvality, jež od nás požaduje, abychom věřili, že předkládané texty jsou platné a věrohodné. Požadavek žurnalistické objektivitě samozřejmě apeluje na důvěru dokonce i tehdy, kdy nemusí být plně známy všechny skutečnosti o dané situaci. Dnes počítáme s tím, že objektivita – nebo přinejmenším snaha o ni – je samozřejmou součástí novinářské práce. Platí to do té míry, že si její přítomnost sotva uvědomujeme.“³⁸ Bohužel, ne vždy je objektivita v současné žurnalistice onou samozřejmou součástí novinářské práce. Často se z důvodu rychlosti a konkurenčního boje přebírají neověřené informace a snaha o objektivitu se dávno v řadě médií vytratila či minimálně upozadila.

Sheridan Burnsová se navíc obává další nepříjemné věci. A sice, že spoléhání na zdroje zpráv může vést až k manipulaci ovlivňující nastolování témat. Právě redakční vlivy tak vedou novináře k tomu, že vybírají zprávy, které se nejsnadněji vyhledávají a zpracovávají. Zároveň ale tato profesorka věří, že si zodpovědní pracovníci médií zachovávají přes veškeré tlaky nadhled a jistou míru kontroly. „Ve skutečnosti je ‚realita‘ pracovního života kteréhokoliv novináře určena spíše hodnotami, které vyznává konkrétní jedinec a organizace, pro níž pracuje,“³⁹ zakončuje trochu nadějněji Sheridan Burnsová.

McNair si přesto uvědomuje, že ovlivňování výběru zpráv, které se dostávají ke konzumentům médií, spočívá i v právě již zmíněné touze po zisku. Tedy je potřeba vybrat do článků takové informace, které médium prodají. „Stejně jako jiné zboží, musí mít text pro potenciální zákazníky užitnou hodnotu a směnnou hodnotu. Musí být funkční a žádoucí – to je skutečnost, která měla v nedávných desetiletích zásadní vliv na obsah, styl a podání žurnalistických výstupů. Ty musí vzájemně soupeřit o podíl na trhu.“⁴⁰

Klíčovým hráčem na trhu je pro média samozřejmě publikum. Bez příjemců jejich sdělení by neznamenal nic. Pro tištěná média jsou čtenáři nyní v konkurenci

³⁸ MCNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 68. ISBN: 80-7178-840-6.

³⁹ SHERIDAN BURNSOVÁ, L. *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 39. ISBN: 80-7178-871-6.

⁴⁰ MCNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 103. ISBN: 80-7178-840-6.

internetu důležitější než kdy předtím. Média samozřejmě zaujímají publikum svým obsahem, ale i obalem, způsobem podání a dalšími faktory. Při tom jedním z těch nejdůležitějších pro samotné médium ve vztahu k prodeji je reklama. Toho si je dobře vědom i Aleš Sekot z Fakulty sportovních studií Masarykovy univerzity v Brně, který svůj postřeh aplikoval konkrétně na sportovní stránky tištěných médií. Podle něj si inzerenti záměrně vybírají tuto oblast. „Důvodem je charakteristické publikum, které se zaměřuje právě na sportovní rubriku. Jsou to zpravidla muži mladšího či středního věku, průměrného či lehce nadprůměrného příjmu se zájmem o jistou svéráz dynamiky životního stylu,“⁴¹ vysvětluje Sekot.

Pro média je však velmi důležitá také odezva čtenářů. V době internetu je tato interakce mnohem snazší, protože publikum může reagovat okamžitě, například v diskuzi pod článkem. U tištěných médií se taková komunikace řeší pomocí dopisů, mailů či telefonátů. Důležitost zpětné vazby nepodceňuje ani Vojtěch Bednář: „Zpětná vazba publika patří k masovým médiím již od jejich počátků. V průběhu technologického vývoje masových médií od klasických tištěných k elektronickým se měnila jak míra zpětné vazby příjemců mediálních komunikátů směrem k médiím, tak i to, jakým způsobem se zpětná vazba projevuje na obsahu mediálního sdělení. V každém případě je na médiu, jak se zpětnou vazbou naloží,“⁴² píše Bednář v knize *Internetová publicistika*.

V pomyslném trojúhelníku komunikace jsou kromě sportovních novinářů a příjemců také samotní sportovci. S těmi to nemají novináři vždy jednoduché, naopak publikum je většinou zbožňuje. Na rozdíl od novinářů. Ti, když si dovolí napsat něco proti jejich oblíbenému klubu či hráči, hned jsou jasnými viníky všeho zlého a čtenáři jim nemůžou přijít na jméno. Dobrým příkladem takové nenávisti zapáleného fotbalového fanouška směrem ke sportovním novinářům je úryvek z knihy *Fotbalová fabrika* od Johna Kinga: „Neměl byste věřit všemu, co se píše v novinách. Ty chlapi, co píšou do novin, o tom vědí pěkný kulový. Celou dobu akorát chlastaj a vůbec se neobtěžujou vytáhnout paty z hotelovýho baru a zjistit, jak to doopravdy vypadá. Maj

⁴¹ SEKOT, A. *Sport a společnost*. 1. vyd. Brno: Paido, 2011, s. 158. ISBN: 80-7315-047-6.

⁴² BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, s. 20. ISBN: 978-80-247-3452-1.

strach. Když se do něčeho nechcete zaplést, nemusíte.“⁴³ To, že na tom něco bude, chce King, který problematiku fotbalových fanoušků a jejich prezentaci v médiích dobře zná, dokreslit na příběhu z druhé strany o několik stránek dál, kdy novinář Will Dobson hovoří k mladé kolegyni Jennifer Simpsonové: „Netvrdím, že se tu nepohybuje pár ostrých hochů, ale ti už vědí, jak se mají chovat, bohužel. Nejlepší věci jsem udělal uprostřed chuligánské éry. Stačilo jenom půl tuctu fotek a v podstatě nezáleželo na tom, co jste k tomu napsala. Tenkrát to bylo všechno velká sláva. Nemohla jste prohloupit. Ale to je nejspíš pokrok.“⁴⁴

Je pravda, že jde jen o ukázkou z beletrie, ale je na ní patrné, že spousta lidí, kteří sport sledují, si o novinářích nic dobrého nemyslí. I proto sepsal český pedagog František Brož netradiční sbírku úloh z českého jazyka s názvem: ‚Umíme číst sportovní zprávy?‘ V ní na tři sta případech úryvků sportovních zpráv ukazuje, jak by je publikum mělo pochopit. Formou testových úloh pak ověřuje pozornost čtenáře při předchozím výkladu. ‚Ve škole naučené znalosti a dovednosti lze zdokonalovat i jinak než s učebnicí českého jazyka v ruce - třeba právě na textech o sportu. Samozřejmě, řešení tematicky jednotných úloh přinese vždy někomu více zábavy a potěšení než jinému. V případě této sbírky si tedy přijdou na své zejména ti, kteří čtou noviny odzadu. To ale neznamená, že by sbírka byla určena pouze jim,‘⁴⁵ píše Brož v úvodu své knihy.

Ovšem i sportovci už si v posledních letech uvědomují, že potřebují, aby se o nich psalo a mluvilo. Chtějí se zviditelnit a v případě úspěchu se jim tato pozornost může vrátit. Třeba i v podobě nějakého sponzora. A především pak v divácké podpoře. Ta se při dobrých výsledcích dostavuje vždy. Jen je pak těžké si přízeň udržet. K tomu však mohou sportovcům dopomoci při dobrých vztazích právě média. Děkanovský definuje vrcholového sportovce jako člověka, který ‚provozuje zcela iracionální činnost. Musíme ale jedním dechem dodat, že tuto činnost provozuje maximálně racionálním a sofistikovaným způsobem. V této souvislosti poukazují někteří sociologové a teoretikové na fakt, že profesionalizace vrcholového sportu, jež učinila pro sportovce ze sportu činnost alespoň hmotně užitečnou, posouvá a degraduje

⁴³ KING, J. *Fotbalová fabrika*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o., 2003, s. 57. ISBN: 80-7257-978-9.

⁴⁴ Tamtéž, s. 67.

⁴⁵ BROŽ, F. *Umíme číst sportovní zprávy? (Netradiční sbírka úloh z českého jazyka)*. 1. vyd. Praha: Tauris, 2003, s. 7. ISBN: 80-211-0459-7.

samotný smysl hry.⁴⁶

Ovšem pro diváka a čtenáře je sport v dnešní době hlavně zábava. Proces, při němž se mísí informace se zábavou, se nazývá infotainment. „Pojem, který vznikl spojením anglických slov information = informace a entertainment = zábava, se užívá hlavně pro zpravodajské relace, kde tzv. zajímavost vytlačuje užitečnost informace pro občana,⁴⁷ vysvětluje pojem Encyklopedie praktické žurnalistiky.

Ne vždy ale slouží sport a jeho prezentace v médiích jen k těm radostným a příjemným událostem. Často je také zdrojem či příčinou konfliktů. Především, když média přilévají olej do ohně mezi dva znesvářené kluby či země. Například fotbal je v tomto ohledu velmi často zneužívaný fenomén. Britský spisovatel Simon Kuper dokonce procestoval celý svět, aby zjistil, jak moc fotbalové spory zasahují do životů obyvatel různých zemí. A ve své knize *Fotbal proti nepříteli* vše objasňuje hned v úvodu: „Má-li nějaká hra význam pro miliardy lidí, přestává být pouhou hrou. Fotbal nikdy není jenom fotbal: pomáhá zahajovat války a revoluce a fascinuje mafiány i diktátory. Tuto knihu jsem začal psát s nejasnou představou, jak to všechno chodí. Věděl jsem, že když v Glasgowě hraje Celtic a Rangers, v Ulsteru roste napětí, a že v roce 1988 polovina holandského obyvatelstva vyšla do ulic, aby oslavila vítězství své reprezentace nad Německem,⁴⁸ píše Kuper. A o sporu mezi Nizozemci a Němci, který má kořeny za druhé světové války, napsal celou následující kapitolu nazvanou ‚Fotbal je válka‘. Pro ukázkou z ní budou stačit jen klíčové úryvky: „Prozatím se lze s nejsilnější záští v evropském fotbale setkat na zápasech Holandska s Německem. Všechno to začalo v Hamburku, jedné letní noci roku 1988, kdy Holanďané porazili Němce 2:1 v semifinále mistrovství Evropy. Doma v Holandsku seriózní národ překvapil sám sebe: devět milionů Holanďanů, přes 60 procent obyvatelstva, vyšlo do ulic oslavovat. ‚Mám pocit, jako bychom tu válku přece jenom vyhráli,‘ prohlásil v televizi jeden bývalý odbojář.“ (...) „Willem van Hanegem, který hrál za Holandsko proti Německu ve finále mistrovství světa v roce 1974, pro deník *Vrij Nederland* prohlásil: ‚Celkově nemůžu říct, že Němci jsou mí nejlepší přátelé. Beckenbauer byl prima. Působil arogantně, ale to

⁴⁶ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty (Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové)*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008, s. 26. ISBN: 978-80-7363-131-4.

⁴⁷ OSVALDOVÁ B., HALADA J., at ed. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 80. ISBN: 80-85983-76-1.

⁴⁸ KUPER, S. *Fotbal proti nepříteli*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o, 2005, s. 16. ISBN: 80-7341-600-X.

prostě vycházelo ze stylu jeho hry. Všechno pro něj bylo jednoduché.‘ ,Co je na nich špatného?’ zajímal se reportér. ,Víte, samozřejmě mají špatné předky,‘ odpověděl Van Hanegem. Holandské slovo fout, jež znamená „špatný“, má rovněž specifický význam „špatný za války“. ,Nemůžou za to,‘ připomněl novinář. ,Možná ne,‘ odvětil Van Hanegem, ,ale to na skutečnosti nic nemění.“⁴⁹

Pro dokreslení situace si ještě ukážeme situaci, kdy se do stále živých ran pustí média. Nevraživost z obou světových válek trvá i mezi Angličany a Němci. John King ve své knize *Anglie hraje venku* píše o výjezdu anglických fanoušků do Berlína k přípravnému mezistátnímu utkání: „Jo, v Berlíně na sebe narazej dávní rivalové. Je načase ukázat jim, kam patří. Můžou si hrát na rozstřely na penalty, ale stejně se doopravdy počítá jen opravdovej boj.“⁵⁰ (...) „Díváme se na článek na titulní straně. Je v podstatě o tom, že Němci uzavřeli příměří mezi hlavními kluby fanoušků a chystají se na něco, čemu v novinách říkají ,chuligánská bitva století‘. Říká se tam, že nám Němci vzkazují, ať se tam ani neukazujem, protože jinak pojedem domů v rakvích. Novinám není jasné, na čí stranu se postavit, tak to berou všechno jedním vrzem. Na jednu stranu varují neonacistické anglické huligány, aby neničili Berlín a neterorizovali nevinné Němce, na druhou neonacistické německé huligány, aby nezabýjeli nevinné anglické fotbalové fanoušky. Není vůbec jasné, o čem mluví, ale v duchu nejlepších novinářských tradic dávají všechno za vinu nacistům. Jsou k smíchu. Takhle jim to prochází už roky. Už jen to slovo ,nacismus‘ jim prodává noviny.“⁵¹

Nejlépe by ale asi bylo, kdyby šlo vždy v první řadě o sport a na staré křivdy a problémy se zapomnělo. Na krásné řešení přišel Eduard Bass ve svém díle *Klapzubova jedenáctka* už před téměř sto lety. Bass při dialogu anglického krále se starým Klapzubou píše: „Pročpak se například místo vydržování ohromných armád nevypěstuje v každém národě dokonalé fotbalové mužstvo? Kdyby došlo ke sporu, jež by se nepodařilo odklidit smírnou cestou, nastoupilo by místo všech vojsk jedenáct hráčů z každé strany a ti by spornou otázku rozhodli.“ ,Kdyby pánbůh dal,‘ řekl starý Klapzuba dojatě. ,To by bylo Československo velmoc!“⁵²

⁴⁹ KUPER, S. *Fotbal proti nepříteli*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o., 2005, s. 16. ISBN: 80-7341-600-X..

⁵⁰ KING, J. *Anglie hraje venku*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o., 2006, s. 52. ISBN: 80-7341-742-1.

⁵¹ Tamtéž, s. 89.

⁵² BASS, E. *Klapzubova jedenáctka*. 7. vyd. Praha: Albatros, 1998, s. 101. ISBN: 80-00-00643-X.

2.4 Jazyk psané sportovní žurnalistiky

Sportovní žurnalisté referují o událostech z různých sportovních odvětví, při čemž každé z nich má specifická slovní označení pro řadu předmětů, situací či názvů. Většinou jde o specifické pojmenování například pomocí odborných, profesních či slangových výrazů. Jazykové prostředky psané sportovní žurnalistiky tak vyžadují od příjemců sdělení dobrou znalost významu takových slov.

Ivana Svobodová v knize *Čeština, jak ji znáte i neznáte* ke specifické práci sportovního novináře podotýká: „Mezi základní, jedinečné rysy sportu patří dynamičnost, dramatičnost, napětí, překvapivé okamžiky a zvraty. Na druhé straně také výskyt situací, které se opakují a které jsou regulovány určitými, předem dobře známými pravidly. To vše se pochopitelně odráží i v jazykovém projevu sportovního reportéra.“⁵³

Už samotné zpravodajství ze sportovních akcí je jazykově odlišné od běžného typu zpráv v jiných oblastech. Výrazy, které by byly například v politickém či ekonomickém zpravodajství nemyslitelné, na sportovních stránkách tištěných médií procházejí. Toho si všímá také Kateřina Havránková ve své diplomové práci *Jazykové prostředky fotbalové žurnalistiky v deníku Mladá fronta DNES*. „Jedním z důvodů složitého rozdělení zpravodajství a publicistiky je přehnaná expresivita ve zpravodajských článcích, která často nabývá subjektivního, hodnotícího charakteru.“⁵⁴

Miloš Mlčoch z Univerzity Palackého v Olomouci studuje oblast sportovní žurnalistiky dlouhodobě a ve své práci *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky* navazuje na slova o tom, že ve sportu vznikají určité situace, které se i vlivem předem daných pravidel opakují. Novináři mají pro takové opakující se události také určité výrazové prostředky, které zákonitě užívají znovu a znovu. Jde o různé ustálené termíny či fráze, které žurnalisté používají automaticky. „Pokud chceme charakterizovat jazyk žurnalistiky, je na místě zmínit některé specifické rysy žurnalistiky. Je to především periodicita, která se v jazyce projevuje mimo jiné

⁵³ ČMEJRKOVÁ, S. et al. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996, s. 174. ISBN: 80-200-0589-7.

⁵⁴ HAVRÁNKOVÁ, K. *Jazykové prostředky fotbalové žurnalistiky v deníku Mladá fronta DNES (se zaměřením na zápasy národní reprezentace)*. [online]. Brno, 2006. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jiřina Salaquardová. s. 40. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/66609/fss_m/

modelovostí a automatizací vyjadřovacích prostředků. Pro novinářský jazyk je typický stereotyp v používání větných celků,⁵⁵ upřesňuje Mlčoch.

Dalším typickým znakem sportovní žurnalistiky kromě periodicity je podle Mlčocha také aktuálnost. Za takové jevy lze kupříkladu označit slovní spojení jako (pokutový kop či postavení mimo hru). „Aktuálnost, která se z jazykového hlediska projevuje zejména v lexikální rovině (jazyk žurnalistiky reaguje na nové skutečnosti a jevy pružněji než např. jazyk umělecké prózy). Redakce vycházejí vstříc čtenářskému vkusu a této skutečnosti se přizpůsobuje výběr jazykových prostředků,⁵⁶ píše dále Mlčoch.

Mezi další projevy sportovní žurnalistiky můžeme zařadit nepřímé pojmenování, tzv. tropy. Podle Terezy Jelínkové k tomu mají novináři zabývající se sportem jasný a zřejmý důvod. „Čtenáře, případně posluchače nebo diváka, by asi nezajímal suchý výčet faktů o utkání nebo jen prosté komentování toho, co se na hřišti právě děje. Jazyk sportovní žurnalistiky musí být barvitý, aby vystihoval pokud možno přesně situaci, která se před sportovním žurnalistou odehrává. (...) Sportovní žurnalistika po používání takových prostředků přímo volá. A tak se v novinách, případně i v televizi nebo rozhlasu, setkáváme s obrovským množstvím metafor, přirovnání, metonymií, personifikací a dalších tropů. Mimo ně je sportovní žurnalistika specifická používáním slangových slov, neologismů, expresivních slov, ironie nebo nespisovných jazykových prostředků apod,⁵⁷ vyjmenovává Jelínková.

Kromě toho sportovní novináři často při zajímavých a velmi sledovaných zápasech či událostech využívají ve svých materiálech toho, že jsou například soupeři a jejich fanouškovské tábory dlouhodobě znesvářené. Rivalita je výborným hnacím motorem pro psaní zajímavých článků, které navíc podporují emoce na obou stranách. Na tuto skutečnost upozorňují také Liz Crolleyová a David Hand v knize *Football, Europe and the Press*: „Jazyk, zejména v tištěných médiích, nemůže být nikdy nudný, z již osvědčených důvodů, kdy se obvykle používají působivé obrázky a texty jsou spíše

⁵⁵ MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc : SDV FF UP Olomouc, 2002, s. 12. ISBN 80-244-0397-8.

⁵⁶ Tamtéž, s. 13.

⁵⁷ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost* [online]. Brno, 2008. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jiří Poláček, CSc. s. 33. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m/Diplomova_prace_-_kompletni_text.pdf

důrazné a útočné, než jemné a decentní. Tištěná média tak činí proto, že už mají bohaté zdroje inspirací z existujících a již dříve definovaných podob oblastní a regionální identity příjemců sdělení, zejména při místní či regionální rivalitě.^{58,59}

Nelze opomenout ani fakt, že celá řada slov užívaných v textech i mluvě sportovních novinářů pochází z angličtiny. Běžné výrazy pro určité předměty či situace se přejímaly například ve fotbale, tenise či hokeji už na počátku 20. století. Je to přirozeně dáno tím, že tyto sporty vznikly v anglicky mluvících zemích. Po roce 1948 bylo toto užívání z ideologických důvodů velmi omezeno a pro mnoho označení se našly české ekvivalenty, ovšem po revoluci v roce 1989 se opět uvolnila cesta pro přejatá slova, která novinářům pomáhají především pro vyjádření synonym, která se v řadě případů v češtině nedostávají. Například dvojí označení (brankář a gólman, útok a ofenziva či trenér a kouč) jsou už nyní naprosto běžná a pro každého srozumitelná.

Jiří Fišara ve své bakalářské práci nazvané *Vliv angličtiny na jazyk komunikátů sportovní žurnalistiky v průběhu 20. století* objasňuje z grafického pohledu dva základní způsoby, jak se anglicismy do češtiny dostaly „Základem je buď původní grafická podoba a té se později přizpůsobuje česká výslovnost (fotbal, volejbal, basketbal), nebo je základem původní fonetická podoba, podle které se potom vytvoří česká pravopisná podoba (hokej, ofsajd).“⁶⁰

Fišara také nabízí faktory, které používání cizích slov, zejména těch z angličtiny, ovlivňují. Kromě již zmíněné potřeby synonym pro české výrazy může jít také o utváření osobitého stylu autora, v dalším případě je to z toho důvodu, že čeština pro taková slova ekvivalenty nemá a posledním faktorem je specifikace práce novináře, který často musí psát pod tlakem a v rychlosti. Na žádné velké vymýšlení tak není čas.⁶¹

V neposlední řadě je potřeba si uvědomit, že mnoho současných textů, zejména na internetu, nepíší odborníci. Kvalita pravopisu a jazykové vybavenosti tak v poslední

⁵⁸ „The language of the print media in particular which can never be dull, for reasons already explored, typically plays with strong images and deals in the emphatic and the striking rather than the subtle and the understated. Print media discourse finds, therefore, a rich source of inspiration in pre-existing, already defined, local and regional identities and, in particular, in marked local and regional antagonisms.“

⁵⁹ CROLLEY, L., HAND, D. *Football, Europe and the Press*. 1st ed. London: Frank Cass Publishers, 2002, s. 7. ISBN: 0-7146-4957-0.

⁶⁰ FIŠARA, J. *Vliv angličtiny na jazyk komunikátů sportovní žurnalistiky v průběhu 20. století* [online]. Olomouc, 2008. [cit. 2013-03-14]. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D. s. 20. Dostupné z: <http://theses.cz/id/1mhigp/51000-622198643.pdf>

⁶¹ Tamtéž, s. 24.

době hodně klesla. Miloš Mlčoch proto našel čtyři důvody. „1. Odchod zkušených žurnalistů po roce 1989 (někteří se později vrátili) a příliv nových redaktorů, převážně mladých lidí bez potřebné kvalifikace. 2. Změna pravidel pravopisu z roku 1993 a neochota některých deníků akceptovat je v plné míře. 3. Značné zvětšení rozsahu novin. 4. Potřeba přinášet aktuální zprávy, některé články proto neprojdou korekturou.“⁶²

Dá se tedy říct, že jazyk sportovní žurnalistiky se vyvíjí neustále. Novináři se stále snaží vyhledávat nové možnosti použití slov, aby se neopakovala běžně užívaná ustálená spojení a fráze. Na druhou stranu mají tuto tvořivost a iniciativu ztíženou faktem, že musí své příspěvky doručovat k publiku co nejrychleji, a tak většinou není čas vymýšlet neotřelá slovní spojení, ale je třeba se spokojit se zafixovanými výrazy a jazykovými prostředky.

⁶² MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc : SDV FF UP Olomouc, 2002, s. 25. ISBN 80-244-0397-8.

Praktická část

3. VÝZKUMNÁ A ANALYTICKÁ FORMA ZPRACOVÁNÍ MISTROVSTVÍ EVROPY MAGAZÍNEM HATTRICK

V praktické části se práce přímo zabývá přípravou a zpracováním fotbalového mistrovství Evropy 2012 tištěnou verzí časopisu HATTRICK, ale také serverem HATTRICK.cz. Hlavními cíli je zjištění, zda je pro událost takového významu nutné vydávat speciální čísla, co všechno by měla obsahovat, a zda se HATTRICKu podařilo naplnit očekávání čtenářů. Zajímavými aspekty jsou jak samotná příprava a následné zpracování těchto čísel, tak i podoba webového portálu HATTRICK.cz během turnaje včetně jeho návštěvnosti. Proto práce spojuje obsahovou analýzu s expertními rozhovory zainteresovaných osob, kteří se na tvorbě magazínu podíleli. V neposlední řadě se zaměřuje také na porovnání HATTRICKu s konkurenčními tištěnými médii s reakcemi zástupců těchto periodik.

3.1 Metodika a hypotézy

Forma expertních rozhovorů s šéfredaktorem časopisu HATTRICK Pavlem Procházkou a redaktorem Janem Hrabálkem byla záměrně zvolená pro objasnění určitých faktů, metod zpracování i podrobností k tištěným verzím časopisu zabývajících se fotbalovým ME 2012. Obsahová analýza je tedy přímo u jednotlivých témat doplněna o reakce obou autorů. Pro kapitolu ohledně serveru HATTRICK.cz bylo využito expertního rozhovoru s jeho šéfedítorem Petrem Haškem.

V závěrečném oddíle tvůrčí části se práce zaměřuje na konkurenční média, která měla k evropskému šampionátu také své speciály, tedy především před jeho startem. Konkrétně jde o časopis Sport Góóól!, magazín Pro Football a deník Mladá fronta DNES. Rozebírají se shodné i odlišné prvky jejich speciálů oproti vydání HATTRICKu a prostor pro vyjádření ohledně tvorby i zpracování dostávají také zástupci konkurenčních médií.

Poměrně velké množství tištěných médií v České republice, především pak

celostátní deníky, ale také sportovně laděné časopisy, se snaží před velkými akcemi typu fotbalové ME či MS, případně před olympijskými hrami, vydat přehledný speciál, který se takové události zcela věnuje. Na poměry české čtenářské obce a v kombinaci s možnostmi dozvědět se vše podstatné na internetu se však zdá, že těchto speciálních vydání je na trhu až příliš. Je tedy otázka, zda se všechny užijí?

3.2 Profily expertů

Pavel Procházka - šéfredaktor magazínu HATTRICK



Po absolvování Fakulty žurnalistiky na Univerzitě Karlově pracoval od října roku 1983 jako redaktor deníku Sport/dříve Českolovenský sport. O rok později složil na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy také rigorózní zkoušku a získal titul PhDr. V roce 1991 působil ve sportovním oddělení Lidových novin, od roku 1993 byl opět ve fotbalovém oddělení deníku Sport. Od roku 1997 do června roku 2006 byl téměř deset let zástupcem šéfredaktora deníku Sport pro fotbal. Od července 2006 do konce roku 2008 se v rámci vydavatelství Ringier přesunul na pozici šéfredaktora tehdy nejčtenějšího pražského (bezplatného) deníku 24 HODIN. V roce 2009 se stal regionálním šéfredaktorem týdeníku Sedmička vydavatelství Mladá fronta. Od února roku 2010 je šéfredaktorem magazínu HATTRICK.

Pracoval mimo jiné i ve vedení Klubu sportovních novinářů ČR a v radě Syndikátu novinářů ČR. Publikuje také v jiných periodikách – Mladá fronta Dnes, Hospodářské noviny či na serveru eFotbal.cz. Působí občas i v televizi a rozhlase jako expert. Je také spoluautorem řady odborných knih. V mládí hrával aktivně basketbal.⁶³

⁶³ Viz příloha č.1.

Jan Hrabálek - redaktor magazínu HATTRICK



Jan Hrabálek pracoval po studiích v letech 1980-1987 jako externista v denících Mladá fronta a Lidová demokracie. Další tři roky byl zaměstnán v Československém Sportu v brněnské redakci. V letech 1990-1994 pracoval ve sportovní redakci Lidové demokracie. Následujících patnáct let opět působil v deníku Sport, jako vedoucí filiální redakce v Brně. V roce 2010 si krátce vyzkoušel angažmá v periodiku Naše adresa, ovšem o pár měsíců později už zamířil do měsíčníku Hattrick, kde pracuje dosud. Kromě fotbalu psal dříve také hlavně o volejbalu, plavání a triatlonu. Zúčastnil se celé řady světových i evropských šampionátů v těchto sportech, ale i dalších soutěží.⁶⁴

Petr Hašek - šéfreditor serveru HATTRICK.cz



S nástupem na gymnázium v roce 2004 se zároveň stal externím sportovním redaktorem v Berounském deníku, později začal spolupracovat s fotbalovým portálem eFotbal.cz, vyzkoušel si také práci v deníku Sport. Po střední škole zamířil na Univerzitu Jana Amose Komenského, kde úspěšně zakončil tříletý obor Sociální a mediální komunikace. Při studiu pracoval jako sportovní redaktor regionálního čtrnáctideníku Náš REGION a na jaře roku 2010 se stal šéfreditorem portálu HATTRICK.cz, kde působí dosud. Externě spolupracuje se středočeskou a pražskou mutací deníku MF DNES.⁶⁵

⁶⁴ Viz příloha č.2.

⁶⁵ Viz příloha č.3.

4. PŘÍPRAVA TIŠTĚNÝCH VERZÍ ČASOPISU HATTRICK PŘED MISTROVSTVÍM EVROPY

Následující kapitola se pokusí nastínit, jak obtížné je rozmyslet a připravit při měsíční periodicitě časopisu co nejkvalitnější servis pro čtenáře před začátkem tak významné události, jakou je mistrovství Evropy. Kromě článků v jarních číslech, které se určitým způsobem už šampionátu dotýkaly, bylo vše důležité nasměrováno do červnového speciálního čísla k ME. Část kapitoly je věnována také inzertnímu hledisku, které je pro tištěný magazín velmi důležité.

4.1 Teoretická příprava na základě faktů

Fotbalové mistrovství Evropy se už od toho prvního v roce 1960 (první dva turnaje se hrály pod názvem Pohár národů) koná každé čtyři roky. Letos se tedy konal již 14. evropský šampionát a naposledy se ho zúčastnilo šestnáct týmů. Za čtyři roky ve Francii už bude startovat 24 národních celků starého kontinentu.⁶⁶ O tom, že se EURO 2012 uskuteční v Polsku a na Ukrajině, rozhodli zástupci Evropské fotbalové unie (UEFA) už v dubnu roku 2007.⁶⁷

Dalším klíčovým termínem pro česká média byl 15. listopad roku 2011. Tehdy česká reprezentace porazila v odvetě baráže o postup na šampionát Černou Horu 1:0 a po domácí výhře 2:0 postoupila na ME.⁶⁸ Posledním důležitým datem byl 2. prosinec stejného roku. Tehdy se totiž v Kyjevě losovaly základní skupiny finálového turnaje. Český tým byl naložován do skupiny A s domácím Polskem, Ruskem a Řeckem. Mnohým tuzemským novinářům usnadnil později práci fakt, že los Čechům přiřkl všechny zápasy skupiny do Vratislavi, která leží kousek za českými hranicemi.⁶⁹

⁶⁶ *UEFA.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.uefa.com/uefaeuro/finals/index.html>

⁶⁷ *UEFA.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20070521080359/www.uefa.com/uefa/keytopics/kind=4194304/newsid=528963.html>

⁶⁸ *UEFA.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20130215060244/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/round=2000113/match=2008830/index.html>

⁶⁹ *UEFA.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20120106042818/http://www.uefa.com/uefaeuro/news/newsid=1725325.html>

Od té doby tak mohla specializovaná média po celé Evropě připravovat vydání svých periodik, protože většina základních informací o ME byla známých. Ani magazín HATTRICK nezhálel. „Už od začátku kalendářního roku jsme naplánovali čísla, která se vztahovala k mistrovství Evropy. Některé rubriky už v těch prvních číslech z kraje roku byly k šampionátu nasměrované. Například rubrika Hattrickář se jmenovala (Euro)Hattrickář a odpočítávala už od února dny do startu ME. Nebo se do jiných rubrik vybírali hráči, u nichž bylo velmi pravděpodobné, že budou na EURO nominováni,“⁷⁰ vysvětluje šéfredaktor časopisu Pavel Procházka.

4.2 Inzertní a finanční hlediska časopisu u příležitosti mistrovství Evropy

Fotbalové mistrovství Evropy v Polsku a na Ukrajině se hrálo v termínu od 8. června do 1. července 2012.⁷¹ Vrchol příprav podkladů tedy nastal v médiích v květnu. HATTRICK zareagoval na blížící se šampionát v květnovém čísle po svém, i co se týče inzerce. Na titulní straně jsou zachyceni čeští fotbalisté Ladislav Krejčí, Theodor Gebre Selassie a Václav Pilař v trikách Nike a ve spodní části strany je k fotografii hlavní titulek: „VELKÁ SOUTĚŽ HATTRICKU. Kdo z této trojice pojede na EURO 2012?“⁷² Uvnitř čísla je pak na straně sedm stejná fotografie s doprovodným textem: „Velká soutěž magazínu HATTRICK o originální dresy Nike. Kteří hráči z tria Theodor Gebre Selassie, Ladislav Krejčí a Václav Pilař budou nominováni na ME 2012? Podrobnosti čtěte a soutěžte na www.hattrick.cz/soutez.“⁷³

Obvykle se na titulní straně časopisu objevuje ústřední postava čísla, tentokrát šlo však čistě jen o reklamní účely. V samotném časopisu čtenáři nenašli žádný obsáhlejší materiál o zmíněné trojici mladíků, jen odkaz na webové stránky, kde probíhá soutěž. Navíc čtenáři neměli šanci nominaci hráčů ovlivnit. Tu tvořil trenér Michal

⁷⁰ Viz příloha č.1.

⁷¹ *UEFA.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20130215064637/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/all/index.html#>

⁷² *HATTRICK*. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 5, s. 1. ISSN: 1212-6756.

⁷³ Tamtéž, s. 7.

Bílek a z vybrané trojice nakonec na ME nejel jen Krejčí.⁷⁴

Majitel magazínu však má s firmou Nike lukrativní smlouvu, a tak toho chytrým marketingovým tahem využil. Paradoxní je i fakt, že česká reprezentace má jako dodavatele dresů a oblečení firmu Puma.⁷⁵

Obrázek 1: Titulní strana květnového vydání magazínu HATTRICK⁷⁶



Nutno dodat, že stejnou taktiku zvolil magazín HATTRICK také v letním speciálu po skončení mistrovství Evropy, kdy je na titulní straně vyfoceno pět hráčů Španělska, které EURO vyhrálo, opět v trikách Nike.⁷⁷ I Španělé při tom mají v národním týmu jiného sponzora, co se týče oblečení, a sice společnost Adidas. „Máme spolupráci s Nike, takže přestože hraje španělská reprezentace v dresech značky Adidas, dali jsme na obálku její hráče v trikách Nike. Obecně platí, že kolem ME je i zájem

⁷⁴ UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20130117151448/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/teams/team=58837/index.html>

⁷⁵ Fotbal.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://nv.fotbal.cz/scripts/detail.php?id=64111&tmplid=1440>

⁷⁶ Zdroj: HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 5, s. 1. ISSN: 1212-6756.

⁷⁷ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 1. ISSN: 1212-6756.

inzerentů pochopitelně větší. Navíc, když tam hraje český tým. Tato čísla jsou za celý rok tedy i finančně nejúspěšnější,⁷⁸ vysvětluje strategii Procházka. Hráči v trikách či dresech od firmy Nike jsou však na první straně časopisu HATTRICK velmi často a rozhodně nejde o náhodu. Vždyť právě titulní strana v tištěných médiích prodává nejvíce.

A vzhledem k zaměření na EURO si mohli majitelé magazínu HATTRICK dovolit také zdražení předturnajového speciálu oproti předchozím číslům o deset korun na 69 Kč. Dalo se totiž očekávat, že čtenáři budou chtít mít speciál doma a prodejnost vzroste. V dalších měsících už cena magazínu zůstala na oné vyšší částce.⁷⁹

4.3 Praktická příprava redakce časopisu

V květnovém čísle však už mohli čtenáři některé články či materiály věnované alespoň částečně mistrovství Evropy najít. Například závěr rozhovoru s útočníkem Liberce Jiřím Štajnerem, který měl na jaře dobrou formu a dovedl svůj tým k mistrovskému titulu, se šampionátu týkal. Například na dotaz: „Kam pojedete letos na dovolenou?“ odpověděl Štajner: „S rodinou plánujeme čtrnáct dní u moře. Vypadá to, že bychom se mohli podívat do Turecka. Chtěl bych, abych toho volna měl letos ale co nejméně, což by znamenalo, že budu nominovaný na EURO.“⁸⁰ Nakonec reprezentační trenér Bílek Štajnera na turnaj nevezl, což bylo velké překvapení.⁸¹

Historii evropských šampionátů připomněl redaktor Jan Hrabálek ve speciálu o nejlepších hráčích dosavadních třinácti ME nazvaném ‚Třináct hvězd na evropském nebi‘. Kromě základních informací o vybraných hráčích a jejich komentářích k turnaji přidal autor jako zajímavost také rámečky ‚Co se stalo v tomto roce?‘ V nich se mohli čtenáři dozvědět o tom, co se v daném roce dělo důležitého v tuzemsku i zahraničí. Druhá polovina rámečků byla o tom, jak Československo, později Česká

⁷⁸ Viz příloha č.1.

⁷⁹ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 6, s. 1. ISSN: 1212-6756.

⁸⁰ ŠVEC, M. Švejk by si zase troufl i na bundesligu. HATTRICK. 2012, roč. 14, č. 5, s. 10-16. ISSN: 1212-6756.

⁸¹ UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:

<http://web.archive.org/web/20130117151448/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/teams/team=58837/index.html>

republika o ten který šampionát bojovalo, případně, jak si na turnaji vedlo.⁸²

Přínosný byl také rozhovor magazínu HATTRICK s výkonným ředitelem stanice ČT Sport Jiřím Ponikelským o tom, jak měla Česká televize naplánované vysílání z ME. „Kdyby ale Češi na EURO 2012 nepostoupili, nejspíš by žádná česká televizní stanice fotbalový evropský šampionát letos nevysílala,“⁸³ řekl například Ponikelský. Následovala celá stránka o komentátorech a redaktorech ČT, kteří se o servis ze šampionátu starali. Zajímavostí je, že zdrojem pro tyto údaje měly být stránky České televize, přesto je u redaktora a reportéra Vlastimila Vláška uvedeno křestní jméno Vladimír.⁸⁴

Následné rubriky „Kartotéka“ (Manuel Neuer a Juan Mata) a „Idol“ (Sergio Ramos) se věnovaly hráčům, kteří na šampionátu startovali. Stejně tak velký plakát španělského útočníka Fernanda Torrese. Vše směrem k šampionátu završuje v květnovém čísle již zmíněný (Euro)Hattrickář.⁸⁵

4.4 Zpracování předturnajového speciálu

Fotbalový měsíčník, jako je HATTRICK, vydává před každým evropským či světovým šampionátem speciál věnovaný nadcházejícímu turnaji. Na něm museli redaktoři dělat už několik týdnů před vydáním. „Sešli jsme se na poradě s šéfredaktorem Pavlem Procházkou zhruba pět týdnů před začátkem ME. Při plánování jsme vycházeli z předchozích modelů speciálů před velkými soutěžemi. Tady se těžko dá vymyslet něco úplně nového, čtenář vyžaduje jasného a srozumitelného průvodce s kompletním servisem. Ten jsme se snažili nějak oživit, dát mu trochu jiný rozměr například cenou hráčů podle serveru transfermarkt.de, nebo pohledem numeroložky na české hráče,“⁸⁶ vzpomíná na tvorbu speciálu zkušený redaktor Jan Hrabálek.

Podobného názoru je i šéfredaktor Procházka: „Já myslím, že jsou všechny tyto speciály podobné. Buď vsadíte na to, že jste první, ale tím pádem jsou tam nepřesnosti a

⁸² HRABÁLEK, J. Třináct hvězd na evropském nebi. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 5, s. 26-32. ISSN: 1212-6756.

⁸³ PROCHÁZKA, P. EURO 2012 V ČESKÉ TELEVIZI. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 5, s. 37-38. ISSN: 1212-6756.

⁸⁴ *HATTRICK*. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 5, s. 40. ISSN: 1212-6756.

⁸⁵ Tamtéž, s. 42, 43 a 51.

⁸⁶ Viz příloha č.2.

ne zcela aktuální věci, nebo pak můžete vymyslet něco neobvyklého. Například my jsme dali tržní cenu všech hráčů. Nebo můžete najít zajímavé vyjádření trenérů či hráčů k jednotlivým týmům. Něco, čím magazín ozvláštníte. Třeba grafem, jak dopadly jednotlivé týmy na všech ME do současnosti. Ale měl jsem k dispozici i zahraniční guidy a v podstatě se všechny celkem shodují.⁸⁷

Jejich kolega Marek Brodský vyrazil už v květnu přímo do Vratislavi, kde odehráli Češi všechny tři zápasy ve skupině, aby přiblížil fanouškům město z různých pohledů. Tedy něco o historii města, o dopravě, památkách, ubytování či fanouškovských zónách. Fotopříloha pak doporučovala čtenářům, co by měli rozhodně ve Vratislavi navštívit.⁸⁸ „Prostě to byl kompletní servis. Dokonce jsme ho chtěli mít už v květnovém čísle s mapou od organizátorů, ale oni ji ještě neměli schválenou od policie, tak se to nakonec celé zbrzdilo. Nebylo totiž třeba ještě jasné, kde budou fanzóny,⁸⁹ vysvětluje zpoždění Procházka.

Přesto se redakce HATTRICKu může pyšnit velmi zdařilým speciálem. Už proto, že čekala s uzávěrkou až do 1. června, kdy už byly jasné konečné nominace všech týmů na EURO. Magazín tak mohl nabídnout kompletní soupisky i s konkrétními čísly všech hráčů, což jiná periodika, která vydala svého průvodce šampionátem už dříve, nemohla. „Sehnat všechna čísla bylo dost složité. Hledali jsme je různě po webech národních asociací a v případě Nizozemska jsem na jejich svaz dokonce volal. Proto jsme i tu uzávěrku drželi, co nejdéle to šlo. Některá konkurenční média vsadila na to, že budou mít speciál před EURO co nejdříve, ale neměla aktuální soupisky a rozhodně nemohla mít čísla dresů. Potíž byla také s fotografiemi jednotlivých týmů. Nebylo totiž úplně jednoduché je sehnat z různých agentur. Některé celky se vyfotily aktuálně kompletní, někde máme jen jedenáctky z přípravných zápasů. Čtenáři nám pak trochu vytýkali, že to není jednotné, ale chtěli jsme, aby měli týmy co nejvíce aktuální, i když to nakonec vypadá trochu nesourodě,⁹⁰ uvedl Procházka.

HATTRICKu se podařila u celostránkových plakátech týmů také nechtěná chyba. Místo celku Ruska totiž uveřejnil magazín foto Andorry z říjnového

⁸⁷ Viz příloha č.1.

⁸⁸ BRODSKÝ, M. Vratislav – kus Česka uprostřed Polska. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 6, s. 22-25. ISSN: 1212-6756.

⁸⁹ Viz příloha č.1.

⁹⁰ Viz příloha č.1.

kvalifikačního duelu v Rusku.⁹¹ Redakce vše napravila v následujícím čísle, kdy se na plakátu objevila ruská jedenáctka přímo z duelu základní skupiny evropského šampionátu proti České republice. Na protější straně je právě český tým ze stejného utkání.⁹²

Zmíněný speciál k ME 2012 měl HATTRICK do červnového čísla vložený a jako takový měl 32 stran. Dal se tedy vyndat a čtenářům mohl posloužit i samostatně. Kromě aktuálních soupisek všech účastníků, fotografií týmů, geografických i fotbalových zajímavostí o zemích přidali redaktoři také ‚Hvězdu týmu‘, ‚Cestu na šampionát‘, ‚Tip HATTRICKu‘ na umístění, program týmů a klíčové výroky trenérů jednotlivých celků.

Český tým byl podrobně rozebrán na předních stranách časopisu i s prognózou numeroložky Martiny Blaženy Boháčové. Navíc na maxi plakátu byla česká reprezentace a brankář Petr Čech. Dále mohli čtenáři v červnovém čísle najít informace o stadionech, na nichž se ME hrálo, přehled hlavních rozhodčích, přehlídku fanoušků či anketu o evropských šampionátech.⁹³

Zajímavým bonusem pak byl rozhovor s bývalým reprezentantem Radkem Drulákem, který v průběhu kvalifikace současný český národní tým ostře kritizoval. Reprezentanti pak po postupu na šampionát někdejšího útočníka vulgárně uráželi. Proto se Drulák rozhodl, že po této aféře už rozhovory k národnímu týmu dávat nebude. Pro HATTRICK udělal výjimku. „Když budeme hrát blbě, tak mi bude volat dvacet novinářů a budou čekat, že Drulák zase řekne nějakou perlu. Ale klidně mohou zavolat i v případě, že český tým bude postupovat a hrát jako z partesu. Já vůbec nemám problém někoho pochválit, ale musí být za co. Ale pokud někdo zavolá, tak si vyberu, komu co řeknu,“⁹⁴ uvedl Drulák v červnovém čísle před šampionátem.

Díky velkému ohlasu využil magazín HATTRICK stejného experta i pro letní speciál po šampionátu, kde Drulák vystoupení českého týmu hodnotil. „Předně musím říct, že s Radkem se znám dlouhá léta a máme spolu velmi dobrý vztah na bázi novinář-hráč. Bez této vzájemné důvěry by rozhovor nikdy nevznikl, Radek se totiž zařekl, že

⁹¹ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 6, s. 32. ISSN: 1212-6756.

⁹² HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 54 a 55. ISSN: 1212-6756.

⁹³ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 6. ISSN: 1212-6756.

⁹⁴ HRABÁLEK, J. Drulák ho má! Nadhled! Aneb národ mi dal za pravdu. HATTRICK. 2012, roč. 14, č. 6, s. 14-18. ISSN: 1212-6756.

po kauze návratu reprezentace z Černé Hory už rozhovory dávat nebude. Přemluvil jsem ho, seděli jsme spolu dlouho na kávě v Olomouci a tak vznikl první rozhovor – před ME. Měl mimořádné ohlasy, jak u čtenářů, tak i u odborné veřejnosti, proto jsme po dohodě přistoupili na druhý rozhovor – po šampionátu,⁹⁵ vysvětlil okolnosti tohoto záměru časopisu autor obou rozhovorů Jan Hrabálek.

⁹⁵ Viz příloha č.2.

5. ZPRAVODAJSTVÍ Z MISTROVSTVÍ EVROPY NA SERVERU HATTRICK.CZ

Server magazínu HATTRICK.cz připravil pro evropský šampionát speciální rubriku EURO 2012, v níž mohli čtenáři najít veškeré články věnované turnaji, který se konal v Polsku a na Ukrajině i za účasti české reprezentace. Články v této rubrice jsou zařazeny už od listopadu roku 2011, ovšem hlavní nápor materiálů začal v průběhu května. „Už zhruba měsíc před startem šampionátu byly na web postupně zařazovány rozpis zápasů, profily týmů a přehled stadionů. Články týkající se turnaje se na webu začaly pravidelně objevovat zhruba dva týdny před jeho startem,“⁹⁶ upřesnil šéfredaktor serveru HATTRICK.cz Petr Hašek.

5.1 Typy zpracování a rubriky použité na serveru HATTRICK.cz během ME

Kromě běžných zpravodajských a statistických článků z turnaje se na serveru HATTRICK.cz objevovaly také fotografie a videa z tréninků i zápasů či publicistické materiály redaktorů k aktuálním problémům a kauzám během mistrovství, které vždy měly předponu EURO. Nejčastěji šlo o EURO BLOG, ale k přečtení byli také EURO PROBLÉM, EURO ZAJÍMAVOST či EURO POZNÁMKA.

„To si zase pánové a dámy z UEFA rochnili, jak to rozhodčím a jejich asistentům na EURO 2012 jde. Až musel přijít zápas Ukrajiny s Anglií (0:1), v němž pět maďarských sudích, včetně brankových ‚specialistů‘, nevidělo, že míč ve druhé půli evidentně skončil za čarou anglické branky, a definitivně tak vyřadilo i druhou pořadatelskou zemi. Co se ještě musí stát, aby ve 21. století konečně bylo zavedeno (po ledním hokeji, ragby, tenisu, atd.) i do fotbalu video? Jako protiargument se zase vytáhne přihlouplá věta o tom, že fotbal je hra chyb a že to je na něm krásné. A že ukrajinské akci stejně předcházela ofsajd, takže je vlastně dobře, že gól neplatil. Omyl. Tohle dokazuje jen skutečnost, že video pouze pro brankové situace, jak ho prosazuje

⁹⁶ Viz příloha č.3.

Mezinárodní fotbalová federace (FIFA), nestačí! Sled chyb v utkání Ukrajina - Anglie dokázal, že je třeba video používat i pro ofsajdové a penaltové situace,⁹⁷ napsal například o posledním utkání v základních skupinách v jednom z komentářů šéfredaktor magazínu HATTRICK Pavel Procházka.

Nedílnou součástí internetového zpravodajství z ME byly postřehy z duelů českého týmu přímo z místa dění. Na serveru HATTRICK.cz se však jako lákadlo objevily třeba i fragmenty z již zmíněného rozhovoru s Radkem Drulákem připravovaného pro tištěný časopis. Ten také už před šampionátem posloužil i pro web profily stadionů a týmů.⁹⁸

Kromě řady domácích i zahraničních serverů či tištěných médií se redaktoři serveru spoléhali hlavně na zpravodajství tiskové agentury MEDIAFAX, která ještě během evropského šampionátu naplno fungovala. Její sportovní redakce byla rozpuštěna až na konci července. „Klasické zpravodajské články a také fotografie jsme přebírali z agentury MEDIAFAX, dále jsme překládali články z různých zahraničních sportovních serverů. Hlavním zdrojem videí se stal youtube.com. Musím ale podotknout, že jsme se nevěnovali klasickému zpravodajství v takové míře, jako jiné portály. Český tým (jeho zápasy, ohlasy) jsme sice sledovali podrobně, ale jinak byly hlavní náplní rubriky spíše publicistické články (blogy, poznámky, komentáře...), zajímavosti a videa, než klasické zpravodajství. Na webu během ME pravidelně pracovali čtyři redaktoři,⁹⁹ popsal okolnosti vzniku článků pro web Hašek.

Mistrovství Evropy skončilo finálovým utkáním, v němž vyhrálo Španělsko nad Itálií 4:0, v neděli 1. července.¹⁰⁰ Poslední článek začleněn do speciální rubriky EURO 2012 byl na serveru HATTRICK.cz publikován ve středu 4. července.¹⁰¹

⁹⁷ PROCHÁZKA, P. *Video do fotbalu! Pane Platini, vezměte si své brankové sudí a shod'te je z Eiffelovky!* [online]. 20. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://hattrick.cz/video-do-fotbalu-pane-platini-vezmete-si-sve-brankove-sudi-a-shodte-je-z-eiffelovky/>

⁹⁸ Viz příloha č.3.

⁹⁹ Viz příloha č.3.

¹⁰⁰ UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20130215053308/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/round=15175/match=2003351/index.html>

¹⁰¹ HATTRICK.cz. [online]. 4. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://hattrick.cz/tag/euro-2012/>

5.2 Návštěvnost serveru HATTRICK.cz během mistrovství Evropy

Pro sledování návštěvnosti portálu HATTRICK.cz jsme vybrali období od 4. června do 4. července 2012, tedy přesně měsíc. Tato data jsou vybraná záměrně - čtyři dny před začátkem mistrovství Evropy a tři dny po skončení šampionátu. V uvedeném období zaznamenal server podle statistického programu Google Analytics 377 337 návštěv, z toho 142 876 unikátních návštěv. Zobrazení stránek se dokonce vyhouplo na číslo 537 501. Přes tři čtvrtiny uživatelů se během období na server HATTRICK.cz opakovaně vracelo.¹⁰²

„Jakákoli velká fotbalová akce, která se koná s větším časovým odstupem (mistrovství Evropy či mistrovství světa), pomůže de facto každému webu. Lidé více hledají, zajímají je ohlasy a rádi si přečtou i nějaký ten komentář. Zejména, pokud jde o český tým. Návštěvnost byla oproti jiným měsícům rozhodně vyšší. Reklama na webu během ME zasahovala stejně jako jindy. Ale tím, že na turnaji startoval i český tým, byly stránky logicky více sledovány, tudíž reklamy bylo více a web více vydělal,“¹⁰³ okomentoval čísla návštěvnosti Hašek.

K nárůstu návštěv docházelo hlavně po odehraných zápasech českého týmu, kdy se na webu objevovaly také materiály redaktorů přímo z dění duelů ve Vratislavi. Další velký vzrůst zaznamenala návštěvnost serveru před semifinálovým zápasy a především hned den po finále evropského šampionátu. Právě v pondělí 2. července dosáhla rekordního počtu 24 705 návštěv. Naopak zajímavostí je, že v den finále (které se však hrálo až pozdě večer), klesl počet návštěv na úplné minimum ve sledovaném období (957).

Nejvíce čtenářů se na webové stránky HATTRICK.cz podívalo pochopitelně z České republiky, konkrétně přes 83 procent. Více než 14 procent návštěvníků pak bylo ze Slovenska. Dokonce slovenská metropole Bratislava se zařadila za Prahu a Brno na třetí příčku z pohledu měst.¹⁰⁴

¹⁰² *Google.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: https://www.google.com/analytics/web/?hl=cs#report/visitors-overview/a28195590w53834369p54724143/%3F_u.date00%3D20120604%26_u.date01%3D20120704/

¹⁰³ Viz příloha č.3.

¹⁰⁴ *Google.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: https://www.google.com/analytics/web/?hl=cs#report/visitors-overview/a28195590w53834369p54724143/%3F_u.date00%3D20120604%26_u.date01%3D20120704/

Graf 1: Návštěvnost serveru HATTRICK.cz během ME 2012¹⁰⁵



¹⁰⁵ Zdroj: *Google.com*. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: https://www.google.com/analytics/web/?hl=cs#report/visitors-overview/a28195590w53834369p54724143/%3F_u.date00%3D20120604%26_u.date01%3D20120704/

6. LETNÍ DVOJČÍSLO PO MISTROVSTVÍ EVROPY

Stejně jako před šampionátem, bylo i těsně po něm připraveno speciální letní dvojčíslo, které se věnovalo především fotbalovému ME 2012. HATTRICK však tentokrát do tohoto vydání zařadil i dvacetistránkovou přílohu „Ligový průvodce 2012/2013“, která přinesla hlavně statistické údaje o účastnících nejvyšší domácí soutěže Gambrinus ligy, jejíž nová sezona odstartovala už na konci července. Ovšem v součtu není toto vydání bohatší, než to červnové. Obě mají dohromady 84 stran.¹⁰⁶ Běžné číslo HATTRICKu má stran 64. V této kapitole je detailně rozebrána příprava a zpracování právě letního dvojčísla magazínu.

6.1 Příprava letního speciálu

V nynější moderní uspěchané době internetu a dalších elektronických vymožeností je rychlost přenosu informací důležitým aspektem. To si uvědomili také redaktoři magazínu HATTRICK a letní speciál koncipovali hlavně jako kroniku ME. Toto dvojčíslo vyšlo jen týden po skončení šampionátu a čtenáři v něm našli vše potřebné, co se na právě skončeném turnaji událo. „Zvolili jsme řešení odpovídající tomu, že jsme na tomto vydání dělali v podstatě jen ve dvou lidech a také skutečnosti, že jsme na EURO nebyli osobně po celou dobu pobytu. Dělali jsme z každé skupiny kroniku, názor experta a vlastní EUROGLOSU, v níž jsme se snažili vystihnout podstatné události ze skupiny. Podobně pak u vyřazovací části. Myslím, že se nám to povedlo, oba máme s Pavlem Procházkou novinářsky už něco za sebou,“¹⁰⁷ uvedl k přípravě letního dvojčísla redaktor Jan Hrabálek.

Jeho kolega a přímý nadřízený Pavel Procházka k tomu dodal: „My jsme chtěli mít co nejdříve po EURO kompletní servis šampionátu, dělaný vlastně den po dni, a to i ve skutečném čase. Museli jsme na tom zkrátka pracovat průběžně, jak se jednotlivé fáze turnaje dohrávaly. Je to taková kronika ME a máme jí seřazenou úmyslně obráceně, aby měl čtenář finále jako první. Ona jedna věc je články napsat, ale další je pak

¹⁰⁶ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8. ISSN: 1212-6756.

¹⁰⁷ Viz příloha č.2.

graficky upravit a zlomit, aby ten časopis nějak vypadal. A to zabere další hodiny času, a tak se vše muselo dělat průběžně. Denně jsme na tom tedy strávili deset dvanáct hodin. Tedy hlavně ve finální fázi, když se turnaj blíží ke konci. Nejdříve bylo potřeba dát věci na web a druhý den třeba přes den to podobně zpracovat i pro časopis.¹⁰⁸

Z důvodu finanční krize a nejasnosti ohledně majetkových struktur časopisu v době žádostí o akreditace na mistrovství Evropy nebyli zástupci HATTRICKu po celou dobu šampionátu přímo na místě. Vydali se pouze na výlety z pohledu fanoušků na zápasy českého týmu v základní skupině. Ovšem právě tyto reportáže se nakonec staly vedle povinných statistických údajů o turnaji tím nejzajímavějším, co mohl letní speciál nabídnout.¹⁰⁹

„Výhodou bylo konání ME za humny v Polsku. Bylo by samozřejmě lepší být na místě pořád a psát odtud, to by pak ale měl magazín trochu jinou podobu, museli bychom víc ‚prodat‘ naši osobní účast. Ale tou blízkostí se rozdílly ne-li smazaly, tak zcela jistě zmenšily. Tři reportáže - moje, Pavla Procházky a jeho ženy - ze tří úhlů pohledu, zabraly celou šíři fanouškovského spektra a byly podle mě dostačující pro vykreslení atmosféry ve Vratislavi,“¹¹⁰ přidal k této tematice Hrabálek.

Vzhledem k tomu, že je HATTRICK měsíčník, a že aktuální informace vydával během šampionátu na svých webových stránkách, neměl čtenář pocit ochuzení, přestože nebyli redaktori magazínu celou dobu v dějišti šampionátu. Ani při zápasech českého týmu nesešli na místech pro novináře, ale v hledišti jako fanoušci. Proto také zvolili model reportáží z tohoto pohledu.

„Příště bychom už na šampionátu určitě byli akreditovaní. Je pravda, že osobní účast na turnaji je vždycky lepší. Já byl na celé řadě MS a ME, stejně jako na spoustě olympiád, a to je samozřejmě nenahraditelné,“¹¹¹ uznal Procházka a přidal postřeh ze své bohaté novinářské kariéry: „Dřív se psali volné texty povinně. Dokonce i za minulého režimu, když se podařilo někam vyjet. Vždy to byly nejčtenější texty, protože se tam běžní čtenáři nedostali. Pak se ale před několika lety řeklo, že na těch místech už všichni byli a není potřeba o tom psát. A že fanoušky stejně zajímá hlavně fotbal. Jenže v době internetu se takhle nedá psát, protože na něm si lidi všechno najdou, navíc se

¹⁰⁸ Viz příloha č.1.

¹⁰⁹ Viz příloha č.1.

¹¹⁰ Viz příloha č.2.

¹¹¹ Viz příloha č.1.

dneska už můžou na spoustu těch zápasů sami podívat v televizi. Takže opět bude čím dál tím větší poptávka po těch textech zpoza dění. Proto třeba komentátor České televize Míra Bosák píše ze šampionátů své deníky, protože se dostane i na místa mimo stadion a je jedno, v jaké to je zemi. A to mě osobně v dnešní novinářině chybí.¹¹²

6.2 Zpracování letního speciálu

To, že vzniklo letní dvojčíslo v každodenním shonu a stresu, je v samotné tištěné verzi vidět u několika chyb či nedostatků. Například hned v tiráži zůstal pod hlavičkou nápis: ČERVEN 2012, přestože na stejné stránce úplně dole už je správně uvedeno ČERVENEC 2012.¹¹³

Titulní strana prodaná firmě Nike už byla zmíněna výše. A pokračování s účastníky EURO má tato reklama i na straně 7 a také na straně 39, která je věnována projektu Nike The Chance.¹¹⁴

Na úvodních stranách rozebírá právě skončený šampionát šéfredaktor magazínu HATTRICK Pavel Procházka a redakce hodnotí známkováním jako ve škole i české reprezentanty.¹¹⁵

Následuje také již zmíněný rozhovor s bývalým reprezentačním útočníkem Radkem Drulákem. Jan Hrabálek obhajuje interview se stejnou osobou ve dvou po sobě jdoucích číslech hned v perexu: „Takové malé emailové tsunami zavalilo redakci HATTRICKu na začátku evropského šampionátu. Společným jmenovatelem mnoha z nich bylo velmi otevřené interview s internacionálem Radkem Drulákem, který se vracel nejen k postupové aféře českého národního týmu, ale díval se i dopředu, k vyhlídkám v Polsku. Co říká teď, pár dní po skončení velkého fotbalového svátku? Jeho odpovědi měly společnou upřímnost, jasnou formulaci a také jistý odklon od oficiálních stanovisek šéfu českého fotbalu. Ale tohle vůbec nepřekvapuje: Radek Drulák zůstává pořád svůj...“¹¹⁶

¹¹² Viz příloha č.1.

¹¹³ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 3. ISSN: 1212-6756.

¹¹⁴ Tamtéž. s. 1, 7 a 39.

¹¹⁵ PROCHÁZKA, P. EURO BUDIŽ POCHVÁLENO! HATTRICK. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 4-6. ISSN: 1212-6756.

¹¹⁶ HRABÁLEK, J. ŠÍP ŘEKL TO, CO JÁ! HATTRICK. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 8-10. ISSN: 1212-6756.

Přesto měl HATTRICK původně v záloze jiného respondenta. A sice dalšího kritika české reprezentace, baviče a moderátora Karla Šípa. Ten se nelichotivě vyjadřoval o českém týmu pro Českou televizi přímo ve Vratislavi hned po prvním prohraném utkání ve skupině proti Rusku (1:4). Ale Šíp už nechtěl po řadě ohlasů na jeho slova nic dalšího k vystoupení Čechů na šampionátu říkat. „Nezlobte se, ale po některých nepříjemných reakcích na mé vystoupení ve Studiu Vratislav jsem se zařekl, že už o fotbale veřejně nic říkat nebudu. Věřím, že mé stanovisko pochopíte,“¹¹⁷ vzkázal Šíp.

Proto tedy HATTRICK znovu vsadil na Druláka. Jeho názory byly opět velmi přímočaré a trefné. „Nejde o to, co a jak řekl Šíp, nebo Drulák, ale o to, aby se udělala pořádná analýza celého mistrovství. Co na něm bylo dobré a co špatné. Podle mě - jestli má být analýza objektivní - tak moc dobrého tam nebude,“¹¹⁸ prohlásil třeba Drulák.

Na dalších osmnácti stranách můžou čtenáři najít zmíněnou kroniku šampionátu. Tvořenou opačně, tedy od finále po skupiny. Kromě statistických faktů jsou na stránce u každého zápasu již zmíněné EUROGLOSSY, dále rubriky ‚FOTO ZÁPASU‘, ‚HVĚZDA ZÁPASU‘ a ‚JAK TO VIDĚL TRENÉR (HRÁČ)‘. Jako dobrý doplněk pak slouží kresby Milana Kounovského. U skupin je vše řešeno v souhrnu na dvoustraně.¹¹⁹

Elitní jedenáctku ME sestavoval s redaktorem Janem Hrabálkem bývalý útočník a nynější spolukomentátor České televize Luděk Zelenka. V jeho výběru nechyběl také český záložník Petr Jiráček. „V tomto případě sehrály svojí roli i národnostní city, ale Petr i tak patřil k velkým postavám tohoto šampionátu. Na to, že neodehrál komplexně celou českou sezonu a ve Wolfsburgu neměl jisté místo v základu, byl na EURO prostě fantastický,“¹²⁰ argumentoval své rozhodnutí Zelenka.

Z miniplakátů měli jistě radost zejména příznivci Španělska, které celý šampionát vyhrálo. Je na nich totiž celá finálová jedenáctka a na druhém útočník Fernando Torres.¹²¹ Rubrika ‚IDOL‘ byla v tomto čísle přejmenována na ‚EUROIDOL‘ a šanci v ní dostal italský záložník Andrea Pirlo, čerstvý vicemistr

¹¹⁷ HRABÁLEK, J. ŠÍP ŘEKL TO, CO JÁ! *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 8. ISSN: 1212-6756.

¹¹⁸ Tamtéž, s. 9.

¹¹⁹ *HATTRICK*. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 12-29. ISSN: 1212-6756.

¹²⁰ HRABÁLEK, J. Jiráček je v hvězdném nebi. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 34-38. ISSN: 1212-6756.

¹²¹ *HATTRICK*. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 32 a 33. ISSN: 1212-6756.

Evropy.¹²²

Dalších pět stran je v čísle věnováno již výše zmíněným třem reportážím z místa konání při utkáních českého týmu v základní skupině. Nejdříve od Jana Hrabálka pohledem fanouška ‚baťůžkáře‘ nazvané ‚Na tom našem polském rynku‘, následně od Pavla Procházky jako V.I.P. osoby pojmenovaná ‚Když jsou losos a víno lepší než fotbal‘. Jako poslední je uveřejněna reportáž ‚Když i ženy mají své fotbalové dny‘ od Olgy Poucheové, která zvolila chronologickou metodu, jak celý výlet do Vratislavi prožila.¹²³ „22.30: Tři hvězdy ukončují utkání. Řičíme jako šílení. Vyhráli jsme, postupujeme ze skupiny. Na dálku vidím, jak jsou naši hráči ‚vyřízení‘ a šťastní. Baroš hrál výborně. Zůstáváme ještě asi 20 minut na stadionu. ‚Hoši, děkujeme! Hoši, děkujeme!‘ a nakonec voláme ‚Polska, Polska!‘ Chceme tak ucít skvělé hostitele,“¹²⁴ píše v příspěvku Poucheová.

Obrázek 2: Olga Poucheová na stadionu ve Vratislavi během utkání Česko - Polsko¹²⁵



¹²² HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 40-44. ISSN: 1212-6756.

¹²³ HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 46-50. ISSN: 1212-6756.

¹²⁴ POUCHEOVÁ, O. Když i ženy mají své fotbalové dny. HATTRICK. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 50. ISSN: 1212-6756.

¹²⁵ Zdroj: HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 50. ISSN: 1212-6756.

Také poslední strany jsou věnovány mistrovství Evropy. Nejdříve přehled nejzajímavějších výroků šampionátu. „Je to nejúžasnější moment v historii španělského fotbalu. Pro další generace bude velmi těžké na něj navázat,“¹²⁶ řekl například kapitán Španělů Iker Casillas po zisku zlatých medailí.

Za miniplakáty ruského a českého týmu následuje rozebrání dvou skandálů během turnaje. V rubrice „HYDEPARK“ pak nejdříve televizní komentátor stanic Nova Sport a Fanda Tomáš Radotínský píše otevřený dopis členovi komise rozhodčích UEFA Pierluigimu Colinovi, následně Pavel Procházka podrobně rozebírá výkony českého týmu na turnaji. Závěr vydání patří čistě statistickým údajům včetně All Star týmu, tabulky střelců či přehledu mistrů Evropy.¹²⁷

¹²⁶ HRABÁLEK, J. Šepoty a výkřiky. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 52-53. ISSN: 1212-6756.

¹²⁷ *HATTRICK*. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8, s. 56-62. ISSN: 1212-6756.

7. POROVNÁNÍ ZPRACOVÁNÍ SPECIÁLŮ K MISTROVSTVÍ EVROPY V PODÁNÍ HATTRICKU A KONKURENČNÍCH MÉDIÍ

V této kapitole se zaměříme na konkurenční média magazínu HATTRICK. Časopis Pro Football se sice zabývá pouze evropským fotbalem, ovšem v případě tak významné události, jakou je mistrovství Evropy, se dá srovnání snadno využít. Také měsíčník Sport Góóó! není úplně přímým konkurentem, protože se zaměřuje hlavně na cílovou skupinu mladých čtenářů od 12 do 20 let. Speciál k ME však vydal také deník MF DNES. Z pohledu trhu jde tedy o tři média, která mohla nejvíce bojovat s HATTRICKem o přízeň a čtenáře.

7.1 Pro Football

Časopis Pro Football, který je v české mutaci na trhu od roku 2000, vydává měsíčně Egmont ČR, s.r.o.¹²⁸ Jeho redakce začala s materiály věnovanými loňskému mistrovství Evropy od březnového čísla. V něm se objevil materiál ‚Češi na Euru – příběh první‘, který byl vzpomínkou na českou stopu na ME 1996.¹²⁹ V dubnu už bylo článků s tematikou evropského šampionátu více. Vzpomínkový seriál pokračoval o turnaji v roce 2000, ale čtenáři zde našli také rozhovor s brankářem Petrem Čechem či německým útočníkem Lukášem Podolským.¹³⁰

Hlavní předturnajový speciál přinesl Pro Football v květnu. Měl sto stran, stál 79 korun a byl nabitý informacemi k ME v Polsku a na Ukrajině. Po úvodním pokračování seriálu ‚Češi na Euru!‘, věnovaný tentokrát ME 2004, dostal každý ze šestnácti účastníků tehdy nadcházejícího šampionátu dvoustranu naplněnou spíše analytickými články. Pro Football má výhodu, že řada jeho autorů působí po celé Evropě, takže si mohou

¹²⁸ ČERMÁK, D. *Český fotbalový měsíčník Hatrick v letech 1999-2009*. [online]. Praha, 2011. [cit. 2013-03-05]. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd. Vedoucí diplomové práce: Prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc. s. 5. Dostupné z:

http://is.cuni.cz/studium/dipl_st/index.php?doo=detail&did=92858

¹²⁹ *Pro Football*. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 3, s. 38 a 39. ISSN: 1212-818X.

¹³⁰ *Pro Football*. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 4, ISSN: 1212-818X.

jednotlivé národní mutace materiály navzájem přebírat.¹³¹

Samotné klíčové informace o jednotlivých týmech pak byly ve zvláštní příloze. „Šlo o dvaatřicetistránkovou přílohu před ME, ale Eura se týkalo skoro celé číslo. Po turnaji už jsme zařazovali jen dílčí články. Měli jsme ale také během celého jara vzpomínkové texty ke všem účastem českého týmu na evropských šampionátech,“¹³² vzpomněl na hlavní materiály k evropskému šampionátu 2012 šéfredaktor magazínu Pro Football Jan Jaroš.

Obrázek 3: Titulní strana květnového vydání magazínu Pro Football¹³³



Červnové číslo časopisu vyšlo v době, kdy právě končily na turnaji základní skupiny. Čtenáři v něm našli i tak lákavé čtení, kterým si mohli probíhající turnaj zpestřit. Například šlo o rozhovory s účastníky ME Cristianem Ronaldem, Sergio Ramosem či Mario Gómezem. V rubrikách portréty se pak ocitly další hráči, kteří byli

¹³¹ Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 5. ISSN: 1212-818X.

¹³² Viz příloha č.5.

¹³³ Zdroj: Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 5, s. 1. ISSN: 1212-818X.

na turnaji k vidění - Zlatan Ibrahimovič, Andrij Ševčenko a Nicklas Bendtner. S turnajem souvisel i žebříček TOP 15 týmů historie mistrovství Evropy, analýza zastoupení klubů a poslední díl seriálu ‚Češi na Euru‘, který připomněl turnaj z roku 2008. Český tým se objevil také na plakátu, vyfocen byl během utkání ME proti Řecku.¹³⁴

Další číslo bylo na trhu v polovině července, ale mistrovství Evropy se věnovalo už jen částečně. Seriál ‚Češi na Euru‘ byl dovršen ohlédnutím k právě skončenému šampionátu a došlo i na rubriku TOP 15 hvězd Eura 2012.¹³⁵ „Mistrovství Evropy nepřineslo žádný šok v podobě dosud neznámého talentu, který ještě nikdo neobjevil. Přesto nebyla nouze o překvapivé výkony. Redakce PRO FOOTBALLU seřadila hráče, kteří podle ní byli na Euru 2012 nejlepší,“¹³⁶ zněl perex k rozsáhlému materiálu. Z pohledu plakátů si mohli fanoušci vylepit čerstvé mistry Evropy ze Španělska. V dalších číslech už se Pro Football k uplynulému ME v extra člancích nevracel.

7.2 Sport Góóól!

Převážně fotbalový měsíčník Sport Góóól! začal vycházet v říjnu roku 2011 a je zaměřen spíše na mladší publikum. Vydává ho společnost Ringier Axel Springer CZ. Speciální číslo před evropským šampionátem, které stálo, stejně jako běžná vydání, 39 korun, vyšlo 4. června, tedy jen čtyři dny před startem ME. Na 60 stranách se mohli čtenáři dozvědět vše podstatné o blížícím se šampionátu. Navíc dostali malý dárek v podobě tetovacího rukávu s českým lvem, který zvláště mladí fanoušci ocenili.

Redaktoři v rubrice Téma rozebírali, proč fandit českému týmu, v čem je jeho síla. Dále přinesly zajímavé grafy a statistiky u každého týmu, které v konkurenčních vydáních k vidění nebyly, například graficky znázorněnou ideální sestavu. Jednotlivé rubriky u všech účastníků byly přeměněny do první osoby množného čísla, takže se mohl například příznivec Nizozemska ztotožnit s reprezentací této země v podobě názvů ‚Náš stratég‘, ‚Naše dresy‘ či ‚My a EURO‘. U každého celku se redaktoři zaměřili také na silné a slabé stránky.

¹³⁴ *Pro Football*. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 6. ISSN: 1212-818X.

¹³⁵ *Pro Football*. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 7. ISSN: 1212-818X.

¹³⁶ *Pro Football*, Top 15 hráčů Eura. *Pro Football*. 2012, roč. 13, č. 7, s. 20-25. ISSN: 1212-818X.

Pro speciální rozhovor zvolilo médium jako respondenta českého reprezentačního obránce Thea Gebre Selassieho. Na několika klíčových a známých hráčích se snažil Sport Góóól! ukázat, jestli se jim daří stejně dobře v reprezentaci, jako na klubové úrovni. Statistiky k šampionátu se kromě tradičního rozpisu turnaje a přehledu stadionů týkaly také zajímavostí v podobě nejmladšího, nejstaršího, nejvyššího či nejmenšího hráče. K připomenutí zde byly také základní statistické informace z kvalifikace na šampionát či přehled nejlepších střelců na klubové úrovni v uplynulé sezoně.

Ale došlo také na informace, které už jsme mohli zaznamenat v jiných speciálech. Konkrétně zastoupení ligových soutěží v Pro Footballu či tržní hodnota fotbalistů v HATTRICKu. Další materiál v předturnajovém čísle se v rubrice TOP 10 zabýval hráči, kteří mohli podle redakce na EURO 2012 zazářit.¹³⁷

Obrázek 4: Titulní strana květnového vydání magazínu Sport Góóól!¹³⁸



¹³⁷ *Sport Góóól!*. Praha: Ringier Axel Springer CZ., 2012, č. 6. ISSN: 1805-0993.

¹³⁸ Zdroj: *Sport Góóól!*. Praha: Ringier Axel Springer CZ., 2012, č. 6, s. 1. ISSN: 1805-0993.

Zajímavostí je, že vydavatelství Ringier Axel Springer CZ před evropským šampionátem zásobilo čtenáře hned třemi speciály. Kromě již zmíněného vydání časopisu Sport Góóó! se do volného prodeje dostal také speciál deníku Sport. Ten vyšel v předstihu už 21. května a stál 33 korun. Sport Speciál věnovaný EURO 2012 měl 64 stran a také zde byly pochopitelně nejzákladnější informace k šampionátu i k historii ME. Ovšem například soupisky ještě nebyly finální.

Třetím počinem vydavatelství Ringier pak byl pravidelný týdeník Sport Magazín, který je bezplatnou přílohou deníku Sport. Redakce Sport Magazínu dokonce připravila pro čtenáře vše podstatné k ME ve třech po sobě jdoucích číslech. „To první se věnovalo fanouškovskému servisu. Čtenáři v něm našli především fakta o pořádajících zemích. Druhý přinesl analýzu přínosu útočníka Milana Baroše pro český tým a podrobně rozebranou soupisku českého týmu. Skutečným speciálem, který měl výjimečně šedesát čtyři stran, byl až ten, který vyšel v den, kdy začalo mistrovství Evropy. Tam už byly finální soupisky se statistikami a vše potřebné přímo k turnaji. I na něm jsme ale pracovali průběžně už několik týdnů před šampionátem,“¹³⁹ uvedl vedoucí Sport Magazínu Lukáš Hron.

7.3 MF DNES – Speciál

Volně prodejný fotbalový magazín EURO 2012 přinesl také deník Mladá fronta DNES, který vydává mediální skupina Mafra. Ten vyšel až těsně před startem ME a byl součástí vydání deníku v úterý 5. června. Na 48 stranách si čtenáři mohli nastudovat samozřejmě aktuální soupisky všech šestnácti týmů, u českého celku dokonce podrobné profily všech nominovaných, přehledný los turnaje a také materiály pro fanoušky, kteří se na turnaj chystali. Například podrobné informace o Vratislavi, kde český tým odehrál všechny zápasy ve skupině. Velký rozhovor poskytl deníku do tohoto vydání kapitán české fotbalové reprezentace Tomáš Rosický.¹⁴⁰

Redaktoři deníku plánovali podobu speciálního vydání už od února, konkrétní texty vznikaly především během května. Při přípravě magazínu se autoři inspirovali

¹³⁹ Viz příloha č.6.

¹⁴⁰ *iDnes.cz*. [online]. 5. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: http://fotbal.idnes.cz/magazin-dnes-k-mistrovstvi-evropy-fotbalistu-f43-/euro-2012.aspx?c=A120605_104238_euro-2012_ot

také konkurencí. „Sledovat konkurenci je nezbytné za všech okolností. Odlišit se od ostatních podobných speciálů se dá především kvalitou, nápady, pestrostí, obrazovým doprovodem a nechybovostí,“¹⁴¹ řekl k tvorbě magazínu před vrcholnými sportovními akcemi vedoucí fotbalové sekce sportovní redakce MF Dnes Jan Palička.

Obrázek 5: Titulní strana speciální přílohy vydání deník MF DNES¹⁴²



Také on se svými kolegy trávil u přípravy speciálního vydání před ME mnoho hodin. „To se nedá vyčíslit. Poslední dny před vydáním na tom pracovali obvykle čtyři lidi téměř nepřetržitě. Řekněme, třeba šestnáct hodin denně,“¹⁴³ doplňuje Palička. Magazín MF DNES EURO 2012 měl tu výhodu, že byl bezplatnou součástí deníku, podobně jako výše zmíněný Sport Magazín. Ostatní speciály, které si fanoušci chtěli

¹⁴¹ Viz příloha č. 7.

¹⁴² Zdroj: Speciál MF DNES k ME ve fotbale. Praha: MAFRA, a.s., 2012, s. 1. ISSN: 1210-1168.

¹⁴³ Viz příloha č. 7.

před ME pořídít, byly zpoplatněny. V porovnání vyšel nejlevněji speciál deníku Sport za 33 korun, následován měsíčníkem Sport Góóól! za 39 korun a magazíny HATTRICK (69 korun) a Pro Football (79 korun). Ty však měly více stran.

Pro úplnost lze přidat ještě dva příklady. V mutacích listu Deník vyšla zdarma příloha Fotbalový speciál 31. května. Časopis All Star připravil speciál před i po šampionátu.

Závěr

Už jen z předchozích řádků je patrné, že na tak malou zemi, jako je Česká republika, vyšlo speciálů k fotbalovému mistrovství Evropy 2012 až dost. Všechny si ale své čtenáře našly. Každé médium se snažilo něčím odlišit, přinést něco zajímavého, co konkurence neměla. Ve výsledku je však téměř nemyslitelné, že by si čtenáři poživovali dva a více speciálů, nejnnutnější základní informace k šampionátu totiž našli ve všech uvedených vydáních. Snad jen ta média, která vsadila na to, že vydají svůj speciál co nejdříve, mohla své čtenáře částečně zklamat tím, že pak neměli k dispozici aktuální soupisky účastnických týmů. V dnešní elektronické době je ale velmi pravděpodobné, že takový fotbalový fanoušek si případné nedostatky dohledá či ověří na internetu.

Ani ta média, která lákala na to, že jejich barevný magazínový speciál je zdarma jen jako součást deníku, nemusela být ve své snaze úspěšná. I za onen deník totiž musel čtenář něco zaplatit a pokud není pravidelným odběratelem, mohl si klidně vybrat jiné periodikum. U specializovaných měsíčníků byla zase šance, že si svým jménem a renomé zajistí nejen pravidelné předplatitele, kteří tak nákup speciálu nemuseli řešit, protože jim automaticky přišel, ale i takové postavení, které mohlo nerozhodnuté fanoušky přilákat k nákupu extra vydání před vrcholným turnajem právě k sobě. Trh je obecně přesycen a v případě takovýchto speciálů to platí dvojnásob. Za vše hovoří fakt, že vydavatelství Ringier Axel Springer CZ přineslo během několika dnů hned tři různé magazíny věnované ME 2012.

Žádné z konkurenčních médií tedy nepřinesl nic neobvyklého, co by se neobjevilo v magazínu HATTRICK, který navíc věnoval šampionátu jak speciální číslo před turnajem, tak také velkou část z toho letního po skončení ME. Jako vhodný bonus pro čtenáře přinesl celostránkové fotografie všech účastnických zemí. Další periodika se zase spolehla na jiné prvky a faktory. Například na lákavé rozhovory či statistiky a grafy.

Naším cílem bylo také zjistit, jestli je vůbec nutné speciální tištěné magazíny před velkou akcí, jakou je například mistrovství Evropy, vydávat? To se ukázalo i v dnešní době, kdy se tištěných médií prodává méně, a mnoho lidí se zaměřuje na ta elektronická, stále jako bezpodmínečné. Fanoušci totiž pořád chtějí mít v ruce materiál, kterým mohou listovat a sledovat důležité informace. Především chtějí v takovém

speciálním vydání kompletní aktualizované soupisky, podrobný rozpis turnaje, do kterého si mohou průběžně doplňovat výsledky a případně doprovodné statistické a obrazové údaje, jako přehled stadionů či přehled minulých evropských šampionátů a umístění československého a později českého týmu na nich.

V expertních rozhovorech se zástupci HATTRICKu i konkurenčních médií se ukázalo, že speciální vydání je potřeba připravovat v několikaměsíčním předstihu alespoň rámcově a teoreticky, samotný obsah pak naplňovat v nejbližších týdnech před vydáním. Takový postup volili ve všech redakcích. Ukázal se ale také nepříjemný fakt, že pro jednotlivé redaktory, tedy až na výjimky u specializovaných magazínů, je práce na takovém speciálu spíše přidělování starostí. Ve volném čase, po večerech a po nocích se snaží vše připravit při své běžné práci, například pro deník. Zpracování velkého množství informací, zvláště těch statistických, v poměrně krátkém časovém období, může mít za následek neúmyslné vytvoření chyb. Posledním klíčovým faktorem v těchto přípravách je to, že se na nich podílejí vlastně ve všech redakcích řádově jednotlivci, nikoliv velké redakční týmy. Tím pádem se objem práce rozpočítaný na jednoho člověka navyšuje.

Naše práce ale na druhou stranu nemá takový rozsah, aby se mohla podrobně zabývat všemi aspekty a podrobnostmi ohledně příprav a zpracování speciálních magazínových vydání před velkými sportovními událostmi, v našem případě fotbalovým evropským šampionátem. Každopádně bude zajímavé v budoucnu sledovat, zda budou stále v takovém množství tyto tištěné speciály vycházet. Většina čtenářů a fanoušků už se zaměřuje především na elektronická média, která jsou navíc interaktivní a mohou tak své názory sdílet s ostatními, podobně naladěnými, lidmi.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

Monografie

BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002. ISBN: 80-7318-059-6.

BASS, E. *Klapzubova jedenáctka*. 7. vyd. Praha: Albatros, 1998. ISBN: 80-00-00643-X.

BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. ISBN: 978-80-247-3452-1.

BROŽ, F. *Umíme číst sportovní zprávy? (Netradiční sbírka úloh z českého jazyka)*. 1. vyd. Praha: Tauris, 2003. ISBN: 80-211-0459-7.

ČMEJRKOVÁ, S. et al. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. ISBN: 80-200-0589-7.

DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty (Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové)*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN: 978-80-7363-131-4.

GOODHEAD, G. *My proti nim*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o, 2004. ISBN: 80-7341-243-8.

HOUŠKA, V., PROCHÁZKA, P. *Věčná Slavia*. 3. vyd. Praha: Olympia, a.s., 2010. ISBN: 978-80-7376-200-1.

KING, J. *Anglie hraje venku*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o., 2006. ISBN: 80-7341-742-1.

KING, J. *Fotbalová fabrika*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o., 2003. ISBN: 80-7257-978-9.

KUPER, S. *Fotbal proti nepříteli*. 1. vyd. Praha: BB/art s.r.o, 2005. ISBN: 80-7341-600-X.

MCNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN: 80-7178-840-6.

MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc : SDV FF UP Olomouc, 2002. ISBN 80-244-0397-8.

OSVALDOVÁ B., HALADA J., at ed. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. ISBN: 80-85983-76-1.

POLÁČEK, K. *Muži v offsidu (Ze života klubových přívrženců)*. 7. vyd. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění, 1956. ISBN: 38875/55/SV2 – D 561548.

SEKOT, A. *Sport a společnost*. 1. vyd. Brno: Paido, 2011. ISBN: 80-7315-047-6.

SHERIDAN BURNSOVÁ, L. *Žurnalistika (Praktická příručka pro novináře)*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN: 80-7178-871-6.

VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN: 978-80-86723-88-4.

Periodika

BRODSKÝ, M. Vratislav – kus Česka uprostřed Polska. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 6. s. 22-25. ISSN: 1212-6756.

HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 5. ISSN: 1212-6756.

HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 6. ISSN: 1212-6756.

HATTRICK. Praha: HATTRICK Media, s.r.o., 2012, č. 7-8. ISSN: 1212-6756.

HRABÁLEK, J. Drulák ho má! Nadhled! Aneb národ mi dal za pravdu. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 6, s. 14-18. ISSN: 1212-6756.

HRABÁLEK, J. Jiráček je v hvězdném nebi. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 34-38. ISSN: 1212-6756.

HRABÁLEK, J. Šepoty a výkřiky. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 52-53. ISSN: 1212-6756.

HRABÁLEK, J. ŠÍP ŘEKL TO, CO JÁ! *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 8-10. ISSN: 1212-6756.

HRABÁLEK, J. Třináct hvězd na evropském nebi. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 5, s. 26-32. ISSN: 1212-6756.

POUCHEOVÁ, O. Když i ženy mají své fotbalové dny. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 50. ISSN: 1212-6756.

Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 3. ISSN: 1212-818X.

Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 4. ISSN: 1212-818X.

Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 5. ISSN: 1212-818X.

Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 6. ISSN: 1212-818X.

Pro Football. Praha: Egmont ČR, s.r.o., 2012, č. 7. ISSN: 1212-818X.

Pro Football, Top 15 hráčů Eura. *Pro Football*. 2012, roč. 13, č. 7, s. 20-25. ISSN: 1212-818X.

PROCHÁZKA, P. EURO 2012 V ČESKÉ TELEVIZI. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 5, s. 37-38. ISSN: 1212-6756.

PROCHÁZKA, P. EURO BUDIŽ POCHVÁLENO! *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 7-8, s. 4-6. ISSN: 1212-6756.

Speciál MF DNES k ME ve fotbale. Praha: MAFRA, a.s., 2012. ISSN: 1210-1168.

Sport Góóól!. Praha: Ringier Axel Springer CZ., 2012, č. 6. ISSN: 1805-0993.

ŠVEC, M. Švejk by si zase troufl i na bundesligu. *HATTRICK*. 2012, roč. 14, č. 5, s. 10-16. ISSN: 1212-6756.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

ANDREWS, P. *Sports Journalism: A Practical Guide*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd., 2005. ISBN: 978-1412902717.

BOYLE, R. *Sports Journalism: Context and Issues*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd., 2006. ISBN: 978-1412907989.

CROLLEY, L., HAND, D. *Football, Europe and the Press*. 1st ed. London: Frank Cass Publishers, 2002. ISBN: 0-7146-4957-0.

Seznam použitých internetových zdrojů

ČERMÁK, D. *Český fotbalový měsíčník Hattrick v letech 1999-2009*. [online]. Praha, 2011. [cit. 2013-03-14]. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd. Vedoucí diplomové práce: Prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc. Dostupné z: http://is.cuni.cz/studium/dipl_st/index.php?doo=detail&did=92858

FIŠARA, J. *Vliv angličtiny na jazyk komunikátů sportovní žurnalistiky v průběhu 20. století* [online]. Olomouc, 2008. [cit. 2013-03-14]. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D. Dostupné z: <http://theses.cz/id/1mhigp/51000-622198643.pdf>

Fotbal.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://nv.fotbal.cz/scripts/detail.php?id=64111&tmplid=1440>

Google.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: https://www.google.com/analytics/web/?hl=cs#report/visitors-overview/a28195590w53834369p54724143/%3F_u.date00%3D20120604%26_u.date0

1%3D20120704/

HANZLÍK, V. *Jak vzniká sportovní rozhovor (soubor rozhovorů)*. [online]. Brno, 2010. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jaroslav Čuřík. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/220196/>

HATTRICK.cz. [online]. 4. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://hattrick.cz/tag/euro-2012/>

HAVRÁNKOVÁ, K. *Jazykové prostředky fotbalové žurnalistiky v deníku Mladá fronta DNES (se zaměřením na zápasy národní reprezentace)*. [online]. Brno, 2006. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jiřina Salaquardová. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/66609/fss_m/

iDnes.cz. [online]. 5. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: http://fotbal.idnes.cz/magazin-dnes-k-mistrovstvi-evropy-fotbalistu-f43-/euro-2012.aspx?c=A120605_104238_euro-2012_ot

JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost* [online]. Brno, 2008. [cit. 2013-03-14]. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m/Diplomova_prace_-_kompletni_text.pdf

Kurzy.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://rejstrik-firem.kurzy.cz/24209015/hattrick-media-sro/>

Mediaboard.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://mediaboard.cz/portfolio/hattrick/>

Parabola.cz. [on-line]. cit. [2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/cz-sk/>

Periodik.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100210>

Periodik.cz. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=1005>

PROCHÁZKA, P. *Video do fotbalu! Pane Platini, vezměte si své brankové sudí a shod'te je z Eiffelovky!* [online]. 20. 6. 2012 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://hattrick.cz/video-do-fotbalu-pane-platini-vezmete-si-sve-brankove-sudi-a-shodte-je-z-eiffelovky/>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.uefa.com/uefaeuro/finals/index.html>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:

<http://web.archive.org/web/20070521080359/www.uefa.com/uefa/keytopics/kind=4194304/newsid=528963.html>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:
<http://web.archive.org/web/20130215060244/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/round=2000113/match=2008830/index.html>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:
<http://web.archive.org/web/20120106042818/http://www.uefa.com/uefaeuro/news/newsid=1725325.html>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:
<http://web.archive.org/web/20130215064637/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/all/index.html#>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:
<http://web.archive.org/web/20130117151448/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/teams/team=58837/index.html>

UEFA.com. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:
<http://web.archive.org/web/20130215053308/http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2012/matches/round=15175/match=2003351/index.html>

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Titulní strana květnového vydání magazínu HATTRICK	38
Obrázek 2: Olga Poucheová na stadionu ve Vratislavi během utkání Česko – Polsko	52
Obrázek 3: Titulní strana květnového vydání magazínu Pro Football	55
Obrázek 4: Titulní strana květnového vydání magazínu Sport Góóól!	57
Obrázek 5: Titulní strana speciální přílohy vydání deník MF DNES	59

Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost serveru HATTRICK.cz během ME 2012	47
---	----

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA 1 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: PAVEL PROCHÁZKA.....	I
PŘÍLOHA 2 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: JAN HRABÁLEK.....	VII
PŘÍLOHA 3 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: PETR HAŠEK.....	X
PŘÍLOHA 4 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: STANISLAV HRABĚ	XII
PŘÍLOHA 5 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: JAN JAROŠ.....	XIII
PŘÍLOHA 6 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: LUKÁŠ HRON.....	XIV
PŘÍLOHA 7 – EXPERTNÍ ROZHOVOR: JAN PALIČKA	XVI

PŘÍLOHY

Příloha 1 – expertní rozhovor: Pavel Procházka

Jak vznikl magazín HATTRICK a kdo byli jeho vlastníci?

HATTRICK vznikl jako fotbalový měsíčník v roce 1999. Je tedy na trhu třináct let. V době svého vzniku byl konkurencí staršího časopisu Fotbal-Sport, ten však časem zanikl. HATTRICK vydávaly postupně společnosti MarsFoto (Pavel Kuka, později Tipsport, později Tomáš Rosen), Frontpage (vydavatel Josef Čepelák) a nakonec Bene Sport (vydavatel Martin Svoboda). V lednu 2012 převzala vydávání HATTRICKu a portálu www.hattrick.cz nová společnost Hattrick Media, s.r.o. (jednatelé Tomáš Šimáček - majitel ochranné známky a loga HATTRICKu, Michael Fridrich - majitel domény www.hattrick.cz, jinak majitel agentury mediaboard.cz a Pavel Procházka - šéfredaktor HATTRICKu).

Jak bylo těžké dostat HATTRICK, kterému hrozil zánik, zase zpět na nohy a do povědomí čtenářů?

Samozřejmě v době všobecné krize tištěných médií nebylo a není lehké vrátit značce HATTRICK původní kredit. Myslím ale, že se nám postupně daří vracet důvěru čtenářů a předplatitelů. Vrátili jsme měsíční periodicitu (starý HATTRICK se stal v roce 2011, v jeho průběhu, totiž dvouměsíčníkem). HATTRICK Media ale vydává HATTRICK až od února 2012. Obnovili jsme mimo jiné partnerství s FAČR, propojili časopis více s www.hattrick.cz. Vzali jsme pod svá křídla i celý kmen předplatitelů starého Hattricku.

Na trhu nám však kromě Pro Footballu přibyla konkurence, od října 2011 vychází ve vydavatelství Ringier Axel Springer měsíčník pro mladistvé SportGóóóó!, od dubna roku 2012 vydává bývalý vydavatel HATTRICKu Martin Svoboda svůj AllStar s podtitulem "Nejen fotbalový měsíčník".

Od kdy jste začali připravovat materiály, které se tematicky vážaly k loňskému ME?

Už od začátku kalendářního roku se naplňují čísla, která se budou vztahovat k

mistrovství Evropy. Některé rubriky v těch prvních číslech už k tomu byly nasměrované. Například rubrika Hattrickář se jmenovala (Euro)Hattrickář a odpočítávala už od února dny do startu ME. Nebo se do jiných rubrik vybírali hráči, kteří měli šanci na šampionát jet. V květnovém čísle jsme měli speciál Třináct hvězd na evropském nebi aneb Nejlepší hráči šampionátů starého kontinentu.

Připravili jsme také turisticko-sportovní představení Vratislavi. Jaké tam budou atrakce pro fanoušky, kde se budou moct dívat na zápasy, stravovat, ubytovat. Prostě kompletní servis. Dokonce jsme to chtěli mít už v květnovém čísle s mapou od organizátorů, ale oni to ještě neměli schválené od policie, tak se to nakonec celé zbrzdilo. Nebylo totiž třeba ještě jasné, kde budou fanzóny.

Jak složité bylo sehnat do předturnajového čísla aktuální soupisky a fotografie týmů?

Uzávěrka červnového čísla byla 1. 6., tedy přesně týden před startem ME, a je celé věnované šampionátu. Máme tam dokonce aktuální oficiální soupisky pro turnaj i s čísly, což bylo dost složité získat. Hledali jsme je různě po webech národních asociací a v případě Nizozemska jsem na jejich svaz dokonce volal. Proto jsme i tu uzávěrku drželi, co nejdéle to šlo. Některá konkurenční média vsadila na to, že budou mít speciál před EURO co nejdříve, ale neměla aktuální soupisky a rozhodně nemohla mít čísla dresů. Potíž byla také s fotografiemi jednotlivých týmů. Nebylo totiž úplně jednoduché je sehnat z různých agentur. Některé celky se vyfotily aktuálně kompletní, někde máme jen jedenáctky z přípravných zápasů. Čtenáři nám to pak trochu vytýkali, že to není jednotné, ale chtěli jsme, aby tam ty týmy měli co nejvíce aktuální, i když to nakonec vypadá trochu nesourodě. Byl to takový vložený speciál, ale i ostatní stránky se věnovaly šampionátu. Servis stadionů, rozhodčích, rozhovor s bývalým reprezentantem Radkem Drulákem, dokonce i předpověď numeroložky, i když jí to moc nevyšlo, ale to byla spíš taková zajímavost. Samozřejmě tam byl také náš tým rozebraný do detailů.

Čím se dá v takovém extra vydání odlišit od ostatních podobných speciálů?

To je dost složité, já myslím, že jsou všechny podobné. Buď vsadíte na to, že jste první, ale tím pádem jsou tam nepřesnosti a soupisky nejsou finální, nebo pak můžete vymyslet něco neobvyklého. Například my jsme dali tržní cenu všech hráčů. Nebo najít

zajímavé vyjádření trenérů či hráčů k jednotlivým týmům. Něco, čím to ozvláštíte. Třeba grafem, jak dopadly jednotlivé týmy na všech ME do současnosti. Ale měl jsem k dispozici i zahraniční guidy a v podstatě se všechny celkem shodují. Ale myslím, že čtenář chce prostě ten základní servis, aby byl aktuální a bez chyb. Přestože jsme od červnového čísla zdražili, tak byl prodej vyšší, což bylo dané tím zaměřením k šampionátu. Podobně tomu bylo u letního dvojčísla.

Právě letní dvojčíslo bylo také zřejmě velmi náročné připravit, že?

Hodně jsme to řešili, protože z ekonomického hlediska je zimní a letní dvojčíslo periodik vždy ztrátové a inzertně slabší. My jsme chtěli mít co nejdříve po EURO kompletní servis šampionátu, dělaný vlastně den po dni, a to i ve skutečném čase. Museli jsme na tom zkrátka pracovat průběžně, jak se jednotlivé fáze turnaje dohrávaly. Je to taková kronika ME a máme jí pak úmyslně obráceně, aby měl čtenář finále jako první. A znovu v podobném duchu vyšly i další speciály po mistrovství, nic moc jiného se také vymyslet nedá, pokud ho chce mít to periodikum co nejdříve venku.

Ale kromě toho jsme zároveň dělali dvacetistránkovou přílohu k novému ročníku Gambrinus ligy se soupiskama a statistikama, které však nebyly aktuální. Ale asi se příští rok vrátíme k tomu, že k lize vyjde přímo speciál, a to až v srpnu na začátku soutěže. Teď jsme to právě trochu z obav o tu inzerci spojili. Takže jsme museli ještě v září udělat druhou přílohu k lize s aktuálními fotografiemi týmů a přidali jsme změny v kádrech z těch posledních týdnů, co se ještě udály.

Jedna věc je ty články napsat, ale další je pak graficky upravit a zlomit, aby ten časopis nějak vypadal. A to zabere dalších x hodin času a také se vše muselo dělat průběžně.

V kolika lidech jste na tomto poturnajovém čísle pracovali?

Samozřejmě se šetří, stejně jako všude. Pracoval jsem na tom tedy hlavně já a Honza Hrabálek. Pomáhali nám někteří externisté a spolupracovníci. Když to sečtu, tak napočítám tak šest sedm lidí.

Byla velká nevýhoda, že jste nebyli po celou dobu turnaje přímo na místě?

Já a Honza Hrabálek jsme se vydali jednou do Vratislavi udělat reportáž z místa jako fanoušci. Nakonec na to byli nejlepší ohlasy. Nebyli jsme tentokrát akreditovaní,

protože akreditace se vyřizovaly ve chvíli, kdy teprve vznikal nový Hattrick pod novým vydavatelstvím, tudíž nebylo nic jistého, a proto jsme tedy o akreditace nežádali.

Čím by se poturnajový speciál lišil, kdybyste byli v dějišti šampionátu každý den?

Příště bychom už na turnaji určitě byli akreditovaní. Je pravda, že osobní účast na turnaji je vždycky lepší. Já byl na celé řadě MS a ME, stejně jako na spoustě olympiád, a to je samozřejmě nenahraditelné.

Dřív se psali volné texty povinně. Dokonce i za minulého režimu, kdy se podařilo někam vyjet. Vždy to byly nejčtenější texty, protože se tam běžní čtenáři nedostali. Pak se ale před několika lety řeklo, že na těch místech už všichni byli a není potřeba o tom psát. A že fanoušky stejně zajímá hlavně ten fotbal. Ale v době internetu se takhle nedá psát, protože tam si lidi všechno najdou, navíc se dneska už můžou na spoustu těch zápasů sami podívat v televizi. Takže opět bude čím dál tím větší poptávka po těch textech zpoza dění, které mohou všichni vidět. Proto třeba Míra Bosák píše ze šampionátů své deníky, protože se dostane i na místa mimo stadion a je jedno, v jaké to je zemi. A to mě osobně v dnešní novinařině chybí.

Rozhovory s internacionálem Radkem Drulákem jste měli před i po turnaji. Byl to záměr?

Ano. Měli jsme to trochu snadnější, protože Honza Hrabálek se s ním zná. Pokoušela se o to i jiná média, ale neuspěla, takže jsme to měli více méně exkluzivně. A na oba ty rozhovory byly velmi dobré ohlasy od čtenářů.

Kolik času jste trávili prací na speciálních vydáních?

Jedna strana: Tři čtyři hodiny. Záleží na tom, jak moc si to stížíš. Vyhledávání všech těch údajů, které tam chceš mít, určitě zabere dost. Denně jsme na tom tak strávili deset dvanáct hodin. Tedy hlavně v té finální fázi, když se turnaj blíží ke konci. Navíc se zápasy hrají večer, takže i den je trochu posunutý. Nejdřív bylo potřeba dát věci na web a druhý den třeba přes den to podobně zpracovat i pro ten časopis.

Dřív jsem dělal v deníku a říkal jsem si, že v tom měsíčníku to musí být pohoda. Ale tak to asi bylo dříve, když takový časopis měl třeba dvanáct zaměstanců, dneska už to při omezování nákladů ve všech sférách určitě neplatí. Dneska musí stejnou práci udělat

mnohem méně lidí. Takže při těch speciálech je to vlastně opravdu deníkářská práce.

Jak fungoval během mistrovství Evropy server HATTRICK.cz?

Tehdy jsme ještě čerpali ještě hodně z tiskové agentury Mediafax, kde bylo zpravodajství bohaté a obsáhlé. Je škoda, že už skončila. A samozřejmě jsme tam psali různé aktuální glosy a poznámky. Měli jsme i různé experty, které jsme však střídali. Navíc k návštěvnosti pomáhala třeba i videa nebo fotografie z našeho fanouškovského tábora přímo ve Vratislavi.

Jak důležitou roli hraje ve specializovaném měsíčníku, jako je HATTRICK, reklama?

Máme spolupráci s firmou Nike, takže přestože hraje španělská reprezentace v dresech značky Adidas, dali jsme v poturnajovém čísle na obálku její hráče v trikách Nike. Obecně samozřejmě platí, že kolem ME je i zájem inzerentů pochopitelně větší. Navíc, když tam hraje český tým. Tato čísla jsou tedy i finančně nejúspěšnější.

My máme trochu problém v tom, že máme smlouvu s Concept One, tím pádem jsme partnerem Fotbalové asociace ČR, jak směřem k reprezentaci, tak ke Gambrinus lize. To znamená, že reklamy některých firem, které dávají peníze přes Concept One, se u nás musí objevit a my z toho peníze nemáme.

V zářijovém čísle máte rozhovor s mistrem Evropy Andrésem Iniestou. Bavili jste se s ním také o evropském šampionátu?

Přes partnera Nike jsme dostali exkluzivní rozhovor. Byl původně poskytován k nové kopačce, ale Iniesta naštěstí mluvil také o své fotbalové kariéře a dalších věcech. O ME ale ne, i když jsme se pokoušeli některé otázky směřovat i k šampionátu, ale ten rozhovor byl nakonec hlavně o něm a o Barceloně. Ale v čísle už se ME nedohrávalo.

Profil:

Po absolvování Fakulty žurnalistiky na Univerzitě Karlově pracoval od října roku 1983 jako redaktor deníku Sport/dříve Českolovenský sport. O rok později složil na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy také rigorózní zkoušku a získal titul PhDr. V roce 1991 působil ve sportovním oddělení Lidových novin, od roku 1993 byl opět ve

fotbalovém oddělení deníku Sport. Od roku 1997 do června roku 2006 byl téměř deset let zástupcem šéfredaktora deníku Sport pro fotbal. Od července 2006 do konce roku 2008 se v rámci vydavatelství Ringier přesunul na pozici šéfredaktora tehdy nejčtenějšího pražského (bezplatného) deníku 24 HODIN. V roce 2009 se stal regionálním šéfredaktorem týdeníku Sedmička vydavatelství Mladá fronta. Od února roku 2010 je šéfredaktorem magazínu HATTRICK.

Pracoval mimo jiné i ve vedení Klubu sportovních novinářů ČR a v radě Syndikátu novinářů ČR. Publikuje také v jiných periodikách - Mladá fronta Dnes, Hospodářské noviny či na serveru efotbal.cz. Působí občas i v televizi a rozhlasu jako expert. Je také spoluautorem řady odborných knih. V mládí hrával aktivně basketbal

Příloha 2 – expertní rozhovor: Jan Hrabálek

Od kdy jste začali připravovat materiály, které se tematicky vázaly k loňskému ME?

Na poradě s Pavlem Procházkou zhruba pět týdnů před začátkem EURA. Při plánování jsme vycházeli z předchozích modelů speciálů před velkými soutěžemi. Tady se těžko dá vymyslet něco úplně nového, čtenář vyžaduje do takových speciálů jasného a srozumitelného průvodce s kompletním servisem. Ten jsme se snažili nějak oživit, dát mu trochu jiný rozměr, například cenou hráčů podle serveru transfermarkt.de, nebo pohledem numeroložky na české hráče.

Čím se dá v takovém extra vydání odlišit od ostatních podobných speciálů?

Speciál se liší hlavně tím, že čtenář si jej kupuje za jasným účelem mít u TV svůj „guide“ se všemi informacemi. Pokud kupuje klasické číslo, je mu v podstatě jedno, zda tam bude rozhovor s Messim či Ronaldem. Přečte si rád obojí a klidně oželí, když tam jeden z nich nebude. Jenže u speciálu nelze vynechat nic, třeba pořadí zápasů, soupisky, představení měst. Je třeba to pečlivě naplánovat na počet stran a dát každé rubrice správné rozměry, aby se tam vše vešlo. Tady nejde ani tak o typickou tvůrčí novinářskou práci (pokud nepočítám třeba rozhovor s Radkem Drulákem), ale o editorskou nádeničinu, při níž se chyba neodpouští.

Jak náročné bylo připravit letní dvojčíslo, které vyšlo hned po EURO, ale zároveň v něm byla příloha k novému ročníku ligy?

Bylo to velmi náročné. Dělali jsme vše prakticky ve dvou lidech s Pavlem Procházkou. Zvolili jsme řešení odpovídající tomuto stavu, tedy počtu dvou osob a skutečnosti, že jsme na EURO nebyli osobně po celou dobu pobytu. Dělali jsme z každé skupiny kroniku, názor experta a vlastní EUROblog, v němž jsme se snažili vystihnout podstatné události ze skupiny. Myslím, že se nám to povedlo, oba dva máme novinářsky už něco za sebou.

Mně k tomu přibyla práce s přílohou, což zase není klasická novinářina, ale spíše otročina pro statistika, připočítat každému hráči odehrané zápasy, sladit jejich přestupy a vyhledat na netu sportovní životopisy těch, co do ligy přišli jako nováčci. Časově to

bylo velmi náročné.

Kolik času jste věnoval v průběhu ME práci pro web či časopis?

Pracoval jsem především pro magazín, měli jsme s Pavlem vytvořen harmonogram, na nějž navazovala práce grafika. Upřímně, na web zbylo málo pracovní kapacity, sem tam jsme něco našli na cizím netu, a to jsme upravili pro naši potřebu, případně jsme zveřejnili na našem webu fragmenty z textů, které pak v širší podobě šly do magazínu.

Bylo by lepší být během ME přímo na místě, nebo stačily výlety do Vratislavi z pohledu fanoušků?

Výhodou bylo konání ME za humny v Polsku. Bylo by samozřejmě lepší být na místě pořád a psát odtud, to by pak ale měl magazín trochu jinou podobu, museli bychom víc „prodat“ naši osobní účast. Ale tou blízkostí se rozdílily ne-li smazaly, tak zcela jistě zmenšily. Tři reportáže – moje, Pavlova a jeho ženy – ze tří úhlů pohledu, zabraly celou širší fanouškovského spektra a byly podle mě dostačující pro vykreslení atmosféry ve Vratislavi.

Čím by se poturnajový speciál lišil, kdybyste byli v dějišti šampionátu každý den?

Určitě by se lišil. Měl by větší autenticitu, větší důraz na detail.

Rozhovory s Radkem Drulákem byly v časopise před i po ME. Jak vznikaly, probíhaly a jaké na ně byly ohlasy?

Předně musím říct, že s Radkem se znám dlouhá léta a máme spolu velmi dobrý vztah na bázi novinář-hráč. Bez této vzájemné důvěry by rozhovor nikdy nevznikl, Radek se totiž zařekl, že po kauze návratu repre z Černé Hory už rozhovory dávat nebude. Ukecal jsem ho, seděli jsme spolu dlouho na kávě v Olomouci a tak vznikl první rozhovor – před EUREM. Měl mimořádné ohlasy, jak u čtenářů, tak i u odborné veřejnosti, proto jsme po dohodě s Pavlem Procházkou a samozřejmě s Drulákem, přistoupili na druhý rozhovor – po EURU. Jelikož Radek Drulák pracuje nyní v Rakousku, probíhalo interview po telefonu.

Profil:

Jan Hrabálek pracoval po studiích v letech 1980-1987 jako externista v denících Mladá fronta a Lidová demokracie. Další tři roky byl zaměstnán v Československém Sportu v brněnské redakci. V letech 1990-1994 pracoval ve sportovní redakci Lidové demokracie. Následujících patnáct let opět působil v deníku Sport, jako vedoucí filiální redakce v Brně. V roce 2010 si krátce vyzkoušel angažmá v periodiku Naše adresa, ovšem o pár měsíců později už zamířil do měsíčníku Hattrick, kde pracuje dosud. Kromě fotbalu psal dříve také hlavně o volejbalu, plavání a triatlonu. Zúčastnil se celé řady světových i evropských šampionátů v těchto sportech, ale i dalších soutěží.

Příloha 3 – expertní rozhovor: Petr Hašek

Od kdy se začaly pravidelně zařazovat články do speciální rubriky EURO 2012?

Už zhruba měsíc před startem šampionátu byly na web postupně zařazovány rozpis zápasů, profily týmů a přehled stadionů. Články týkající se turnaje se na webu začaly pravidelně objevovat zhruba dva týdny před startem.

Jaké byly nejčastější zdroje pro články, případně fotky a videa k ME?

Klasické zpravodajské články a také fotografie jsme přebírali z agentury MEDIAFAX, dále jsme překládali články z různých zahraničních sportovních serverů. Hlavním zdrojem videí se stal server youtube.com.

V kolika lidech jste na každodenním webovém zpravodajství pracovali?

Musím podotknout, že jsme se nevěnovali klasickému zpravodajství v takové míře, jako jiné portály. Český tým (jeho zápasy, ohlasy) jsme sice sledovali podrobně, ale jinak byly hlavní náplní rubriky spíše publicistické články (blogy, poznámky, komentáře...), zajímavosti a videa, než klasické zpravodajství. Na webu během ME pravidelně pracovali čtyři redaktoři.

Kolik hodin denně jste věnoval webu a kolik článků denně se tam objevilo?

Denně jsem se webu věnoval zhruba osm hodin a vydal v průměru pět článků.

Jak velká byla provázanost s materiály k ME v tištěném časopise?

Jelikož jde o měsíčník, tak provázanost byla prakticky jen v tom, že se do časopisu použily profily stadionů a z části i profily týmů.

Jak moc zasahuje na webu během ME reklama a nakolik se vyplatí?

Myslím, že reklama na webu během ME zasahovala stejně jako jindy. Tím, že na turnaji startoval i český tým, byly stránky logicky více sledovány, tudíž reklamy bylo více a web více vydělal.

Profil:

S nástupem na gymnázium v roce 2004 se zároveň stal externím sportovním redaktorem v Berounském deníku, později začal spolupracovat s fotbalovým portálem eFotbal.cz, vyzkoušel si také práci v deníku Sport. Po střední škole zamířil na Univerzitu Jana Amose Komenského, kde úspěšně zakončil tříletý obor Sociální a mediální komunikace. Při studiu pracoval jako sportovní redaktor regionálního čtrnáctideníku Náš REGION a na jaře roku 2010 se stal šéfredaktorem portálu HATTRICK.cz, kde působí dosud. Externě spolupracuje se středočeskou a pražskou mutací deníku MF DNES.

Příloha 4 – expertní rozhovor: Stanislav Hrabě

Jak velkou konkurenci v rámci malého českého trhu byl pro Fotbal Sport tehdy na přelomu století nový magazín HATTRICK?

Situace byla taková, že vycházel časopis Fotbal Sport několik let, ale část redakce v roce 1999 odešla a vznikl tak nový časopis HATTRICK. A zprvu ten Fotbal Sport dost vykrádal. Měl podobný layout, stejné články i rubriky. Tak jsme se s majitelem radili, jestli by to nešlo nějak soudně napadnout za krádež myšlenky, nebo něco takového. Ale to zkrátka nebylo možné. Žádný takový zákon na to nebyl.

Nějaký čas vycházely oba časopisy paralelně. Dalo se to podle vás udržet dlouhodobě? Některé velké články měly třeba oba magazíny během roku 2000 stejné.

Z počátku to vypadalo, že se uživí oba časopisy, ale postupem času rozhodovaly hlavně finance. HATTRICK měl větší kapitál, takže si mohl dovolit tvrdou lesklou obálku, kvalitnější papír i velké plakáty. Byly tam investice i do reklamy a dalších věcí. Fotbal měl chvíli výhodu, že byl pod deníkem Sport, v němž se na něj často poutalo, ale když Ringier plánoval koupit právě Sport, s Fotbalem už moc nepočítal. Nechal ho žít bez investic. Pokud si na sebe vydělá, ok, když ne, tak skončí. Ochota investovat tam nebyla.

Kdy vám bylo jasné, že časopis Fotbal Sport skončí? Bylo to rozhodnutí vedení vzhledem k situaci? A do jaké míry v tom hrál roli už rozjetý HATTRICK?

Já jsem tvrdil už od začátku toho rozkolu, že jen nesmyslné, aby u nás vycházely dva stejně zaměřené časopisy, proto jsme se snažili o nějakou dohodu na sloučení. Ale nakonec to dopadlo tak, že byl Fotbal Sport prodán Tipsportu, který měl i HATTRICK a Fotbal Sport zrušil. Naposledy vyšel v prosinci roku 2001.

Příloha 5 – expertní rozhovor: Jan Jaroš

Od kdy jste připravovali materiály pro speciální číslo Pro Footballu před ME?

Zhruba od března.

V kolika lidech jste na speciálním vydání před ME pracovali?

Podílelo se na něm různou měrou asi osm lidí.

Čím se dá odlišit od ostatních podobných speciálů? Sledujete taková vydání u konkurenčních médií?

Nemám moc čas sledovat konkurenci, v podstatě jsme jen navázali na naše předchozí speciály k mistrovství světa či Evropy.

Vydali jste speciální číslo či přílohu před i po šampionátu? Případně v jakém rozsahu?

Šlo o dvaatřicetistránkovou přílohu před ME, ale Eura se týkalo skoro celé číslo. Po turnaji už jsme zařazovali jen dílčí články. Měli jsme ale během celého jara vzpomínkové texty ke všem účastem českého týmu na evropských šampionátech.

Využili jste pro vydání po skončení ME materiály pořízené přímo v dějišti šampionátu?

Jen částečně.

Kolik času jste průměrně denně věnoval přípravě těchto speciálních čísel?

Nedokážu přesně odhadnout. Před uzávěrkou ale téměř veškerý čas, třeba i dvacet hodin denně.

Viděl jste speciály časopisu HATTRICK? Jak byste je zhodnotil, případně porovnal s těmi vašimi?

Neviděl.

Příloha 6 – expertní rozhovor: Lukáš Hron

Od kdy jste připravovali materiály pro speciální čísla Sport Magazínu před ME?

Řádově to byla práce několika týdnů před vydáním. Vychází to i ze skutečnosti, že jsme svým způsobem vlastně dělali tři EUROspeciální čísla za sebou. To první se věnovalo fanouškovskému servisu. Čtenáři v něm našli především fakta o pořádajících zemích. Druhý přinesl analýzu přínosu útočníka Milana Baroše pro český tým a podrobně rozebranou soupisku českého týmu. Skutečným speciálem, který měl výjimečně šedesát čtyři stran, byl až ten, který vyšel v den, kdy začalo mistrovství Evropy. Tam už byly soupisky se statistikami a vše potřebné přímo k turnaji. I na něm jsme ale pracovali průběžně už několik týdnů před šampionátem.

V kolika lidech jste na speciálním vydání před ME pracovali?

Podíleli se: tři redaktoři magazínu plus jeho vedoucí, dva grafici. Otevírací rozhovor s Rosickým pro nás dělali fotbaloví redaktoři deníku Sport Karel Häring a Pavel Kalouš.

Čím se dá odlišit od ostatních podobných speciálů? Sledujete taková vydání u konkurenčních médií?

Snad šíří podávaných informací, množstvím grafů a faktů. Právě na ně jsme kladli důraz. Ale nechci být ke konkurenci nespravedlivý, je to už víc jak půl roku, takže si speciály ostatních redakcí zas tak podrobně nevybavuji. V době před konáním šampionátu jsem je ovšem sledoval.

Vydali jste speciální číslo či přílohu před i po šampionátu? Případně v jakém rozsahu?

Po šampionátu jsme speciál nevydávali. Předturnajové číslo mělo mimořádně rozsah 64 stran.

Využili jste pro vydání po skončení ME materiály pořízené přímo v dějišti šampionátu?

Ano, platí to zejména o fototématech přímo z dějiště EURO.

Kolik času jste průměrně denně věnoval přípravě těchto speciálních čísel?

To je takhle s odstupem obtížné říct. Přibližně devět hodin denně.

Viděl jste speciály časopisu HATTRICK? Jak byste je zhodnotil, případně porovnal s těmi vašimi?

Přestože jsem ty speciály určitě viděl, teď už si je nevybavím. Nebo si je alespoň nevybavím do takové míry, abych si mohl dovolit je nyní jakkoliv hodnotit.

Příloha 7 – expertní rozhovor: Jan Palička

Od kdy jste připravovali materiály pro speciální číslo Pro Footballu před ME?

První schůzka proběhla v lednu, nejpozději v únoru. Tehdy padly první konkrétní návrhy na scénář přílohy. Do detailu se obvykle plánovalo během dubna a první písmenka vznikla měsíc před turnajem.

V kolika lidech jste na speciálním vydání před ME pracovali?

V pěti a více.

Čím se dá odlišit od ostatních podobných speciálů? Sledujete taková vydání u konkurenčních médií?

Sledovat konkurenci je nezbytné za všech okolností. Odlišit se od ostatních podobných speciálů se dá především kvalitou, nápady, pestrostí, obrazovým doprovodem, nechybovostí.

Vydali jste speciální číslo či přílohu před i po šampionátu? Případně v jakém rozsahu?

V MF DNES se takový krok dělá téměř výhradně při úspěšných olympiádách. Ani EURO 2004 nebylo výjimkou, tam vyšla speciální příloha taky jen před turnajem.

Využili jste pro vydání po skončení ME materiály pořízené přímo v dějišti šampionátu?

Pokud mluvíme o příloze, která však nebyla magazínového typu, tak rozhodně ano.

Kolik času jste průměrně denně věnoval přípravě těchto speciálních čísel?

Moře. To se nedá vyčíslit. Poslední dny před vydáním na tom pracovali obvykle čtyři lidé téměř nepřetržitě. Řekněme třeba šestnáct hodin denně.

Viděl jste speciály časopisu HATTRICK? Jak byste je zhodnotil, případně porovnal s těmi vašimi?

V posledních třech letech, kdy šla kvalita Hattricku rapidně dolů, speciály nesleduji.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Pavel Urban

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční studium

**Název práce: Fotbalové mistrovství Evropy 2012 z pohledu odborného magazínu
HATTRICK**

Rok: 2013

Počet stran text: 54

Celkový počet stran příloh: 16

Počet titulů českých použitých zdrojů: 39

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 3

Počet internetových zdrojů: 22

Vedoucí práce: PhDr. Et ThDr. Radek Mezulánik, PhD.