Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

Fakulta
tělesné kultury

POPULARITA A VZESTUP MMA V ČESKÉ REPUBLICE V NÁZORECH AKTÉRŮ DISCIPLÍNY

Bakalářská práce

Autor: Jakub Kutlák

Studijní program: Tělesná výchova a sport se specializacemi

Vedoucí práce: PhDr. Arnošt Svoboda, Ph.D.

Olomouc 2022

Bibliografická identifikace

Jméno autora: Jakub Kutlák

Název práce: Popularita a vzestup MMA v České republice v názorech aktérů disciplíny

Vedoucí práce: PhDr. Arnošt Svoboda, Ph.D.

Pracoviště: Katedra společenských věd v kinantropologii

Rok obhajoby: 2022

Abstrakt:

Tato bakalářská práce se zabývá faktory, které výrazně pomohly vzestupu popularity MMA v České republice. O těchto faktorech zde, pomocí polostrukturovaných rozhovorů, promlouvají tři významní aktéři, kteří se kolem tohoto sportu aktivně pohybují již řadu let, a mají tak o vývoji MMA v ČR výborný přehled a zajímavé informace. Hlavním cílem tohoto výzkumu je, na základě názorů respondentů, zjistit, proč se smíšená bojová umění stala během několika jedním z nejsledovanějších sportů u nás.

Klíčová slova:

Popularita, MMA, zápasníci, fanoušci, vývoj

Souhlasím s půjčováním práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author: Jakub Kutlák

Title: Popularity and rise MMA in the Czech republic by the opinions of the actors of the discipline

Supervisor: PhDr. Arnošt Svoboda, Ph.D.

Department: Department of Natural Sciences in Kinanthropology

Year: 2022

Abstract:

This bachelor thesis concerns about factors, which significantly helped to increase the popularity of MMA in the Czech Republic. These mentioned factors, which are formed via half-structured interviews, are in the most part talked about by 3 very eminent performers, who are activelly a part of this sport for several years already, which makes them quite knowledgeable and informed in terms of MMA. The main goal of this research is, based on the respondents‘ opinions, to find out why mixed martial arts became one of the most popular and watched sports in our country today.

Keywords:

Popularity, MMA, fighters, fans, development

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracoval samostatně pod vedením PhDr. Arnošta Svobody, Ph.D., uvedl všechny použité literární a odborné zdroje a dodržoval zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 30. června 2022

.....

Děkuji vedoucímu této bakalářské práce PhDr. Arnoštu Svobodovi, Ph.D. za vstřícný přístup a poskytnutí cenných rad, které mi pomohly tuto práci zrealizovat.

OBSAH

Obsah 7
1 Úvod 9
2 Přehled poznatků 10
2.1 Sport 10
2.2 Sport jako sociálně kulturní fenomén 10
2.3 Popularita 11
2.3.1 Popularita sportu 11
2.3.2 Míra popularity sportu v ČR 11
2.3.3 Charakteristika MMA 12
2.3.4 Popularita MMA v České republice 13
2.4 MMA v České republice 14
2.5 Masová média 14
2.5.1 Sport a masová média 15
2.5.2 Mediální sport: případ rostoucí komercionalizace 15
2.5.3 Sport jako konzumní hodnota: fenomén sportovního fandovství 17
2.5.4 Média a MMA v České republice 17
3 Cíle 19
3.1 Hlavní cíl 19
4 Metodika 20
4.1 Kvalitativní výzkum 20
4.2 Výběr výzkumného souboru 20
4.3 Etické aspekty výzkumu 20
4.4 Metody sběru dat 21
4.4.1 Polostrukturované rozhovory 21
4.4.2 Pozorování 22
4.5 Scénář rozhovoru 22
4.6 Metoda zpracování dat 23
5 Výsledky 24
5.1 MMA dnes a v minulosti 24

5.2 Faktory, které stojí za vzestupem popularity MMA v ČR 25
5.2.1 Organizace GCF 25
5.2.2 Příchod Karlose Vémoly na českou scénu 26
5.2.3 Organizace X Fight Nights 27
5.2.4 OKTAGON Výzva 27
5.2.5 Organizace OKTAGON MMA 28
5.2.6 Rivalita mezi OKTAGON MMA a XFN 29
5.2.7 Projekt X a Y 30
5.2.8 „Zápas století“ 30
5.2.9 MMA v době coronaviru 31
5.2.10 Zápasy influencerů 32
5.2.11 Trash talking 33
5.2.12 Zápasníci, kteří pozvedli popularitu českého MMA 34
5.2.13 Zápasy, které přitáhly velkou pozornost 35
5.2.14 Osoby, které se podíleli na vzestupu popularity MMA v ČR 36
5.3 Jak udržet popularitu MMA 37
5.4 Co může popularitě MMA ublížit 37
6 Diskuse 39
7 Závěry 43
8 Souhrn 46
9 Summary 47
10 Referenční seznam 48

1 ÚVOD

Smíšená bojová umění, známá především pod zkratkou MMA, patří v současné době mezi nejpopulárnější a nejrychleji rostoucí sporty na světě. To, co ještě před pár lety bylo společností odmítáno a odsuzováno, se během posledních roků stalo velkým fenoménem, který přitahuje obrovské množství pozornosti fanoušků po celém světě. Výjimkou není ani Česká republika, kde se MMA stalo uznávaným a respektovaným sportem, který vyprodává ty největší arény, přitahuje zájem médií a baví širokou veřejnost.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Sport

Sport je společensko - kulturní činnost, která je přínosem pro společnost a přátelství mezi národy za podmínky, že je provozována čestně. Sport je rovněž pokládán za činnost, která pokud je provozována poctivě, umožňuje člověku, aby sám sebe lépe poznal, lépe se projevoval a zdokonaloval sám sebe, dosáhl rozkvětu, nabyl dovedností a prokázal své schopnosti; sport je prostředkem společenské interakce, zdrojem radosti a potěšení, přinášející blaho a zdraví. Sport se svou širokou škálou klubů a dobrovolných pracovníků dává člověku příležitost, aby se začlenil a našel své odpovědné místo ve společnost. Vedlo toho může přispět i k rozvoji citlivějšího přístupu k životnímu prostředí (Kodex sportovní etiky, 2014).

2.2 Sport jako sociálně kulturní fenomén

Sport, v souladu s hodnotovým zakotvením a směřováním soudobé postmoderní společnosti, je stále výrazněji spojován s komerčním sponzorským logem na dresech atletů, s arénami, které jsou svědky významných sportovních událostí, a s mediálním zpravodajstvím, které je zprostředkovávají. Mediální společnosti vydávají obrovské finanční prostředky na vysílací práva, sportovní hvězdy jsou kupovány a prodávány za milionové částky, města a regiony investují obrovské finanční sumy k získávání práv uspořádat globálně významné sportovní události, profesionální sportovní kluby hrají důležitou roli na burzovním trhu. Sport, jako významný sociálně-kulturní fenomén, se tak stává stále méně přehlédnutelnou součástí našich životů. A to jak na úrovni jeho stále sílící profesionalizace a spektakulární komercionalizace, tak v rovině každodenních volnočasových aktivit mas současníků (Sekot, 2006, s. 15).

Sport je provázán s důležitými oblastmi života společnosti. Rodina tak mnohdy přizpůsobuje svůj životní rytmus tréninkovému a hracímu programu svých členů a sledování sportovních televizních událostí může naopak narušit či přímo rozvrátit rodinný život. A nebo společné sportování členů rodiny může vzájemné vztahy posílit a udělit jim novou, jinde a jinak netušenou socializační dimenzi (Sekot, 2006, s. 16).

Vztah sportu a ekonomiky odráží rostoucí obrovský příliv peněz do vrcholového výkonnostního sportu zejména v bohatých zemích. Výstavba velkolepých sportovních arén, nemalé náklady na sportovní výbavu a výstroj, sportovní sponzoring, sportovní sázky a zejména obrovské a rostoucí příjmy sportovních hvězd jsou fenoménem neodmyslitelně náležejícím

k realitě naší kulturní sféry. Nadnárodní korporace sponzorují olympijské hry ve snaze asociovat produkt jako kupř. Coca-Cola či Nike s konzumním stylem spotřební společnosti, kde sportovní podívaná funguje jako zábava a vzrušení a odbytová základna pro lepší prodej globálně distribuovaných výrobků (Sekot, 2006, s. 16).

Stejně i svět sportu a masových médií umocňuje kulturně zakotvené a ideologicky zaměřené působení sportu jako formy zábavy a tvorby globálně přejímaných spotřebních hodnot (Sekot, 2006, s. 16).

2.3 Popularita

Popularita je stav krátkodobé i dlouhodobé obliby určité věci, myšlenky, osobnosti či instituce ve veřejnosti nebo zvýšený zájem o ně, který mívá, ale také nemusí mít rysy módy. Popularita je jednou z centrálních kategorií masové kultury. Tvorba popularity určitých produktů masové kultury (hitů, hudebních skupin, zpěváků atd.) je předpokladem úspěšnosti masové kultury v komerčním slova smyslu i významným mechanismem jejího působení ve společnosti (Petrusek, et al., 1996, s. 801).

2.3.1 Popularita sportu

Bottenburg (2001) ve své publikaci rozděluje popularitu sportu na aktivní a pasivní. Podle něj totiž popularitu sportu lze určit dvěma způsoby, a to podle počtu osob, kteří se aktivně věnují určitému sportu, ale i počtem lidí, kteří se o sport pouze zajímají a sledují ho, tzn. diváci.

Bottenburg (2001) dále uvádí, že mezi aktivním a pasivním zájmem o sport existuje určitá souvztažnost, a to konkrétně v rizikových sportech, do kterých mj. patří také bojové sporty. Tyto extrémní sporty sice nemají tolik aktivních provozovatelů, kvůli jejich vyššímu potenciálnímu nebezpečí, ale na druhou stranu přitahují velkou pozornost diváků, což znamená, že u těchto sportů dominuje pasivní popularita, zatímco ta aktivní je poměrně nízká. Méně rizikové sporty zase mají naopak větší počet aktivních provozovatelů.

2.3.2 Míra popularity sportu v ČR

V roce 2020 provedla Národní sportovní agentura (NSA) říjnový výzkum v rámci kterého zjišťovala vztah Čechů ke sportu a jak jsou podle nich jednotlivé sporty atraktivní z pasivního (diváckého) pohledu a z pohledu jejich aktivního provozování. Celkově se výzkumu účastnilo 5 tisíc respondentů, kteří měli na výběr z celkově 105 různých sportů (Národní sportovní agentura, 2021).

Výzkum ukázal, že sport pravidelně sleduje přibližně 41 % Čechů, ze kterých největší část sleduje sport několikrát týdně. Mezi nejoblíbenější sporty ke sledování patří podle průzkumu lední hokej, lyžování, atletika, tenis a biatlon (Národní sportovní agentura, 2021).

Aktivnímu provozování sportu se věnuje 38 % Čechů. Mírně zarážející je to, že 40 % Čechů se sportu nevěnuje vůbec nebo pouze příležitostně. Mezi nejatraktivnější sporty z hlediska jejich aktivního provozování patří bowling, tenis, cyklistika, lyžování a tenis (Národní sportovní agentura, 2021).

Odlišné výsledky ukázal výzkum, který byl proveden v letech 1999-2003 na oddělení sportovního managementu FTVS UK v Praze, jenž se také zabýval popularitou sportů. Z výsledků je patrné, že nejpřitažlivějšími sporty během sledovaného období byl fotbal a hokej. Tyto dva sporty se totiž řadí do tzv. 1. skupiny sportů, jenž sleduje nejvíce lidí v ČR (Čáslavová a další, 2003).

2.3.3 Charakteristika MMA

Mixed Martial Arts (dále jen MMA) je nový druh bojového úpolového sportu, který v současné době prožívá obrovský vzestup popularity mezi veřejností i sportovci. Dříve tento sport byl více znám pod termínem ultimátní zápas. Ultimátní zápas je název pro druh bojového sportu, ve kterém nastupují bojovníci různých bojových umění a stylů jako je karate, savate, kickboxing, taekwondo, brazilské džiú-džitsu a mnohých dalších. Ultimátní zápasy vznikly z jediného důvodu – zjistit, který bojový sport či bojová umění jsou nejlepší (Pavelka a Stich, 2014).

V MMA rozlišujeme tři základní typy bojovníků. Každý bojovník, ať už na profesionální či amatérské úrovni, trénuje všechny aspekty ultimátního zápasu, avšak jeden z nich danému zápasníkovi vždy vyhovuje nejvíce. Prvním typem je Striker, neboli bojovník v postoji, který nejčastěji používá techniky z boxu, thajského boxu, karate a podobných sportů. Tento typ bojovníka se snaží se o to, aby se zápas nedostal na zem, která pro něj představuje nebezpečí. Dalším typem je Wrestler (zápasník), který se většinou snaží soupeře strhnout na zem a tam se jej snaží ukončit nejčastěji pomocí úderů, ale i základních škrceních a pák. Třetím příkladem bojovníka je tzv. Groundfighter (zápasník na zemi), který je boxersky méně zdatný. Tento typ zápasníka se totiž snaží za každou cenu přenést zápas na zem, a tam protivníka uškrtit či upáčit pomocí technik z grapplingu, Juda nebo brazilského jiu-jitsu (Pavelka a Stich, 2014).

2.3.4 Popularita MMA v České republice

Smíšená bojová umění se v České republice stále vyvíjejí. I přesto, že se zápasy v kleci dostaly do povědomí fanoušků teprve před pár lety, stávají se pomalu velkým fenoménem, který přitahuje pozornost nových diváků, médií a v neposlední řadě naplňují ty největší haly ČR. Tuto skutečnost potvrzuje například galavečer OKTAGON 15, který se v roce 2019 odehrál ve vyprodané pražské O2 Aréně. Akci navštívilo přes dvacet tisíc diváků, což přepsalo historii českého MMA (refresher.cz, 2019).

Díky nárůstu popularity MMA v České republice se také tuzemští zápasníci více dostávají do prestižních zahraničních organizací. V UFC, což je nejlepší zápasnická organizace světa, aktuálně naši zemi reprezentují dva bojovníci. Jedním z nich je David Dvořák, který v této organizaci patří mezi TOP 10 nejlepších zápasníků tzv. muší váhy (Fightlive.cz, 2021).

Ještě vyšší příčky zaujímá Jiří Procházka, který se 13. června 2022 na turnaji UFC 275 stal historicky prvním českým šampionem UFC, když v pátém kole porazil Brazilce Glovera Teixeiru, což je pro české MMA doposud největším úspěchem (Ruik.cz, 2022).

V září roku 2021 proběhl přes portál Ipsos.com výzkum, který měl za cíl odhalit, jak Češi a Slováci ve věku 18-55 let pohlížejí na MMA a do jaké míry tento sport sledují. Výsledky ukázaly, že MMA zná 65 % české populace, z čehož celkem 14 % Čechů tento sport sleduje pravidelně. Dalším zajímavým výsledkem této studie je, že 48 % tázaných Čechů řeklo, že MMA vnímají jako rostoucí sport, zatímco pouhé 1 % z nich tento sport vnímá jako ustupující (Ipsos.com, 2021).

Velký nárůst sledovanosti během posledních pár let vnímá i realizátor výše uvedeného výzkumu: *„Sledovanost MMA přitom narostla za poslední 3 roky extrémně. V posledním měření na obdobné populaci, které jsme prováděli v rámci naší studie Generace X, Y, Z v roce 2018, to byla pouze 2 %. Jde tedy v podstatě o sedminásobný růst“* řekl Jan Staněk (Ipsos.com, 2021).

Barták a Kalous (2020) ve své knize mluví o tom, že MMA v České republice rapidně stoupá na popularitě, a dokonce má tento sport šanci nahradit i hokej, který podle něj spíše na popularitě upadá: „*MMA by podle mě mohlo v budoucnu nahradit třeba i hokej, který je u nás hodně populární, ale přijde mi, že v posledních letech uvadá (...). Hokej, to je velký objem zápasů, což se projevuje na návštěvnosti. Když to srovnám s MMA, také tento adrenalinový sport dokáže plnit haly. V březnu 2019 bylo v Ostravě na galavečeru OKTAGON MMA přes jedenáct tisíc lidí. Na předchozí dva zápasy hokejového předkola play-off přišlo v průměru sedm tisíc lidí.“* řekl Daniel Barták.

2.4 MMA v České republice

V České republice existuje několik organizací, které pravidelně pořádají galavečery MMA, což napomáhá vzestupu tohoto sportu. Za jednu z prvních a přelomových organizacích je u nás považována GCF (Gladiator Championship Fighting), jež byla v roce 2010 založena Michalem Hamršmídem. Byla to jedna z prvních MMA organizacích u nás, která dávala prostor jak ostříleným, tak i začínajícím bojovníkům. Vychovávala novou generaci talentů, což pro české MMA znamenal přelom (Barták a Kalous, 2020, s. 93).

Za aktuálně nejlepší organizaci v ČR je považována OKTAGON MMA, jejíž zakladateli jsou Pavol Neruda a Ondřej Novotný. Tato organizace vznikla v roce 2016 díky projektu OKTAGON Výzva, kde proti sobě bojovalo celkem osm bojovníků MMA, čtyři z Česka a čtyři ze Slovenska. Finále této show poté vyvrcholilo živě před diváky v pražské hale Královka, kde se uspořádal první galavečer OKTAGON MMA. Od té doby OKTAGON ročně pořádá hned několik turnajů v těch největších českých a slovenských arénách či městech. To, že je tato organizace považována za nejúspěšnější v Česku a Slovensku, dokazují čísla za rok 2020, která ukazují celkem 745 tisíc fanoušků (OKTAGON MMA, 2020).

V roce 2016 však na trhu působila další silná organizace, která vystupovala pod zkratkou XFN (X Fight Nights), jejímž promotérem byl Petr Kareš. XFN bylo velmi silnou organizací a vlastnila několik špičkových zápasníků, jako je například Ivan Buchinger, Makhmud Muradov, Karlos Vémola, David Dvořák a další. 27.12. roku 2018 uspořádala velký galavečer v O2 Aréně, kde se v hlavním zápase večera proti sobě střetli známí rapeři Otakar „Marpo“ Petřina a Patrik „Rytmus“ Vrbovský podle pravidel boxu. Na tento galavečer dorazilo přes 17 tisíc diváků, což byl v té době historický rekord v návštěvnosti bojových sportů. Později se však bohužel ukázalo, že XFN trpí vážnými finančními problémy, což způsobilo to, že tato organizace v roce 2019 ukončila svou činnost a dnes už žádné turnaje nepořádá (iSport.cz, 2018).

Za poměrně mladou a dobře fungující je momentálně považována organizace IAF (I Am Fighter), která na scénu vstoupila na začátku roku 2019 zakladateli Petrem Ondrušem a Ondřejem Pálou. *„Cílem této organizace není být automaticky konkurencí již stávajícím organizacím, ale nabídnout možnost uplatnění volným bojovníkům a všem, kteří mají chuť trénovat a zápasit,* řekl jeden z hlavních promotérů IAF Petr Ondruš (iamfighter.cz, 2019).

2.5 Masová média

Kotler (2007) charakterizuje média jako neosobní komunikační kanály zahrnující tištěná média (noviny, časopisy, direkt email), vysílaná média (rádio, televize), obrazová média

(billboardy, tabule, plakáty) a on-line elektronická média (on-line služby, webové stránky, CD, DVD).

Pojem médium (lat. medius – prostředí) značí to, co stojí uprostřed mezi jevy, a může je tedy i spojovat. Masová média pak běžně chápeme jako: „*sdělovací systémy, akty a prostředky, pomocí nichž jsou zprávy zakódované v těchto systémech předávány konzumentům – velkému, anonymnímu a heterogennímu souboru adresátů*“ (Spousta, 2003, s. 52).

2.5.1 Sport a masová média

Není snadné porozumět v plné šíři a hloubce současné společnosti, aniž bychom věnovali náležitou pozornost právě světu masových médií. Mediální sport, obdobně jako všechny oblasti kultury, je vytvářen, organizován a ovládán lidmi, jejichž ideje jsou odvozovány z jejich sociální zkušenosti: I sportovní média jsou tudíž sociálně konstruovaný fenomén (Sekot, 2006, s. 53-78).

Sport a média tvoří dnes osudově pevně provázaný institucionální svazek. Mediálně atraktivní sporty jsou tak zejména pro televizi jedinečným zdrojem příjmů a silným impulzem zvyšování diváckého zájmu. Medializovaný sport se stává nedílnou součástí naší existence. Informuje nás o sportu a lidech kolem sportu, tím jsme zpětně vystaveni ovlivňování našeho pohledu na svět. A hlavně: velká podívaná mediálního sportu nabízí širokou paletu forem zábavy (Sekot, 2006, s. 203).

Zájem médií však nepřitahuje pouze dobrý sportovní výkon, ale velký vliv má na mediální pozornost také show. Altheide & Snow (1979) tvrdí, že se přirozený charakter sportu změnil v důsledku komerčního zájmu médií. Tím je myšleno, že samotný produkt medializovaného sportu není tolik o akci, zkušenosti či výkonu na hřišti, ale daleko více záleží na kreativitě „divadelního představení“, kterým sportovci mohou zaujmout publikum mnohem více, což může značně ovlivnit příjmy z reklam.

2.5.2 Mediální sport: případ rostoucí komercionalizace

Medializovaný sport je dnes sociologií chápán jako významná skladební součást a hnací síla globálně šířené tržní ekonomiky. Běžně se tak hovoří o vzájemné skladební provázanosti sportu, médií a trhu, která plodí fenomén „divácké komodity“ (Silk 2004, s. 226, 233). Tento specifický produkt masové kultury je výrazem souhry mediálních reklamních příjmů, přímých sponzorských příspěvků a výnosů z prodeje přenosových práv. To vše s cílem získat si přízeň diváka, který nakonec zřetězením přímých či zprostředkovaných výdajů nese náklady na sportovní programy (Sekot, 2006, s. 227, 228).

V médiích také dochází k nevyváženému zájmu o jednotlivé sporty. To znamená, že mnohem větší pozornost je často věnována lépe placeným a populárním sportovcům než těm, kteří objektivně podávají skvělé sportovní výkony, avšak postrádají tzv. „sportainment," což se dá popsat jako atraktivní sportovní zábava, která výrazně přitahuje pozornost médií (Sekot, 2006, s. 228).

Komerční sport má své pozitivní přínosy:

1. Sport se stal masovým, vysoce přitažlivým divadlem a zábavou;
2. Počet sportovních odvětví se zvyšuje;
3. V samotných sportech se uplatňují progresivní prvky nových technologií;
4. Sport slouží jako příklad aktivního a zdravého způsobu života (výživa, režim apod.) (Dovalil a kol., 2004, s. 170-171).

Existují samozřejmě i negativní dopady komerčního sportu:

1. Hodnoty ekonomické zatlačují původní smysl sportu,
2. Sportovci se někdy stávají prodejními komoditami,
3. Instrumentální postoj sportovce k vlastnímu tělu,
4. Eskalace výkonnosti = zvyšování stresu,
5. Negativní průvodní jevy (hrubost, podvody, korupce, doping),
6. Nebezpečí poškozování zdraví,
7. Zneužívání práce trenérů,
8. Růst počtu soutěží (nedostatek času na přípravu a regeneraci),
9. Pokles věkové hranice pro účast (Dovalil a kol., 2004, s. 170-171).

Sport – se všemi pozitivními a negativními atributy – dnes patří k nejsledovanějším programovým složkám všech televizí: komerční a veřejně právní. Televizní komentáře svým výrazem umocňují zpravidla akčnost podívané, kladou důraz na soutěživost, útočnosti, tvrdost, týmovou spolupráci, osobní odvahu, schopnost přemáhat bolest a únavu. Televizní sportovní podívaná umocňuje pocit bezprostřednosti podívané, kdy se snaží obrazem i komentářem zprostředkovat televiznímu divákovi více, než nabízí přímá divácká účast (Sekot, 2006, s. 229).

2.5.3 Sport jako konzumní hodnota: fenomén sportovního fandovství

Zatímco pro mnoho lidí sport, jako aktivní činnost a obzor jedinečné podívané nic neznamená, pro stále rostoucí masu lidí hraje sport signifikantní úlohu v utváření jejich sociální a kulturní identity. Zejména „konzumování" sportovní podívané se stává pro mnohé naše současníky neodmyslitelnou součástí hodnotového světa každodennosti. V tomto kontextu *sportovní fandovství* reflektuje jednu z forem, kterou lze prožívat a konzumovat sport v každodenním životě zejména v postmoderní virtuálně orientované společnosti. Přitom pojem *fanda* či fanoušek se vztahuje k těm, kdo vykazují zájem o specifický subjekt (Sekot 2006, s. 245).

Důležitý pojem představuje i *sportovní divák*, kterého lze charakterizovat jako pasivního pozorovatele hry, který je povznesen nad týmovou rivalitu, a ve sportovním klání se soustřeďuje na akci a výsledek podívané. Nebývá jednostranně zaměřen na jediný sport (např. fotbal) a nebývá spjat s konkrétním klubem a jeho symboly. Je schopen nezaujatého přístupu ke sportovní podívané, kterou zpravidla sleduje zprostředkovaně prostřednictvím masových médií. Sport vnímá jako divadelní představení, kde se oceňuje děj a prožitek z předvedeného výkonu (Sekot 2006, s. 245).

Pojem *sportovní fanda* je zase definován jako jedinec, který je posedlý zájmem o určitý tým, celebritu, podívanou, skupinu apod. Jako pojem asociuje příslušnost k fenoménu masové kultury na půdě populární hudby, sportu, televize či filmu. Někteří badatelé spatřují ve fandovství jistou formu deviantního chování či specifickou formu subkultury a akceptují tak charakteristické rysy jako hysterie, posedlost, šílenství, neobjektivnost, jednostrannost touhy po vítězství či společensky nebezpečnou zuřivost (Sekot, 2006, s. 246).

2.5.4 Média a MMA v České republice

Poprvé se MMA objevilo na českých stanicích díky sportovnímu kanálu Nova Sport, který v roce 2015 začal pravidelně vysílat přímé přenosy galavečerů nejprestižnější organizace světa UFC (Ultimate Fighting Championship). V té době už MMA intenzivně bylo na svém mediálním vzestupu. *„UFC je jedním z nejexkluzivnějších produktů na trhu a my jsme rádi, že divákům prémiové stanice Nova Sport můžeme nabídnout unikátní přenosy z této nejlépe produkované bojové show na světě,"* vysvětlil ředitel sekce nových projektů na Nově Petr Horák (Potůček, 2015).

O pět let později však stanice Nova Sport přestala turnaje UFC vysílat a nová práva na přenosy UFC galavečerů získala v lednu roku 2021 internetová televize O2 Tv Sport, která na své stanici Premier Sport vysílá tyto turnaje dodnes (Fightlive.cz, 2021). Jako náhradu za UFC však

Nova sport začala v dubnu roku 2021 vysílat turnaje druhé nejlepší organizace světa Bellator MMA.

V České republice existuje v současné době mnoho webových stránek píšící o MMA. Mezi ty nejznámější a nejaktivnější patří bezpochyby portál MMA Shorties.cz, který roce 2017 založil Ing. Pavel Bartoš. Denně na tomto serveru vychází několik článků, jež jsou zaměřeny jak na dění domácí scény MMA, tak i na informace ze světa (MMAshorties.cz, 2017).

O MMA se také velice často píše na známém sportovním webu Isport.cz, kde MMA aktuálně patří mezi TOP 3 nejčtenější sporty, a to hned za fotbalem a hokejem. Hlavním redaktorem této sekce je Ondřej Němec, který pravidelně přináší řadu rozhovorů s bojovníky, promotéry, trenéry, ale i s manažery zápasníků MMA (iSport.cz, 2022).

Další webovou stránkou, která jistě stojí za zmínku je server Fightclubnews.cz, který v roce 2014 založil současný promotér organizace OKTAGON MMA Ondřej Novotný a byl to jeden z prvních webů specializující se na bojové sporty (Fightclubnews.cz, 2022).

Mezi další významná média, která se ve svých článcích značně věnují MMA, patří také iDnes.cz, jehož hlavní tváří je známý novinář Robert Rampa, který se také převážně věnuje rozhovorům s bojovníky (iDnes.cz, 2022).

V Česku však máme i další menší weby, které pravidelně píšou o MMA a jsou to například portály: Fights.cz, Kaocko.cz, Fightlive.cz, Top-Fight.cz a další.

3 CÍLE

3.1 Hlavní cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit pohled vybraných aktérů na významné faktory, které stojí za masivním nárůstem popularity MMA v ČR. V rámci polostrukturovaných rozhovorů s respondenty je úkolem najít odpověď na následující výzkumné otázky: *Proč se dle názorů vybraných respondentů stalo MMA v České republice za poslední dobu tak populárním sportem? Jaké konkrétní faktory k tomu podle nich vedly?*

4 METODIKA

Kvalitativní studie s využitím polostrukturovaných rozhovorů doplněných o zúčastněné pozorování.

4.1 Kvalitativní výzkum

Známý metodolog Creswell (1998, s. 12) definoval kvalitativní výzkum jako: *„proces hledání porozumění na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“*

Kvalitativní výzkum byl pro tuto práci vybrán, protože jde o pružných typ výzkumu, a to z důvodu, že se otázky mohou modifikovat nebo doplňovat v průběhu výzkumu, během sběru či analýzy dat. Výzkumník vyhledává a analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek, provádí deduktivní a induktivní závěry. Proto je práce kvalitativního výzkumníka často přirovnávána k činnosti detektiva (Hendl, 2008, s. 48).

4.2 Výběr výzkumného souboru

Účastníci rozhovoru byli autorem vybráni pomocí metody záměrného (účelového) výběru. Na základě této metody volíme během výzkumu takový postup, kdy cíleně vyhledáváme účastníky podle jejich určitých vlastností. Jedním z kritéria výběru je vybraná (určená) vlastnost (či projev této vlastnosti) nebo stav (např. příslušnost k určité sociální nebo jiné skupině) (Miovský, 2006, s. 135).

Osoby, které se účastnili tohoto výzkumu, se vybírali na základě těchto kritérií:

1) Dlouholeté působení participantů na české MMA scéně a bohaté zkušenosti z této oblasti.
2) Znalost období prvopočátků MMA v České republice, a také výborný přehled o aktuálním dění.
3) Působení ve významné pozici českého MMA.

4.3 Etické aspekty výzkumu

Účastníci rozhovoru byli nejprve seznámeni s tématem této bakalářské práce a následně byli požádáni o poskytnutí jejich osobních zkušeností, názorů a informací, které pomohou naplnit hlavní cíl výzkumu. Bylo jim vysvětleno, přes jakou telekomunikační aplikaci se rozhovor

uskuteční, jaké budou okruhy otázek a jak dlouho domluvené interview přibližně potrvá. Poté respondenti podepsali informovaný souhlas, ve kterém je uvedeno, že souhlasí s veškerými náležitostmi rozhovoru, jako je: dobrovolná účast ve studii, zachování jejich anonymity, ochrana poskytnutých dat. Dále je v tomto souhlasu také uvedeno, že účastníci rozhovoru budou ve studii zařazeni pod označením (Respondent 1, Respondent 2 a Respondent 3).

Z důvodu uchování a následné analýzy získaných dat, respondenti také odsouhlasili, že bude rozhovor nahráván přes mobilní aplikaci, přičemž všechny poskytnuté informace budou sloužit pouze pro výzkumné účely práce.

4.4 Metody sběru dat

4.4.1 Polostrukturované rozhovory

První metodou sběru dat jsou polostrukturované rozhovory, které jsou charakteristické tím, že tazatel si předem vytvoří určité schéma, které je pro něj závazné. Toto schéma obvykle specifikuje okruhy otázek, na které se tazatel během rozhovoru ptá. Výhodou je, že během rozhovoru lze zaměňovat pořadí otázek, které je možno podle potřeby upravovat, aby byla dosažena maximální výtěžnost interview (Miovský, 2006, s. 159).

Rozhovory proběhly se třemi významnými aktéry, kteří se v oblasti MMA pohybují už několik let a byli dokonce i u prvopočátků, kdy tento sport v České republice vznikal.

Prvním respondentem je významný český trenér a zakladatel jednoho z nejlepších gymů v České republice, který vychoval mnoho úspěšných bojovníků. Jeden z jeho svěřenců se dokonce dostal do nejlepší světové organizace UFC. Trenérství však není jediná role tohoto respondenta, v minulosti totiž byl i úspěšným zápasníkem Vale Tuda, což je předchůdce dnešní podoby MMA.

Dalším z respondentů je zkušený mezinárodní rozhodčí a zároveň manažer předních českých zápasníků. Stejně tak, jako předchozí respondent, se také pohybuje v oblasti českého MMA už od jeho úplných prvopočátků. V minulosti také působil i jako spoluorganizátor tehdejších tuzemských MMA organizací.

Třetím z účastníků rozhovoru je šéfredaktor jednoho z nejznámějších a nejčtenějších serverů specializující se na MMA. Za dobu jeho působení v této pozici se setkal se spousty bojovníky, promotéry a navštívil desítky českých galavečerů MMA. Zároveň je s tímto sportem v každodenním kontaktu a má výborný přehled o veškerém aktuálním dění.

Všichni respondenti jsou plnoletí a souhlasili se zveřejněním veškerých dat, které tazateli během proběhnuvších rozhovorů poskytli. Rovněž podepsali informovaný souhlas s výzkumem. U všech respondentů je po domluvě zachována jejich anonymita.

4.4.2 Pozorování

Druhou využitou metodou v tomto výzkumu bylo pozorování, které je důležité při získávání informací o tom, co se skutečně děje, protože v rozhovoru lidé často neříkají nebo nechtějí říci vše o svém chování. Často nedělají to, co říkají, a dělají to, co neříkají (Hendl, 2017, s. 83).

Konkrétně je aplikováno zúčastněné (participantní) pozorování, které umožňuje popsat, co se děje, kdo nebo co se účastní děje, kdy a kde se věci dějí, jak se objevují a proč. Tato strategie se používá v etnografickém výzkumu nebo v případových studiích, které se soustřeďují na hloubkový popis a analýzu nějakého jevu (Hendl, 2008, s. 193).

Pozorovatel nefunguje jako pasivní registrátor dat, který stojí mimo předmětovou oblast, nýbrž se sám účastní dění v sociální situaci, v níž se předmět výzkumu projevuje. Je v osobním vztahu s pozorovanými, sbírá data, zatímco se účastní přirozeně se vyvíjejících životních situací. To vede k těsnějšímu přiblížení k předmětu a k možnosti odhalit vnitřní perspektivy účastníků (Hendl, 2008, s. 193).

Autor tohoto výzkumu působil jako mediální zástupce jednoho internetového serveru, který o MMA dodnes pravidelně píše. Během vykonávání této pozice se tak dostal do kontaktu se známými českými bojovníky, se kterými vedl rozhovory a účastnil se i tiskových konferencí organizace OKTAGON MMA. Navázal mimo jiné i vztahy s osobami, které se na MMA scéně pohybují velmi dlouho a mají o tomto tématu spoustu zajímavých informací. Proto je autor této práce kompetentní osobou pro metodu zúčastněného pozorování.

4.5 Scénář rozhovoru

Rozhovor byl rozdělen do několika částí. Ta první byla věnována samotnému respondentovi, který se stručně představil a popsal, v jaké pozici se v dané problematice nachází.

Po úvodních otázkách, týkajících například srovnání tehdejšího a dnešního pohledu veřejnosti na MMA, přišla na řadu hlavní část, ve které se autor s respondenty bavil o jednotlivých faktorech, které podle vybraných účastníků rozhovoru stojí za vzestupem popularity v České republice. Během dialogu se přišlo i na pár nových témat, které se v předpřipraveném scénáři sice nenacházeli, avšak autor je společně s respondenty vyhodnotil jako velmi zajímavé a zásadní pro naplnění cíle výzkumu.

Závěrečná část patřila několika otázkám, které směřovaly k tomu, jak dnešní úroveň popularity MMA v České republice udržet nebo co ji naopak může narušit.

4.6 Metoda zpracování dat

Veškerá data byla získána pomocí kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů s vybranými respondenty a doplněna o zúčastněné pozorování. Následně byla tato data přepsána z videonahrávky do textového dokumentu a poté proběhla analýza pomocí metody zvané analýza dat z individuálních rozhovorů, kterou Hendl (2017, s. 217) ve své literatuře popisuje celkem pěti kroky:

1. Prvním krokem je, že si přepsaná data několikrát přečteme a na jednom okraji stránek si zapíšeme indikativní poznámky o tom, co daná osoba řekla.
2. Na druhém okraji stránky uvedeme názvy nebo označení témat, která jsme v textu nalezli.
3. Mezi vypsanými tématy hledáme spojení mezi nimi. Můžeme vypozorovat, že některá témata se mohou shlukovat v jedno obecnější téma. V průběhu této analýzy možná odhalíme zvláště důležité nebo ústřední téma, které osvětluje všechna ostatní.
4. Vytvoříme nový seznam témat uspořádaných na základě přechozí analýzy. Vyznačíme případnou hierarchickou strukturu témat.
5. U každého tématu je možné nalézt příslušné příklady v analyzovaném textu pomocí čísla stránky a klíčového slova vybraného z textu. Také je vhodné kódovat místa v textu nějakým identifikátorem (Hendl, 2017, s. 217).

5 VÝSLEDKY

Ve výsledkové části respondenti nejprve porovnávají, jaké jsou rozdíly mezi současným MMA a MMA v prvopočátcích. Poté participanti popisují jednotlivé faktory, které podle nich měly významný podíl na vzestupu popularity MMA v České republice. Nakonec respondenti nabídli několik řešení, jakými lze současnou popularitu českého MMA udržet a čemu se naopak vyvarovat, aby tato popularita neklesala.

5.1 MMA dnes a v minulosti

MMA prošlo v České republice během několika let obrovským vývojem. To, jak je tento sport dnes populární a medializovaný, ještě před několika lety rozhodně neplatilo, spíše naopak. Respondent 1 a respondent 2 se totiž shodují na tom, že v minulosti bylo MMA určeno spíše pro velmi úzký okruh lidí, kteří se kolem tohoto sportu pohybovali. *„Zápasilo se v malých halách, které měly kapacitu okolo jednoho tisíce diváků, které tvořili hlavně trenéři, rodiny či kamarádi bojovníků,“* řekl Respondent 1. *„Původně to byl sport pro určité nadšence,“* dodal Respondent 2.

Znatelným vývojem také prošla i pravidla. Dva účastníci rozhovoru popisují prvopočátky MMA jako sport, který prakticky neměl žádná pravidla a během zápasů se mohlo téměř cokoliv, včetně tahání za vlasy, úderů do genitálií apod. To se samozřejmě odráželo na zájmu veřejnosti, který byl velmi malý. Ruce pryč od tohoto sportu dávala i média, která MMA nevěnovala žádnou pozornost. *„Média nás nebrala jako moderní gladiátory, kterými jsme ve skutečnosti vždycky byli. Ten zájem byl bohužel opačný,“* okomentoval Respondent 1.

Respondent 2 dokonce původní MMA nazval amatérismem, a to ve všech směrech, jako je organizace turnajů, tréninkové přípravy bojovníků, domlouvání zápasů či již zmiňovaná pravidla. Dnes je MMA oproti minulosti mnohem profesionálnějším sportem. *„Dnes má už každý bojovník svůj vlastní tým, který se skládá z trenérů, výživových poradců, managementu nebo sponzorů, což jsme si dříve neuměli ani představit,“* popsal Respondent 2.

Třetí respondent sice úplné počátky českého MMA nezažil, ale byl u období, kdy už tento sport začínal pomalu získávat určitou popularitu. Konkrétně mluví o letech 2016-2017, kdy na české MMA scéně zrovna vznikaly dvě velké organizace, a to OKTAGON MMA a XFN. I přesto, že v tomto období už bylo o MMA trošku větší zájem, shoduje se Respondent 3 s těmi ostatními na tom, že i v této době byl tento sport jen pro užší okruh lidí. Zápasníci, které dnes v podstatě zná celá republika, jako je Karlos Vémola, Patrik Kincl, David Dvořák nebo Jiří Procházka, byli ještě před pár lety pro veřejnost neznámými sportovci. Během velice krátké doby však došlo k zásadnímu kroku vpřed. *„Z akcí, kterých se účastnilo pár stovek lidí, se vyvinuly události, které*

dnes vyprodávají největší haly u nás, takže ten nárůst byl neskutečně rychlý. Dokonce se pořád zvyšuje," řekl Respondent 3.

5.2 Faktory, které stojí za vzestupem popularity MMA v ČR

V následující kapitole jsou, dle názorů respondentů, vyjmenovány a popsány ty nejvýznamnější faktory, díky kterým se zvedla popularita českého MMA. Jednotlivé faktory jsou seřazeny podle toho, které se udály jako první.

5.2.1 Organizace GCF

Organizace GCF (Gladiator Championship Fighting) byla jedna z prvních organizací v České republice, která pravidelně pořádala turnaje a dávala tak možnost tuzemským bojovníkům vyzápasit se. *„Startovat na GCF byla dobrá příležitost, protože dříve neměli bojovníci kde zápasit,"* řekl Respondent 1. Zápasy, které byly pořádané pod hlavičkou GCF, se navíc začaly zapisovat do uznávané statistiky Sherdog, kde jsou vedeny výsledky bojovníků po celém světě. Čeští zápasníci si tak mohli najednou budovat své skóre a postupně si otevírat dveře do zahraničních organizací. Touto organizací navíc prošla převážná většina dnešních hvězd českého MMA, jako je Jiří Procházka, David Kozma, Karlos Vémola, Viktor Pešta a další.

Fakt, že GCF dávala v minulosti možnost domácím bojovníkům vyzápasit se a nastartovat tak jejich kariéry, potvrzuje i Respondent 2, který je dokonce jeden ze zakladatelů. Zároveň ale poukazuje na jednu slabinu této organizace, což bylo důvodem, že o MMA ještě pořád nebyl u veřejnosti téměř žádný zájem: *„Jako organizátoři jsme se spíše soustředili na profesionalitu zápasů, než abychom přitáhli do tohoto sportu nové fanoušky."*

I přesto, že díky GCF se české MMA začalo více profesionalizovat, zájem médií byl podle Respondenta 2 i nadále minimální. Mnoho redakcí navíc na tento sport mělo velmi negativní názory. *„Zájem médií a televize tam stále nebyl. Pořád nás všichni měli za násilníky,"* řekl Respondent 2, který navíc dodal zajímavou informaci, že pakliže požádali nějaké noviny o to, ať o nich napíšou článek, museli si za něj sami zaplatit.

Mírně odlišný pohled ovšem má Respondent 1, který tvrdí, že působení organizace GCF už přeci jen vyvolalo patrný mediální zájem o MMA a konkrétně poukázal na jeden legendární zápas. *„Nebylo to sice nic extrémního, ale nějaký zájem médií už v té době vznikal, a to hlavně díky zápasu Jiřího Procházky a Martina Šolce, který v té době strhnul velkou pozornost,"* řekl Respondent 1.

Dnes už je ale podle Respondentů 1 a 2 GCF už spíše zapadlou organizací, která pořádá jen pár galavečerů ročně. Během prvopočátků MMA ovšem odvedla velmi dobrou práci. *„V té*

době to našemu sportu jistě pomohlo, protože tady žádná jiná organizace nebyla," dodal Respondent 1. *„Určitě to mělo vliv na vzestup MMA v ČR,"* přidal se Respondent 2.

5.2.2 Příchod Karlose Vémoly na českou scénu

Všichni tři respondenti vnímají působení Karlose Vémoly na české MMA scéně za ten nejvýznamnější faktor, díky kterému je dnes MMA jeden z nejsledovanějších sportů u nás. Jak už bylo zmíněno v předchozí kapitole, smíšená bojová umění v minulosti byla v naší zemi jen pro úzkou skupinu lidí a téměř nikdo o ně nejevil žádný zájem. Vše se ovšem zásadně změnilo v období, kdy do České republiky přišel Karlos Vémola[1]. Proč je ale Karlos Vémola podle respondentů tak zásadním a důležitým jménem, které pozvedlo české MMA?

Respondent 1 popisuje příchod Vémoly do České republiky jako zlomový bod, kdy se o místní bojovníky, a také celkově o zápasy v kleci, začala intenzivně zajímat média. Podle něj to způsobilo Karlosovo charisma, velké sebevědomí i originální hlášky. *„Karlos začal říkat, že je nejlepší český zápasník a měl skoro na všechny místní bojovníky sebevědomé narážky. Všichni na něj reagovali. Strhnul na sebe obrovskou pozornost, čehož si najednou začala všímat média i televize,"* popsal Respondent 1. Respondent 2 říká, že Vémola disponoval jedinečným charismatem a úplně se lišil od ostatních českých zápasníků. Média tak za ním chodila sama od sebe, což pro tento sport bylo v minulosti naprosto nevídanou věcí. Zajímavý je také pohled Respondenta 3, který říká, že velké plus Karlose Vémoly je, že si velmi zakládá na mediálních povinnostech. Objevuje se totiž v nejrůznějších televizních show, předních českých médiích, ale i v bulvárech, díky čemuž je velmi často před očima fanoušků. *„Předvádí skvělé sportovní výkony a k tom divákům nabízí velkou show. Člověk má občas pocit, že je úplně všude,"* řekl Respondent 3.

Zvýšený zájem o MMA ovšem nebylo jediným pozitivním přínosem, který Karlos Vémola do České republiky přinesl. Byl dokonce prvním bojovníkem, který za své zápasy dostával velmi dobré finanční ohodnocení. *„Tím, že na sebe upoutal pozornost, tak za zápasy dostával několikanásobně více peněz než ostatní bojovníci,"* řekl Respondent 2.

Příchod Karlose Vémoly na českou MMA scénu je dle všech tří respondentů naprosto důležitý, a dokonce jej označují za nejvýznamnější faktor, díky kterému je dnes MMA v české republice tak populárním sportem. *„Nebýt Karlose Vémoly, tak se o MMA pravděpodobně nikdo nezajímá"* řekl Respondent 2. Respondent 1 a 2 Vémolu přirovnávají k nejznámějšímu zápasníkovi světa Conoru

[1] Karlos Vémola je český zápasník MMA, který svou profesionální kariéru odstartoval v roce 2008. Z počátku zápasil v organizacích v Anglii, kde nasbíral sérii sedmi vítězství v řadě, díky čemuž se jako historicky první Čech dostal do nejlepší organizace světa UFC. Poté v roce 2013 přišel do České republiky, kde aktivně zápasí pod organizací OKTAGON MMA (Sherdog, 2022).

McGregorovi, kterému je Karlos Vémola podobný svými hláškami a sebevědomými výroky. *„Je to takový český McGregor,“* řekl Respondent 3.

5.2.3 Organizace X Fight Nights

Organizace XFN[2] sice na české MMA scéně působila jen krátké období, ale i přesto má svůj podíl na vzestupu smíšených bojových uměních u nás. Respondent 3 mluví konkrétně o turnaji XFN 15, což bylo bezpochyby největší uspořádanou akcí této organizace. Na tento turnaj, který proběhnul v pražské O2 Aréně, přišlo přes sedmnáct tisíc lidí, čímž v té době překonal historický rekord v návštěvnosti v MMA. *„Obrovským tahákem této události byl zápas mezi dvěma rappery, Marpem a Rytmusem, který rozhodně přitáhl řadu nových fanoušků do bojových sportů,“* řekl Respondent 3. I přesto, že tento zápas proběhl podle pravidel boxu, byla převážná část akce postavena na zápasech MMA, které se tak těšily z velké pozornosti.

Prakticky ihned po největší a nejúspěšnější akci XFN, přišel bohužel velmi strmý pád. Respondent 3 prozradil, že se tato organizace topila ve velkých finančních dluzích a vše vyvrcholilo přestupem Karlose Vémoly do konkurence OKTAGON MMA. To vyústilo až v její úplný zánik.

Finanční dluhy vyvolaly u spoustu fanoušků velkou vlnu kritiky a dodnes tuto organizaci veřejnost vnímá spíše negativně. Respondent 3 však i přesto tvrdí, že působení XFN bylo pro české MMA velmi přínosné. *„Rozhodně mají velký podíl na nárůstu popularity MMA u nás. Jejich galavečery byly velmi dobré a měly dobře našlápnuto,“* ohodnotil Respondent 3.

5.2.4 OKTAGON Výzva

OKTAGON Výzva je významný projekt organizace OKTAGON MMA, který podle Respondenta 1 nastartoval moderní éru českého MMA. Celá show obsahovala celkem osm epizod, které všechny odvysílala televizní stanice O2 TV, čímž se MMA vůbec poprvé dostalo do televize. Šlo o období, kdy se popularita MMA začala v České republice pomalu ale jistě zvedat. *„O bojovníky, kteří se této show zúčastnili, byl docela velký mediální zájem,“* řekl Respondent 1.

I přesto, že podle Respondenta 2 bylo odstartování této show veliký riskem a investování nemalých peněž, předčilo to nakonec všechna očekávání a tento projekt hodnotí velmi pozitivně. Hlavní úspěch OKTAGON Výzvy vidí v tom, že široké veřejnosti přiblížila život MMA zápasníků, a navíc vyvrátila několik mýtů, které o tomto sportu kolovaly. *„Tento projekt ukázal, že bojovníci*

[2] X Fight Nights (XFN) je bývalá profesionální MMA organizace, která však v roce 2019 ukončila svou činnost kvůli finančním problémům.

nejsou žádní násilníci, což přitáhlo spoustu nových fanoušků," řekl Respondent 2, který dává tvůrcům tohoto projektu velký kredit kvůli tomu, že vzali něco, čemu téměř nikdo nevěřil a ukázali to lidem v tom nejlepším světle.

To, že OKTAGON Výzva ukázala, že zápasníci MMA nejsou jen agresoři a kriminálníci, jak si tehdy veřejnosti myslela, potvrzuje i Respondent 3, který vznik tohoto projektu označuje pro vzestup českého MMA jako naprosto klíčový. *„Díky této show začalo MMA v Česku rapidně nabírat na popularitě. Ukázalo to ty bojovníky jako sportovce, kteří tvrdě dřou a jdou si za svým snem, a to bylo lidem sympatické"* řekl Respondent 3.

Odstartováním první série OKTAGON Výzvy se také zrodili první MMA hvězdy. Všichni tři respondenti vyzdvihují bojovníka Gábora Boráročе, který je historicky prvním vítězem této reality show a stal se doslova přes noc mediální hvězdou. To, jak se Gábor Boráročs tak rychle proslavil, způsobilo nejen jeho ovládnutí první řady OKTAGON Výzvy, ale podle Respondenta 3 k tomu pomohla i jeho nezvyklá vizáž a odlišnost od ostatních: *„Potetovaný a osvalený tvrďák se zajímavým charakterem. Lidé si ho prostě zamilovali,"* vysvětlil Respondent 3, který společně s Respondentem 1 ještě dodal, že sláva Gábora přetrvává dodnes i přesto, že už tolik aktivně nezápasí.

5.2.5 Organizace OKTAGON MMA

OKTAGON MMA považují respondenti za nejúspěšnější a nejsledovanější organizaci v České republice, která do MMA přitáhla obrovské množství fanoušků. Důvodem, proč OKTAGON MMA dokázal zaujmout velké množství lidí sportem, který byl vždycky veřejností odsuzován, je podle Respondenta 1 ten, že veškeré zápasy stavějí na zajímavých příbězích, které si fanoušci velmi oblíbili. Tímto se MMA začalo dostávat do povědomí veřejnosti. *„Díky příběhům si diváci velmi rychle získali sympatie bojovníků,"* vysvětlil Respondent 1.

Příběhy, pomocí kterých organizace OKTAGON MMA prezentuje bojovníky i zápasy však není jediným důvodem, v čem tkví jejich tajemství úspěchu. Podle Respondenta 2 totiž organizátoři pochopili, že pakliže chtějí přilákat fanoušky, musí ke sportovnímu zážitku přinést i kvalitní show, a navíc je potřeba mít dobře nastavený marketing. Přesně tohle označuje Respondent 2 jako velmi silnou stránkou této organizace, která také výborně využívá sociální sítě, pomocí kterých promuje své galavečery i samotné bojovníky. Navíc se organizace nebojí investovat vysoké finanční částky do jejich reklamy, což jim přináší rostoucí počty nových fanoušků. *„Jejich tvorby mají obrovský dosah a sledovanost. Pochopili, že to není jen o sportu, ale také hlavně o byznysu a show,"* řekl Respondent 2, který zdůraznil, že pakliže by se organizace zaměřovala čistě na sport, jejich sledovanost by byla sotva třetinová. S tím souhlasí i Respondent

3: *„Kdyby se drželi čistě sportovní stránky, nebylo by MMA tam, kde je dnes. Ten nárůst popularity by byl znatelně pomalejší.“*

S tím, jak kvalitně organizace OKTAGON MMA využívá své sociální sítě, se shoduje i Respondent 3, který říká, že díky dokumentům, rozhovorům a dalším projektům, které pravidelně vytvářejí, skvěle přibližují bojovníky s fanoušky. *„Neustále vytváří něco nového, takže se mají diváci pořád na co těšit. Neusínají na vavřínech,“* vysvětlil Respondent 3, podle kterého tak do MMA přichází pořád noví fanoušci.

Působení organizace OKTAGON MMA na českém trhu, podle respondentů, výrazně pomohlo k popularizaci MMA v naší zemi. Někteří respondenti dokonce uvádějí, že bez této organizace by dnes MMA nebylo pro diváky ani zdaleka tak zajímavé a sledované, jako je dnes. Oproti ostatním organizacím totiž dělají pro fanoušky něco navíc a do jejich show a reklamy se nebojí investovat spoustu peněz, což je důvodem, proč se široká veřejnost začala o zápasy v kleci zajímat. *„Jejich galavečery jsou krásně osvícené a dělají kreativně i třeba vážení bojovníků, a to lidi velmi baví,“* řekl Respondent 1.

Zakladateli a současnými majiteli organizace OKTAGON MMA jsou Ondřej Novotný a Pavol Neruda. Každý z nich dokáže do organizace přinést něco jiného a zároveň se výborně doplňují, což je hlavním důvodem, proč je podle Respondenta 1 OKTAGON MMA tak úspěšnou společností*. „Spojení těch dvou skvěle funguje. Novotný je bývalý moderátor a komentátor bojových sportů. Neruda má zase výborný cit pro design a umění,“* vysvětlil Respondent 1.

Respondent 3 ještě dodává, že OKTAGON MMA využívá i inspirace ze zahraničí a neustále sledují a analyzují celosvětový trh MMA. *„Přinášejí do České republiky věci, které skvěle fungují v zahraničí. Snaží se také přizpůsobit současným trendům, což organizaci skvěle nahrává,“* řekl Respondent 3.

5.2.6 Rivalita mezi OKTAGON MMA a XFN

Dalším významným obdobím podle Respondenta 3 bylo, když na české scéně působily dvě silné organizace, a to XFN a OKTAGON MMA, které mezi sebou, zejména v letech 2018-2019, sváděly velký konkurenční boj. Tyto spory, které mezi oběma organizacemi probíhaly, však přinesly pozitivní vliv na popularitu MMA, o kterém se, díky tomu sporu, začalo v Česku intenzivně mluvit. *„Časy, kdy mezi sebou XFN a OKTAGON bojovaly, začalo být MMA v ČR velkým fenoménem, o který se zajímal prakticky každý“* popsal Respondent 3.

V té době byla podle Respondenta 3 organizace XFN jedničkou na české scéně, jelikož měla podepsané největší domácí MMA hvězdy, jako je Karlos Vémola, Makhmud Muradov, David Dvořák nebo Patrik Kincl. Organizace OKTAGON MMA se podle něj naopak držela mírně

v pozadí a šla si svou vlastní cestou. Oproti konkurenci ale vytvářela nové a zajímavé projekty, pomocí kterých si vybudovala své vlastní hvězdy, jako je Gábor Boráros či Samuel Krištofič, kteří i dodnes patří mezi nejsledovanější zápasníky na domácí scéně.

I přesto, že Respondent 3 popisuje toto období, kdy se mezi sebou obě organizace předháněly, jako temné, přineslo to českému MMA jednu velkou výhodu*: „Organizace si mezi sebou přetahovaly bojovníky, což se u fanoušků hodně řešilo. Tato vzájemná nevraživost ale nárůstu popularity MMA velmi pomohla a ten vývoj se díky tomu urychlil.“*

5.2.7 Projekt X a Y

Dalším faktorem, který podle respondentů pomohl zpopularizovat MMA, jsou dva projekty, za kterými stojí organizace OKTAGON MMA.

Projekt X probíhal mezi rokem 2017 a 2018 a ukazoval proměnu slovenského podnikatele Petra Benka, který pomocí tréninků MMA dokázal zhubnout okolo 50 kg. V rámci vyvrcholení této cesty se pak následně utkal v profesionálním MMA zápase s barberem Lukášem „Laky Royal“ Vlačuhou. Podle Respondenta 3 se tento cíl naplnil a českému MMA to z pohledu přilákání široké veřejnosti určitě pomohlo. *„Tento projekt ukázal lidem, že s MMA může začít naprosto každý, a to úplně od nuly,“* popsal Respondent 3, podle kterého by tento projekt mohl pokračovat i v budoucnu, avšak s trochu odlišným a zase novým příběhem, který by mohl oslovit další fanoušky. To, že byl Projekt X úspěšný, dokazují i počty zhlédnutí jednotlivých epizod, které dohromady na YouTube přesáhly přes milion zhlédnutí.

Projekt Y, jenž proběhl v roce 2019 a 2020, měl zase pozvednout popularitu ženského MMA, která je celosvětově stále velmi nízká. Vybraly se čtyři různé ženy, které s MMA začaly od úplných začátků bez jakýchkoliv předešlých zkušeností. Pod dohledy kvalifikovaných trenérů se několik měsíců připravovaly, a nakonec se střetly ve vzájemných zápasech. Podle Respondenta 1 byl tento projekt překvapivě velmi úspěšný, a dokonce se o tréninky MMA začalo zajímat více žen. *„Za dobu, co jsme připravovali naši svěřenkyni, se do gymů hlásilo více holek než obvykle. Samotné zápasy účastnic toho projektu dokonce diváky velice bavily,“* řekl Respondent 1. *„Určitě to pomohlo zvýšení zájmu holek o MMA,“* doplnil Respondent 3.

5.2.8 „Zápas století“

Termínem „Zápas století,“ je označován souboj mezi Attilou Véghem a Karlosem Vémolou, který se uskutečnil 17. listopadu 2019 na turnaji OKTAGON 15 ve vyprodané O2 Aréně. Tato československá bitva se odehrála pod organizací OKTAGON MMA a připravovala se dlouho dopředu, aby přitáhla co nejvíce pozornosti. Respondent 3, který o tomto zápasu napsal několik

článků, potvrdil enormní fanouškovský zájem: *„Mediálně to byl obrovsky sledovaný zápas. Ta pozornost okolo toho byla fakt velká, a navíc trvala dlouho."*

Respondent 3 také mluví o tom, že velkou zásluhu na prodeji tohoto zápasu měl Karlos Vémola, který na sebe stáhnul veškerou pozornost. Z toho důvodu se na jeho souboj s Attilou Véghem těšilo mnoho fanoušků po celé České republice. *„Karlos o tom zápase neustále všude mluvil a měl spoustu sebevědomých narážek směrem k Attilovi. Na tom, proč byl ten zápas tolik sledovaný, se podílel hlavně Karlos,* řekl Respondent 3, který dodal, že Attila Végh se po celou dobu držel spíše v ústranní a nepropagoval ten zápas tak aktivně, jako Karlos Vémola.

Zápas také přilákal spoustu nových fanoušků, kteří se do té doby o MMA vůbec nezajímali. Reklama na tento zápas se ocitla v televizích, rádiích a prakticky všude na sociálních sítích. Tím se nakonec dostal do povědomí celé republiky. Díky tomuto zápasu také rostly počty nových čtenářů u českých serverů a médií. *„Když jsme udělali soutěž o lístky na tento zápas, ihned nám přibylo několik tisíc sledujících, což se běžně nestává,"* řekl Respondent 3, který ze svého pohledu označuje „Zápas století" za jeden z nejdůležitějších faktorů podílející se na vzestupu českého MMA.

5.2.9 MMA v době coronaviru

Covidové období, které začalo během prvního čtvrtletí roku 2020, způsobilo v České republice spoustu omezení. Výjimkou bohužel nebyl ani sport, který se v té době úplně zastavil. Promotéři organizace OKTAGON MMA ovšem našli způsob, jak smíšená bojová umění udržet v akci a vytvořila pro fanoušky jedinečný projekt, zvaný OKTAGON Underground, který divákům nabídl zápasy v postoji podle originálních pravidel. Tento projekt se vysílal jedenkrát týdně pomocí tzv. Pay-Per-View [3](PPV). Fanoušci MMA tak o svůj oblíbený sport nepřišli a měli k dispozici spoustu zábavy.

Respondent 2 mluví o uspořádaných galavečerech OKTAGON Underground jako o perfektně využité příležitosti. *„V tom období to byl jediný sport, který běžel, což určitě přilákalo velký počet nových lidí,"* řekl Respondent 2, který ještě zmiňuje další pozitivum tohoto projektu: *„Lidi to navíc naučilo kupovat si PPV a sledovat sport online,"* dodal. Sledování zápasů v kleci online bylo podle Respondenta 3 pro organizaci OKTAGON MMA velkým přínosem z toho důvodu, že MMA už nebylo tolik závislé na televizi a organizátoři si mohli jít svou vlastní cestou.

Podle Respondenta 3 se během tohoto pandemického období také zrodily nové hvězdy MMA. Například Vlastimil Čepo, Tadeáš Růžička nebo Matěj Peňáz, které do té doby skoro nikdo

[3] Pay-Per-View (PPV) je placený přenos, prostřednictvím kterého získá divák privátní přístup k internetovému vysílání.

neznal, si v OKTAGON Underground získali sympatie od mnoha fanoušků po celé republice. Vytvoření tohoto projektu bylo podle něj velmi dobrým krokem pro české MMA, který pomohl udržet tento sport v pohybu, a navíc přitáhnout pozornost další vlny diváků, kteří v té době neměli možnost sledovat žádný jiný sport. *„Skoro všichni lidi seděli doma, takže to pro ně byla výborná forma zábavy. Díky tomu vznikly i nové tváře, jejichž sláva se u fanoušků drží doteď,“* sdělil Respondent 3.

5.2.10 Zápasy influencerů

V minulém roce vznikl ve světě nový a velmi oblíbený fenomén. Řeč je o zápasech mezi známými osobnostmi neboli influencery. Tyto zápasy se staly u fanoušků překvapivě velmi vyhledávanými a vzbuzují obrovský zájem. Tento trend také nedávno dorazil i do České republiky, kde vznikla v roce 2021 nová organizace Clash of the Stars, která se specializuje na zápasy mezi hvězdami českého internetu.

Respondenti si tohoto nově vznikajícího trendu samozřejmě všimli a shodují se na tom, že je osobně tyto zápasy příliš nelákají a ze sportovního hlediska na tom nevidí nic zajímavého. Všichni ovšem během rozhovorů souhlasili s tím, že tyto zápasy si přeci jen své fanoušky našly, a dokonce to může být šance přitáhnout k MMA nové publikum.

Respondent 1 ale poukázal na jedno nebezpečí těchto zápasů, které představuje nezkušenost zúčastněných jedinců s bojovými sporty, jelikož se na dané souboje připravují pouhých pár týdnů a často i bez kvalitních trenérů. Z toho důvodu hrozí to, že fanoušek, který v rámci galavečeru Clash of the Stars vidí MMA úplně poprvé, si může myslet, že takhle ten sport vypadá běžně, což může být velmi špatná reklama pro MMA obecně. *„Pokud bych viděl MMA úplně poprvé v takovém světle, tak bych tento sport asi dělat nechtěl,“* řekl Respondent 1. Na ještě větší nebezpečí poukazuje i Respondent 2, který tvrdí, že nezkušenost těchto zápasníků může způsobit nehezká zranění, což by na nové fanoušky rozhodně neudělalo dobrý dojem.

Podle respondenta 1 vždy záleží vždy na tom, co od těchto zápasů očekává samotný divák. Pokud se lidé chtějí podívat na MMA jako na sportovní zážitek, tak takové zápasy pro ně rozhodně nejsou. Na druhou stranu ale udává, že si tyto souboje najdou určitě nemalé množství fanoušků, kteří vyžadují hlavně zábavu a show. *„Pokud divák chce vidět hlavně zábavu či kontroverzi, tak to účel splní,“* řekl Respondent 1. S takovým názorem se ztotožňují i ostatní respondenti, podle kterých první galavečer Clash of the Stars ukázal, že si zápasy influencerů našlo mnoho sledujících.

Zájem o zápasy mezi hvězdami českého internetu vzbuzuje obrovský zájem převážně mezi mladšími diváky. Tuto skutečnost potvrdil z novinářské pozice Respondent 3: *„Články, které se*

týkají zápasů influencerů mají velmi dobrá čísla. Zajímá to hlavně mladou generaci, a to konkrétně ve věku 11-15 let.“ Zajímavou, a také zásadní informací je, že články, které pojednávají o zápasech internetových celebrit, mají podle statistik Respondenta 3 mnohonásobně více čtenářů než články o běžných událostech z MMA: *„Články o Clash of the Stars jsou mnohem čtenější než třeba o MMAsters League[4]. Bavíme se až o desetinásobku.“*

Clash of the Stars však není jedinou organizací v České republice, která pořádá zápasy známých osobností. S podobnými souboji také v poslední době přichází i organizace OKTAGON MMA, která ovšem tento koncept uchopila podle respondentů o něco sportovněji a zajímavěji. Respondent 1 zmiňuje například zápas známého herce Jakuba Štáfka, který v roce 2019 porazil v MMA zápase slovenského podnikatele Petra Benka. Pozitivní rozdíl oproti zápasníkům Clash of the Stars je podle něj v tom, že Jakub Štáfek i Petr Benko trénovali na zápas pod zkušenými trenéry, se kterými absolvovali několikaměsíční profesionální přípravu. *„Ve chvíli, kdy na to ten známý člověk po sportovní stránce má, nevidím v takových zápasech absolutně žádný problém,“* dodal Respondent 1. Se stylem, jakým OKTAGON MMA pořádá zápasy influencerů, souhlasí i respondent 2: *„Ti kluci jsou slavní a něco umí, což je ideální mix.“ „Neberou jenom čísla, ale dbají na to, aby ty zápasy měly nějakou sportovní úroveň. Tohle je zlatá střední cesta,“* dodal Respondent 3.

Respondenti se tedy shodují na tom, že pakliže se známé osobnosti připravují na daný zápas poctivě a pod dohledem zkušených trenérů, kteří usoudí, že jsou jejich svěřenci dostatečně fyzicky a psychicky připraveni, jde o ideální kombinaci, kdy tyto zápasy mohou přitáhnout do MMA spoustu nových fanoušků a zároveň tím neuškodit sportu jako takovému. Naopak osobnosti, které sice nabízí organizacím vysoká čísla ve sledovanosti, ale nejsou na zápas dostatečně připravení, mohou MMA značně uškodit a některé diváky dokonce odradit.

5.2.11 Trash talking

Trash talking [5]je v MMA jedno z nejdiskutovanějších témat, které rozděluje fanoušky na dva tábory – jedni to berou jako skvělou zábavu, druzí se domnívají, že to sportu výrazně škodí. Podle respondentů je trash talking důležitou součástí MMA, avšak vždy by měla být určena jeho jasná hranice, kterou by bojovníci neměli překračovat.

[4] MMAsters League je česká sportovní organizace, která pořádá galavečery v MMA a K-1 (MMAsters League, 2022).

[5] Trash talking můžeme definovat jako urážlivé poznámky za účelem vystrašení či ponížení soupeře před zápasem.

Respondent 1 mluví o trash talkingu jako o negativní reklamě, která však do MMA dostala mnoho nových fanoušků: *„Kontroverze je zřejmě potřeba, protože bez ní nelze přitáhnout tak velkou pozornost.“* Podle něj by MMA bez trash talkingu nebylo tak populárním sportem, jako je dnes, avšak musí mít pevně dané hranice. V žádném případě by se do slovních výměn bojovníků neměly zatahovat jejich rodiny či osobní problémy. V tu chvíli to totiž může MMA, jako sportu, uškodit. *„Jakmile to překročí tu pomyslnou hranici, je to odpad, který MMA kazí,“* řekl Respondent 1. Zároveň si je ovšem vědom toho, že i přehnané nadávky přitahují poměrně velkou skupinu lidí, což má pozitivní vliv na nárůst popularity.

Podle Respondenta 1 se ale dá obejít i bez trash talkingu: „*Například Jiří Procházka dokáže být zajímavý i bez zbytečných nadávek a urážek. Vydal se zajímavou samurajskou cestou, kterou si získal mnoho fanoušků po celém světě. Dokáže totiž bavit svými fantastickými sportovní výkony.“*

Lehce v rozporu je ale Respondent 2, který naopak tvrdí, že v dnešním MMA se bez trash talkingu obejít nelze: *„Ty facky a nadávky prostě přitahují zájem lidí. Je to součástí dnešního MMA, což nám značně pomáhá přilákat fanoušky do hal.“* Také se podle něj dostává díky tomu do MMA více peněz. Zároveň se však s prvním respondentem shoduje na tom, že by trash talking měl mít nějakou určitou mez. Problémem ovšem může být skutečnost, že tuto hranici má každý divák posunutou trošku jinak, takže ji obecně nelze určit.

Respondent 3 popisuje úspěšný trash talking jako kombinace sebevědomí, zajímavých predikcí, ale i dobrých sportovních výsledků. Trash talking podle něj nemusí být úplně pro každého, protože pokud by dané urážky působily příliš uměle, mohl by si tím bojovník u fanoušků značně uškodit. *„Pokud to daný jedinec dokáže správně vybalancovat a lidi jeho slovům budou věřit, může si získat velkou pozornost,“* říká Respondent 3.

5.2.12 Zápasníci, kteří pozvedli popularitu českého MMA

Všichni tři respondenti se shodují na tom, že nejvýznamnějším a nejdůležitějším jménem pro budování popularity českého MMA, je rozhodně Karlos Vémola, jak už je popsáno v kapitole: Příchod Karlose Vémoly na scénu. Existují ovšem i další zápasnická jména, která přitahují velkou pozornost fanoušků.

Respondent 2 mluví o Jiřím Procházkovi a Davidovi Kozmovi, kteří na sebe dokážou upoutat velkou pozornost i bez sebevědomých výroků. *„Tyto bojovníky si fanoušci oblíbili díky jejich pokorné povaze a výborným sportovním výsledkům,“* vysvětlil Respondent 2.

Respondent 1 dokonce tvrdí, že česká MMA komunita je dnes už tak silná, že by se dokonce dokázala obejít i bez Karlose Vémoly. Zatím podle něj sice žádný český bojovník

nedokáže přitáhnout tolik pozornosti, jako právě Vémola, ale i přesto je tady několik dalších bojovníků, kteří pro fanoušky dokážou být zajímaví i jiným způsobem. *„David Kozma je podle mě krásný příklad bojovníka, kterého lidi milují kvůli jeho pokoře a klidné povaze. Podobně tomu je i u Patrika Kincla nebo Michala Martínka."* řekl Respondent 1.

Respondent 3 zase zmiňuje české zástupce UFC[6] Jiřího Procházku a Davida Dvořáka, kteří, zejména před jejich blížícím se zápasem, dokážou zaujmout hodně fanoušků. Podle něj se ale, z hlediska pozornosti, ani zdaleka nedokážou přiblížit Karlosu Vémolovi. *„I přesto, že jsou ostatní bojovníci zajímaví, Vémolovi se zatím nikdo nepřibližuje. Počty zhlédnutí u článků to jasně ukazují,"* říká Respondent 3. Jména, jako je Jiří Procházka, David Kozma nebo David Dvořák podle Respondenta 3 spíše oslovují lidi, kteří se v MMA komunitě už pohybují. K oslovení nových fanoušků je podle něj potřebná i kontroverze, kterou tito bojovníci nedisponují.

V českém MMA se nachází několik zajímavých bojovníků, kteří sice mají hodně fanoušků, ale podle respondentů se zatím nikdo z nich nedokáže přiblížit Karlosu Vémolovi, který u lidí vzbuzuje tolik reakcí, jako žádný jiný český bojovník, a proto má podle nich největší podíl na nárůstu popularity českého MMA. Jeden z respondentů ale toto tvrzení popírá a tvrdí, že dnešní MMA už dávno není jen o Karlosu Vémolovi a že by popularita tohoto sportu dokázala růst i bez něj.

5.2.13 Zápasy, které přitáhly velkou pozornost

České MMA během svého vývoje přineslo fanouškům mnoho skvělých zápasů, které vzbudily velký zájem a dodnes si je mnozí s radostí připomínají. Některé souboje byly dokonce tak atraktivní, že i v těžkých začátcích, dokázaly oslovit i lidi mimo okruh MMA. Respondent 1 hovoří o dvou památných zápasech, které se odehrály v období, kdy MMA ještě nebylo tak populární, jako dnes. Přitáhly ovšem větší pozornost, než bylo v té době zvykem. *„Zápas mezi Karlosem Vémolou a Petrem Knížetem byl podle mě první zápasem, který strhnul poměrně velkou pozornost,"* řekl Respondent 1. Podobnou bitvou, která je dnes fanoušky označována jako nejlegendárnější zápas historie českého MMA, je souboj Jiřího Procházky a Martina Šolce. *„Určitě je to zápas, o kterém lidi v té době hodně mluvili, a dokonce je populární dodnes,"* dodal Respondent 1.

Respondent 2 zase zmiňuje, poměrně nedávný titulový duel mezi Davidem Kozmou a Brazilcem Leandrem Silvou, který označuje za zápas světové úrovně, jenž na domácí scéně nemá obdoby. *„Ze sportovního hlediska to byl naprostý unikát, který měl navíc docela slušnou*

[6] Ultimate Fighting Championship (UFC) je americká MMA organizace, pod kterou zápasí nejlepší bojovníci na světě.

sledovanost," řekl Respondent 2. Úžasnými výkony zápasníka Davida Kozmy je ohromen i Respondent 1, který vybízí fanoušky MMA, že by měli mnohem více ocenit především sportovní výkony zápasníků než trash talking a show okolo. Právě takové zápasy podle něj budují české MMA. *„Jako fanoušek mám rád akční zápasy, což David Kozma rozhodně předvádí. Takové zápasy by měly fanoušky více lákat než ty řeči okolo,"* zdůraznil Respondent 1.

Za ten nejsledovanější a nejvýznamnější zápas, který strhnul tu největší pozornost v dějinách českého MMA, považují respondenti zápas mezi Karlosem Vémolou a Attilou Véghem. I přesto, že podle Respondenta 1, nepatřil tento souboj, ze sportovního hlediska, mezi ty nejlepší, tak uznává, že z pohledu sledovanosti je tato bitva bezpochyby na prvním místě. *„Rozhodně to přitáhlo tu největší pozornost a spoustu nových fanoušků,"* řekl Respondent 1. *„Byl to vrchol, kterému se z hlediska sledovanosti v Česku dlouho nic nevyrovná,"* přidal se Respondent 2.

5.2.14 Osoby, které se podíleli na vzestupu popularity MMA v ČR

Velkou zásluhu na dnešní popularitě MMA v Česku mají, mimo zápasníky, i další jména, která tomuto sportu pomáhala již od jeho prvopočátků. Respondent 1 zmiňuje spoluzakladatele organizace OKTAGON MMA Ondřeje Novotného, který společně s jeho kolegou Pavolem Nerudou, dokázali vybudovat československé MMA díky jejich cílevědomosti a houževnosti. *„Dokážou se obklopit schopnými lidmi a jdou vždy přes mrtvoly. Díky tomu se jim stále daří MMA úspěšně propagovat,"* řekl Respondent 1.

K názoru Respondenta 1 se také přiklání Respondent 3, který tvrdí, že konkrétně Ondřej Novotný je nejvýznamnější osobou, která se nejvíce podílela na vzestupu českého MMA. Důvodem, proč se mu podařilo MMA zpopularizovat, je kombinace jeho skvělých schopností, jako je tvrdohlavost, cílevědomost, a navíc je to výborný obchodník, který své získané zkušenosti dokázal úspěšně přenést do MMA. *„Nebýt Ondřeje Novotného, tak české MMA dnes není tam, kde je. Je to výborný promotér, který má za sebou kvalitní tým,"* říká Respondent 3.

Respondent 2 mluví o další důležité osobě, která pomáhala MMA zejména v začátcích, kdy do tohoto sportu téměř nikdo nechtěl investovat žádné peníze. Zmiňovanou osobou je Ivo Rittig, který je sice veřejností často spojován s jeho temnou minulostí, ale i přesto mu, podle Respondenta 2, nelze upřít, že výrazně pomohl nastartovat české MMA, a to dokonce více, než si mnozí myslí. *„Ten člověk tady byl úplně od začátku a vkládal do MMA velké peníze i přesto, že se o ten sport nikdo nezajímal, čímž hodně podpořil místní bojovníky,"* vysvětluje Respondent 2.

Respondenti také jmenují i další lidi, kteří mají svůj podíl na dnešní popularitě MMA. Respondent 3 zmiňuje i bývalého promotéra XFN Petra Kareše, který sice na veřejnost působil

z větší části velmi negativně, ale i tak do světa bojových sportů přitáhnul značnou pozornost. Respondent 1 zase mluví o Michalu Hamršmídovi, který je promotérem organizace GCF, a také Petrovi Ondrušovi, který spoluzaložil organizaci I Am Fighter.

Podle odpovědí respondentů je tedy nejvýraznější osobou, podílející se na vybudování dnešní popularity českého MMA, promotér, moderátor a komentátor Ondřej Novotný, který se v tomto sportu pohybuje už od úplných začátků a spoluzaložil úspěšnou organizaci OKTAGON MMA. *„Pomohl tento sport jasně zviditelnit a nabídnout ho jak fanouškům, tak i různým investorům,“* řekl Respondent 2. Zároveň se ale všichni respondenti shodují na tom, že Ondřej Novotný má za sebou řadu kvalitních lidí, kteří mu v budování českého MMA výrazně pomáhají.

5.3 Jak udržet popularitu MMA

Jelikož české MMA dnes zažívá, podle Respondenta 3, z hlediska popularity, svůj zlatý věk, je potřeba dodržovat patřičné kroky, aby se tato popularita i nadále udržela nebo nejlépe rostla nahoru. Respondenta 1 říká, že je naprosto zásadní, aby se do MMA přitáhli nejen fanoušci, ale i aktivní provozovatelé tohoto sportu, tzn. přilákat lidi přímo do tělocvičen. *„Není to jen o tom, aby přibývalo diváků u televizních obrazovat, ale i lidí, kteří si MMA vyzkouší a budou se tomu aktivně věnovat,“* řekl Respondent 1.

Spousta diváků totiž stále MMA považuje za extrémní sport, který je vhodný jen pro pár vyvolených jedinců. Respondent 1 však tvrdí pravý opak: *„Měli bychom ukázat lidem, že MMA není nic nadpozemského, ale že jde o sport, který je schopen dělat úplně každý.“*

Respondent 2 zase apeluje na to, aby byly zdejší organizace v blízkém kontaktu s fanoušky a snažily se neustále tvořit nové a zajímavé projekty. Také považuje za důležité využívat sociální sítě, které slouží jako skvělé propagační místo. S tímto tvrzením se také ztotožňuje i Respondent 3: *„Cílem je snažit se tvořit nové příběhy a projekty, které lidi budou zajímat, jako to dělá OKTAGON MMA.“*

Posledním důležitým bodem je podle Respondenta 1 existence zdravé konkurence mezi dvěma silnými organizacemi. *„Díky konkurenci mají organizace motivaci zlepšovat se a tím neusnout na vavřínech,“* řekl Respondent 1.

5.4 Co může popularitě MMA ublížit

Respondent 1 tvrdí, že i když jde momentálně české MMA tím správným směrem, existuje pár věcí, které by popularitě tohoto sportu mohly uškodit. Jedním z potenciálních rizik mohou být podle Respondenta 1 zápasy influencerů, které, dle jeho slov, nepřináší českému MMA příliš

výrazné benefity. *„Asi by se bez toho MMA obešlo, ale vše ukáže čas, zda to bude lidi zajímat i v budoucnu.“*

Ostatní respondenti však mluví o daleko vážnějším problému, a tím je vážné zranění či úmrtí zápasníka, ať už během samotného zápasu nebo při vážení, které s sebou přináší vážná zdravotní rizika. *„Velký průšvih by byl, kdy se stalo nějaké ošklivé zranění nebo by někdo zemřel,“* řekl Respondent 2.

Podle Respondenta 3 je ale MMA tak rozběhlým a populárním sportem, že by mu nemělo téměř nic výrazně uškodit. Velkou ztrátou by ale pro české MMA mohl představovat případný zánik organizace OKTAGON MMA, což ale v současnosti pravděpodobně nehrozí, a navíc tady působí i další organizace, které by ji mohly v budoucnu nahradit. Také se ale přiklání k názoru Respondenta 2. *„Nebezpečím také může být nějaké ošklivé zranění či smrt bojovníka, kvůli čemuž by společnost tento sport považovala za naprosto nepřijatelný,“* řekl Respondent 3.

6 DISKUSE

Vzhledem k absenci podobných prací či výzkumů zaměřené na popularitu MMA v ČR, považuji výsledky této práce za velký přínos pro českou MMA scénu, jelikož si lidé mohou vytvořit obrázek o tom, z jakých konkrétních důvodů jsou smíšená bojová umění v současné době jedním z nejpopulárnějších sportů u nás. Podobných prací na tohle téma existuje velmi málo a navíc, většina výsledků těchto prací je založena buď na subjektivním pohledu autora nebo názorech respondentů, kteří pochází jen z jednoho konkrétního oboru, například z médií. V této práci jsou ale respondenti z různých MMA oblastí, a to z mediální, trenérské i manažerské, tudíž tyto výsledky můžeme považovat za více objektivní.

Jedním z nejvýznamnějších faktorů, který se výrazně podílel na vzestupu popularity českého MMA, je podle respondentů organizace OKTAGON MMA. Dle jejich názorů se této organizaci podařilo přitáhnout do bojových sportů spoustu nových fanoušků z důvodu neustálého tvoření nových projektů a videí, prostřednictvím kterých lidem MMA zajímavě přibližují. Další silnou stránkou této organizace je výborná práce se sociálními sítěmi a celkově dobře nastavený marketing.

To, že se OKTAGON MMA výrazně podílel a stále podílí na vzestupu popularity českého MMA, potvrzuje i Pistora (2019), který ve své práci zase vyzdvihuje projekty a televizních show OKTAGON MMA, jako jsou: Projekt X, Y a OKTAGON Výzva, které podle něj pomohly vyvrátit o MMA řadu negativních názorů, a také díky tomu fanoušci mohli nahlédnout do příprav či životů bojovníků a získat si tak jejich sympatie, což podle jeho závěrů přitáhlo do MMA mnoho mladých fanoušků.

Barták a Kalous (2020) mimo OKTAGON MMA, zase přikládají důležitost i organizaci GCF, jejíž vznik považují za přelom v českém MMA, a to z důvodu, že mladá generace bojovníků dostala šanci vyzápasit se ukázat tak své kvality. V této organizaci také začínaly dnešní české MMA hvězdy, jako je Karlos Vémola, Jiří Procházka, David Kozma, Viktor Pešta a další.

Názory respondentů se zcela ztotožňují v tom, že nejznámějším a nejvýraznějším českým MMA zápasníkem je bezpochyby Karlos Vémola, který svým příchodem do České republiky na sebe strhl obrovskou pozornost a tím přitáhl velký zájem fanoušků i médií. Jeho zápasy patří i v současné době k těm nejsledovanějším a podle respondentů strhl tu největší pozornost duelem s Attilou Véghem, který Liška (2021) dokonce označil za ten nejskloňovanější souboj v historii českého MMA. Podobný zájem veřejnosti ale podle výsledků Lišky (2021), vzbudil i zápas Karlose Vémoly s Patrikem Kinclem, který se uskutečnil v roce 2018 pod organizací XFN. Jeden z jeho respondentů to dokonce popsal jako okamžik, kdy začalo být MMA v ČR velký „boom“.

Působení organizací XFN a OKTAGON MMA ovšem vedlo ke vzájemným a poměrně velkým konkurenčním bojům. Respondent 3 toto období popisoval sice jako temné, ale na druhou stranu mělo pozitivní přínos pro nárůst nových fanoušků. Tento spor zajímal mnoho diváků po celé republice, avšak výsledky autora Lišky (2021) ještě poukazují na to, že se tohoto tématu také intenzivně chytla i média, která tomuto sporu dávala ve svých článcích spoustu prostoru, což samozřejmě zvýšilo množství nových čtenářů.

Respondenti také mluvili o trash talkingu mezi bojovníky, který, i přesto, že podle nich toto téma vyvolává u fanoušků mnoho smíšených reakcí, má jeden z největších podílů na vzestupu popularity MMA v ČR. Pistora (2019) se s tímto názorem zcela shoduje a tvrdí, že je to dnes neodmyslitelnou součástí MMA, a to jak u nás, tak i v zahraničí. Zatímco v České republice dokáže svým trash talkingem vyvolat u veřejnosti nejvíce emocí a dojmů Karlos Vémola, celosvětově to je jednoznačně irský bojovník Conor McGregor, který zase dokázal, díky kombinaci sebevědomých predikcí, urážení soupeřů, ale i skvělým sportovním výkonům, přitáhnout miliony fanoušků po celé planetě. Navíc jeho zápasy, jak ukazují výsledky autora Lišky (2021), drží rekordy za nejvíce prodaná PPV. Suverénně největší prodej zaznamenal zápas Conora McGregora s ruským bojovníkem Khabibem Nurmagomedovem, který si koupilo přes 2,4 milionu lidí. Důvodem tak vysoké sledovanosti, byl jejich osobní spor a nelítostná rivalita, čímž upoutali masivní zájem médií po celém světě. Lze tedy konstatovat, že trash talking je velmi důležitou součástí dnešního MMA, který výrazně napomáhá prodávání internetových přenosů a zvětšuje zájem fanoušků o konkrétní zápas či bojovníka. Tvrzení, dle Altheide & Snow (1979), které je popsáno v přehledu poznatků, že si i média zakládají více na kreativitě „divadelních představení“, než na sportovních výkonech, se tedy v rámci výsledků této práce zcela ujasnilo. Tzn., že čím větší show sportovec dělá, tím dokáže mnohem více zaujmout publikum, což pro média znamenají vyšší příjmy z reklam. Totožný a zajímavý poznatek má Kavanagh (2017), který tvrdí, že pokud si chce bojovník zajistit lepší finanční příjmy ze zápasů a chce být sportovní hvězdou, musí se dostatečně promovat a přinášet divákům nějakou show navíc, jako je třeba zmiňovaný trash talking. V profesionálním MMA totiž podle něj kvalitní sportovní výkony bohužel nestačí a je potřeba být pro fanoušky i něčím zajímavý. Negativním pohled na trash talking mají ale Barták a Kalous (2020), kteří tvrdí, že trash talking se dostává velmi často za hranu a jde proti sportovní logice, což může MMA výrazně uškodit. Zároveň si jsou ale vědomi, že fanoušci tyto slovní přestřelky milují a vyhledávají je. Důležité podle Bartáka a Kalouse (2020) je, aby se nevytratila sportovní úroveň. Řešením by tedy mohlo být nalezení pomyslné hranice trash talkingu, kterou by bojovníci neměli překračovat. Problémem ale je, že tuto hranici má každý divák nastavenou trochu jinak.

Dalším zajímavým faktorem, který otevřel dveře světovému i českému MMA, je ústup boxu. O tomto činiteli respondenti v této práci sice nemluvili, avšak Pistora (2019) mu ve své práci přikládá poměrně velkou váhu. Podle něj totiž box ztratil svou velkou popularitu po odchodu těch největších hvězd, jako byl například Mike Tyson, Evander Holyfield, bratři Klitschkovi a další. Konkurence se tak údajně zmenšovala, a proto se tato pozornost začala postupně přesouvat do MMA, kde naopak počet nových tváří rostl.

Jedním z nejdiskutovanějších faktorů jsou zápasy mezi osobnostmi českého internetu. Všichni tři respondenti se shodují na tom, že si tyto souboje rozhodně našly spoustu diváků, a to především mladších. Je ovšem zapotřebí zachovat přijatelnou sportovní úroveň a profesionalitu těchto zápasů, jak to podle respondentů například vede OKTAGON MMA. Práce od Lišky (2021) ovšem na tyto zápasy, které jsou snadným způsobem k získání vysoké sledovanosti, pohlíží s lehkou kritikou, a to z toho důvodu, že údajně nemají, zejména po sportovní stránce, smysl. Jako příklad se v jeho práci objevuje zápas Karlose Vémoly s Milanem Ďatelinkou nebo Václavem Mikuláškem. Zde tedy dochází k mírné odlišnosti názorů, jelikož respondenti v této práci tvrdí, že pakliže mají bojovníci dostatečné zkušenosti s bojovými sporty a podstoupili dostatečnou přípravu, jde podle nich o zlatou střední cestu, kdy show nepřesahuje sportovní úroveň. Jelikož se výsledky těchto dvou prací v této oblasti odlišují, nelze zcela objektivně říct, zda jsou zápasy mezi influenceremi tou správnou cestou, jak do MMA přitáhnout nové fanoušky. Zřejmě záleží na úhlu pohledu daného diváka a jeho subjektivním vyhodnocením, do jaké míry ho tyto zápasy zajímají a baví. Každého jedince totiž zajímá něco jiného, někdo vyhledává spíše zábavu a show, pro někoho jsou zase nejdůležitější kvalitní výkony zápasníků.

Vzestup popularity MMA v ČR také paradoxně podpořilo pandemické období v roce 2020, kdy u nás bylo MMA jediným sportem, který se nezastavil a aktivně běžel dál. Z tohoto důvodu se tak do bojových sportů přitáhlo spoustu nových fanoušků, což, stejně jako respondenti v této práci, popisuje i Liška (2021), podle kterého si MMA získalo pozornost zejména takových fanoušků, kteří by se na tento sport za normálních okolností nepodívali. Od promotérů organizace OKTAGON MMA Ondřeje Novotného a Pavola Nerudy, kteří za každou cenu nechtěli MMA zastavit ani v oné kritické době, to byl bezpochyby geniální tah. Nejen že se jim podařilo popularitu MMA v ČR udržet, ale dokonce ji, díky projektu OKTAGON Underground, ještě zvýšili. Marketingový ředitel organizace OKTAGON MMA v rámci výzkumu Ipsos (2021) dokonce potvrdil, že největší nárůst fanoušků na jejich sociálních sítích byl zaznamenán nejen během „Zápasu století“, ale také i v době covidu.

MMA v dnešní době patří mezi nejsledovanější sporty u nás a za poměrně krátkou dobu prošlo velmi rychlým vývojem. Podle respondentů čeká tento sport v následujících letech velmi slibná budoucnost a popularita se podle nich buď minimálně udrží, nebo bude pravděpodobně

ještě stoupat. Opačný pohled ovšem mají někteří respondenti v práci od Lišky (2021), kteří tvrdí, že MMA stále patří mezi okrajové sporty a má poměrně složitá pravidla, což by podle nich mohl být, z hlediska popularity, pro bojové sporty v budoucnu problém. Navíc v dnešní době existuje pořád poměrně hodně lidí, kteří MMA vnímají jako underground. Otázkou také zůstává, jak se bude české MMA vyvíjet i po konci kariéry Karlose Vémoly a dalších známých českých zápasníků, jejichž zápasy patří mezi ty nejsledovanější. Proto je podle respondentů, a také dat od Lišky (2021) důležité, aby se už v tuto chvíli hledaly nové tváře českého MMA, které by pro diváky byly zajímavé a mohly by tento sport znovu nakopnout i poté, co své aktivní kariéry ukončí současné hvězdy. Barták a Kalous (2020) zase budoucnost českého MMA vidí velmi optimisticky a dokonce věří, že smíšená bojová umění by brzy mohla nahradit i tradiční sporty, jako je třeba hokej, který podle Dana Bartáka v posledních letech na popularitě spíše ztrácí. Jelikož se neustále setkáváme s několika odlišnými názory a predikcemi, je budoucnost českého MMA zatím nejistá. Následující roky by mohly do jisté míry prozradit, jakým směrem se tato popularita bude vyvíjet. Respondenti této práce se ovšem shodli na tom, že pakliže se budou MMA tělocvičny plnit novými aktivními sportovci a organizace udrží úzký kontakt s fanoušky, existuje poměrně velká šance, že bude MMA v ČR patřit i nadále mezi nejsledovanější sporty u nás.

Podle mnohých expertů je však tento sport v České republice stále v podstatě na začátku. Pořád totiž existuje v této zemi mnoho lidí, kteří o MMA nemají ani nejmenší tušení nebo považují zápasníky i nadále za agresory, násilníky a zápasy v kleci hodnotí jako příliš tvrdý a surový sport. Proto je podle mého názoru důležité, aby se smíšená bojová umění neustále propagovala a prezentovala veřejnosti v tom nejlepším možném světle.

7 ZÁVĚRY

Hlavním cílem tohoto kvalitativního výzkumu bylo uskutečnit rozhovory se třemi významnými aktéry českého MMA a na základě jejich názorů zjistit, jaké jsou hlavní faktory, díky kterým je MMA v současné době jeden z nejpopulárnějších a nejsledovanějších sportů v naší zemi.

V teoretické části jsme se zaměřili na sport a jeho vztah ke komercionalizaci, médiím a společnosti. Dále jsme se věnovali stručné charakteristice MMA, také jsme popsali, jak funguje MMA v České republice a jaká zde působí média, která o tomto sportu aktivně píše články na svých webech. V neposlední řadě jsme se dozvěděli, jaké sporty jsou v České republice nejsledovanější.

Metodická část popisuje, jakým způsobem získával autor data k výsledkové části a pomocí jakých metod je následně zpracovával.

Výsledky této práce ukázaly, jaké faktory mají největší zásluhu na vzestupu popularity českého MMA. Za jeden z nejdůležitějších můžeme považovat příchod Karlose Vémoly na českou scénu. Ten totiž díky jeho sebevědomým prohlášením, odvážným predikcím zápasů, nezvyklým charismatem a v neposlední řadě i kvalitními sportovními výsledky, na sebe dokázal strhnout velkou pozornost a tím přinést do MMA zájem široké veřejnosti, médií, a dokonce televize. I v současné době je Karlos Vémola stále tím nejdiskutovanějším jménem českého MMA, bez kterého by tento sport nebyl dnes tak populární.

Druhým významným faktorem je vznik a působení organizace OKTAGON MMA, která do MMA přitáhla obrovské množství nových fanoušků, a navíc dokázala vyvrátit spoustu negativních mýtů, které o tomto sportu v minulosti kolovaly. To vše se jim podařilo zejména díky reality show OKTAGON Výzva, která dle respondentů nastartovala růst popularity MMA v České republice. Dalším důvodem úspěchu této organizace je také neustálé tvoření nových projektů, show, a také sportovních dokumentů o zápasnících, které mají na internetu vysoká čísla ve sledovanosti a mezi fanoušky mají velkou oblibu. Zásluhu na úspěchu organizace OKTAGON MMA mají její zakladatelé Ondřej Novotný a Pavol Neruda, kteří dokázali své zkušenosti a vědomosti přenést do světa MMA a vytvořili si kolem sebe velmi kvalitní tým, se kterým se jim tuto organizaci daří skvěle řídit a zvyšovat úroveň českého MMA.

Dalším velmi důležitým milníkem pro MMA v ČR byl zápas mezi Karlosem Vémolou a Attilou Véghem, který byl podle respondentů tím nejsledovanějším a nejočekávanějším zápasem v historii domácí scény. To, proč tento zápas strhnul tak obrovskou pozornost, bylo díky skvělému promu organizace OKTAGON MMA, která uspořádala s aktéry tohoto souboje řadu rozhovorů, dokumentů, setkání s fanoušky či reklamy do televizích i radiích. Velkou zásluhu na

strhnutí tak velké pozornosti měl i Karlos Vémola, který měl na svého soupeře řadu sebevědomých narážek a své predikce aktivně propagoval v několika televizních a internetových pořadech, díky čemuž o tomto zápase věděla prakticky celá republika. Pozornosti tohoto souboje využívala i média, která během tohoto období hlásila velký příchod nových čtenářů.

Neodmyslitelnou součástí MMA je tzv. Trash talking, který lze popsat jako provokování či urážení soupeřů. Lidé totiž vyhledávají kontroverzi, která dle respondentů prokazatelně přitahuje velkou pozornost, a to i přes fakt, že vzbuzuje nejen pozitivní, ale i poměrně negativní ohlasy. To ovšem nemění nic na tom, že vyhrocené zápasy přitahují několikanásobně více fanoušků než zápasy mezi bojovníky, kteří mezi sebou nemají žádnou nenávist. Trah talking by ovšem měl mít pomyslnou hranici, kterou by daní bojovníci neměli překračovat, tzn. vynechávat z toho rodiny, osobní problémy apod. Dále by měla být zachována i kvalitní sportovní úroveň, aby se z MMA nestala pouze show, která by pro diváky byla zajímavější než samotné zápasy.

Období koronaviru zastavilo v roce 2020 veškeré sporty po celé České republice, až na jedinou výjimku, a tou bylo právě MMA. Organizace OKTAGON MMA totiž během této nepříznivé doby dokázala skvěle improvizovat a vymyslet jedinečný projekt s názvem OKTAGON Underground. Tento projekt měl podle výsledků práce dva velké přínosy pro českou scénu. Tím prvním je, že MMA bylo jediným sportem, který se během pandemie nezastavil a pravidelně nabízel spoustu zábavy pro lidi, kteří v té době neměli co sledovat, čímž se do MMA opět dostali noví fanoušci. Druhý přínos respondenti viděli v tom, že diváci se naučili kupovat online přenosy, a tak organizace OKTAGON MMA už nebyla závislá na televizích a mohla si jít vlastní cestou.

Diskutovaným faktorem byl bezpochyby vznik nové organizace Clash of the Stars, která se zaměřuje na zápasy v MMA mezi hvězdami českého internetu. I přesto, že tyto souboje dokážou přitáhnout velké množství, převážně mladších, fanoušků a zvýšit tak zájem o MMA, zároveň tomuto sportu mohou i výrazně uškodit. Hrozba spočívá zejména ve velmi nízké sportovní kvalitě daných zápasů. Většina účastníků těchto soubojů totiž nepodstupují dostatečné kvalitní přípravy, což se negativně odráží na jejich výkonech a noví fanoušci si tak mohou vytvořit špatný obrázek o profesionálním MMA. Clash of the Stars ovšem na českém trhu působí jen krátkou dobu, takže vše ukáže čas, zda bude u fanoušků budit zájem i v budoucnu. Podobnou formu soubojů nabízí i organizace OKTAGON MMA, která také pořádá zápasy známých osobností. Rozdíl je ale v tom, že výrazně dbá i na profesionalitu a sportovní úroveň těchto soubojů, což je podle respondentů ideální kombinací, jak tyto zápasy divákům nabízet.

Respondenti ovšem mluvili i o dalších faktorech, které měly svůj určitý podíl na vzestupu MMA v Česku, byť nejsou tak zásadní, jako výše zmiňované. Mezi ně patří například i organizace XFN, která v roce 2018 uspořádala velký turnaj, na který přišlo okolo sedmnáct tisíc lidí, což v té době vytvořilo rekord v návštěvnosti MMA akcí. V počátcích MMA hráli významnou roli i lidé či

organizace, jež byly do MMA ochotni investovat finanční prostředky i přesto, že tento sport téměř nikoho nezajímal, což pomohlo v jeho následném budování.

Smíšená bojovná umění zažívají dnes v České republice velmi produktivní období a podle respondentů jejich popularita i nadále poroste. Je ovšem nutné, aby místní organizace neustále tvořily nové projekty a udržovaly blízký kontakt s fanoušky. Zároveň je ale třeba dávat pozor na to, aby se udržela i profesionalita tohoto sportu. Show je podle respondentů pro přitáhnutí nových fanoušků důležitá, ale neměla by být důležitější než sportovní úroveň zápasů.

8 SOUHRN

Bakalářská práce pojednává o faktorech, které se výrazně podílely na vzestupu popularity MMA v České republice. První část je věnovaná charakteristice sportu, popularity, masových médiích, komercionalizaci a jejich významu ve sportovním odvětví. Dále se zabývá charakteristikou MMA a jak tento sport funguje v České republice. Cílem této práce bylo zjistit, jaké konkrétní faktory, podle názorů vybraných respondentů, vedly k tomu, že se smíšená bojová umění stala během několika let jedním z nejsledovanějších a nejpopulárnějších sportů v ČR. Z výsledků této práce je patrné, že se všichni tři respondenti shodli na tom, že těmi nejvýznamnějšími faktory jsou: příchod Karlose Vémoly na českou scénu, organizace OKTAGON MMA, trash talking mezi bojovníky, „Zápas století“ (což označuje duel mezi Karlosem Vémolou a Attilou Véghem) a souboje mezi známými osobnostmi českého internetu. V poslední kapitole respondenti mluví o tom, jak současnou popularitu MMA udržet a jaká jsou potenciální rizika, které by ji mohly ohrozit.

9 SUMMARY

This bachelor thesis concerns about factors, which significantly helped to increase the popularity of MMA in the Czech Republic. First part defines characteristics of the sport and its popularity, mass media, commercialization and its significance in sport industry. Furthermore the thesis characterizes MMA and how the sport itself works in the Czech Republic. The goal of this thesis was to discover what exact factors, depending on respondents‘ opinions, led to mixed martial arts being one of the most popular and watched sports in the Czech Republic. According to the thesis‘ results, it is apparent, that all three respondents have agreed upon the fact, that the most important factors are: Karlos Vemola‘ entry upon the czech scene, OKTAGON MMA organisation, Trash talking between fighters, „Fight of the century“ (It means Karlos Vémola vs. Attila Végh) and fights between popular personalities of the czech internet scene. In the last chapter, respondents talk about how to keep the current popularity of MMA high and what are the potential risks that could endanger it.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

Altheide, D. & Snow, R. (1979). *Media logic(s) Revisited.* London and California: Sage.

Barták, D. a Kalous, L. (2020). *Život v kleci*. Nakladatelství XYZ. ISBN 978-80-7597-653-6.

Bottenburg, M. (2001). *Global Games*. [překl.] Beverly Jackson. Chicago: University of Illinois Press. ISBN 0-252-02654-3.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitativa inquiry and research design: Choosing among five traditions.* Thousand Oaks: Sage Publications.

Čáslavová, E., a další. (2003). *Společenská reflexe sportu a jeho prezentace v masmédiích*. Praha: UK FTVS. ISBN 978-80-86317-53-3.

Dovalil a kol. (2004). *Olympismus*. Praha: Olympia.

Fightclubnews.cz. *O nás.* [online]. [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: https://fightclubnews.cz/.

Hendl, J. (2008). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace.* Druhé, přepracované a aktualizované vydání. Praha: Portál, s.r.o. ISBN 978-80-7367-485-4.

Hendl, J., Remr, J. (2017). *Metody výzkumu a evaluace*. Praha: Portál, s.r.o. ISBN 978-80-262-1192-1.

Hruška, M. (2021*). David Dvořák poskočil do elitní TOP 10 na žebříčku UFC.* Fightlive.cz*.* [online]. [cit. 11-04-2022]. Dostupné z: https://www.fightlive.cz/rubriky/aktuality/david-dvorak-poskocil-do-elitni-top-10-na-zebricku-ufc_1079.html.

I Am fighter.cz. *O nás*. [online]. [cit. 09.12.2021]. Dostupné z: https://iamfighter.cz/o-nas/.

iDnes.cz. *Novináři.* [online]. [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/novinari/robert-rampa.N4065.

iSport.cz. [online]. [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: https://isport.blesk.cz/writerprofile/398/ondrej-nemec.

Ipsos. (2021). *Obliba bojového sportu MMA výrazně roste.* [online]. Dostupné z: https://www.ipsos.com/cs-cz/obliba-bojoveho-sportu-mma-vyrazne-roste.

Janovská. T. (2018). *Duel rapperů: nadšení i pískot. Jsem dobitej, řekl Rytmus Marpovi v šatně.* iSport.cz. [online]. [cit. 20-06-2022]. Dostupné z: https://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-box/353893/duel-rapperu-nadseni-i-piskot-jsem-dobitej-rekl-rytmus-marpovi-v-satne.html.

Jarůšek, O. (2019). *Oktagon 15 se zapsal do dějin: Knockoutovaný Vémola, 20 000 diváků a neuvěřitelná show.* Refresher.cz. [online]. [cit. 11-04-2022]. Dostupné z: https://refresher.cz/76413-Oktagon-15-se-zapsal-do-dejin-Knockoutovany-Vemola-20-000-divaku-a-neuveritelna-show.

Kavanagh, J. (2017). *Vyhraj nebo se pouč. Conor McGregor a já: Trenérova cesta.* Published in Penguin Books.

Kodex sportovní etiky (2014). [online]. Dostupné z: https://www.zdarns.cz/media/files/grantove-programy/kodex_sportovni_etiky.pdf.

Kotler, P. (2007). *Moderní marketing.* Přeložili Jana Langerová, Vladimír Nový. 4. vyd. Praha: Grada Publishing. 1048s. ISBN 978-80-247-1545-2.

Langer, P. (2022). *Procházka ukázal srdce bojovníka a získal titul! Teixeira však ve 42 letech zaslouží obrovský respekt.* Ruik.cz. [online]. [cit. 24.06.2022]. Dostupné z: https://www.ruik.cz/prochazka-ukazal-srdce-bojovnika-a-ziskal-titul-teixeira-vsak-ve-42-letech-zaslouzi-obrovsky-respekt/.

Liška, J. L. (2021). *Vzestup MMA v českém prostředí očima novinářů.* Bakalářská práce. Fakulta sociálních věd. Univerzita Karlova: Praha.

Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1362-4.

MMA Shorties.cz. *O nás.* [online]. [cit. 10-06-2022]. Dostupné z: https://www.mmashorties.cz/o-nas-2/.

MMAsters League. *O nás.* [online]. [cit. 09-06-2022]. Dostupné z: https://mmasters.cz/mmasters/.

Národní sportovní agentura. (2021). *Výsledky výzkumu míry popularity sportu v České republice 2020.* Dostupné z: https://agenturasport.cz/vysledky-vyzkumu-miry-popularity-sportu-v-ceske-republice-2020/.

Pavelka, R., Stich, J. (2014). *Multimediální učebnice bojových sportů*. MMA. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta tělesné výchovy a sportu. ISBN 978-80-87647-10-3.

Petrusek, M. a další. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, Sv. 2. ISBN 80-7184-310-5.

Pihávková, N. (2018). *Vznik a rozvoj bojového sportu MMA v České republice a v USA*. Bakalářská práce. Pedagogická fakulta. Univerzita Karlova v Praze.

Potůček, J. (2015). *Nova Sport získala práva na přenosy bojových sportů od americké UFC.* Lupa.cz [online]. [cit. 09-12-2021]. Dostupné z: https://www.lupa.cz/clanky/nova-sport-ziskala-prava-na-prenosy-bojovych-sportu-odamericke-ufc/.

Sekot, A. (2006). *Sociologie v kostce*. (3. vydání). Brno: Paido.

Sekot A. (2006). *Sociologie sportu*. Brno: Paido.

Sherdog. *Karlos Vemola „The Terminator"* [online]. [cit. 06-07-2022] Dostupné z:

https://www.sherdog.com/fighter/Karlos-Vemola-40238.

Silk, M. (2004). *Televised Sport in a Global Consumer Age. In The Commercialisation of Sport.* New York: London. Routledge.

Spousta, V. (2003). *Masová komunikační média (respektovaná, zbožňovaná i zatracovaná).* Universitas. Revue Masarykovy univerzity. Brno, č. 3, s. 51-59.

OKTAGON MMA. *O organizaci.* [online]. [cit. 09-12-2021]. Dostupné z: https://oktagonmma.cz/organizace-oktagon-mma/.

Pistora, M. (2019). *Vývoj a popularizace MMA v České republice*. Bakalářská práce. Pedagogická fakulta Univerzity Jana Evangelisty Purkyně: Ústí nad Labem.

Veselý, D. (2021). *Turnaje UFC bude v roce 2021 vysílat Premier Sport.* Fightlive.cz [online]. [cit. 09-12-2021]. Dostupné z: https://www.fightlive.cz/rubriky/aktuality/turnaje-ufc-bude-v-roce-2021-vysilat-premier-sport_1007.html.