

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Sportovní zpravodajství v „první vlně“ koronaviru

Sport journalism in first wave of the coronavirus

Bakalářská diplomová práce

Daniel KRÁTKÝ

Vedoucí práce: Mgr. Jakub KETMAN

Olomouc 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně a na základě literatury i dalších zdrojů uvedených v závěru práce. Počet znaků v práci včetně mezer je 78 801.

V Olomouci dne 28. dubna 2022

.....

Daniel Krátký

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucímu práce Mgr. Jakobovi Ketmanovi za jeho obrovskou trpělivost a cenné poznatky, kterých si skutečně velmi vážím. Veliký dík patří také všem respondentům za jejich čas a poskytnuté výpovědi, bez kterých by práce nevznikla.

Abstrakt

Bakalářská diplomová práce poskytuje detailní vhled do činnosti sportovního novináře v jediném tištěném českém sportovním deníku, jímž je deník Sport, v období první koronavirové vlny v úvodu roku 2020. Analýze je tak podroben chod deníku během období, ve kterém bylo sportovní dění po celém světě upozaděno koronavirem. Cílem práce je charakterizovat rutinní postupy sportovních redaktorů deníku Sport a zjistit, jak výrazně se odlišovaly v období rané fáze a nástupu pandemie. Zvolenou metodou je technika polostrukturovaných rozhovorů, tedy kvalitativního dotazování. V práci jsou obsaženy výpovědi zástupce šéfredaktora deníku Sport a vedoucích oddělení mainstreamových sportů u nás, tedy fotbalu a ledního hokeje i samotných redaktorů. Základem práce jsou ve výzkumné části koncepty mediálních rutin a činnost mediálních organizací.

Klíčová slova

Sportovní žurnalistika, celostátní tištěné médium, deník Sport, koronavirus, mediální rutiny, mediální organizace

Abstract

This bachelor thesis deals with detailed description of the work of sports journalism in only one Czech daily press called deník Sport in the first wave of coronavirus in the first part of the year 2020. The aim of this work is to characterize the routines of sports editors of the deník Sport and to find out how significantly their jobs have changed in the early phase of the pandemic. The chosen method is the technique of semi-structured interviews. The thesis contains the statements of the editors and deputy editor-in-chief of the daily Sport and the heads of the mainstream sports departments in our country, which are football and ice hockey. The basis of the work in the research part are the concepts of media routines and the activities of media organizations.

Key words

Sport journalism, mainstream press, daily Sport, deník Sport, coronavirus, media routines, media organization

1.	Úvod	6
2.	Teoretická část	9
2.1.	Vlastnictví médií	9
2.2.	Mediální organizace	9
2.3.	Sportovní žurnalistika.....	11
2.4.	Sportovní redaktor psaného média.....	12
2.5.	Mediální rutiny	14
2.6.	Výběr zpráv.....	15
2.7.	Zdroje informací	17
2.8.	Tvorba mediálního obsahu	19
2.9.	Organizace práce v redakci.....	20
2.10.	Multimedializace obsahu	20
3.	Metodika	22
3.1.	Kvalitativní výzkum.....	22
3.2.	Metoda a technika výzkumu	22
3.3.	Výzkumný vzorek.....	24
4.	Výzkum	25
4.1.	Medailony.....	25
4.2.	Profil vydavatelství CNC	26
4.3.	Organizace deníku Sport	26
4.3.1.	Hokejové oddělení.....	26
4.3.2.	Fotbalové oddělení.....	27
4.3.3.	Sportovní oddělení.....	27
4.4.	Problematika vlastnictví	27
4.5.	Výběr zpráv v deníku Sport v době koronaviru	28
4.6.	Zdroje deníku Sport	30
4.7.	Tvorba mediálních obsahů v době koronaviru.....	32
4.8.	Organizace práce deníku Sport v době koronaviru	33
4.9.	Multimedializace obsahu deníku Sport.....	34
5.	Závěr.....	37
	Přílohy:	43

1. Úvod

„Je to přeci nejlepší práce na světě, že? Cestování po celém světě, sledování velkých sportovních akcí zdarma z nejlepších míst na stadionu, mísení se s hvězdnými hráči a sportovci, vidět své jméno za článkem v novinách a dostávat za to spoustu peněz. To je způsob, jakým mnoho lidí vidí práci sportovního novináře. Realita může být poněkud jiná.“

(Andrews, 2005: 1)

Práce sportovních novinářů se během pandemie koronaviru změnila, jelikož samotní redaktoři museli reagovat na aktuální dění – žádný profesionální sportovní zápasy nebyly hrány. O tom, jak probíhal jejich pracovní proces a jejich mediální rutiny, bude referovat tato práce.

Koronavirová pandemie postihla mnoho odvětví, včetně žurnalistiky. Vzhledem k protiepidemickým opatřením se nehrála žádná sportovní utkání. Dohrány nebylo play off hokejové Tipsport extraligy, přerušeny byly rovněž fotbalové či jiné sportovní soutěže.

Následující studie nabízí pohled, jak výrazně se změnila sportovní žurnalistika během první koronavirové vlny, tudíž v době, kdy profesionální i amatérský sport nefungoval a sportovní novináři v podstatě neměli o čem psát. Výsledná práce shrne činnost jednotlivých redaktorů deníku Sport, jediného tištěného čistě sportovního deníku v České republice, celé redakce a jejich sportovních odvětví během období od března do května roku 2020. Přínosem bakalářské práce je empirický vhled do problematiky sportovní produkce v pro sport nepříznivém období. A jelikož se jedná o záležitost relativně nedávnou, tak v českém prostředí rovněž také příliš neprozkoumanou. Ačkoliv tématem mediálních rutin obecně se v minulosti pochopitelně zaobíralo mnoho prací, vědců a analýz.

Ve své práci jsme se zaměřili na dobu, kdy se žádná sportovní soutěž na území České republiky nekonala, nehrály se soutěže po celém světě, v zemi byl vládou vyhlášený nouzový stav, i tak sportovní novináři museli zaplňovat volný prostor v novinách, a to místo zrušených závěrečné části sportovní sezóny – včetně soutěží dvou hlavních českých sportů ledním hokeji a fotbale. Jako dané médium jsme zvolili deník Sport, jediný čistě sportovní tištěný deník na českém trhu, který na rozdíl od jiných deníků nemohl výrazně omezit sportovní strany, protože jeho kompletní obsah je zaměřen pouze sportem.

V teoretickém rámci práce bude uveden koncept mediálních rutin masového média či mediální organizace podle knih Jana Jiráka a Barbory Köpplové nebo dalších autorů, včetně

zahraničních, v čele s Philem Andrewsem. Uvedena budou rovněž specifika, která doprovázejí sportovní novinářinu.

V praktické části práce budeme provádět kvalitativní metodou polostrukturovaných rozhovorů s redaktory výše zmíněného deníku Sport, kteří vědí, jak jejich redakce během počátků pandemie fungovala.

„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založen 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.“ (Creswell, 1998: 12)

Kvalitativní metodu jsme zvolili vzhledem k stanoveným cílům. A to zejména vzhledem k tomu, že se jedná o téma, ve kterém redaktori vzpomínají na určité období. *„U výzkumných témat orientovaných do minulosti může být vhodnější použít kvalitativní postupy sběru dat.“* (Sedláková, 2014: 189)

Cílem naší práce je získat díky informacím získaných z polostrukturovaných rozhovorů přesný vhled do problematiky mediálních rutin redaktorů deníku Sport a zjistit fungování této sportovní mediální organizace v období od 10. března do závěru května. V tomto období se v České republice, a později i celém světě žádné sportovní zápasy neodehrály.

Polostrukturované rozhovory bývají podle Sedláková označovány jako *„rozhovory s návodem“* (Sedláková, 2014: 211), což značí to, že se daný výzkumník připraví na rozhovor prakticky stejně jako na rozhovor strukturovaný, avšak při realizaci interview může reagovat na to, co zmínil samotný respondent. (tamtéž) *„Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení.“* (tamtéž)

Za naši hlavní výzkumnou otázku jsme zvolili: *Jak se změnil pracovní podmínky sportovního novináře v mediální organizaci s názvem deník Sport během období první koronavirové vlny, ve kterém se žádný sportovní zápas nehrál?*

Samotné výpovědi sportovních novinářů by měly prozradit podstatu a výsledky našeho výzkumu, a tak je nutné se tázat redaktorů deníku Sport napřímo. To proto, abychom objasnili podmínky sportovního novináře a jeho každodenní rutiny během námi vybraného období.

Za dílčí výzkumné otázky volíme:

Jaký byl ve stejném období první koronavirové vlny z rozdíl mezi hokejovým a fotbalovým oddělením?

Dva hlavní české sporty jsou lední hokej a fotbal, což dokazuje hierarchie deníku Sport, kterou tvoří hokejové oddělení, fotbalové oddělení a sportovní oddělení, jehož součástí jsou ostatní sporty¹. Největší pozornosti a obsahu dostávají tyto dva výše jmenované sporty i v ostatních sportovních médiích v České republice. V naší práci se tak zaměříme na rozdíly ve fungování hokejového a fotbalového oddělení, rozdělení úkolů v daných odděleních a také jejich práce během první vlny pandemie. V jarních měsících se obvykle dohrávají finále hokejových i fotbalových soutěží, a tak je referováno zejména o nich, ale v námi vybrané době tomu tak nebylo. Naším cílem je zjistit, jak rozdílné byly přístupy k zaplnění stran v námi vybraném tištěném médiu.

Další dílčí výzkumnou otázkou je:

Jaká byla organizace a rozdělení pravomocí v deníku Sport v období první koronavirové vlny? Jaká je struktura této mediální organizace?

V naší práci rovněž chceme objasnit celkovou strukturu fungování redakce deníku Sport. Jaké jsou úkoly šéfredaktora, co mají na starost zástupci šéfredaktora nebo vedoucí jednotlivých sportovních oddělení. Cílem této dílčí výzkumné otázky je tak objasnit strukturu fungování a procesy v této mediální organizaci. K tomu pomůže zejména pohled zástupce šéfredaktora a jednotlivých vedoucích oddělení. V České republice není více dalších tištěných sportovních deníků, a tak je dílčím cílem naší práce zjistit, jak tato specifická mediální organizace funguje. Cílem dílčí výzkumné otázky je objasnit fungování deníku Sport v období před první koronavirovou vlnou a obdobím následném.

¹ Hierarchie deníku Sport. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/clanek/titulni-strana/391036/redakce-isport-cz-kdo-je-kdo-kontakty-a-tiraz.html> [cit. 23.4. 2022]

2. Teoretická část

Důležitou součástí této práce je médium deník Sport. A tak je důležité si představit koncept mediální organizace, jejího konceptu fungování a také jejich tzv. mediálních rutin. V práci se zabýváme fungování jediného tištěného sportovního média v České republice, tudíž bude následovat charakteristika sportovního žurnalisty.

2.1. Vlastnictví médií

Vliv na fungování novinářských organizací obecně má velice často vlastník. „*Na vyšších úrovních se mohou jednotlivé mediální organizace dále sdružovat, případně majetkově propojovat do mediálních korporací a holdingů.*“ (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 60)

V našem případě vlastní deník Sport vydavatelství CZECH NEWS CENTER a. s. (zkráceně CNC), tedy jeden z největších mediálních domů ve střední Evropě, jehož vlastníky jsou Daniel Křetínský, rovněž většinový majitel fotbalového klubu AC Sparta Praha, a také Patrik Tkáč a Roman Korbačka². Potenciálně tak vzniká konflikt a střet zájmů, oficiálně však dosud nebylo prokázáno, že by měl majitel fotbalového klubu vliv na chod redakce deníku Sport.

2.2. Mediální organizace

V našem případě se zabýváme mediální organizací – deníkem Sport. I ten má svou propracovanou strukturu, každá pozice je pro chod daného média důležitá. Podle Jiráka a Köpplové jsou mediální organizace „*složitě organizační celky s propracovanou hierarchií odpovědností a pravomocí a vysokou mírou dělby práce.*“ (Jirák, Köpplová, 2015: 142).

Lidé si v novinách nebo internetových serverech často přečtou článek, pod kterým je označen pouze jednotlivý autor (občas jich je více), ale proces vzniku daného textu a rovněž celých novin ovlivňuje mnoho pracovníků na speciálních pozicích. A to mohou být např. rešeršisté, editoři, grafici, korektoři, tiskaři, správci sociálních sítí atd., přičemž každá z těchto pozic je velmi důležitá a výrazně se podílí na výsledku. Tedy daném článku (případně v internetovém prostředí i možném jiném mediálním produktu) v novinách či na internetových serverech. (Jirák, Köpplová, 2015: 142)

² Vlastnictví CZECH NEWS CENTER, oficiální web společnosti, Dostupné online: <https://old.cncenter.cz/kategorie/4704/vlastnici> [cit. 7.4. 2022]

Mediální organizace jsou nuceny fungovat pod vlivem několika dalších faktorů. Mohou jimi být vztahy k inzerentům, které jsou velmi důležitým partnerem pro financování daného média a mnohdy si mohou v rámci inzerce jako klient žádat speciální, často reklamní, text. Významný je také vztah k samotnému publiku, konkurenci nebo celkové společnosti. (Jirák, Köpplová, 2015: 132, 133)

Fungováním a prací mediálních organizací vznikají mediální produkty. *„Mediální produkty se vyrábějí ustáleným způsobem připomínajícím práci na výrobní lince (včetně vysoké míry dělby práce a poměrně strmé hierarchie odpovědností a pravomocí), uplatňují se na mediálním trhu na základě jeho průzkumu jako jakékoli jiné zboží, jednotlivé produkty se zkoušejí, vyvíjejí, upravují, inovují, stahují z trhu apod. Ve hře jsou přitom obrovské částky a potenciálně tedy i obrovské zisky či ztráty.* (Jirák, Köpplová, 2015: 140)

Každá mediální organizace pracuje podobně (ačkoliv v některých faktorech se logicky často liší), podle svých daných postupů a rutin, a to ať už se jedná o zpravodajství nebo publicistiku. *„Rutiny jsou pro mediální organizace velmi přitažlivé, jelikož usnadňují výrobu.“* (Burton, Jirák, 2001: 102) To je jedním z hlavních důvodů, proč média využívají mediální rutiny – usnadnění práce, snaha o pravidelnost a ustálenost. (tamtéž)

Výrobní rutiny bývají označovány jako *„zažité postupy, jak dané materiály vyrábět.“* (Burton, Jirák, 2001: 102) Velice podobně podle Burtona s Jirákem (tamtéž) funguje v tomto smyslu jak žurnalistika psaná, tak i ta televizní nebo rozhlasová. *„Rutina a sklon k zažitým postupům jsou velmi silným faktorem ve fungování mediálních institucí a je třeba s nimi počítat, kdykoliv se pokoušíme pochopit fungování médií.“* (tamtéž)

Fungování čistě sportovních mediálních organizací do jisté míry funguje jinak než fungování klasických mediálních organizací informujících o běžném zpravodajství – novináři například pracují pod větším časovým tlakem. Americký autor Walsh popisuje ve své knize práci sportovního redaktora v amerických typech novin na Floridě, v Arizoně a ve Wisconsinu tak, že pokrýval všechny zápasy, všechny tréninky a všechny novinky z daných klubů. Na obyčejném sportovním zápase v Americe je novinářská tribuna zaplněna už ve tři odpoledne a vyprázdněná není ještě o půlnoci. (Walsh, 2006: 20).

Lze předpokládat, že podobné to bude i v Evropě a obecně v Česku. Ačkoliv je důležité se soustředit na to, o jakém sportu je informováno. Například zápasy v americkém fotbale nebo baseballu jsou časově výrazně déle trávající než sportovní zápasy v klasickém fotbale nebo ledním hokeji.

Během koronaviru se ale do velké míry mohly jednotlivé rutiny daných autorů změnit, cílem naší práce bude zjistit, jak moc výrazně. Jelikož novináři žádný čas netrávili v mediálních zónách nebo na novinářských tribunách (někdy rovněž označovaných jako press tribuny).

2.3. Sportovní žurnalistika

V první části koronavirové pandemie mohl být sport, ačkoliv pasivně sledovaný, velkou pomocí obyvatelstvu k tomu odhlédnout od celkových světových problémů. Ale tak se stalo až v pozdějších částech pandemie, kdy sport fungoval i přes mnohé protiepidemické opatření jednotlivých vlád jednotlivých států. V úvodu propuknutí pandemie v Evropě byly všechny sportovní sektory, i ty profesionální, v období března až května 2020 pozastaveny. V letních měsících, tedy až po období, kterým se zabývá naše práce, byly dohrávány jednotlivé soutěže po celé Evropě, případně i soutěže globálního charakteru, jako jsou evropské poháry ve fotbale.

Sporty, které se noviny rozhodují pokrývat, odrážejí vnímané zájmy jejich čtenářů. A záleží také na daných státech, ve kterých jednotlivá média působí. Podle Andrewse je logické, že se nejvíce v novinách píše o mainstreamových sportech, protože ty vyvolávají největší zájem čtenáře. (Andrews, 2005: 15) „*Obecně je zájem médií větší o mainstreamové sporty oproti těm sportům, které mají tendenci si užívat movitější lidé, jako je golf, tenis, squash nebo veslování.*“ (tamtéž) Obecně lze označit v Česku za hlavní sporty fotbal a hokej, které jsou nejvíce sledovány.

Mainstreamové noviny jsou obvykle zaměřeny na části populace, které sdílejí určité charakteristiky. (Andrews, 2005: 14) Za mainstreamový tisk lze označit i právě deník Sport, který je rovněž celostátními novinami. „*Celostátní noviny se obvykle zaměřují na konkrétní socioekonomický sektor obyvatelstva.*“ (tamtéž) Podle stejného autora je nevýhodou to, že celostátní noviny se nemohou stoprocentně čistě zaměřit na jeden klub nebo jeden tým. „*Jejich pozici tak poté doplňují regionální noviny, jenž pokrývají místní problémy (a v případě sportu, místních týmů a sportovců), které celostátní noviny s větším geografickým rozšířením nemohou pokrýt stejně podrobně.*“ (tamtéž) V České republice je takovým typem regionálních médií například síť regionálních Deníků.

2.4. Sportovní redaktor psaného média

Psaná sportovní žurnalistika měla podle Andrewse kdysi pověst „*klišovitě prózy, kterou chrlili líni pisálci.*“ (Andrews, 2004: 8). „*Kdyby takoví novináři někdy existovali, měli by dnes problém sehnat práci*“ (Andrews, 2004: 9). Dnes už je ale podle stejného autora situace jiná a od sportovních novinářů je tak vyžadována velká kreativita. Kvalita redakčního týmu novinářů je důležitá v každém tisku. „*Je totiž významným faktorem pro udržení podílu publika na konkurenčním trhu.*“ (Andrews, 2004: 8) I díky tomu po celém světě, čímž předpokládáme, že i v České republice, úroveň psaní ve sportovních rubrikách v posledních letech nesmírně vzrostla. „*Nyní snese sportovní žurnalistika srovnání s tím nejlepším ze všech ostatních forem žurnalistiky. Platí, že sportovní žurnalistika patří k nejlepším dostupným textům na trhu.*“ (Andrews, 2004: 6)

Sportovní novinařina je oproti klasické žurnalistice trochu speciální svým stylem práce. Často mají novináři svou práci vytyčenou v daném časovém horizontu, a to vzhledem ke sportovním zápasům. (Stofer a kol., 2010:3) „*Ve sportovní novinařině se nepracuje od osmi do pěti, jako v některých klasických pracích. To je možná někdy dobré, ale není to zase tak skvělá práce během turnajů a sportovních událostí. Můžete si klidně užívat slunnou neděli, ale jeden telefonát vám může okamžitě změnit den.*“ (tamtéž)

Výhoda českého deníku Sport, kterým se tato práce zabývá, je v tom, že je jediným tištěným sportovním deníkem v České republice. To sice bylo v době od března 2020 do května 2020, kterou se tato práce zabývá, menší nevýhodou, ale jinak nemá deník Sport na trhu sportovních tištěných médií prakticky žádnou čistě sportovní konkurenci. Tu sice mohou tvořit některé sportovní přílohy deníků (menší obsah) anebo sportovní časopisy (často se jedná o měsíčníky). Ale čistě tištěný sportovní deník je v České republice pouze jeden³.

Redakce sportovního deníku je řízená podobně jako klasické zpravodajské redakce. Hlavní postavou je šéfredaktor, který koordinuje práci daného média spolu s jednotlivými vedoucími sportovních oddělení. (Andrews, 2005: 23) „*Klíčem k hladkému chodu sportovní*

³ O pozornost diváků a čtenářů deník Sport soutěží i s dalšími médii. Na území České republiky působí televizní kanály ČT Sport, O2TV Sport nebo Nova Sport. I v podobě tištěných médií má deník Sport konkurenci v podobě MF Dnes a její sportovní přílohy, případně dalších mainstreamových médií. Jistou konkurenci jsou pro deník Sport (i jeho internetovou verzi iSport.cz) i další čistě internetové sportovní weby (hokej.cz nebo sport. iDnes.cz).

redakce je diář. Na rozdíl od všeobecného přesvědčení jsou zprávy (a zejména sportovní zprávy) jen zřídka něčím, co se náhle stane. Většinu z nich lze pečlivě naplánovat.“ (tamtéž) Většina zpráv tedy vzniká v přesně vymezených časech. Obecně toto tvrzení lze chápat tak, že sportovní zápasy mají většinou pevné začátky i konce. Ačkoliv některé zápasy obsahují například prodloužení, které dobu trvání sportovního zápasu může výrazně časově prodloužit. Ale to jsou většinou výjimky⁴.

Sportovním novinářům práce začíná už několik dní před utkáním, to totiž velice často napíše tzv. preview k danému utkání, kterým se snaží diváka, případně čtenáře, na zápas nalákat. Tento článek je napsán buď o daném hráči, týmu nebo sportu, kterého se týká, podle několika kanadských novinářů by měly být před zápasem vytvořeny minimálně tři texty. (Moritz, 2014: 85)

Je opravdu důležité zdůraznit, že práce k danému sportovnímu zápasu či tématu začíná pro sportovní novináře už několik dnů předem. Jelikož důležitá je příprava právě na text či zápas. I tomu pomáhá podle Andrewse diář. *„Zajištění velké sportovní události může být složitá logistická operace, která vyžaduje podrobnou organizaci, jako je například akreditace médií, rezervace cest a hotelů, organizace telefonních hovorů k rozhovorům atd.“* (Andrews, 2005, 23) Důležitá je také příprava na daný text, je třeba si zajistit respondent, případně podklady k němu. Tak, aby měl novinář dostatečný přehled a nic mu nebránilo v samotné novinářské činnosti. (tamtéž)

Takové typy sportovního zpravodajství se tedy dají jednoduše naplánovat, proto jsou podle Andrewse v diáři. Existují však sportovní zprávy, na které se připravit nelze. (tamtéž) *„Příběhy, o kterých se předem neví – například když sportovec zemřel při autonehodě nebo měl pozitivní test na zakázanou látku – se označují jako příběhy „mimo diář“.*“ (tamtéž) Za takové lze označit období našeho výzkumu, jelikož během koronaviru se sportovní utkání nehrála. A tak novináři měli svůj diář prázdný.

Pokud však novináři informovali o covidu ve světě, tak se nevyhnuli ani některým sportovcům a soukromějším typem témat o nich referujících. *„Mnohé z diskuzí o novinářské etice jsou tam, kde by tato hranice měla být. Debata je zejména o intimních příbězích.“* (Andrews, 2005: 77)

⁴ Výjimka potvrzující pravidlo: Březnové hokejové utkání play off mezi Spartou a Libercem obsahovalo možnost nekonečné prodloužení s náhlou smrtí, rozhodnuto bylo až krátce před půlnocí. Místo obvyklých tří třetin se hrálo třetin šest.

Během koronaviru se tak často řešila otázka etiky v případě informování o pozitivních testech jednotlivých sportovců, jelikož širokou veřejností byl virus COVID-19 vnímán jako vážná nemoc. A záleželo na novinářské etice dané organizace, která rozhodla, zda bude text veřejnosti uveřejněn.⁵ „*Sportovci jsou pochopitelně veřejnosti na očích, za své schopnosti jsou kvalitně finančně ohodnoceni a mnozí získávají status celebrity. Zájem veřejnosti o ně je proto větší než u běžných občanů. To samozřejmě neznamená, že nemají právo na své soukromí, ale znamená to, že jejich činnost je přísněji kontrolována. A mediální organizace mezi sebou soutěží o nová odhalení. Hranice mezi právem na soukromí a právem veřejnosti na informace je tenká.*“ (Andrews, 2005: 76, 77)

Obvyklá výhoda sportovního zpravodajství je, jak už bylo výše zmiňováno to, že je plánovatelné. „*Sport je alespoň v jednom smyslu předvídatelný. Možná nevíme, kdy a kde se stanou další vražda nebo teroristický útok, ale s dostatečným předstihem přesně víme, kdy a kde se sportovní akce budou konat. Víme, že i sportovní organizace poskytnou obrázky, aby zaplnily určité množství prostoru novin v daný den.*“ (Andrews, 2005: 9).

Jak již bylo zmíněno výše, naše období výzkumu ale není pro sport a rovněž sportovní žurnalistiku standartním obdobím. Sportovní akce, jak už bylo zmíněno, se prakticky po celém světě nekonaly, a tak měli novináři problémy zaplnit prostor v novinách i na webu. Níže v této práci si objasníme, jak se změnil pracovní návyky sportovních novinářů v tomto období.

2.5. Mediální rutiny

Aby novinářská práce mohla fungovat kvalitně a rychle, tak vznikají mediální rutiny. „*Novinářská práce je sice z velké části tvůrčí činností, zároveň však vzniká v rámci fungující a realizující se organizace s pravidelně se opakujícími procesy produkce. Stejně jako je tomu například při zaměstnání u linek. Novinářská práce ale probíhá v neustálém časovém tlaku uzávěrek, a aby ji novináři zvládli, musí být rutinizována.* (Tuchmanová in Trampota, 2006: 55)

⁵ Například v zámoří kanadský novinář informoval o pozitivním covidovém testu slavného amerického hokejisty Austona Matthewse v mimozávodní období. A hráči se to vůbec nelíbilo, novináři to na tiskové konferenci po obnovení hokejové NHL ihned sdělil. Sportovní týmy často informují o zdravotních stavech svých hráčů, v zámořské NHL však kupříkladu i v současné době nelze oficiálně zjistit, zda byl daný hokejista pozitivně testován nebo je pouze v karanténě kvůli rizikovému kontaktu. Vnímání koronaviru je v tomhle ohledu jiné oproti ostatním zdravotním problémům. SRINIVASAN, A.: Auston Matthews calls out journalist who reported positive COVID-19 test. Dostupné online: <https://ca.sports.yahoo.com/news/auston-matthews-takes-umbrage-with-reporters-story-about-covid-19-042434984.html> [cit. 16. 4. 2022]

Podle Shoemakerové a Reese jsou rutiny „*pravidelné vzorce jednání zpravodajských organizací usnadňující kontrolu neustále probíhající práce, umožňující zpracovávat v krátkém časovém horizontu nečekané události.*“ (Shoemakerová a Reese, 1996: 100).

Po celém světě se za jediný den objeví velké množství zpráv. Úkolem médií a samotného novináře je zachytit ty nejdůležitější, které poté představí svému čtenáři. A to navíc v rámci omezených finančních i lidských podmínek. (Trampota, Zpravodajství, s. 43)

V době covidu byla práce pro novináře náročná. A to zejména vzhledem k nepřehledné době a výše zmíněným omezeným podmínkám. Zveřejňovány byly neustále nové a nové informace o do té doby o poměrně neznámé nemoci. Samotní novináři velmi často pracovali s informacemi, kterým nemuseli dostatečně rozumět, v médiích dostávali přednost experti, kteří se později ukázali, že nejsou experty v dané problematice. I tak byli novináři nuceni přetlumočit svým čtenářům svá témata. „*Zpravodajská média mají moc utvářet názory čtenářů na témata, o kterých nemají ani ponětí.*“ (Tuchmanová, 1978: 2)

V naší práci si proto představíme proces vzniku zprávy, který si rozdělíme do jednotlivých kategorií. Od výběru zpráv, přes zdroje informací, organizaci práce v redakci až po multimedializaci obsahu.

2.6. Výběr zpráv

Na informování veřejnosti se podílí zpravodajové, redaktoři či editoři. Tito jmenovaní jsou hlavními osobami, které rozhodují, o jakých informacích se veřejnost dozví. (Trampota, 2006: 38) „*Při zkoumání zpravodajské produkce se stávají předmětem odborného zájmu přesné procesy určitých lidí působících v médiích a motivy, které je k jejich rozhodnutím vedou.*“ (tamtéž).

Události a na ně navazující texty, které jsou nakonec publikovány, prochází v procesu schvalování přes velké množství lidí, kteří je musí odsouhlasit. „*Funkci gatekeeperů mnohdy vykonává více lidí na různých úrovních – zpravodaj, redaktor nebo vydavatel. Z množství informací vybírají takové, jež si podle nich zaslouží zveřejnit a rozhodují o tom, co se do zpráv dostane a co ne. Takový výběr ovlivňují dvě skutečnosti. Každá mediální organizace si vybírá, koho zaměstná, a redakci tak tvoří lidé, kteří jsou ochotni akceptovat mediální rutiny konkrétní organizace.*“ (Čuřík a kolektiv, 2012: 153)

Během 20. století provedl sociolog White výzkum toho, jak probíhá výběr událostí do médií. Daný proces označil jako gatekeeping. (Trampota, 2006: 40) Později představil další

sociolog Brown svou studii čtyř etap výše zmíněného gatekeepingu. (tamtéž)

1. *„Extrakce, tj. výběr určitých informací z informačního univerza*
2. *Koncentrace, tj. redukce vybraného materiálu podle požadavků času, nákladů, kapacity komunikačního kanálu a podobně.*
3. *Pročištění, tj. úprava obsahu a informace tak, aby byly vyloučeny elementy z hlediska komunikačního záměru nežádoucí, redundantní nebo irelevantní.*
4. *Konečná formulace, která spojuje danou informaci s jinými informacemi tak, aby mohla být základem pro další rozhodování“ (Brown in Trampota, 2006: 40)*

Podle Shoemakerové a Reese (1996: 106) se v průběhu let staly hodnoty jednotlivých zpráv poměrně předvídatelnými. Mezi takové zprávy, které lidé považují za důležité a měli by o nich vědět, patří ty, které obsahují tyto faktory:

- 1) **Důležitost**, jenž se měří podle toho, kolik životů daná zpráva ovlivní. Jako příklad uvádí autoři to, že smrt je důležitější než škody na majetku. Pokud si danou situaci převedeme do sportovního prostředí a doby covidu, tak smrt sportovce kvůli covidu je věc, o které by média podle této teorie měla informovat předněji. (tamtéž)
- 2) **Lidský zájem**, protože lidé se obecně zajímají o témata čistě ze zvědavosti, které na jejich život nemají přímý vliv. Příkladem mohou být celebrity a drby, a tedy bulvární zpravodajství. (tamtéž)
- 3) **Konflikt** – Podle autorů Shoemakerové a Reese (tamtéž) kontroverze lidem přibližuje důležité problémy a je pro ně zajímavější, než kdyby se žádný problém nejednal a nastala harmonická situace. (tamtéž) Příkladem může být konflikt mezi sportovními organizacemi a vládou ohledně potenciálního vstupu fanoušků na tribuny během koronavirové pandemie.
- 4) **Neobvyklost** – *„Předpokládáme, že události jednoho dne se budou v podstatě ve většině podobat událostem druhého dne.“* (tamtéž) Pokud se ale pak zpráva něčím zvláštním liší od zajetých událostí všedního dne, tak čtenáře zaujme. (tamtéž)
- 5) **Včasnost** – Veřejnost zajímají aktuální informace. (tamtéž) *„Máme omezenou pozornost a chceme vědět, co se děje teď.“* (tamtéž)
- 6) **Blízkost** – Události, které se dějí blíže našemu bydlišti mají na čtenáře větší účinek než zprávy, které jsou z jiných kontinentů. (tamtéž) Příkladem, který bude mít na českého čtenáře větší vliv, může být informace o počtu pozitivních testů ve sportovní soutěži v českém týmu.

Daná zpráva má větší vliv na emoce čtenáře, než pokud podobná informace směřuje ze zámoří o tamním sportovním mužstvu.

2.7. Zdroje informací

„Získávat zdroje je náročné stejně tak v klasické novinářině, jako i v té sportovní. Může trvat dlouhé měsíce, než odhalíte ten správný kontakt. Ale proces vyhledávání vlastně nikdy nekončí, sportovní reportéři neustále do svých telefonů přidávají nová čísla. Není totiž prakticky možné pokrýt důkladně sportovní tým bez toho, aniž byste měli správné zdroje.“
(Stofer a kol., 2010: 31, 32)

Šmíd s Trunečkovou za zdroje označují svědky událostí nebo osoby, které se pohybují v dané oblasti našeho zájmu. Informační zdrojem jsou však i oficiální dokumenty, které dané redakci mohou poskytnou subjekty, které mají poskytování informací ve své náplni práce.
(Šmíd, Trunečková, 2009: 16)

Autor Leon Sigal ve své knize definuje tři základní způsoby informačních zdrojů, které k novinářům putují jako:

- 1) Rutinní
- 2) Neformální
- 3) Iniciované

(Sigal, 1973: 225)

Největší porce informací se dostává do médií rutinními kanály, které jsou Sigalem (tamtéž) označovány jako oficiální jednání. Pro lepší představu se dle stejného autora jedná o *„soudy, volební výsledky, tiskové zprávy, tiskové konference, ceremoniály a projevy.“* (tamtéž) V našem případě bývají tyto výše zmíněné zdroje využívány i ve sportovním prostředí, jelikož tiskové zprávy jednotlivých sportovních organizací jsou vydávány poměrně často, zpravidla po téměř každém profesionálním sportovním utkání se (mnohdy povinně) konají tiskové konference.

„Neformální způsoby získávání informací jsou zákulisní jednání, úniky informací, zprávy od jiných zpravodajských organizací.“ (tamtéž) I zde se dá nalézt několik příkladů ve sportovní žurnalistice.⁶

⁶ Většinou se ve sportovním prostředí podle Andrewse vypracují novináři až v insidery, kteří mají dokonalý přehled o dění v daném sportu. Příkladem je rozšiřovací draft do NHL, ve kterém zámořští novináři odhalili soupisku týmu dříve, než se tomu tak stalo oficiálně. WILLIAMS. R., Every single Seattle Kraken expansion

Neformální zdroje jsou i pro sportovní novináře velmi důležité. Velmi často to jsou lidé, kteří mají informace nebo názory, které jsou důležité pro novinářské texty. Jedná se o trenéry, hráče, management, rozhodčí a další, kteří jsou primárními zdroji reportérů. Textové příběhy a ohlasy ze zápasů prakticky vždy obsahují informace od hráčů nebo trenérů. (Strofer a kol., 2010: 32)

„Iniciované jsou ty zdroje, které se získají činností samotného reportéra. Jako jsou například iniciované rozhovory, vlastní statistické poznatky nebo spontánní události, které vyplynou ze situace.“ (Sigal, 1973, 225)

Od 80. let uhasly rovněž úzké vztahy, které existovaly mezi sportovními novináři a sportovci, o kterých informovali. *„Výrazně vyšší finance mířily mezi sportovce z televizních práv, a kluby tak měly pocit, že novináře nepotřebují, výrazně navíc narostly platy sportovců.“* (Boyle, 2006: 43) A postupně si kluby vybudovaly webové stránky nebo sociální sítě a v současné době si tak o dění v týmech mohou informovat vlastními kanály. (tamtéž).

Je však nutné nezapomenout, že i v dnešní době internetu a fake-news nepřestalo platit, že *„zdroj je třeba znát, resp. Informaci je třeba ověřit“* (Šmíd a Trunečková, 2009: 187). Podle Šmída a Trunečkové se už kolem roku 2009, kdy tvořili danou knihu, objevilo několik příkladů, kdy i ČTK nebo dokonce globální agentury jako jsou Reuters nebo AFP chybovaly při tvorbě mediálních produktů nebo využívání internetu. (Šmíd a Trunečková, 2009: 187) Chybně informovaly tiskové kanceláře a agentury i během koronavirového období.⁷

Každá zpráva v médiích má svůj zdroj. V dnešní době ale přibývá mnoho fake-news či dezinformací. Tomu nahrává vývoj technických možností, který dle slov Stejskala zvýhodňuje kvantitu před kvalitou. *„Zpráv je příliš, hledají si navíc nové cesty k lidem a mění pravidla žurnalistiky. Informace z internetu získávají k dalšímu zpracování, přes internet se ověřují, autorizují i rozesílají. Ale i kopírují a kradou. Úkolem dnešní novinářiny tak není potřebné zdroje a informace získat, ale nežádoucí odbourat.“* (Stejskal, 2009: 7)

draft pick has been leaked already. Dostupné online: <https://dailyhive.com/vancouver/every-seattle-kraken-expansion-draft-pick-leaked> [cit. 7.4. 2022]

⁷ Příkladem může být to, že během koronaviru přibýlo mnoho nových informací, které byly pořizovány samotnými lidmi, jelikož zdroje bylo v době protiepidemických opatření náročné získat. ČTK, Zpráva o ‚návratu‘ delfína do Benátek je podvrh, píše National Geographic. Dostupné online: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/cestovani/benatky-delfin-podvrh-national-geographic_2003211928_cen [cit. 23.4. 2022]

Internet a jeho vznik zapříčinil vznik internetové online žurnalistiky a také pomohl k vývoji nástrojů žurnalistické práce. Tím se stal například e-mail. (Šmíd, Trunečková, 2009: 19)

2.8. Tvorba mediálního obsahu

Když vznikají jednotlivé noviny, tak jednotliví redaktoři pouze „zalepují“ jednotlivé volné části svými texty. Jinak je daný titul pokryt inzercí, případně fotografiemi, které je většinou nutné připojit k danému článku. Tudíž redaktorovi stačí dodat požadovaný text, (Burton a Jiráček, 2001: 104) zbytek ve velkých denících většinou obstará editor.

Velký vliv tak má na texty, které se objeví ve výtisku daného titulu, uzávěrka. Ta do titulu dostane jen ty texty a články, které byly odevzdány včas. Některé informace se tak člověk druhý den logicky nedozví. Burton a Jiráček vybírají sportovní příklad. „*List, který má z ryze provozních důvodů poslední uzávěrku o půl hodiny dříve než ostatní, nemusí mít například výsledky ligových utkání.*“ (Burton a Jiráček, 2001: 104) Uzávěrky tak slouží k pravidelnosti. A také pomáhají práci redaktorů rutinizovat, tvrdí Burton a Jiráček.

Uzávěrky se ve sportovních denících často liší podle jednotlivých dní. Pokud se hraje ve večerních hodinách významné sportovní utkání, tak média chtějí mít logicky informace ve svém obsahu hned v následující den. Výhodou pro sportovní novináře je ale publikování na webu, jelikož ten lze aktualizovat kdykoliv. Webová žurnalistika nemá žádný deadline, a tak je uzávěrka ihned v daný moment. A znovu může být klidně za deset minut. Internetové zpravodajství je nutné mít neustále aktualizované. (Stovall, 2003: 50)

V době covidu nepředpokládejme velké problémy sportovních deníků s uzávěrkou, jelikož se žádná sportovní utkání nehrála. Avšak v době, kdy se hrají kupříkladu evropské poháry ve fotbale mají novináři s uzávěrkou větší problémy, hlavně pokud startuje utkání v pozdějších večerních hodinách.

2.9. Organizace práce v redakci

„Pokud nejsou noviny určité umění, tak jsou minimálně určité řemeslo.“ (Tušer, 1999: 37)

Tušer rovněž ve své knize cituje Majchráka, který rozděluje proces přípravy novin do šesti hlavních fází.

1. *Sledování událostí a faktů*
2. *Hodnocení událostí a faktů*
3. *Výběr témat na zpracování*
4. *Ztvárnění témat do žánru*
5. *Publikování ztvárněného tématu*
6. *Ohlas na publikované téma* (Majchrák in Tušer, 1999:37)

Podle stejných autorů se v redakcích během dne odehrávají pravidelné porady, během kterých se rozhodne, jakým směrem bude dané médium směřovat ve výrobě textů. Zpravodajství je vzhledem k nečekaným událostem nenaplánovatelné. (Burton a Jiráček, 2001: 102)

A pokud se sport nehraje, i tak jsou redaktoři zvyklí i na mimořádné období, které se objevuje v letním období. Centrem zájmu je pro naši práci doba vypuknutí pandemie COVID-19 v Evropě, tudíž velmi náročně plánovatelné období. Avšak předpokládejme, že vzhledem ke koronavirovým opatřením se porady a plánování přesunuly do minimálně hybridní podoby.

2.10. Multimedializace obsahu

Nové technologie změnily žurnalistiku. Za počátek multimedializace lze brát příchod internetu. Mezi online média patří všechna ta média, „jejichž existence je podmíněna fungováním sítě Internet a která jsou uživatelům dostupná v internetovém prostředí, jehož součástí se stávají pomocí technologií sloužících k navázání spojení s internetovou sítí.“ (Siapera in Jirků, 2020 :25) Ale zařazení a typologie online média jsou podle Siapery celkově složité. (tamtéž)

Pro produkci médií je v 21. století důležitá práce s digitalizovanými daty. O to více v době, kterou se tato práce zabývá – tedy první koronavirové vlně. V období koronaviru se velké množství světového dění přesunulo do online podoby, svůj obsah na svém webu iSport.cz prezentoval rovněž deník Sport. Žurnalistika sice byla z velké části na tyto nutnosti připravena, článek bylo lze napsat na stadionu, případně mimo redakci a poslat jej emailem editorovi, který

ho následně umístil elektronicky na stránku a v elektronické podobě odeslal do tiskárny. (Burton a Jiráček, 2001: 107)

„Pracovní postupy dnes závisejí na tom, co nová technologie umožňuje a dovoluje a k čemu vede či přímo nutí.“ (Burton a Jiráček, 2001: 107) Právě pracovní postupy byly předpokládáme ovlivněny novými médii, které pomáhaly spojovat redaktory. Předpokládáme, že na dálku fungovaly redakce i během prvních měsíců pandemie v Evropě, a to vzhledem k protiepidemickým opatřením⁸.

Jak už bylo zmíněno výše, multimedializace a digitalizace obsahu jsou pro některé, nejenom sportovní, deníky obrovským zjednodušením. „Online zpravodajství odstranilo tradiční pevné termíny tiskáren.“ (Daum, 2015: 72) Což hypoteticky mohlo v době koronaviru finančně ovlivňovat redakce. Ačkoliv deníky jsou i nadále vydávány, tak zpravodajství proudí světem 24 hodin denně, kupříkladu není problém se v průběhu noci dozvědět, jak se dařilo českým hokejistům v NHL⁹. Stejně tomu tak bylo i během koronaviru, a to i přes světovou pandemii.

Pro novináře však příchodem medializace vznikly další možnosti vyjádření se. Nejsou to jen klasické texty, kterými se dají redaktori mohou prezentovat. Jsou to rovněž také videa či podcasty nebo jiné multimedialní možnosti. Lidé jsou rovněž samotným redaktorům kvůli vzniku sociálních sítí mnohem blíže. Dá se říci, že každý má možnosti kontaktovat novináře skrze jakoukoliv internetovou sociální síť. Novináři nejčastěji využívají k prezentaci své práce Twitter. (Bednář, 2011 :199)

Medialní i sportovní organizace v době první koronavirové vlny začaly vytvářet alternativní obsah v podobě esportů.¹⁰ „Existuje možnost simulovat přehrávání hry a kombinovat živé nebo nahrané prvky nového obsahu v televizi, streamovacích platformách, rádiu nebo platformách sociálních médií.“ (Goldman a Hedlund, 2020 :378)

⁸ Všechna protiepidemická opatření lze dohledat na webu ministerstva zahraničí. Opatření, které oficiálně umístilo novináře na home-office je ze dne 23. března 2020. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/mimoradne-opatreni-volny-pohyb-osob-na-uzemi-cr/> [cit. 27.4. 2022]

⁹ Díky vzniku internetu se dá dané sportovní utkání sledovat v živém přenosu na internetu. Několik klubů rovněž stále provozuje tiskové konference s trenéry a hráči v online prostředí, které ve své podstatě „ulehčuje“ práci některým novinářům, ale zároveň chrání sportovce před možným nakažením se koronavirem.

¹⁰ Výrazné popularity si získaly například virtuální velké ceny F1, jelikož současná mladá generace jezdců často se svými fanoušky komunikuje přes sociální sítí, jako je například Twitch nebo YouTube. <https://youtu.be/y67x0Hu8ssU/> [cit. 27.4. 2022]

3. Metodika

3.1. Kvalitativní výzkum

Našich cílů práce nelze dosáhnout metodou kvantitativního výzkumu. Sedláková ve své knize *Výzkum médií* líčí rozdíly mezi kvantitativním a kvalitativním typem výzkumu. „*Na rozdíl od kvantitativního šetření na poli kvalitativním dotazované označujeme jako informanty nebo komunikační partnery či dokonce spoluautory.*“ (Sedláková, 2014: 207)

Jelikož se v naší práci zajímáme o to, jak redaktoři deníku Sport pracovali během období první koronavirové vlny, tak je lepší použít právě metodu kvalitativního výzkumu. Ta se hodí k tématům, které se vrací v čase. A to proto, že v rámci rozhovorů lze usměřňovat respondenty a jejich vzpomínky k danému tématu. V našem případě jde avšak o dobu stále poměrně aktuální – tedy vzpomínání redaktorů na dobu úvodních měsíců roku 2020. (Sedláková, 2014: 189)

3.2. Metoda a technika výzkumu

Hlavní metodou našeho výzkumu jsou polostrukturované rozhovory s jednotlivými redaktory deníku Sport, ty nám pomohou zjistit v jakých podmínkách, a jak pracovali sportovní novináři v deníku Sport. Odpovědi daných redaktorů jsou většinou otevřené, to proto, aby měli respondenti prostor co nejlépe se vyjádřit. (Sedláková, 2014: 197)

„*Existuje určitá zlatá střední cesta v podobě polostrukturovaného dotazování, jež se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací.*“ (Hendl, 2005: 164) Polostrukturované rozhovory jsou označovány jako pomyslná střední cesta mezi strukturovanými a nestrukturovanými rozhovory, polostrukturované nekladou takový důraz na strukturu otázek. (Sedláková, 2014: 207) Polostrukturované rozhovory jsou vhodnou volbou pro náš výzkum, jelikož se označují jako velmi pružný proces získávání informací s pouze určitou osnovou. (Hendl, 2005: 164) Věříme však, že novináři budou schopni své myšlenky dostatečně vyjádřit, proto volíme právě otevřené otázky.

Důležitou součástí polostrukturovaných rozhovorů a vůbec rozhovorů samotných, jsou úvody a závěry rozhovorů, kterým je třeba přidávat váhu a věnovat se jim. „*Na začátku dotazování je nutné prolomit případné psychické bariéry a zajistit souhlas se záznamem. Také zakončení rozhovoru je jeho důležitou součástí. Právě na konci rozhovoru nebo při loučení můžeme ještě získat důležité informace. Kvalitativní rozhovor není pouze sběrem dat, ale může*

mít i intervenční charakter. Proto má tazatel nabídnout dotazovanému možnost dodatečného kontaktu.“ (Hendl, 2005: 167)

V rámci našeho výzkumu jsme se dotazovali čtyř respondentů, chtěli jsme pojmout vedoucí žurnalistické profese dané mediální organizace – tedy zástupce managementu organizace, vedoucí jednotlivých oddělení a samotné řadové redaktory. Redaktory jsme vyzpovídali skrze online prostředí aplikace Zoom. Nejdelší rozhovor s „krajánkem“ deníku Sport Michalem Kvasnicou měl trvání více než jedné hodiny, nejkratší rozhovor proběhl se zástupcem šéfredaktora deníku Sport Petrem Adamem, ten trval 18 minut. Přepisy jednotlivých rozhovorů obsahuje příloha naší práce. Respondenti byli vstřícní a poskytli mnoho, nejenom pro náš výzkum, zajímavých informací.

Za naši hlavní výzkumnou otázku jsme zvolili:

Jak se změnilly pracovní podmínky sportovního novináře v mediální organizaci s názvem deník Sport během období první koronavirové vlny, ve kterém se žádný sportovní zápas nehrál?

Samotné výpovědi sportovních novinářů během polostrukturovaných rozhovorů by měly výrazně podhalit výsledky našeho výzkumu, jelikož redaktoři jsou přímí účastníci výzkumné práce, která má odhalit jejich rutiny během první koronavirové vlny v deníku Sport. Hlavním výzkumným cílem je tak zjistit kvalitativní metodou polostrukturovaných rozhovorů, jak pracovali sportovní novináři v deníku Sport během námi vymezeného období během března 2020 – května 2020.

Za dílčí výzkumné otázky volíme:

Jaký byl ve stejném období první koronavirové vlny z rozdíl mezi hokejovým a fotbalovým oddělením?

Deník Sport tvoří dvě hlavní oddělení – hokejové a fotbalové, které tvoří největší část novin i webu. Hokej a fotbal rovněž dostávají nejvýraznější prostor i pozornost v českých sportovních médiích obecně. V naší práci tak pomocí analýzy polostrukturovaných rozdílů budeme popisovat rozdíly v práci hokejového a fotbalového oddělení deníku Sport během první koronavirové vlny v období března – května 2020, v námi vymezeném období se obvykle dohrávají české nejvyšší hokejové i fotbalové soutěže, ale vzhledem k pandemii tomu tak nemohlo být. Naším cílem je zjistit, jak rozdílné byly přístupy k zaplnění stran v námi vybraném tištěném médiu.

Další dílčí výzkumnou otázkou je:

Jaká byla organizace a rozdělení pravomocí v deníku Sport v období první koronavirové vlny? Jaká je struktura této mediální organizace?

V této práci chceme zjistit, jakou strukturu a hierarchii měl deník Sport v námi vymezené době – tedy první koronavirové vlně. Jak pracovala tato mediální organizace? A jaké jsou úkoly šéfredaktora, zástupců šéfredaktora, editorů, supervizorů, grafiků a dalších jednotlivých pracovníků novin a internetové verze deníku Sport. V naší práci rovněž chceme objasnit celkovou strukturu fungování redakce deníku Sport. Cílem je porovnat fungování mediální organizace, porovnat procesy a odhalit rozdíly ve fungování deníku Sport před první koronavirovou vlnou a následným obdobím. K tomu přispěje rozhovor se zástupcem šéfredaktora Petrem Adamem a rovněž s vedoucími jednotlivých sportovních oddělení.

3.3. Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek byl vybrán na základě seznámení se s fungováním zpravodajských redakcí. Sedláková (2014: 92) konstatuje, že v mediálních studiích bývá pracováno s uměle vytvořenými výzkumy přímo pro naše výzkumné šetření. Stejná autorka také tvrdí, že základem záměrného výběru, jenž jsme zvolili, je nemožnost „širší generalizaci zjištění, je však vhodný pro případy, kdy není cílová populace přesněji uchopitelná a ohraničená. Výzkumník proto musí v závěru šetření přesně vymežit, pro jakou populaci jsou jeho závěry platné.“ (Sedláková, 2014: 99)

Redakce sportovních novinářů deníku Sport, jediného čistě sportovního tištěného deníku u nás, jsou cílovou populací, s kterou chceme objasnit fungování redakce během úvodních měsíců pandemie v České republice.

4. Výzkum

Polostrukturované rozhovory budou vedeny se čtyřmi respondenty. Povedeme rozpravu se zástupcem šéfredaktora deníku a rovněž editorem této mediální organizace Petrem Adamem, další interview bude provedeno s vedoucím hokejového oddělení Pavlem Ryšavým a také s vedoucím fotbalového oddělení Janem Podroužkem, přičemž oba pracují rovněž jako redaktori v rámci svých oddělení. Čtvrtý rozhovor bude veden s Michalem Kvasnicou, jedním z redaktorů deníku Sport, píšícím jak o fotbalovém, tak i hokejovém dění.

4.1. Medailony

Petr Adam (Zástupce šéfredaktora deníku Sport)

Už během svých studií žurnalistiky na Univerzitě Karlově se jako redaktor podílel na sportovním zpravodajství v Lidových novinách, ve kterých se vypracoval až na vedoucího sportovního oddělení, nejvíce psal o fotbale. Po více než osmi letech v Lidových novinách se ale v říjnu 2012 přesunul do deníku Sport, kde zastával pozici šéfredaktora webu iSport.cz, nyní působí jako zástupce šéfredaktora. Zúčastnil se i dvou mistrovství Evropy ve fotbale v roce 2008, které hostilo Rakousko a Švýcarsko a rovněž také v roce 2012 v Polsku a Ukrajině.

Pavel Ryšavý (vedoucí hokejového oddělení deníku Sport a hokejový redaktor)

Do hokejové redakce deníku Sport se rodák z Chocně přesunul v roce 2016, během poměrně krátké doby se vypracoval na pozici vedoucího hokejového oddělení. Svou novinářskou kariéru započal v roce 2007 v Deníku poté, co nedokončil svá vysokoškolská studia. Účastnil se mnoha světových šampionátů v ledním hokeji, olympijských her nebo sledoval cestu bývalého hokejového klubu Lev Praha až do finále ruské kontinentální ligy. V deníku Sport se věnuje zejména Pardubicím a Hradci Králové, a to vzhledem k blízkosti od jeho rodiště.

Jan Podroužek (vedoucí hokejového oddělení deníku Sport a fotbalový redaktor)

Fotbalový redaktor deníku Sport od roku 2010, během svého působení se vypracoval až na vedoucího fotbalového oddělení. Do deníku Sport nastoupil během svého studia na Vyšší odborné škole publicistiky. Nejprve se věnoval pražské Spartě, nyní má na starost jiný pražský klub – Slavii. Ve svém volném čase rodák z jihu Čech s moderátorem Ondřejem Novotným provozuje podcast Kudy běží zajíc o fotbalovém dění u nás i v zahraničí.

Michal Kvasnica (redaktor deníku Sport)¹¹

Student žurnalistiky na olomoucké univerzitě se krátce po dokončení studia přesunul do deníku Sport, kde již předtím absolvoval praxi. Pro celostátní sportovní médium poskytuje informace z Olomouce a Ostravy. Nejvíce píše o fotbale, konkrétně o ostravském Baníku a olomoucké Sigmě. Věnuje se však také hokejové Olomouci. Díky své práci se vypracoval také k účastem na několika kvalifikačních i soutěžních zápasech České fotbalové reprezentace k příležitosti mistrovství Evropy ve fotbale.

4.2. Profil vydavatelství CNC

Jeden z největších mediálních domů v Evropě se jmenuje Czech News Center, jenž patří do skupiny Czech Media Invest (CMI). Součástí této skupiny jsou tištěná média, internetová média, ale také radiové stanice. Nejznámější tituly, které vydává CNC jsou Blesk, deník Sport, Reflex, E15 nebo Svět motorů.¹²

4.3. Organizace deníku Sport

Obsah deníku Sport plní tři oddělení – fotbalové, hokejové a rovněž sportovní, do kterého jsou zařazeny ostatní sporty (Kvasnica: 10). Vedoucími jednotlivých oddělení jsou již výše jmenovaní Pavel Ryšavý a Jan Podroužek. Třetí – sportovní oddělení vede Jan Jaroš. Šéfredaktorem deníku je Lukáš Tomek, jeho zástupcem je Petr Adam (v deníku Sport existují ale i někteří další zástupci), který je rovněž vedoucím internetového zpravodajství a webu iSport.cz.

4.3.1. Hokejové oddělení

Hokejové oddělení deníku Sport řídí Pavel Ryšavý, který rovněž pracuje jako redaktor. Deník Sport informuje zejména o české extralize, v menším množství se věnuje zámořské NHL nebo reprezentaci. Dané extraligové kluby mají redaktoři rozděleny podle svých bydlišť, případně zdrojů. Vedoucí oddělení tak pokrývá hokejové zápasy Pardubic a Hradce Králové, Ondřej Kuchař píše o Spartě nebo Pavel Bárta o Plzni s Litvínovem. O moravské kluby se starají „krajánci“ Michal Koštuřík, Michal Kvasnica a Květoslav Šimek, ti se věnují i jiným sportům, zejména fotbalu. (Ryšavý: 8)

¹¹ Medailonky vznikly díky úvodním otázkám vedených rozhovorů a doplněny byly o poznatky, které nám sdělili respondenti mimo záznam. Ty se týkaly většinou vzdělání, případně pracovní historii. Ale do rozhovorů v příloze nebyly tyto údaje zahrnuty.

¹² Oficiální webové stránky společnosti CNC. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/> [cit. 15.4. 2022]

4.3.2. Fotbalové oddělení

Fotbalové oddělení vede Jan Podroužek, přičemž oddělení funguje podobně jako hokejové, ve kterém mají redaktori rozděleny kluby. Jan Podroužek s Radkem Špryňarem informují o Slavii, Jan Vacek a Jakub Dvořák o pražské Spartě. Podobně to mají i další kluby nejvyšší české fotbalové soutěže, přičemž každému klubu je určen redaktor, který daný klub v deníku Sport pokrývá. (Podroužek: 6)

4.3.3. Sportovní oddělení

Sportovní oddělení deníku Sport se věnuje dalším sportům v České republice. Jedná se o olympijské sporty nebo sporty, které si v České republice budují popularitu – MMA nebo futsal. Vedoucím oddělení je Jan Jaroč¹³.

4.4. Problematika vlastnictví

Jak již bylo zmíněno v kapitole 2.1. o vlastnictví médií, tak deník Sport je vlastněn vydavatelstvím CZECH NEWS CENTER, které z části vlastní také podnikatel Daniel Křetínský, jenž je rovněž většinovým majitelem fotbalového klubu AC Sparta Praha. Jeho jméno tak může být v souvislosti se střetem zájmů spojováno s deníkem Sport.

Dle vedoucího fotbalového oddělení Podroužka (10) přímý vliv na činnost deník Sport Daniel Křetínský nemá. Podroužek vnímá sport spíše jako jakousi zábavu, která není až tak vážnou věcí, kterou by měl mít Daniel Křetínský potřebu ovlivňovat. Celkově však Podroužek vidí zasahování vydavatelů do práce redakce jako špatnou věc. V deníku Sport ale k takovému případu doposud nedošlo.¹⁴ Podroužek (12) rovněž nesouhlasí s tím, že by deník Sport informoval o fotbalové Spartě Praha ani ve výrazně pozitivním směru, kvůli možnému k vyhovění majiteli. „*Může dojít k neshodám v tom, co si čtenář myslí a co si přečte u nás. V žádném případě si nemyslím, že bychom ale psali ve prospěch Sparty (a Daniela Křetínského), což dokazuje obrovské kvantum textů, které jsou kritické k fotbalové Spartě.*“

¹³ Hierarchie deníku Sport. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/clanek/titulni-strana/391036/redakce-isport-cz-kdo-je-kdo-kontakty-a-tiraz.html> [cit. 23.4. 2022]

¹⁴ Křetínský v nedávném období ovlivnil činnost redakce francouzského tisku při prezidentských volbách, kdy změnil titulky francouzského média Marianne ve prospěch později zvoleného prezidenta Macrona, jako vlastník by neměl zasahovat do práce redakce. I proto je kapitola o vlastnictví médií obsažena v této práci. URBANOVÁ, A., BALUCHA, M., ČTK: Česká stopa ve francouzských volbách: Křetínský změnil titulky Marianne ve prospěch Macrona Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/daniel-kretinsky-casopis-francie-marianne-nezavislost-medii-prezidentske-volby_2204201010_aur [cit. 26.4. 2022]

4.5. Výběr zpráv v deníku Sport v době koronaviru

Změny ve sportovní žurnalistice kvůli nemoci COVID-19 nastaly v České republice 10. března 2020, kdy bylo na tiskové konferenci vlády oznámeno omezení sportovních akcí na 100 účastníků. Což pro hokejové odvětví znamenalo, že se zápasy play off hrály bez diváků. Omezení daného dne se týkala i sportovních novinářů. Ryšavý konstatuje, že daný den byl velmi chaotický. *„Každý si totiž počet 100 účastníků vyložil po svém. Kluby řešily, že nesmíme na stadiony. A já jsem už v autě na cestě na předkolo volal do Hradce na klub, aby nás novináře pustili na zápas.“* (Ryšavý: 10) Hokejový klub v Hradci Králové ale neměl přesné informace, protože ty nebyly k dispozici, a tak nechtěl novináře vpustit na utkání. Nakonec novináři vpuštění byli po zásahu BPA¹⁵, což je marketingový vlastník práv na Tipsport extraligu ledního hokeje. Jednalo se o jediný den, kdy se utkání během první koronavirové vlny v námi vymezeném období odehrála. Následně byly soutěže přerušeny.

V námi vybraném období se, kromě počátečního dne vyhlášení koronavirových opatření (10. 3. 2020) žádný profesionální sport aktivně nehrál, a tak novináři pracovali s omezenými možnostmi, jelikož sportovní zpravodajství vznikalo v úplně jiném množství. V úvodních dnech ale nepanovala stabilní situace z hlediska koronavirových opatření. *„V prvních dnech jsme těžili z takového čerstvého covidového záblesku. Jinak to bylo v Anglii, jinak v Polsku. Takže jsme obvolávali různé respondenty ze zahraničí.“* (Kvasnica: 14)

Sport se sice nehrál, ale podle Podroužka (20) se sportovní zpravodajství stáhlo v mnohém na informace o dopadu koronaviru na sportovní týmy či jednotlivé sportovce. Fotbalové oddělení dle jeho slov šlo podobnou cestou jako hokejové oddělení. A to tak, že se věnovalo zpravodajství ze zahraničí či různým nadčasovým rubrikám či rozhovorům.

Pro tvorbu textů jsou celkově dle zjištění během výzkumu důležité vedoucí daných oddělení, kteří plánují a s řadovými redaktory probírají, o kterých tématech bude daný den veřejnost informována. (Ryšavý: 4) *„Většinou je to tak, že den předtím nebo ráno si obepíšu kluky, které mám v oddělení nebo krajánky, a zeptám se jich, co nabízejí. A před poradou to většinou vyřešíme. Doba je jiná, člověk vybírá spíše takové věci, které se čtou lépe na webu. Podle toho pak přemýšlí, jak dát věci poté do papíru.“* (Ryšavý: 6)

Obě hlavní oddělení deníku Sport sázela na nadčasové a exkluzivní rozhovory. Fotbalové i hokejové oddělení v úvodních dnech propuknutí pandemie zkontaktovalo

¹⁵ Společnost BPA vlastní marketingová práva na hokejovou extraligu. Dostupné z: <https://www.bpa.cz/o-nas> [cit. 27.4. 2022]

sportovce, často i ty pobývající v zahraničí. „V prvním momentu se rozhovory točily kolem covidu a to, jak doléhá na fotbalisty.“ (Podroužek: 16) Podobně jako fotbalové oddělení pracovalo i oddělení hokejové. „Každý redaktor má „své“ hráče, někoho, s kým si udržuje kontakt v zámoří, ve Finsku, ve Švédsku. K některým hráčům máte logicky blíž. Takže příkladem je třeba hokejista Jakub Voráček, který si zavolá s kolegou Zdeňkem Jandou, protože jsou spolu na lince a vím, že se mu ozve a odpoví mu.“ (Ryšavý, 8)

Obsah Deníku Sport tvoří mnoho redaktorů. A pokud má každý redaktor kontakt s určitým hráčem v zahraničí, tak se obsah v podobě rozhovoru tvoří jednodušeji. V době našeho výzkumu se nehrál sport v Česku, několik dní se hrálo v zahraničí. Deník Sport i proto kontaktoval hráče v zahraničních soutěžích a snažil se s nimi provést interview. „V té době se jednalo o jeden z nejjednodušších, ale rovněž nejhlavnějších žánrů. U nás se nehrálo, a tak se volalo do Anglie, Německa, Polska a využilo se prakticky všechno, co nás napadlo. V tu dobu to byla nejideálnější varianta čtení.“ (Kvasnica: 16)

Zároveň redaktori nemohli plnit obsah svých novin pouze rozhovory, museli vymýšlet i jiný obsah, používat jiné žánry. „Ale když se nic nehraje, tak to čtenáře po nějakém čase přestane bavit. Ideální jsou takové rozhovory jako doplnění ke klasické agendě.“ (Kvasnica: tamtéž)

Hokejové oddělení deníku Sport zareagovalo na vysílání České televize, která reprízovala slavná utkání z dob minulých a snažilo se také ve svém obsahu přibližovat sportovní historii. (Ryšavý: 20) „Měli jsem několik takových seriálů, které jsme jeli od pondělíku do sobotníku. Věnovali jsme se MS v Itálii, a jak to tam probíhalo. Na takové příběhy z NHL a tak podobně je u nás specialista Pavel Bárta, který se dokáže spojit s různými staršími pány, kteří zavzpomínají na dané období. Takže ano, kromě rozhovorů, kvízů došlo i na takové návraty do historie. Ale to děláme i teď v současné době.“ (Kvasnica: 20)

Podobně jako hokejové oddělení tvořilo svůj obsah rovněž také oddělení fotbalové. „Řekli jsme si, že uděláme třeba nějaké historické vzpomínání, něco s přesahem. Nebo jsme se vytvářeli historicky nejlepší týmy. Nevím, jestli bych to nazval takhle institučně jako seriál. Ale byly to také rubrikové věci, které nám ulehčovaly naplňování obsahu.“ (Podroužek: 18)

Po celém světě se sport nehrál, ačkoliv výjimky se objevovaly. Například v Bělorusku sportovní soutěže pokračovaly, ale hokejové zpravodajství z takových zemí se do novin spíše nedostávalo. (Ryšavý: 38) Prostor naopak dostávalo na internetovém webu iSport.cz. Hlavním měřítkem úspěšnosti textu je totiž čtenost. (Kvasnica: 62) „Myslím si, že to byly takové

kuriozity. V play off poté měli v Bělorusku hodně pozitivních hráčů. A byla kolem toho nějaká kauza. Takže to bylo webově silné, takže jsme mohli zvažovat to dát i do novin. Byla to taková webová pikoška, která možná proběhla i ČTK. Takže jsme to chtěli posunout.“ (Ryšavý: 38) Podle Podroužka (20) se o dění v daných zemích informovalo fotbalové oddělení. Rozhodujícím faktorem byl český trenér, působící v dané zemi.

I když se v námi vybraném období žádný sport nehrál, noviny i nadále byly vydávány. Pandemie však ovlivnila i finanční stránku deníku. *„Průšvihem byla čtenost i prodejnost. Sport trpěl. Nás živí víceméně fotbal, hokej je sice fajn, ale fotbal má přednost, což je obyčejně okamžitě na číslech vidět. Táhne to Fortuna liga, táhnou to Slavia a Sparta.“ (Kvasnica: 24).*

Články o dění ve fotbalových klubech Sparta Praha a Slavia Praha jsou dle Podroužka výrazně nejčtenějšími na webu iSport.cz. A mají tak pro deník Sport určitou prioritu. *„Priorita na Spartu a Slavii je daná fanouškovskými základnami, které oba kluby v České republice mají. Jakýkoliv článek o Spartě nebo Slavii má absolutně drtivě největší dosah napříč sporty ve Sportu. O chlup větší čísla má, řekl bych, Sparta.“ (Podroužek: 8)*

Hokej je naopak dle Ryšavého (14) v některých částech České republiky méně sledovaný, a tak čtenost, která je největším měřítkem úspěšnosti práce (Kvasnica: 62), je velmi nevyrovnaná. Záleží na tom, o jakém daném klubu se informuje. (Kvasnica: 8) *„Ale hokejová čísla také nejsou špatná. Občas i lepší než fotbal. Často je to o tom trefit dobré téma. Nezápasíme mezi sebou.“ (Ryšavý: 14)*

Vzhledem ke snížené možnosti produkce sportovních zpráv klesl podle Kvasnici i Ryšavého také počet stran. *„Noviny zeštíhlily na 16 stránek, přičemž, když se někdy dařilo, tak jich bylo i 24 nebo 32, když se hraje fotbalové EURO nebo hokejové MS.“ (Kvasnica: 26)* Pandemie ovlivnila i vydávání novin, jelikož v neděli byly v určitém období zavřené obchody, a tak se deníku Sport nevyplatilo vydávat nedělník. (Kvasnica: 28), kvůli tomu poté následně vycházelo rozšířené vydání pondělníku. (Ryšavý: 18)

Kupříkladu fotbalové oddělení v obvyklých dobách mohlo tvořit až 10 stran čistě fotbalového obsahu. *„V době první koronavirové vlny se to stáhlo na 4-5 stran denně. Což i na to období bylo celkem dost. Už se to ale dalo provozovat.“ (Podroužek: 14)*

4.6. Zdroje deníku Sport

Pro práci novinářů jsou důležité zdroje, které bývají často využívány. Velmi častým zdrojem médií jsou zdroje České tiskové kanceláře, tu však deník Sport příliš nepoužívá. *„ČTK*

je spíše pro web, který se daných informací chytá. Pro nás je spíše nepoužitelná. Nenapišou většinou nic, co bychom nevěděli. Nic, co bychom neměli. Piší hodně nudně. ČTK prakticky nevyužíváme.“ (Ryšavý: 40)

Pro práci v deníku Sport jsou důležité zdroje informací – neformální. (Kvasnica: 32) Ty redaktoři často získávají osobním jednáním s členy samotných sportovních organizací, přičemž je náročné si své zdroje udržet. Dle slov Kvasnici má deník Sport výhodu oproti ostatním médiím v tom, že má kvalitní zdroje. *„Nechcete sklouznout k bratříčkování a přátelství. Protože to je úplně nejjednodušší. Můžete být s nimi kamarád a psát o nich krásně, a oni za to něco pustí ven. Ale do téhle škatulky bych se nikdy nechtěl dostat. A o to je to složitější, pak musíte hledat zdroje jinde.“ (Kvasnica: 50)*

Podroužek (24) však popisuje, že zdroje jsou základním zdrojem profese novináře obecně, sportovního rovněž. Nejtěžší je podle něj práce pro začínajícího novináře, kteří nemají žádné kontakty a musí je teprve nasbírat. Vedoucí fotbalového oddělení rovněž tvrdí, že za jeden den je schopen získat 10 až 12 zákulisních informací, které by se deník Sport mohl věnovat v samostatném textu. Zároveň dodává, že je nutné s informacemi zacházet citlivě a s chytrostí. *„Nejedná se o válečnou žurnalistiku, kde se takzvaně zveřejňuje všechno bez ohledu na důsledky.“ (Podroužek: tamtéž)*

Ve vztahu novinář – zdroj je rovněž dle Kvasnici důležitá důvěra. Novinář si dle Kvasnici musí zachovat anonymitu svých zdrojů, není možné dalšímu ze zdrojů prozradit identitu daného zdroje. Zdroje samotné si zakládají na diskrétnosti, jsou schopni si daného redaktora i lstí prověřit. Tak, aby se dozvěděli, zda je jejich diskrétnost opravdu zajištěna. (Kvasnica: 50)

Dle redaktorů byly rozhovory jednou z nejjednodušších forem plnění obsahu (Kvasnica: 16). Prioritní témata však deník Sport neměl interně dané. *„Prioritu jsme si mohli určit, když jsme měli hodně materiálu a mohli si určit, co má pro nás větší a menší váhu, ale my byli rádi za všechno.“ (Kvasnica: 34)*

Náročné dle Ryšavého bylo v období první koronavirové vlny rovněž dostávání se k zákulisním informacím, ačkoliv v této problematice se redaktoři neshodují. *„To bylo o hodně těžší, protože k takovým věcem se obvykle dostanete tak, že někde jste a potkáváte se s lidmi a svým způsobem ty informace vyměňujete. Vy něco máte, tak to řeknete a za to se něco dozvíte. Takhle se dostává k insiderským a tajným informacím.“ (Ryšavý: 24).*

Ryšavý konstatoval, že neformální zdroje bylo náročnější získávat, avšak Podroužek (26) s tímto tvrzením nesouhlasí. Podle Podroužka mnoho lidí z fotbalového prostředí nemá problém sdělovat informace skrze mobilní telefon, až 90 % daných zákulisních informací se Podroužek dozvídá skrze telefonní hovor. Zbylých 10 % si při sdělování zákulisních informací žádá osobního setkání. I v době, kdy byla většina lidí v izolaci tak práce fotbalového oddělení ovlivněna nebyla.

Všechny rozhovory tak během první koronavirové vlny vznikaly přes telefon. Některé instituce používaly streamovací platformy. Kvasnica (18) ale volil telefonní hovory, které poskytují větší časové možnosti, sportovci mohou během poskytování interview pracovat multitaskingově a nemusí se věnovat pouze a čistě danému rozhovoru jako by tomu bylo v případě osobní formy, případně v hovoru skrze streamovací platformy.

4.7. Tvorba mediálních obsahů v době koronaviru

Tvorba obsahu do deníku Sport v období, kdy se žádný sport nehrál, bylo pro novináře náročná. *„Bylo to hodně atypické období v historii světové žurnalistiky. Myslím, že to byly první dva měsíce, kdy se ve světě sportu nic nedělo. Za normálních okolností máme takový den většinou tak 24. prosince a 25. prosince, jinak se vždycky něco děje.“* (Adam: 10)

Tištěné deníky jsou oproti internetovým webům rozdílní i kvůli uzávěrkám. V deníku Sport má každá strana svou speciální uzávěrku, a to zejména vzhledem k pozdě večer hraným utkáním. *„Vyrábí se rovněž tzv. jízda, což znamená, že se hraje zápas na konci dne. A tak, aby se zajistil větší prostor k výrobě daného zápasu a stihnout toho do novin co nejvíce, se uzávěrka ještě posouvá. Nejpozdější časy jsou ty časy, kdy musíte zaslat úplně poslední stránku tak, aby se stihly udělat celé noviny. Ale snažíme se tomu samozřejmě co nejvíce vyhybat, protože hrozí chyby pod časovým tlakem.“* (Podroužek: 40)

V době první koronavirové vlny ale vytvořil deník Sport opatření, které způsobilo to, že noviny byly vyráběny na dálku. A tak byly dohodnuty a vytvořeny dřívější uzávěrky proto, aby bylo co nejvíce času pro tvorbu grafiky a tisk novin, které kvůli protiepidemickým opatřením vznikala na dálku. Podroužek tvrdí, že v dané době nebyla redaktorská práce tak časově náročná, ale mnohem složitější to měli editoři a grafici a supervizoři. (Podroužek: 42)

Podobně fungovala dle výsledků výzkumu jednotlivá oddělení rovněž během první koronavirové vlny. Jen se redaktoři přesunuli z tzv. newsroomu do online prostředí. *„Vždycky ráno máme hromadnou poradou, která se dělala od té doby online. A museli jsme vymyslet*

nějaká témata.“ (Ryšavý: 12) Na online poradách došli členové redakce deníku Sport ke zjištění, že existují dvě nejvýraznější možnosti, jak zaplnit obsah svých novin: (Ryšavý: tamtéž)

1. Tvorba tzv. seriálů, tedy několika textů na pokračování, k němuž byly často připojeny nadčasové rozhovory. Deník Sport se takovým seriálům věnoval velmi často po celý týden, od pondělí do soboty, protože v neděli deník jisté období nevycházel. (Kvasnica: 20) *„Člověka vtáhnou a domutí ho čekat na příště. A také bylo nutné je promovat přes sociální sítě.“* (Ryšavý: 12) Velmi často se i v těchto seriálech projevovaly široké sportovní znalosti jednotlivých redaktorů, a také jejich kontakty. (Kvasnica: 20)

2. Zábavné věci a kvízy, přičemž tento nápad vzešel od šéfredaktora deníku Sport zmiňuje Ryšavý (12), kvízy tak měli pomoci lidem zabavit se a odhlédnout od problémů všedního dne.

4.8. Organizace práce deníku Sport v době koronaviru

Během první koronavirové vlny byla vyhlášena protiepidemická opatření, která omezovala volný pohyb lidí¹⁶, a tak novináři (zejména pro editory, grafiky a supervizory se jednalo o problém) nemohli navštěvovat redakci a byli odkázáni na home-office. I deník Sport vynuceně pracoval v online prostředí a na dálku. *„Jeli jsme tenkrát dva měsíce úplně mimo redakci, což do té doby jsem ani netušil, že by mohlo fungovat. Okolnostmi jsme byli donuceni takhle. Připraveni jsme na to samozřejmě nebyli, ale zase jsme se rychle přizpůsobili a možná nám pomohlo i to, že se zastavil sportovní svět.“* (Adam: 10)

Změnila se i práce sportovního redaktora, který nemohl navštěvovat centrální pražskou redakci. *„Přestali jsme se pak potkávat, protože jsme přešli na home-office. Přešli jsme k poradám přes Google Meets, Zoom a tak dále, takže jsme byli v kontaktu pouze přes internet. Vždycky ráno máme hromadnou poradou, která se dělala od té doby online.“* (Ryšavý: 12) Pro některé členy redakce se ale situace výrazně nezměnila, jelikož ani předtím aktivně redakci v Praze nenavštěvovali, tímto způsobem fungují tzv. krajánci, kteří píšou o sportovním dění na Moravě. (Kvasnica: 8) V deníku Sport ale dle slov Kvasnici (12) panovaly obavy. *„Jakožto krajánek jsem těchto starostí trochu ušetřen, ale v Praze v centrální redakci, co editořiny týče, to musel být velký zásah. Připravovalo se i několik verzí, noviny zeštíhlily.“* (Kvasnica: 26)

¹⁶ Všechna protiepidemická opatření lze dohledat na webu ministerstva zahraničí. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/mimoradne-opatreni-volny-pohyb-osob-na-uzemi-cr/> [cit. 27.4. 2022]

Předcházející tvrzení Kvasnici (26) potvrzuje i vedoucí fotbalového oddělení, který jinak konstatuje, že mezi jednotlivými odděleními a pracovníky panuje široká provázanost. *„Obrovsky se nám komplikovala redakční práce, protože vydáváme noviny každý den, jsme hodně provázaní, museli jsme se přesunout do online prostředí. Ať už redaktori s editory (editoři si grafiky museli pracovat po telefonech nebo přes vzdálené přístupy), grafiky se supervizory.“* (Podroužek, 14)

Někteří redaktori navíc píšou nejenom o jednom sportu, ale také pracují pro všechna tři oddělení. Pozice vedoucího je pozicí, ve které vedoucí rozdělují práci a zastává pozici gatekeepera. *„Nejzásadnější je dělba práce mezi své podřízené – redaktory fotbalového oddělení. I když je to s různými odchylkami, protože někteří redaktori jsou jednou nohou ve fotbale, jednou nohou v hokeji i sportovním oddělení.“* (Podroužek: 4)

Na titulní stranu deníku Sport vybírají redaktori téma, které dle Ryšavého může zasáhnout nejvyšší masu lidí. (Ryšavý: 22) Proces výběru vedoucí hokejového oddělení popisuje na příkladu novin z 24. dubna 2020. *„V době covidu se nám na titulce objevil třeba Dominik Hašek, který v rozhovoru prozradil možné zvažování kandidatury na prezidenta. To je něco, co osloví úplně každého. Jdete kolem trafiky a vidíte takový titulek a fotku. A když si přečtete šokující zprávu, která se sice třeba veřejně řešila, ale tady to Dominik Hašek poprvé veřejně potvrdil. Ale když se chcete něco dozvědět, tak vás to vede k tomu, že si jdete koupit noviny. I v době, kdy se nic nehraje a sport je mrtvý. I proto je třeba hledat něco, co je takhle, a i obrazově silné.“* (Ryšavý: tamtéž)

S výše uvedeným tvrzením Ryšavého koresponduje i výpověď Podroužka (28). *„Titulní strana se vždycky týká nejsilnějšího tématu, o kterém si myslíme, že by mělo mít největší zásah na prodejnách. To i v době covidu probíhalo běžnou cestou. Konala se porada, akorát online, na které jsme se dohodli, co bude na jedničce. Většinou to dané téma bývá na straně 2-3, nebývá to vždy, ale zpravidla to tak je.“*

Nebezpečí nemoci COVID-19 v aktuální době stále existuje, ale žurnalistika aktuálně funguje bez omezení. *„Už nejsou sice žádná omezení, ale stejně se už ta práce v mnoha ohledech změnila. Už se to rozhodně ani nevrátí zpátky.“* (Adam: 10)

4.9. Multimedializace obsahu deníku Sport

Mediální organizace deníku Sport provozuje rovněž web iSport.cz. Vzhledem k majitelské struktuře, jejíž problematika je výše shrnuta, je avšak přesná URL adresa webu

provozována skrze doménu Blesk (iSport.blesk.cz). Blesk je jeden z nejznámějších bulvárních deníků v České republice. Kvasnica (64) konstatuje, že se jedná možná o nešťastnou situaci, protože přímá spojitost mezi deníkem Sport a Bleskem neexistuje.

Clickbaity používají dle slov Kvasnici i další mediální organizace. Clickbait představuje jeden ze způsobů, jak upravit a nalákat čtenáře ke kliknutí. Clickbaitové titulky dávají velký prostor drbům, senzacechtivým a provokativním aspektům. Rovněž vytvářejí pocit zvědavosti. (Scacco and Muddiman in Lischka and Garz, 2021: 3) „*Například nedávno posílil Sigmu ukrajinský stoper a v Olomouckém deníku byl titulek, že hrál i za Arsenal. A přitom to byl Arsenal Kyjev. A pak se říká, že iSport je bulvár. Myslím si, že takhle podobně fungují už všichni.*“ (Kvasnica: tamtéž)

Pro editory i webeditory a další pracovníky jako jsou supervizoři či grafici byla práce během první koronavirové vlny náročnější, museli totiž pracovat z domova a vykonávat svou obvyklou práci, kterou bylo do té doby možné tvořit jen v newsroomu, tedy redakci. Jejich práce ale mohla být prováděna zejména díky komunikace skrze nová média. (Podroužek: 38)

Samotné články na webu iSport mají svá pravidla. (Adam: 6) Většinou je vkládají weboví editoři. „*Článek by měl mít fotky v galerii, měl by obsahovat nějaké další související články, nejlépe video, což nejde vždy. Jsou to spíš takové formální věci.*“ (Adam: 20) Rovněž se podle Adama (18) mění titulek a také titulní fotka článku. Určité texty, velmi často Premium, tedy placené články, jsou na webu iSport.cz k dispozici často i dříve, než vyjdou v novinách, což je často nutné vzhledem k aktuálnosti, kdy se daná událost stane během dne, ale v novinách vyjde až později. Ryšavý (42) dodává, že deník Sport nevyužívá v internetovém prostředí webu iSport dva perexy, což znamená, že na webu se používá jen jeden klasický perex, který má upoutat pozornost čtenáře. Nýbrž v novinách se uvádí v určitých případech perexy dva, ty tak následně uvádí a lákají k danému článku daného čtenáře rozšířenější formou než jeden perex na webu.

Problematika uzávěrek je pro online prostředí tématem neustále. „*Snažíme se dávat na web všechno co nejdříve, aby to bylo aktuální. Pracujeme prakticky všechny dny od 6:30 do půlnoci. Když byly olympiády, tak jsme jeli čtyřadvacetihodinový provoz. Uzávěrka je opravdu pořád.*“ (Adam: 26) Editoři v deníku Sport pracují na směny tak, aby byl web neustále aktuální. „*Víme, kdy máme čekat větší nápor, nebo kdy je menší. Což je třeba víkendové ráno. Potom přizpůsobujeme počet lidí, kteří se starají o web.*“ (Adam: 28) V době koronaviru ale pracovali editoři stále stejným stylem jako předtím. (Adam: tamtéž)

Deník Sport vybírá určitý obsah cíleně pro web, často používá placenou sekci zvanou Premium, která obsahuje nejzajímavější obsah. Ta se výrazně rozšířila na webu iSport.cz během koronavirové pandemie. Premium sekce je výhodou pro deník Sport z hlediska finančního. *„Určitý článek, který vyjde zítra v novinách, najdete už dnes u nás na webu. A je nám svým způsobem jedno, jestli si zítra koupí noviny, nebo si předplatí na měsíc Premium.“* (Adam: 18) To, jaký obsah bude v sekci Premium, vybírají redaktori ve spolupráci s editory. *„Editoři po nás chtějí, abychom část článku nechali volnou a tím nalákali k nakoupení.“* (Kvasnica: 72) Podobný pohled na danou problematiku nabízí i Ryšavý (42) *„Když je článek placený, tak ho musíme v určité části zamknout a nemůžeme tam prozradit to hlavní. Naopak když je to do otevřeného textu a většinou se všechno narvat někam na začátek.“*

Během koronaviru rozšířil deník Sport i svůj multimediální obsah. Jistou popkulturou se staly podcasty, které během koronavirového období začal deník Sport produkovat. Využívaly se v té době i právě komunikační online aplikace jako jsou Zoom nebo Skype. *„Tomu právě covid „pomohl“. Dříve nebyla vůbec používána platforma video-podcastů. Dříve všechno probíhalo přímo na místě (a předtáčelo se), tehdy se ale začal používat nová platforma, všechny média to začala spouštět – všichni se připojí online.“* (Kvasnica: 76)

Podroužek (30) vidí rovněž budoucnost médií i samotného deníku Sport pouze na webu. Do pěti let očekává, že deník Sport přestane vydávat noviny. Stále se však deníku Sport vyplácí vydávat papírovou verzi i finančně. V době koronaviru deníku Sport klesly zisky, kvůli široké nemožnosti prodeje tiskovin. Proto vzrostla důležitost internetového webu iSport.cz, a také sociálních sítí.

V posledních letech se nejenom v České republice, a i kvůli přítomnosti koronaviru staly velkým fenoménem podcasty. I deník Sport má své vlastní audio-pořady. *„Vnímám, že to, co se děje za mořem, k nám přijde o nějakou dobu později. Chvilí nám trvá, než tomu začneme věřit. Zkrátka doba jde dopředu, nejde jen psát. Musíme dělat i videa nebo podcasty.“* (Ryšavý: 46) Kvasnica (76) tvrdí, že rozvoji podcastů pomohla i doba koronaviru. *„Dříve všechno probíhalo přímo na místě, nyní je nová platforma, všechny média to začala spouštět – všichni se připojí online. Do té doby jsme ani podcast neměli. Takže tomu tahle doba pomohla.“*

V deníku Sport se rovněž v období počátku koronaviru zaměřili na sociální sítě, které sloužily k tomu, aby se daný obsah na webu dostal až ke čtenáři. *„V té době nás lidé opravdu nevyhledávali. Takže i u nás stoupla prestiž sociálních sítí, budeme mít víc lidí na sociální sítě. S tím jsme začali pracovat.“* (Ryšavý: 44)

Celkově vidí redaktoři deníku Sport výraznou budoucnost v internetové verzi iSport. „*Web je daleko plastičtější a nabízí mnohem větší možnosti a je také daleko aktuálnější. To je asi věc, které se noviny v dnešní době potýkají asi nejvíce. A také je více multimediálnější. Neřeknu asi žádné tajemství, ale zatímco novinový svět pomalu klesá, co se týká počtu prodaných výtisků. A to je celosvětový trend, to se netýká jenom českého trhu a deníku Sport. U webu je spousta dalších možností ho rozvíjet a růst.*“ (Adam: 8)

5. Závěr

V této bakalářské práci jsme se zabývali prací sportovního novináře celostátního média deníku Sport. Hlavním cílem empirické studie bylo zjistit, jak probíhala každodenní činnost sportovních redaktorů deníku Sport, jaké podmínky měli pro produkci článků měli sportovní novin v námi analyzovaném období během první koronavirové vlny v období od března 2020 – května 2020.

V teoretických východiscích byly vymezeny koncepty mediální organizace a mediálních rutin, představen byl rovněž teoretický rámec sportovní žurnalistiky. Výzkum proběhl z konceptů mediálních rutin, jako hlavní metoda bylo zvoleno kvalitativní dotazování technikou polostrukturovaných rozhovorů. Rozhovory byly zvoleny čtyři – se zástupcem šéfredaktora Petrem Adamem, vedoucími hokejového oddělení Pavlem Ryšavým i fotbalového oddělení Janem Podroužkem a rovněž krajským redaktorem deníku Sport Michalem Kvasnicou. Všichni respondenti podali velké množství informací, které se po analýze využily ve výzkumu.

Hlavní výzkumná otázka zněla: *Jak se změnila pracovní podmínky sportovního novináře v mediální organizaci s názvem deník Sport během období první koronavirové vlny, ve které se žádný sportovní zápas nehrál?*

Na základě detailních rozhovorů s jednotlivými zástupci mediální organizace deník Sport jsme dosáhli dílčích výsledků našeho výzkumu. V období první koronavirové vlny se práce redaktorů i dalších tvůrců novin i webové serveru iSport.cz výrazně pozměnila. Sportovní redaktoři nemohli velkou část z námi vymezeného období docházet do tzv. newsroomu a svou práci prováděli na dálku z domova. Porady mezi redaktory se konaly online, v online prostředí pracovali rovněž editoři, grafici i supervizoři, což se v té době dle redaktorů stalo poprvé. Redaktoři museli prokázat velkou kreativitu, zkušenost a znalost sportovního prostředí, aby dokázali zaplnit obsah svých novin i internetového webu iSport, nejčastěji používaným žánrem

byl rozhovor, a to zejména díky kvalitním zdrojům, kterými jsou opatřeni redaktoři deníku Sport.

V dalších podkapitolách našeho výzkumu byla zjištěna hierarchie deníku Sport, která se nelišila od našeho období, na tvorbě obsahu do deníku Sport se podílí tři oddělení – hokejové, fotbalové a sportovní. Tím jsme z části odpověděli na jednu z dílčích otázek.

Výzkum prokázal, že redaktoři deníku Sport dokázali plnit svůj obsah zejména díky rozsáhlým zdrojům, které byly získávány přes telefon, a byly vybudovány již před pandemií koronaviru, což svými výpověďmi dokumentovali jak vedoucí hokejového oddělení Pavel Ryšavý, tak také redaktor Michal Kvasnica. Zároveň bylo vedoucím hokejového oddělení vyvráceno časté používání ČTK, což bylo překvapivé zjištění, jelikož klasická zpravodajská média pracují s obsahem tiskových kanceláří velice často.

Další podkapitoly naší práce představily, jakým způsobem vybírají redaktoři a vedoucí oddělení témata jednotlivých textů, jak probíhala komunikace v námi vybraném období s vedoucími jednotlivých oddělení nebo jak vznikají text v deníku Sport.

V poslední kategorii byla zkoumána multimedializace obsahu deníku Sport, náš výzkum zjistil, že web iSport má svého speciálního zástupce ve vedení webu a jeho důležitost v hierarchii deníku Sport neustále stoupá. Rovněž bylo zajímavým zjištěním, že během první koronavirové vlny vzrostla důležitost internetového sportovního zpravodajství iSport.cz. Jedním z nejzajímavějších poznatků bylo to, že pandemie ukázala Pavlu Ryšavému z hokejového oddělení důležitost sociálních sítí a jeho široké možnosti oslovování čtenářů.

Provedený výzkum shrnul pracovní postupy novináře v deníku Sport v období první koronavirové vlny, odpověděl i na dílčí výzkumné otázky. Téma výzkumu by se dalo rozšířit na delší období koronavirové pandemie, ačkoliv první měsíce pandemie byly pro sportovní novináře nejspeciřičtější. Rovněž by se k tématu dal rozšířit i počet respondentů, který by pomohl podhalit širší okruh redaktorů. Rovněž zajímavé by mohlo být srovnání s regionálními periodiky.

Seznam literatury:

- ANDREWS, P.: *Sports Journalism: A Practical Guide*. London, SAGE. 2005, 170 s. ISBN 9781412902700, 9781412902717, 9781847877956.
- BEDNÁŘ, V.: *Internetová Publicistika*, Praha, Grada, 2011, 216 s., ISBN, 978-80-247-3452-1.
- BOYLE, R.: *Sports journalism: context and issues*. London: Sage. 2006. 194 s., ISBN 4129-0798-5.
- BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s., ISBN 80-85947-67-6-.
- CRESWELL, J. W.: *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*, Thousand Oaks: SAGE Publications, 1998, 403 s., ISBN 0761901442.
- ČUŘÍK, J, kol. *Nové trendy v médiích I. Online a tištěná média*. Brno, Masarykova Univerzita, 2012, 239 s. ISBN 978-80-210-5825-5.
- DAUM, E: *The Changing Work Routines and Labour Practices of Sports Journalists in the Digital Era: A Case Study of Postmedia*, Faculty of Physical Education and Recreation University of Alberta, 2015, 156 s.
- GOLDMAN, M., M., HEDLUND D. P.. *Rebooting Content: Broadcasting Sport and Esports to Homes During COVID-19*. International Journal of Sport Communication 13.3 (2020): 370-380.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.
- JIRÁK J., KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2015. 390 s. ISBN 978-80-262-0771-9.
- JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- JIRKŮ, J.: *Žurnalistická profese 2.0.*. Praha: Univerzita Karlova, 2020, 102 s., ISBN 978-80-246-4640-4.
- LISCHKA, J. A., GARZ, M.: *Clickbait news and algorithmic curation: A game theory framework of the relation between journalism, users, and platforms*, Hamburg, Sage, 2021, 22 s..
- SEDLÁKOVÁ, R.: *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. 544 s. ISBN 978-80-247-9641-3.

SIGAL L. V.: *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*, D C Heath & Co, 1973, ISBN: 9780669892765, 978-0669892765

SHOEMAKER, P; REESE, S.: *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. druhé. vyd. New York: Longman, 1996. 313 s., ISBN 0-8013-1251-5.

STEJSKAL, J.: Předmluva. In: ŠMÍD M. a TRUNEČKOVÁ L.: *Novinář a jeho zdroje*.

STOFER K. T. a kol.: *Sports Journalism: An Introduction to Reporting and Writing*, Rowman & Littlefield Publishers, 2010, 287 s., ISBN 9780742561748, 978-0742561748.

STOVALL, J. G.: *Web journalism: practice and promise of a new medium*. Allyn & Bacon, 2003, ISBN 0205353983.

ŠMÍD, M. a TRUNEČKOVÁ, L.: *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 205 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1661-2.

MORITZ P. B.: *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age.*, Syracuse University, 2014, 198 s.

TUCHMANOVÁ, G.: *Making News. A Study in the Construction of Reality*. The Free Press, New York, 1978. ISBN 0-02-932960-4

TUŠER, A.: *Ako sa robie noviny*. Bratislava: SOFA, 1999. 219 s. ISBN 80-85752-66-2.

TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

TRAMPOTA, T. a VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií.*, Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

WALSH, C. J.: *No time outs: what it's really like to be a sportswriter today*, Taylor Trade Pub., 2006, 2006, 296 s., ISBN: 1589793021, 9781589793026,

Internetové zdroje:

www.cncenter.cz

www.isport.cz

www.ca.sports.yahoo.com

www.irozhlaz.cz

www.ikiiosek.cz

www.mzcr.cz

Seznam příloh:

Seznam příloh

Rozhovory s respondenty.....	43
Petr Adam	43
Pavel Ryšavý	47
Jan Podroužek.....	53
Michal Kvasnica	59
Obrázky.....	68

Přílohy:

Rozhovory s respondenty:

Petr Adam, zástupce šéfredaktora deníku Sport

- 1. Jak dlouho už jste v deníku Sport a jaká je vaše pozice?**
- Na podzim 2022 to bude deset let, co jsem v deníku Sport. Jsem zástupce šéfredaktora se zaměřením na online. Mou hlavní doménou je tak titul iSport.cz.
- 3. Co vaše pozice obnáší?**
- Starám se o web, to znamená, že nějak obsahově, řízením lidí. Musím interagovat také se zbytkem redakce. A potom se také starám o komunikaci v rámci vydavatelství s vývojáři, který web vyvíjejí dál.
- 5. Jaká je organizace vaší skupiny?**
- Jsem tady já, jakožto zástupce šéfredaktora, nade mnou je ještě Lukáš Tomek, jakožto šéfredaktor. Pode mnou je zhruba deset webových editorů, kteří mají za úkol držet web v chodu. Redakce je celkově propojená. Nelze si představit, že fungujeme autonomně, do kontaktu s webem vstupuje vlastně v podstatě celá redakce.
- 7. Jaké jsou podle vás největší rozdíly mezi obsahem na webu a tištěnými novinami?**
- Hlavní rozdíl vidím v tom, že web je daleko plastičtější a nabízí mnohem větší možnosti a je také daleko aktuálnější. To je asi věc, které se noviny v dnešní době potýkají asi nejvíce. A také je více multimediálnější. Neřeknu asi žádné tajemství, ale zatímco novinový svět pomalu klesá, co se týká počtu prodaných výtisků. A to je celosvětový trend, to se netýká jenom českého trhu a deníku Sport. U webu je spousta dalších možností ho rozvíjet a růst. I když samozřejmě trendy se postupně mění.
- 9. Jak se výrazně změnila práce webu iSport.cz od března 2020, když se jedná o internetový server?**
- Jeli jsme tenkrát dva měsíce úplně mimo redakci, což do té doby jsem ani netušil, že by mohlo fungovat. Okolnostmi jsme byli donuceni takhle, připraveni jsme na to samozřejmě nebyli, ale zase jsme se rychle přizpůsobili a možná nám pomohlo i to, že se zastavil sportovní svět. Bylo to hodně atypické období v historii světové žurnalistiky. Myslím, že to byly dva měsíce, kdy se ve světě sportu nic nedělo. Za normálních okolností máme takový den většinou tak 24. prosince a 25. prosince, jinak se vždycky

něco děje. Najednou to byly dva měsíce, což bylo neuvěřitelné. Naučili jsme se web a spoustu dalších věcí dělat na dálku, a i když jsme se potom do redakce postupně vraceli, tak to není tak, že bychom se vrátili do stejné situace. Už nejsou sice žádná omezení, ale stejně se už ta práce v mnoha ohledech změnila. Už se to rozhodně ani nevrátí zpátky.

11. Jak probíhá editorská práce?

12. To je svým způsobem jednoduché. Zkrátka zpracováváte články. A pokud se bavíme o webeditorství, tak musíte mít daný web ještě vybavený tak, aby podával co nejlepší výkon. Což z velké části znamená co nejvyšší čtenost. To zní jednoduše, ale ve skutečnosti je to strašná magie. Je potřeba k tomu nabrat zkušenosti. Opravdu to není jednoduché a úplně předvídatelné.

13. Hlavní aspekt na webu je čtenost?

14. Je jedním z nich. V tomhle ohledu je to rozdíl oproti novinám, kde nejsou ty údaje tak aktuální. Navíc nikdo neřeší ze dne na den, kolik novin se prodalo. To jsem nezažil ani v Lidových novinách, kde jsem působil. Tam to opravdu nikdo neřešil. Web je v tomhle neúprosný, každou minutu víte, na čem jste. Jestli je to dobré, jestli špatné, nebo jak to mají ostatní.

15. Musí být editoři mít alespoň základní podvědomí o sportovním světě?

16. To je myslím úplně základní podmínka. Upřímně, za deset let jsem tady nezažil člověka, kterého by sportovní dění nezajímalo nebo ho dokonce obtěžovalo. Že by odešel z práce a pustil všechno z hlavy a večer se nepodíval, jak dopadly zápasy. To je myslím takový základ pro práci tady. Bez toho to rozhodně nejde dělat.

17. Jaké jsou rozdíly v překlápění textů na web?

18. Titulek, fotka. Když takhle řeknete překlápění, tak to dělá dojem, že vydáte noviny, a ty se potom překlopí na web. Ale tak to vůbec není. Kdybychom se bavili třeba před devíti lety, tak by to možná ještě platilo. Ale teď už ne. Řada věcí jde na web ještě dříve, než se objeví v novinách. Do toho rovněž vstoupil také placený obsah, což je věc, která rovněž nebyla vůbec na stole. To znamená, že určitý článek, který vyjde zítra v novinách, najdete už dnes u nás na webu. A je nám svým způsobem jedno, jestli si zítra koupí noviny, nebo si předplatí na měsíc Premium. Pro nás jsou výhodné obě dvě varianty. Už to není takové klasické překlápění, že něco vyjde v printu, a potom se to postupně objevuje na webu. Je to mnohem dynamičtější a tahle posloupnost už vůbec neplatí.

19. Máte při vkládání na web nějaká pravidla?

20. Máme, článek by měl mít fotky v galerii, měl by obsahovat nějaké další související články, nejlépe video, což nejde vždy. Jsou to spíš takové formální věci.

21. Web skýtá mnohem více variant – články, podcasty, videa. I jejich editace je práce editorů?

22. Ano, máme vlastní videotým. Hlavní dvě věci, které bych zmínil, jsou sestřihy z fotbalové soutěže, které máme jako jediní na českém trhu. A také sestřihy z hokejové extraligy. Je tady tým, který ten daný tým zpracovává. Rozdíl v jejich práci je během hracích dnů, kdy je to takové hektické, a také během dnů, kdy se nehraje. Videobsah zpracováváme i dál. To vydáváme různé rubriky, pořady a seriály.

23. Jak to máte na webu se zpětnou vazbou? Snažíte se reagovat?

24. Zpětná vazba se odehrává několika způsoby. Čtenost je svým způsobem zpětná vazba. Když se kupříkladu myslíme, že nějaký článek je dobrý a lidi by ho měli číst a oni ho nečtou, tak je to zpětná vazba. Diskuze pod články je také zpětná vazba, do které bychom chtěli více zapojit členy redakce. To se zatím nedaří tak, jak bych si představoval. Největší zpětná vazba ale probíhá na sociálních sítích. Ať už na Facebooku nebo na Twitteru. Protože naši redaktoři mají twitterové účty, což je nejoblíbenější sociální síť českých sportovních novinářů, a tam ta zpětná vazba probíhá velmi výrazně.

25. A jak to máte na webu s uzávěrkou? Tu neřešíte a snažíte se být aktuální neustále?

26. Přesně tak, snažíme se dávat na web všechno co nejdříve, aby to bylo aktuální. Pracujeme prakticky všechny dny od 6:30 do půlnoci. Když byly olympiády, tak jsme jeli čtyřicetihodinový provoz. Uzávěrka je opravdu pořád.

27. Jak to máte s editory rozdělené?

28. Na směny. Víme, kdy máme čekat větší nápor, nebo kdy je menší. Což je třeba víkendové ráno. Potom přizpůsobujeme počet lidí, kteří se starají o web.

29. Během doby, kdy se nic nehrálo, to ale takový nápor nebyl. Nebo se pro vás něco změnilo?

30. Nic se nezměnilo. Dříve se výjimečně během víkendových ranních hodin se dělaly věci na dálku, ale jinak se všechno dělalo v redakci. To už jsme nyní schopní dělat kompletně na dálku. I když kontakt v redakci nic nenahradí. Když nastane taková situace, tak nemusíme panikařit, protože máme ověřené, že to jde i takhle.

Pavel Ryšavý, vedoucí hokejového oddělení deníku Sport

1. Kdy jste nastoupil do deníku Sport a v jaké pozici?

2. Nastoupil jsem jako řadový člen hokejového oddělení, zhruba po třičtvrtě roku na mě hodil Míra Horák pozici vedoucího, on sám povýšil, tak mě tak nějak vmanévroval do téhle pozice.

3. Jaká je vaše pozice v deníku Sport?

4. Jsem vedoucí hokejového oddělení, což znamená, že plánuju, o čem budeme daný den psát. Co bude naše oddělení nabízet na web, co bude dávat do novin. Také dělám plány novin a toho, co a jak na jaké stránce bude.

5. Jak probíhá proces vymýšlení daných témat?

6. Většinou je to tak, že den předtím nebo ráno si obepíšu kluky, které mám v oddělení nebo krajánky, a zeptám se jich, co nabízejí. A před poradou to většinou vyřešíme. Doba je jiná, člověk vybírá spíše takové věci, které se čtou lépe na webu. Podle toho pak přemýšlí, jak dát věci poté do papíru. Stále musím přemýšlet o tom, jak tu danou stránku zaplním. Není to jen o tématu, ale rozhodnout o tom, kdo udělá co. Aby se stránka zaplnila. Jestli to bude jednostrana nebo dvoustrana, také aby vedle sebe nebyly dvě podobná témata nebo dva rozhovory. Je nutné, aby to bylo pestré. Kluci třeba navrhnou, jaké téma se bude dělat, já ho s nimi před poradou proberu a posouváme ho.

7. Jaká je organizace redakce?

8. Jsme rozdělení podle týmů. Když je daný člověk krajánek, tak zodpovídá za svůj region. Moravskoslezský kraj má Květoš Šimek, Zlín s Brnem má Michal Koštuřík, Olomouc má Michal Kvasnica. Takže Moravu nám obstarávají krajánci. A my všichni máme rozdělené kluby, protože v podstatě píšeme jen o české extralize, kde máme své kontakty nebo tam i bydlíme. Já mám Pardubice s Hradcem, Ondra Kuchař má Spartu, Pavel Bárta má Plzeň s Litvínovem. A každý si jde cestou svého klubu. Plus má daný redaktor v „své“ hráče, někoho, s kým si udržuje kontakt v zámoří, ve Finsku, ve Švédsku, ve Finsku. K některým hráčům máte logicky blíž. Takže příkladem je třeba Jakub Voráček, který si zavolá se Zdeňkem Jandou, protože jsou spolu na lince a vím, že se mu ozve a odpoví mu.

9. 10. března 2020 se v Česku provedla první plošná opatření, která omezila počty účastníků sportovních akcí. A hokeje se to hned dotklo, večer se hrálo extraligové předkolo bez diváků. Jak jste ten den prožíval?

10. To bylo docela veselé. Každý si totiž počet 100 účastníků vyložil po svém. Kluby řešily, že nesmíme na stadiony. A já jsem už v autě na cestě na předkolo volal do Hradce na klub, aby nás pustili. V Hradci říkali, že to nejde a odkazovali se na BPA (vlastník marketingových práv na extraligu, pozn. aut.). Na BPA zase říkali, aby nás tam tedy pustili. Takže BPA volalo do Hradce, kde to chtěli slyšet právě od nich, aby tam nás novináře pustili. To byl vlastně poslední zápas, kterým to tehdy celé zhaslo a skončilo.

11. Změnila se pak vaše práce nějak výrazně?

12. Přestali jsme se pak potkávat, protože jsme přešli na home-office. Přešli jsme k poradám přes Google Meets, Zoom a tak dále, takže jsme byli v kontaktu pouze přes internet. Vždycky ráno máme hromadnou poradou, která se dělala od té doby online. A museli jsme vymyslet nějaká témata. Proč by nás lidé měli číst, i když se nehraje. Aby člověk měl důvod na nás kliknout a vrátit se na web. Během porad jsme si řekli, že cesty jsou asi dvě. 1. Udělat nějaké seriály, které člověka vtáhnou a donutí ho čekat na příště. A také to promovat přes sociální sítě. 2. To byl nápad šéfredaktora, abychom udělali nějaké zábavné věci, třeba kvízy. Aby si lidé v té době, kdy se každý bál, bavili.

13. A jak to má s rolí v deníku Sport? Co je důležitější – fotbal nebo hokej?

14. Prim hraje samozřejmě fotbalová Sparta a Slavia, tomu nemůže nic konkurovat. Na webu to je opravdu znát. A je to i logické, protože celou republiku máte prakticky rozdělenou na spartány a slávisty. Ale hokejová čísla také nejsou špatná. Občas i lepší než fotbal. Často je to o tom trefit dobré téma. Nezápasíme mezi sebou. Hokej je oproti fotbalu hodně regionální záležitost. Člověk musí najít cestu k tomu, aby si daný text přečetl i nad daný region, aby ho to lákalo si přečíst. Tohle byla výzva i ke covidu. V té době pro nás bylo nejhorší, že jsme byli omezeni stranami v novinách.

15. Jak se to projevovalo?

16. Byli jsme „nuceni“ zaplnit noviny. Ale kolikrát to téma máte tak dobré, že se do novin rozhodně nemůžete vejít. Celkově během roku máme kolem 4-10 stran, ale tendence je spíše strany ubírat. Abychom byli více na webu. Kde se plánuje jinak než do novin. Na web musíte zase hledat témata, která mají potenciál „clickbaitu“ a velkého zásahu. Do novin potřebujete místo zaplnit, kdyžto na webu musíte trefit něco, co je zajímavé.

17. Ale i tak se noviny během koronaviru zúžily, že?

18. Ano, normálně se jely s 24 stranami, ale takhle to bylo občas stran 16. A také se rušil nedělník, přičemž v pondělí bylo poté více stran.

19. Další cesta k zaplnění novin byly asi velké rozhovory, že?

20. Určitě, ale u těch záleží na kontaktech. Myslím si, že nám ale hodně zabodoval seriál, kdy jsme vybírali nejlepší sestavu jednotlivých extraligových týmů. Často k tomu byl namotaný velký rozhovor. To byla věc, které v té době hodně fungovala. I televize vysílaly retro zápasy. A tehdy mě napadlo, že se lidé chtějí vracet zpátky. Takže jsme si řekli, že to uděláme takhle přes všechny kluby, protože to bude mít dobrý zásah. Že i když to bude regionální věc, tak to udělá dobrá čísla. A fungovalo to. Najednou se přinesly rozhovory, příběhy nebo nějaké zapomenuté situace, z konkrétního klubu a měly úspěchy. Takové v uvozovkách blbosti nás držely nad vodou. A nutily lidi, aby nás četli.

21. Jak náročné bylo v té době vybrat titulní stranu novin? Byl nějaký rozdíl oproti normálnímu období?

22. Obecně na titulní stranu berete tu věc, kterou vnímáte jako nejsilnější. Třeba i nejkontroverznější, která může zasáhnout největší masu lidí, když to vidí. Takže když nějaký hráč dejme tomu Zlína nebo Hradce odehraje dobrý zápas a dá dva góly, tak se v životě nemůže dostat na titulní stranu. To by musel dát gólů osm a překonat nějaký rekord. V době covidu se nám na titulce objevil třeba Domink Hašek, který v rozhovoru prozradil možné zvažování kandidatury na prezidenta. To je něco, co osloví úplně každého. Jdete kolem trafiky a vidíte takový titulek a fotku. A když si přečtete šokující zprávu, která se sice třeba veřejně řešila, ale tady to poprvé veřejně potvrdil. Ale když se chcete něco dozvědět, tak vás to vede k tomu, že si jdete koupit noviny. I v době, kdy se nic nehraje a sport je mrtvý. I proto je třeba hledat něco, co je takhle, a i obrazově silné.

23. Jak to bylo v té době se získáváním zákulisních informací?

24. Rozhodně byla tahle doba složitější v tom, že se člověk příliš nedostal k informacím, které se děly v zákulisí. To bylo o hodně těžší, protože k takovým věcem se obvykle dostanete tak, že někde jste a potkáváte se s lidmi a svým způsobem ty informace vyměňujete. Vy něco máte, tak to řeknete a za to se něco dozvíte. Takhle se dostává k insiderským a tajným informacím. Není to tak, že vezmete telefon, zavoláte agentovi a zeptáte se ho, komu zařizuje přestup do Pardubic. Takhle to nefunguje. V covidu to bylo hodně náročné, nebylo lehké se dostávat k takovým informacím.

25. Jak probíhal váš obvyklý pracovní den z domova?

26. Asi bych to i rozdělil na to, jestli byl člověk doma sám. Nebo jestli měl doma manželku na mateřské a dvě děti. Protože pokud byl daný člověk doma sám, tak i covid přinesl určitou výhodu. Novináři na nic nečekali do večera. Normálně naše práce vypadá tak,

že se dopoledne bavíme a směrem k večeru se to začne nějak vyvíjet. Ale tady si daný redaktor k počítači mohl sednout, protože většinou věděl, co tam bude. Takže mohl mít před obědem hotova a měl volný den. Ale moje role vedoucího oddělení byla v té době bohužel složitější v tom, že jsem byl pořád na telefonu. Třeba pro mě osobně byla tahle doba časově těžší. Ale pro kluky redaktory si jsem jistý, že to bylo na práci mnohem lepší. Byli sami doma a byli schopni udělat práci rychleji. Na druhou stranu ale záleží na sebedisciplíně. Věřím, že i ne každému to sedí. Ráno se vzbudíte, otevřete počítač a uvaříte kafe, poté zazvoní pošťáčka, vy si skočíte na nákup a v hlavě máte pořád to, co budete dělat. Je 10 hodin, a vy jste neudělal nic, přestože máte pocit, že ano. A někomu taková doba nevyhovovala.

27. Měli jste takový konkrétní případ i v deníku Sport?

28. Měli. Jednoho kluka tahle doba semlela, protože měl pocit, že pracuje celý den, třeba 16 hodin v kuse. Neuměl si to rozlišit. Zkrátka někomu to vyhovuje. Že když je v práci, tak pracuje. A když je doma, tak nepracuje. Ale když pak měl být doma a pracovat, tak se mu to celé zbortilo.

29. Jak to máte s uzávěrkou? Vzhledem k některým pozdějším zápasům musíte spěchat, ale to asi tehdy nebylo, že?

30. Tehdy jsme měli noviny kolikrát hotové třeba ve čtyři odpoledne. Když nebylo na co čekat, nic se nehrálo, nic nebylo aktuálního, tak to z tohoto pohledu bylo mnohem jednodušší. Připadali jsme si jak někdy v 80. letech, kdy se to muselo posílat a psát na stroji. Jediná věc, která se chvíli děla, byla NHL. Ale ta se pak zastavila také. V rozjela se poté až v létě. Ale NHL se hraje v noci, takže s uzávěrkou to bylo v klidu. Blbě to ale bylo pro grafiky, kteří museli pracovat z domova. Ale oni potřebují rychlý počítač, různé přístupy na některé stránky a tak, takže jim trvala práce delší dobu. A pro ně byla práce určitě mnohem náročnější než pro nás.

31. Pracujete v redakčním programu?

32. Ani ne, bude se to sice měnit, ale pořád platí, že píšeme ve wordové šabloně. Máme jasně předdefinované řádkování a styl písma tak, abychom to měli stejné. Když dostaneme pokyn, abychom napsali text na 60 řádků, tak abychom to měli všichni sjednocené. Míří to k tomu, že se všechno bude psát ve webovém editoru a novinoví editoři si budou všechno překlápět k sobě do novin.

33. A co pak řešíte s editorem?

34. Jednak podobu té dané stránky, co by tam mělo být i třeba fotka a tak. Doplnkové věci – infobloky, názory. Titulek většinou řešíte jenom s editory na webu. Protože editoři

v novinách vám titulek většinou nechají, pokud není špatný. Editoři na webu pracují s titulkem tak, aby byl klikavý. Takže tam bývá častá diskuze.

35. Museli jste během té doby nějak reagovat na neočekávané události?

36. Děly se takové věci. Ale náročnější bylo to, že se všechna ta opatření dotýkala všech sportů. Ale každého třeba jinak. Individuálně se mohlo pracovat, ale kolektivní zase ne. Muselo se to rozdělovat. Snažili jsme se třeba na tiskovkách vlády dopředu pozjišťovat, co se tam stane.

37. Sport se nehrál poté prakticky po celém světě. Jen v některých státech, třeba v Bělorusku. Nepremýšleli jste o tom, že byste se zaměřili na to?

38. Myslím si, že to byly takové kuriozity. V play off poté měli v Bělorusku hodně pozitivních hráčů. A byla kolem toho nějaká kauza. Takže to bylo webově silné, takže jsme mohli zvažovat to dát i do novin. Byla to taková webová pikoška, která možná proběhla i ČTK. Takže jsme to chtěli posunout.

39. Chytali jste se ČTK nějak častěji?

40. Moc ne. Ani teď ne. ČTK je spíše pro web, který se toho chytá. Pro nás je spíše nepoužitelná. Nenapišou většinou nic, co bychom nevěděli. Nic, co bychom neměli. Píší hodně nudně. ČTK prakticky nevyužíváme.

41. Jaký je rozdíl v tom, když vkládáte články na web a do novin?

42. Zásadním rozdílem je titulek. Na webu je rozhodně delší a musí nějak zaujmout. Na internetu totiž probíhá boj o člověka, aby si na vás kliknul. Když to dáte do novin, tak už máte „vyhráno“ v tom pohledu, že si daný člověk noviny koupil. Takže titulek nepotřebuje být tak ostrý. Stačí když bude zajímavý. Na webu je třeba ještě rozlišit, jestli děláte placený článek nebo volný článek. Když je článek placený, tak ho musíme v určité části zamknout a nemůžeme tam prozradit to hlavní. Naopak když je to do otevřeného textu a většinou se všechno narvat někam na začátek. Na web se také nedává domicil. Do novin se zase občas použijí dva perexy. Na web nic takového u nás není. Na web se rovněž zaměřuje na to, abychom sdělili nějakou informaci. A také k tomu připojit nějaké video, grafiku nebo tweet. Zkrátka něco, čím daného člověka na stránce udržíme. To se právě i často řeší s editory. To cítím, že jsme během covidu začali dělat lépe.

43. Jak výrazně tedy covid změnil vaši práci? Co ovlivnil?

44. Posun nastal v tom, že nemusíme být na každé poradě. Protože stačí to, že se připojíme přes mobil nebo počítač. To je pro nás pozitivní a můžeme tak být klidně v terénu. Další věc je, že jsme si ověřili, že lidé nás budou číst a dají se připoutat k webu, i když se nic

neděje. Že záleží na tom, co vymyslíme. Naučili jsme se také, že musíme daný obsah dostat k lidem. Protože v té době nás opravdu nevyhledávali. Takže i u nás stoupla prestiž sociálních sítí, budeme mít víc lidí na sociální síť. S tím jsme začali pracovat.

45. V té době jste také rozšířili obsah o podcasty a další multimediální obsah. Pomohla tomu tahle doba?

46. Ani bych neřekl, to už jsme řešili nějakou delší dobu předtím. Vnímám, že to, co se děje za mořem, k nám přijde o nějakou dobu později. Chvilí nám trvá, než tomu začneme věřit. Zkrátka doba jde dopředu, nejde jen psát. Musíme dělat i videa nebo podcasty.

Jan Podroužek, vedoucí fotbalového oddělení

1. Jaká je vaše pozice v deníku Sport, a jak dlouho v této mediální organizaci působíte?

2. Do deníku Sport jsem přišel v létě v létě roku 2010. O letních prázdninách jsem v rámci studia absolvoval povinnou praxi. Pocházím z Tábora, takže jsem původně přemýšlel o nějakém regionálním tisku, ale naskytla se mi možnost, přes známého z Ostravy, jít do Sportu jako začátečník a praktikant. Měsíc jsem odsloužil a poté přišel tehdejší šéf fotbalového oddělení Ondřej Škvor, jestli bych nechtěl pokračovat dál. Já byl samozřejmě strašně rád, protože jsem pokračovat chtěl. Práce se nabalovala, bylo jí více a více. Přišla větší zodpovědnost – zkrátka klasický kariérní vývoj. Smlouvu na plný úvazek jsem dostal v roce 2012, nastupoval jsem jako řadový redaktor fotbalového oddělení. Vypracoval jsem se na pozici šéfa fotbalového oddělení.

3. Co obnáší pozice vedoucího fotbalového oddělení?

4. Nejzásadnější je dělba práce mezi své podřízené – redaktory fotbalového oddělení. I když je to s různými odchylkami, protože někteří redaktoři jsou jednou nohou ve fotbale, jednou nohou v hokeji. A vlastně trochu i v jiných sportech. Na mysli mám regionální redaktory – tzv. krajánky, které máme v Olomouci, což je Michal Kvasnica, který spravuje Hanou a sever Moravy. Na severu Moravy máme ještě Květoše Šimka a na jihu Moravy zase Michala Koštuřika. Mívali jsme kdysi libereckého krajánka a kdysi dříve i plzeňského krajánka. Máme i externistu v Českých Budějovicích. To jsou někteří lidé, které pod sebou mám. Stejnou měrou je ale využívá hokejové oddělení a částečně i sportovní. Je to 8-10 lidí, které mám pod sebou. Od nich já očekávám iniciativu, nápady nebo témata. K tomu slouží každodenní porady, přičemž hlavní důraz dáváme pondělní poradě, kde se dělá i takový vhled do celého týdne. Podle toho se plánují i noviny, kde já říkám, co má kdo dělat. Ale mám to trochu ztížené v tom, že můj předchůdce Ondra Škvor téměř nepsal. Já mám i psavecké agendy stále hodně. Jako kdybych byl stále řadový redaktor, ale k tomu měl šéfovskou pozici. Pokrývám Slavii, což je mnoho článků. Časově se to kloubí opravdu těžko, ale našel jsem si v tom nějaký svůj rytmus.

5. Rozdělené pozice v oddělení máte tedy podle klubů?

6. Je to tak. Aby došlo k dělbě práce i obsazení všech klubů. I tak aby si mohli redaktoři uzpůsobovat vlastní čas. Už před lety se v deníku Sport rozhodlo, že ideální způsob je rozdělit prvoligové kluby mezi redaktory tak, aby bylo všechno pokryto. A zároveň být

blízko klubu by mělo vést k tomu, že daný člověk bude mít co možná nejpřesnější informace z daného klubu. Někteří kluci ale mají dva kluby, na Moravě je to náročnější. Michalu Koštuříkovi se tak může stát, že bude psát o třech klubech, které je třeba obhospodařit. Což by v následující sezóně měly být Slovácko, Zlín a Zbrojovka. Ale dá se to zvládnout.

7. Prioritu ale mají pražské kluby – Sparta a Slavia, ne?

8. Máte pravdu, u těchto klubů jsou často i dva lidé. Slavii mám já s Radkem Špryňarem, který je i přímo můj zástupce, Spartu má zase Honza Vacek s Kubou Dvořákem. Je to ale tak, že Kuba má k tomu ještě Teplice, Radek zase Hradec. Protože pochází z daných regionů. Priorita na Spartu a Slavii je daná fanouškovskými základnami, které oba kluby v České republice mají. Jakýkoliv článek o Spartě nebo Slavii má absolutně drtivě největší dosah napříč sporty ve Sportu. O chlup větší čísla má, řekl bych, Sparta.

9. Vlastníkem vašeho vydavatelství jeho Daniel Křetínský, rovněž majitel fotbalové Sparty, což působí jako menší střet zájmů. Má jeho osoba nějaký vliv na deník Sport?

10. Nemá. Ani si nedokážu představit, i když někteří lidé si to bohužel myslí, jak by člověk v jeho zapřažení ještě řešil, o čem píše deník Sport. Aktuálně sice probíhá kauza, kdy donutil změnit titulní stranu ve francouzských novinách Marianne. To je jednoznačná chyba, do novinářského světa to nepatří a vůbec se nedivím, že se proti tomu samotná redaktoři ozvali. Nicméně zásah je to do politického časopisu, silného politického tématu. Cítím z toho, že Daniel Křetínský z toho chtěl dát najevo svůj názor, který do toho promítl. Asi každý poznal, že jeho favorit je Macron. Nechci snižovat hodnotu sportovního odvětví a fotbalu, nejoblíbenějšího sportu na světě, ale stále se jedná hlavně o zábavu. Žádné kruciální věci. Myslím si, že nás ale se zájmem pozoruje jako každý čtenář. Nyní tedy ale spíše říkám, co si myslím. Já každopádně o jeho žádném vlivu nevím.

11. V minulých letech vám ale jednou Sparta kvůli článku o přesunu hráče do Slavie neudělal akreditaci, tudíž bych řekl, že se mu asi nelíbil...

12. Myslím si, že na co narážíme je to, jak lidé berou obsah spartánských textů z pera našich redaktorů. Může dojít k neshodám v tom, co si čtenář myslí a co si přečte u nás. V žádném případě si nemyslím, že bychom psali ve prospěch Sparty (a Daniela Křetínského), což dokazuje obrovské kvantum textů, které jsou kritické k fotbalové Spartě. V názorech se lidé asi shodnout nemusí, ale zpravodajsky pokrývají Honza Vacek a Kuba Dvořák Spartu velice dobře, informace máme.

13. V březnu 2020 byly v České republice vyhlášeny první přísná protiepidemická opatření, která na dva měsíce odstříhla společnost od sportovního dění. Jak vzpomínáte na období, kdy deník Sport fungoval bez sportovních zápasů?

14. V první řadě to bylo obrovský šok, protože nikdo nechce být doma. Obrovsky se nám komplikovala redakční práce, protože vydáváme noviny každý den, jsme hodně provázaní. Ať už redaktoři s editory (editoři si grafiky museli pracovat po telefonech nebo přes vzdálené přístupy), grafiky se supervizory. Když se podíváte na naše noviny, tak jsou náročné na grafickou stránku. Kluci mají velkou samostatnost, takže si poradí. První, co se udělalo, bylo to, že se stáhl počet stránek jednotlivých novin. Což bylo nevyhnutelné. Normálně jsme zvyklí psát i 10 stránek denně, v té době se to stáhlo na 4-5 stran denně. Což i na to období bylo celkem dost. Už se to ale dalo provozovat. Ve světě sportu se skoro nic nedělo, takže jsme museli vymýšlet i typ obsahu, kterým bychom byli zvyklí denně plnit noviny.

15. Jak jste noviny plnili?

16. Zvolili jsme v první řadě cestu nadčasových rozhovorů, v prvním momentu se rozhovory točily kolem covidu a to, jak doléhá na fotbalisty. Poté jsme vymýšleli i různé kvízy, které byly pro čtenáře, který byl zavřený doma, ideálně věci.

17. Vymýšleli jste i určité seriály, kterým byste se věnovali více dnů?

18. Dá se říci, že vlastně ano. Byť to označením necítím jako seriály. Řekli jsme si, že uděláme třeba nějaké historické vzpomínání, něco s přesahem. Nebo jsme se vytvářeli historicky nejlepší týmy. Nevím, jestli bych to nazval takhle institučně jako seriál. Ale byly to také rubrikové věci, které nám ulehčovaly naplňování obsahu.

19. V Česku a postupně i celé Evropě se během období první vlny koronaviru nehrálo. Ale stále se hrálo v některých jiných státech. Byla cesta psát o nich?

20. Chvilí ano. Třeba v Bělorusku trénoval Marcel Lička, který byl jeden ze zdrojů, se kterým jsme uskutečnili několik rozhovorů. A říkali jsme si, že alespoň někdo může informovat o dějícím se fotbale. I když taková cesta vás nezachrání, nejde to do nekonečna ohrávat. Sice si ale říkáme, že se nic nehrálo, ale i tak se věci děly. V Žilině se kupříkladu majitel klubu rozhodl, že ukončí smlouvy drtivě většině kádru. I u nás to bylo téma na zhruba tři dny. Stále bylo téma fotbal a covid: Na jak dlouho to ještě bude? Jaká budou opatření? Kdy nastanou uvolnění? Takže to bylo stálé téma.

21. S nadčasovými rozhovory vám pomohly i vaše kontakty a zdroje?

22. Je to velká výhoda, ale tím, že znám fotbalové novináře po republice, tak vím, že i řada jiných redakcí má velmi dobré vazby na určité hráče. Není to úplně zvláštní, ale je to umocněno tím, že je nás tady na fotbal více, protože obsahu tvoříme také mnoho.

23. Jak náročné je si získat zákulisní informace?

24. Náročné je to vždycky pro člověka, který začíná. Jinak je to běžná součást naší práce. Když začínáte, tak vás nikdo nezná a teprve se s fotbalovými lidmi seznamujete. Postupně se zapracujete, lidé si vás začnou všimnout, a tak začnete kontakty navazovat. Je to o času, tím se kontakty získávají. Pak už když je máte, tak není těžké se dostat k zákulisním informacím. Já třeba jsem schopný za jeden den získat 10-12 zákulisních věcí, z nichž z každé by se dal vyprodukovat článek. Poté je ale třeba přistupovat k tomu s určitou mírou chytrosti a zkušenosti. Kdy je informace příliš citlivá, kdy si ji potřebujete doověřit, potřebujete na ni čas. Nejedná se o válečnou žurnalistiku, kde se takzvaně zveřejňuje všechno bez ohledu na důsledky. Je ale pravda, že jsme v tomhle směru více střelečtější než jiné redakce, s informacemi chodíme ven dost intenzivně. Ale pořád člověk musí přemýšlet tak, aby si kontakty, které jsou klíčové pro práci, nezapřel. Ale zároveň, aby něco nepřekrucoval, a tak dále. To si myslím, že je nejtěžší na práci novináře. Mít všechno v naprosté rovnováze, to je svým způsobem umění. Čím je člověk zkušenější, tím získává více na osobnosti.

25. Bylo nějak náročnější získávat zdroje během covidu?

26. Existují lidé, kteří si velmi potrpí na osobním setkání. Řekl bych, že jich je drtivá menšina, ani ne 10 % lidí. Zbytek přes telefon normálně komunikuje bez obav. Nejedná se o informace o převratu vlády. Pro takové politické novináře to musí být těžké. Ale že si do telefonu sdělujete, že trenér v týmu končí nebo hráč přestupuje, kvůli tomu přeci není nutné být zastrčený někde v restauraci. Takhle to úplně není. I v době covidu šlo informace tohoto typu získávat standartní cestou.

27. Jak probíhá výběr titulní strany? A jak náročné to bylo v době covidu, kdy se nehrálo?

28. Titulní strana se vždycky týká nejsilnějšího tématu, o kterém si myslíme, že by mělo mít největší zásah na prodejnách. To i v době covidu probíhalo běžnou cestou. Konala se porada, akorát online, na které jsme se dohodli, co bude na jedničce. Většinou to dané téma bývá na straně 2-3, nebývá to vždy, ale zpravidla to tak je. Rozdílem byl menší zásah témat a celkově novin v té době, protože se nehrálo. I obecně noviny šly dolů, lidé nesměli prakticky vycházet v některé momenty. Fungovalo hlavně předplatné a dodávání.

29. Ukázala se tehdy i důležitost iSport.cz?

30. Dobře mířená otázka. Tehdy se zrychlil trend, který probíhal několik posledních let a v následujících dosáhne určitého vrcholu. Zvýšil se objem čtenářů na webu. Byť se nám velká část čtenářů k novinám vrátila, tak v budoucnu dojde k tomu, že noviny vymřou. Když přijdete do školy, tak kolik z vašich spolužáků čte noviny? Nebo lidí na ulici? Když už to někdo takový je, tak se jedná o padesátníky a starší. A tenhle proces už nikdo nezastaví. I to, co máte na papíře, si můžete koupit v PDF souboru na webu. Tím pádem je konec novin nevyhnutelný. Otázkou je, jak dlouho to bude trvat. Pro nás jsou noviny stále ještě důležité, příjem je to pro nás nějakých 70 miliónů korun. Takový výpadek bychom nenahradili. Reálně to vidím na pět let, kdy na webu budeme fungovat na 100 %.

31. Jak se liší daný článek v novinách a na webu?

32. Titulkem. Na webu je základní rozdíl v prostoru, který vám nabízí. To, co v novinách potřebujete vměstnat do tří nebo čtyř slov, protože více místa nemáte, na webu je naopak titulek možné složit až z deseti slov. Noviny dneska tolik zpravodajskou formou dělat nelze, je třeba hledat něco nadčasovějšího nebo příběhy, abyste lidem dal důvod, proč si koupit noviny následující den. Web naopak jde dělat i zpravodajsky, byť k tomu, aby na něm šlo fungovat 100%, je třeba hledat cesty jak vytěžit publicistický obsah. U webu je to rovněž jiné s tím, že můžete pracovat během dne v čase. Do novin se totiž pracuje už s poslední verzí daného případu.

33. Výhoda webu je rovněž také v multimediálnosti, že?

34. Ano, určitě. Noviny vám nabízejí pouze tištěný výstup, články. Web nabízí články, podcasty, obrazový výstup. A to se všechno musí využít. Široká komunita čtenářů vyhledává videoobsah. Že si danou věc pustí a během toho třeba něco dělají. Obrovskou popularitu mají podcasty, a tak je třeba na to reagovat.

35. Jak byste popsal proces vzniku článku v novinách?

36. Ve wordovském dokumentu napíšeme článek, který si po sobě přečteme a odevzdáme ho editorovi, který to dále postupuje grafikovi a supervizorovi. Grafík začne text „nalejvat“ na stránku a rovněž „láme“ text tak, aby seděl na stránku. Supervizor zase potřebuje vědět, jestli z daného článku plyne obsah na titulní stranu. Po vytisknutí si editoři článek přečtou a zkontrolují. Poté se mávne na grafika, který vše pošle do tiskárny.

37. Lišil se nějak tenhle proces v době covidu?

38. Daní lidé nemohli do redakce, principy byly ale zachovány. Všechno se to dělalo přes telefon a vzdálený přístup. Ale všechno principiálně zůstalo zachováno. Akorát fungovali všichni samostatně doma.

39. Jak to máte s uzávěrkou?

40. Uzávěrka je podle jednotlivých stran. Ale jinak je hodně pohyblivá. Třeba nedělní noviny ale mají dřívější uzávěrku. Tam je třeba být trochu rychlejší. Vyrábí se rovněž tzv. jízda, což znamená, že se hraje zápas na konci dne. A tak, aby se zajistil větší prostor k výrobě daného zápasu a stihnout toho do novin co nejvíce, se uzávěrka ještě posouvá. Nejpozdější časy jsou ty časy, kdy musíte zaslat úplně poslední stránku tak, aby se stihly udělat celé noviny. Ale snažíme se tomu samozřejmě co nejvíce vyhýbat, protože hrozí chyby pod časovým tlakem. Jinak je pravda, že stránky chodí s různými uzávěrkami. Nadčasové věci jsou v tomhle směru nejjednodušší.

41. V době první koronavirové vlny ale nebyl takový problém s uzávěrkou, ne? Nebo ano?

42. Je pravda, že se udělalo menší opatření. Všichni jsme byli doma a nebyli v úzkém kontaktu, tak se vytvořily dřívější uzávěrky. Bylo to dělané tak, aby bylo co nejvíce času pro tiskárnu a grafiky.

Michal Kvasnica, redaktor deníku Sport

1. Jak dlouho už působíte v deníku Sport?

2. Budou to už čtyři roky, nastupoval jsem 1. května 2018.

3. Jaká je vaše pozice?

4. Moje pozice je od doby mého nástupu asi pořád stejná. Nastoupil jsem jako krajanek pro Moravu a Slezsko s tím, že jsme si hned na začátku rozdělili s kolegy kluby. Na Moravě jsme tři, Květoš Šimek v Ostravě a Michal Koštuřík v Brně a na Zlínsku. Na mě spadla Olomouc – hokejová i fotbalová a ostravský Baník. Na první pohled to možná vypadá, že tři kluby jsou málo, ale když se práce dělá poctivě, tak to čas zabere. Navíc právě Baník docela táhne.

5. Celou dobu je tedy vaše práce opravdu stejná?

6. Postupem času jsem se ještě dostal k psaní o České fotbalové reprezentaci. To začalo celkem nevinně, jedním zvláštním a bláznivým srazem právě v Olomouci během koronaviru, v září 2020. Tím, že se zápasy hrály v Olomouci, tak to padlo na mě. Asi jsem obstál, a tak mi tahle agenda už zůstala. Takže jsem se přimíchal do tzv. reprezentační sekce, kde je nás kolem pěti. Když je reprezentační pauza, tak my naopak na rozdíl od některých lidí máme docela napilno. Liga sice spí, ale my i tak pracujeme a máme zážitky z velkých zápasů, mluvíme s těmi nejlepšími hráči s Česka, což je příjemné okořenění té práce.

7. Který sport máte jako hlavní?

8. Oficiálně spadám do fotbalového oddělení a troufám si říct, že 95 % mé produkce je o fotbale. Aktuálně to sice bylo trochu výjimečné v Olomouci tím, že za ni hrál hokejista David Krejčí, takže hokeje bylo z mé strany více a byl jsem za to rád. Mora úplně celorepublikově netáhne jako třeba Sparta, není to taková značka jako Dynamo Pardubice nebo Kometa Brno. Jsem tedy hlavně fotbalový redaktor.

9. Věnujete se i dalším sportům, když je potřeba?

10. Psal jsem v Olomouci i o basketbalu, zaskakoval jsem i na futsale, když hrál Řepka v Uherském Hradišti. Byl jsem i na tenise. Ale to je opravdu málo. Protože my máme ve sportu tři oddělení: fotbalové, hokejové a sportovní, což jsou všechny ostatní sporty. Od MMA po basketbal, Ledeckou a olympijské sporty. S těmi pomáhá zřídkakdy.

11. 10. března 2020 byly vládou vyhlášeny velké celorepublikové opatření proti koronaviru, které v podstatě zastavily sportovní životy. Jak jste na to reagovali?

12. Byl to velký šok. Jsme jediný čistě sportovní deník, takže nás sport živí. Zatímco když ostatním médiím skončí sezóny, tak mohou jít psát svodky nebo na soud, zpravodajství a podobně. První, co nás napadlo je asi obava. To je nejvýstižnější, protože nikdo v tu dobu nevěděl ani na jak dlouho se to v tu chvíli zastavuje. Kdybychom měli nějaký výhled na měsíc dopředu, tak si řekne: jasně, to se dá přežít. Tak to ale je se vším. Nejenom se sportem. Báli jsme se, co to udělá s naší čteností, co to udělá s personálním obsazením redakce. Budou se škrtat lidé? Přežijeme? Budeme mít práci? Nakonec se všechno zvládlo, zaměstnavatel byl úplně super, ale nastaly velké porady a plánování, co teď.

13. Jaké byly první plány?

14. V prvních dnech jsme těžili z takového čerstvého covidového záblesku. Jinak to bylo v Anglii, jinak v Polsku. Takže jsme obvolávali různé respondenty ze zahraničí. Ale měli jsme pocit, že to po času může unudit čtenáře, takže jsme museli agendu trochu obměnit. Přišly tak na řadu velké nadčasové rozhovory, poprvé v životě jsem také dělal velký sportovní kvíz, to bylo opravu nové. Ale noviny se musely nějak zaplnit, stejně tak web. Lidé musejí klikat, musíme je na webu udržet. Dělali jsme tak spoustu věcí, na které obvykle tolik času není, všechno zlé je k něčemu dobré. Mluvil jsem přes telefon se spoustou hráčů ze zahraničí, na což v ligovém zápřahu přes týden není tolik času. Ale čím déle se to ale táhlo, tak jsme cítili jakousi opotřebovanost, jednak naší a jednak témat.

15. Jak probíhalo to vytipování nadčasových rozhovorů?

16. V té době se jednalo o jeden z nejjednodušších, ale rovněž nejhlavnějších žánrů. U nás se nehrálo, a tak se volalo do Anglie, Německa, Polska a využilo se prakticky všechno, co nás napadlo. V tu dobu to byla nejideálnější varianta čtení. Ale když se nic nehraje, tak to čtenáře po nějakém čase přestane bavit. Ideální jsou takové rozhovory jako doplnění ke klasické agendě.

17. Probíhaly všechny rozhovory přes telefon?

18. Ano, ale nemuselo by být špatné se s respondenty spojit přes počítač. Ale já razím cestu, že čím jednodušší to je pro ně, tím rychlejší je domluva. Když si s někým můžeme zavolat, je to hned. A ani se s člověkem vlastně nepotřebujeme vidět. Kolikrát jsou lidé v autech, venčí psa a tak.

19. Také se hodně připomínala historie, Česká televize vysílala různé záznamy zápasů. Měli jste to tak i vy?

20. Ano, měli jsem několik takových seriálů, které jsme jeli od pondělíku do sobotníku. Věnovali jsme se MS v Itálii, a jak to tam probíhalo. Na takové příběhy z NHL a tak podobně je u nás specialista Pavel Bárta, který se dokáže spojit s různými staršími pány, kteří zavzpomínají na dané období. Takže ano, kromě rozhovorů, kvízů došlo i na takové návraty do historie. Ale to děláme i teď v současné době. Měli jsme v té době i jiné seriály: Virtuální play off, Nejlépe placení sportovci, fotbalisté nebo hokejisté. To od té doby děláme pravidelně, i letos na to dojde.

21. Nabízeli se někteří sportovci nebo sporty a témata s tipy na články vám? Že by se vám ozvali?

22. Ano. Většinou to ale jsou věci, které obecně moc netáhnou, jsou to takové věci, které by potřebovaly zviditelnit. Takové ty menší sporty. V covidové době se ozývaly menší sporty celkem často.

23. Bylo znát i na číslech čtenosti, že se sport nehraje?

24. Bylo, průšvihem byla čtenost i prodejnost. Sport trpěl. Nás živí víceméně fotbal, hokej je sice fajn, ale fotbal má přednost, což je obvykle okamžitě na číslech vidět. Táhne to Fortuna liga, táhnou to Slavia a Sparta. Když se zastavila liga, tak to byl opravdu průšvih.

25. Úplně ty první dny probíhaly tak, že během dne se kolikrát měnila nařízení. Nepanovala obava, aby vůbec další den deník vyšel?

26. Jakožto krajanek jsem těchto starostí trochu ušetřen, ale v Praze v centrální redakci, co editořiny týče, to musel být velký zásah. Přípravovalo se i několik verzí, noviny zeštíhlily. Na 16 stránek, přičemž, když se někdy dařilo, tak jich bylo i 24 nebo 32, když se hraje fotbalové EURO nebo hokejové MS. Chvilku se těžilo z toho, že situace byla nová, a to každého zajímalo. Pamatuju si, že tenkrát se hrálo ještě v Anglii a trenér Liverpoolu odmítnul podat ruku soupeři, protože měl obavu z nakažení covidem. Z takových kauziček se mohlo na začátku vyžít. Ale po týdnu, čtrnácti dnech už to nikoho nezajímá.

27. Kolik má stran deník Sport obvykle? A jak to v tomhle směru bylo náročné udržet. Dostali jste se tedy na 16 stran.

28. Standartně jich je 24. Když je MS v hokeji nebo EURO, tak máme i 32. Tehdy se i řešilo, že tiskárny umějí tisknout jen 16, 24 nebo 32. A nám se to tehdy hodilo k dvaceti stránkám, ale to nebylo možné. Bylo by to moc nákladné a tím, jak klesala prodejnost, tak by to byl průšvih to všechno vyřešit. Úplně výjimečný stav byl ten, že jsme dvakrát nebo třikrát nevyšli v neděli. Máme i Nedělní Sport, jedeme sedm dní v týdnu. Jenže

v neděli byly zavřené trafiky, takže nemělo smysl to vydávat, takže jsme to několikrát omezili, což se nikdy předtím nestalo.

29. Sice se stopy sportovní soutěže po celé Evropě, ale v některých státech se opatření nekonala. Byla cesta informovat o nich?

30. Byla, rozhodně. Měli jsme ale i trochu štěstí, protože Marcel Lička tehdy trénoval běloruský Brest, se kterým jsem dělal rozhovor. Ale budu se opakovat, z toho se dá zase využít jenom chvilku. Byl to krásný rozhovor, dělal si z toho srandu, že běloruská liga se třpytí v celé Evropě. Některé státy jely proti proudu, v Evropě hlavně Bělorusové, kteří proti proudu jedou celý život. Objevily se vždycky nějaké zajímavosti v těchto soutěžích. Sepisovali jsme také soutěže, kde se hraje, kde ne. Jak se asi v budoucnu bude hrát, opatření a podobně. Ale potom to unudí, což není moc příjemné.

31. Čemu jste se v té době věnovali prioritně?

32. Myslím si, že máme výhodu oproti ostatním médiím, že máme dobré zdroje, dokážeme se dostat k zákulisním informacím. Každá špetka naděje, špetka informací, kdy by se mohlo začít. Třeba rozhovory s Dušanem Svobodou z Ligové fotbalové asociace. Rozhovory s Milanem Hniličkou v Národní sportovní agentuře. A takové věci.

33. Takové zdroje se ale nezískávají každý den, že?

34. Samozřejmě, bylo období, kdy se třeba čtyři dny nic nedělo. Snažili jsme se reagovat a volat do zahraničí. Třeba Matějovi Vydrovi do Anglie, který nám popisoval, jak to funguje v Anglii. Prioritu jsme si mohli určit, když jsme měli hodně materiálu a mohli si určit, co má pro nás větší a menší váhu, ale my byli rádi za všechno.

35. Porady se tedy asi občas asi pěkně protáhly, ne?

36. Standartně máme porady dopoledne. A už tak nějaká tušíte, co bude vpředu v novinách a kolem oběda už je to tak nějak rozplánované. Samozřejmě když pak kupříkladu vyhodí trenéra, tak se všechno mění. Ale pamatuju si, že v téhle době se všechno plánovalo později, protože dopoledne se vůbec nic nedělo. Nebylo co extra vymýšlet. V tomhle to měli editoři, plánovači a šéfové těžké.

37. Jak fungovaly porady?

38. Já se už předtím připojoval na dálku. Ale kluci se normálně scházeli pravidelně. V té době ale, stejně jako v dalších firmách, najeli na home-office a online komunikaci.

39. Ale všechno asi úplně omezit na home-office nešlo, že? Covid se vám v deník Sport asi nevyhnul.

40. Ve velmi výjimečných případech, protože i u nás ve firmě byli pozitivní, se lámaly noviny na dálku. Editor byl doma a měl puštěný vzdálený přístup na počítači, což

nebývá zvykem. Výrobní sekce, supervizoři, editoři, korektorky, jsou vždycky osobně přítomni v Holešovicích v newsroomu. Ale stávalo se i to, že se vše připravovalo takhle na dálku, což ohromně komplikuje výrobu. Ale takový problém to nebyl u webu, tam jsou kluci na takovou platformu zvyklí. Ale do novin zasahuje tolik lidí, že to byl docela průšvih a náročné období.

41. Jak funguje vaše práce?

42. Na rozdíl od toho, kdy jsem byl v Olomouckém deníku, kde jsem byl polografik, poloeditor a tak, noviny jsem si lámal v podstatě sám. Mám výhodu v tom, že odevzdám textový soubor ve wordu a tím pro mě práce hasne. A druhý den se v novinách dozvím, jak to vypadá. Někdy, když je to ožehavé téma nebo se mění titulek, tak mi editor dopředu posílá náhledy. I na kontrolu, takže to spolu projedeme. A ni už to s grafiky, supervizory a korektorkami doladí. A co se týče webu, tak někteří šikovní kolegové si články zakládají sami, ale tam já nemám přístup, takže je to pro mě úplně stejné jako v novinách. Já jim to jenom odešlu, oni nahodí fotku a titulek. V plánu máme do roka nový web a jeho zlepšení.

43. Bude mít nějakou výhodu?

44. Ano, měli bychom si tam už články zakládat sami. Výhoda toho je, že když chcete udělat změnu nebo opravit překlep, tak si to hned uděláte. A nemusíte otravovat webové editory, kterým to občas trvá. Nebo se mi nelíbí titulek, fotka. Výhoda bude, že si to člověk udělá sám.

45. Vy máte také dost často jinou verzi titulních stran v Čechách a na Moravě. Bylo to tak i během období první vlny?

46. V té době ne. To souvisí s tím, co jsem říkal. Když máte přehršel témat a třeba něco super pražského, typu Adama Hložka, tak dáte na titulní stranu jeho v Čechách, ale když Baník vyhodí trenéra, tak dáte na titulní stranu takové téma zase na Moravě. V tu chvíli bylo málo témat a všechny byly celkem globální. Vůbec se mutace nedělaly, byli jsme rádi, že vůbec vycházíme.

47. Jak jste na tom se vztahy s kluby, o kterých píšete?

48. Všichni si myslí, že regionální žurnalista = fanoušek. A to je samozřejmě mýtus. Všichni jsme radši, když se klubu, o kterém píšeme, daří, protože je to mnohem veselejší práce. Vztahy, a i nálada jsou lepší, je to ale dané i tím, jak je každý redaktor jiný a také každý hráč nebo každý trenér je jiný. Někteří to chápou, ale někteří se hned čílí po první kritice. V tu chvíli poznáte, jak to s vámi ten člověk myslí. Když si kolikrát myslíte, že jste s nimi na přátelské a férové úrovni, a pak napíšete férovou kritiku nebo komentář,

který se dotýká negativních věcí a hned přijde odezva, že takhle si to nepředstavovali, tak pochopíte, že kooperace je falešná. To se stává. I na začátku, když jsem nastoupil do deníku Sport, jsem se setkal s tím, že mi někteří lidé dávali najevo, že jsem jejich, že jim fandím. A na to jsem vždycky odpovídal, že jim můžu přát, proč ne, ale že si úplně nerozumíme. Na druhou stranu si vážím všech včetně hráčů, se kterými se můžu potkat a dát si pivo. A pak je zkritizujete a neřeknou vám nic, protože jsou kriticky smýšlející. Ví, že to je moje práce. Když se zkusím vžít do role sportovce, tak samozřejmě to není příjemné. My máme ve sportu ještě takovou specialitu – známkování, které všichni říkají, že nechtou. Ale všichni si to v pondělí otevřou a řeší to. Mně by taky nebylo příjemné, kdyby mě tam někdo zkritizoval.

49. Jak náročné je vybudovat si i důvěru toho, že vám vaše zdroje sdělí i informace třaskavějšího typu?

50. Je to těžké v tu chvíli, kdy nechcete sklouznout k bratříčkování a přátelství. Protože to je úplně nejjednodušší. Můžete být s nimi kamarád a psát o nich krásně, a oni za to něco pustí ven. Ale do téhle škatulky bych se nikdy nechtěl dostat. A o to je to složitější, pak musíte hledat zdroje jinde. Když jsem nastoupil do Sportu, tak už jsem o Sigmě psal, takže tam se nic nezměnilo. Ale musel jsem si vydobýt více kontaktů a vztahů na Ostravsku, kvůli Baníku. Aby to nesklouzlo do bratříčkování, tak je to opravdu složité. Vždycky všem říkám, že nikoho neprozradím, to je základ. Kolikrát si člověk s těmi lidmi volá nebo se s nimi baví a ověřuje si informace. A oni zároveň si mě ověřili, když se mě ptali, kdo mi danou informaci prozradil. Na to já odpovídal, že to nemůžu prozradit. A oni, že si mě právě jenom zkoušeli. Jestli mi mohou věřit, to je základ.

51. Kvůli covidu se poté změnila vaše práce. Nemohli jste na stadiony, tiskové konference byly online. Jak náročné to bylo?

52. Opravdu hodně, navíc si na to některé kluby navykly. Třeba Plzeň kolikrát nepřivedla žádného hráče na tiskovku nebo rozhovor, to se dříve nestávalo. Bohužel to některým klubům vyhovuje a trochu vyhovovalo i tehdy. Předejdou tím nepříjemným dotazům a tématům. A mají vše pod kontrolou, což je něco strašného. Některé kluby se snažily přinést nápomocnou cestu novinářům. A pak se poznalo, kdo to myslí vážně. Člověk pošle dotazy, z nichž jsou nepříjemné tři čtyři a oni nebyly nastoleny. To je špatné. Ale některé kluby je třeba pochválit.

53. Nastala tehdy s uzávěrkou nějaká změna?

54. Ani ne, každá strana má uzávěrku v jinou hodinu. Ty aktuály, ve kterých se čeká na výsledky z LM a podobně, jdou jako poslední. Nebo když hraje Slavia večer v devět

evropské poháry, tak to už je hraniční. To už musí být 90 % novin hotových. Hodně se to přizpůsobuje daným sportovním věcem, takže tehdy problém moc nebyl. Ale myslím si, že editoři mají nejradši ty, kteří jim to posílají co nejdříve. Zlomenou stranu pak mají třeba ve čtyři odpoledne a můžou se věnovat dalším věcem.

55. A jak to máte s uzávěrkou vy?

56. Neskromně si myslím, že mě mají editoři rádi. Je to dané i tím, že nejsem ve velkém kolektivu v Praze, kde se kecá a řeší různé věci, tak čas utíká rychleji. Kluci asi odevzdávají věci později. Já, když jsem doma, tak mě tady nikdo při práci v podstatě neruší. Po poradě mi to potvrdí a mám rád, když mám po obědě hotovo. Ale může se stát, že se trenér vyhodí později, někdo přestoupí nebo se čekává na transfer deadline. V tomhle je nejlepší web, který může být aktualizovaný kdykoliv.

57. Jak se reaguje, když přijde tedy velký přestup nebo vyhazov trenéra ve večerních hodinách?

58. Záleží na tom, jak velkou to má prioritu. Minimálně se na to najde nějaké minimísto. Ale většinou v Praze zasednou a řeší to. Když by to byl Hložek, tak se to musí překopat celé. Ale když se vyhodí trenér ze Žižkova, tak se dá jeden den jedňák a rozepíše se to další den.

59. Jak poznáte, že to dané téma má prioritu?

60. Táhnou Sparta, Slavie, Baník a Plzeň, co se týče fotbalu. Pak také cokoliv s Jágrem, cokoliv s Kometou nebo Pardubicemi. Nebo co se týká financí. Ale také záleží na žánru a typu textu. A co si budeme povídat, hodně jednou ty přestupové věci. Když máte text, že Hložek jde do Německa nebo, že Šilhavý končí u reprezentace, tak to boří rekordy. Obecně mít původní informace, aby to bylo dříve než kdekoliv jinde. Na webu to platí obzvlášť. Na něm už to mají i editoři vypozerované, co má čtenost nebo co mají zamknout do Premium obsahu. Takové novinky jednou nejvíc. Exkluzivní věci a spekulace, i když to slovo úplně nemám rád, protože novinář by neměl spekulovat.

61. Co je hlavním měřítkem toho, že je váš text úspěšný?

62. Čtenost. Zase to převedu na příklad: co se týká Sparty, tak tam veřejnost zajímá každé „uprnutí“. Ve fotbalovém Zlíně může být na daný region velká záležitost, například odchod partnera, ale je to Zlín, takže to moc lidí nezaujme. Ale když pak napíšete, že se zhádali dva fotbalisté Sparty, tak spadne internet.

63. A jak to máte s bulvárností? Sport se ani takovým tématům občas nevyhne.

64. Fotbal je showbiznys. I hokej. Ale na druhou stranu mě mrzí, že máme stejnou doménu s Bleskem. Klasičtí rýpalové poté řeknou, že jsme Blesk. Neříkám, že se někdy

nevyhneme clickbaitům, ale to má asi každý. Například nedávno posílil Sigmu ukrajinský stoper a v Olomouckém deníku byl titulek, že hrál i za Arsenal. A přitom to byl Arsenal Kyjev. A pak se říká, že iSport je bulvár. Myslím si, že takhle podobně fungují už všichni. Aférky jedou nejvíce, lidi to zajímá. Když se dostanete k informacím, že se hráč zhádá s trenérem a padla tam i nějaká pokuta, tak to zkrátka lidi táhne ke čtení. A bohužel jsou čtené i věci, co se týkají úmrtí – nekrology a takové typy článků. To také láme rekordy.

65. Máte v redakci nějaká jazyková pravidla?

66. Máme. A klidně bych jich užil více, protože jsem docela na češtinu vysazený. Máme totiž takovou zpětnou vazbu, každý den má někdo jiný. Točí se třeba čtyřicet lidí a na mě to vychází jednou za dva měsíce. A hodnotí se předchozí den: noviny, web i video. Mnohdy od zkušenějších kolegů zaznívají velmi cenné informace. Nepoužívat klasické klišé, ukazovací zájmena a tak dále. Někaká jazyková pravidla jsou, ale znám je jen z těch hodnocení. Ale že bychom měli nějaká přesná pravidla co psát, co nepsat, tak to ne.

67. A máte nějak sjednocené psaní jednotlivých slov?

68. Ano, to máme. A když se objeví něco nového, tak zástupce šéfredaktora napíše hromadný e-mail, jak to máme psát. Třeba COVID-19. Přišel hromadný e-mail a v něm informace, ať to píšeme verzálky a s pomlčkou. Takové novinky nám vždycky někdo vysvětlí.

69. Máte nějaký redakční program?

70. Máme, na dálku se mohu připojit do redakční sítě a podívat se do plánů novin. Minimálně na ty další dny. Jsou tam telefonní čísla na lidi z branže, pravidla psaní některých slov a jmen. Je to náš interní program.

71. Jaké jsou rozdíly při vkládání článku na web a do novin?

72. Třeba v titulcích. Na internetu chcete, aby si to lidé rozklikli, kdyžto v novinách si otevřete stránku a buďto vás to zaujme nebo ne. Rozdíl je také ve velikosti, od editora mám dané, že mám poslat rozhovor na 50 řádků, jenže já mám materiálů víc, tak delší verzi dám na web. Výhoda je také, že se text může aktualizovat a rozsah. A také Premium články. Kdy po nás editoři chtějí, abychom část článku nechali volnou a tím nalákali k nakoupení.

73. Jak funguje zpětná vazba od čtenářů?

74. Od covidu jsme tlačeni i do diskuze na webu. Pod každým článkem je možné, aby lidé hodnotili a komunikovali. Když se s nimi bavíme na Twitteru, tak z toho nic nemáme.

Když udržíte svého čtenáře na webu, kam se bude vracet, navíc dostane zpětnou vazbu přímo tam, tak dostane pocit, že je vám trochu blíže.

75. Rozšířili jste během covidu i obsah na webu?

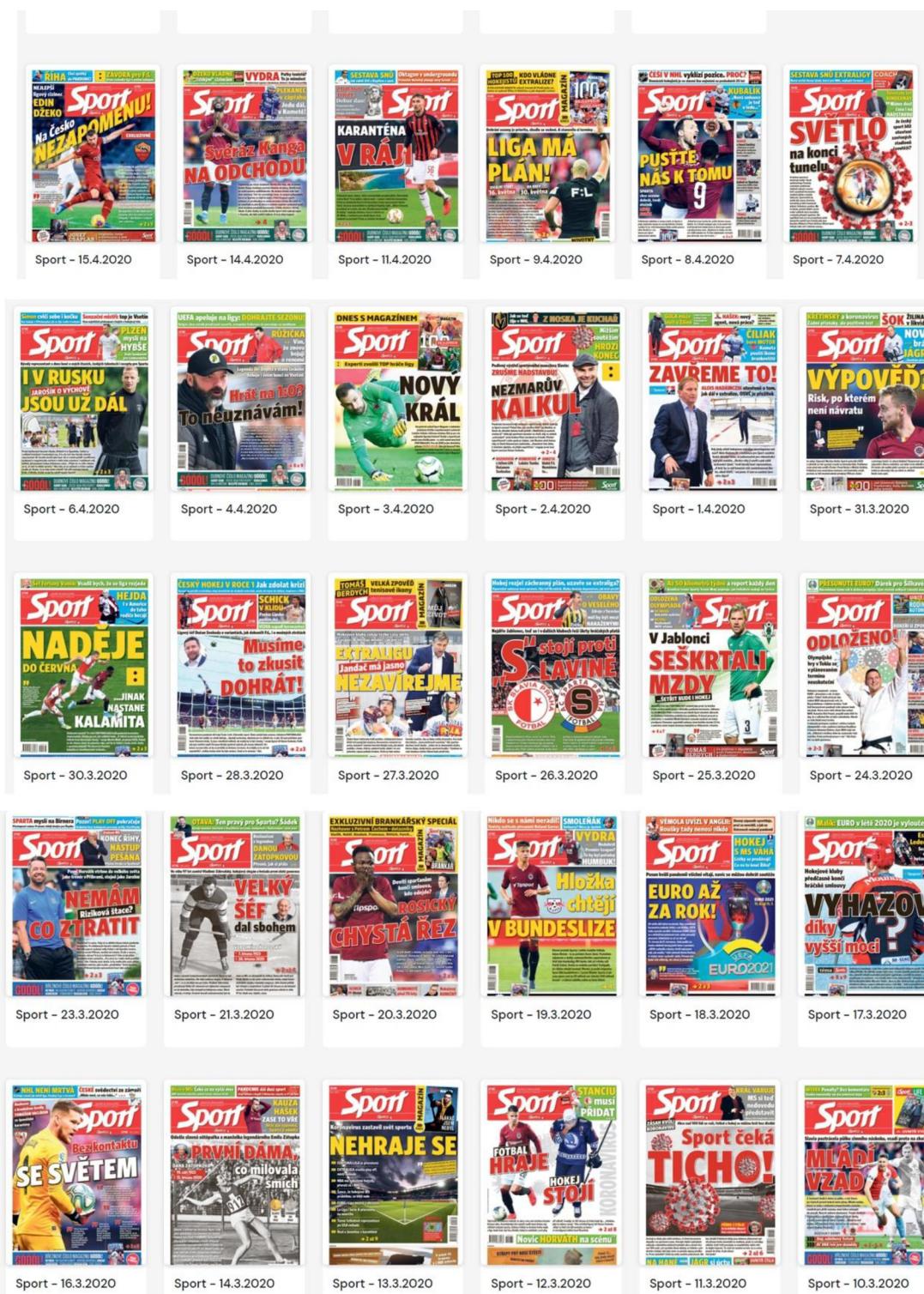
76. Ano, tomu právě covid „pomohl“. Dříve nebyla vůbec platforma video-podcastů. Dříve to všechno probíhalo přímo na místě, nyní je nová platforma, všechny média to začala spouštět – všichni se připojí online. Do té doby jsme ani podcast neměli. Takže tomu tahle doba pomohla.

Obr. 1: Titulní strany deníku Sport v období 15. dubna do 20. května.¹⁷



¹⁷ Obsaženy jsou pouze titulní strany do 20. května, jelikož následně se už po vynucené koronavirové pauze rozjela fotbalová soutěž, tudíž fotbalové oddělení po obsahové stránce najelo na obvyklý obsah.

Obr. 2: Titulní strany deníku Sport v období 10. března¹⁸ do 15. dubna.¹⁹



¹⁸ Datum 10. března je vybrán záměrně, jelikož právě v dopoledních hodinách 10. března nastaly v České republice první plošné koronavirové opatření.

¹⁹ Takto vypadaly vzory titulních stran deníku Sport během první vlny koronaviru. Dostupné online: <https://www.ikiosek.cz/vydani/floowiecnc/1045-sport> [cit. 11.4. 2022]